

มุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน

ปริญญานิพนธ์

ของ

ชลามรินทร์ สมพงษ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

พฤษภาคม 2553

มุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน

ปริญญานิพนธ์

ของ

ชลามรินทร์ สมพงษ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

พฤษภาคม 2553

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

มุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน

บทคัดย่อ

ของ

ชลามรินทร์ สมพงษ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

พฤษภาคม 2553

ชลามรินทร์ สมพงษ์. (2553). มุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน.

ปริญญาานิพนธ์ วท.ม. (การวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม)

กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญา

นิพนธ์: รองศาสตราจารย์ สุภาพร สุขสีเหลือง

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษามุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว การรับรู้ข่าวสาร มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว ความคาดหวังก่อนที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ ปัญหา ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวหลังจากที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแล้ว รวมถึงแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหินผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวและผู้วิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังอำเภอหัวหินจำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ในลักษณะเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยด้านข้อมูลทั่วไป และมูลเหตุจูงใจในการมาเที่ยวหัวหิน พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินเป็นครั้งแรก เพื่อมาพักผ่อนกับครอบครัว โดยศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยวหัวหินทางอินเทอร์เน็ต คำแนะนำจากเพื่อนและเพื่อนร่วมงาน และศึกษาข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ / นิตยสาร / แผ่นพับ โดยระดับการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างยังอยู่ในระดับที่น้อย ทั้งด้านการคมนาคม ที่พักอาศัย อาหารและร้านอาหาร การนำเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว การช้อปปิ้ง และด้านข้อมูลการท่องเที่ยวและบริการต่างๆ มูลเหตุจูงใจที่มีความสำคัญมากที่สุดต่อกลุ่มตัวอย่างคือ มูลเหตุจูงใจในด้านกายภาพและจิตวิทยา ความคาดหวังของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อหัวหินก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ คาดหวังถึงสภาพอากาศที่ดี อากาศเย็น มีแสงแดด ท้องฟ้าสดใส ท้องทะเลสวยงาม ชายหาดขาวสะอาด บรรยากาศเงียบสงบ เหมาะแก่การพักผ่อน อาหารอร่อย โรงแรมที่พักดี ๆ รวมถึงผู้คนเป็นมิตร

ผลการศึกษา ด้านมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีมุมมองและความรู้สึกในระดับที่ดีมากต่อบัณฑิตวิทยาลัยด้านที่พักอาศัยและบัณฑิตวิทยาลัยด้านอาหารและร้านอาหารในหัวหิน มีมุมมองในระดับที่ดีต่อการคมนาคม แหล่งท่องเที่ยวและการจำหน่ายซื้อสินค้าที่หัวหิน ในส่วนของบัณฑิตวิทยาลัยด้านการท่องเที่ยวและบริการด้านต่าง ๆ นั้นอยู่ในระดับปานกลาง ขณะที่มุมมองและความรู้สึกเกี่ยวกับบัณฑิตวิทยาลัยการนำเที่ยวนั้นอยู่ในระดับที่น้อยที่สุด โดยความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างหลังจากที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินแล้วสามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่

เกิดความรู้สึกพอใจ ประทับใจ และรู้สึกว่าการท่องเที่ยวที่ หัวหินนั้นดีกว่าที่คาดหวังไว้สูงถึงร้อยละ 50 ขณะที่อีกร้อยละ 50 รู้สึกว่าการท่องเที่ยวที่หัวหินดีเท่ากับที่ คาดหวังไว้

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พบ ได้แก่ ปัญหาด้านค่าครองชีพ โรงแรมที่พักอาศัย ความสะอาด การจราจร การให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ไม่ชัดเจน การซื้อโถงนักท่องเที่ยว และการขยายตัวของเมือง โดยข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว คือ การลดค่าครองชีพที่หัวหิน การจัดระเบียบควบคุมคุณภาพ มาตรฐานและราคาของโรงแรมที่พักและร้านอาหาร การรณรงค์เรื่องการรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่สาธารณะ การยกระดับมาตรฐานและเพิ่มจำนวนศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว เสนอให้มีศูนย์บริการดูแลความปลอดภัย ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว และสุดท้ายเรื่องการควบคุมการขยายตัวของเมือง

แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหิน สามารถทำได้โดยอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรท่องเที่ยว พัฒนาและปรับปรุงปัจจัยพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และบริการท่องเที่ยวให้มาตรฐานที่ดี รว มถึงอาศัยแนวคิดเกี่ยวกับหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นหลักในการบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ และสังคม โดยการใช้ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม อันมีคุณค่าอย่างรอบคอบ และมีประสิทธิภาพ สามารถรักษาเอกลักษณ์ดั้งเดิมได้ยาวนานที่สุด เกิดปัญหา และผลกระทบน้อยที่สุด

THE PERCEPTION OF FOREIGN TOURISTS TOWARD TOURISM IN HUA HIN

AN ABSTRACT

BY

CHALAMARIN SOMPONG

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Science Degree in Ecotourism Planning and Management
at Srinakharinwirot University

May 2010

Chalamarin Sompong. (2010). **The Perception of Foreign Tourists Toward Tourism in Hua Hin**. Master's Thesis, M.Sc. (Ecotourism Planning and Management).
Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee:
Prof. Supaporn Suksileung.

The objective of this research is to study the perception of foreign tourists toward tourism in Hua Hin. In this research tourist behavior, media exposure, motivation, expectation, perception and satisfaction of the sample groups were studied. Besides, problems, and suggestions of samplings were also concerned. The samplings of this study were 30 foreign tourists travelling in Hua Hin. Interview form was used as a research instrument.

The research revealed that most of tourists had no previous experiences about Hua Hin tourism. The main purpose to visit Hua Hin was travel with friends and families in order to relief stress. Train was the most favorite transportation in this trip. From the interview, the highest rates of travel information sources were internet, friends/colleagues, and newspaper/magazine/leaflet respectively. However, the general knowledge of Hua Hin information of samplings was rated in low level. Physical and psychical motivations were the most important factors influenced to the travel decision of sample groups. For expectation before travelling, the samplings were expected to good weather, beautiful beach, delicious seafood and good accommodation.

After travelling, most of tourists were satisfied with Hua Hin tourisms. The attitude and feeling of the sampling on the accommodation, food and restaurant were rated as very good level. Transportation, attractions, and shopping were rated as good level. However, the travel guide factor was rated as minimum level.

The problems that sample groups mentioned while travelling were the problem of cost of living, problem of accommodation, problem of beach cleanliness, problem of traffic condition, problem of tourist information, cheating and urban expansion. According to these problems, sample groups had offered the following suggestions: quality and standard control for accommodation, restaurant and travel information services, increasing of beach

and public sites cleanliness, traffic control improvement, increasing of tourist assistance centers, and urban expansion control.

In this research, researcher had offered guidelines for Hua Hin tourism development by using Sustainable tourism theory in order to maintain the quality of the environment, improve the quality of life of the host community, and also provide a high quality of experience for the visitor.

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

มุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน

ของ

ชลามรินทร์ สมพงษ์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร. สมชาย สันติวัฒนกุล)

วันที่ เดือน พ.ศ. 2553

คณะกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

..... ประธาน

..... ประธาน

(รองศาสตราจารย์ สุภาพร สุขสีเหลือง)

(อาจารย์ ดร. ธนภูมิ อติเวทิน)

..... กรรมการ

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร. รักชนก โคโต)

(รองศาสตราจารย์ สุภาพร สุขสีเหลือง)

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร. รักชนก โคโต)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปัญญา ธีระวิทย์เลิศ)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วย ความกรุณา เป็นอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ สุภาพร สุกสีเหลือง และอาจารย์ ดร. รักชนก โคโต ที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ตลอดจนการปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่อง ให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ สมบูรณ์ที่สุด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณด้วยความเคารพอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

กราบขอบพระคุณคณะกรรมการสอบปริญญานิพนธ์ทุกท่าน ที่ช่วยชี้แนะจุดบกพร่อง ตรวจสอบ และแก้ไขงานวิจัย

กราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้วิชาความรู้ตลอดระยะเวลาการศึกษาในหลักสูตร รว มถึงบุคคลากรในสถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่อำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ แก่ผู้วิจัย

และที่สำคัญยิ่ง ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ น้ำอู๊ด น้ำเอ๋ และพี่อ้น ที่เป็นแรงบันดาลใจ เป็นกำลังใจช่วยเหลือ สนับสนุนในทุก ๆ สิ่ง ทุก ๆ อย่าง เพื่อให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ หลักสูตรการวางแผนและการจัดการการ ท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน เป็นห่วงเป็นใยซึ่งกันและกัน และเป็นกำลังใจในการทำปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ขอขอบคุณสำหรับมิตรภาพอันดีตลอดจนจบการศึกษา

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าปริญญานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจได้เป็นอย่างดี

ชลามรินทร์ สมพงษ์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
คำถามการวิจัย	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย	4
ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	4
ขอบเขตด้านเวลา	4
ขอบเขตด้านพื้นที่	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	 7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	7
นโยบายด้านการท่องเที่ยวและทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน	17
ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว	21
ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจและความต้องการ.....	24
ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ และมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว	30
ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ	33
พฤติกรรมการท่องเที่ยว	36
อำเภอหัวหิน	39
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	53
 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	 62
การสำรวจพื้นที่ และศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยว	62
การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง	62
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ ในการศึกษา วิจัย	63
การเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอผลการวิจัย	63

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	67
ผลการศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยว	67
ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง	83
ผลการศึกษาข้อมูลด้านการรับสื่อและมุมมองของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน	88
การพิจารณามุมมองที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหินของนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างและผู้วิจัย	112
ผลการวิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง	116
แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหินผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยว และผู้วิจัย	121
 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	 126
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	126
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย	126
ขอบเขตการวิจัย	126
ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	126
ขอบเขตด้านเวลา	127
ขอบเขตด้านพื้นที่	127
วิธีการดำเนินการวิจัย	127
การเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอผลการวิจัย	127
สรุปผลการวิจัย	128
การอภิปรายผล	138
ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัย	144
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	145
 บรรณานุกรม	 146

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ภาคผนวก	152
ภาคผนวก ก	153
ภาคผนวก ข	162
ประวัติย่อผู้วิจัย	165

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงเวลาเดินรถไฟจากสถานีรถไฟหัวลำโพงถึงสถานีรถไฟหัวหิน	82
2 การวิเคราะห์ระดับความรู้เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวหัวหินก่อนที่ จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง	91
3 ระดับ ความสำคัญของมูลเหตุจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว	100
4 ระดับความรู้สึกละมุนมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อ การท่องเที่ยวหัวหิน	107
5 แสดงการ เปรียบเทียบความรู้สึกลังจากที่ได้มาท่องเที่ยวที่หัวหินแล้ว	110
6 มุมมองของผู้วิจัยและมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน	114

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดการวิจัย	6
2 แสดงความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับธุรกิจต่าง ๆ	13
3 การเกิด “ความพอใจ” ของบุคคล	26
4 แบบจำลองในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน ...	36
5 แผนที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	41
6 สวนสนประดิพันธ์	43
7 น้ำตกป่าละอู	44
8 จุดชมวิว ณ เขาหินเหล็กไฟ	44
9 เกาะสิงห์โต	45
10 วงไกลกังวล อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	45
11 พลับพลาพระมงกุฎเกล้าฯ สถานีรถไฟหัวหิน	46
12 ตลาดฉัตรไชย	47
13 เขาตะเกียบ เขาไกรลาส	47
14 วัดห้วยมงคล	48
15 เพลินวาน	49
16 ร้านผ้าพิมพ์ โคมพัสตร์	50
17 อาหารทะเลสด และแห้ง	50
18 ไร่ถุ้งหัวหินฮิลล์ วินยาร์ด	51
19 สป่าหัวหิน	51
20 กิจกรรมตกปลาที่หัวหิน	52
21 กิจกรรมกอล์ฟ	52
22 กิจกรรมชายหาดและกีฬาทางน้ำ	52
23 สถานที่สำรวจทรัพยากรท่องเที่ยว	66
24 ป้ายบอกทางลงหาดหัวหิน	67
25 ชายหาดหัวหิน	68
26 เตียงผ้าใบและร้านค้าบริเวณหาดหัวหิน	68
27 ปัญหาด้านความสะอาดและความไม่มีระเบียบบริเวณชายหาดหัวหิน	69
28 สภาพบริเวณหาดเขาตะเกียบ	70

บัญชีภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพประกอบ	หน้า
29 สภาพแวดล้อมวังไกลกังวล	71
30 ภายในสถานีรถไฟหัวหิน	72
31 พลับพลาพระมงกุฎเกล้า	72
32 ร้านกาแฟภายในสถานี รถไฟหัวหิน	73
33 บริเวณด้านหน้าและภายในตลาดจัดรถไฟ	74
34 ป้ายแสดงข้อมูลท่องเที่ยวบริเวณหน้าตลาดจัดรถไฟ	75
35 สภาพของตลาดได้รุ่งยามเย็นและยามค่ำคืน	76
36 รูปหล่อองค์หลวง ป่อทวดและช้างเอราวัณวัดห้วยมงคล	77
37 สภาพโดยรอบวัดห้วยมงคล	77
38 ด้านหน้าและภายในเพลินวาน	78
39 ตลาดหัวหินวิลเลจ	80
40 โรงแรม Let's Sea ที่หัวหิน	81
41 ร้านอาหารชาวเล และบ้านอิสระในหัวหิน	81
42 การคมนาคมขนส่งในการเดินทางไปหัวหิน	83
43 ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวและศูนย์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในหัวหิน	83
44 แสดงเนื้อหาของผู้ ตอบแบบสัมภาษณ์	85
45 แสดงแหล่งที่มาของข้อมูลการท่องเที่ยวที่หัวหินของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง	89
46 ระดับความรู้เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวก่อนที่จะ เดินทางมาท่องเที่ยว	90
47 สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของกลุ่มตัวอย่างก่อนที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว	95
48 ระดับความสำคัญของมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง	96
49 ค่าเฉลี่ยของมุมมองและความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน	109
50 แสดงความไม่สะอาดของชายหาดหัว หิน	117
51 แสดงความไม่สะอาดบริเวณท้องถนนอำเภอหัวหิน	118
52 แสดงความไม่เป็นระเบียบของการจอดรถที่หัวหิน	118
53 แสดงป้ายจราจรที่ไม่มีภาษาอังกฤษกำกับไว้	119
54 แสดงป้ายประกอบข้อมูลการท่องเที่ยวของหัวหิน	119

บทที่ 1

บทนำ

เป็นที่ทราบกันดีว่า ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็วและมีบทบาทสำคัญจนกลายเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญให้กับประเทศ ทั้งในด้านของระบบเศรษฐกิจโดยรวมและเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น รวมถึงยังเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ ให้แก่ ชุมชนและ ประชาชน ทุก ระดับที่เกี่ยวข้องอย่างกว้างขวาง เนื่องจากเป็นหนึ่งในภาคบริการหลักที่สร้างรายได้และนำเงินตราเข้าสู่ประเทศปีละจำนวนมหาศาล ทั้งผ่านทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยตรง และผ่านทางธุรกิจอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวเนื่องอีกหลายประเภท อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร สปา โรงพยาบาล ตลอดจนธุรกิจการบิน แต่จากสถานการณ์ในปัจจุบันที่มีปัญหา และอุปสรรคจากปัจจัยหลายประการทั้ง ความวุ่นวายทางการเมืองภายในประเทศประกอบกับระบบเศรษฐกิจโลกชะลอตัวเนื่องจากภาวะน้ำมันที่มีราคาสูงขึ้น และวิกฤตสินเชื่อซับไพรม์ (Subprime mortgage crisis) ที่ส่งผลกระทบต่อตลาดเงินและค่าเงินผันผวน ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศที่กำลังเติบโตอย่างมากเกิดการชะลอตัว ลง แต่เนื่องจากประเทศไทยมีความหลากหลายทาง ด้านแหล่งท่องเที่ยว อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ฯลฯ ทั้งยังมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และสวยงาม ประกอบกับการที่ภาครัฐได้มีนโยบายการส่งเสริมคุณภาพและมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่ชัดเจน จากสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว มีการสร้างสิ่งดึงดูดใจ ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง รวมถึงการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เข้ากับจังหวัด กลุ่มจังหวัด ภูมิภาค และประเทศเพื่อนบ้าน เป็นเครือข่ายการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยง เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วม เสริมสร้างขีดความสามารถ ของชุมชนในการแข่งขัน และพัฒนาระดับมาตรฐาน ด้านการบริการให้ประเทศไทยเป็น แหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน มีคุณภาพและได้มาตรฐานระดับโลก เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้หลั่งไหลกลับเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกยังคงให้ความสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

จากข้อมูลทางสถิติ ด้านจำนวนนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา ระหว่างปี 2541-2550 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีเพิ่มมากขึ้น อย่างต่อเนื่องจาก 7.76 ล้านคนในปี 2541 เป็น 14.46 ล้านคน ในปี 2550 ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นจาก 242 พันล้านบาทในปี 2541 เป็น 547 พันล้านบาทในปี 2550 แต่ในปี 2551 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดลงเป็น 14.32 ล้านคน เนื่องจากปัจจัยลบในด้านต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาข้างต้น

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 กำหนดว่าประเทศไทย จะมีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของโลก รองรับส่วนแบ่งตลาดนักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 1.4 ของนักท่องเที่ยวรวมของโลก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ออนไลน์)

หนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตามสถิติทุกปีคืออำเภอหัวหิน ในปี 2541 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศรวม 1,494,197 คน และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็น 2,439,159 คนในปี 2550 หรือเท่ากับเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.6 จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นทำให้หัวหินมีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงถึง 1.8 หมื่นล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ออนไลน์)

หัวหินเป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นเมืองท่องเที่ยว ดากอากาศที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติแห่งหนึ่งของประเทศไทย มาอย่างยาวนาน เนื่องจากมี ปัจจัยหลายประการที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวตลอดทั้งปี อาทิเช่น ไม่มีคลื่นลมแรงในฤดูมรสุมและระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ประกอบกับความมีเสน่ห์และมนต์ขลังตั้งแต่อดีต ทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวพักผ่อนจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่องทุก ๆ ปีส่งผลให้การเติบโตของชุมชนเมืองหัวหินเป็นไปอย่างรวดเร็ว มีการลงทุนทั้งในภาครัฐและเอกชนในด้านโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคม ธุรกิจโรงแรมที่พัก ร้านค้าร้านอาหาร ธุรกิจบันเทิง สปา บริษัทนำเที่ยว รวมถึงมีการมุ่งเน้นส่งเสริมกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการขยายตัวที่มีจำนวนมากขึ้นของนักท่องเที่ยวในอนาคต สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวยังเมืองหัวหิน ในทางกลับกันการเติบโตที่รวดเร็วได้ก่อให้เกิดปัญหาด้านต่าง ๆ อันเนื่องมาจากขาดการวางแผนและการจัดการที่ดี ยกตัวอย่างเช่น ปัญหามลพิษ ปัญหาสภาพแวดล้อม ปัญหาการจราจร ปัญหาอาชญากรรม ฯลฯ ซึ่งอาจส่งผลการตัดสินใจไม่เดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเช่นกัน

เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 10 ที่เน้นถึงหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ที่มุ่งใช้ “ความมีเหตุผล” พิจารณาเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องและคำนึงถึงผลที่จะได้รับอย่างรอบคอบ พัฒนาด้วย “ฐานความรู้” ทั้งจากภายนอกและภูมิปัญญาที่สั่งสมภายในประเทศเพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากกระแสโลกาภิวัตน์ได้อย่างชาญฉลาดและรู้เท่าทัน มุ่งให้เกิดการขยายตัวที่สมดุลทั้งด้านปริมาณ และคุณภาพ โดยอาศัย “การพึ่งพาร่วมมือกัน” และเน้นถึงการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและการปรับโครงสร้างภาคบริการ ให้เป็นแหล่งสร้างรายได้หลักของประเทศ โดยพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของภูมิภาค บนฐานความโดดเด่นและหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และความเป็นไทย เน้นการฟื้นฟู พัฒนา แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถานในเชิงกลุ่มพื้นที่ และ

เสริมสร้างเอกลักษณ์ความเป็นไทย ทั้งการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชนและภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อสร้างสินค้าท่องเที่ยวใหม่ ๆ แก่ธุรกิจ การท่องเที่ยวไทย และเป็นแหล่งท่องเที่ยวของตลาดท่องเที่ยวโลก

งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งศึกษา มุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยว หัวหิน เพื่อรับทราบถึงความคิดเห็น ความต้องการ และระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ที่จะช่วยสะท้อนภาพการท่องเที่ยว หัวหิน ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เห็นชัดเจนขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดแนวทางการพัฒนา และปรับปรุง ด้านการบริการและ การบริหารจัดการด้าน แหล่งท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพมากที่สุด

คำถามการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวของหัวหินอย่างไร
2. นักท่องเที่ยวต่างชาติมี มุมเหตุจูงใจ ต่อการท่องเที่ยวหัวหิน และความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวหัวหินอย่างไร
3. หลังจากที่ได้มาท่องเที่ยวแล้วนักท่องเที่ยวยังมีความรู้สึกต่อการท่องเที่ยวหัวหินอย่างไร
4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการให้มีการแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวที่หัวหินอย่างไรและมีข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยวหัวหินอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษามุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน ประกอบด้วย
 - 1.1 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อหัวหินก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว
 - 1.2 ทศนคติ ความพึงพอใจ ปัญหา และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลังจากที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่หัวหินแล้ว
 - 1.3 ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการแก้ปัญหาของการท่องเที่ยวหัวหิน
2. นำมุมมองของนักท่องเที่ยวยุโรป และมุมมองของผู้วิจัยมาประมวลผลเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของหัวหินผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวและผู้วิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

ในการทำวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังอำเภอหัวหิน โดยเลือกตัวอย่างเพื่อสัมภาษณ์ตามสะดวกและเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาอังกฤษได้

ขอบเขตด้านเวลา

ช่วงเวลาที่ใช้ในการทำการวิจัยครั้งนี้ คือ ช่วงเดือนธันวาคม 2552 ถึงเดือนมกราคม 2553 ใช้เวลาเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 60 วัน

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการทำวิจัย ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและมีชื่อเสียงภายในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เช่น สถานีรถไฟหัวหิน บริเวณชายหาดหัวหิน ตลาดโต้รุ่งหัวหิน ตลาดนัดรถไฟเพลินวาน เป็นต้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึง มุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน ซึ่งอาจจะแตกต่างไปจากมุมมองของผู้วิจัย
2. เป็นประโยชน์ในการศึกษาหาแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการจัดการท่องเที่ยวหัวหินให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ** หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ถือสัญชาติอื่น ที่มีสัญชาติไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งยินดีให้ข้อมูลและตอบคำถามแก่ผู้วิจัย
2. **มุมมอง** หมายถึง ทักษะ หรือ ความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวหัวหิน
3. **ทัศนคติ** หมายถึง ความรู้สึก และความคิดเห็น พอใจ หรือไม่พอใจ ที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน
4. **มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว** หมายถึง สิ่ง que กระตุ้นให้นักท่องเที่ยว เดินทางมาท่องเที่ยว ที่อำเภอหัวหิน

5. **ความพึงพอใจ** หมายถึง ความรู้สึกชื่นชมหรือผลกระทบในทางบวกในสิ่งที่ได้พบเห็นจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในอำเภอหัวหิน

6. **ความต้องการ** หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว

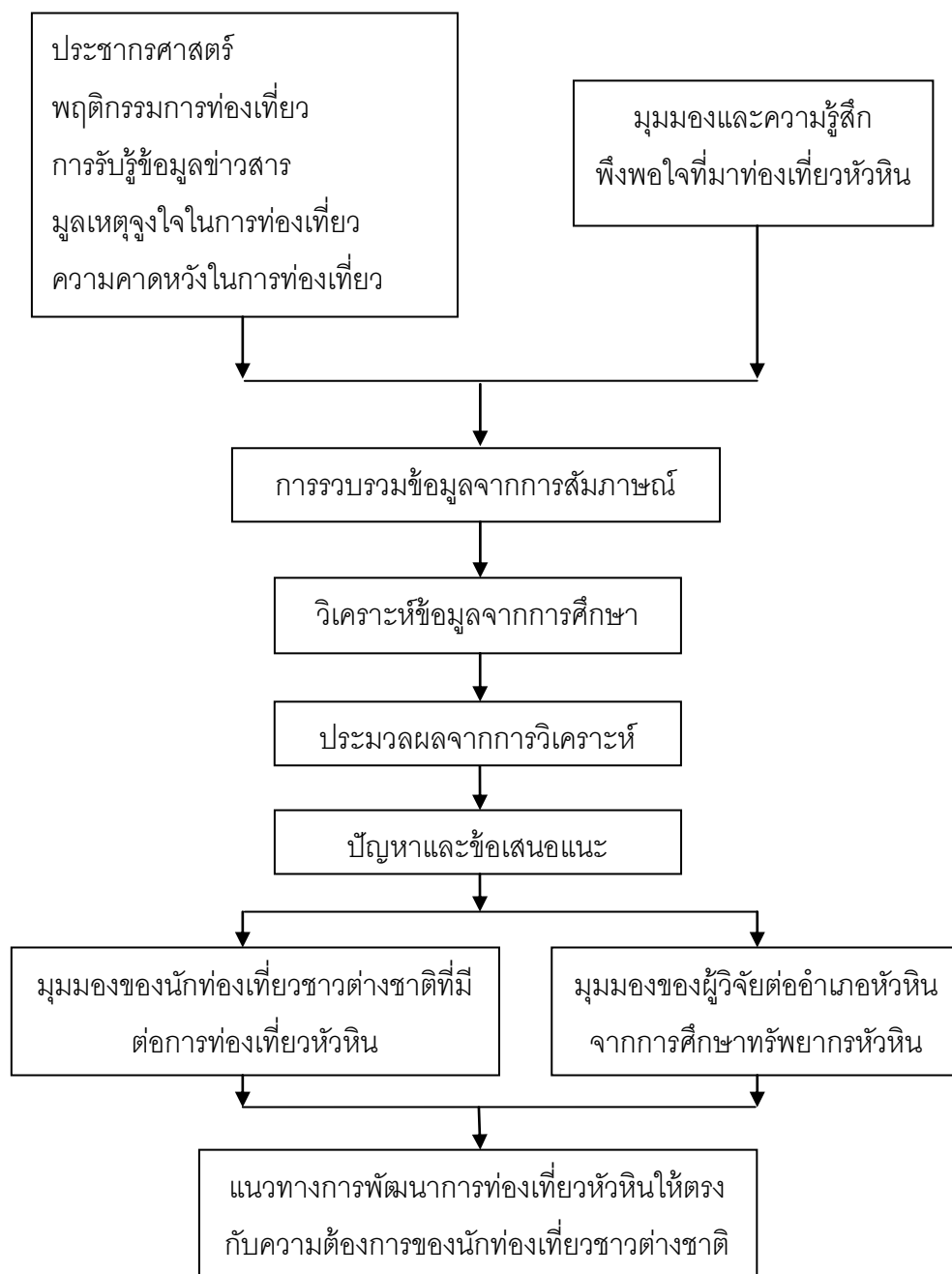
7. **แหล่งท่องเที่ยว** หมายถึง ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์ ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปเยือนที่อำเภอหัวหิน

8. **การพัฒนาการท่องเที่ยว** หมายถึง การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวและ สิ่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของหัวหินให้ ดีขึ้น เจริญขึ้น เพื่อรองรับการขยายตัวทางด้านการท่องเที่ยวที่จะมีมากยิ่งขึ้นในอนาคต

9. **การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ** หมายถึง กระบวนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคล และสื่อไม่ใช่บุคคล เข้าสู่วิถีชีวิตของนักท่องเที่ยวอย่างมีความหมายและประมวลผลออกมาเพื่อกำหนดความรู้สึกและการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่หัวหิน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษา เรื่อง มุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. นโยบายด้านการท่องเที่ยว และทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยสู่ความยั่งยืน
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว
4. ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจและความต้องการ
5. ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ และมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว
6. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ
7. พฤติกรรมการท่องเที่ยว
8. อำเภอสหัสขันธ์
9. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ในเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวนี้ ได้มีผู้ให้ความหมายและคำจำกัดความไว้มากมายหลายท่าน

ปรีชา แดงโรจน์ (2544 : 29) ได้อ้างอิงถึงคำนิยามของการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติ ในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขเกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ ได้แก่ การเดินทาง จุดหมายปลายทาง และวัตถุประสงค์ของการเดินทาง

มล. ดุ้ย ชุมสาย และฉันทน์ พรหมโยธี (2527 : 15) กล่าวว่าไว้ว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทางที่มีลักษณะเป็นการชั่วคราว และไปมาตามความสนใจของผู้เดินทาง อีกทั้งต้องมีค่าใช้จ่ายในการนั้น

ชำนาญ ม่วงทับทิม (2527) กล่าวว่า เมื่อพิจารณาการท่องเที่ยวจากกรอบการมองในแง่บทบาทของการท่องเที่ยว อาจให้ความหมายของการท่องเที่ยวออกเป็น 2 นัย คือ

1) ความหมายของการเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาท ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

2) เป็นการมองในความหมายของการเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ของมนุษย์ทั้งนี้ เพราะมนุษย์มีสัญชาตญาณของความอยากรู้อยากเห็น

วินิจ วีรยางกูร (2533 : 1-2) ได้กล่าวไว้ว่า “การท่องเที่ยว” (Tourism) เป็นการเดินทาง เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการติดต่อธุรกิจตลอดจน การเยี่ยมญาติพี่น้อง เป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ฉะนั้น ปรากฏการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน จึงเป็นกิจกรรมรายใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับจนกระทั่งมีผู้กล่าวว่าธุรกิจการท่องเที่ยวในทุกวันนี้เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลกหากเปรียบเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ

Webster's Third New International Dictionary ได้ให้ความหมายของคำว่า “Tourism” ไว้ว่า เป็น การท่องเที่ยว หรือ การเดินทางเพื่อความสราญใจ หรือ การบริหารงานธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ประเสริฐ วิทยาวิรัฐ (2530 : 3) กล่าวถึงการท่องเที่ยวโดยพิจารณาว่าการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีความแตกต่างจากสินค้าอื่น คือ ผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวต้องมาหาสินค้าด้วยตนเองแทนที่สินค้าจะไปหาผู้ซื้อ สำหรับตัวสินค้าก็มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไป ก็คือ ผู้ซื้อไม่สามารถเก็บสินค้าไว้เป็นสมบัติได้ แต่ผู้ซื้อจะได้รับความรื่นรมย์ ความพึงพอใจ ความแปลกใหม่ ความสนุกสนาน ความผ่อนคลาย ความคุ้มค่าของผู้ซื้อจึงอยู่ที่ความพึงพอใจ ประทับใจ และมีการบอกเล่าถึงความประทับใจแก่ผู้อื่นเพื่อชักชวนให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

สุรเชษฐ์ เศรษฐมาลี (2541 : 2) กล่าวถึงการท่องเที่ยวว่า เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัย / ภูมิลำเนา ไปยังสถานที่อยู่ห่างไกลโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน ศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และองค์ประกอบต่าง ๆ ของสถานที่ที่เดินทางผ่านไป หรือ สถานที่ท่องเที่ยวที่เข้าไป หรือ หาประสบการณ์แปลกใหม่ ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ได้พบเห็นในชีวิตประจำวันในภูมิลำเนาของตนเองและจะต้องทำการพักค้างแรมในสถานที่นั้น ๆ

ความหมายที่แท้จริงของการท่องเที่ยวที่เป็นสากลซึ่งองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourist Organization หรือ WTO) (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ . 2542 : 4) ซึ่งเป็นเครือหนึ่งของสหประชาชาติ ได้บัญญัติขึ้น หมายถึง การเดินทางใด ๆ ก็ตามที่มีลักษณะ 3 ประการ คือ เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และต้องไม่ใช่เป็นการประกอบอาชีพหรือหารายได้

เสรี วังไพจิตร (2530 : 2-3) กล่าไว้ว่า คำว่า “การท่องเที่ยว” เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวาง นอกจากเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อ ความสนุกสนาน แต่ ยังรวมถึง การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา เพื่อหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อติดต่อธุรกิจ ตลอดจนเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง

แต่เดิมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมสำหรับชนชั้นสูงเท่านั้น เนื่องจากต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก และการเดินทางยังไม่สะดวกเท่าทุกวันนี้ แต่ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่แพร่หลายไปสู่บุคคลทุกระดับ (Mass tourism) แทบจะไม่จำกัดเพศ วัย และฐานะทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้สาเหตุที่สำคัญที่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวกันอย่างกว้างขวาง ได้แก่

- 1) การศึกษาที่สูงขึ้น
- 2) ความเจริญก้าวหน้าในด้านการคมนาคม
- 3) การติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย
- 4) สื่อโฆษณาที่มีรูปแบบต่าง ๆ
- 5) มาตรฐานการครองชีพที่สูงขึ้น
- 6) ความแออัดของเมืองใหญ่
- 7) สวัสดิการสังคมที่เปิดโอกาสให้ลูกจ้างได้มีวันหยุดพักผ่อนโดย ได้รับค่าจ้าง (Paid holiday) หรือการจัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive tour) ให้แก่พนักงานที่มียอดขายดีเด่น เป็นต้น
- 8) ปัจจุบันมีการผลิตอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ทำให้คนมีเวลาวางสำหรับพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้น
- 9) ในปัจจุบันรัฐบาลของประเทศต่าง ๆ มีการกระตุ้นให้ประชาชนตื่นตัวในเรื่องการท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากตระหนักดีว่า การท่องเที่ยวสามารถก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศชาติมากมาย

สรุป ความหมายของการท่องเที่ยวในการศึกษาค้นคว้าเรื่องนี้ หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยวภายในประเทศและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจากที่อยู่อาศัยเดิมเข้ามายังประเทศไทย เป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ เพื่อการศึกษา หรือ หารายได้ และการเดินทางนั้นก่อให้เกิดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

1.2 ความหมายของนักท่องเที่ยว

เบอร์การ์ต และเมดิลค์ (Burkart and Medilk. 1985 : 319-321) ให้ความหมายของนักท่องเที่ยว (Tourists) คือ ชนผู้เดินทางสู่จุดหมายนอกภูมิลาเนา โดยตั้งใจจะกลับภายใน 2-3 วัน 2-3 สัปดาห์ หรือ 2-3 เดือน นักท่องเที่ยวจำแนกได้เป็นหลายประเภท และหลายระดับ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางระยะเวลาในการเดินทางหรือเป็นการเยือนและเกณฑ์อื่น ๆ

นิคม จารุมณี (2535 : 85) กล่าวว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้มาเยือนใด ๆ ที่พำนักในประเทศที่มาเยือนเกินกว่า 24 ชั่วโมง โดยมีจุดประสงค์ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ เพื่อธุรกิจ การประชุม สัมมนา

ครอบครัว มิตรสหาย สุขภาพอนามัย วันหยุด พักผ่อนระหว่างการปฏิบัติหน้าที่การงานเพื่อการกีฬา เยี่ยมญาติ ศาสนกิจ การศึกษา และเพื่อความบันเทิง

กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.: 71) ให้ความหมายว่า นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ ผู้เดินทางมายังพื้นที่หนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ไม่ใช่เป็นการไปทำงานประจำ การศึกษา และไม่ใช่บุคคลท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนา หรือ ทำงานประจำ หรือ ศึกษาอยู่ในพื้นที่นั้น ผู้เดินทางจะต้องพักแรมไม่น้อยกว่า 1 คืน (แต่ไม่เกิน 90 วัน) วัตถุประสงค์ในการเดินทางอาจเพื่อใช้เวลาว่าง (การนันทนาการ การพักผ่อนวันหยุด การร่ำ วิชาสุขภาพ การศึกษา เรียนรู้ การศาสนา และการกีฬา) ธุรกิจ เยี่ยมญาติ การปฏิบัติหน้าที่ และการประชุม เป็นต้น

องค์การท่องเที่ยวแห่งโลก (World Tourism Organization: WTO) ได้ประกาศใช้คำนิยามเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เมื่อปี ค.ศ. 1968 (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2542:3) ดังนี้

Travelers หมายถึง ผู้เดินทาง นักเดินทาง นักท่องเที่ยว ซึ่งจะรวมทั้งผู้ที่สามารถจัดเก็บเป็นข้อมูลสถิติได้ และเก็บรวบรวมเป็นสถิติไม่ได้

Visitors หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มาพักค้างคืน หรือไม่พักค้างคืน ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

International tourists หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน เดินทางเข้ามาในประเทศและพำนักร้อยครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง (1 คืน) และไม่มากกว่า 60 วัน

Domestic tourists หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน อาจเป็นคนไทยหรือ คนต่างด้าวที่อยู่ในประเทศไทยเดินทางมา จากจังหวัดที่อยู่อาศัยปกติของตนไปยังจังหวัดอื่น ๆ ระยะทางที่พำนักร้อยไม่เกิน 60 วัน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2529 : 5) ยังได้ให้คำจำกัดความของผู้ที่เดินทางไปยังต่างถิ่นไว้ว่า นักท่องเที่ยว คือ ผู้ที่เดินทางไปเยือนสถานที่นั้น โดยมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ไม่ใช่การไปทำงานประจำ การศึกษา และไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือศึกษาอยู่ ณ สถานที่นั้น

สรุป ความหมายของนักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือนต่างถิ่น โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อกิจกรรมใดก็ตาม ที่ไม่ใช่เป็นการประกอบอาชีพเพื่อรายได้

1.3 ประเภทของนักท่องเที่ยว

เสรี วังสไพจิตร (2534 : 22) ได้กล่าวถึง ประเภทของนักท่องเที่ยวว่า หมายถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรสนิยมและแบบแผนการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1) นักท่องเที่ยวต่างชาติ (Foreign tourist หรือ International tourist) คือ ผู้ที่เดินทางไปเยือนประเทศใดประเทศหนึ่งอันมิใช่ประเทศที่พำนักอาศัยอยู่ตามปกติของตนและพำนักร้อยไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง

2) นักท่องเที่ยวในประเทศ (Domestic tourist) หมายถึงผู้เดินทางออกจากที่พักอาศัยไปอย่างน้อย 50 ไมล์ เพื่อติดต่อธุรกิจ และแสวงหาความเพลิดเพลินหรือวัตถุ ประสงค์อื่น ไม่ว่าจะพักค้างคืนหรือเดินทางกลับภายในวันเดียวกันก็ตาม

มีการจำแนกประเภทของนักท่องเที่ยวตามแนวความคิดของ สแตนลีย์ ซี .พล็อก (ศิริ รามสุโพธิ์. 2543: 62; อ้างอิงจาก Stanley C. Plog. 1974. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. P. 55-58) ไว้ดังนี้

- นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองเป็นศูนย์กลาง หมายถึง นักท่องเที่ยวที่คิดหรือสนใจแต่ปัญหาของตนเอง ชอบสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นที่รู้จักกันดี ไม่ต้องการ สิ่งแปลกใหม่ ชอบความเรียบง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน
- นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางสายกลาง หมายถึงนักท่องเที่ยวที่ไม่สุดโต่งไปข้างใดข้างหนึ่ง ไม่ชอบผจญภัย แต่ก็ไม่รังเกียจการทดลองสิ่งใหม่ ๆ ตราบเท่าที่ไม่ได้เสี่ยงอันตรายเกินไป หรือไม่ผิดปกติเกินไป
- นักท่องเที่ยวประเภทชอบความหลากหลายพอสมควร หมายถึง นักท่องเที่ยวประเภทที่เป็นกลุ่มที่อยู่ระหว่างกลุ่มเดินทางสายกลาง และกลุ่มที่มีความสนใจหลากหลาย
- นักท่องเที่ยวประเภทมีความสนใจหลากหลาย หมายถึง นักท่องเที่ยวประเภทที่สนใจในกิจกรรมหลากหลาย เป็นพวกที่เปิดเผย ชอบผจญภัยอย่างมาก ความอยากรู้ อยากเห็น และได้ตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของพวกเขา

1.4 ประเภทของการท่องเที่ยว

มล. ดุษฎี ชุมสาย และกนิบ พัน พรหมโยธี (2527 : 29-30) กล่าวถึง จุดประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว ไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนาน ความบันเทิง เพื่อการพักผ่อน สัมผัสวัฒนธรรม ชมกีฬาหรือแข่งขันกีฬา ใช้เวลาว่าง พักผ่อนหลังประกอบธุรกิจ เพื่อ การประชุมสัมมนา และรวมถึงการเยี่ยมญาติ

1.5 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

เดิมนั้นการท่องเที่ยวจะเป็นไปตามแหล่งท่องเที่ยวที่มีโดยธรรมชาติ ต่อมามีการพัฒนาไปเรื่อย ๆ จนถึงขั้นที่มนุษย์สร้างแหล่งท่องเที่ยวหรือดัดแปลงให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวแบบใหม่ ๆ ขึ้นมาเองเพื่อสนองกับความต้องการ อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 7 ประเภท คือ (อุษณีย์ ศรีภูมิ. 2544 : 15)

- แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน เช่น พระราชวัง เมืองโบราณ และอาคารที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ รวมทั้งอนุสาวรีย์ต่าง ๆ ด้วย

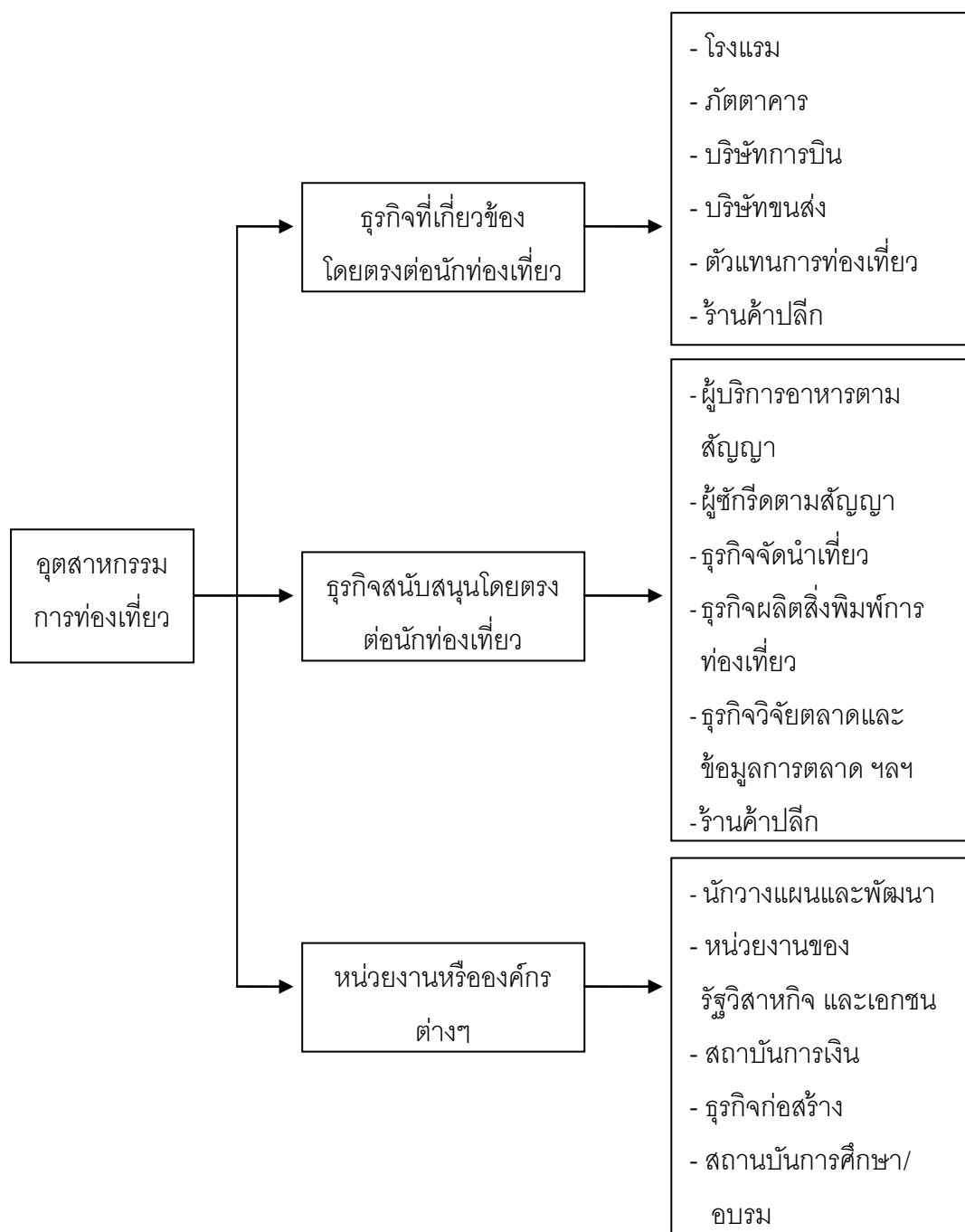
- แหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนสถาน เช่น วัด โบสถ์ เจดีย์ สุเหร่า มัสยิด ศูนย์กิจกรรมทางศาสนา สถานปฏิบัติธรรม
 - แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล ป่าไม้ ภูเขา น้ำตก น้ำพุร้อน
 - แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมและการศึกษา ได้แก่ พิพิธภัณฑ์ ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีประจำท้องถิ่น เทศกาลทำบุญ
 - แหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานเริงรมย์ เช่น โรงภาพยนตร์ โรงละคร
 - แหล่งท่องเที่ยวประเภทอุตสาหกรรมและหัตถกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องจักร
- สถาน การทอผ้า ทำร่ม เป็นต้น
- แหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เช่น สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สวนสนุก สวนกีฬา หรือย่านท่องเที่ยวอันเกิดจากกิจกรรมของประชาชน เช่น เยาวราช ศูนย์การค้า แหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดนี้อาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวถาวร คือ มีกิจกรรมท่องเที่ยวตลอดปีอย่างสม่ำเสมอ หรือแหล่งท่องเที่ยวชั่วคราวที่มีขึ้นตามช่วงเวลาที่มีเทศกาลเท่านั้น

1.6 ความหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism industry)

ความหมายของคำว่า “อุตสาหกรรม” ตามพจนานุกรม คือ การกระทำสิ่งให้เป็นสินค้า แต่ปัจจุบันมีความหมายมากกว่านั้นคือ “กิจกรรมทางเศรษฐกิจ อย่างมีระบบการพาณิชย์ หรือการผลิตสาขาใดสาขาหนึ่ง” ในสายอุตสาหกรรมการผลิต จะมีองค์ประกอบที่เห็นได้ชัด 4 ประการ คือ โรงงาน สินค้า ลูกค้า และการขนส่ง

กิจกรรมทางการท่องเที่ยวล้วนเป็นอุตสาหกรรมบริการประเภทหนึ่ง มีธุรกิจที่เข้ามาเกี่ยวข้อง 2 ประเภท คือ ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การขนส่ง สินค้าที่ระลึก โรงแรม ภัตตาคาร ขนบธรรมเนียมประเพณี วิธีการดำเนินชีวิตของประชาชน

จี, ชอยและมาเกนส์ (Gee, Choy and Makens, 1984 : 14) ได้อธิบายให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวว่าเกี่ยวข้องกับธุรกิจต่าง ๆ เช่น ธุรกิจการบิน การขนส่ง บริษัทนำเที่ยว ภัตตาคารและร้านค้าปลีกต่าง ๆ บริษัทที่ทำกรวิจัย หรือวางแผน พัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงสถาบันการเงิน บริษัทก่อสร้าง สถาบันการศึกษาและการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้อง วิชาการท่องเที่ยวและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง



ภาพประกอบ 2 แสดงความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับธุรกิจต่าง ๆ

ที่มา : Gee, Choy and James, Makens. (1984). The Travel Industry. Westport : AVI Publishing

1.7 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (นิคม จารุมณี. 2544 : 258-263) กล่าวว่า การท่องเที่ยวประกอบด้วย การจัดการธุรกิจ และการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภท ที่เกี่ยวข้อง กับนักท่องเที่ยว เช่น

- การคมนาคมขนส่ง
- ที่พักแรม
- ร้านอาหารและภัตตาคาร
- บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์
- สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว
- ร้านขายของที่ระลึกและขายสินค้าพื้นเมือง
- การดูแลความปลอดภัย
- การอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง
- การจัดบริการอื่น ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว
- การเผยแพร่โฆษณา

1.8 ความสำคัญของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism industry) เป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงิน ช่วยให้เกิด การกระจายรายได้ สร้างงาน สร้างอาชีพ เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ ช่วยสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น ช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่าง สูงสุด ส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้ แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนา และช่วยส่งเสริมสันติภาพ สัมพันธไมตรี นอกจากนี้การท่องเที่ยวยัง เป็นการพักผ่อนคลาย ความตึงเครียด พริ้วลม ๆ กับการได้รับความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่แตกต่างออกไป

1.9 ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism resource)

ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งนอกจากจะเป็นทั้งวัตถุติบและเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แล้วยังเป็นปัจจัยสำคัญที่จะขายให้แก่นักท่องเที่ยว อาจจะกล่าวได้ว่าเป็น “สินค้า” ที่มีคุณลักษณะพิเศษที่สามารถดึงดูดให้ “ลูกค้า” หรือนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา “ซื้อ” กันถึงที่ตั้งอยู่ของสินค้า (สุภาพร มากแจ้ง. 2534 : 12)

ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถจำแนกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 2 ประเภท ดังนี้

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ (Natural tourism resource) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูมิอากาศ และภูมิประเทศ เช่น ภูเขา หุบเขา แม่น้ำ ลำธาร ทะเลสาบ น้ำตก ป่า ภูเขาไฟ น้ำพุร้อน ฯลฯ ตลอดจนปรากฏการณ์ทางธรรมชาติต่าง ๆ เช่น ฤดูการอพยพของสัตว์บางชนิด หรือแหล่งอาศัยของสัตว์ ตลอดจนแหล่งพฤษชาติต่าง ๆ

2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made tourism resource) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งเป็น

2.1 ศิลปกรรม และสถาปัตยกรรม เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนสถาน อาคารบ้านเรือน ฯลฯ

2.2 วัฒนธรรม และประเพณี เช่น เทศกาล นิทรรศการ พิธีกรรม ฯลฯ

2.3 วิถีชีวิต เช่น การกินอยู่ การแต่งกาย ขนบธรรมเนียม ฯลฯ

2.4 ความเจริญก้าวหน้าและความทันสมัย เช่น ศูนย์การค้า สวนสนุก ศูนย์

วิทยาศาสตร์ โรงงานอุตสาหกรรม สถาบันการศึกษา สนามกีฬา ศูนย์สุขภาพ ฯลฯ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวแยกตามลักษณะ และความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ 3 ประการ ดังนี้

1. **ประเภทธรรมชาติ** ได้แก่ สภาพภูมิศาสตร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สละสลวยเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ทะเล เป็นต้น

2. **ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนสถาน** ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้ มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์และบอกให้ทราบถึงวัฒนธรรมที่เก่าแก่ของธรรมชาติ ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ ศาสนสถาน กำแพงเมืองอนุสาวรีย์ เป็นต้น

3. **ประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณี และกิจกรรม** เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของ พิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่น หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิตในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่ สวน พืช ผัก ผลไม้ เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวเมื่อได้ไปเยือนที่ใด ก็มักจะสนใจอยากรู้อยากเห็นในความเป็นอยู่ และความรู้สึกนึกคิดของประชาชนในท้องถิ่นที่เข้าไปเยือน ดังนั้นประชากรในท้องถิ่น จึงถือเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีส่วนสำคัญในการ สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวด้วยกัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2531 : 18)

ทรัพยากรการท่องเที่ยวนอกจากแบ่งได้ดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังสามารถแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อีกแบบหนึ่ง (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2542 : 63) คือ

1. **น้ำ** หมายถึง แหล่งธรรมชาติทุกชนิด ที่เป็นน้ำ และใกล้น้ำ เช่น ทะเล คลอง แม่น้ำ แล่ง น้ำตก อ่าว หิมะ เป็นต้น ทรัพยากรประเภทนี้มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตเป็นอย่างยิ่ง นอกจากประโยชน์โดยตรงแล้ว ยังก่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวอีกหลายอย่าง เช่น

1.1 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติ และพักผ่อนหย่อนใจ เช่น เชื่อนกัสน้ำ ทำเทียม เรือขนาดใหญ่ แวนหินปะการัง ถ้ำหินงอกหินย้อย น้ำพุร้อน เป็นต้น

1.2 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เช่น พิพิธภัณฑ์ ภัณฑสถานแห่งชาติ นาเกลือกังหันลม เรือประมง อุโมงค์ลอดใต้ทะเล

1.3 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพ เช่น แหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ

2. **พื้นดิน** หมายถึง แหล่งธรรมชาติทุกชนิดที่เป็นดิน เช่น ป่าไม้ ไร่ นา สวนป่า สวนสาธารณะ ภูเขา อุทยานแห่งชาติ พื้นที่สีเขียว และพื้นดินทุกประเภทที่ได้รับการเพาะปลูกปรับปรุง ตกแต่งเพื่อผลทางเศรษฐกิจ ตลอดจนฝูงสัตว์ นก พันธุ์ไม้ ดอกไม้ เป็นต้น กิจกรรมท่องเที่ยวที่จัดขึ้น ประเภทนี้ให้ทั้งความเพลิดเพลินและเพื่อการศึกษา

3. **อารยธรรม ศิลปกรรม วัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์** วิถีความเป็นอยู่ของประชาชน จะเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าไปเยือนถิ่นต่างๆ เช่น ประเทศที่พัฒนาแล้วอารยธรรม เทคโนโลยี และความเป็นอยู่สมัยใหม่ก็จะเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่กำลังพัฒนา ส่วนนักท่องเที่ยวจากประเทศที่พัฒนาแล้วก็มักจะนิยมเดินทางไปดูอะไรเก่า ๆ ในประเทศที่กำลังพัฒนา หรือด้อยพัฒนาเช่นกัน

การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้าไปยังท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง ย่อมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือส่งผลกระทบต่อ องค์ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจแบ่งได้ 3 ด้าน คือ (วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี. 2529 : 82-88)

1. ด้านเศรษฐกิจ เช่น ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านอาชีพ รายได้ หรือการนำเอา ทรัพยากรของท้องถิ่นมาใช้

2. ด้านสภาพแวดล้อมและสังคม การพัฒนาการท่องเที่ยวเข้าไปในท้องถิ่นอาจ มีผลให้ วิธีการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่นเปลี่ยนแปลงไป เช่น มีลักษณะของความเป็นเมืองมากขึ้น ซึ่งอาจ ก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมตามมา ถ้าหากไม่ได้เตรียมการล่วงหน้าที่ดี

3. ด้านวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ก่อ ให้เกิดการ อนุรักษ์ พื้นฟูศิลปะ และประเพณีเก่าแก่ของท้องถิ่น หรืออาจเป็นตัวการทำลายค่านิยม วัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามให้ด้อยค่าลงไปได้ โดยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของนักท่องเที่ยว และตัวเจ้าของ ท้องถิ่นเอง

2. นโยบายด้านการท่องเที่ยว และทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน

2.1 นโยบายของรัฐบาลไทยด้านการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว คือ หนทางสำคัญของการนำรายได้ กระแสเงินสดเข้าสู่ประเทศ ดังนั้น รัฐบาลจึงมีนโยบายในการส่งเสริมคุณภาพ และยกระดับมาตรฐานของการให้บริการท่องเที่ยว ดังนี้

1) ด้านการพัฒนาภาคบริการ โดยการปรับปรุงและพัฒนา ปัจจัยพื้นฐานอันจำเป็นต่อการเพิ่มประสิทธิภาพ และส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการไทย ทั้งด้านการผลิต การให้บริการ เทคโนโลยี และโครงสร้างพื้นฐาน จัดให้หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องร่วมกันพัฒนา ยุทธศาสตร์ เพื่อให้มีการใช้ศักยภาพภาคบริการอย่างเต็มที่ รวมถึงพัฒนาผู้ประกอบการด้านบริการให้มีความรู้ ทักษะ ทั้งมาตรฐานการบริการ และการจัดการ

2) ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก สร้างกิจกรรมท่องเที่ยว ทั้งภายในและระหว่างประเทศ ยกย่องประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการประชุม การสัมมนา และการแสดงสินค้านานาชาติของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พัฒนา บุธนะ พื้นฟูมรดก และทรัพยากรทางวัฒนธรรม รักษาแหล่งท่องเที่ยว และวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม เพิ่ม การอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

จากการประชุม Globe'90 ณ ประเทศแคนาดา (1990) ได้ให้คำจำกัดความ การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable tourism) หมายถึง การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่น โดยมีการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทาง เศรษฐกิจ สังคม และความงามของสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และระบบนิเวศ

เซอร์ลีย์ อีเบอร์ (Shirley Eber, 1992) จากบทความเรื่อง "Beyond the Green Horizon" ในหนังสือ Principles for Sustainable Tourism ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนไว้ว่า กิจกรรมการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคต ที่ดำเนินการอยู่ภายในขอบเขต หรือขีดความสามารถของทรัพยากรธรรมชาติ ที่จะสามารถฟื้นฟู และสร้างผลผลิตใหม่ได้ในอนาคต ประชาชนในพื้นที่การท่องเที่ยว นั้น มีสิทธิอันเท่าเทียมใน ส่วนแบ่งของผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอันเกิดจากการท่องเที่ยว และไม่ไปขัดกับความปรารถนาของชุมชนในท้องถิ่น และประชาชนในพื้นที่ท่องเที่ยว

เอ็มมานูเอล เดอ แคดท์ (Emanuel de Kadt, 1990 : 1-21) จากเอกสารเรื่อง “Making the Alternative Sustainable: Lessons from Development for Tourism” ได้กล่าวถึงลักษณะของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนว่า เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศ วัฒนธรรม หรือวิถีชีวิตของชุมชน หลีกเลี่ยงผลกระทบเชิงลบของการพัฒนาการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ จึงเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวในขนาดเล็ก โดยการจัดการของคนในชุมชนท้องถิ่น ซึ่งจะก่อให้เกิดผลกระทบทางลบ ทั้งทางสังคม และวัฒนธรรมน้อยกว่าการท่องเที่ยวแบบมวลชน และยังก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนในชุมชนท้องถิ่นอีกด้วย

จากการประชุมสหประชาชาติ ว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (The United Nation Conference on Environment and Development) หรือการประชุม Earth Summit ที่กรุงริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล เมื่อเดือนมิถุนายน 2535 ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนว่า เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมทุกรูปแบบ ไม่ว่าจุดหมายปลายทางจะเป็นที่ใด จะเป็นกลุ่มใหญ่ หรือกลุ่มขนาดเล็ก ทั้งในเมืองและในชนบท

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีเป้าหมายการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เป็น การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable tourism development) โดยการบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียภาพ โดยการใช้ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม อันมีคุณค่าอย่างรอบคอบ และชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ดั้งเดิมได้ในระยะเวลานานที่สุด เกิดปัญหา และผลกระทบน้อยที่สุด ขณะเดียวกันคุณภาพของทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมจะต้องดีขึ้น แม้ว่านักท่องเที่ยวจะเพิ่มมากขึ้นก็ตาม

จำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2544 : 9) ได้ให้หลักการของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนไว้ว่า

- อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using resource sustainably)
- ลดการบริโภคที่มากเกินไป และการลดของเสีย (Reducing over consumer and waste)
- รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของ ทรัพยากรท่องเที่ยว (Maintaining diversity)
- พัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ และการพัฒนาท้องถิ่น
- พิจารณากิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น (Supporting local economics) ด้านราคาและคุณค่าของสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดการประหยัด และยังรักษาสิ่งแวดล้อม
- การมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (Involving local communities) เพื่อช่วยยกระดับคุณภาพการจัดการการท่องเที่ยว

- ปรีกษาหารือกันระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กร และสถาบันที่เกี่ยวข้อง (Consulting stakeholders and the public) เพื่อร่วมกันแก้ปัญหา และลดความขัดแย้งในผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน

- ฝึกอบรมบุคลากร (Training staff) เพื่อยกระดับของการบริการการท่องเที่ยว
- การตลาดที่จัดเตรียมข้อมูลข่าวสาร (Marketing tourism responsibly) เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเคารพในทรัพยากรการท่องเที่ยว และจะยกระดับความพอใจของนักท่องเที่ยว
- วิจัยและติดตามตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ (Undertaking research) เพื่อแก้ปัญหา และเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และนักลงทุน

นอกจากนี้ บทความเรื่อง “Tourism and Environment: Maintaining the Balance” ซึ่งจัดทำโดย United Kingdom' Department of the Environment ได้กล่าวถึงหลักการ การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนไว้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ควรได้รับการจัดการอย่าง เหมาะสม ทั้งกิจกรรมและการพัฒนาการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงธรรมชาติและเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ ควรประสานความตองการของนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่นให้สอดคล้องกลมกลืนกัน ไม่ควรก่อให้เกิดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ คุณค่าที่แท้จริงของสิ่งแวดล้อม นั้น มีค่ามากกว่าผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมากมายนัก ดังนั้น ประโยชน์ที่อนุชนรุ่นหลังจะได้รับจากสิ่งแวดล้อม และการดำรงอยู่ของสิ่งแวดล้อมในระยะยาว จะต้องไม่ถูกทำให้เสียหายด้วยการจัดการที่คำนึงถึง แต่ผลประโยชน์เฉพาะหน้าระยะสั้น ๆ

จากแนวความคิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ดังกล่าว เห็นได้ว่าเป็นการมุ่งเน้นให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมปรับสภาพการจัดการเพื่อเข้า สู่ยุคใหม่ของกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลง ขอบเขตของการพัฒนา จึงครอบคลุมทุกองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการบริการ ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม จะต้องไม่มีหรือมีน้อยที่สุด มีแต่การจัดการที่ยั่งยืนเท่านั้น จึงจะสามารถคงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไว้ได้

2.3 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) (2539 : 64-65) กำหนดนโยบายหลักในการปฏิบัติงานไว้อย่างชัดเจนและประกาศอย่างเป็นทางการ โดยนโยบายหลักทั้ง 8 ประการของ ททท. คือ

- ส่งเสริม ชักจูง ให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางมาสู่ประเทศไทยเพื่อให้ได้เงินตราต่างประเทศ เข้าเพิ่มพูนเศรษฐกิจส่วนร่วมโดยริบด่วน
- ขยายแหล่งท่องเที่ยวให้กระจายไปในท้องถิ่น เพื่อเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้ถึงประชากรในทุกภูมิภาค

- อนุรักษ์และฟื้นฟูสมบัติ วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมเพื่อให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยไว้ให้ยั่งยืนที่สุด
- พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน นที่ดี เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนให้มากขึ้น
- เพิ่มความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศให้สามารถเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางต่าง ๆ ในประเทศ ด้วยความมั่นใจในความปลอดภัยของร่างกาย ทรัพย์สินของตนเองและหมู่คณะ
- ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยภายในประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ มีรายได้น้อยและเยาวชน เพื่อเป็นการเพิ่มสวัสดิการด้านการท่องเที่ยวแก่คนไทย
- เสริมกำลังคนที่เป็นคนไทย เข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มากที่สุด
- ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอันเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

นโยบายหลักทั้ง 8 ประการ ดังกล่าว เป็นนโยบายมุ่งเน้นให้การท่องเที่ยว มีพัฒนาการที่ยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งนโยบาย ข้อ 2, 3 และ 8 คือ นโยบายที่มุ่งให้มีการประสานความเจริญทางเศรษฐกิจกับการสงวนรักษา และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติไว้ โดยยินยอมให้ใช้ประโยชน์แต่พอสมควร เพื่อรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์และทรัพยากรเพื่อคนรุ่นหลังต่อไป

2.4 สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย

สถานภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศในระยะเวลาที่ผ่านมา นั้น อยู่บนพื้นฐานของการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างสมบูรณ์ โดยมุ่งเน้นไปทางด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติทั้งทาง ทะเล การท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติต่าง ๆ มีการให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ตามประเพณีในช่วงเทศกาลและโอกาสสำคัญต่าง ๆ รวมถึงการลดราคาเพื่อดึงดูดและเพิ่มปริมาณจำนวนของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ในทางกลับกัน ทรัพยากร ธรรมชาติเหล่านั้นไม่ได้รับการดูแลฟื้นฟูอย่างเหมาะสมกับการเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยว ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นทรุดโทรมลงอย่างรวดเร็วซึ่งเป็นปัจจัยให้การท่องเที่ยวไทยไม่พัฒนาไปมากอย่างที่ควร

ยังมีปัจจัยลบหลายประการที่คอยฉุดรั้งการขยายตัวของการท่องเที่ยว ของประเทศ ไม่ว่าจะเป็น เหตุการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ทวีความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ความไม่แน่นอนทางการเมือง การชุมนุมทางการเมืองเพื่อขับไล่ผู้นำรัฐบาล นักท่องเที่ยวไม่มีความมั่นใจเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของตน จนเป็นเหตุให้ นักท่องเที่ยวบางส่วนงดและ /หรือชะลอการเดินทางเข้า มาท่องเที่ยวในไทย ตลอดจนภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น สึนามิ ส่งผลให้แหล่ง

ท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้รับความเสียหาย วิกฤตเศรษฐกิจทำให้ การปรับตัวแข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่องของเงินบาทเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์ ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มสูงขึ้น นักท่องเที่ยวต่างชาติอาจชะลอหรือยกเลิกการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทย และเปลี่ยนการเดินทางไปเที่ยวยังประเทศอื่นที่มีค่าเงินอ่อนกว่าของไทย

ปัญหาการหลอกลวงและเอาเปรียบนักท่องเที่ยว จากผู้ประกอบการธุรกิจบางรายที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว เช่น ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญ ที่ขายโปรแกรมท่องเที่ยวในราคาต่ำกว่าทุน แล้วบังคับให้ซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวอื่นในราคาแพงขึ้น ปัญหาการขายสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติในราคาสูงกว่าปกติ ซึ่งมักเกิดขึ้นอยู่เสมอ และยังไม่ได้รับการแก้ไขอย่างจริงจังจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ขณะที่บทลงโทษผู้กระทำความผิดยังอ่อนและไม่เด็ดขาด เหล่านี้ได้ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวไทยตลอดมา ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมีทัศนคติเชิงลบต่อการท่องเที่ยวไทย จนลดและ/หรืองดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งฮ่องกงและสิงคโปร์ ซึ่งเป็นประเทศคู่แข่งอันดับต้นๆ ที่มีการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศของตนอยู่เสมอ แล้วนั้น ปัจจุบัน ยังมีจีน มาเลเซีย และเวียดนาม ที่ถือได้ว่าเป็นประเทศคู่แข่งรายใหม่ ซึ่งเริ่มหันมาให้ความสำคัญและรุกตลาดการท่องเที่ยว โดยมีการทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในตลาดต่างประเทศอย่างเต็มที่ และสามารถเข้ามาเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในกลุ่มประเทศแถบภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกได้มากขึ้น ส่งผลให้ไทยมีคู่แข่งมากขึ้นที่เข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวไป

ปัจจัยลบเหล่านี้ส่งผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศเกิดการชะลอตัวอย่างต่อเนื่องซึ่งมีผลทำให้เศรษฐกิจของประเทศไม่สามารถขยายตัวได้ตามเป้าหมายที่วางเอาไว้

3. ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว

3.1 ปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว

ปัจจัยพื้นฐานที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมี 4 ประการ คือ

1) สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบสำคัญ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และการให้ความบันเทิง

1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คือ พื้นที่ที่มีความสวยงาม น่าประทับใจดึงดูดใจซึ่งเกิดจากลักษณะและสถานที่ทางธรรมชาติ เช่น อ่าว แหล่ม เกาะ หน้าผา ภูเขา น้ำตก ป่าไม้ ฯลฯ นอกจากนั้นความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเหล่านี้ยังเกิดจาก ภูมิอากาศ เช่น พื้นที่ที่มีอากาศหนาวเย็นจะมีดอกไม้สวยงาม ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว

1.2 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งเกิดจากวิถีชีวิตหรือประเพณีของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ อาจแสดงออกในรูปแบบของศาสนา ความเชื่อ ทั้งจากอดีตและปัจจุบัน เช่น ประเพณีการแห่ผีตาโชน ประเพณีบุญบั้งไฟ ประเพณีลอยกระทง ประเพณีชักพระ ฯลฯ

1.3 แหล่งบันเทิง หมายถึงสถานที่ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว เช่น สวนสัตว์ สวนสนุก ห้างสรรพสินค้า รวมถึงแหล่งบันเทิงยามราตรี นอกจากนั้นยังรวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่ดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น การแข่งขันฟุตบอลโลก การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก มหกรรมการแสดงต่าง ๆ

2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว ได้แก่

2.1 ที่พัก ที่พักมีหลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ หรือที่พักลักษณะอื่น ๆ เช่น พักกับญาติ หรือ เพื่อน

2.2 ร้านอาหารและเครื่องดื่ม การบริการด้านร้านอาหารนั้นมีหลายประเภท เช่น ร้านอาหารสากล ร้านอาหารพื้นเมือง ร้านอาหารที่จัดตามเทศกาล เช่น เทศกาลอาหารนานาชาติ เทศกาลอาหารยุโรป เทศกาลอาหารญี่ปุ่น

2.3 สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านสะดวก ก่อซื้อ ร้านซักรีด ร้านบริการอินเทอร์เน็ต สปา สถานพินันทนาการ ฯลฯ เป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการอำนวยความสะดวกสบายให้นักท่องเที่ยว ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวควรจัดให้เพียงพอกับความต้องการ

2.4 ระบบสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภค สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว ทั้งในด้านการติดต่อสื่อสาร การเดินทาง การทำธุรกรรมต่าง ๆ ระหว่างที่เดินทางมาท่องเที่ยว สิ่งจำเป็นพื้นฐานเหล่านี้ยังก่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนและประชาชนท้องถิ่นอีกด้วย

3) การขนส่ง (Transportation) การท่องเที่ยวเกิดจากการที่ประชาชนต้องการเดินทางไปสู่สถานที่ซึ่งมีความแตกต่างในด้านวัฒนธรรม ภูมิอากาศ และภูมิประเทศ เพื่อสัมผัสสิ่งที่แปลกออกไปจากประสบการณ์เดิม ดังนั้น การขนส่งจึงเป็นสิ่งที่สำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว สะดวกสบาย และปลอดภัย การเดินทางของนักท่องเที่ยวไม่ได้วัดในรูปแบบของระยะทาง แต่วัดด้วยเวลาของการเดินทางไปถึง แม้ว่าระยะทางไกลถ้าสามารถประหยัดเวลาในการเดินทาง นักท่องเที่ยวก็พร้อมที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ

4) การต้อนรับ (Hospitality) เป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับประเทศเจ้าบ้าน ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวนั้นคาดหวังว่าจะเกิดความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว การบริการ รวมถึงการต้อนรับที่ดีจากประชาชนและพนักงานบริการในพื้นที่นั้น ๆ ดังนั้น การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ จะต้องคำนึงถึงความสำคัญในข้อนี้ด้วยเช่นกัน

3.2 ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความต้องการการท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวมีหลายประการสามารถจำแนกออกได้ดังนี้

1) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic factors) สภาพเศรษฐกิจของท้องถิ่นและประเทศมีผลกระทบต่อการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ปัจจัยทางเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่ทำให้ระบบอุปสงค์แตกต่างกัน เช่น ประเทศที่มีเศรษฐกิจดีย่อมเอื้ออำนวยให้คนเดินทางมากขึ้น เพื่อไปเจรจาติดต่อธุรกิจ ไปประชุม ไปศึกษาหาความรู้ หรือไปพักผ่อน การซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกระทำได้ในปริมาณที่สูงตามอำนาจการซื้อ (Purchasing power) ในขณะที่ประเทศกำลังพัฒนาหรือประเทศที่เศรษฐกิจยังไม่ดี จะทำให้นักท่องเที่ยวมีอำนาจการซื้อต่ำ และไม่ใช่เป้าหมายหลักทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องพัฒนารูปแบบของการบริการ และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมาะสมกับสภาพและฐานะของกลุ่มลูกค้าที่มีเศรษฐกิจที่ดี และมีอำนาจการซื้อสูง

2) ปัจจัยทางสถิติประชากรศาสตร์ (Demographic factors) ลักษณะของประชากร ได้แก่ ขนาดและองค์ประกอบของครอบครัว อายุ เพศ การศึกษา ประสบการณ์ ระดับรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ สัญชาติ ซึ่งโดยรวมแล้วจะมีผลต่อรูปแบบของความต้องการและปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

3) ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic factors) ลักษณะภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกันย่อมมีส่วนกำหนดลักษณะความต้องการของนักท่องเที่ยวให้แตกต่างกันไป ด้วย เช่น นักท่องเที่ยวที่มา จากประเทศที่มีอากาศร้อนย่อมมีความต้องการที่จะไปเที่ยวในประเทศที่มีอากาศเย็น นอกจากนั้นลักษณะภูมิประเทศยังมีส่วนดึงดูดและจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา เช่น นักท่องเที่ยวที่นิยมการผจญภัย เช่น ปีนเขา กระดานไต่คลื่น หรือเดินป่า ก็จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศที่มีลักษณะตามความต้องการนั้น ๆ

4) ปัจจัยทางวัฒนธรรมสังคม (Socio-cultural factors) ลักษณะทางสังคม วัฒนธรรม และทัศนคติของแต่ละท้องถิ่นสามารถกำหนดรสนิยม ค่านิยม ปริมาณ ระดับและรูปแบบของการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้

5) ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย (Political and regulatory factors) การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง และระเบียบกฎหมายต่างๆของประเทศอาจทำให้การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงและอาจทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน เนื่องจากมีความรู้สึกปลอดภัยหรือไม่ปลอดภัยในการจะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น สายการบินต้องระงับเส้นทางบินชั่วคราว อัตราการเข้าพักโรงแรม ลดลง จนอาจต้องปลดพนักงาน การท่องเที่ยวภายในประเทศลดลง นอกจากนี้ประเทศที่มีกฎหมายเกี่ยวกับ

การท่องเที่ยวย่อมสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวได้ว่าจะได้รับการบริการที่มีมาตรฐาน ไม่ถูกหลอกลวงและได้รับสิทธิการคุ้มครองการบริโภคด้วย

6) ปัจจัยทางสื่อสารมวลชน (Mass media communication factors) ข้อมูลข่าวสารทุกชนิดจากสื่อมวลชนสามารถสร้างความเชื่อถือ มั่นใจ ไม่มั่นใจ รวมถึงจูงใจในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ช่วยสร้างความรู้จัก คำนึง การต่อต้าน หรืออยากรู้ อยากเห็นมากขึ้น และช่วยในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สื่อเหล่านี้อาจมาจาก สื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของทั้งภาครัฐและเอกชน งานนิทรรศการต่าง ๆ ที่จัดขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดการตัดสินใจ

7) ปัจจัยทางการเปรียบเทียบราคา (Comparative prices) การเปรียบเทียบราคาการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวมีอุปสงค์แตกต่างกัน โดยการเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์กับบริษัทที่เป็นคู่แข่ง หรือกับราคาของปีก่อนหน้านี้ ราคาจะแสดงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ประกอบกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมที่กล่าวก่อนหน้านี้แล้วทำให้อุปสงค์แตกต่างไปจากเดิม

8) ปัจจัยทางเทคโนโลยีการสื่อสารและคมนาคมขนส่ง (Technology of communication and transportation) เทคโนโลยีการสื่อสารและคมนาคมขนส่งสามารถอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก นักท่องเที่ยวจะสามารถได้รับการบริการที่สะดวกสบาย รวดเร็วและชัดเจน เช่น การออกบัตรโดยสารเครื่องบิน การเข้าพัก (Check in) การคืนห้องพัก (Check out) ของโรงแรม เทคโนโลยีเหล่านี้ย่อมแสดงถึงระดับมาตรฐานในการให้บริการซึ่งจะช่วยให้ นักท่องเที่ยวตัดสินใจที่จะเลือกใช้บริการได้มากขึ้น

4. ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจและความต้องการ

4.1 ความหมายของความพึงพอใจ

วีรูม (Vroom. 1964 : 99) อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะคำสองคำนี้ หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น ๆ และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

แชปปลิน (Chaplin. 1968 : 437) อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของผู้ที่มารับบริการตามประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อ ขอรับบริการในสถานที่นั้น ๆ

มอส (Morse. 1953 : 27) อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพจิตใจที่ปราศจากความเครียด ทั้งนี้ เพราะ ธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนอง

ทั้งหมด หรือบางส่วน ความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น และในทางกลับกัน ถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียด และความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

วูดแมน (Wolman. 1973 : 384) อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึก ความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย ความต้องการ หรือแรงจูงใจ

ซูซีฟ อ่อนโคสูง (2522 : 108) อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่คนเรามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ต้องมีประสบการณ์ บุคคล วัสดุสิ่งของหรือสถานที่ โดยที่บุคคลมีความพึงพอใจต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ต้องมีประสบการณ์โดยตรงหรือโดยอ้อมต่อสิ่งนั้นมาก่อน

กิติมา ปรีดิolk (2524 : 321) อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ชอบหรือพอใจของบุคคลที่มีต่อองค์ประ กอบหรือสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ และบุคคลนั้นได้รับการตอบสนองตามความต้องการของเขาได้

ดิเรก ฤกษ์สาหร่าย (2527 : 35) อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติในทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นความพึงพอใจในการปฏิบัติต่อสิ่งนั้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2535 : 5) อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความสามารถของผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป้าหมาย

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2541 : 59) อธิบายไว้ว่า ความพอใจภายหลังการซื้อ คือ การที่ผู้บริโภคได้ประเมินผลการใช้สินค้าแล้วพบว่าให้ผลตามที่คาดไว้หรือเกินกว่าที่คาดไว้

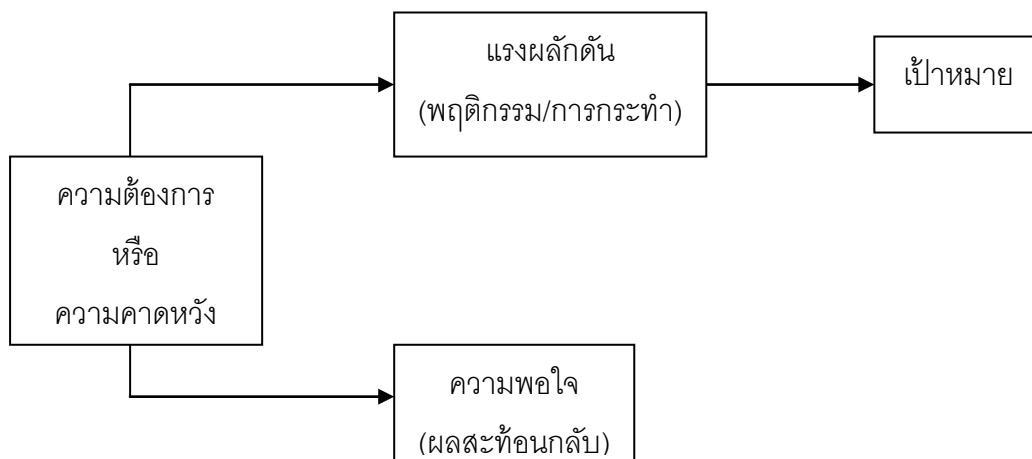
ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541 : 45) อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ กับ ความคาดหวังของลูกค้า

คอตเลอร์ และ อาร์มสตรอง (วารุณี ต้น ติวศ์วานิช และคณะ 2545 : 7; อ้างอิงจาก Kotler & Armstrong.2001.Principle of Marketing.9 th ed.) อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง คุณค่าที่รับรู้จากการใช้ผลิตภัณฑ์เมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่ผู้ซื้อคาดหวัง ซึ่งหากผลประโยชน์ที่ได้รับต่ำกว่าสิ่งที่ผู้ซื้อคาดหวัง ผู้ซื้อจะรู้สึกไม่พอใจในผลิตภัณฑ์นั้น ในทางตรงกันข้ามหากผลประโยชน์ที่ได้รับสอดคล้องหรือเกินกว่าสิ่งที่ผู้ซื้อคาดหวัง ผู้ซื้อจะรู้สึกพอใจ หรือ ประทับใจในผลิตภัณฑ์นั้น

ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ (2538 : 9) กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกทางบวก ความรู้สึกทางลบ และความสุขที่มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

มุลินส์ (mullins. 1985 : 280) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเจตคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ หลากๆ ด้าน เป็นสภาพภายในที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึก ของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงาน ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ เกิดจากมนุษย์จะมีแรงผลักดันบางประการในตัวบุคคลซึ่งเกิดจาก

การที่ตนเองพยายามจะบรรลุถึงเป้าหมายบางอย่าง เพื่อที่จะสนองตอบต่อความต้องการ หรือความคาดหวังที่มีอยู่ และเมื่อบรรลุเป้าหมายแล้วจะเกิดความพอใจ เป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้น เป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีก รายละเอียดดังปรากฏต่อไปนี้



ภาพประกอบ 3 การเกิด “ความพอใจ” ของบุคคล

ที่มา : Mullins, Laurie j. (1985). *Management and organization behavior*. London : Pitman

เสรี วงษ์ไพบจิตร (2534 : 15) ความพึงพอใจคือ การเดินทางท่องเที่ยวและความประทับใจในสิ่งที่ได้พบเห็น ก็ได้สร้างความสุข ความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับบุคคล ดังนั้น จึงได้มีการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อพยายามที่จะแสวงหาความสุขให้กับตนเอง

มารีนา รัฐะฐาน (2544 : 10) ความพึงพอใจ คือ สภาพอารมณ์ ความรู้สึก ซึ่งจัดเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของแต่ละบุคคล ซึ่งบางครั้งมองเห็นได้ยาก

มีงษ์วิญญ์ กัลยะ (2544 : 8) ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหน้าที่ของการปฏิบัติงานที่ยอมรับ หรือรับรู้ของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ และความคาดหวังของลูกค้าด้วยเหตุที่ความพอใจในระดับสูงนำไปสู่ ความภักดีของลูกค้า ในระดับสูงขึ้น ทำให้องค์กรหลายแห่งมุ่งไปที่การ สร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ซึ่งคุณภาพสูงสุดจะเป็นกุญแจสำคัญสู่การ สร้างมูลค่าและการสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้า

เอกอนันต์ ศรีเปารยะ (2541 : 5) ความพึงพอใจในงานเป็นเรื่องเกี่ยวกับความรู้สึก ที่ดีหรือทัศนคติในทางบวกต่อบัณฑิตต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงาน

สาธิตา สุรวงศ์เดชา (2541 : 5) ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้น แต่ทั้งนี้ ความพึงพอใจของบุคคลย่อมมีความแตกต่างกัน ขึ้นกับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับ

ธนาภรณ์ เมทนีสุดดี (2543 : 14) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก ความชอบความพอใจ และความต้องการของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ต้องการ

จากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ อาจกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจของบุคคลจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองในระดับหนึ่ง เมื่อเกิดความต้องการบุคคลจะตั้งเป้าหมายเพื่อให้บรรลุความต้องการ ความพึงพอใจของบุคคลจะแตกต่างกันตามสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และลักษณะส่วนบุคคล

4.2 ทฤษฎีความต้องการ

นภัสกร วรนิธิปริชา (2541 : 92) กล่าวถึงทฤษฎีความต้องการของแอบราฮัม มาสโลว์ (Abraham H. Maslow) ไว้ว่า มีความต้องการเรียงลำดับความสำคัญ จากสำคัญมาก (ขาดไม่ได้) ไปถึงขั้นอื่น ๆ 5 ขั้น ดังนี้

1) ความต้องการด้านร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการด้านพื้นฐาน เป็นความต้องการด้านปัจจัย 4 คือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ที่อยู่อาศัย เป็นความต้องการลำดับแรกที่ต้องได้รับการตอบสนอง

2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) เช่น ความมั่นคงในการทำงาน ความต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการความปลอดภัยจากอันตรายต่าง ๆ

3) ความต้องการด้านสังคม (Social needs) ต้องการความรักและการยอมรับ (Love and belongingness needs) เช่นความต้องการทั้งในแง่ของการให้และการได้รับซึ่งความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ

4) ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) ความนับถือ (Recognition) และสถานะ (Status) จากสังคม ตลอดจนเป็นความพยายามที่จะให้มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่น เช่น ความต้องการได้รับการเคารพนับถือ ความสำเร็จ ความรู้ ศักดิ์ศรี ความสามารถ สถานะที่ดีในสังคม และมีชื่อเสียงในสังคม

5) ความต้องการประส บความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self – actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดสามารถบรรลุความต้องการในขั้นนี้ จะได้รับการยกย่องเป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความต้องการที่เกิดจากความสามารถทำทุกสิ่ง ทุกอย่างได้สำเร็จ นักร้อง หรือ นักแสดงที่มีชื่อเสียง เป็นต้น นักการตลาดจะต้องพยายามศึกษาถึงความต้องการในแต่ละขั้นตอน

ของมนุษย์ พิจารณาว่าผลิตภัณฑ์ จะสามารถสนองความต้องการอะไรบ้าง แล้วใช้เครื่องมือการตลาดต่าง ๆ เพื่อจูงใจผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ของบริษัท

นอกจากความต้องการ 5 ขั้ดังกล่าว มาสโลว์ยังได้เพิ่มความต้องการ ซึ่งมีความสำคัญต่อภาวะจิตใจอีก 2 ขั้ ได้แก่

1) ความต้องการที่จะได้ทราบและได้เกิดความเข้าใจ (The need to know and understand) ทำให้มนุษย์แสวงหาคำตอบ เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น

2) ความต้องการความสวยงาม (The need for aesthetic satisfaction) ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรมแสวงหา สร้างสรรค์และบำรุงรักษาสีสิ่งสวยงาม ชื่นชมสิ่งสวยงาม ทั้งที่เป็นธรรมชาติและศิลปะตามรสนิยมของตน

4.3 ความต้องการของนักท่องเที่ยว (The requirement of the tourists)

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2544 : 19) ให้ความหมายของอุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism demand) ว่า หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ หรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของตน โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการมีอำนาจซื้อและความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดในเวลานั้น ๆ ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงย่อมหมายถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวด้วย

ความต้องการในการท่องเที่ยวนั้นเกิดจากหลายเหตุผล นักท่องเที่ยวจึงต้องเลือกไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ ตรงกับจุดประสงค์ของตน เหมาะกับงบประมาณที่จะใช้จ่ายให้คุ้มค่ากับความ สุขและความประทับใจที่รับมา (Stephen J Page and et al. 2001 : 59) แหล่งท่องเที่ยวที่จะเป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลาย ๆ อย่างผสมกันเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้งในด้านความสวยงามของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural resources) ความน่าประทับใจในสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Facilities) ทั้งในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด หรือบริการอื่นๆ ปัจจัยพื้นฐานในเรื่องระบบการสื่อสาร สาธารณูปโภค การขนส่ง และการต้อนรับอย่างมีไมตรีต่อนักท่องเที่ยว (ฐิติทิฐิ ฐชาติ. 2546 : 32)

ความต้องการของนักท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้ (Mathieson and Wall. 2546 : 16-17)

1) ความต้องการปัจจุบัน (Actual demand) หมายถึง ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว มีความพร้อม และเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในขณะนั้น นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการประเภทนี้พร้อมที่จะซื้อสินค้าและบริการ และเดินทางทันที

2) ความต้องการที่มีแนวโน้ม (Potential demand) หมายถึงนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเดินทางเพราะมีความต้องการอยู่แล้ว แต่ขาดองค์ประกอบอื่นเช่น เงิน เวลา และการจัดการเพื่อการเดินทาง ซึ่งความต้องการแบบนี้สามารถโน้มน้าวให้เป็น Actual demand ได้โดยอาศัยการพัฒนาการให้บริการและระบบการตลาดของธุรกิจนำเที่ยว

3) ความต้องการที่อาจเกิดขึ้นได้ (Deferred demand) ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในส่วนลึกของจิตใจทุกคน แต่ไม่มีความรู้หรือไม่มีข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่น่าสนใจ ความต้องการเช่นนี้อาจชักจูงให้เกิดขึ้นได้โดยอาศัยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เทคนิคการขาย การอำนวยความสะดวกในการติดต่อต่าง ๆ ตลอดจนพัฒนาระบบข้อมูล ก็อาจกระตุ้นให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวได้โดยไม่ยากนัก

นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มการเดินทางที่เป็นส่วนตัวมากขึ้น ต้องการที่พักที่สะดวกสบาย เรียบง่ายและสะอาด สนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะเฉพาะตัวมากขึ้น เช่น การล่องแพ ใต้เขา ความต้องการการท่องเที่ยวและพักผ่อนมีมากมายหลายรูปแบบ และมีความต้องการใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2544 : 19) กล่าวว่าข้อมูลความต้องการการท่องเที่ยวที่นิยมศึกษากันสามารถจำแนกออกเป็นดังนี้

1) จำนวนนักท่องเที่ยว ทั้งภายในท้องถิ่น ภายในประเทศ และระหว่างประเทศ การสำรวจการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของลูกค้านับเป็นงานสำคัญของธุรกิจนอกเหนือไปจากการสำรวจเพื่อทราบความต้องการเฉพาะ

2) รายได้จากการท่องเที่ยว หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าพาหนะ ค่าเข้าชม ค่าสินค้าของที่ระลึก และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

3) วันพักเฉลี่ย เพื่อกำหนดกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสม และสามารถทำให้เพิ่มจำนวนวันพักซึ่งเป็นผลให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

4) การเพิ่มขึ้นของอุปทานการท่องเที่ยว เช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมไปมาก หรือต้องการอยากจะไป ห้องพัก บริษัทนำเที่ยว เที่ยวบิน มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทั้งในและนอกช่วงฤดูการท่องเที่ยว

ความต้องการการท่องเที่ยวเป็นตัวผลักดันที่สำคัญที่ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจย่อยต่าง ๆ ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรมที่พัก สายการบิน บริษัทนำเที่ยว ซึ่งสามารถเพิ่มการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น และกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนย่อย ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้น

5. ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ และมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว

5.1 ทฤษฎีจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory of motivation)

ทฤษฎีจูงใจของมาสโลว์ มีข้อสมมติขั้นพื้นฐานดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ . 2541 : 138 - 139)

- 1) มนุษย์มีความต้องการหลายประการและเป็นความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุด
- 2) ความต้องการจะมีความสำคัญแตกต่างกัน มนุษย์จึงสามารถที่จะลำดับความสำคัญของความต้องการได้ (Hierarchy of needs)
- 3) บุคคลจะแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุดหรือสำคัญมากกว่าก่อน
- 4) เมื่อบุคคลได้สิ่งที่ต้องการบำบัดความต้องการของตนแล้ว ความจำเป็นในสิ่งนั้นจะหมดไป
- 5) บุคคลจะเริ่มสนใจในความต้องการสำคัญอย่างอื่นต่อไป

5.2 มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว

พริตเคน (เกิดศิริ เจริญวิศาล และ จุฑามาศ จันทรัตน์ . 2543 : 45; อ้างอิงจาก Fridgen. 1991. Dimention of Tourism. p.5) อธิบายว่า มูลเหตุจูงใจ หมายถึง สิ่งกระตุ้นภายในจิตใจของแต่ละบุคคล เพื่อตอบสนองความต้องการทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ

แมคอินทอช (Mcintosh. 1977 : 51 – 52) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

- 1) มูลเหตุทางด้านร่างกาย (Physical motivation) ความต้องการพักผ่อน การพักผ่อนร่างกายตามคำแนะนำของแพทย์ ผ่อนคลายความเครียด ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้ว ก็คือ สิ่งเดียวกันกับปัจจัยผลักดันของฮัตแมนนั่นเอง
- 2) มูลเหตุทางด้านวัฒนธรรม (Cultural motivation) หมายถึง ความต้องการอยากรู้ อยากเห็นเกี่ยวกับประเทศต่าง ๆ เช่น การศึกษาเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม นาฏศิลป์ ฯลฯ
- 3) มูลเหตุจูงใจเพื่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal motivation) หมายถึง การไปพบปะกับบุคคลอื่น ๆ หรือ แสวงหาเพื่อนใหม่
- 4) มูลเหตุทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ (Status and prestige motivation) หมายถึง ความต้องการยกระดับฐานะของตนเองให้สูงขึ้น เช่น การไปทำธุรกิจ การศึกษา หรือ ทำกิจกรรมต่าง ๆ ในต่างประเทศ

แมคอินทอชได้กล่าวว่า มูลเหตุจูงใจเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผลักดันในจิตใจของบุคคลทุกคน และเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม ตามที่มีการคาดหวังไว้ ซึ่งในเรื่องของการท่องเที่ยว การคาดหวังดังกล่าว คือ ความพึงพอใจที่ได้รับจากกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ

ฮัดแมน (Hudman. 1980 : 33 – 34) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมักมีมูลเหตุจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่มาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

ปัจจัยผลักดัน (Push factor) คือ สภาพเงื่อนไขที่มากกระตุ้นให้เกิดแรงผลักดันภายในตัวบุคคลให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยผลักดันมาจากสาเหตุต่าง ๆ คือ

1. ความอยากรู้ อยากเห็น ในสิ่งนี้อาจจะถือเป็นแรงผลักดันภายในที่เห็นได้ชัด เพราะมนุษย์มีสัญชาตญาณในการอยากรู้อยากเห็นเรื่องต่าง ๆ ที่ตนเองยังไม่รู้ การเดินทางท่องเที่ยวก็เป็นการสำรวจโลกใหม่ในความคิด และเพิ่มประสบการณ์การเรียนรู้ให้กับตนเอง

2. ความพึงพอใจ การเดินทางท่องเที่ยวและความประทับใจในสิ่งที่ได้พบเห็น ก็ได้สร้างความสุข ความพึงพอใจให้กับบุคคล ดังนั้น การท่องเที่ยวก็คือ ความพยายามที่จะแสวงหาความสุขให้กับตนเองนั่นเอง

ปัจจัยดึงดูด (Pull factor) คือ สภาพเงื่อนไขภายนอกที่มาดึงดูดเร้าใจให้บุคคลได้ออกเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยดึงดูดต่าง ๆ เหล่านี้ ได้แก่

1. ลักษณะภูมิประเทศได้แก่ ลักษณะทางภูมิประเทศของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ หรือทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ประกอบกับสภาพทางภูมิอากาศ เช่น อากาศสดชื่น อากาศเย็นสบาย ประกอบกับเป็นลักษณะภูมิกายที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ

2. สภาพอื่น ๆ เป็นเรื่องหรือสิ่งอื่น ๆ ที่จัดว่าเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว นอกเหนือไปจากสภาพทางกายภาพ สภาพอื่น ๆ นี้ อาจจะได้แก่การเป็นแหล่งสินค้าที่น่าสนใจ ราคาถูก

ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาทั้งปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด ก็มีความเกี่ยวพันกันในลักษณะตัวเสริมกำลังกัน (Reinforcement) ของกันและกัน กล่าวคือ ปัจจัยดึงดูดก็เป็นตัวเสริมกำลังที่ทำให้เกิดปัจจัยผลักดัน ในขณะที่เดียวกันปัจจัยผลักดันก็เป็นตัวเสริมกำลังที่ทำให้เกิดปัจจัยดึงดูดด้วย

แดนน์ (Dann. 1981 : 40) ได้กล่าวถึงสาเหตุของการท่องเที่ยวไว้คล้าย ๆ กันกับแมคคินทอช แต่แดนน์ แยกพื้นฐานการจูงใจออกเป็น 2 แนวทาง คือ

1. การท่องเที่ยวเกิดขึ้นเพื่อแสวงหาในสิ่งคล้ายเป็นการให้รางวัลกับตนเอง หรืออยากที่จะได้รับรู้ในวัฒนธรรมอื่น ๆ ความต้องการพักผ่อน การผ่อนคลายความตึงเครียด

2. การท่องเที่ยวเกิดขึ้นเพื่อเป็นการหลีกเลี่ยง คือ ปลีกตัวเองออกไปจากความจำเจของสิ่งแวดล้อมในชีวิตประจำวัน หรือหลบหนีจากปัญหาความวุ่นวาย ความลำบากใจ แม้การหลบหลีกนั้นจะเป็นการหลีกเลี่ยงชั่วคราวก็ตาม

วาฮับ (Wahap. 1991) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นจิตใจให้ นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว หรือเรียกว่า สันมรดกทางการท่องเที่ยว มี 2 ประเภท

1. สันมรดกตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูมิอากาศ ลักษณะภูมิประเทศ พืช สัตว์ ป่า เขา ทะเล น้ำตก เป็นต้น

2. สันมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว และเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างสะดวกสบายได้แก่

2.1 สันมรดกทางการท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และศาสนา

2.2 โครงสร้างพื้นฐานรอง (Infrastructure) ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา ถนนหนทาง ที่พัก ร้านอาหาร

โครงสร้างเหนือฐานรอง (Superstructure) ได้แก่ สิ่งที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น แต่ไม่ถึงกับเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น บ่อนคาสิโน ในดัลลาส ห้องประชุมขนาดใหญ่ เป็นต้น

วิธีการดำรงชีวิตของคน ซึ่งรวมถึงท่าทีความรู้สึกของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความยิ้มแย้มแจ่มใส ความมีน้ำใจ ความพร้อมที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ความไม่เอาัดเอาเปรียบ เป็นต้น จากแนวคิดดังกล่าวจะเห็นได้ชัดว่า วิถีชีวิต และความเป็นมิตรไมตรีของคนในท้องถิ่น ก็เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

โทมัส (วินิจ วีรยางกูร . 2532 : 36; อ้างอิงจาก Thomas. n.d. *ASIA Travel New*) อธิบายไว้ว่า มูลเหตุจูงใจสำคัญ ๆ ที่กระตุ้นให้คนเดินทางท่องเที่ยว มีดังนี้

1. มูลเหตุเพื่อการศึกษาและวัฒนธรรม ประกอบด้วย
 - 1.1 เพื่อที่จะศึกษาว่าคนในประเทศนั้น ๆ ดำรงชีวิตอย่างไร
 - 1.2 เพื่อศึกษาสิ่งที่ตนเองสนใจ
2. มูลเหตุเพื่อกายภาพและจิตวิทยา ประกอบด้วย
 - 2.1 เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ
 - 2.2 หลีกเลียงจากงานจำเจและยุ่งยาก เพื่อไปหาความสุข
3. มูลเหตุเพื่อเศรษฐกิจและสังคม หรือความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
 - 3.1 เพื่อกลับไปเยี่ยมเยียนถิ่นกำเนิด สถาบันที่ศึกษา สถานที่ทำงานเดิม
 - 3.2 เพื่อไปเที่ยวสถานที่ที่ครอบครัวเคยไป
 - 3.3 เหตุผลทางเศรษฐกิจ
 - 3.4 พบปะ สัมพันธภาพใหม่ ๆ
4. มูลเหตุปัจจัยอื่น ๆ

- 4.1 เพื่อการกีฬา การผจญภัย
- 4.2 นโยบายของรัฐบาลประเทศนั้น ๆ
- 4.3 ร่วมกิจกรรมทางประวัติศาสตร์ ทำตามคนอื่น

6. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

พีระ จิรโสภณ (2529 : 637 – 639) กล่าวว่า ในการรับข่าวสารต่างๆ ผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสรร (Selective processes) ซึ่งแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะ ความรู้สึกนึกคิด เป็นต้น ที่ไม่เหมือนกันของแต่ละบุคคล กระบวนการดังกล่าวประกอบด้วย

การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective exposure or Selective attention) หมายถึง การที่บุคคลจะรับเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยบุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิด ของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยกับความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมของคนนั้น จะก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางจิตใจเหนือความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องกัน ทางด้านความเข้าใจ (Cognitive dissonance)

การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการและทัศนคติของตนเอง

เมอร์ริล และ ลอเวนสไตน์ (Merrill & Lowenstein. 1971 : 134 – 135) ได้สรุปว่า บุคคลต่าง ๆ จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้วยสาเหตุต่าง ๆ ได้แก่

1. ความเหงาเพราะมนุษย์ต้องการเพื่อนไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพัง ต้องหัน มาสื่อสารกับผู้อื่น
2. ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็น นิสัยชาตญาณของมนุษย์ที่ ต้องการจะรับรู้ข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง
3. ประโยชน์ใช้สอย โดยได้รับรู้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง อาจจะได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความสุขกายสบายใจ
4. สาเหตุจากตัวสื่อ ซึ่งมีลักษณะการกระตุ้น ชี้นำ ทำให้ผู้รับข่าวสารต้องการ ได้รับช่วงนั้น ๆ เช่น คนดูโทรทัศน์แทนการออกนอกบ้าน เป็นต้น

แชมม์ (Schamm. 1973 : 121 – 122) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ในการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสาร ดังนี้

1. ประสบการณ์ ประสบการณ์จะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน

2. การประเมินประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับข่าวสารแสวงหา ข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างกันในพฤติกรรม การเลือกรับสื่อและเนื้อหาของข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับสาร เกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมกา รเปิดรับข่าวสารต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวจิตใจและพฤติกรรมของผู้รับข่าวสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรือ อาจเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้
8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่ได้พบ ซึ่งแซมมิได้อธิบายไว้ว่า ข่าวสารที่ เข้าถึงความสนใจของผู้รับสาร มีแนวโน้มที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

แม็คคอมบ์ และ เบ็คเกอร์ (McCombs and Becker. 1979 : 230 – 235) กล่าวว่า โดยทั่วไปการสื่อสารมีองค์ประกอบสำคัญอย่างน้อย 4 อย่าง คือ แหล่งข่าวสาร (Source) ข่าวสาร (Message) ผู้รับ (Receiver) ข่าวทางช่องข่าวสาร (Channel) ซึ่งได้แก่ ปัจจัยของผู้สื่อสาร ซึ่งมีปัจจัยอยู่ 4 ประการ ในส่วนของผู้ส่งสารที่มีผลต่อการเพิ่มหรือลดประสิทธิภาพของการสื่อสาร คือ ทักษะในการสื่อสาร ทัศนคติ ความรู้ สถานภาพในสังคม และวัฒนธรรมนั้น ๆ

1. ปัจจัยของผู้รับสาร คนเราสามารถเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ในขณะหนึ่งเป็นผู้ส่งสาร ในอีกขณะหนึ่งเป็นผู้รับสาร ดังนั้น ปัจจัยที่ มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของผู้รับสารจึงประกอบด้วย ทักษะในการสื่อสาร ทัศนคติ ความรู้ และสถานภาพในสังคมและวัฒนธรรม นอกจากนี้ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารก็เป็นปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการสื่อสารเช่น อายุ เพศ สถานะทางเศรษฐกิจ การศึกษา ซึ่งเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร การแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องต่าง ๆ ตลอดจนพฤติกรรมที่แสดงออกในการยอมรับที่จะปฏิบัติหรือปฏิเสธข่าวสารนั้น ๆ

2. ปัจจัยของสาร ปัจจัยที่มีส่วนกำหนดประสิทธิภาพการสื่อสารมี 3 ประการคือ รหัสสาร (Message code) เนื้อหาสาร (Message content) และการจัดการ (Message treatment)

3. ปัจจัยของสื่อ สื่อเป็น ตัวเชื่อมผู้ส่งสารและ ผู้รับสารเข้าด้วยกัน ทำให้ผู้ส่งสารทำการสื่อสารไปยังผู้รับได้ ในการสื่อสารนั้นผู้ส่งสารจำเป็นต้องมีสื่อและเลือกใช้สื่อเพื่อนำสารไปสู่ผู้ รับสาร

ประสิทธิภาพของสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร ซึ่งสื่อจำแนกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ สื่อมวลชน และสื่อบุคคล

3.1. สื่อมวลชน (Mass media) หมายถึง สื่อที่สามารถที่จะเข้าถึง กลุ่มผู้รับที่มีจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว เป็นการเพิ่มความรู้ แพร่กระจายข่าวสารรวมทั้งเปลี่ยน นวัตกรรมที่ไม่ฝังรากลึกได้

3.2. สื่อบุคคล (Personal media) หมายถึง ตัวบุคคลที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป

นอกจากสื่อ 2 ประเภทนี้แล้ว ยังมีสื่ออีกประเภทหนึ่งที่ใช้ถ่ายทอดข่าวสารไปยัง มวลชน บุคคลหรือกลุ่มชน สร้างขึ้นเพื่อใช้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ะ เรียกว่า สื่อเฉพาะกิจ (Specialized media) ได้แก่สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ (Audio-visual media) และสิ่งพิมพ์ (Printed media)

ปรมะ สตะเวทิน (2529 : 26 – 29) ให้ความหมายของคำว่า “สื่อมวลชน” ว่าหมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารที่ประกอบด้วย คนจำนวนมากอย่างรวดเร็วในเวลาเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน สื่อมวลชนได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์

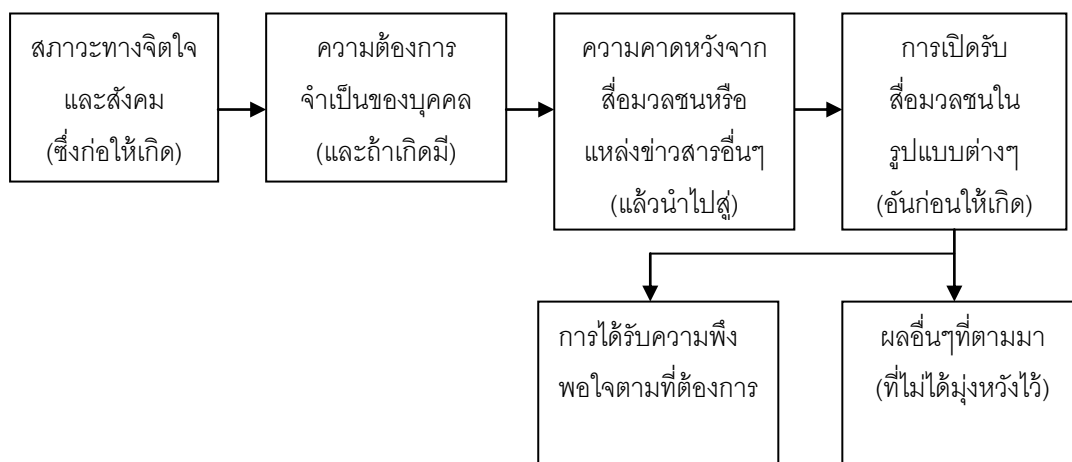
ชวรัตน์ เชิดชัย (2527 : 27) กล่าวว่า สื่อมวลชน (Mass media) เป็นสถาบันที่มีจุดมุ่งหมาย เพื่อเผยแพร่ข่าวสารไปสู่มวลชนตลอดจนอาณาบริเวณอันกว้างใหญ่ใกล้เคียงกัน หรือในเวลาอันเดียวกัน โดยวิธีการสื่อสาร

เคลปเพอร์ (Klapper. 1960 : 150) กล่าวถึงอิทธิพลของการสื่อสารมวลชนต่อบุคคลในสังคมว่า เป็นเพียงแรงเสริมในกระบวนการโน้มน้าวใจต่อความคิดเห็น หรือทัศนคติที่มีอยู่ แล้วของการสื่อสารมวลชน มิได้มีอิทธิพลโดยตรงต่อบุคคลได้ ซึ่งได้แก่ อุปนิสัย กระบวนการเลือกสรร บรรทัดฐานของกลุ่ม การเผยแพร่ข่าวสารโดยบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็น ระบบปกครอง และระบบการสื่อสารมวลชน

คาทซ์ (Katz. 1959 : 211) ได้บอกสาเหตุของการเลือกใช้สื่อนั้น เป็นผลมาจากเหตุทางจิตวิทยาและต้องการทางสังคมของแต่ละบุคคล

แมคคัล (MacQual. 1975 : 148) ได้ชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนไว้ 2 ประการ คือ

1. เพื่อให้เข้าใจความสำคัญและความหมายของการเลือกใช้สื่อ
2. เพื่อเสนอแนะตัวแปรกลางเกี่ยวกับผลของสื่อ



ภาพประกอบ 4 แบบจำลองในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน

ที่มา: Katz,E. and Lazarsfeld,P.F. (1995). *Personal Influence*.New york : The Free Press.

แบบจำลองนี้ได้อธิบายถึงกระบวนการรับสารในการสื่อสารมวลชน และเพื่ออธิบายถึงการใช้สื่อมวลชน โดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การเลือกบริโภคสื่อมวลชน นั้น ขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยว หรือแรงจูงใจแต่ละบุคคลว่าจะเลือกเปิดรับสื่อใด ซึ่งการเปิดรับสื่อนั้นก็จะเกิดขึ้นตั้งแต่ก่อนจะเดินทางมา ท่องเที่ยว และเมื่อเกิดความพึงพอใจแล้ว ก็จะมีการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว โดยเมื่อเดินทางมาถึง ที่หมายแล้ว นักท่องเที่ยว ก็จะมีแสวงหาข้อมูลและมีการเปิดรับสื่อภายในประเทศอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งการเปิดรับสื่อนั้นก็จะขึ้นอยู่กับความต้องการและแรงจูงใจว่าต้องการเปิดรับเรื่องอะไร

7. พฤติกรรมการท่องเที่ยว

7.1 ความหมายของพฤติกรรม

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำ หรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิดและความรู้สึก เพื่อตอบสนองสิ่งเร้า (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542)

สุวัฒน์ บุญศักดิ์สกุล (2548 : 6) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึงสิ่งที่บุคคลกระทำ แสดงออก ตอบสนอง หรือ เสี่ยงตอบโต้ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสถานการณ์หนึ่งที่สามารถสังเกตเห็น ได้ยิน รับฟังได้

7.2 ความหมายของพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำ หรือ การปฏิบัติของนักท่องเที่ยวทั้งที่แสดงออกมาภายนอกและสิ่งที่แสดงอยู่ภายในจิตใจ

แสงเดือน สอนเจริญ (2548 : 6) ได้อธิบายความหมายของคำว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวกระทำ โดยแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ จำนวนครั้งในการมาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

สุวัฒน์ บุญศักดิ์สกุล (2548 : 6) ยังกล่าวไว้อีกว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติกิจกรรมการท่องเที่ยว

สรไกร เต็มถาวร (2548 : 5) ให้ความหมายของพฤติกรรมท่องเที่ยวว่า การเดินทางไปยังที่ใดที่หนึ่ง และ พฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่จะไป พาหนะที่ใช้เดินทาง ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

ศุภนิดา เรืองศิริ และ เฉลิมชัย คำแสน (2550 : 4) กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกรวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการของแต่ละบุคคลที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว

7.3 องค์ประกอบของพฤติกรรม

ครอน บาซ (L.J. Cronbach. 1963 : 68-70) ได้แบ่งองค์ประกอบของพฤติกรรมมนุษย์ออกเป็น 7 ประการ คือ

1) เป้าหมาย หรือ ความมุ่งหมาย (Goal) คือวัตถุประสงค์ หรือความต้องการซึ่งก่อให้เกิดการกระทำขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ถ้ามีเป้าหมายหลาย ๆ อย่างเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันบุคคลมักจะเลือกสนองความต้องการที่รีบด่วนก่อน และสนองความต้องการที่มีความสำคัญน้อยกว่าทีหลัง

2) ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะและความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

3) สถานการณ์ (Situation) โอกาสหรือลู่ทาง หรือเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

4) การแปลความหมาย (Interpretation) เป็นการพิจารณาลู่ทางหรือสถานการณ์เพื่อเลือกหาวิธีที่คิดว่าจะสนองความต้องการเป็นที่พอใจมากที่สุด

5) การตอบสนอง (Response) การทำกิจกรรมตามที่ได้ตัดสินใจเลือกไว้แล้ว

6) ผลที่ตามมา (Consequence) ผลที่เกิดขึ้นจากการกระทำกิจกรรมนั้น ซึ่งอาจตรงกับที่คาดไว้หรือตรงกันข้ามกับที่คิดไว้ก็ได้

7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction thwarting) เป็นปฏิกริยาที่เกิดขึ้น เมื่อสิ่งที่เกิดขึ้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ แต่ถ้าเห็นว่าความต้องการนั้นเกินความสามารถก็อาจต้องยอมเลิกความต้องการนั้น

7.4 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม

สุวัฒน์ บุญศักดิ์สกุล (2548: 17) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทอ งเที่ยว จำแนกออกได้เป็น 2 ปัจจัย คือ

1) ปัจจัยภายนอก เป็นการศึกษาดังปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการบริโภค การทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านสังคมและวัฒนธรรม จะช่วยนักการตลาดในการจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสม คือ ทำให้ทราบถึงความต้องการและลักษณะของลูกค้าเพื่อที่จะจัดส่วนผสมทางการตลาดต่าง ๆ กระตุ้นและสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้อง

2) ปัจจัยภายใน เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับความรู้สึกรู้จักคิดของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าของบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัย ด้านจิตวิทยา ซึ่งถือเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อและการใช้สินค้า ปัจจัยภายในประกอบด้วย

- การจูงใจ (Motivation)
- การรับรู้ (Perception)
- การเรียนรู้ (Learning)
- ความเชื่อถือ (Beliefs)
- ทักษะคติ (Attitude)
- บุคลิกภาพ (Personality)
- แนวคิดของตนเอง (Self concept)

7.5 การวัดพฤติกรรม

สมจิตต์ สุพรรณทัศน์ (2526 : 131-136) แบ่งวิธีการศึกษาพฤติกรรมออกเป็น 2 วิธีดังต่อไปนี้

1) การศึกษาพฤติกรรมโดยทางตรง แบ่งได้ 2 วิธี คือ

1.1 การสังเกตแบบให้ผู้ถูกสังเกตรู้ตัว (Direct observation) เป็นการสังเกตโดยบอกให้ผู้ถูกสังเกตทราบ ซึ่งผู้ถูกสังเกตอาจไม่แสดงพฤติกรรมที่แท้จริงของตนออกมาได้

1.2 การสังเกตแบบธรรมชาติ (Naturalistic observation) เป็นการศึกษาพฤติกรรม โดยผู้สังเกตไม่ทราบว่าถูกสังเกตพฤติกรรม และไม่ถูกรบกวน ผู้สังเกตจะแสดงถึงความเป็นอิสระ ในการแสดงพฤติกรรม ซึ่งวิธีการศึกษานี้จะทำให้ได้พฤติกรรมที่แท้จริงมากกว่า

2) การศึกษาพฤติกรรมโดยทางอ้อม

2.1. การบันทึก อาจทำออกมาในรูปของการบันทึกประจำวันของพฤติกรรมตนเอง เช่น พฤติกรรมการกิน ฯลฯ

2.2. การใช้แบบสอบถาม วิธีนี้ผู้ถูกศึกษาสามารถที่จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ ปกปิด หรือพฤติกรรมต่างๆที่ไม่แสดงให้ผู้อื่นทราบได้ และสามารถที่จะให้ข้อมูลในเวลาใดก็ได้

2.3. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการที่บุคคลหนึ่งต้องการซักถามข้อมูลจากบุคคลหรือกลุ่ม ของบุคคล โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การสัมภาษณ์โดยตรง และการสัมภาษณ์โดยทางอ้อม ซึ่ง การสัมภาษณ์โดยตรงนั้น ผู้สัมภาษณ์จะซักถามผู้ถูกสัมภาษณ์ไปตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ โดยผู้ถูก สัมภาษณ์จะทราบว่าผู้สัมภาษณ์ต้องการทราบเรื่องใด ขณะที่การสัมภาษณ์ทางอ้อมนั้นผู้สัมภาษณ์ จะพูดคุยกับผู้ถูกสัมภาษณ์ไปเรื่อย ๆ โดยจะสอดแทรกเรื่องที่จะสัมภาษณ์ไว้ด้วย ผู้ถูกสัมภาษณ์จะไม่ ทราบถึงจุดมุ่งหมายของผู้สัมภาษณ์ได้ว่าต้องการทราบเรื่องใด

2.4. การทดลอง เป็นการศึกษาโดยผู้ถูกสัมภาษณ์จะอยู่ในสภาพการควบคุมตามที่ผู้ ศึกษาต้องการ

8. อำเภอหัวหิน

8.1 ประวัติความเป็นมา

ในอดีตหัวหินเดิมมีชื่อว่า “บ้านเสมอเรียง” ที่มีความหมายถึงก้อนหินใหญ่ก้อนหนึ่งที่เรียงราย อยู่บริเวณชายฝั่ง ต่อมาได้เปลี่ยนเป็น “บ้านแหลมหิน” เรียกกันตามภาษาชาวบ้านอย่างง่าย ๆ หัวหิน เดิมเป็นหมู่บ้านเล็ก ๆ มีประชากรอาศัยอยู่ไม่มาก ชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพประมง ต่อมา มี การขยายตัวของประชากรหลังไหลเข้ามายังหัวหินเพื่อประกอบอาชีพ ประกอบกับได้มีการก่อสร้างทาง รถไฟสายใต้มา ถึงหัวหินในปี พ.ศ. 2454 และมีพระราชดำริขอ งพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้า เจ้าอยู่หัวถึงการพัฒนาศูนย์ที่บริเวณหัวหินให้เป็นสถานที่ตากอากาศ ทำให้หัวหินมีความสำคัญและ เจริญขึ้นเป็นลำดับ

พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชการที่ 6 ทรงเล็งเห็นถึงศักยภาพของหาดที่ สวยงาม บริสุทธิแห่งนี้ว่าน่าจะสามารพัฒนาเป็นแหล่งพักผ่อนตากอากาศที่ทัดเทียมกับแหล่งตาก อากาศชั้นสูงอย่างในแถบประเทศยุโรปได้ ประกอบกับทรงคำนึงถึงข้าราชการชั้นผู้ใหญ่และทูตานุทูต ชาวต่างประเทศที่มีข้าราชการจำเป็นต้องเข้า ใฝ่ทูลละออง ธูลีพระบาท เวลาทรงแปรพระราชฐาน น

จำเป็นต้องมีที่พักอาศัยรับรองให้สมฐานะ จึงทรงมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้า ฯ ให้จัดสร้างโฮเต็ลหัวหินขึ้นเป็นแห่งแรกของหัวหินหรือที่รู้จักกันดีคือโรงแรมรถไฟ เปิดให้บริการในปี พ.ศ. 2466

ในสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 ได้ทรงโปรดเกล้า ฯ ให้สร้างพระราชวังไกลกังวลขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2469 เพื่อใช้เป็นสถานที่แปรพระราชฐานเสด็จมาประทับแรมในหัวงูตุรูนและสร้างเสร็จเมื่อ พ.ศ. 2473 สถานที่แห่งนี้นับเป็นสัญลักษณ์อันสง่างามทรงคุณค่าและเป็นทีภาคภูมิใจเชิดหน้าชูตาของชาวหัวหินมาจนกระทั่งทุกวันนี้

หัวหินได้ยกฐานะเป็นกิ่งอำเภอหัวหิน ขึ้นกับอำเภอบราณบุรี จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เมื่อ พ.ศ. 2475 และต่อมาทางราชการได้ยกฐานะกิ่งอำเภอหัวหินขึ้นเป็นอำเภอหัว หิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เมื่อ พ.ศ. 2492

8.2 ที่ตั้งและอาณาเขต

หัวหินเป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตั้งอยู่ ทางตอนเหนือของภาคใต้ บนฝั่ง ทะเลของอ่าวไทย ที่ละติจูด 12 องศา 35 ลิปดาเหนือ ลองจิจูด 99 องศา 57 ลิปดาตะวันออก อยู่ห่าง จากกรุงเทพมหานครประมาณ 231 กิโลเมตร มีเนื้อที่ทั้งหมดประมาณ 911 ตารางกิโลเมตร โดยแยก เป็นพื้นที่ในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน 86.36 ตารางกิโลเมตร พื้นที่ในเขตเทศบาลตำบลหนองพลับ 12.98 ตารางกิโลเมตร และนอกเขตเทศบาล 839 ตารางกิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับอำเภอต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอชะอำและอำเภอยายาง จังหวัดเพชรบุรี
- ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอบราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- ทิศตะวันออก ติดต่อกับชายฝั่งทะเลของอ่าวไทย
- ทิศตะวันตก ติดต่อกับทิวเขาตะนาวศรี ซึ่งเป็นเส้นกั้นเขตแดนระหว่างประเทศไทยกับ ประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมแห่งสหภาพพม่า



ภาพประกอบ 5 แผนที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ : แผนที่อำเภอหัวหิน (ออนไลน์)

8.3 ลักษณะภูมิประเทศและลักษณะภูมิอากาศ

ลักษณะภูมิประเทศของอำเภอหัวหินนั้นตั้งอยู่ระหว่างเทือกเขาตะนาวศรีและอ่าวไทย มีส่วนกว้างประมาณ 60 กิโลเมตร ลักษณะพื้นที่ทั่วไป ทางตะวันตกเป็นทิวเขาสูงประกอบด้วยป่าไม้พื้นที่ค่อย ๆ ลาดต่ำลงมาทางตะวันออกเป็นป่าละเมาะเล็ก ๆ จนจรดชายฝั่งทะเล เหมาะแก่การกสิกรรมและเลี้ยงสัตว์ มีทรัพยากรธรรมชาติได้แก่ป่าไม้ แร่หินควอทซ์และการประมง

ลักษณะภูมิอากาศของหัวหินอยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุมที่พัดเวียนประจำฤดูกาล 2 ชนิด คือ

- ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นลมที่พัดจากทิศตะวันออกเฉียงเหนือ อในฤดูหนาว อิทธิพลของลมนี้ทำให้บริเวณประเทศไทยตอนบนมีอากาศหนาวเย็น แต่ภาคใต้ฝั่งตะวันออก โดยเฉพาะทางตอนล่างของภาคจะมีฝนตกชุกมาก เนื่องจากไม่มีภูเขากั้น ทำให้ได้รับอิทธิพลจากลมที่พัดผ่านทะเลจีนใต้และอ่าวไทยอย่างเต็มที่ ส่วนอำเภอหัวหินอยู่ทางตอนบนของภาคใต้ฝั่งตะวันออก ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือจึงพัดเข้าสู่อำเภอนี้เป็นบริเวณแคบ ทำให้มีฝนตกน้อยในช่วงฤดูหนาว อากาศส่วนใหญ่จึงคล้ายคลึงกับภาคกลางคือมีอากาศเย็นเป็นครั้งคราว และมีฝนตกชุกในช่วงต้นฤดู
- ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ลมนี้จะพัดประจำในช่วงฤดูฝน เป็นลมที่พัดผ่านมหาสมุทรอินเดียจึงทำให้ประเทศไทยมีฝนตกมาก แต่เนื่องจากหัวหินอยู่หลังทิวเขาตะนาวศรีซึ่งปิดกั้นทางลมนี้ไว้จึงเป็นที่อับฝน มีฝนตกน้อยในช่วงฤดูฝน ฝนส่วนใหญ่จะตกมากในช่วงต้นฤดูหนาว ระหว่างเดือนตุลาคมถึงพฤศจิกายน

ฤดูกาลของหัวหินนั้นแบ่งออกได้เป็น

- ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่กลางเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือน พฤษภาคม
- ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคม ถึงกลางเดือนตุลาคม
- ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่กลางเดือนตุลาคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์

ช่วงเวลาที่เหมาะสมที่น่าจะเดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอหัวหินคือ ช่วงเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนเมษายน

8.4 การคมนาคม

การเดินทางไปยังอำเภอหัวหินนั้นสามารถแบ่งออกเป็น

ทางบก สามารถเดินทางโดย รถยนต์ส่วนตัว รถประจำทาง และรถไฟ โดยทางรถยนต์ส่วนตัวและรถประจำทางนั้นจะใช้เส้นทางเดียวกันคือ ทางหลวงหมายเลข 4 หรือถนนเพชรเกษม ส่วนทางรถไฟนั้น จะออกจากสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) และสถานีรถไฟธนบุรี (บางกอกน้อย)

ทางอากาศ สามารถนั่งเครื่องบินไปลงที่สนามบินบ่อฝ้ายในอำเภอหัวหินได้ โดยสายการบินที่ให้บริการเส้นทางนี้คือ สายการบินบางกอกแอร์เวย์

ทางเรือ สามารถเดินทางโดยเรือขนส่งโดยสาร และแพขนานยนต์

8.5 คำขวัญประจำอำเภอ

คำขวัญประจำอำเภอหัวหิน คือ

“ท่องเที่ยวหัวหิน แวะถิ่นเมืองขลุง ทะเลสวย นักมวยดัง พระราชวังดงาม”

8.6 สถานที่ท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน

8.6.1 สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

1) **สวนสนประดิพัทธ์** ตั้งอยู่ตำบลหนองแก อำเภอหัวหิน จาก หัวหินใช้ทางหลวงหมายเลข 4 (ถนนเพชรเกษม) ไปทางทิศใต้ประมาณ 9 กิโลเมตร แยกซ้ายกม.ที่ 240 เลี้ยวซ้ายเข้าไปประมาณ 500 เมตร ถึงชายหาด หาดสวนสนแห่งนี้นอกจากจะมีแนวสนประดิพัทธ์เป็นเอกลักษณ์ของชายหาดแล้ว เมื่อเดินพ้นจากแนวต้นสนออกมายังชายหาด จะพบว่าหาดสวนสนมีแนวหาดกว้าง สวยงามไม่แพ้หาดใด ๆ และด้วยมีความยาวถึง 2.8 กิโลเมตร จากเขาตะเกียบ มองดูเป็นวงโค้งสวยงาม ทรายขาวสะอาด ร่มรื่นไปด้วยทิวสนประดิพัทธ์ อันเป็นที่มาของชื่อหาด ระดับน้ำทะเลไม่ลึกเหมาะกับการลงเล่นน้ำ หาดสวนสนประดิพัทธ์หรือที่ชาวบ้านเรียกกันว่าหาดสวนสนนี้ เดิมทีเป็นพื้นที่ตากอากาศของทางราชการ อยู่ในความดูแลของศูนย์ทหารราบปราณบุรี เปิดให้ประชาชนทั่วไปเข้าไปพักผ่อนหย่อนใจท่องเที่ยวได้ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ บนหาด ก็มีอยู่เพียบพร้อม ไม่ว่าจะเป็นห้องอาบน้ำจืด ห้องสุขา รวมทั้งเตียงผ้าใบ เสื้อ ห่วงยางเล่นน้ำ ร้านอาหาร เสน่ห์ของหาดนี้คือ ความเงียบสงบกว่า ร่มรื่นด้วยแนวสนประดิพัทธ์ เหมาะกับการพักผ่อนหย่อนใจ



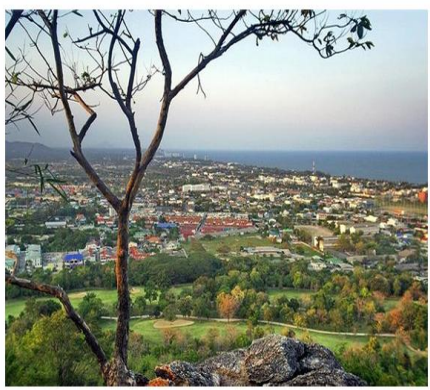
ภาพประกอบ 6 สวนสนประดิพัทธ์ : สวนสนประดิพัทธ์ (ออนไลน์)

2) **น้ำตกปาละดู** ตั้งอยู่ในเขต อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน เป็นน้ำตกขนาดใหญ่ อยู่ทางตอนใต้ของอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ในท้องที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ห่างจาก หัวหินประมาณ 60 กิโลเมตร ใกล้หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติที่ กจ .3 (ห้วยป่าเลา) มีความสูง 15 ชั้น ไหลลดหลั่นลงมาเป็นทางยาว ชั้นที่ 1-3 เหมาะสำหรับการเล่นน้ำ เนื่องจากน้ำตกชั้นที่สูงขึ้นไปต้องปีน ป่ายไปตามโขดหินสูงชัน น้ำตกชั้นที่สวยงามที่สุดคือ น้ำตกชั้นที่ 7 มีแอ่งน้ำใหญ่อยู่ท่ามกลางป่าร่มครึ้ม



ภาพประกอบ 7 น้ำตกปาละดู : น้ำตกปาละดู (ออนไลน์)

3) จุดชมวิวเขาหิน เหล็ก ไฟ



ภาพประกอบ 8 จุดชมวิว ณ เขาหิน เหล็ก ไฟ : เขาหิน เหล็ก ไฟ (ออนไลน์)

อยู่ห่างจากตัวเมืองหัวหินไปทางทิศตะวันตกเพียง 3 กิโลเมตรเท่านั้น เหมาะแก่ การชมวิวพระอาทิตย์ขึ้นยามเช้า หรือช่วงค่ำ ที่สามารถมองเห็นตัวเมืองหัวหินได้อย่างชัดเจน ซึ่งมีจุด ชมวิวทั้งหมด 15 จุด แต่บางจุดอาจขึ้นหรือเดินทางลำบากไปบ้าง แต่จะมีจุดชมวิวยิ่งใหญ่ ๆ อยู่ 6 จุด ด้วยกัน ว่ากันว่าจุดชมวิวยี่ 5 จะเป็นจุดชมวิวที่สวยงามที่สุด เพราะจะมองเห็นเมืองหัวหินได้ทั้งเมืองและ ยาวไปจนถึงชะอำ จากจุดชมวิวจะมองเห็นตัวเมืองหัวหิน ชายหาดหัวหิน พระราชวังไกลกังวล เขา

ตะเกียบ สถานีรถไฟหัวหิน สนามกอล์ฟหลวงหัวหิน โดยรอบบนยอดเขาจะเป็นพื้นราบ และผาหินที่สวยงาม พร้อมกับมีศูนย์จำหน่ายสินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง พื้นที่อเนกประสงค์ ปักพันทันไม้ในวรรณคดี สวนนก ร้านอาหารเครื่องดื่ม นอกจากนี้แล้ว ยังเป็นที่ประดิษฐานพระบรมรูปพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวให้นักท่องเที่ยวที่แวะเวียนขึ้นไปได้สักการบูชา

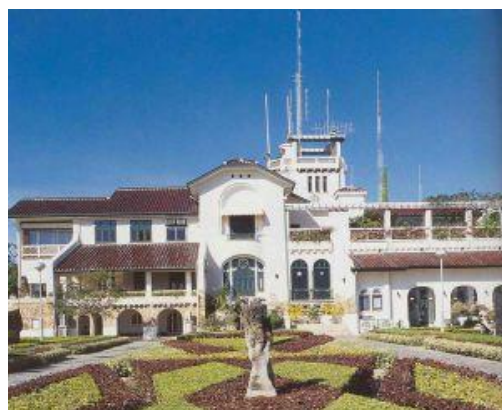
4) **เกาะสิงห์โต** อยู่ทางด้านทิศตะวันออก จากสวนสนประดิพัทธ์ไปประมาณ 800 เมตร เป็นเกาะเล็ก ๆ รูปร่างคล้ายสิงห์โตนอนหมอบหันหน้ามาทางทิศเหนือ เหมาะสำหรับตกปลา นักท่องเที่ยวสามารถเช่าเรือได้ที่หมู่บ้านเขาตะเกียบ ใช้เวลาเดินทางประมาณ 45 นาที



ภาพประกอบ 9 เกาะสิงห์โต : เกาะสิงห์โต (ออนไลน์)

8.6.2 สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

1) วังไกลกังวล



ภาพประกอบ 10 วังไกลกังวล อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ : วังไกลกังวล (ออนไลน์)

ตั้งอยู่บนถนนเพชรเกษมอยู่ห่างจากหัวหินไปทางทิศเหนือประมาณ 3 กิโลเมตร พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวทรง พระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สร้าง ขึ้นในเดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2469 โดยใช้พระราชทรัพย์ส่วนพระองค์ สำหรับใช้เป็นที่พักในฤดูร้อนและพระราชทานแด่สมเด็จพระ

พระนางเจ้ารำไพพรรณี โดยมี หม่อมเจ้าอิทธิเทพสรรค์ กฤดากร ผู้อำนวยการกรมศิลปากรเป็นสถาปนิกผู้ออกแบบและควบคุมการก่อสร้าง ต่อมาได้รับการซ่อมแซมและก่อสร้างเพิ่มเติมในสมัยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลปัจจุบัน ในบริเวณมีพระตำหนักหลายหลังมีชื่อคล้องจองกันประกอบด้วย พระตำหนักเปี่ยมสุข ปลูกเกษม เติบเปรม เอมปรีดิ์

ในรัชกาลที่ 7 ทรงออกพระนามเรียกวังแห่งนี้ว่า สวนไกลกังวล และในตราสัญลักษณ์ของวังเมื่อ พ.ศ. 2472 ได้ออกนามว่า พระราชวังไกลกังวล อย่างไรก็ตาม เนื่องจากไม่ปรากฏหลักฐานว่ามีพระบรมราชโองการประกาศยกเป็นพระราชวัง ดังนั้น จึงยังคงเรียกว่าวังไกลกังวล ปัจจุบันเป็นที่ประทับแปรพระราชฐานฤดูร้อนของ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และพระบรมวงศานุวงศ์ทุกพระองค์

2) สถานีรถไฟหัวหิน



ภาพประกอบ 11 พลับพลาพระมงกุฎเกล้าฯ สถานีรถไฟหัวหิน ถ่ายเมื่อ วันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2552

เป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของอำเภอหัวหิน จุดเด่นของสถานีรถไฟแห่งนี้คือ ยังคงรูปแบบของสถานีแบบสมัยก่อนที่สร้างตัวอาคารด้วยไม้ ที่ทางเจ้าหน้าที่ของสถานีทำนุบำรุงดูแลรักษาอย่างดี ซึ่งหาได้ยากมากในสมัยปัจจุบันนี้ เพราะสถานีอื่น ๆ ได้ทำการรื้อถอนและสร้างสถานีเป็นแบบสมัยใหม่เกือบหมดแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศต่างพากันมาแวะเวียนเยี่ยมชมสถานีรถไฟแห่งนี้ก็คือ “พลับพลาพระมงกุฎเกล้าฯ” เป็นพลับพลาจตุรมุขสร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าฯ เดิมมีชื่อว่า “พลับพลาสนามจันทร์” ตั้งอยู่บริเวณสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม พลับพลาแห่งนี้มีไว้ในกรณีที่พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าฯ เสด็จประทับทอดพระเนตรกองเสือป่าและลูกเสือทั่วประเทศทำการฝึกซ้อมยุทธวิธีเป็นประจำทุกปี หลังจากสิ้นรัชสมัยพระองค์การรถไฟแห่งประเทศไทยจึงได้ทำการรื้อถอนมาเก็บไว้เพื่อรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณของพระองค์ ต่อมาในปี พ.ศ.2511 สมัยพันเอกแสง จุลจาริตต์ เป็นผู้ว่าการรถไฟฯ ได้พิจารณาเห็นว่า

ควรนำเครื่องอุปกรณ์ก่อสร้างของพลับพลาสนามจันทร์ มาปลูกสร้างขึ้นใหม่ที่หัวหิน เพื่อเป็นที่ประทับขึ้นและลงรถไฟของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว การดำเนินก่อสร้างนี้ใช้ช่างฝีมือคนไทย และได้มีการทำพิธีเปิดพลับพลา ซึ่งได้ตั้งชื่อใหม่ว่า “พลับพลาพระมงกุฎเกล้าฯ” เมื่อวันที่ 6 เมษายน 2517

8.6.3 สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม

1) **ตลาดฉัตรไชย** สร้างในปี พ.ศ. 2469 ถูกออกแบบให้มีหลังคาเป็นรูปโค้งครึ่งวงกลมต่อเนื่องกัน 7 โค้ง ถือเป็นสัญลักษณ์ว่าได้ถูกสร้างขึ้นในรัชสมัย พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 เป็นงานคอนกรีตเสริมเหล็กทั้งอาคาร แม้แต่แผงขายสินค้าสด สินค้าแห้ง ตัวตลาดโล่งโถง อากาศถ่ายเทสะดวก ล้างทำความสะอาดง่าย จัดได้ว่าเป็นตลาดที่ถูกสุขลักษณะที่สุดในประเทศไทยขณะนั้น ปัจจุบันจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ผลิตภัณฑ์อาหารสดและอาหารแห้งจากทะเล



ภาพประกอบ 12 ตลาดฉัตรไชย : ตลาดฉัตรไชย (ออนไลน์)

2) **ตลาดโต้รุ่งหัวหิน** เป็นสี่สัณยามราตรีของหัวหิน จะอยู่บริเวณถนนเดชานูชิต ตัดกับถนนเพชรเกษม เป็นแหล่งรวมอาหารนานาชาติ อาหารทะเล อาหารไทย ขนมไทย โรตีสายแก้ว เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีร้านขายของที่ระลึกจำหน่ายอีกด้วย

3) เขาตะเกียบ เขาไกรลาส



ภาพประกอบ 13 เขาตะเกียบ เขาไกรลาส : เขาตะเกียบ เขาไกรลาส (ออนไลน์)

เป็นภูเขาสองลูกอยู่ใกล้กัน อยู่ห่างจากตัวอำเภอหัวหินไปทางทิศใต้ประมาณ 3 กิโลเมตร เขาตะเกียบเป็นเขาที่ยื่นเป็นแหลมออกไปในทะเลมีโขดหินสวยงาม ถูกกำหนดให้เป็นขอบเขตด้านใต้สุดของหาดหัวหิน เขาตะเกียบยังเป็นທີ່ประดิษฐานพระพุทธรูปปางห้ามญาติขนาดใหญ่หันหน้าออกสู่ทะเล บริเวณยอดเขาเป็นที่ตั้งของวัดเขาตะเกียบ สามารถขึ้นไปชมทิวทัศน์ของท้องทะเลและตัวเมืองหัวหินได้อย่างชัดเจน ชายหาดเขาตะเกียบมีความยาวประมาณ 1.5 กิโลเมตร มีความลาดชันน้อย ทรายขาวละเอียด

เขาไกรลาส จะอยู่ก่อนทางขึ้นเขาตะเกียบ มีประติมากรรมที่มีความเก่าแก่แบ่งบอกถึงระยะเวลาที่สร้างมานานทำให้เกิดความขลังน่าศรัทธา เป็นความงามอีกรูปแบบหนึ่งที่น่าลองไปเที่ยวชม บนเขาทางซ้ายมือจะมีจุดนั่งชมวิวที่มีลมพัดผ่านตลอดเวลาเหมาะกับการนั่งพักผ่อน มองไปจะเห็นวิวทิวทัศน์ที่สวยงามของเขาตะเกียบอย่างชัดเจน จะมีโบสถ์และศาลหลวงพ่อไกรลาส ให้กราบไหว้กันก่อนเดินทางกลับออกมา

4) **วัดห้วยมงคล** เป็นวัดที่ประดิษฐานรูปเหมือนหลวงพ่อดองค์ใหญ่ที่สุดในโลก แต่เดิมใช้ชื่อว่า “วัดห้วยคต” ตั้งอยู่ในชุมชนบ้านห้วยคต ต.ทับใต้ อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ ต่อมาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระราชทานนามใหม่จาก ห้วยคต เป็น “ห้วยมงคล” ซึ่งปัจจุบันใช้เป็นทั้งชื่อหมู่บ้าน วัด โรงเรียน และโครงการต่าง ๆ อีกมากมาย หมู่บ้านห้วยมงคล เป็นที่ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเสด็จมาเยี่ยมประชาชนด้วยโครงการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในหมู่บ้าน เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับผสกนิกรได้มีฐานะดีขึ้น ประชาชนมีสุขกันทั่วหน้า และโครงการต่าง ๆ ก็ดำเนินไปได้ด้วยดี เพราะมีส่วนราชการให้การดูแล รวมทั้งทรงอุปถัมภ์วัดห้วยมงคลไว้ให้เป็นที่พักทางใจสำหรับชาวบ้าน



ภาพประกอบ 14 วัดห้วยมงคล : วัดห้วยมงคล (ออนไลน์)

5) **เพลินวาน** สถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ของหัวหิน ถูกสร้างขึ้นเพื่อเล่าเรื่องราวของวิถีชีวิตของชาวหัวหินในอดีต เพลินวานมีลักษณะคล้ายหมู่บ้านย้อนยุคที่มีชีวิต มีทั้งร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านเสื้อผ้า ร้านขายขนม และร้านเหล้าในสมัยก่อน รูปแบบของหมู่บ้านนี้จะทำจากไม้ ให้ความรู้สึกเหมือนพิพิธภัณฑ์ย้อนยุค



ภาพประกอบ 15 เพลินวาน ถ่ายเมื่อ 30 พฤษภาคม 2552

8.7 สินค้าขึ้นชื่อประจำท้องถิ่น

8.7.1 **ผ้าพิมพ์ไหมพัสดร์** โรงงานพิมพ์ผ้าฝ่ายไหมพัสดร์ ถือกำเนิดขึ้นโดย พลเอก พระวรวงศ์เธอพระองค์เจ้าบวรเดชและหม่อมเจ้าหญิงผจงจิตร์ กฤดากร เนื่องจากทรงสนพระทัยในเรื่องย้อมและพิมพ์ผ้าเป็นพิเศษ ประกอบกับทรงมีเจตนาที่จะสืบสานศิลปวัฒนธรรมไทยให้คงอยู่ สืบไปรวมทั้งต้องการส่งเสริมอาชีพให้กับคนในท้องถิ่นให้มีรายได้เลี้ยงดูครอบครัวและมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นจึงทรงดำริให้สร้างโรงงานขึ้นบนที่ดินส่วนพระองค์ ที่อำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ราวปี พ.ศ. 2492

ไหมพัสดร์แปลว่า ผ้าขาวที่นำมาพิมพ์ลาย โดยผ้าพิมพ์ลายไทยของไหมพัสดร์เป็นลายไทยแท้ ๆ จากลายต้นแบบโบราณในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติที่เขียนและพิมพ์ลายด้วยมือ จึงนับเป็นสินค้าทำมือขึ้น ประณีตมาแต่เก่าก่อน ภายหลังจึงปรับลดลายให้ร่วมสมัยขึ้นโดยสอดแทรก ลวดลายที่เกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมและพืชพันธุ์ธรรมชาติของไทย เช่น ลายวัดอรุณราชวรารามฯ ลายเรือหงส์ ลายเทพพนม ลายหัวโขน ลายบ้านชาวนา ลายใบบัว ลายนกยูง ลายวงข้าว ฯลฯ โดยเฉพาะลายที่เป็นเอกลักษณ์ คือผ้าเกี่ยวพิมพ์ลายทอง ซึ่งเดิมเป็นผ้าภูษาทรงของรัชกาลที่ 4 โดยมีขั้นตอนการพิมพ์ที่สลับซับซ้อนเผยให้เห็นความวิจิตรของลวดลายไทยอย่างแท้จริง

ปัจจุบันมีลวดลายกว่าพันลาย สินค้าที่จำหน่ายนอกจากมีผ้าพิมพ์ลายไหมพัสตร์ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ตัดเสื้อผ้า ทำม่าน ผ้าปูโต๊ะ ยังมีสินค้าที่ระลึกมากมายให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติได้เลือกซื้อเป็นของขวัญและของฝาก



ภาพประกอบ 16 ร้านผ้าพิมพ์ ไหมพัสตร์ ถ่ายเมื่อ วันที่ 11 เมษายน พ.ศ. 2552

8.7.2 อาหารทะเลสดและแห้ง เนื่องจากอำเภอหัวหินมีอาณาเขตติดกับทะเล สินค้าจากทะเลจึงเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงของที่นี่ ทั้งอาหารทะเลสด และแห้ง อาหารทะเลสด ๆ นี้ สามารถหาซื้อได้จากชาวประมงที่เดินเรือเข้ามาในตอนเช้าบริเวณชายหาด หรือหาซื้อได้จากสะพานปลาและตลาดสด



ภาพประกอบ 17 อาหารทะเลสด และแห้ง ถ่ายเมื่อ 30 พฤษภาคม 2552

8.7.3 โรงอุ้มน้ำหวินฮิลล์ วินยาร์ด แห่งแรกและแห่งเดียวในอำเภอหัวหิน ด้วยความที่เพาะปลูกบนพื้นที่ชายทะเล ซึ่งเดิมเป็นพื้นที่ซึ่งช้างป่าเคยอาศัยอยู่ สภาพดินและสภาพอากาศจึงเหมาะต่อการเจริญเติบโตของอุ้มน้ำพันธุ์ดีต่าง ๆ ผลอุ้มน้ำที่ได้จะมีกลิ่นหอมและคาแร็กเตอร์พิเศษ ไวน์ที่ได้จากการผลิตจะมีความเข้มข้น โรงอุ้มน้ำแห่งนี้นอกจากเป็นแหล่งผลิตไวน์ คุณภาพดีแล้วยังได้รับการ

พัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านไวน์แห่งใหม่ ที่ช่วยดึงดูดทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ต้องการท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ ๆ และกิจกรรมสนุกสนาน



ภาพประกอบ 18 โรงงานหัวหินฮิลล์ วินยาร์ด : โรงงานหัวหินฮิลล์ วินยาร์ด (ออนไลน์)

8.8 กิจกรรมท่องเที่ยวในหัวหิน

8.8.1 สปา และ นวดแผนไทย สปาในหัวหินนั้นมีให้เลือกใช้บริการอย่างมากมายหลายระดับ ไม่ว่าจะเป็นสปาที่มีบริการภายในโรงแรมที่พัก หรือสปาที่มีอยู่ทั่วไป โดยนักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการเพื่อการพักผ่อนได้ตามความต้องการ ซึ่งสปาแต่ละแห่งนั้นมีเอกลักษณ์ และมีคุณภาพในระดับที่ทั่วโลกยอมรับ



ภาพประกอบ 19 สปาหัวหิน : สปาหัวหิน (ออนไลน์)

8.8.2 กิจกรรมตกปลา มีทั้งกิจกรรมตกปลาน้ำจืด และน้ำเค็ม โดยกิจกรรม ตกปลาน้ำจืดนั้นจะอยู่ห่างจากตัวเมืองหัวหินประมาณ 10 กิโลเมตร ไปทางน้ำตกป่าละอู แบ่งออกเป็น 2 ทะเลสาบ แต่ละทะเลสาบจะมีปลาอยู่ประมาณ 23 ชนิด เช่น ปลาไหล ปลาคาร์ฟ ฯลฯ ส่วนกิจกรรมตกปลาน้ำเค็มนั้น จะต้องนั่งเรือออกไปนอกชายฝั่งสู่เกาะสิงโต โดยจะมีชาวประมงคอยแนะนำ ในเรื่องวิธีการตกปลา วิธีการใช้เหยื่อล่อปลา รวมถึงการตกปลาหมึก



ภาพประกอบ 21 กิจกรรมตกปลาที่หัวหิน : กิจกรรมช่ายหาดหัวหิน (ออนไลน์)

8.8.3 กอล์ฟ หัวหินนั้น มีสนามกอล์ฟที่มีมาตรฐาน ระดับโลกให้นักท่องเที่ยวสามารถเพลิดเพลินได้มากถึง 7 สนาม โดยนักท่องเที่ยวสามารถเล่นกอล์ฟได้อย่างเพลิดเพลินบนภูมิทัศน์อันสวยงามรอบข้าง พร้อมทั้งอุปกรณ์อำนวยความสะดวกอย่างครบครัน



ภาพประกอบ 20 กิจกรรมกอล์ฟ : กอล์ฟหัวหิน (ออนไลน์)

8.8.9 กิจกรรมช่ายหาดและกีฬาทางน้ำ



ภาพประกอบ 22 กิจกรรมช่ายหาดและกีฬาทางน้ำ: กิจกรรมช่ายหาดหัวหิน (ออนไลน์)

หัวหินนั้นมีชายหาดทอดยาวนับจากตัวเมืองมาสิ้นสุดที่เขาคะเทียม ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกพักผ่อนกับกิจกรรมสบาย ๆ ได้ ทั้งขี่ม้า หรือนอนอาบแดดริมชายหาดโดยมีเตียงผ้าใบ และร่มชายหาดพร้อมให้บริการ ส่วนกิจกรรมทางน้ำ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกทั้ง เจ็ต สกี บานาน่า โบ๊ท วินด์เซิร์ฟ รวมถึง การพายเรือ และกระโดดร่มชูชีพ

9. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สิรินาถ นุชชัยเหล็ก (2541) วิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 2,001-5,000 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เชียงใหม่มากที่สุด ปัจจัยด้านบวกที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวคือ สภาพภูมิทัศน์และธรรมชาติที่สวยงาม มีวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ท่ามกลางอากาศเย็น และการซื้อสินค้าที่ระลึก ส่วนปัญหาอาชญากรรม และการขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดีเป็นปัจจัยทางด้านลบ ขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียส่วนมากจะนิยมมาท่องเที่ยวที่จังหวัดภูเก็ต โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน มากที่สุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 2,001-5,000 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา เหตุผลสำคัญในการมาท่องเที่ยวคือ สภาพภูมิทัศน์และธรรมชาติที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ส่วนปัจจัยด้านลบคือ ปัญหาด้านภาษาและการเอาใจใส่เปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีข้อเสนอแนะคือ ควรมีการพัฒนาคมนาคมขนส่งทั้งทางบกและ ทางอากาศมากขึ้น เพิ่มการประชาสัมพันธ์จุดเด่นของแต่ละจังหวัดที่น่าสนใจ ควรมีการดูแลรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงมาตรการการดูแลช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น

วิธินี วรรณสกล (2542) ทำการศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะเศรษฐกิจ พบว่า ด้าน การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ พบว่า สถานที่ ที่กลุ่มตัวอย่างไปท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่คือ ทะเล พาหนะที่ใช้มากที่สุด คือรถยนต์ส่วนตัว นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ จึงทำให้ประมาณการท่องเที่ยวลดลง สำหรับปัจจัยที่กระตุ้นให้สนใจการท่องเที่ยว คือ เพื่อคลายเครียด ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ คือค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวลดลง แต่อย่างไรก็ตามยังมีกลุ่มตัวอย่างประมาณครึ่งหนึ่งที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเหมือนเดิม

ด้านทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยว วในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกในระดับสูงและปานกลางเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจโดยรวม โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าเป็นการพักผ่อนรูปแบบหนึ่ง

สมพล ปัญญาอะโป (2545) ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการปรับปรุงเส้นทางทางการสัญจรหลักบริเวณศูนย์กลางชุมชนเมืองหัวหิน เพื่อกำหนดแนวทางการออกแบบและปรับปรุงเส้นทางทางการสัญจรหลักบริเวณศูนย์กลางชุมชนเมืองหัวหินเพื่อให้มีความเหมาะสมทางด้านกายภาพและสอดคล้องกับการพัฒนาเมืองหัวหินเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของชุมชนและสภาพแวดล้อมเมืองที่ดีขึ้น

จากการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ระบบโครงข่ายการสัญจรของหัวหินนั้นมีระบบโครงข่ายถนนที่ไม่สมบูรณ์ ขาดความเชื่อมต่อ ทำให้ขาดประสิทธิภาพในการใช้งาน เป็นระบบที่ไม่สมบูรณ์ ส่วนระบบทางเดินเท้าไม่เป็นระเบียบ สภาพทางเดินเท้าทั่วไปขาดการดูแลเอาใจใส่ มีสภาพชำรุดทรุดโทรม โดยเฉพาะบริเวณย่านการค้าที่หนาแน่น มีการขาดแคลนพื้นที่ทางเท้าและมีสิ่งกีดขวางบนทางเท้า ความไม่ต่อเนื่องของระบบทางเดินเท้า หรือบางช่วงไม่มีทางเท้า ทำให้ผู้คนต้องลงมาเดินบนผิวถนน มีปัญหาด้านการจราจรขนส่ง และที่จอดรถ เนื่องจากถนนเพชรเกษมเป็นทั้งถนนสายหลักและสายประธานทำให้มีปริมาณการจราจรหนาแน่น และการจราจรติดขัดในช่วงวันหยุดและเทศกาลท่องเที่ยว นอกจากนั้นหัวหินยังขาดแคลนที่จอดรถเมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยว พื้นที่ริมถนนส่วนใหญ่ใช้เป็นพื้นที่จอดรถ โดยเฉพาะบริเวณตลาดนัดรถไฟและย่านพาณิชยกรรม ลักษณะการจอดรถขาดความเป็นระเบียบทำให้ส่งผลกระทบต่อการจราจร รวมถึงการขาดระเบียบของที่จอดรถรับส่งสินค้าและรถรับจ้าง

แนวทางการพัฒนา คือ สร้างความเป็นระเบียบและความเชื่อมโยงของระบบโครงข่ายการสัญจร แก้ไขปัญหาการจราจรขนส่ง ปรับปรุงทางเดินเท้าให้มีสภาพที่เหมาะสมในการใช้งาน จัดหาพื้นที่จอดรถที่มีความสะดวก ปรับปรุงระบบขนส่งสาธารณะให้มีความสะดวกสบายและมีความเชื่อมโยงกัน ทำการส่งเสริมคุณภาพชีวิตคุณภาพของชุมชนให้มีพื้นที่รองรับการดำเนินกิจกรรมทางสังคม วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชน ส่งเสริมทัศนียภาพของถนนสายหลักให้มีความสวยงามเกิดทัศนียภาพที่สวยงามของเมือง สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

ศศิธร สามารถ (2545) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว พักค้างแรมในโรงแรม พักอยู่ในกระบี่ประมาณ 3-5 วัน ใช้เวลาวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทาง ชอบกิจกรรมดำน้ำ ชมปะการัง จำนวนเงินที่นักท่องเที่ยวใช้ระหว่างท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง 4,001-5,000 บาท สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ปรับปรุงมากที่สุด คือความสะอาดของสถานที่

ท่องเที่ยว มีความตั้งใจว่าในอนาคตจะเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดกระบี่อีกแน่นอน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจกับความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน และพฤติกรรมที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

สุภารัตน์ พันธนิกุล (2545) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ลักษณะทั่วไปของการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ ระดับมหภาค และจุลภาค การศึกษารั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงซ้อน ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลitudinalประเภทอนุกรมเวลา ช่วงระยะเวลาปี พ .ศ. 2534-2543

ผลการศึกษาพบว่า ในระดับมหภาค จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในช่วงปี พ .ศ. 2539-2543 เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 6.50 ต่อปี โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 25-34 ปี และมีระยะเวลาพำนัเฉลี่ยในประเทศไทย 6-8 วัน ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่สำคัญทางสถิติคือ อัตราส่วนราคาค่าโดยสารเครื่องบินต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัว อัตราส่วนราคาห้องพักโรงแรมโดยเฉลี่ยต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัว ดัชนีราคาผู้บริโภค อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ และตัวแปรหุ่นซึ่งแสดงถึงการมีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ประเทศในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งปัจจัยดังกล่าวข้างต้นยังเป็นปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้วย ยกเว้นตัวแปรหุ่นซึ่งแสดงถึงการมีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศในแต่ละช่วงเวลา

ส่วนผลการศึกษาในระดับจุลภาคชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 35-45 ปี มีการใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 4,336 บาทต่อคนต่อวัน ปัจจัยที่มีผลในทางบวกต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ อายุของนักท่องเที่ยว ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว สถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยว รายได้ต่อ เดือนของนักท่องเที่ยว และระยะเวลาพำนัเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะว่า ให้มีการกำหนดราคาสินค้าและบริการที่สมเหตุสมผล นอกจากนี้ คุณภาพของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ควรได้รับการพัฒนามากยิ่งขึ้น รวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวควรทำอย่างต่อเนื่องและแพร่หลาย เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยยาวนานขึ้น

ปริยดา ตรุยานนท์ (2545) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อร้านอาหารไทยในโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการ ศึกษา ระดับความพึงพอใจในการรับบริการและพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อร้านอาหารไทยในโรงแรมพบว่า ระดับความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนด้านความหลากหลายของอาหาร คุณภาพของอาหารและส่วนผสม รสชาติ ความสุภาพอ่อนน้อม ยิ้มแย้มแจ่มใส เสื้อผ้าสุภาพเรียบร้อย เป็นมิตร สะดวกสบายและบริการรวดเร็ว มีบริการชาย และ หญิงเพียงพอ และคุณภาพของการบริการ มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมากที่สุด นอกจากนั้น ด้านโฆษณา และ ส่วนลดต่าง ๆ มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจปานกลาง ด้านพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศวางแผนที่จะอยู่เมืองไทยมากกว่า 4 สัปดาห์ ส่วนใหญ่รับประทานอาหารไทย 1 – 3 ครั้ง/ สัปดาห์ ส่วนใหญ่รับประทานอาหารไทยร่วมกับเพื่อน หรือญาติ ประมาณ 1 - 2 คน ส่วนใหญ่ รับประทาน อาหารไทยมือเย็น และมีเหตุผลในการรับประทานอาหารไทย คือ เพื่อรับประทานอาหาร

จากการศึกษาการเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อก่อนเดินทางมาประเทศไทยและความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อร้านอาหารไทยในโรงแรมพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีการเปิดรับสื่อก่อนเดินทางประเทศไทยต่างกัน มีความพึงพอใจในการรับบริการด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร (บริการชาย และ หญิง) และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน

การเปิดรับสื่อในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อร้านอาหารไทยในโรงแรม พบว่า การเปิดรับสื่อในประเทศไทยโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร (บริการชาย และ หญิง) ด้านลักษณะทางกายภาพและความพึงพอใจโดยรวม การเปิดรับสื่อในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อร้านอาหารไทยในโรงแรม พบว่า การเปิดรับสื่อในประเทศไทยโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ด้านภาพลักษณ์ของอาหารไทยมี ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อร้านอาหารไทยในโรงแรม พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อภาพลักษณ์ของอาหารไทยโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการด้านอาหาร & การบริการในร้านอาหาร ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร (บริการชาย & หญิง) ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านระบบการให้บริการ และความพึงพอใจ (รวม)

การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ และความพึงพอใจในการรับบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อร้านอาหารไทยในโรงแรม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีสถานภาพสมรส , อายุ และอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมในการรับบริการที่มีต่อร้านอาหารไทยแตกต่างกัน การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อร้านอาหารไทยในโรงแรม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศ สถานภาพสมรส อายุ และรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคที่มีต่อร้านอาหารไทยในโรงแรมแตกต่างกัน

ความพึงพอใจในการรับบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อร้านอาหารไทยในโรงแรม พบว่า ความพึงพอใจในการรับบริการด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อร้านอาหารไทยในโรงแรม

วชิราภรณ์ โลหะชาละ (2545) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดเชียงราย จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวค้างคืนในจังหวัดเชียงรายมีความพึงพอใจต่อการบริการที่พักในระดับสูง ส่วนใหญ่มองว่าที่พักมีมาตรฐานดี และเกือบทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าราคาของที่พักมีความเหมาะสมดีแล้ว โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างต้องการกลับมาพักแรมอีก และจะแนะนำที่พักแรมดังกล่าวให้กับเพื่อนและครอบครัวอีกด้วย นอกจากนี้จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกที่พักในจังหวัดเชียงรายพบว่า ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักโดยเฉพาะปัจจัยด้านราคาที่พักและความปลอดภัย รองลงมาคือปัจจัยด้านการบริการ ทำเลที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อม ตามลำดับ

พลวัต ต้นศิริ (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย และเพื่อทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับการบริการที่เห็นอกเห็นใจ สุภาพ พร้อมทั้งจะช่วยเหลือ การให้เกียรติ ซึ่งตรงกับทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ ในด้านความต้องการความรักและการยอมรับ และความต้องการการยกย่องนับถือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังได้รับสิ่งกระตุ้นจาก ปัจจัยภายนอกด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ทำให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ทั้งด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านโรงแรมที่พัก ด้านร้านอาหาร แหล่งบันเทิง ร้านจำหน่ายสินค้า เป็นต้น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังได้ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับ

ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านราคาของทุก ๆ องค์ประกอบเช่น ราคาที่พัก ราคาอาหาร ฯลฯ ซึ่งปัจจัยด้านราคานี้อยู่ในระดับพึงพอใจ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังได้ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมากกับปัจจัย ด้านความสะดวกในการจอง โรงแรมที่พัก บริการนำเที่ยว นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้านความสะดวกในการจองของทุก ๆ องค์ประกอบดังกล่าวข้างต้น ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้นั้นเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ตรงกับแนวคิดด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านสถานที่

องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ต่อความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ คือ องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว จากการศึกษายังพบอีกว่า แหล่งท่องเที่ยวประเภททางธรรมชาติ มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในประเภทของแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยว ด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม โดยนักท่องเที่ยวก็มีความพึงพอใจในระดับสูง ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวประเภทกีฬา สันทนาการ และการศึกษา งานเทศกาล และแหล่งจับจ่ายใช้สอยนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญในระดับสำคัญบ้าง และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับเฉย ๆ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญต่อทุกองค์ประกอบด้านโรงแรมที่พักในระดับสูง และนักท่องเที่ยวก็มีความพึงพอใจในระดับสูงเช่นกัน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบด้านการบริการของพนักงาน คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม รายการอาหารและเครื่องดื่ม ราคา และสถานที่ สถาปัตยกรรม และการตกแต่งในระดับสูง และนักท่องเที่ยวก็มีความพึงพอใจในระดับสูงเช่นกันต่อองค์ประกอบข้างต้น

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญต่อโครงสร้างพื้นฐาน ด้านไฟฟ้า น้ำประปา ถนนและการจราจร การขนส่งมวลชน โทรศัพท์ สายการบินและท่าอากาศยาน โรงพยาบาลและการกำจัดขยะมูลฝอยในระดับสูง และนักท่องเที่ยวก็มีความพึงพอใจในระดับสูงเช่นกัน ในขณะที่โครงสร้างพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ต นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบดังกล่าวในระดับสำคัญบ้าง แต่ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบดังกล่าวในระดับสูง และยังพบปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ ปัญหาความไม่สะอาดของจังหวัดเชียงราย ปัญหาความไม่พอเพียงของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม และปัญหาค่าบริการต่าง ๆ ของโรงแรมมีราคาค่อนข้างแพง เป็นต้น

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีข้อเสนอแนะคือ ควรวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ประกอบกับต้องแก้ไขปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวทุกปัญหาไม่ว่า เป็นปัญหามาก หรือเป็น

ปัญหาน้อย อีกทั้งควรให้ความสำคัญในการแก้ไของค์ประกอบที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญสูงแต่ยังมีระดับความพึงพอใจค่อนข้างต่ำ และต้องพยายามรักษาองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงให้มีคุณภาพ และระดับบริการที่ดีต่อไป

ชนะการณ ออสุวรรณ (2548) ได้ทำการวิจัยเรื่องความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหัวหิน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามซึ่งมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย 313 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 107 คนที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังอำเภอหัวหิน และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้คือ เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริหารจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และเพื่อเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริหารจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของหัวหิน

จากการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ว่า

- ด้านการวางแผนการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องการให้หัวหินมีการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับการพักผ่อนในวันหยุด และมีความปลอดภัยน่าอยู่ ปลอดภัย เสพติด ประชาชนมีสุขภาพดี เป็นเมืองที่มีการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งน้ำต้นทุนรวมทั้งมีการจัดการน้ำเสียได้อย่างเหมาะสม
- ด้านแหล่งท่องเที่ยวและเอ กลัษณ์หัวหิน นักท่องเที่ยวต้องการให้หัวหินพัฒนาและเพิ่มศักยภาพเกี่ยวกับการพัฒนาชายหาดและจัดระเบียบให้ดีขึ้น พัฒนาและเพิ่มศักยภาพเกี่ยวกับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่นรถรับจ้าง การจราจร ที่จอดรถ ทางเดินเท้า และเพิ่มแหล่งช้อปปิ้ง
- ด้านการจัดการบุคลากร ให้พัฒนาหรือเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากรทั้งในส่วนองภาครัฐและเอกชน ในคุณลักษณะด้านความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ ความสุภาพ ยิ้มแย้ม เป็นมิตร และความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว
- ด้านการบริการขั้นพื้นฐานและสาธารณูปโภคนั้น นักท่องเที่ยวต้องการให้หัวหินพัฒนาเกี่ยวกับความสะอาดบริเวณชายหาด ทางลงชายหาด และความสะอาดโดยรวมของเมือง ตลาด สถานบริการร้านค้า ถนน เพิ่มที่จอดรถสาธารณะให้เพียงพอ ระบบการจราจร สัญญาณไฟ และป้ายบอกทาง คุณภาพของน้ำประปา และความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง
- ด้านการประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวต้องการให้หัวหินจัดเทศกาล งานประเพณี และกิจกรรมเฉลิมฉลองต่าง ๆ โดยประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ นิตยสาร และอินเทอร์เน็ต

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่มีต่อการบริหารจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของหัวหิน สรุปพบว่ามีค่าร้อยละที่ใกล้เคียงกันจึงไม่เกิดความแตกต่างทางนัยสำคัญทางสถิติ

วรเวทย์ แสงศรี (2548) ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มายังประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ระหว่างประเทศจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทย พร้อมทั้งพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2546-2547 โดยจำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวตามถิ่นที่อยู่ 7 ประเทศได้แก่ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เกาหลีใต้ สิงคโปร์ ไต้หวัน จีน และฮ่องกง ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิประเภทอนุกรมเวลารายปีในช่วงปี พ.ศ. 2526-2545

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มายังประเทศไทย คือ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ณ ราคาคงที่หรือมูลค่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเฉลี่ยต่อคนของประเทศที่เป็นถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยว จำนวนประชากร และจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากประเทศที่ทำการศึกษาในปีที่ผ่านมา มีผลในทางบวก ส่วนราคาโดยเปรียบเทียบมีอิทธิพลในทางลบ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้ สำหรับตัวแปร หน้าที่แสดงปีที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม ซึ่งไม่เป็นตามสมมติฐานที่วางไว้ในกรณีของประเทศจีนและเกาหลีใต้ นอกจากนี้ การใช้สมการอุปสงค์ที่ประมาณการดังกล่าวในการพยากรณ์ พบว่า แบบจำลองที่ 1 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มายังประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้น ในกรณีของนักท่องเที่ยวจากประเทศ ฟิลิปปินส์ จีน เกาหลีใต้ และสิงคโปร์ และลดลงในกรณีของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย และได้หวัน ส่วนแบบจำลองที่ 2 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ในกรณีของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ฟิลิปปินส์ จีน และสิงคโปร์ และลดลงในกรณีของนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีใต้และไต้หวัน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยคือ ภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือกันดูแลนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มายังประเทศไทยให้มีความประทับใจ เพราะนักท่องเที่ยวจำนวนมากเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเยือนซ้ำ และรัฐบาลควรส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศจีน ซึ่งมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูงอย่างต่อเนื่องเพราะอุปสงค์มีความยืดหยุ่นต่อรายได้ ณ ราคาคงที่

มทิยา เลิศไกร (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวกรณีศึกษาชะอำ-หัวหิน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา และการวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงซ้อน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวและเปรียบเทียบโครงสร้างค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตพื้นที่ชะอำและหัวหิน

จากการศึกษาพบว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวต่อห้องพักของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว รายได้ต่อหัวของประเทศไทย เป็นปัจจัยที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวทั้งระยะใกล้และหัวหิน ขณะที่ปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวทั้งระยะใกล้และหัวหิน คือ อัตราแลกเปลี่ยน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวต่อห้องพักของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์มวลรวมต่อหัวของแต่ละประเทศ และตัวแปรหุ่นแสดงเหตุการณ์พิเศษภาวะโรคระบาดและภาวะฤดูกาลท่องเที่ยว ส่วนตัวแปรหุ่นที่แสดงเหตุการณ์พิเศษภาวะก่อการร้ายนั้นไม่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ

โครงสร้างค่าใช้จ่ายสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยจะใช้จ่ายมากที่สุดเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่น ค่าอาหารและเครื่องดื่ม , ค่าพาหนะเดินทาง ตลอดจนค่าธรรมเนียมต่าง ๆ รองลงมาคือค่าที่พัก และค่าซื้อสินค้าที่ระลึกตามลำดับ ส่วนโครงสร้างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่จะใช้จ่ายมากที่สุดเกี่ยวกับ ค่าที่พัก , ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ได้แก่ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม, ค่าพาหนะเดินทาง ตลอดจนค่าธรรมเนียมต่าง ๆ, ค่าซื้อสินค้าที่ระลึก ตามลำดับ

การศึกษานี้มีข้อเสนอแนะคือ รัฐบาลต้องพยายามทำให้ค่าเงินบาทอ่อนตัว เนื่องจากจะมีผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวและรักษาอัตราแลกเปลี่ยนให้มีเสถียรภาพและแนวทางค่าเงินบาทอ่อนตัว นอกจากนั้นภาคเอกชนต้องพยายามพัฒนาจำนวนและคุณภาพห้องพักให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติไว้รองรับฤดูกาลท่องเที่ยว รวมถึงความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในเทศกาลต่าง ๆ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อ ศึกษา มุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนการวิจัยดังนี้

1. การสำรวจพื้นที่ และศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยว
2. การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ ในการศึกษา วิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอผลการวิจัย

1. การสำรวจพื้นที่ และ ศึกษาทรัพยากร การท่องเที่ยว

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ในการศึกษา ได้แก่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งผู้วิจัยจะทำการศึกษาและสำรวจทรัพยากรท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียงและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมเดินทางไปท่องเที่ยว เช่น สถานีรถไฟหัวหิน ตลาดนัดไร่ไผ่ เพลินวาน ตลาดโต้รุ่ง บริเวณชายหาดหัวหิน เป็นต้น เพื่อศึกษาว่า ในพื้นที่ท่องเที่ยวเหล่านี้มีอะไร เป็นจุดเด่นที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ สภาพของแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้เป็นอย่างไรบ้าง และปัญหาเบื้องต้นของทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านี้ตามมุมมองของผู้วิจัย

2. การกำหนด ประชากรและ เลือก กลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาว ต่างชาติที่ เดินทาง มาท่องเที่ยวที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

กลุ่มตัวอย่างและการ เลือก ตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการวิจัย โดยใช้แบบสัมภาษณ์ โดย มุ่งเน้นไปที่กลุ่มนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่ เดินทาง มาท่องเที่ยวยังอำเภอหัวหิน ซึ่งผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience sampling) โดยจะคัดเลือกสอบถาม นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทั้งชายและหญิง ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป โดยไม่กำหนดว่าเป็นชาติใด จำนวนทั้งหมด 30 คน ในช่วง เดือนธันวาคม 2552 ถึงเดือนมกราคม 2553 ใช้เวลาเก็บข้อมูล ทั้งสิ้น 60 วัน

3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกวิธีการวิจัยในเชิงคุณภาพ โดย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสัมภาษณ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.1 การสร้างแบบ สัมภาษณ์ ครั้งที่ 1 จาก การศึกษา ค้นคว้าเอกสาร บทความ ตำรา หนังสือ งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นำแบบ สัมภาษณ์ ที่ได้มาทดลองใช้ กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังอำเภอหัวหินที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน

เมื่อนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ พบว่ามี จุดบกพร่อง เนื่องจากการสัมภาษณ์ไม่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ครบถ้วน จึงนำแบบสัมภาษณ์ ปรีกษาอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญา นิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำมา ปรับปรุงและ พัฒนาในการสร้างแบบสัมภาษณ์ต่อไป

3.2 การสร้างแบบสัมภาษณ์ครั้งที่ 2 พัฒนา ขึ้นจาก แบบสัมภาษณ์ ครั้งที่ 1 ตาม คำแนะนำที่ ได้รับจากอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญให้มีเนื้อหาครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและเป็นไปตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งใจไว้ เนื่องจากอาจประสบปัญหาในการสื่อสาร ผู้วิจัยจึงได้ปรับแบบสัมภาษณ์ให้เป็นรูปแบบกึ่งแบบสอบถามเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้ง่ายขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวอาจจะให้ข้อมูลเพิ่มเติมมากกว่าจำนวนหัวข้อที่กำหนดไว้ และมีการซักถามเพื่อขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อที่ผู้วิจัยสนใจ ซึ่งข้อมูลในแบบสอบถามประกอบด้วย

1) ข้อมูลทั่วไป (General information) จะเก็บข้อมูลพื้นฐาน เกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพ เชื้อชาติ รายได้ นอกจากนี้ยังรวมถึงการเก็บข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยว โดยลักษณะคำถามในส่วนแรกเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 14 ข้อ

2) มุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (Perception of tourism) จะเก็บข้อมูลในด้านแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวหัวหินที่ นักท่องเที่ยวใช้ในการศึกษาหาข้อมูลก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ 1 ข้อ ระดับความรู้เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวที่หัวหินก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว ก่อนเดินทางมาท่องเที่ยว มุมเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว มุมมองและความรู้สึกของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหัวหิน ผลกระทบที่มีจากวิกฤตเศรษฐกิจและสถานการณ์การเมืองไทย ความรู้สึกหลังจากได้เดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว และข้อเสนอแนะที่มีของนักท่องเที่ยว

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอผลการวิจัย

เมื่อสร้างเครื่องมือวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ที่ได้มาตรฐานแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

4.1 การใช้วิธีการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ (Informal talk) เพื่อทำความคุ้นเคยและทราบข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

4.2 การใช้แบบสัมภาษณ์สำหรับการสัมภาษณ์เพื่อประโยชน์ในการบันทึกข้อมูลพื้นฐานต่าง ๆ ของผู้ให้สัมภาษณ์ เช่น เพศ อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ฯลฯ นอกจากนี้ข้อมูลพื้นฐานแล้วยังมีคำถามเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังอำเภอหัวหิน จำนวน ครั้ง ที่เดินทาง เคยเดินทางมายังอำเภอหัวหินหรือไม่ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่หัวหิน

4.3 การสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายถึงความรู้ เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่หัวหิน และรู้จักหัวหินจากสื่อใด สิ่งดึงดูดและปัจจัยในการกระตุ้นให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหิน รวมถึงความคาดหวังที่มีต่อหัวหินก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

4.4 ดำเนินการสัมภาษณ์เกี่ยวกับสิ่งที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความพึงพอใจ ความประทับใจ และสอบถามความรู้สึกที่มีต่อการมาท่องเที่ยวที่หัวหินเป็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับความคาดหวัง

4.5 ศึกษาเกี่ยวกับสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายไม่ชอบ ไม่พอใจ และต้องการให้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขว่ามีอะไรบ้าง มีข้อเสนอแนะอย่างไรบ้างเพื่อที่จะพัฒนาปรับปรุงศักยภาพการท่องเที่ยวหัวหินให้ดีขึ้น

4.6 สอบถามกลุ่มเป้าหมายถึงความเป็นไปได้ที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่หัวหินอีกครั้ง รวมถึงความเป็นไปได้ที่จะแนะนำให้คนที่รู้จักเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหิน

เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์การวิจัยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้นำมาจัดกระทำ ข้อมูล และวิเคราะห์ ข้อมูลดังรายละเอียดต่อไปนี้

- 1) นำผลจากการสัมภาษณ์ที่ได้ทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์
- 2) นำผลจากการสัมภาษณ์มาประมวลผล และแปลความหมายข้อมูล เพื่อทำรายงานผลการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 วิเคราะห์ศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้งสถานที่ สภาพแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการทางการท่องเที่ยว จากมุมมองของผู้วิจัยโดยวิธีการบรรยาย

2.2 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการบรรยาย และใช้สถิติพรรณนาด้วยค่าเฉลี่ย

2.3 วิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับสื่อ และมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน โดยวิธีการบรรยาย และใช้สถิติพรรณนาด้วยค่าเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์การพิจารณาระดับความรู้ของนักท่องเที่ยวก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวคือ

ดีมาก ให้ 3 คะแนน

ปานกลาง ให้ 2 คะแนน

น้อยหรือไม่รู้เลย ให้ 1 คะแนน

แบ่งระดับคะแนนได้ดังนี้คือ

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.66 หมายถึง ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.67-2.33 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 2.34-3.00 หมายถึง ระดับมาก

ขณะที่ข้อมูลด้านมูลเหตุจูงใจในการเดินทางมาที่ องค์เทียวยังหัวหิน และ มุมมอง และความรู้สึกที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหินมีค่าคะแนนมาตราส่วนแบบประเมินค่าคือ

ดีมาก ให้ 5 คะแนน

ดี ให้ 4 คะแนน

ปานกลาง ให้ 3 คะแนน

น้อย ให้ 2 คะแนน

น้อยมากหรือไม่รู้เลย ให้ 1 คะแนน

แบ่งระดับคะแนนได้ดังนี้คือ

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ดี

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ดีมาก

2.4 วิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

2.5 วิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาการรท่องเที่ยวหัวหินผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยว

และผู้วิจัย



ภาพประกอบ 23 สถานที่สำรวจทรัพยากรท่องเที่ยว

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษามุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน โดยผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวน
2. ผลการ ศึกษา ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง
3. ผลการ ศึกษา ข้อมูลด้านการรับสื่อและมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน
4. การพิจารณามุมมองที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหินของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างและผู้วิจัย
5. ผลการวิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง
6. แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหินผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวและผู้วิจัย

1. ผลการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวน

1.1 ศักยภาพธรรมชาติ

1) ชายหาดหัวหิน (Hua Hin Beach)

การเข้าถึง จากอำเภอหัวหินวิ่งตามถนนเพชรเกษม พอเห็นวัดหัวหินทางด้านซ้าย ให้เลยไปเล็กน้อย จนถึงสี่แยก แล้วเลี้ยวซ้าย เข้าถนนดำเนินเกษม (หัวหินซอย 61) ตรงไปประมาณ 500 เมตร จะถึงทางลงหาดหัวหิน ค่ารถจักรยานยนต์รับจ้างจากตลาดหัวหินถึงหาดหัวหินประมาณ 20 บาท



ภาพประกอบ 24 ป้ายบอกทางลงหาดหัวหิน

สภาพแวดล้อม ชายหาด หัวหินนั้นมีลักษณะเป็นชายหาดทอด ยาวตั้งแต่ บริเวณแหลมหิน จ จนถึงบริเวณชายหาดเขาตะเกียบ ระยะทางโดยรวมประมาณ 5 กิโลเมตร บริเวณชายหาดหัวหินมีชายหาดเรียงราย สวยงามอยู่เป็นจำนวนมาก ลักษณะเม็ดทรายขาวละเอียด ทะเลหน้าชายหาดหัวหินมีลักษณะไม่ลึกมากเหมาะแก่การเล่นน้ำ น้ำทะเลใสสะอาด เป็นธรรมชาติ ไม่มีถนนเลียบชายหาด บรรยากาศดี ยบสงบเหมาะแก่การเป็นสถานที่ตากอากาศ มีโรงแรม ที่พัก รีสอร์ทเรียงรายอยู่เป็นจำนวนมาก รวมถึงบริการเตียงผ้าใบ บริการม้าเช่า บริการน้ำจืดล้างเท้า และบริการอาหาร และน้ำดื่ม บริเวณชายหาด



ภาพประกอบ 25 ชายหาดหัวหิน

สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่จอดรถ บริเวณชายหาดหัวหินถือว่ามีความน้อยเนื่องจากทั้งรถยนต์และรถจักรยานยนต์ต้องจอดรถบริเวณริมถนนดำเนินเกษม ทางลงหาดสาธารณะ รวมถึงถนนบริเวณโดยรอบชายหาดหัวหิน ขณะที่การบริการห้องน้ำสาธารณะมีให้บริการอยู่ที่บริเวณทางลงหาดสาธารณะ ซึ่งมีสภาพค่อนข้างสะอาด โดยคิดค่าบริการคนละ 5 บาท นอกจากนั้นยังมีบริการร้านสะดวกซื้อในบริเวณเดียวกัน บริเวณหาดสาธารณะมีให้บริการเตียงผ้าใบสำหรับให้นักท่องเที่ยวนอนอาบแดด นอกจากนั้นยังมีบริการอาหารและน้ำดื่มอีกด้วย



ภาพประกอบ 26 เตียงผ้าใบและร้านค้าบริเวณหาดหัวหิน

มุมมองของผู้วิจัย ชายหาดหัวหินยังคงความสมบูรณ์ทางธรรมชาติอยู่ในระดับที่ดี สภาพของชายหาดนั้นยังค่อนข้างที่จะ สวยงามคงความเป็นธรรมชาติ ท้องทะเลสวยงาม มีโขดหินเรียงราย ทอดยาว สมดังชื่อหัวหิน แต่เนื่องจากมีนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก รวมถึงมีบริการม้า เช่า เต็มผ้าใบ และร้านอาหารบริเวณชายหาด สาธารณะด้านเหนือ ทำให้ชายหาดหัวหิน บริเวณนี้ มีปัญหาด้านความสะอาดและสิ่งแวดล้อมจากเศษขยะ สิ่งปฏิกูล น้ำเสียจากโรงแรมที่พักและร้านอาหารที่ตั้งอยู่โดยรอบชายหาด นอกจากนี้การเดินทางลงมายังหาด สาธารณะ หัวหินยังค่อนข้างทำได้ ยาก เพราะระหว่างถนนกับชายหาดถูกคั่นด้วยโรงแรม ตึก และร้านอาหาร ระหว่างทางลงหาดสาธารณะยังมีร้านขายของที่ระลึกเรียงรายอยู่เป็นจำนวนมาก รวมถึงมีรถจักรยานยนต์จอดเรียงรายไม่เป็นระเบียบ จึงทำให้ดูไม่เรียบร้อยมากนัก ขณะที่ชายหาดหัวหินบริเวณด้านใต้ซึ่งอยู่ใกล้กับ หาดเขาตะเกียบค่อนข้างที่จะเงียบสงบเป็นส่วนตัว ไม่พลุกพล่าน บริเวณชายหาดค่อนข้างสะอาดมากกว่าบริเวณด้านเหนือ



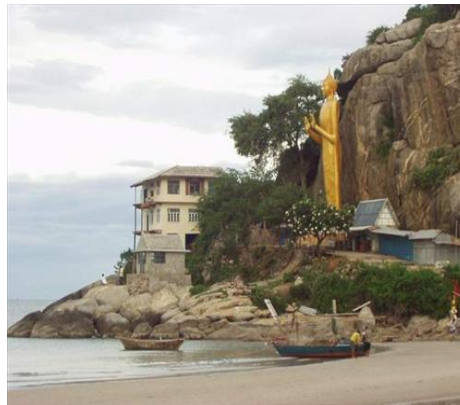
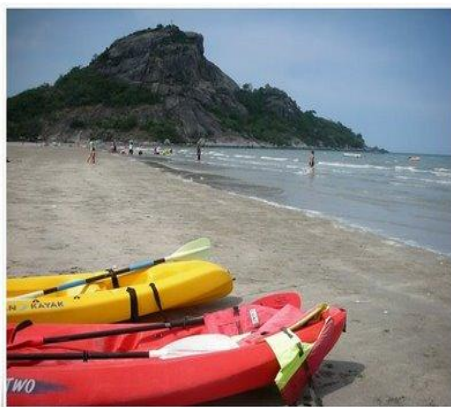
ภาพประกอบ 27 ปัญหาด้านความสะอาดและความไม่มีระเบียบบริเวณชายหาดหัวหิน

2) เขาตะเกียบ (Khao Takiab)

การเข้าถึง จากอำเภอหัวหินวิ่งมาตามถนนเพชรเกษม ลงมาทางทิศใต้ประมาณ 6 กิโลเมตร แยกซ้ายบริเวณหลักกิโลเมตรที่ 235 สามารถใช้บริการรถโดยสาร (รถสองแถว) จากตลาดหัวหิน -เขาตะเกียบ เขาไกรลาส ค่าโดยสาร 10 บาท

สภาพแวดล้อม เขาตะเกียบอยู่ห่างจากตัวเมืองหัวหินมาทางทิศใต้ ประมาณ 6 กิโลเมตร มีลักษณะเป็นยอดเขาที่ยื่นเป็น แหลมออกไปในทะเล จึงถูกกำหนดให้เป็นขอบเขตด้านใต้สุดของหาดหัวหิน บนเขาตะเกียบเป็นที่ตั้งของวัดเขาตะเกียบซึ่งเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปปางห้ามญาติขนาดใหญ่และพระพุทธรูปบาทจำลอง บนยอดเขายังมีจุดชมวิวซึ่งสามารถชมทัศนียภาพความสวยงามของอ่าวหัวหินและบริเวณโดยรอบ โดยมี เส้นทางรถยนต์ขึ้นถึงยอดเขา

ได้ เขาตะเกียบมีชายหาดที่ค่อนข้างเงียบสงบ ลักษณะชายหาดทอดตัวยาวประมาณ 1.5 กิโลเมตร เม็ดทรายขาวละเอียด น้ำทะเลใสสะอาด มีความลาดชันน้อย เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการหลบความวุ่นวายมาพักผ่อน บริเวณเชิงเขาตะเกียบยังมีหมู่บ้านชาวปละ ซึ่งเป็นแหล่งจำหน่ายของทะเลสด ๆ รวมถึงยังมีร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึกเรียงรายอยู่เป็นจำนวนมาก บริเวณชายหาดด้านหลังของเขาตะเกียบยังมีบริการเตี้ยผ้าใบ เช่าเจ็ตสกี บานาน่าโบต และร้านอาหารอีกเป็นจำนวนมาก



ภาพประกอบ 28 สภาพบริเวณ หาดเขาตะเกียบ

สิ่งอำนวยความสะดวก บริเวณโดยรอบของเขาตะเกียบมีโรงแรม ที่พัก รีสอร์ท สปา บริการนักท่องเที่ยวอย่างมากมาย ทั้งโรงแรมที่พักแบบง่าย ๆ ราคาถูก ไปจนถึง โรงแรมที่พัก แบบบูติกรีสอร์ท ราคาสูง

มุมมองของผู้วิจัย บริเวณเขาตะเกียบนั้นมีความเงียบสงบมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับบริเวณตัวเมืองหัวหิน จึงมีโรงแรมที่พักที่มีความเป็นส่วนตัวเปิดให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการอยู่เป็นจำนวนมาก สภาพชายหาดและน้ำทะเลบริเวณเขาตะเกียบนั้นมีความสมบูรณ์อยู่ในระดับที่ดี เม็ดทรายละเอียด ขาวสะอาด ไม่มีความพลุกพล่านของนักท่องเที่ยว น้ำทะเลสวยงาม บริเวณยอดเขาสามารถมองเห็น ทิวทัศน์ของหัวหินได้อย่างกว้างขวาง สวยงามเหมาะสำหรับเป็นสถานที่ชมทัศนียภาพความสวยงามของหัวหิน การขึ้นเขานั้นมีถนนสำหรับให้รถยนต์วิ่งขึ้นไปถึงยอดเขาได้อย่างสะดวก แต่ถนนหนทางนี้มีลักษณะค่อนข้างชัน ควรใช้ความระมัดระวังในการขับรถ ภายในบริเวณวัดเขาตะเกียบก็มีทางที่สามารถเดินขึ้นสู่ยอดเขาตะเกียบด้วยเช่นกัน บริเวณเชิงเขาตะเกียบนั้นมีหมู่บ้านชาวปละอยู่จึงทำให้มีร้านอาหารเปิดให้บริการอยู่เป็นจำนวนมากโดยเฉพาะอาหารทะเล ซึ่งร้านอาหารทะเลบริเวณนี้ก็มีหลายระดับทั้งราคาถูกไปจนถึงราคาแพง

1.2 ทรัพยากรวัฒนธรรมและสิ่งที่สร้างขึ้น

1) วังไกลกังวล (Klai Kangwon Palace)

การเข้าถึง วังไกลกังวลตั้งอยู่ริมถนนเพชรเกษมห่างจากตลาดหัวหินไปทางทิศเหนือประมาณ 3 กิโลเมตร เปิดให้เข้าชมทุกวัน 09.00-16.00 น. ยกเว้นวันที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เสด็จพระราชดำเนินแปรพระราชฐานไปประทับแรม โดยอัตราค่าเข้าชม ผู้ใหญ่ 20 บาท เด็ก 20 บาท

สภาพแวดล้อม วังไกลกังวลได้รับการออกแบบ เป็นสถาปัตยกรรมผสมแบบไทยกับเมดิเตอร์เรเนียน ลักษณะเป็นอาคารคอนกรีตหลังคาลาดชันสูง มุงกระเบื้องดินเผาสีน้ำตาลเข้ม ผนังฉาบเรียบแต่มีลวดลายลูกเล่นเป็นลักษณะลอน คลื่นหรือเกล็ดปลา มีการตกแต่งภายในแบบยุโรป โดยหันหน้าออกทางทะเล พระตำหนักใหญ่ในเขตพระราชฐานประกอบไปด้วย พระตำหนักเปี่ยมสุข พระตำหนักปลุกเกษม พระตำหนักเอิบเปรม และพระตำหนักเอมปรีดี โดยรอบตกแต่งด้วยไม้ดอกไม้ประดับ นานาชนิด ภายในบริเวณวังไกลกังวลยังประกอบไปด้วย วิถีพิพิธภัณฑ์หอยซึ่งรวบรวมเปลือกหอยสวยงามนานาชนิด และยังมีทะเลน้อยซึ่งเป็นสระขุดเพื่อกักเก็บน้ำจืด



ภาพประกอบ 29 พระตำหนักเปี่ยมสุข วังไกลกังวล : วังไกลกังวล (ออนไลน์)

มุมมองของผู้วิจัย ปัจจุบันนี้วังไกลกังวลไม่ อนุญาตให้ นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเที่ยวชมได้แล้ว อาจเป็นเพราะการแปรพระราชฐานมาประทับยังวังไกลกังวลของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวบ่อยครั้งขึ้น จึงต้องมีการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวดขึ้น ดูได้จากการที่มีนายทหารยืนประจำการอยู่ตามจุดต่าง ๆ

2) สถานีรถไฟหัวหิน (Hua Hin Railway Station)

การเข้าถึง สถานีรถไฟหัวหินตั้งอยู่ใกล้กับสนามกอล์ฟหลวงหัวหินบริเวณถนนเลียบทางรถไฟ จากอำเภอหัวหินวิ่งตามถนนเพชรเกษม พอเห็นวัดหัวหินทางด้านซ้าย ให้เลยไป

เล็กน้อยจนถึงสี่แยกแล้วเลี้ยวขวาเข้าถนนดำเนินเกษม (หัวหินซอย 76) ผ่านที่ทำการเทศบาล หัวหินไปเล็กน้อยจนสุดทาง สถานีรถไฟ หัวหินจะอยู่ตรงสามแยกพอดี

สภาพแวดล้อม สถานีรถไฟหัวหินเป็นสถานที่ที่มีความสำคัญและ เป็นเอกลักษณ์ของหัวหินเนื่องจากยังคงรูปแบบของสถานีรถไฟแบบสมัยก่อน ได้รับการยกย่องให้เป็น อาคารอนุรักษ์ ครึ่งตึกครึ่งไม้ รับอิทธิพลจากสถาปัตยกรรมวิกตอเรียจากยุโรป มีรายละเอียด สวยงามประดับเสา ค้ำยัน ได้รับการยกย่องว่าเป็นสถานีรถไฟที่สวยงามที่สุดในประเทศไทย นอกจากนั้นยังมีพลับพลาพระมงกุฎเกล้าซึ่งเป็นพลับพลาจตุรมุข สร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้า ฯ เพื่อเป็นที่ประทับขึ้นและลงรถไฟของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มีป้ายชื่อ สถานีรถไฟหัวหินและหัวรถจักรไอน้ำเก่าสมัยก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นมุมถ่ายรูปที่ระลึกยอดนิยม บริเวณสถานีรถไฟยังมีการนำเอาโบกี้รถไฟเก่าอายุกว่า 50 ปี มาจัดทำเป็นห้องสมุดรถไฟ เพื่อให้บริการประชาชนฟรี โดยนับเป็นห้องสมุดรถไฟแห่งที่สองของประเทศอีกด้วย



ภาพประกอบ 30 ภายในสถานีรถไฟหัวหิน



ภาพประกอบ 31 พลับพลาพระมงกุฎเกล้า

สิ่งอำนวยความสะดวก ภายในสถานีรถไฟหัวหินมีบริการรับฝากกระเป๋าสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการที่จะฝากกระเป๋าไว้แล้วไปทำธุระที่อื่นก่อนที่จะเดินทาง สถานีจอดรถบริเวณสถานีรถไฟหัวหิน จัดไว้บริเวณด้านข้างของสถานี สามารถจอดรถส่วนบุคคลได้ประมาณ 7-8 คัน โดยสามารถจอดรถชั่วคราวเพื่อรับส่งผู้โดยสารได้ด้านหน้าของสถานี บริเวณด้านตรงข้ามของสถานียังมีบริการรถโดยสารสาธารณะและรถจักรยานยนต์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้โดยสารรถไฟ การบริการห้องน้ำมีให้บริการอยู่ ในบริเวณสถานีรถไฟ โดยคิดค่าบริการห้องน้ำคนละ 5 บาท สภาพห้องน้ำโดยรวมมีความสะอาดดี นอกจากนั้นภายในสถานีรถไฟหัวหินยังมีร้านกาแฟให้บริการแก่ผู้ใช้บริการสถานีรถไฟอีกด้วย



ภาพประกอบ 32 ร้านกาแฟภายในสถานีรถไฟหัวหิน

มุมมองของผู้วิจัย สภาพโดยรวมของสถานีรถไฟหัวหิน ยังคงมีสภาพความสมบูรณ์อยู่ในระดับที่ดี เนื่องจากการบำรุงรักษาและดูแลอย่างดีจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง โดยยังคงความเป็นเอกลักษณ์จากในอดีตทั้งบริเวณตัวอาคารสถานีรถไฟ รางรถไฟ บริเวณโดยรอบ รวมทั้งบริเวณพลับพลาพระมงกุฎเกล้าซึ่งได้รับการดูแลรักษาให้คงสภาพเดิม มากที่สุด ซึ่งยังคงเป็นจุดที่นักท่องเที่ยว เกือบทุกคน ต้องถ่ายรูป เก็บไว้เป็นที่ระลึกเมื่อเดินทางมาเที่ยวชมที่สถานี ด้านความสะอาดบริเวณสถานีอยู่ในเกณฑ์ที่ดี รวมถึง ความสะอาด บริเวณห้องน้ำ ที่มีให้บริการภายในสถานีก็อยู่ในระดับที่ดี ซึ่งอาจเป็นเพราะว่ามีการ เก็บค่าบริการและมีการทำความสะอาดอยู่ตลอดเวลา

เมื่อเข้ามาภายในสถานีแล้วจะพบว่ามีห้อง สำหรับบริการรับฝากสัมภาระของผู้เดินทางซึ่งถือว่าเป็นบริการที่ดีจากสถานี จากการเฝ้าสังเกตภายในบริเวณสถานีรถไฟหัวหิน พบว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาใช้บริการ ภายในสถานีจำนวนมา กทั้ง ที่เป็นผู้โดยสารรถไฟ และเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชมสถานี ดังนั้น ป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ ภายในสถานีรถไฟหัวหินจึงควรที่จะมีภาษาอังกฤษกำกับไว้ด้วย เนื่องจากพบว่าป้ายประชาสัมพันธ์

ข้อมูลบางส่วนมีเพียงภาษาไทยเท่านั้น นอกจากนั้นควรมีการแสดงอัตราค่าบริการโดยสารรถไฟไว้อย่างชัดเจนเพื่อป้องกันการสับสนด้านราคา และการเอาเปรียบผู้โดยสาร

เมื่อออกมาภายนอก บริเวณด้านหน้าของสถานีรถไฟหัวหินมีลักษณะเป็นสามแยก ซึ่งมีรถวิ่งผ่านเกือบตลอดเวลา แต่ไม่มีสัญญาณไฟจราจรควบคุมการจราจรรวมถึงไม่มีทางม้าลายบริเวณ นั้นทำให้การข้ามถนนบริเวณด้านหน้าของสถานีค่อนข้างที่จะอันตราย ผู้วิจัยเห็นว่าควรที่จะมีการจัดการจราจรให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยเพื่อความปลอดภัยของผู้ที่ใช้บริการจากสถานีรถไฟและผู้ใช้ถนนบริเวณนั้น

3) ตลาดฉัตรไชย (Chat Chai Market)

การเข้าถึง ตลาดฉัตรไชยตั้ง อยู่ริมถนนเพชรเกษมในตัวเมืองหัวหิน บริเวณ ใกล้แยกถนนเดชานูชิต

สภาพแวดล้อม ตลาดฉัตรไชยเป็นตลาดเก่าแก่ที่มีชื่อเสียงของหัวหิน มีลักษณะเป็นคอนกรีตเสริมเหล็กทั้งอาคาร ตัวตลาดโล่งโล่งอากาศถ่ายเทสะดวก ลักษณะของหลังคาเป็นรูป 7 โค้ง อันเป็นสัญลักษณ์หมายถึง สร้างในส. รัชกาลที่ 7 ภายในเป็นแหล่งจำหน่ายอาหารสดและอาหารแห้ง รวมถึงสินค้าที่ระลึก มากมาย



ภาพประกอบ 33 บริเวณด้านหน้าและภายในตลาดฉัตรไชย

สิ่งอำนวยความสะดวก การจอดรถบริเวณตลาดฉัตรไชยสามารถจอดรถได้ในบริเวณริมถนนเพชรเกษมในพื้นที่ที่กำหนดไว้ นอกจากนั้นยังสามารถจอดรถในบริเวณถนนใกล้เคียง เช่น ถนนเดชานูชิต ถนนแนบเคหาสน์ ถนนสระสงว ซึ่งบริเวณถนนเหล่านี้สามารถจอดรถได้ในบริเวณที่กำหนดไว้เท่านั้น บริเวณหน้าตลาดฉัตรไชยยังมีป้ายแสดงข้อมูลการท่องเที่ยวและแผนที่ อำเภอหัวหินไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย นอกจากนั้นยังมี ร้านสะดวกซื้อบริการอยู่โดยรอบตลาดฉัตรไชย



ภาพประกอบ 34 ป้ายแสดงข้อมูลท่องเที่ยวบริเวณหน้าตลาดจตุรไชย

มุมมองของผู้วิจัย สภาพของตลาดจตุรไชยโดยรวมภายนอกแลดูเรียบร้อยดี แต่ด้านหน้าของตลาด พบว่ามีรถจักรยานยนต์จอดเรียงรายอยู่ เป็นจำนวนมากทั้งบนทางเท้า และในที่ห้ามจอด ทั้งที่มีป้ายห้ามจอดกำกับอยู่ นอกจากนั้นยังมีการขายสินค้าบริเวณริมทางเท้า ดูไม่เป็นระเบียบ ไม่เรียบร้อย ภายในตลาดเป็นแหล่งขายสินค้าอาหารสด อาหารแห้งและของที่ระลึกมากมาย แต่ไม่มีการจัดระเบียบร้านค้าให้เป็นหมวดหมู่ทำให้ดูไม่เป็นระเบียบ เรียบร้อย แออัด บริเวณที่ขายอาหารสดยังมีแมลงวันและมีน้ำเฉอะแฉะ ส่งกลิ่นเหม็น ดูสกปรก ส่งผลถึงร้านอาหาร เช่น ข้าวมันไก่ หมูปัก ฯลฯ ภายในบริเวณตลาด ที่ทำให้ดูไม่น่ารับประทาน ขาดสุขลักษณะที่ดี ผู้วิจัยเห็นว่า ควรดูแลความสะอาดภายในตลาดและบริเวณโดยรอบเป็นพิเศษ เนื่องจากภายในมีการจำหน่ายอาหารสด และร้านอาหาร บริเวณด้านหน้าของตลาดจตุรไชย ควรเปิดโล่ง ควรที่จะมีการจัดระเบียบร้านค้าภายในตลาดจตุรไชยให้เป็นหมวดหมู่ ติดป้ายแสดงราคาสินค้าให้ชัดเจน

4) ตลาดโต้รุ่งหัวหิน (Hua Hin Night Market)

การเข้าถึง ตั้งอยู่บริเวณตัวเมืองหัวหินบน ถนนเดชาอนุชิตซึ่งตัดกับถนนเพชรเกษม อยู่ไม่ไกลจากตลาดจตุรไชย ตลาดโต้รุ่งหัวหินจะเริ่มเปิดให้บริการในช่วงเย็นของทุกวันโดยจะเริ่มปิดถนนเดชาอนุชิต เพื่อนำสินค้ามาวางจำหน่ายประมาณ 16.00 น.

สภาพแวดล้อม ตลาดโต้รุ่ง หัวหินเป็นตลาดถนนคนเดินบนถนนเดชาอนุชิต โดยเริ่มตั้งแต่ปลายถนนเดชาอนุชิตตัดกับถนนเพชรเกษมจนถึงถนนเลียบทางรถไฟ ภายในมีจำหน่ายทั้งสินค้าที่ระลึก สินค้าพื้นเมือง เสื้อผ้า กระเป๋า หนังสือ นิตยสาร งานหัตถกรรม ร้านอาหาร ไทยอาหารทะเล ผักไทย หอยทอด ฯลฯ ส่วนอาหารหวานก็มี โรตีสายไหม ไอศกรีม ขนมไทย ผลไม้ ฯลฯ ถือได้ว่าตลาดโต้รุ่งเป็นสีสันยามราตรีของหัวหิน

สิ่งอำนวยความสะดวก การจอดรถของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดโต้รุ่งสามารถจอดรถได้บริเวณริมถนนเพชรเกษม และบริเวณถนนโดยรอบตลาดโต้รุ่ง เช่น

ถนนแนบเคหาสน์ ถนนสะอาด ซึ่งบริเวณถนนเหล่านี้ สามารถจอดรถได้ในบริเวณที่อนุญาต ให้จอดไว้เท่านั้น บริเวณตลาดได้รุ่มยังมีร้านสะดวกซื้อบริการให้นักท่องเที่ยวด้วย นอกจากนี้ บริเวณหน้าตลาดได้รุ่มมีถนนเพชรเกษมยังมีป้ายแสดงข้อมูลการท่องเที่ยวอำเภอหัวหินไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว



ภาพประกอบ 35 สภาพของตลาดได้รุ่มยามเย็นและยามค่ำคืน

มุมมองของผู้วิจัย ตลาดได้รุ่มนั้นมีสินค้ามากมายหลากหลายชนิดให้เลือกจับจ่าย ทั้งสินค้าที่ระลึก เสื้อผ้า กางเกง รองเท้า รวมถึงมีอาหารให้เลือกรับประทาน ทั้งอาหารทะเล อาหารไทย ขนมหวาน ฯลฯ แต่สินค้าบางชนิดก็มีราคาที่สูง อาจเป็นเพราะเนื่องจากตลาดได้รุ่มเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมา ท่องเที่ยว ทำให้สินค้าบางชนิดมีราคาสูงขึ้นตามไปด้วย สภาพโดยรวมของตลาดได้รุ่มมีความสะอาดดีแต่ไม่เป็นระเบียบ เนื่องจากร้านค้าต่าง ๆ ทั้งร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าระลึก ร้านขายเสื้อผ้า ตั้งปะปนกันอยู่ไม่เป็นหมวดหมู่ ถ้าสามารถจัดระเบียบร้านค้าให้เป็นหมวดหมู่ได้ก็จะทำให้ดูเรียบร้อยและสะดวกในการจับจ่ายซื้อของมากขึ้น นอกจากนี้ผู้ขายสินค้าควรที่จะมีการจัดทำป้ายกำหนดราคาสินค้าและอาหารให้ชัดเจนเพื่อป้องกันการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ด้านที่จอดรถนั้นเนื่องจากทางตลาดได้ รุ่มไม่ได้กำหนดจัดสถานที่จอดรถไว้บริการนักท่องเที่ยว การจอดรถจึงต้องทำการจอดบริเวณริมถนนโดยรอบตลาดได้รุ่มซึ่งบางครั้งไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในฤดูท่องเที่ยวจึงทำให้เกิดปัญหาด้านการจราจรบริเวณโดยรอบตามมา

5) วัดห้วยมงคล (Wat Huay Mongkol Temple)

การเข้า ถึง จากอำเภอ หัวหินใช้เส้นทางหนองพลับ- ป่าละอู (ทางหลวงหมายเลข 3218) ระยะทางประมาณ 14 กิโลเมตร ถึงตำบลทับใต้เลี้ยวซ้ายที่สี่แยกหนองตะเภา แล้วเข้าไปตามทางจนถึงวัดห้วยมงคล เปิดระหว่างเวลา 05.00-22.00 น.

สภาพแวดล้อม วัดห้วยมงคล เป็นที่ประดิษฐานหลวงพ่отวด พระนามาภิไธย ส.ก. องค์ใหญ่ หน้าตักกว้าง 9.9 เมตร สูง 11.5 เมตร บนฐานสูง 3 ชั้น ซึ่งได้รับ พระราชานุญาตให้ คณะกรรมการจัดสร้างอัญเชิญพระนามาภิไธยย่อ ส .ก. ขึ้นประดิษฐานที่หน้าองค์รูปหล่อองค์ จาก สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ จากบริเวณรอบ ๆ องค์พระสามารถมองเห็นทิวเขาลี้ อมรอบ และเห็นภูเขาตะนาวศรี ด้านล่างของฐานองค์หลวงพ่отวดมีรูปปั้น ช้างเอราวัณประดับอยู่ที่เชิงบันได ข้างละ 1 เชือก ภายในวัดมีศาลาสำหรับให้นักท่องเที่ยว รับประทานอาหารพระพุทธรูปต่าง ๆ อาทิ พระพุทธรูปประจำวันเกิด รูปเหมือนสมเด็จพระ พุทธาจารย์โต นอกจากนี้ยังมีรูปสลั กหลวงพ่отวด แกะสลักจากไม้ตะเคียนทองขนาดใหญ่ ให้ประชาชนได้สักการบูชา ภายในศาลายังมีที่สำหรับให้ นักท่องเที่ยวได้บูชาวัตถุมงคลต่าง ๆ บริเวณวัดมีพื้นที่กว้างขวาง จัดสวนร่มรื่น และมีบ่อปลา สำหรับให้ นักท่องเที่ยวได้มาทำบุญให้อาหารปลา นอกจากนี้ยังมีสวนดอกทานตะวัน สำหรับใช้เป็นที่พักผ่อน และถ่ายรูปของนักท่องเที่ยวอีกด้วย



ภาพประกอบ 36 รูปหล่อองค์หลวงพ่отวดและช้างเอราวัณ วัดห้วยมงคล



ภาพประกอบ 37 สภาพโดยรอบวัดห้วยมงคล

สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่จอดรถภายในวัดห้วยมงคลมีจัดไว้ ให้บริการ อย่างกว้างขวาง สะดวกสบาย หลายแห่งด้วยกัน โดยมีทั้งสถานที่จอดรถบัส และรถยนต์ส่วนตัว

การให้บริการห้องน้ำทำได้ค่อนข้างดี โดยมีห้องน้ำจำนวนหลายห้อง เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว สภาพห้องน้ำมีความสะอาดดี

มุมมองของผู้วิจัย วัดห้วยมงคลมีการจัดระเบียบภายในวัดอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นป้ายประชาสัมพันธ์วัดบริเวณถนนหนทางต่าง ๆ ที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน การจัดการด้านที่จอดรถมีบริการไว้สำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ด้านบริการห้องน้ำทางวัดก็จัดไว้เป็นสัดส่วนอย่างดี มีสภาพสะอาดไม่ส่งกลิ่นเหม็น ไม่บดบังทัศนียภาพอันสวยงามของทางวัด สภาพโดยรอบของ วัดก็มีความสะอาดดี มีจัดบริเวณไว้ สำหรับให้นักท่องเที่ยวพักผ่อน จากการสังเกตสามารถพบเห็นนักท่องเที่ยวต่างชาติได้อยู่บ้าง อาจเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพร้อมกับบริษัทนำเที่ยวเพื่อมาสักการะบูชาพุทธรูป

6) เพลินวาน (Plearnwan)

การเข้าถึง เพลินวานตั้งอยู่บริเวณถนนเพชรเกษม อยู่ฝั่งตรงข้ามเยื้องกับพระราชวังไกลกังวล เปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่เวลา 11.00-24.00 น. โดยไม่เสียค่าเข้าชม

สภาพแวดล้อม เพลินวานเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ถือกำเนิดจากแนวคิดที่ทำให้นึกถึงวิถีชีวิตของชาวหัว หินในอดีต เป็นลักษณะหมู่บ้านย้อน ยุค ให้ความรู้สึกเหมือน ย้อนกลับไปสู่ออดีต ซึ่งหมู่บ้านย้อนยุคแห่งนี้ถูกสร้างจากไม้และสังกะสีเป็นหลัก เป็นอาคารไม้ 2 ชั้น ถูกประดับตกแต่งด้วยของโบราณมากมาย อาทิ รถจักรยานสามล้อ รถเข็นขายของโบราณ ถ้วยชาม แก้วน้ำ ภาพโปสเตอร์ โฆษณา ภาพโบราณต่าง ๆ ฯลฯ นอกจากนั้นยังมี านอเนกประสงค์จัดไว้เพื่อให้ นักท่องเที่ยวนั่งเล่นพักผ่อนยามเย็น หรือจัดกิจกรรมต่าง ๆ ภายใน เพลินวาน ประกอบไปด้วยร้านอาหาร ร้านกาแฟร้านขายขนม ร้านน้ำแข็งไส ร้านเสื้อผ้า ร้านเหล้า และร้านค้าต่าง ๆ ในสมัยก่อน



ภาพประกอบ 38 ด้านหน้าและภายใน เพลินวาน

สิ่งอำนวยความสะดวก เพลินวานจัดสถานที่ให้บริการจอดรถโดยไม่เสีย

ค่าบริการไว้ห่างจากร้านประมาณ 100 เมตร โดยสามารถให้บริการจอดรถได้ประมาณ 70 คัน ภายในเพลินวานมี บริการห้องน้ำซึ่งยังคงรูปแบบย้อนยุคโดยมีป้ายเขียนไว้ ก๊อ คือห้อง น้ำชาย และ จิกก็ คือห้องน้ำหญิง นอกจากนี้ ภายในเพลินวานยังคงมีบริการห้องพักซึ่งใช้ชื่อว่า “พิมานเพลินวาน” ราคา 3,200 บาท/ห้อง พักได้ 2 คน

มุมมองของผู้วิจัย เพลินวานนั้นถือว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เนื่องจาก

มีการแสดงวิถีชีวิตในสมัยก่อนของคนที่ย้ายอยู่ในหัวหิน มีการจัดแสดงรูปแบบจำลองของร้านค้า ร้านอาหารต่าง ๆ ในสมัยก่อนโดยสามารถซื้อขายได้จริง ให้ความรู้สึกเสมือนได้อยู่ในสมัยก่อน สภาพโดยทั่วไปมีความสะอาดเรียบร้อยดี ห้องน้ำมีความสะอาดดี การบริการที่จอดรถถือว่ายังทำได้ไม่ดีมากนัก เนื่องจากเป็นลานจอดแบบเปิดโล่ง ไม่มีที่บังแดด พื้นลานจอดรถ เป็นดินลูกรัง ซึ่งถ้าเกิดฝนตกจะทำให้เกิดความสกปรก เลอะเทอะ ต่อผู้ใช้บริการ เพลินวานเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่เปิดตัวได้ไม่นานนัก ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็น วัยรุ่นชาวไทย ที่นิยมแต่งตัวล้ายุค หรือแนวแฟชั่นไปถ่ายรูปลย้อนยุค ดังนั้นจึงควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้ เพลินวานเป็นที่รู้จักของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ให้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบแผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว รวมถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

7) ตลาดหัวหินวิลเลจ (Hua Hin Market Village)

การเข้าถึง ตลาดหัวหินวิลเลจ ตั้งอยู่ริมถนนเพชรเกษม อยู่ติด กับโรงเรียนหัวหินวิทยาลัย เปิดให้บริการทุกวันโดย วันจันทร์ -ศุกร์ เปิดบริการ 10.30-21.00 น. วันเสาร์ -อาทิตย์ เปิดบริการ 10.30-22.00 น.

สภาพแวดล้อม ตลาดหัวหินวิลเลจเป็นห้างสรรพสินค้าแห่งแรกในหัวหิน ตั้งอยู่ในบริเวณ แหล่งชุมชน ริมถนนเพชรเกษม ตัวศูนย์ การค้ามีลักษณะเป็นอาคารสมัยใหม่ มีเครื่องปรับอากาศเย็นสบายทั้งอาคาร ภายในประกอบไปด้วย เทสโก้โลตัส โฮมโปร และ โรงภาพยนตร์ เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ นอกจากนั้นยังมีร้านค้าต่าง ๆ มากมายทั้งร้านอาหาร ร้านเสื้อผ้าแบรนด์เนม ลานโบว์ลิง ร้านโทรศัพท์มือถือ ร้านกาแฟ ฯลฯ ด้านหน้าศูนย์การค้าเป็นลานกิจกรรมเพื่อจัดแสดงกิจกรรมของศูนย์การค้าในเทศกาลต่าง ๆ

สิ่งอำนวยความสะดวก ตลาดหัวหินวิลเลจมีสถานที่จอดรถให้บริการมากมายเพียงพอความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้ง ที่จอดรถใต้ดิน และด้านข้างของห้างสรรพสินค้า การบริการห้องน้ำมีจัดไว้หลายส่วน ภายในห้าง สภาพของห้องน้ำมีความสะอาดดี มีเจ้าหน้าที่คอยทำความสะอาดอยู่ตลอดเวลา บริเวณโดยรอบตลาดหัวหินวิลเลจ มีโรงแรมที่พักเปิดให้บริการอยู่มากมาย

มุมมองของผู้วิจัย ตลาดหัวหินวิลเลจเป็นศูนย์การค้าที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ทั้งร้านค้าต่าง ๆ ร้านกาแฟ ร้าน ไอศกรีม ศูนย์อาหาร โรงภาพยนตร์ และsupermarket มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้เดินทางมาจับจ่ายซื้อของโดยไม่เสียค่าบริการ ทั้งภายในและภายนอกศูนย์การค้า และภายในห้องน้ำมีความสะอาดเรียบร้อยดีเนื่องจากมีพนักงานทำความสะอาดเป็นประจำ รวมถึงมีพนักงานรักษาความปลอดภัย อยุ่ดูแลความเรียบร้อยภายในและบริเวณด้านหน้าศูนย์การค้า ด้าน กิจกรรมของร้านค้า ภายในศูนย์การค้า มีการจัดกิจกรรมลดราคาสินค้ามีความหลากหลาย ค่อนข้างดี จากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่า มีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมากเดินทางมาใช้บริการที่ตลาดหัวหินวิลเลจ โดยอาจมาเพื่อจับจ่ายซื้อของใช้จำเป็น อาจมาเพื่อนั่งพักผ่อนในร้านกาแฟบริเวณด้านหน้าศูนย์การค้า



ภาพประกอบ 39 ตลาดหัวหินวิลเลจ (Hua hin market village)

2. ทรัพยากรด้านบริการ

2.1 โรงแรมที่พัก

โรงแรมที่พักที่หัวหินมีให้เลือกมากมายหลายระดับโดยเริ่มตั้งแต่ ระดับสามดาวไปจนถึง ระดับห้าดาว โดยโรงแรม ที่หัวหิน ส่วนใหญ่ จะตกแต่งห้องพักใน บรรยากาศสวยงาม ผ่อนคลาย นอกจากนั้นยังมี ห้องอาหาร สปา อินเทอร์เน็ต ฟิตเนส จัดไว้ให้บริการ รวมไปถึงการจัดหา กิจกรรมสันทนาการต่าง ๆ ให้แก่แขกที่มาพักด้วย ขณะที่ที่พักราคาประหยัด ก็ยังพอมิให้ เลือกใช้บริการอยู่ บ้าง เช่นเกสต์ เฮ้าส์ โฮมสเตย์ ห้องเช่า ฯลฯ

2.2 ร้านอาหาร

ที่หัวหินนี้มีร้านอาหารให้เลือกรับประทานอย่างมากมาย ความโดดเด่นของอาหารคืออาหารทะเล เนื่องจากมีสะพานปลาและหมู่บ้านชาวประมงอยู่ที่นี่ นอกจากอาหารทะเลแล้วยังมีความหลากหลายของอาหารนานาชาติ ได้แก่ อาหารนาชาติ อาหารท้องถิ่น อาหารว่าง รวมถึงขนมอีกมากมาย โดยร้านอาหารที่หัวหินมีตั้งแต่ระดับหรูหรา บรรยากาศดี ร้านอาหาร

ติดชายทะเล รวมไปถึงร้านอาหารริมถนน ด้านราคาก็มีตั้งแต่ราคาถูกไปจนถึงราคาแพง แล้วแต่สภาพและบรรยากาศของร้านอาหาร



ภาพประกอบ 40 โรงแรม Let's Sea ที่หัวหิน



ภาพประกอบ 41 ร้านอาหารข้าวเล และบ้านอิสระในหัวหิน

2.3 การคมนาคมขนส่ง

การเดินทางโดยรถยนต์ ใช้เส้นทางถนนพระรามที่ 2 ผ่านจังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงคราม แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าถนนเพชรเกษม (ทางหลวงหมายเลข 4) ผ่านจังหวัดเพชรบุรี เข้าสู่ตัวเมืองหัวหิน ระยะทางประมาณ 180 กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมงครึ่ง อีกเส้นทางหนึ่งคือ ใช้เส้นทางสายพุทธมณฑล ผ่านจังหวัดนครปฐม ราชบุรี เพชรบุรี เข้าสู่ตัวเมืองหัวหิน ใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 3 ชั่วโมง

การเดินทางโดยรถไฟ การเดินทางโดยรถไฟไปหัวหินนั้นมีให้ทุกวัน โดยเริ่มต้นที่สถานีรถไฟหัวลำโพง ถึงปลายทางที่สถานีรถไฟหัวหิน ใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 3 ชั่วโมงครึ่ง ตารางเวลาเดินรถแสดงดัง ตาราง 1 จากสถานีรถไฟหัวหินหากต้องการที่จะเดินทาง

ไปที่จุดหมายปลายทางได้ในหัวหิน สามารถใช้บริการรถบริการสาธารณะหรือรถสองแถว
โดยสารประจำทาง รวมถึงรถจักรยานยนต์รับจ้างได้ โดยมีให้บริการอยู่บริเวณด้านหน้าสถานี

การโดยสารรถโดยสารประจำทาง สามารถขึ้นรถได้ที่สถานีขนส่งสายใต้ ถนน
บรมราชชนนี บริษัทขนส่ง จำกัด ซึ่งมีบริการรถประจำทางสาย กรุงเทพฯ -หัวหิน-ปราณบุรี เป็น
ประจำทุกวัน โดยใช้เวลา ในการเดินทางจากกรุงเทพถึงหัวหินประมาณ 3 ชั่วโมงครึ่ง รถประจำ
ทางเส้นทางนี้ได้แก่

รถปรับอากาศชั้น 1 กรุงเทพฯ -หัวหิน-ปราณบุรี (ปอ. 1 สีฟ้า) วิ่งจากสถานี
ขนส่งสายใต้ถึงท่ารถหัวหิน (ตลาดหัวหิน) ค่าโดยสาร 128 บาท

รถปรับอากาศชั้น 2 กรุงเทพฯ -หัวหิน-ปราณบุรี (ปอ. 2 สีส้ม) วิ่งจากสถานี
ขนส่งสายใต้ถึงท่ารถบขส. หัวหิน บริเวณถนนเลียบทางรถไฟ ค่าโดยสาร 100 บาท

ตาราง 1 แสดงเวลาเดินรถไฟจากสถานีรถไฟหัวลำโพงถึงสถานีรถไฟหัวหิน

	เลขขบวน	ประเภทรถ	กรุงเทพ	หัวหิน
			ออก	ถึง
1	43	ด่วนพิเศษ	8:05	11:11
2	261	ธรรมดา	9:20	13:35
3	171	เร็ว	13:00	17:10
4	35	ด่วนพิเศษ	14:45	18:11
5	37	ด่วนพิเศษ	15:10	19:08
6	169	เร็ว	15:35	20:11
7	83	ด่วน	17:05	20:43
8	173	เร็ว	17:35	21:37
9	167	เร็ว	18:20	22:02
10	85	ด่วน	19:30	23:19
11	41	ด่วนพิเศษ	22:50	2:04
12	39	ด่วนพิเศษ	22:50	2:04



ภาพประกอบ 42 การคมนาคมขนส่งในการเดินทางไปหัวหิน

2.4 ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว

ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวหัวหินตั้งอยู่บนถนน เพชรเกษมบริเวณหน้าวัดหัวหิน สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 10 คน โดยมีการให้บริการเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวและแผนที่ของหัวหิน ในบริเวณด้านหน้าศูนย์บริการข้อมูลมีป้ายแสดงข้อมูลการท่องเที่ยวตั้งอยู่ นอกจากนี้ยังมีศูนย์บริการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งตั้งอยู่บริเวณถนนเพชรเกษมก่อนจะถึงแยกชมสินธุ์ คอยให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวและแผนที่หัวหิน



ภาพประกอบ 43 ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว และศูนย์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในหัวหิน

2. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ข้อมูลทั่วไป

จากการสัมภาษณ์ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยจำนวน 30 คนพบว่า มีนักท่องเที่ยว ที่ให้ความร่วมมือ ตอบแบบสัมภาษณ์ แบบ ครบ สมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ เพียง 20 ชุด ในจำนวนนี้บางคนเดินทางมาเป็นกลุ่มแต่ส่งตัวแทนมาตอบแบบ

สัมภาษณ์เพียงคนเดียวโดย คนที่เหลือคอยช่วยตอบแบบสัมภาษณ์ อยู่ด้านหลัง โดยผลการวิจัยมีดังนี้

1) **เพศ** ในการวิจัยครั้งนี้มีผู้ตอบแบบสัมภาษณ์เป็น เพศ หญิงจำนวน 12 คน และเป็นเพศชาย จำนวน 8 คน

2) **อายุ** นักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 9 คนมีอายุ ประมาณ 20-29 ปี จำนวน 6 คนมีอายุระหว่าง 30-49 ปี จำนวน 4 คน มีอายุมากกว่า 50 ปี และอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 1 คน

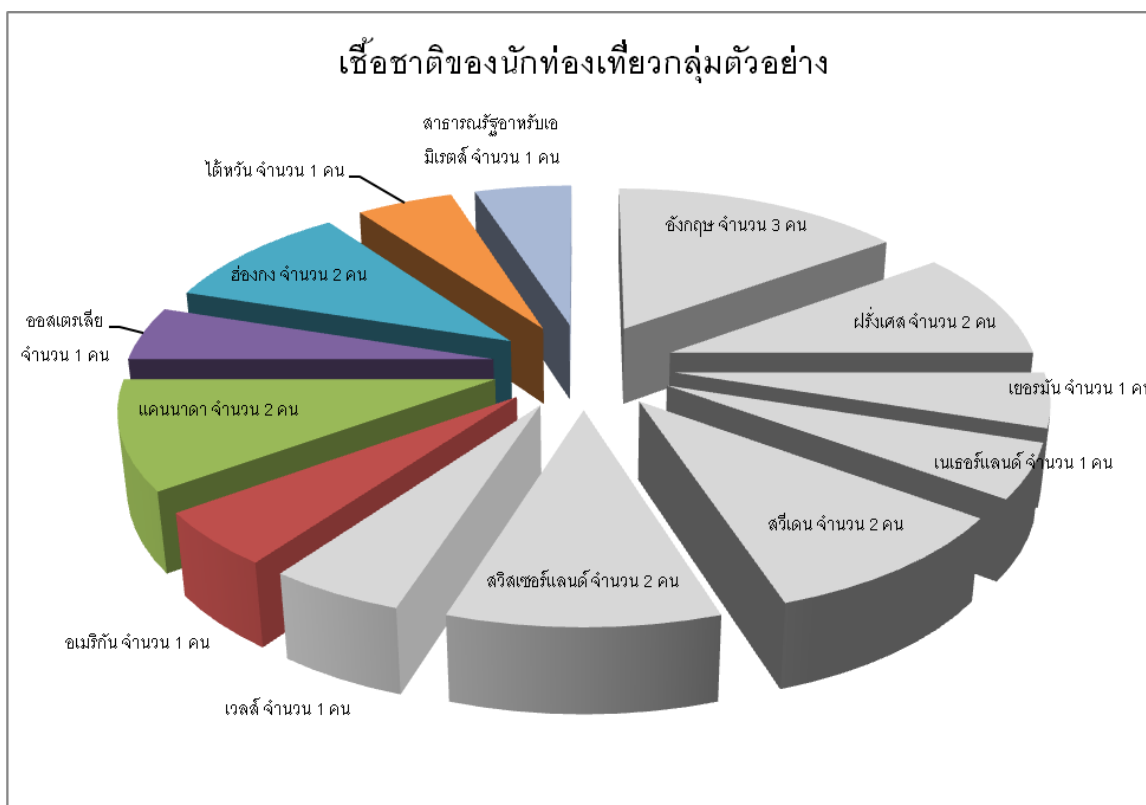
3) **เชื้อชาติ** ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีหลากหลายเชื้อชาติรวม 13 เชื้อชาติ ส่วนมากเป็นชาวยุโรปรวม 12 คน โดยแบ่งออกเป็นชาวอังกฤษ จำนวน 3 คน รองลงมาเป็นชาว ฝรั่งเศส สวีเดน และสวิตเซอร์แลนด์ เชื้อชาติละ 2 คน ชาวเยอรมัน เนเธอร์แลนด์ และ เวลส์ เชื้อชาติละ 1 คน นอกจาก นั้นยังมีชาว แคนาดา ฮองกง เชื้อชาติละ 2 คน อเมริ กัน ออสเตรเลีย ไต้หวัน และ ชาวสาธารณรัฐ อาหรับเอมิเรตส์ เชื้อชาติละ 1 คน ตามลำดับ ดังภาพประกอบ 44

4) **ระดับการศึกษา** ของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 10 คน ต่ำกว่าปริญญาตรี 7 คน และระดับปริญญาโทหรือสูงกว่าจำนวน 3 คน

5) **อาชีพส่วนใหญ่** ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม ตัวอย่าง ที่พบ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 5 คน รองลงมา เป็น ข้าราชการและทำธุรกิจส่วนตัว อาชีพละ 4 คน นอกจากนั้นอาชีพอื่น ๆ ที่พบได้แก่ เป็นพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน จำนวน 1 คน ไม่บอกอาชีพ 1 คน เกษียณแล้ว 3 คน และเป็นนักศึกษา จำนวน 2 คน

6) **รายได้เฉลี่ยต่อเดือน** ส่วนใหญ่ที่พบ คือมีรายได้มากกว่า 1,401 USD หรือมากกว่า 46,000 บาทต่อเดือน จำนวน 10 คน รองลงมาคือระหว่าง 1,101-1,400 USD หรือประมาณ 36,300-46,000 บาท จำนวน 6 คน ต่ำกว่า 500 USD หรือต่ำกว่า 16,500 บาท จำนวน 3 คน และ ระหว่าง 501-800 USD หรือประมาณ 16,500-26,400 บาท จำนวน 1 คน

จากการวิเคราะห์ สามารถสรุป ได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่ม ตัวอย่างเป็นเพศหญิงและเพศชายจำนวนใกล้เคียงกัน มี อาชีพหลากหลาย และเดินทางมาจากหลายเชื้อชาติ โดยกลุ่ม ตัวอย่างที่พบมีระดับรายได้ค่อนข้างสูง



ภาพประกอบ 44 แสดงเชื้อชาติของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

2.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

เมื่อศึกษาลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า วัตถุประสงค์หลักที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังหัวหินของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ทั้งหมด คือ ต้องการมาท่องเที่ยวพักผ่อน

นักท่องเที่ยว ชาวอังกฤษ จำนวน 3 คนยังไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่ หัวหินเลย โดยจำนวน 2 คน เดินทางมาท่องเที่ยวยังหัวหินด้วย การโดยสารรถไฟ เพื่อมาพักผ่อนกับเพื่อน และครอบครัว ขณะที่ อีก 1 คน เดินทางมาโดยใช้บริการรถเช่าซึ่ง เดินทางมาพักผ่อน โดยลำพัง นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษทั้งหมดนี้ใช้เวลาท่องเที่ยวพักผ่อนที่หัวหินน้อยกว่า 7 วัน โดยแต่ละคนเลือกใช้บริการที่พักแตกต่างกันออกไป โดยเลือกใช้บริการโรงแรมเป็นที่พักจำนวน 1 คน อีก 2 คนเลือกใช้บริการเกสต์ เฮาส์ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่หัวหินครั้งนี้มากกว่า 2,501 USD หรือ 82,501 บาทจำนวน 2 คน อีก 1 คนมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้ระหว่าง 2,001-2,500 USD หรือ 66,000-82,500 บาท

นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสจำนวน 1 คน เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินแล้ว 3 ครั้ง โดยครั้งนี้เดินทางมาท่องเที่ยว ด้วยรถไฟเพื่อ มาพักผ่อนกับครอบครัว โดยใช้เวลาในการพักผ่อนที่

หัวหินน้อยกว่า 7 วัน เลือกใช้บริการโรงแรมเป็น นที่พัก ซึ่งค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้ อยู่ระหว่าง 1,001-1,500 USD หรือเท่ากับ 33,000-49,500 บาท ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสอีก 1 คน เดินทางมา ท่องเที่ยวพักผ่อนที่หัวหินเป็นครั้งแรก โดยเดินทางมากับครอบครัว ด้วยการโดยสารรถไฟ ใช้เวลาในการท่องเที่ยวพักผ่อนประมาณ 1-2 สัปดาห์ เลือกใช้บริการโรงแรมเป็นที่พัก ค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 1,501-2,000 USD หรือ เท่ากับประมาณ 49,500-66,000 บาท

นักท่องเที่ยวชาวสวีเดนจำนวน 1 คน ยังไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินเลย โดยมาท่องเที่ยวพักผ่อนกับครอบครัว ด้วยการให้บริการ รถเช่า ใช้เวลาในการท่องเที่ยวพักผ่อนประมาณ 3-4 สัปดาห์ โดยเลือกใช้บริการบ้านเช่าเป็นที่พัก ค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 501-1,000 USD หรือ เท่ากับประมาณ 16,500-33,000 บาท ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวสวีเดนอีก 1 คนเคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินแล้ว 3 ครั้ง โดยครั้งนี้ เดินทางมาท่องเที่ยว ด้วยรถไฟเพื่อ มาพักผ่อนกับครอบครัว ใช้เวลาในการพักผ่อนที่หัวหินเป็นเวลาประมาณ 3-4 สัปดาห์ เลือกใช้บริการโรงแรมเป็นที่พัก ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้อยู่ระหว่าง 1,501-2,000 USD หรือ เท่ากับประมาณ 49,500-66,000 บาท

นักท่องเที่ยวชาว สวิสเซอร์แลนด์ทั้ง 2 คน ยังไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินเลย โดยมาท่องเที่ยวพักผ่อนกับ เพื่อนและ ครอบครัว ด้วยการให้บริการ โดยโดยสารรถไฟ โดยใช้เวลาในการท่องเที่ยวพักผ่อนน้อยกว่า 7 วัน เลือกใช้บริการ เกสต์เฮาส์เป็นที่พัก ค่าใช้จ่าย ในการท่องเที่ยวที่หัวหินน้อยกว่า 500 USD หรือ น้อยกว่า 16,500 บาท

นักท่องเที่ยวชาวเนเธอร์แลนด์จำนวน 1 คน ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินเลย เดินทาง ครั้งนี้มาเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อน ด้วยการโดยสารรถไฟมา กับเพื่อนและครอบครัว ใช้เวลาในการท่องเที่ยว น้อยกว่า 7 วัน โดยเลือกใช้บริการโรงแรมเป็น นที่พัก ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่หัวหินระหว่าง 501-1,000 USD หรือ เท่ากับประมาณ 16,500-33,000 บาท

นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันจำนวน 1 คน เดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินเป็นครั้งแรก ด้วยการให้บริการโดยสารรถไฟ เดินทางมาท่องเที่ยว ที่หัวหินเพื่อพักผ่อน เพียงลำพัง ใช้เวลาในการท่องเที่ยวพักผ่อนน้อยกว่า 7 วัน เลือกใช้บริการเกสต์ เฮาส์เป็นที่พัก ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่หัวหินน้อยกว่า 500 USD หรือ น้อยกว่า 16,500 บาท

นักท่องเที่ยวชาว เวลส์จำนวน 1 คน ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหิน มาก่อน โดยต้องการ มาท่องเที่ยวพักผ่อน กับเพื่อนและครอบครัว ด้วยการให้บริการ รถเช่า ใช้เวลาในการท่องเที่ยวพักผ่อน ประมาณ 3-4 สัปดาห์ โดยเลือกใช้บริการ โรงแรม เป็นที่พัก ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่หัวหิน ครั้งนี้อยู่ ระหว่าง 1,501-2,000 USD หรือ เท่ากับประมาณ 49,500-66,000 บาท

นักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน จำนวน 1 คนเคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินแล้ว 3 ครั้ง โดยครั้งนี้เดินทางมาท่องเที่ยวโดย การใช้บริการรถเช่า เพื่อพักผ่อนกับครอบครัว ใช้เวลาในการพักผ่อนที่หัวหินน้อยกว่า 7 วัน โดยเลือกใช้บริการโรงแรมเป็นที่พัก ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้ น้อยกว่า 500 USD หรือ น้อยกว่า 16,500 บาท

นักท่องเที่ยวชาว แคนาดา ทั้ง 2 คน ยังไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินเลย แต่ละคนเดินทางมาท่องเที่ยวเพียงลำพัง คนแรก เลือกใช้บริการโดยสารรถไฟ มายังหัวหิน ใช้เวลาในการท่องเที่ยวพักผ่อนน้อยกว่า 7 วัน เลือกใช้บริการ โรงแรม เป็นที่พัก ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่หัวหิน อยู่ระหว่าง 501-1,000 USD หรือ เท่ากับประมาณ 16,500-33,000 บาท ขณะที่นักท่องเที่ยวอีก คน เดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินโดยใช้บริการรถโดยสารประจำทาง ใช้เวลาในการท่องเที่ยวที่หัวหิน 1-2 สัปดาห์ เลือกใช้บริการเกสต์ เฮาส์เป็นที่พัก ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้ อยู่ระหว่าง 1,001-1,500 USD หรือ เท่ากับ 33,000-49,500 บาท

นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียจำนวน 1 คนเคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินแล้ว 2 ครั้ง โดย เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนกับครอบครัว โดยใช้บริการรถเช่า ใช้เวลาในการพักผ่อนที่หัวหินประมาณ 10 วัน โดยเลือกใช้บริการโรงแรมเป็นที่พัก ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้ประมาณ 2,001-2,500 USD หรือ 66,000-82,500 บาท

นักท่องเที่ยวชาวฮ่องกงทั้ง 2 คนเคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินแล้ว โดยคนแรกเคยเดินทางมาแล้ว 3 ครั้ง โดยครั้งนี้เดินทางมาท่องเที่ยวโดยการใช้บริการรถเช่าเพื่อพักผ่อนกับครอบครัว ใช้เวลาในการพักผ่อนที่หัวหิน ประมาณ 3-4 สัปดาห์ โดยเลือกใช้บริการโรงแรมเป็นที่พัก ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้ อยู่ระหว่าง 1,501-2,000 USD หรือ เท่ากับประมาณ 49,500-66,000 บาท ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวฮ่องกงอีกคนเคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินแล้วถึง 9 ครั้ง โดยครั้งนี้เดินทางมาเพื่อพักผ่อนกับเพื่อน เดินทางมา กับรถยนต์ส่วนตัวของเพื่อน ใช้เวลาในการท่องเที่ยว น้อยกว่า 7 วัน โดยเลือกโรงแรมที่เป็นที่พัก ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่หัวหินประมาณ 1,001-1,500 USD หรือเท่ากับ 33,000-49,500 บาท

นักท่องเที่ยวชาวไต้หวันจำนวน 1 คนเคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินแล้วถึง 7 ครั้ง โดยครั้งนี้เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อนที่อยู่ในประเทศไทยด้วยรถยนต์ส่วนตัว ใช้เวลาในการพักผ่อนที่หัวหินประมาณ 5 วัน โดยเลือกใช้บริการโรงแรมเป็นที่พัก ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้ อยู่ระหว่าง 1,001-1,500 USD หรือเท่ากับ 33,000-49,500 บาท

นักท่องเที่ยวชาวสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์จำนวน 1 คน เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินแล้ว 1 ครั้ง โดยครั้งนี้เป็นครั้งที่สอง เพื่อมาท่องเที่ยวพักผ่อนกับเพื่อน และครอบครัว เดินทางมา ด้วยการโดยสารรถไฟ ใช้เวลาในการท่องเที่ยวพักผ่อนประมาณ 3-4 สัปดาห์ เลือกใช้

บริการโรงแรมเป็นที่พัก ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่หัวหินระหว่าง 1,501-2,000 USD หรือ เท่ากับประมาณ 49,500-66,000 บาท

โดยสรุปพบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ส่วนใหญ่ เดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินเป็นครั้งแรก มีวัตถุประสงค์คือต้องการมาพักผ่อน พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาหัวหินคือรถไฟ นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัวและเพื่อนมากที่สุด ส่วนใหญ่ ใช้เวลาในการท่องเที่ยว อยู่ในหัวหิน น้อยกว่า 7 วัน ประเภทของที่พกค้างคืนที่ผู้ตอบแบบ สัมภาษณ์นิยม ใช้บริการ มากที่สุดคือ โรงแรม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่าย ในการท่องเที่ยวที่หัวหิน ระหว่าง 1,501-2,000 USD หรือ เท่ากับประมาณ 49,500-66,000 บาท มากที่สุด

จากการสัมภาษณ์ ยังพบว่า กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวนิยมทำมากที่สุด ระหว่างมาท่องเที่ยวยังหัวหินคือ ว่ายน้ำ จำนวน 18 คน อันดับ 2 คือทานอาหารทะเล จำนวน 16 คน อันดับ 3 คือ ชมสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 15 คน นอกจากนั้น เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยว นิยมทำตามลำดับ คือ ชี อปิ้ง อาบแดด ทำสปา /นวดไทย ไหว้ พระ เล่นกอล์ฟ และกิจกรรม ชายหาด

3. ผลการศึกษาค้นคว้าข้อมูลด้านการรับรู้สื่อและมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน

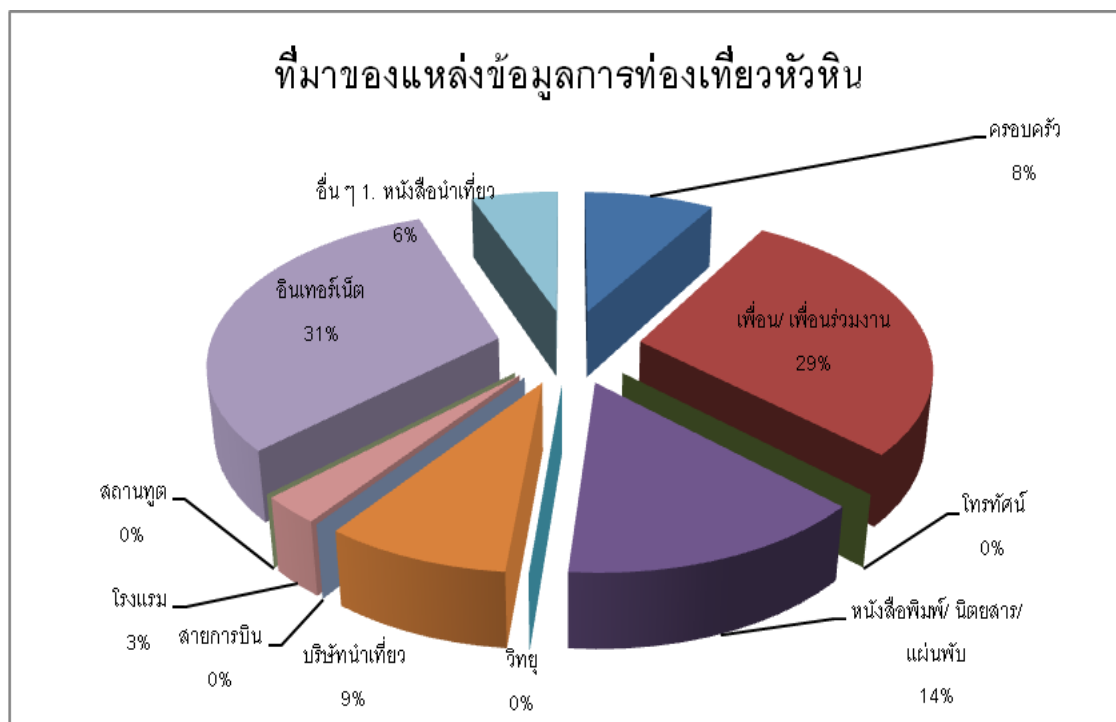
จากการสัมภาษณ์ สามารถจำแนกผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้สื่อ ในด้านการรับรู้เรื่องราวของหัวหินจากสื่อประเภทใด อย่างไร และมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหินได้ดังต่อไปนี้

3.1 แหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในเรื่องของแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของหัวหินก่อนที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวนั้น มีนักท่องเที่ยวที่เลือกรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับหัวหิน จากครอบครัวจำนวน 3 คน โดยเป็นชาวฝรั่งเศส ชาวฮ่องกง และชาวไต้หวัน ขณะที่นักท่องเที่ยวที่เลือกเพื่อนและเพื่อนร่วมงานเป็นแหล่งที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลก่อนที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในหัวหินเป็นชาว สาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ไต้หวัน ฮ่องกง ออสเตรเลีย แคนาดา อเมริกา สวีเดน ฝรั่งเศส และชาวอังกฤษ รวม 10 คน นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวยังเลือกรับสื่อหนังสือพิมพ์ / นิตยสาร/ แผ่นพับ เป็นแหล่งในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหัวหินจำนวน 5 คน โดยแบ่งออกเป็น นักท่องเที่ยวชาว เนเธอร์แลนด์ ชาวสวิสเซอร์แลนด์ สวีเดน ฮ่องกง และชาวไต้หวัน การสอบถามข้อมูลการท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยวก่อนที่จะเดินทางเข้า

มาท่องเที่ยวได้ โดยมีนักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการนี้ มีจำนวน 3 คน เป็นชาว ออสเตรเลีย ฝรั่งเศส และสวิสเซอร์แลนด์ ขณะที่ การเลือกรับข้อมูลการท่องเที่ยวจากโรงแรมมีจำนวน 1 คน เป็นชาว ไต้หวัน นอกจากนั้นแหล่งที่มาของข่าวสารข้อมูลที่ได้รับค่านิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน อย่างอินเทอร์เน็ตก็เป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ในการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่หัวหินเช่นกัน โดยมีนักท่องเที่ยวเลือกใช้สื่ออินเทอร์เน็ตจำนวน 11 คน ซึ่งได้แก่ ชาว อังกฤษ ฝรั่งเศส เวลส์ อเมริกัน แคนาดา ออสเตรเลีย ฮังการี ไต้หวัน และชาว สาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ขณะที่หนังสือ แนะนำการท่องเที่ยวอย่าง เช่น Lonely Planet ก็ถูกใช้เป็นแหล่งข้อมูล สำหรับการท่องเที่ยวที่หัวหินของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน และชาวอังกฤษ

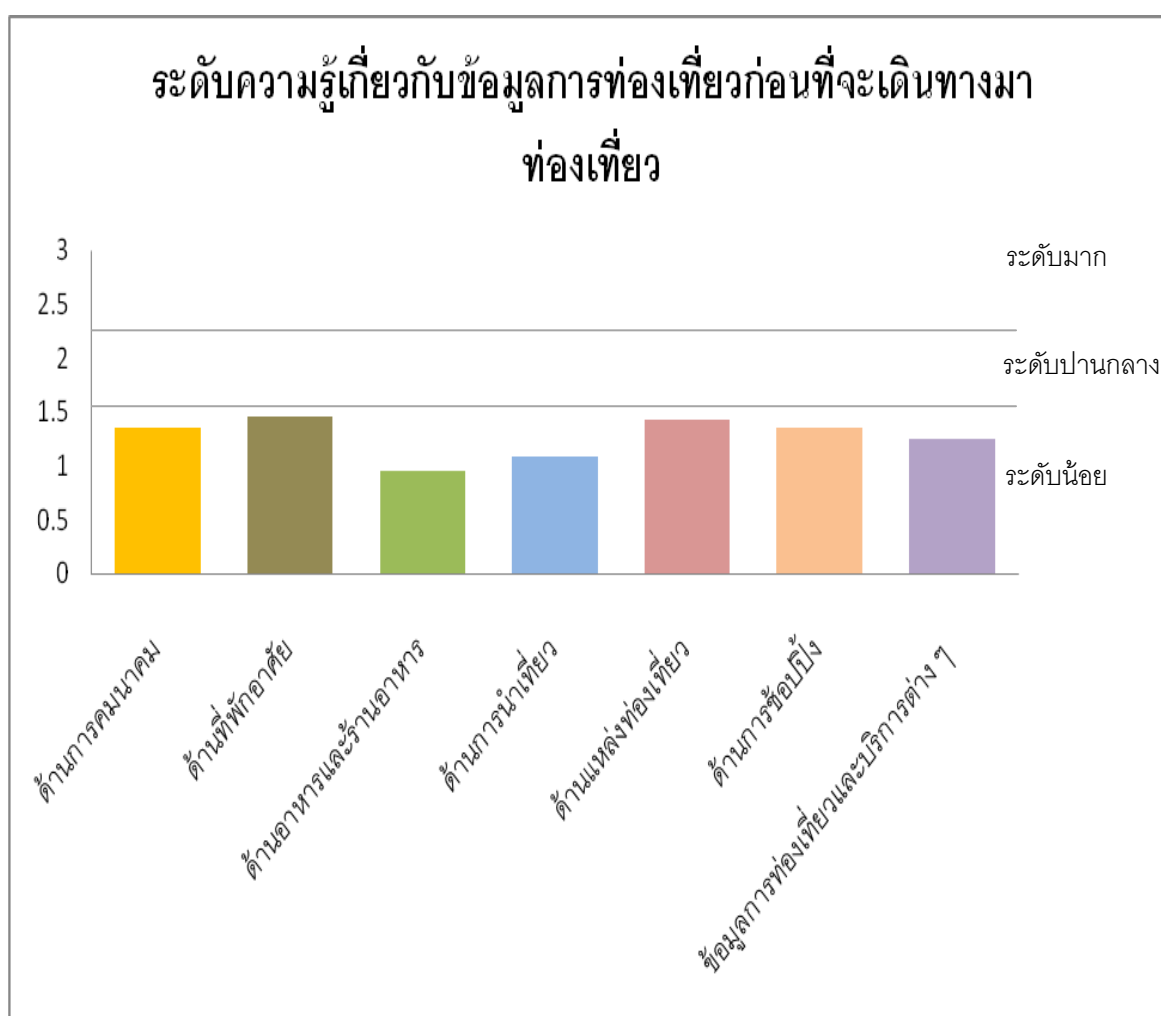
จากการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในครั้งนี้จะเห็นได้ว่ามีนักท่องเที่ยวบางคน เลือกเปิดรับสื่อที่ใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวหัวหินมากกว่า 1 สื่อ ดังนั้นจากการวิเคราะห์จึงสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวโดย เลือกศึกษาข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต มากเป็นอันดับ 1 รองลงมา คือ จากเพื่อน หรือเพื่อนร่วมงาน อันดับที่ 3 คือ เลือกศึกษา ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ /นิตยสาร /แผ่นพับ นอกจากนั้น แหล่งที่มาอื่น ๆ ได้แก่ ครอบครัว บริษัทนำเที่ยว หนังสือนำเที่ยว และโรงแรม ขณะที่ แหล่งข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ สายการบิน และสถานทูตนั้นเป็นสื่อ ที่นักท่องเที่ยวไม่ได้เลือกให้ เป็น แหล่งที่ใช้ในการศึกษาหาข้อมูลก่อนที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเลย ซึ่ง ที่มาของ แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวนี้สามารถแสดงได้ ดังภาพประกอบที่ 45



ภาพประกอบ 45 แสดงแหล่งที่มาของข้อมูลการท่องเที่ยวที่หัวหินของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

3.2 ระดับความรู้เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวที่หัวหน้าของกลุ่มตัวอย่างก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์ในเรื่องระดับความรู้เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว หัวหน้าของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างก่อนที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ดังแสดงในตาราง 2 นั้นพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างยังมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ในด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่หัวหน้าก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย ทั้งด้านการคมนาคม ที่พักอาศัย ด้านอาหารและร้านอาหาร ด้านการนำเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว การช้อปปิ้ง ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวและบริการ ด้านต่าง ๆ ดังภาพประกอบ 46



ภาพประกอบ 46 ระดับความรู้เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวก่อนที่จะเดินทางมา

ตาราง 2 การวิเคราะห์ระดับความรู้ เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว หัวหินก่อนที่จะเดินทางเข้ามา
ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ระดับความรู้
ด้านการคมนาคม		
1. ทางบก	1.85	ปานกลาง
2. ทางทะเล	1	น้อย
3. ทางอากาศ	1.2	น้อย
รวม	1.35	น้อย
ด้านที่พักอาศัย		
1. โรงแรม	1.85	ปานกลาง
2. เกสต์เฮ้าส์	1.4	น้อย
3. อื่น ๆ (โฮมสเตย์/ บังกะโล/บ้านเช่า)	1.1	น้อย
รวม	1.45	น้อย
ด้านอาหารและร้านอาหาร		
1. ร้านอาหารทะเล	1.25	น้อย
2. ร้านอาหารไทย	1.6	น้อย
3. อื่น ๆ (ร้านอาหารนานาชาติ/อาหารท้องถิ่น)	0	น้อย
รวม	0.95	น้อย
ด้านกิจกรรมบริการนำเที่ยว		
1. ผู้ประกอบการนำเที่ยว	1.05	น้อย
2. บริษัทตัวแทนนำเที่ยว	1.1	น้อย
รวม	1.08	น้อย
ด้านแหล่งท่องเที่ยว		
1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	1.6	น้อย
2. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	1.35	น้อย
3. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม	1.35	น้อย
รวม	1.43	น้อย

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ระดับความรู้
ด้านการจับจ่ายซื้อสินค้า (ช้อปปิ้ง)		
1. สินค้าที่ระลึก	1.3	น้อย
2. สินค้าท้องถิ่น	1.1	น้อย
3. แหล่งช้อปปิ้ง/ ห้างสรรพสินค้า	1.4	น้อย
4. ตลาด	1.6	น้อย
รวม	1.35	น้อย
ข้อมูลการท่องเที่ยวและบริการต่าง ๆ		
1. ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว	1.4	น้อย
2. กิจกรรมการท่องเที่ยว	1.35	น้อย
3. สปา/ นวดไทย	1.4	น้อย
4. สภาพอากาศ	2.1	ปานกลาง
5. อื่น ๆ	0	น้อย
รวม	1.25	น้อย

ในด้าน ความรู้ เกี่ยวกับการ คมนาคมในการเดินทางมายังหัวหินของนักท่องเที่ยว พบว่า อยู่ในระดับน้อย ทั้งด้านทางทะเลและทางอากาศ ขณะที่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความรู้ เกี่ยวกับการคมนาคมทางบกในระดับปานกลาง ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่า นักท่องเที่ยวชาว อังกฤษและชาวสวิสเซอร์แลนด์มีความรู้เกี่ยวกับการเดินทางโดยรถไฟ โดยศึกษาตารางเดินรถ มาแล้วจากอินเทอร์เน็ต นักท่องเที่ยวชาว เนเธอร์แลนด์ และชาวแคนาดาศึกษาว่าการเดินทาง มาที่หัวหินทำได้โดยการโดยสารรถไฟ และใช้บริการรถประจำทาง นักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน กันทราบ ว่าระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางมาที่หัวหินประมาณ 2 ชั่วโมง ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย ได้ศึกษาและเตรียมตัวมาท่องเที่ยวที่หัวหินโดยใช้บริการรถเช่า นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวชาว สหราชอาณาจักรได้วันหยุดที่มีเพื่อนอาศัยอยู่ในประเทศไทยยังรู้จักเส้นทางที่ใช้ในการเดินทางมาที่หัวหิน เป็นอย่างดี

ด้านความรู้เกี่ยวกับข้อมูลด้านที่พักอาศัยในหัวหิน นั้น นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่า มีความรู้เกี่ยวกับเกสต์ เฮาส์ โฮมสเตย์ และที่พักประเภทอื่น ๆ ในระดับ ที่น้อย เนื่องจากไม่ค่อยมีข้อมูลเกี่ยวกับที่พักประเภทนี้ เท่าไรนัก โดยเกสต์ เฮาส์นั้นเป็นที่รู้จักของ

นักท่องเที่ยวเพียงบางคน เช่น นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษและนักท่องเที่ยวชาวสวิสเซอร์แลนด์ ศึกษาข้อมูลและ เลือกใช้บริการเกสต์ เฮาส์เป็นที่พักเนื่องจากราคาค่อนข้างถูก นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวชาวสวีเดนคนหนึ่งได้ศึกษาหาข้อมูล เกี่ยวกับบ้านเช่าในหัวหินก่อนที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเนื่องจากต้องการเข้ามาพักผ่อนเป็นเวลาค่อนข้างนานจึงต้องการที่พักที่ราคาไม่สูงนัก ขณะที่ที่พักประเภท โรงแรม นั้นเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ ทราบว่า โรงแรมที่มี พักในหัวหินนั้นมี หลายระดับให้เลือกมากมาย ทั้งราคาถูกไปจนถึง ราคาแพง เช่น โรงแรมฮิลตัน โรงแรมไฮแอท โรงแรมหัวหินแกรนด์ ฯลฯ โดยโรงแรมแต่ละที่นั้นก็มีความสะดวกสบายแตกต่างกันออกไปตามระดับและราคา

ด้านอาหารและร้านอาหาร จากการสัมภาษณ์ ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ส่วนใหญ่จะรับประทานอาหารในโรงแรมหรือ ในตลาดใต้รุ่งโดยไม่ค่อยทราบว่าร้านอาหารที่มีชื่อเสียงส่วนใหญ่อยู่ที่ใดบ้าง โดยต้องถามข้อมูลจากทางโรงแรมที่พักหรือคนท้องถิ่น หลังจากที่เข้ามาท่องเที่ยวแล้ว ขณะที่ กลุ่มตัวอย่าง ชาวฮ่องกงซึ่งเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่หัวหิน หลายครั้งแล้ว ทราบเกี่ยวกับร้านอาหารในหัวหินพอสมควรโดยรู้จักร้านอาหารทะเลบริเวณเขาตะเกียบ และร้านอาหารไทยบริเวณตัวเมืองหัวหิน นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแล้ว ให้สัมภาษณ์ว่าร้านอาหารต่าง ๆ ทั้งอาหารทะเล อาหารไทยที่หัวหินนั้นหาได้ไม่ยาก มีอยู่หลายที่ทั้งในตลาดใต้รุ่ง และบริเวณเขาตะเกียบ

ด้านกิจกรรมบริ การนำเที่ยวในหัวหิน ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ส่วนใหญ่ ไม่มีความรู้หรือมีความรู้ในระดับน้อยมากเกี่ยวกับผู้ประกอบการและบริษัทตัวแทนนำเที่ยวในหัวหินเลย เนื่องจากไม่ได้ใช้บริการ ในการท่องเที่ยว ซึ่งจากการสัมภาษณ์ นักท่องเที่ยวชาวแคนาดาได้ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในการจองโรงแรมที่พักเท่านั้นจึงไม่ทราบข้อมูลอื่น ๆ เกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยว

ด้านสถานที่ท่องเที่ยวใน อำเภอ หัวหิน กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในหัวหิน ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เมื่อสัมภาษณ์เกี่ยวกับ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ กลุ่มตัวอย่างกล่าวว่า พวกเขาทราบว่าหัวหินมีชายหาดและท้องทะเลที่สวยงามเหมาะแก่การมาพักผ่อน ตา กอากาศ ในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยวบางส่วน เช่น นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ ฝรั่งเศส สวีเดน เวลส์ และแคนาดา พวกเขาทราบว่า พระราชวังไกลกังวลเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และยังเป็นที่พักของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ด้วย ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษคนนี้ยังกล่าวอีกว่าเนื่องจากหัวหินเป็นเมืองที่เปี่ยมที่ประทับของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวจึงทำให้อยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว นอกจากนั้นยังรู้จักสถานีรถไฟหัวหินซึ่งเป็นเอกลักษณ์และเป็นสถานีรถไฟแห่งแรกของหัวหิน ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม นั้น

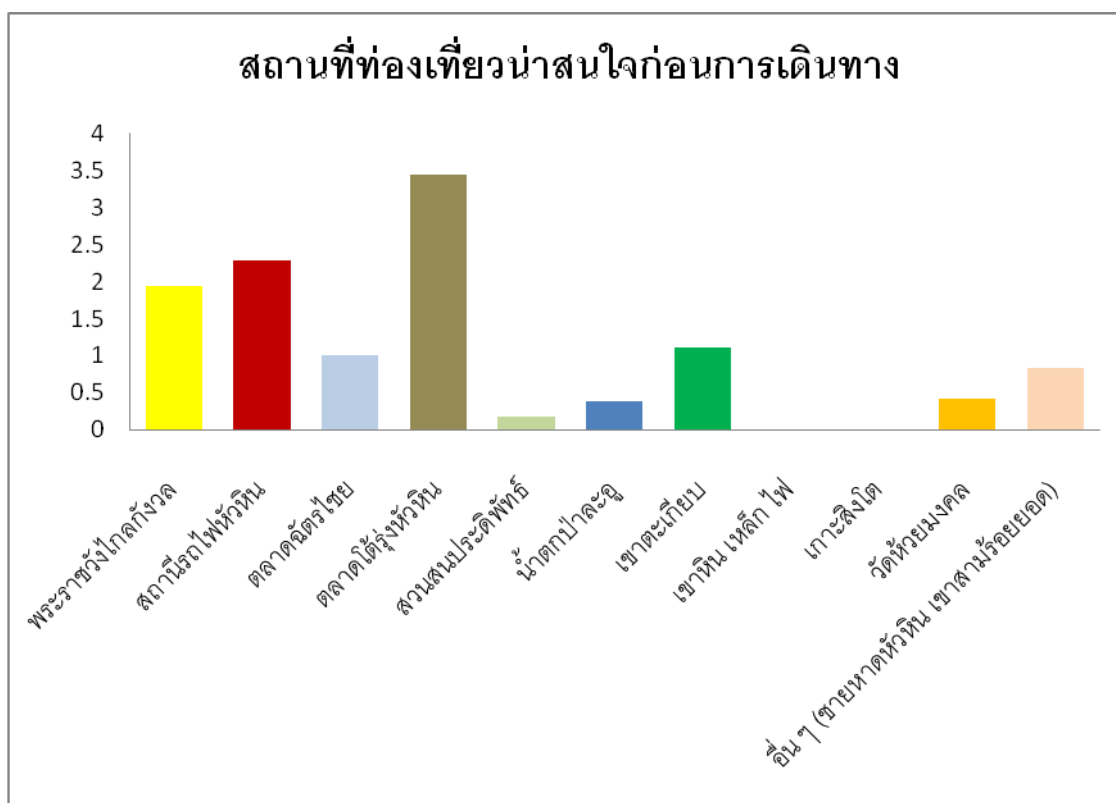
วัดห้วยมงคล เขาตะเกียบ และตลาดฉัตรไชย ยังพอเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไต้หวัน ชาวสวีเดน และชาวออสเตรเลีย

ด้าน ความรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการ จั๊บจ่ายซื้อสินค้า (ช้อปปิ้ง) ที่หัวหิน นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย เติร์เลย์ ชาวฮ่องกง และชาวสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ รู้จักสินค้าประจำท้องถิ่น เช่น ผ้าพิมพ์ไทยไหมพัสดร์ โดยกล่าวว่าต้องการที่จะมาเลือกชมสินค้า เนื่องจาก ทราบข้อมูลจากเพื่อน และจากอินเทอร์เน็ต มาแล้ว ขณะทีกลุ่มตัวอย่างคนอื่น ๆ ยังไม่ค่อยทราบว่าที่หัวหินมีสินค้าอะไรให้เลือกซื้อบ้าง ด้านสถานที่สำหรับจั๊บจ่ายซื้อของนั้น ตลาดฉัตรไชย ตลาดใต้รุ่ง และตลาดหัวหิน นวลเ็จ (Hua hin market village) เป็นแหล่งช้อปปิ้งทีกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พอจะทราบข้อมูลจากการศึกษาข้อมูลมาก่อนแล้ว

ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวและบริการด้านต่าง ๆ กลุ่มตัวอย่าง เกือบทั้งหมด ไม่ทราบว่า มีศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวที่ใดบ้าง แต่พอจะทราบข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลที่ได้ ศึกษา มา เช่น กิจกรรมขี่ม้าริมชายหาด กิจกรรมขี่ช้าง กีฬาอล์ฟ ด้านสปาและนวดแผนไทย นั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังพอจะทราบว่าที่หัวหินมีสถานให้บริการสปาหลายแห่ง แต่ไม่ค่อยทราบว่าอยู่ที่ใดและแต่ละแห่งเป็นอย่างไรบ้าง มีเพียงนัก ท่องเที่ยวชาวอเมริกันทราบว่าสปาจะมีบริการอยู่ตามโรงแรมใหญ่ ๆ สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับสภาพอากาศที่มี ผลต่อการท่องเที่ยวในหัวหินนั้น นักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ทราบว่า ฤดูกาลท่องเที่ยวที่ เหมาะแก่การท่องเที่ยวอยู่ในช่วงเดือนธันวาคม ถึงกุมภาพันธ์ ซึ่งสภาพอากาศทั่วไปร้อนและมีแสงแดด

3.3 สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวก่อนเดินทางมาท่องเที่ยว

เมื่อสอบถามถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวก่อนที จะเดินทางมาท่องเที่ยวยังอำเภอหัว หิน พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัว อย่างคิดว่าตลาดใต้รุ่งหัวหิน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและน่าสนใจมากที่สุด ใน อำเภอหัวหิน เนื่องจากคิดว่าตลาดใต้รุ่ง มีสินค้าและร้านอาหารจำหน่ายมากมาย และยังอาจแสดงวิถีชีวิตของชาวหัวหิน เป็นจุดที น่าสนใจของหัวหิน สถานที่ที่น่าสนใจรองลงมาคือสถานีนารถไฟหัวหิน เ เพราะเป็นสถานที่ที มี สถาปัตยกรรมเก่าแก่ อันดับที 3 คือ พระราชวังไกลกังวล เนื่องจากเป็นสถานที่ทีประทับของ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รองลงมาคือ เขาตะเกียบ ตลาดฉัตรไชย ชายหาดหัวหิน วัดห้วยมงคล น้ำตกป่าละอู เขาสามร้อยยอด และสวนสนประดิพัทธ์ ตามลำดับขณะที่เขาหิน เหล็ก ไฟ และเกาะสิงโต ไม่ได้รับความสนใจจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมาก นัก ดังภาพประกอบ 47



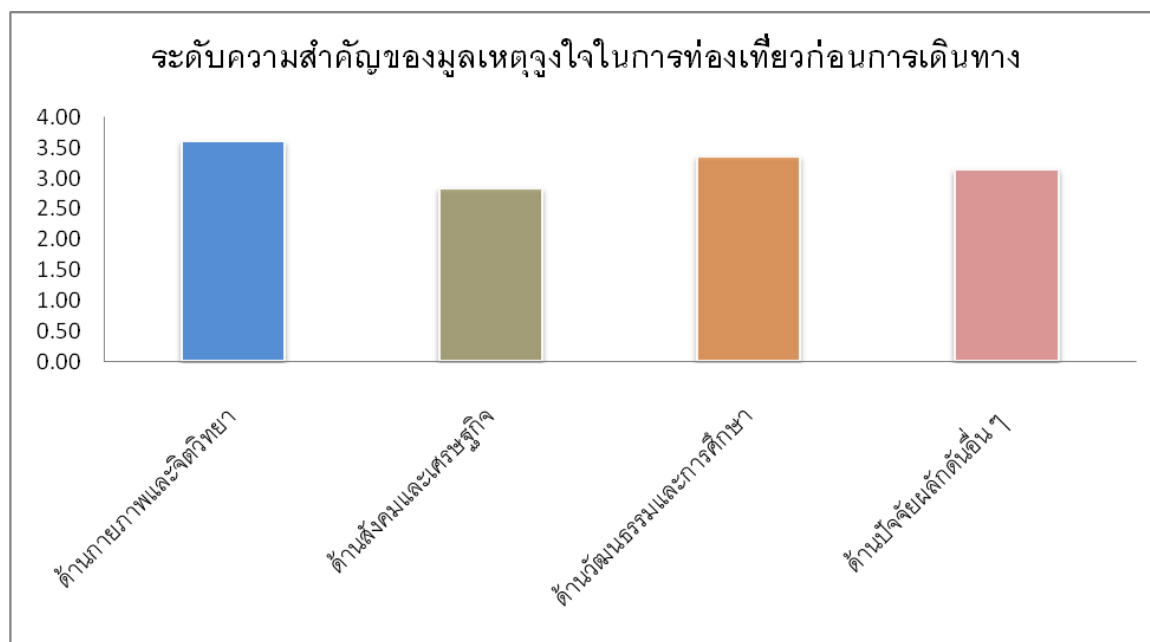
ภาพประกอบ 47 สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของกลุ่มตัวอย่างก่อนที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

3.4 มลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว

ในด้าน มลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ยังอำเภอหัวหินของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัย ได้จำแนกมลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวออกเป็น ด้านกายภาพและจิตวิทยา ด้านสังคม เศรษฐกิจ ด้านวัฒนธรรม การศึกษา และด้านปัจจัยผลักดันอื่น ๆ สามารถสรุปได้ ว่า มลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวมีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในหัวหินของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญของมลเหตุจูงใจในด้านต่าง ๆ ได้ดังภาพประกอบที่ 48 มลเหตุจูงใจที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านกายภาพและจิตวิทยา รองลงมา คือด้านวัฒนธรรม การศึกษา ด้านปัจจัยผลักดันอื่น ๆ และด้านสังคมและเศรษฐกิจตามลำดับ

จากการสัมภาษณ์ นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษคนหนึ่งได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า มลเหตุจูงใจที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวนั้นมีทั้งมลเหตุจูงใจ ด้านกายภาพและจิตใจ ด้านสังคม เศรษฐกิจ ด้านวัฒนธรรม การศึกษา รวมทั้งด้านปัจจัยผลักดันอื่น ๆ โดย ความต้องการพบเจอสิ่งแปลกใหม่และประสบการณ์ใหม่ๆ ความต้องการมาท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว ความต้องการที่จะมา ศึกษาวิถีการดำรงชีวิตและกิจกรรมท้องถิ่นของชาวหัวหิน และ ความต้องการมา

รับประทาน อาหาร อร่อย ถือเป็น มูลเหตุจูงใจหลักในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ นอกจากมูลเหตุจูงใจหลักดังกล่าวแล้วยังมีมูลเหตุจูงใจด้าน การมีทัศนคติที่ดีต่อหัวหิน การต้องการที่จะมาพบเจอกับเพื่อนใหม่ การต้องการที่จะศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ด้านความปลอดภัยและค่าครองชีพที่ต่ำ ต่างมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ทั้งสิ้น



ภาพประกอบ 48 ระดับความสำคัญของมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษอีกสองคนกล่าวว่า มูลเหตุจูงใจหลัก ในด้านกายภาพและจิตใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ คือ ต้องการมาพักผ่อน ผ่อนคลายจากความเครียด และต้องการพบเจอสิ่งแปลกใหม่ และ ประสบการณ์ใหม่ๆ ขณะที่การต้องการมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว การมาช้อปปิ้ง เป็นมูลเหตุจูงใจหลักในด้านสังคมแล้ววัฒนธรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจ นอกจากนั้นสภาพอากาศก็ถือเป็นมูลเหตุจูงใจในด้านปัจจัยผลักดันอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการมาท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสทั้ง 2 คนให้สัมภาษณ์คล้าย ๆ กันว่า มูลเหตุจูงใจที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางเข้ามาเที่ยวนั้นมีทั้งมูลเหตุจูงใจด้านกายภาพและจิตใจ ด้านสังคมและเศรษฐกิจ ด้านวัฒนธรรมและการศึกษา รวมทั้งด้าน ปัจจัยผลักดันอื่น ๆ ซึ่งมูลเหตุจูงใจหลัก ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจได้แก่ ต้องการมาพักผ่อน ผ่อนคลายจากความเครียด ต้องการพบเจอสภาพแวดล้อม และ ประสบการณ์ใหม่ๆ ต้องการมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว ต้องการพบเจอกับเพื่อนใหม่ การมาช้อปปิ้ง รวมถึง ความสวยงามของ โรงแรมที่พัก สภาพอากาศในหัวหิน อาหารทะเลที่อร่อย และ ค่าครองชีพ ที่ต่ำ นอกจากนั้นมูลเหตุจูงใจในด้าน การศึกษาวิถีการดำรงชีวิตและ

กิจกรรมท้องถิ่น การ ศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สิน และกิจกรรมผจญภัยหรือกีฬาท้าทาย ก็มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเช่นกัน

นักท่องเที่ยวชาวสวิสเซอร์แลนด์คนหนึ่งกล่าวว่ามูลเหตุจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ได้แก่ ความต้องการพบเจอสภาพแวดล้อม และประสบการณ์ใหม่ๆ ต้องการเดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว ต้องการพบเจอกับเพื่อนใหม่ ต้องการศึกษาวិถีการดำรงชีวิต และกิจกรรมท้องถิ่น ศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงอาหารที่หลากหลายนานาชนิด ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวสวิสเซอร์แลนด์อีกคนหนึ่ง ให้สัมภาษณ์คล้าย ๆ กัน โดยกล่าวว่า มูลเหตุจูงใจที่มีอิทธิพลมากที่สุดได้แก่ ด้านต้องการพบเจอสภาพแวดล้อม และประสบการณ์ใหม่ๆ ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น และ อาหารทะเลอร่อย ๆ

นักท่องเที่ยวชาวสวีเดน 2 คนให้สัมภาษณ์คล้าย ๆ กันว่า มูลเหตุจูงใจที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวนั้นมีทั้งมูลเหตุจูงใจด้านกายภาพและจิตใจ ด้านสังคมและเศรษฐกิจ ด้านวัฒนธรรมและการศึกษา รวมทั้งด้านปัจจัยผลักดันอื่น ๆ โดยคนแรกกล่าวว่า มูลเหตุจูงใจหลัก ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจได้แก่ การได้มาพักผ่อน ผ่อนคลายจากความเครียด มีทัศนคติที่ดีต่อหัวหิน การมาท่องเที่ยวกับครอบครัว การพบเจอกับเพื่อนใหม่ การได้มารับประทานอาหารอร่อย ๆ ความปลอดภัย ที่ดี และ ค่าครองชีพ ที่ต่ำ ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวสวีเดนอีกคนกล่าวว่า ความต้องการมาพักผ่อน ผ่อนคลายจากความเครียด ต้องการพบเจอสภาพแวดล้อม และประสบการณ์ใหม่ ๆ ความต้องการมาท่องเที่ยวกับครอบครัว ต้องการซื้อปัจจัยความสวยงามและสะดวกสบายของ โรงแรมที่พัก สภาพอากาศที่ดี อาหารที่อร่อย รวมถึง ความปลอดภัยที่ดีและด้านค่าครองชีพ ที่ต่ำ ถือเป็นมูลเหตุจูงใจหลักในการท่องเที่ยวครั้งนี้ นอกจากนั้นยังมีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวมาก่อน เนื่องจากเคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว ความต้องการพบเจอกับเพื่อนใหม่และ การศึกษาวิถีการดำรงชีวิตและกิจกรรมท้องถิ่น ต่างมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอีกครั้งเช่นกัน

นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันให้สัมภาษณ์ว่ามูลเหตุจูงใจที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้คือ ต้องการมาพักผ่อน ผ่อนคลายจากความเครียด ต้องการมาท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว ต้องการศึกษาวิถีชีวิตชุมชนและกิจกรรมท้องถิ่น ต้องการอยู่ สภาพอากาศ ที่อบอุ่นและต้องการรับประทาน อาหารที่อร่อย และมีความหลากหลาย

นักท่องเที่ยวชาวเนเธอร์แลนด์กล่าวว่า มูลเหตุจูงใจด้านกายภาพ และจิตใจ ที่ทำให้ตัดสินใจ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวนั้น ได้แก่ ต้องการมาพักผ่อน ผ่อนคลายจากความเครียด ต้องการพบเจอสภาพแวดล้อม และ ประสบการณ์ใหม่ ๆ และมีทัศนคติที่ดีต่อหัวหิน มูลเหตุจูงใจ

ด้านสังคมและเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจได้แก่ การมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว พบเจอกับเพื่อนใหม่ แะ การซื้อปั๊ง มูลเหตุจูงใจด้านวัฒนธรรมและการศึกษา ได้แก่ ต้องการศึกษาวีธีการดำรงชีวิต กิจกรรมท้องถิ่น ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ขณะที่มูลเหตุจูงใจ ด้านปัจจัยผลักดันอื่น ๆ ที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวคือ ความสะดวกสบายของ โรงแรมที่พัก สภาพอากาศที่ ดีของหัวหิน อาหาร ที่อร่อย ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว และ ค่าครองชีพ ที่ต่ำ

จากการสัมภาษณ์ นักท่องเที่ยวชาว เวลส์ พบว่า มูลเหตุจูงใจ หลายประการที่ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหิน ได้แก่ ต้อง การ มาพักผ่อน ผ่อนคลาย ความเครียด ต้องการพบเจอสภาพแวดล้อม และประสบการณ์ใหม่ ๆ ต้องการมาท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว ต้องการศึกษาวีธี ชีวิตชุมชน กิจกรรมท้องถิ่น ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ต้องการมาอยู่ในเมืองที่มีอากาศอบอุ่นและ ค่าครองชีพ ต่ำ นอกจากนั้นยังรวมถึง ต้อง การ มาจับจ่ายซื้อสินค้า ต้องการพักโรงแรมที่สะดวก สบาย และมี ความปลอดภัย

นักท่องเที่ยวชาวแคนาดาทั้งสองคนมี มูลเหตุจูงใจ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้เหมือนกันคือ ด้านกายภาพและจิตใจ และด้านปัจจัยผลักดันอื่น ๆ ได้แก่ ความต้องการ พักผ่อน ผ่อนคลายความเครียด ความ ต้องการพบเจอสภาพแวดล้อม และประสบการณ์ใหม่ ๆ การ มีทัศนคติที่ดีต่อหัวหิน ความสวยงามของโรงแรมที่พัก สภาพอากาศที่ ดีของหัวหิน และความปลอดภัย ที่ดี ส่วนความต้องการพบกับเพื่อนใหม่ และการจับจ่ายซื้อสินค้าเป็น มูลเหตุจูงใจในด้านสังคมและเศรษฐกิจ ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวแคนาดา เพียง คนเดียว ขณะที่มูล เหตุจูงใจ ในด้านวัฒนธรรมและการศึกษาไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทาง ของนักท่องเที่ยวชาวแคนาดาเลย

นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันให้สัมภาษณ์ว่ามูลเหตุจูงใจที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ที่หัวหินได้แก่ การเดินทางมาท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัวเพื่อเพิ่มความ สัมพันธ์อันดี ความสวยงามและความสะดวกสบายของ โรงแรมที่พัก การบริการที่ดีของ โรงแรม และความต้องการรับประทานอาหารทะเล ที่อร่อย

นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินแล้วได้กล่าวว่า มูลเหตุจูงใจหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินในครั้งนี้ ได้แก่ ต้องการพักผ่อน ผ่อนคลาย ความเครียด มีทัศนคติที่ดีต่อหัวหิน ต้องการ มาท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว ต้อง การศึกษาวีธีการดำรงชีวิตและกิจกรรมท้องถิ่น ศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น กิจกรรม ที่สนใจ ได้แก่ เล่นเจ็ตสกี ความสวยงามและความสะดวกสบายของ ที่พัก ความหลากหลายของอาหาร ที่มีมากมาย เช่น อาหารไทย อาหารทะเล ความปลอดภัย ที่ดีและค่าครองชีพ ที่ต่ำ

นักท่องเที่ยวชาวฮ่องกงซึ่งเคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินแล้วทั้ง 2 คนให้สัมภาษณ์ คล้าย ๆ กันว่า มูลเหตุจูงใจที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยววันนี้มีทั้งมูลเหตุจูงใจด้าน ภายนอกและจิตใจ และด้านปัจจัยผลักดันอื่น ๆ โดยคนแรกกล่าวว่า มูลเหตุจูงใจหลัก ๆ ที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจได้แก่ ความต้องการมาพักผ่อน ผ่อนคลายจากความเครียด มีความ ประทับใจในหัวหินจากการที่เคยเดินทาง มาแล้ว ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมผจญภัยหรือกีฬาท้าทาย โดยต้องการมาเล่นกิจกรรมทางน้ำ ทั้งเจ็ตสกีและบานาน่าโบ๊ท รวมถึงบรรยากาศและการบริการที่ ดีของโรงแรมที่พัก สภาพ อากาศที่ดีของหัวหิน อาหารทะเลที่อร่อย ความปลอดภัย ที่ดีและด้านค่า ครองชีพ ที่ต่ำ นอกจากนั้นการ ต้องการพบเจอสภาพแวดล้อม และประสบการณ์ใหม่ ๆ มีทัศนคติที่ ดีต่อหัวหิน ความต้องการมาท่องเที่ยวกับครอบครัว ต้อง การศึกษาวิถีการดำรงชีวิตและกิจกรรม ท้องถิ่น และเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นต่างมีผลต่อการตัดสินใจเช่นกัน ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวฮ่องกงอีกคนกล่าวว่า มูลเหตุจูงใจหลัก ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ มา ท่องเที่ยว ได้แก่ ต้องการมาพักผ่อน ผ่อนคลายจากความเครียด มีความประทับใจในหัวหินจาก การที่เคยเดินทางมาแล้ว ต้องการมาท่องเที่ยวกับครอบครัว ความสวยงามและความ สะดวกสบายของโรงแรม อาหารที่อร่อย มากมายหลายประเภท และมี ความปลอดภัย ที่ดี ขณะที่ มูลเหตุจูงใจที่มีอิทธิพลรองลงมาได้แก่ มีทัศนคติที่ดีต่อหัวหิน กิจกรรมกีฬา ที่ตื่นเต้น เช่น เจ็ตสกี สภาพอากาศที่ ดีหัวหิน และ ค่าครองชีพ ที่ถูก

นักท่องเที่ยวชาวไต้หวันให้สัมภาษณ์ว่ามูลเหตุจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจ เดินทาง มาท่องเที่ยวครั้งนี้ มากที่สุดคือ ความ ต้องการมาพักผ่อน ผ่อนคลายจากความเครียด มีทัศนคติที่ดี ต่อหัวหิน มีความประทับใจในหัวหินจากการที่เคยเดินทางมาแล้ว ความต้องการเดินทางมา ท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว ความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมผจญภัยหรือกีฬาท้าทาย ความ สะดวกสบาย และบริการที่ดี ของโรงแรมที่พัก และ ต้องการมารับประทานอาหารทะเลที่อร่อย

นักท่องเที่ยวชาวสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ได้กล่าวว่ามูลเหตุจูงใจในด้าน ต่าง ๆ ได้แก่ ต้องการมาพักผ่อน ผ่อนคลายจากความเครียด ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวพร้อมกับ ครอบครัว ต้องการ เล่นเจ็ตสกีและบานาน่าโบ๊ท สภาพอากาศที่ ดี บรรยากาศสวยงาม และด้าน อาหารที่หลากหลาย มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินมากที่สุด

จากบทสัมภาษณ์ สามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 3 ระดับความสำคัญ ของมูลเหตุจูงใจ ที่มีผลต่อ การตัดสินใจเดินทางมา ท่องเที่ยว

มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ระดับการจูงใจ
ด้านกายภาพและจิตวิทยา		
1. เพื่อพักผ่อนจากความเครียด	4.45	มากที่สุด
2. ต้องการพบสิ่งแปลกใหม่/ ประสบการณ์ใหม่ ๆ	4.30	มากที่สุด
3. มีทัศนคติที่ดีต่อสถานที่ท่องเที่ยว	3.30	ปานกลาง
4. มีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวมาก่อน	2.35	น้อย
รวม	3.60	มาก
ด้านสังคมและเศรษฐกิจ		
1. ต้องการท่องเที่ยวกับครอบครัว/เพื่อน	4.40	มากที่สุด
2. ต้องการพบปะและทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่	2.95	ปานกลาง
3. เพื่อการจับจ่ายซื้อสินค้า (ช้อปปิ้ง)	2.95	ปานกลาง
4. เพื่อทำธุรกิจ	1.00	น้อยที่สุด
รวม	2.83	ปานกลาง
ด้านวัฒนธรรมและการศึกษา		
1. เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น	3.15	ปานกลาง
2. เพื่อศึกษาวิถีการดำรงชีวิตและกิจกรรมท้องถิ่น	3.55	มาก
รวม	3.35	ปานกลาง
ด้านปัจจัยผลักดันอื่น ๆ		
1. ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมผจญภัยหรือกีฬาท้าทาย	2.70	ปานกลาง
2. โรงแรมที่พักสะอาดสบาย	3.50	มาก
3. สภาพภูมิอากาศที่ดี	4.20	มาก
4. อาหารอร่อยถูกปาก	4.35	มากที่สุด
5. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	3.80	มาก
6. ค่าครองชีพ	3.50	มาก
รวม	3.15	ปานกลาง

3.5 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อหัวหินก่อนที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์ ถึงความคาดหวังที่มีต่อหัวหินของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินนั้น พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 8 คน ได้แก่นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ ฝรั่งเศส สวิสเซอร์แลนด์ สวีเดน แคนาดา ฮอลแลนด์ และชาวสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินโดย ไม่ได้คาดหวังอะไรมากนัก ส่วนใหญ่ต้องการมาท่องเที่ยวพักผ่อนกับครอบครัว หรือ เพื่อน และ บางคนต้องการหลบมา พักผ่อน ผ่อนคลายจากความเครียด เพียงลำพัง โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่ยังไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินมาก่อน และยังไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับหัวหินเท่าไรนัก ขณะที่บางคนกล่าวว่าแวะมาเที่ยวที่หัวหินเพราะหัวหินเป็นเมืองที่อยู่ระหว่างทางที่จะไปเที่ยวที่จังหวัดอื่นจึงไม่ได้คาดหวังอะไรมากนัก

ขณะที่การสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างอีกกลุ่ม จำนวน 12 คนนั้น สามารถสรุปได้ว่า ส่วนใหญ่มีความคาดหวังคล้าย ๆ กันคือ ต้องการที่จะมาท่องเที่ยวพักผ่อนยังทะเลที่สวยงาม มีสภาพอากาศที่ดี แสงแดดสดใส บรรยากาศเงียบสงบผู้คนไม่พลุกพล่านจนเกินไป ผู้คนเป็นมิตร และ ได้รับประทาน อาหารอร่อย นักท่องเที่ยว ชาวอเมริกันและฮอลแลนด์ คาดหวังที่จะมาพักผ่อนกับครอบครัว ในโรงแรมที่ดี ๆ ได้รับประทานอาหารทะเลอร่อย ๆ กับเพื่อน ๆ ในบรรยากาศริมทะเลที่เงียบสงบ บางคนต้องการมาพักผ่อนทำสปาดี ๆ ขณะนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ชาวแคนาดาคนหนึ่งมีความคาดหวังเพื่อมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical tourism) ในหัวหิน เนื่องจากได้ทราบมาว่าที่หัวหินนี้มีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเกิดขึ้น แต่นักท่องเที่ยวท่านนี้ก็ต้องผิดหวังเมื่อไม่สามารถหาข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่หัวหินได้

3.6 มุมมองและความรู้สึกของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหัวหิน

ด้านมุมมองและความรู้สึก ของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการท่องเที่ยวหัวหิน หลังจากที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาปัจจัยการท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในอำเภอหัวหิน ได้แก่ ปัจจัยด้านการคมนาคม ด้านโรงแรมที่พัก ด้านอาหารและร้านอาหาร ด้านการนำเที่ยว ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้านการจับจ่ายซื้อสินค้า และปัจจัยด้านข้อมูลการท่องเที่ยวและการบริการต่าง ๆ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีมุมมองต่อการท่องเที่ยวหัวหินไม่แตกต่างกันมากนัก โดยผู้วิจัยได้นำเสนอตัวอย่างบทสัมภาษณ์จากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างบางคนดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ คนหนึ่งได้ให้สัมภาษณ์ ว่า การเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินทำได้ค่อนข้างสะดวกเนื่องจากมีทั้งรถไฟ และรถเช่าให้เลือกใช้บริการ นอกจากนั้น การเดินทางภายในหัวหิน ก็ทำได้ค่อนข้างง่าย เนื่องจากมีรถบริการสาธารณะ เช่น รถสองแถว รถจักรยานยนต์

รับจ้าง และรถสามล้อรับจ้างบริการอยู่ทั่วไป และยังมีรถยนต์และรถจักรยานยนต์บริการให้เช่า อีกด้วย ความสะอาด โดยรวม ของยานพาหนะเหล่านี้ถือว่าสะอาดดี ราคาค่าบริการรถสาธารณะและค่าเช่ารถก็อยู่ในระดับที่ถูก สภาพการจราจรถือว่าดีมาก ในด้านโรงแรมที่พักนั้นนักท่องเที่ยวท่านนี้มีความประทับใจในโรงแรมที่พัก โดย มองว่าโรงแรมในหัวหินมี มากมายหลายระดับให้เลือกใช้บริการ การบริการภายในโรงแรมถือว่าดีมาก มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครันทั้งน้ำอุ่น โทรทัศน์ ไลน์แอร์มม อินเทอร์เน็ต ฯลฯ ความสะอาดก็ถือว่าดีมาก ในด้าน อาหารและร้านอาหาร นักท่องเที่ยวคน นี้ได้มีโอกาสไปรับประทานอาหาร ที่ร้านอาหาร ในโรงแรม ริมหาด และ บริเวณตลาดใต้รุ่งหัวหิน ตามคำแนะนำของ ทางโรงแรม ซึ่งนักท่องเที่ยวคนนี้นับว่าอาหารที่หัวหิน มีความหลากหลาย มีทั้งอาหารทะเล อาหารนานาชาติ อาหาร พื้นเมือง และขนมต่าง ๆ ที่น่าสนใจ รสชาติอาหารก็อร่อย ความสะอาดของอาหารและร้านอาหารก็อยู่ในระดับที่ ดีมาก การบริการและความสะอาดสบายภายในร้านก็ถือว่าทำได้ดี ขณะที่ราคา อาหารก็ถือว่าถูก ด้านการนำเที่ยว นั้น ป้ายประกอบการท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่ดีมากเนื่องจากมีบริการอยู่หลายที่ สามารถหาได้สะดวก ทำให้สามารถไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้ง่าย ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั้งหาดหัวหิน และสถานีรถไฟหัวหิน ต่างมีสภาพสมบูรณ์ ดี มีความสวยงาม ในด้าน การซื้อของปิ้งย่างนั้นกลุ่มตัวอย่างคน นี้มองว่าสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ขายอยู่ในหัวหินมีความหลากหลายดี ราคาถือว่าค่อนข้างถูก ด้านสภาพอากาศภายในหัวหิน นักท่องเที่ยว คนนี้มอง ว่าดีมากเนื่องจากมีสภาพอากาศที่ดีอบอุ่น แสงแดดสดใสเหมาะแก่การนอนอาบแดด ความปลอดภัยก็ดีมากอาจเป็นเพราะมีวังไกลกังวลอยู่ใกล้ ๆ การสื่อสารกับคนในท้องถิ่นก็สามารถสื่อสารกันรู้เรื่องดี มาก อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวคน นี้ให้ความเห็นว่ากิจกรรม และศูนย์บริการการท่องเที่ยวในหัวหินมีน้อยเกินไป ควรจะเพิ่มให้มีมากกว่านี้

นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษอีก คนหนึ่งกล่าวว่า โดยรวมแล้วมี มุมมองต่อการท่องเที่ยวหัวหินระดับดีในเกือบทุกด้าน แต่ในขณะเดียวกันก็มีบางด้านที่ควรจะต้องปรับปรุง ได้แก่ ด้านสภาพการจราจร เนื่องจากนักท่องเที่ยวคน นี้เช่ารถจักรยานยนต์ไว้เดินทาง และเห็น ว่าการจราจร ที่หัวหินค่อนข้างติด ขัด สถานที่ จอดรถ น้อย การจอดรถไม่เป็นระเบียบป้ายจราจร และ ป้ายประกอบการท่องเที่ยว หลายป้ายไม่มีภาษาอังกฤษกำกับไว้ทำให้ การเดินทางค่อนข้างลำบาก ด้านสถานที่ท่องเที่ยว นั้นมองว่า บริเวณ ชายหาดหัวหิน ยังไม่ค่อยสะอาด มีเศษขยะและเศษสิ่งปฏิกูลอยู่ สินค้าที่จำหน่าย ที่ตลาดใต้รุ่ง ตลาดหัวหินวิลเลจ มีราคาค่อนข้างแพง เช่น เสื้อผ้า รวมถึงอาหารทะเล นอกจากนั้นยัง คิดว่ามีการเอาวัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวอีกด้วย

นักท่องเที่ยวชาวสวิสเซอร์แลนด์ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับมุมมองและคว ามรู้สึกในด้านการคมนาคมหัวหินว่า ความสะอาดสบายของการคมนาคมในหัวหินอยู่ในระดับที่ดี มีรถสาธารณะ

ให้บริการอยู่ตลอดเวลา หาได้ไม่ยาก แต่ ค่าโดยสารรถสาธารณะมีราคาแพง นักท่องเที่ยวคน นี้คิดว่าหัวหินมีที่พักให้เลือกหลายประเภทดี ความสะอาดสบาย ความสะอาด และการบริการภายในที่พักอยู่ในระดับที่ดี ราคาของที่พักก็เหมาะสมดี ในด้านอาหารและร้านอาหาร คิด ว่าความหลากหลายของอาหารและรสชาติอาหารอยู่ในระดับที่ดีมาก แต่ราคาของอาหาร ก็อยู่ในระดับที่แพงมากเช่นกัน ทั้งอาหารทะเล และ อาหารต่าง ๆ ที่ตลาดได้ และร้านอาหารอื่น ๆ ด้านแหล่งท่องเที่ยว คิดว่าหัวหินมีสภาพ และ ความสะอาดของ แหล่งท่องเที่ยวทั้ง ด้านธรรมชาติ ด้านประวัติศาสตร์ และ วัฒนธรรมอยู่ในระดับที่ดีเช่นกัน ด้านการช้อปปิ้ง นักท่องเที่ยว คนนี้ยังมองว่าความหลากหลายของสินค้า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมถึงความสะอาดของแหล่งช้อปปิ้งอยู่ในระดับที่ดี แต่ ให้ความเห็นว่าสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในตลาดได้รุ่งหัวหินมีราคาค่อนข้างแพง เช่น รองเท้า เสื้อผ้า ฯลฯ

นักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน กล่าวว่า หลังจากที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินแล้ว มีความรู้สึกว่าการเดินทางภายในหัวหินนั้นค่อนข้างที่จะลำบากเนื่องจากรถบริการสาธารณะ ที่ให้บริการมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว ค่าโดยสารก็แพง สภาพการจราจรก็ไม่ได้ดี รวดเร็ว อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยว คนนี้มองว่าความสะอาดของยานพาหนะที่ให้ บริการอยู่ในระดับที่ดี ในด้านอาหารและร้านอาหารนั้นนักท่องเที่ยว คนนี้มีมุมมองและความรู้สึกไปในทางที่ดีกว่าด้านการคมนาคม โดยมองว่าการบริการภายในร้านอาหารนั้นทำได้ดีมาก รสชาติอาหาร ความสะอาดของอาหาร ความสะอาด สบายและความสะอาดของร้านอาหารอยู่ในระดับที่ดี ราคาของอาหารก็อยู่ในเกณฑ์ที่ดี ด้วย นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวคน นี้ยังชื่นชอบสภาพอากาศและความปลอดภัยในบริเวณ หัวหินด้วยโดยกล่าวว่ามีสภาพอากาศ ดี ท้องฟ้าแจ่มใส อากาศอบอุ่นไม่ร้อนจนเกินไป เหมาะแก่การมาท่องเที่ยวตากอากาศ และคิด ว่าที่หัวหินมีสภาพความปลอดภัยที่ดี เนื่องจากมีวังไกลกังวลซึ่งเป็นที่พักของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวตั้งอยู่ นักท่องเที่ยวยังกล่าวอีกว่าที่หัว หินนั้นไม่ค่อยมีกิจกรรมอะไรให้ทำมากนักนอกจากว่ายน้ำ อาบแดด และเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยว ในส่วนของศูนย์บริการการท่องเที่ยวหัวหินนั้นเจ้าหน้าที่ที่ ให้บริการ อยู่ในศูนย์บริการการท่องเที่ยวยังอธิบายข้อมูลได้ไม่ชัดเจน ไม่ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และ ศูนย์บริการการท่องเที่ยวมีจุดให้บริการน้อยเกินไป นอกจากนั้นการสื่อสารภาษาต่างประเทศระหว่างคนในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวยังทำได้ไม่ดีนัก

นักท่องเที่ยวชาวเนเธอร์แลนด์ ให้สัมภาษณ์ ไว้ว่าหัวหินมีสภาพการจราจรที่ติดขัด รถยนต์และจักรยานยนต์วิ่งกันไม่เป็นระเบียบ รวม ถึงคนไม่ข้ามถนนบนทางม้าลาย แต่ในส่วนของความสะอาดสบายของการคมนาคม การเดินทาง ความสะอาดของยานพาหนะอยู่ในระดับที่ดี มีรถสาธารณะให้บริการมากมายทั้งจักรยานยนต์รับจ้าง รถสองแถว ราคาค่าโดยสารก็ไม่แพง ใน

ด้านของโรงแรมที่พักนั้นนักท่องเที่ยวคน นี้มองว่าไม่ค่อยมีความ หลากหลายมากนัก เนื่องจากมีแต่โรงแรมใหญ่ ๆ แต่ไม่ค่อยมีที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวประเภท Backpacker แต่ในด้านความสะดวกสบาย ความสะอาด การบริการ ภายในโรงแรมถือว่าดีมาก มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากมาย ตามความต้องการ ของนักท่องเที่ยว ทั้งอินเทอร์เน็ต สปา ร้านอาหาร ฯ ในเรื่องของราคาที่พักรู้สึกว่าเหมาะสมดีกับคุณภาพและการบริการของโรงแรม จากการสัมภาษณ์ หนึ่งยังพบว่า นักท่องเที่ยวคน นี้มีความประทับใจในด้านอาหารและร้านอาหารที่หัวหินเป็นอย่างมาก ซึ่ง นชอบอาหารทะเล อาหาร รไทย และขนมไทย โดย กล่าวว่ที่หัวหิน มีอาหารหลากหลายชนิดให้เลือกรสชาติอาหารก็อร่อย มาก ความสะอาดก็อยู่ในระดับที่ดีมาก เช่นกัน ในด้านร้านอาหารที่ได้ไปรับประทาน มานั้นมีความสะดวกสบายและความสะอาดดีมาก การบริการก็ดี มาก ด้านของราคาอาหาร ก็ถือว่าถูกมาก เช่นกัน ในด้านแหล่งท่องเที่ยว นั้น สภาพแหล่งท่องเที่ยวและ ความสะอาดของบริเวณชายหาด หัวหิน สถานีรถไฟหัวหิน ตลาดจัตุรัส ตลาดโต้รุ่งหัวหินอยู่ในระดับที่ดี สินค้าที่จำหน่าย เช่น เสื้อผ้า รองเท้า ฯ มีคุณภาพดีและมีให้เลือกมากมาย ราคาถูก ความสะอาดของแหล่งจำหน่ายสินค้านี้รวมถึงห้างสรรพสินค้าก็ดี สภาพอากาศที่หัว หินมีทั้งฟ้าแจ่มใส อากาศอบอุ่นไม่ ร้อนจนเกินไป ในขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยว คนนี้มองว่ที่หัวหินมีสภาพความปลอดภัยที่ดีเนื่องจากมีวังไกลกังวลซึ่งเป็นที่พักของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวตั้งอยู่ อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวท่านนี้ได้กล่าวว่าศูนย์บริการการท่องเที่ยวที่หัวหินนั้นมีให้บริการน้อยเกินไป เจ้าหน้าที่ให้บริการก็อธิบายไม่รู้เรื่อง นอกจากนั้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ ก็มีน้อยเกินไป

จากการที่ได้สัมภาษณ์ นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย และฮ่องกง เรื่องของมุมมองต่อการท่องเที่ยวที่หัวหินหลังจากที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวแล้วพบว่านักท่องเที่ยวทั้ง 2 คนมีมุมมองและความรู้สึกที่ดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหัวหินในทุกด้านที่พิจารณาทั้งในเรื่องการคมนาคม ที่พักร้านอาหารและร้านอาหาร แหล่ง ท่องเที่ยว การช้อปปิ้ง และด้านข้อมูลการท่องเที่ยวและบริการต่าง ๆ โดยนักท่องเที่ยว 2 คนนี้ให้ความเห็นว่า ความสะดวกสบาย ในด้านการคมนาคมที่หัวหินนั้นอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาก เพราะมีรถสาธารณะให้บริการอยู่ตลอด หาได้ไม่ยาก ราคาค่าบริการก็ไม่แพง นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียมองว่าสภาพการจราจรที่หัวหิน ดีไม่ติดขัด ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวฮ่องกงคิดว่ามีรถติดบ้างเป็นบางเวลา ทั้ง 2 คนกล่าวว่า โรงแรมที่พักที่ใช้บริการอยู่และที่เคยใช้บริการครั้งก่อนก็มีความสะดวกสบายดีมาก การให้บริการภายในโรงแรมก็ดีมาก มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน ราคาไม่แพง อาหาร มีให้เลือกรับประทานอย่างมากมายซึ่งแต่ละอย่างก็มีรสชาติอร่อย และราคาถูก ในด้านสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ชาวออสเตรเลีย ให้ความสนใจใน ด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ของหัวหิน โดยได้ไปท่องเที่ยวที่สถานีรถไฟหัวหิน และวัดห้วยมงคล นักท่องเที่ยวคน นี้กล่าวว่าสภาพโดยรวมและความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ อยู่

ในระดับที่ดีมาก มีความงดงาม และแสดงถึงวิถีชีวิตของชาวหัวหินได้เป็นอย่างดี ขณะที่บริเวณชายหาดยังมีเศษขยะอยู่บ้างแต่สภาพโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวคน นี้ยังได้ใช้บริการสปาภายในโรงแรมที่พัก โดยกล่าวว่า คุณภาพของสปาดีมาก การบริการก็ดี รู้สึกสบายมาก อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยว คนนี้มีความเห็นว่าการสื่อสารกับคนท้องถิ่นยังไม่สะดวกมากนัก เพราะยังคุยกันไม่ค่อยรู้เรื่อง ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวฮ่องกงคิดว่าสถานีรถไฟหัวหินมีสภาพค่อนข้างเก่า มีคนจรถัดมานอนภายในสถานี นอกจากนั้นสภาพของตลาดนัดรถไฟหัวหินค่อนข้างเก่า ภายในดูไม่สะอาด และไม่เป็นระเบียบ แต่ โดยรวมแล้วการท่องเที่ยวหัวหิน อยู่ในระดับที่ดี

นักท่องเที่ยวชาว สาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ได้ให้ความเห็นต่อการท่องเที่ยวหัวหิน หลังจากที่ได้เดินทางมาเป็นครั้งที่ 2 ไว้ว่า การคมนาคมภายในหัวหินนั้นทำได้ค่อนข้างสะดวกดี มีรถสองแถว รถบริการสาธารณะ รถจักรยานยนต์รับจ้างบริการตลอด การเดินทางไปยังที่ ต่าง ๆ สามารถทำได้โดยง่าย การจราจรก็ไม่ติดขัดมากนักแล้วแต่ช่วงเวลา ราคาค่าโดยสารรถสาธารณะ ก็ไม่แพง ความสะอาดของยานพาหนะอยู่ในระดับปานกลาง ด้านโรงแรมที่พัก นักท่องเที่ยว คนนี้มองว่าโรงแรมที่เลือกใช้บริการอยู่มีความสะดวกสบาย และความสะอาดอยู่ในระดับที่ดี การบริการภายในโรงแรมดีมาก มีทั้งร้านอาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ บริการแก่แขกที่มาพัก ที่พักรู้จักให้เลือกหลายรูปแบบหลายราคา ขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็นเรื่องที่ดีมาก ด้านอาหารและร้านอาหารภายในหัวหินมีให้เลือกรับประทานมากมายทั้งอาหารทะเล อาหาร ไทย อาหารจีน อาหารญี่ปุ่น ฯลฯ ซึ่งอาหารแต่ละอย่างล้วนมีรสชาติอร่อย ความสะอาดของอาหารก็อยู่ในเกณฑ์ที่ดี สภาพ และความสะอาด ของร้านอาหารที่เคยไปใช้บริการ อยู่ในระดับที่ดี ส่วนใหญ่มีความสะดวกสบายและการบริการดีมาก ด้านราคาอาหารก็อยู่ในระดับที่ถูกต้อง สถานที่ท่องเที่ยว ที่เดินทางไปเที่ยวนั้นมองว่าสถานีรถไฟหัวหินมีความสวยงามมากโดยเฉพาะพลับพลาพระมงกุฎเกล้า ยังคง รักษาสภาพความสวยงามได้ดีเยี่ยม ขณะที่สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ก็มีสภาพที่สมบูรณ์สวยงามดี ทั้งตลาดนัด รังสิต และชายหาดหัวหิน แต่น่าเสียดายที่ชายหาดหัวหินมีปัญหาด้าน ความสะอาด บริเวณทางลงหาดและชายหาด สามารถพบเจอเศษขยะและมูลสัตว์อยู่บ้าง ในด้านการซื้อของนักท่องเที่ยว คนนี้มองว่าความหลากหลายรวมถึงคุณภาพสินค้าอยู่ในระดับที่ดี เนื่องจากเคยซื้อกลับไปลองใช้แล้วมีคุณภาพที่ดี นักท่องเที่ยว คนนี้ยังชอบอากาศที่หัวหินด้วยโดยกล่าวว่า ามีอากาศดี ไม่ร้อนจนเกินไป แสงแดดสดใสเหมาะแก่การมาพักผ่อน นักท่องเที่ยว คนนี้ยังได้ลองใช้บริการสปาของทางโรงแรมที่พักโดยกล่าวว่าคุณภาพของสปาไทยที่หัวหินดีมาก

จากการสัมภาษณ์ สามารถ สรุปผลการ วิเคราะห์ระดับความรู้สึกและมุมมองของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว ได้ดังตาราง 4

- ด้าน การคมนาคม โดยรวม อยู่ในระดับที่ดี พิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยว คิดว่าความสะดวกสบายของการคมนาคมอยู่ในระดับที่ดี ความสะดวกของ ยานพาหนะที่ใช้อยู่ในระดับที่ดี ด้านสภาพการจราจรในหัวหินนั้นอยู่ในระดับปานกลาง และ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

- ด้านที่พักอาศัยในหัวหิน นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง เห็นว่าอยู่ในระดับดีมาก หาก พิจารณาเป็นรายข้อ ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าราคาของที่พักอาศัยอยู่ในระดับที่ดี ความหลากหลาย ของที่พักอาศัย ความสะดวกสบายและความสะอาดของที่พักอาศัย การบริการภายใน ที่พักอาศัย อยู่ในระดับดีมาก

- ด้านอาหารและร้านอาหาร กลุ่มตัวอย่าง ังคิดว่าโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ความ หลากหลายและรสชาติอาหาร มองว่าอยู่ในระดับดีมาก ความสะดวกและราคาของอาหารอยู่ใน ระดับที่ดี ด้านความสะดวกสบายและความสะอาดของร้านอาหาร ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มองว่า อยู่ในระดับที่ดี และมุมมองด้านการบริการภายในร้านอาหาร นักท่องเที่ยวมองว่า อยู่ในระดับดี มาก

- ด้านกิจกรรม บริการนำเที่ยว โดยเฉลี่ยแล้วมุมมองและความรู้สึกของนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับที่น้อย มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การบริการของผู้ประกอบการ นำเที่ยวและราคาค่าบริการของบริษัทนำเที่ยวอยู่ในระดับน้อยมาก และมุมมองด้านป้ายและ สัญลักษณ์ประกอบการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย

- ด้านแหล่งท่องเที่ยว โดยรวม นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมองว่าอยู่ในระดับที่ดี โดย วิเคราะห์เป็นรายข้อแล้วจะพบว่า สภาพของสถานที่ท่องเที่ยวแล ะความสะดวกของสถานที่ ท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์อยู่ในระดับที่ดี ขณะที่สภาพของสถานที่ท่องเที่ยว และความสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมอยู่ในระดับปานกลาง

- ด้านการจำหน่ายซื้อสินค้า (ช้อปปิ้ง) ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี โดยความหลากหลายของสินค้าอยู่ในระดับที่ดี คุณภาพและราคาของสินค้าอยู่ในระดับปานกล าง ส่วนด้านความสะดวกของสถานที่ช้อปปิ้งอยู่ในระดับที่ดี

- ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวและบริการต่าง ๆ นักท่องเที่ยวมองว่าโดยรวมแล้วอยู่ใน ระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านศูนย์ ข้อมูลการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย ด้าน ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง คุณภาพของสปาและนวดไทย รวมถึงด้านราคาของสปา มองว่าอยู่ในระดับน้อย ด้านสภาพอากาศอยู่ในระดับดี มาก ด้านการ สื่อสารกับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ด้านความปลอดภัยในชีวิตแ ละทรัพย์สิน นักท่องเที่ยว มองว่าอยู่ในระดับที่ ดีมาก

สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีมุมมองและความรู้สึกในระดับที่ดีมากต่อปัจจัยด้านที่พักอาศัยและปัจจัยด้านอาหารและร้านอาหารในหัวหิน โดยนักท่องเที่ยวยังมีมุมมองและความรู้สึกที่อยู่ในระดับที่ดีต่อการคมนาคม ในหัวหิน แหล่งท่องเที่ยวและการจับจ่ายซื้อสินค้าที่หัวหิน ส่วนปัจจัยด้านข้อมูลการท่องเที่ยวและบริการด้านต่าง ๆ ในหัวหินนั้น กลุ่มตัวอย่างมีมุมมองและความรู้สึกอยู่ในระดับปานกลาง ขณะที่มุมมองและความรู้สึกเกี่ยวกับปัจจัยการนำเที่ยวอยู่ในระดับที่น้อยมาก ผลสรุปนี้สามารถแสดงดังภาพประกอบ 49

ตาราง 4 ระดับความรู้สึกและมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน

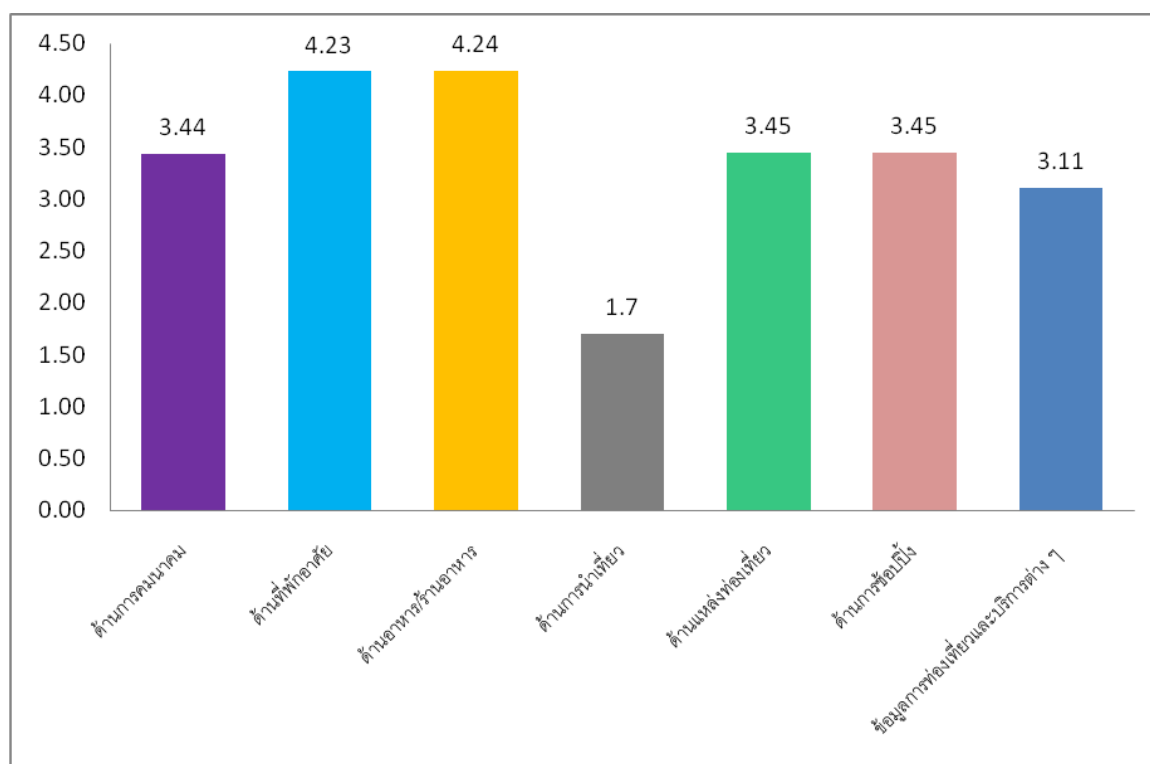
ปัจจัยที่พิจารณา	ค่าเฉลี่ย	ระดับมุมมอง
ด้านการคมนาคม		
1. ความสะดวกสบายของการคมนาคม	4.00	ดี
2. ความสะอาดของยานพาหนะ	3.75	ดี
3. สภาพการจราจร	2.70	ปานกลาง
4. ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	3.30	ปานกลาง
รวม	3.44	ดี
ด้านที่พักอาศัย		
1. ความหลากหลายของที่พักอาศัย	4.30	ดีมาก
2. ความสะดวกสบายของที่พักอาศัย	4.40	ดีมาก
3. ความสะอาดของที่พักอาศัย	4.45	ดีมาก
4. ราคาที่พักอาศัย	3.65	ดี
5. การบริการภายในที่พักอาศัย	4.35	ดีมาก
รวม	4.23	ดีมาก
ด้านอาหาร/ร้านอาหาร		
1. ความหลากหลายของอาหาร	4.50	ดีมาก
2. รสชาติของอาหาร	4.60	ดีมาก
3. ความสะอาดของอาหาร	4.05	ดี
4. ความสะดวกสบายของร้านอาหาร	4.20	ดี

ตาราง 4 (ต่อ)

ปัจจัยที่พิจารณา	ค่าเฉลี่ย	ระดับมุมมอง
5. ความสะอาดของร้านอาหาร	4.05	ดี
6. ราคาของอาหาร	3.80	ดี
7. การบริการภายในร้านอาหาร	4.45	ดีมาก
รวม	4.24	ดีมาก
ด้านกิจกรรมบริการนำเที่ยว		
1. การบริการของผู้ประกอบการนำเที่ยว	1.55	น้อยมาก
2. ราคาค่าบริการของบริษัทนำเที่ยว	1.45	น้อยมาก
3. ป้าย/สัญลักษณ์ประกอบการท่องเที่ยว	2.10	น้อย
รวม	1.70	น้อยมาก
ด้านแหล่งท่องเที่ยว		
1. สภาพของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	4.00	ดี
2. ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	3.55	ดี
3. สภาพของสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	3.85	ดี
4. ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	3.75	ดี
5. สภาพของสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม	2.75	ปานกลาง
6. ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม	2.80	ปานกลาง
รวม	3.45	ดี
ด้านการจับจ่ายซื้อสินค้า (ช้อปปิ้ง)		
1. ความหลากหลายของสินค้า	3.70	ดี
2. คุณภาพของสินค้า	3.40	ปานกลาง
3. ราคาของสินค้า	3.15	ปานกลาง
4. ความสะอาดของสถานที่ช้อปปิ้ง	3.55	ดี
รวม	3.45	ดี
ข้อมูลการท่องเที่ยวและบริการต่าง ๆ		
1. ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว	2.60	น้อย

ตาราง 4 (ต่อ)

ปัจจัยที่พิจารณา	ค่าเฉลี่ย	ระดับมุมมอง
2. ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว	2.65	ปานกลาง
3. คุณภาพของสปาและนวดไทย	2.10	น้อย
4. ราคาของสปา	1.95	น้อย
5. สภาพอากาศ	4.45	ดีมาก
6. การสื่อสารกับนักท่องเที่ยว	3.75	ปานกลาง
7. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	4.25	ดีมาก
8. อื่น ๆ	0.00	
รวม	3.11	ปานกลาง



ภาพประกอบ 49 ค่าเฉลี่ยของมุมมองและความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน

เมื่อสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างถึงภาวะวิกฤตเศรษฐกิจและสถานการณ์การเมืองในประเทศไทยในปัจจุบันว่ามีผลกระทบต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหิน

หรือไม่นั้น พบว่านักท่องเที่ยวจำนวน 12 คน มองว่าภาวะวิกฤตเศรษฐกิจและสถานการณ์การเมืองในไทยไม่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหิน โดยส่วนมากให้เหตุผลว่าภาวะวิกฤตเศรษฐกิจโลกไม่มีผลกระทบเพราะค่าครองชีพที่หัวหินยังคงถูกอยู่ดีเมื่อเทียบกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ขณะที่สถานการณ์การเมืองไทยนั้นส่วนมากเกิดที่กรุงเทพคงไม่มีผลถึงหัวหินเนื่องจากหัวหินเป็นที่ประทับของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ดังนั้นจึงไม่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจ โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1 คน ให้สัมภาษณ์ว่าไม่รู้และไม่แน่ใจว่าวิกฤตเศรษฐกิจและสถานการณ์การเมืองไทยจะมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวหรือไม่ ขณะที่อีก 7 คน นั้นมองว่าวิกฤตเศรษฐกิจโลกและสถานการณ์การเมืองไทยมีผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหิน โดยกล่าวว่า สถานการณ์การเมืองในไทยนั้นมีผลทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่กล้าเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพราะกังวลเรื่องความปลอดภัย ถ้าเดินทาง เข้ามาท่องเที่ยวแล้วไม่รู้ว่าจะมีเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้น จะมีการชุมนุมประท้วงหรือจะมีเหตุการณ์ปดสนามบินเกิดขึ้นอีกหรือไม่ ส่วนด้านวิกฤตเศรษฐกิจ กลุ่มตัวอย่างมองว่าสภาพเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ทำให้ คนไม่ยอม เดินทางมาท่องเที่ยวเพราะทำให้ต้องใช้เงินมากขึ้นในการท่องเที่ยวซึ่งผู้คนส่วนใหญ่ต้องการออมเงินมากกว่า จึงต้องมองหาสถานที่ท่องเที่ยวที่มีค่าครองชีพที่ถูกถ้าหากต้องการมาท่องเที่ยว

3.7 ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวหลังจากได้เดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว

เมื่อสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างถึงความรู้สึกที่ได้มาท่องเที่ยวที่หัวหินว่าชอบหรือไม่ กลุ่มตัวอย่างทุกคนให้คำตอบว่ารู้สึกชอบที่ได้มาเที่ยวที่หัวหิน โดยให้ความคิดเห็นที่แตกต่างกันออกไป เช่น ชอบเพราะอากาศดีเหมาะแก่การพักผ่อน ชายหาดสวยงามเงียบสงบ คนไม่พลุกพล่าน ผู้คนเป็นมิตรอัธยาศัยดียิ้มแย้ม อาหารอร่อยมีให้เลือกมากมาย สถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม โรงแรมที่พักมีคุณภาพดี มีความปลอดภัยดี ในขณะที่บางคนให้ความเห็นว่า ชอบที่ได้มาเที่ยวที่หัวหิน แต่ค่าครองชีพที่หัวหินค่อนข้างแพง ควรที่จะถูกกว่านี้ บางคนให้ความเห็นว่า ชอบที่ได้มาเที่ยวที่หัวหิน แต่ไม่ชอบที่มาเที่ยวแล้วเจอแต่นักท่องเที่ยวชาติเดียวกันเต็มไปหมด โดยเมื่อเปรียบเทียบความรู้สึกระหว่างก่อนและหลังจากที่ได้มาท่องเที่ยวแล้วสามารถสรุปได้ดังนี้

จากตาราง 5 พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างรู้สึกพอใจกับการที่ได้มาท่องเที่ยวที่หัวหินโดยรู้สึกดีกว่าที่คาดหวังไว้เมื่อเปรียบเทียบกับความรู้สึกก่อนที่จะมาท่องเที่ยว ร้อยละ 50 ขณะที่อีกร้อยละ 50 รู้สึกว่าดีเท่ากับที่คาดหวังไว้ โดยไม่มีกลุ่มตัวอย่างคนไหนรู้สึกแย่กว่าที่คาดหวังไว้

ตาราง 5 แสดงการเปรียบเทียบความรู้สึกหลังจากที่ได้ มาท่องเที่ยวที่หัวหินแล้ว

ความรู้สึกหลังจากที่ได้มาท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ดีกว่าที่คาดหวังไว้	10	50
ดีเท่ากับที่คาดหวังไว้	10	50
แย่กว่าที่คาดหวังไว้	0	0
รวม	20	100

จากการวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์ครั้งนี้ได้รับข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- 1) นักท่องเที่ยวเสนอว่าหัวหินควรที่จะมีค่าครองชีพที่ถูกกว่านี้
- 2) ควรที่จะมีที่พักราคาถูกและมีคุณภาพสำหรับนักท่องเที่ยวประเภท backpacker หรือนักท่องเที่ยวระดับล่าง เนื่องจากมองว่าหัวหินมีแต่ที่พักราคาแพง ระดับที่พักมีไม่ทั่วถึงสำหรับที่พักราคาถูกและมีคุณภาพ
- 3) ควรที่จะมีการจัดการควบคุมการจราจร จัดระเบียบที่จอดรถ ทางเดินเท้า ทางม้าลาย ทางข้ามถนน ป้ายจราจรและสัญญาณไฟจราจร ให้เป็นระเบียบเรียบร้อยและเพียงพอมากกว่านี้
- 4) ควรที่จะมีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวที่มีมาตรฐาน สามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวได้ ควรที่จะมีการจัดทำป้ายข้อมูลประกอบการท่องเที่ยวให้เป็นสากล ชัดเจนและมองเห็นได้โดยง่ายมากกว่านี้ ควรที่จะมีการจัดกระจายข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวให้ทั่วถึงมากกว่านี้
- 5) ควรที่จะจัดรถบริการสาธารณะภายในหัวหินให้มากกว่านี้
- 6) ควรที่จะจัดให้มีการรักษา ความสะดวกตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่นตามชายหาด ถนนหนทาง ตลาด ที่สาธารณะและแหล่งช้อปปิ้ง ให้คงความสะดวกอยู่เสมอ
- 7) ควรที่จะมีศูนย์บริการดูแล และให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในเรื่องของการได้รับความเดือดร้อน ความไม่เป็นธรรมจากการบริการ การหลอกลวง ช้อโกงนักท่องเที่ยว
- 8) ควรที่จะมีการจัดระเบียบบริการร้านอาหารริมชายหาดให้เพียงพอกับความต้องการและมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยมากกว่านี้

9) ควรที่จะคงสภาพความสวยงามของชายหาด เมือง และสถานที่ท่องเที่ยว ให้มีการควบคุมสิ่งก่อสร้างที่กำลังจะเกิดขึ้นใหม่ไม่ให้มากเกินไปมากกว่านี้ เพราะทำลายภูมิทัศน์และความสวยงามของหัวหิน

10) ควรที่จะจัดให้มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มากกว่านี้ เมื่อสอบถามนักท่องเที่ยวถึงการที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่หัวหินอีกหรือไม่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จำนวน 12 คน หรือร้อยละ 60 มีความต้องการที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่หัวหินอีก ขณะที่ร้อยละ 40 ยังไม่แน่ใจว่าจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่หัวหินอีกหรือไม่ โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีความยินดีที่จะแนะนำหัวหินให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางเลือกให้แก่ครอบครัวและเพื่อนฝูงต่อไป

4. มุมมองที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหินของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างและผู้วิจัย

จากผลการวิจัยสามารถสรุปมุมมองที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหินทั้งจากผู้วิจัยและจากกลุ่มตัวอย่างได้ดังตาราง 6 โดยกล่าวได้ว่าผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีมุมมองที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหินในด้านต่าง ๆ ใกล้เคียงกัน แต่ในขณะเดียวกันยังมีบางด้านที่ผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นไม่ตรงกัน ได้แก่

- **ด้านการคมนาคม** การคมนาคมโดยรวม ทั้งผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวยังมีความเห็นตรงกันว่าอยู่ในระดับที่ดี ด้านความสะดวกสบายของการคมนาคมที่หัวหินอยู่ในระดับที่ดี ด้านความสะดวกของยานพาหนะที่ให้บริการนี้ มองว่าอยู่ในระดับที่ดี ในด้านสภาพการจราจรภายในหัวหินทั้งผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวมองว่าอยู่ในระดับปานกลาง ด้านราคาค่าใช้จ่ายในการเดินทางผู้วิจัยมองว่าอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งค่าโดยสารรถบริการสาธารณะเหล่านี้ผู้วิจัยมองว่ามีราคาไม่แพงมากนัก ขณะที่นักท่องเที่ยวมองว่าอยู่ในระดับปานกลางเนื่องจากเห็นว่าค่าโดยสารรถบริการต่างๆ มีราคาแพง ทั้งรถบริการที่ให้บริการภายในหัวหิน และรถบริการที่ให้บริการจากจังหวัดอื่น ๆ มายังหัวหิน

- **ด้านที่พักอาศัย** ผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวยังมีมุมมองที่ตรงกันทั้งในเรื่องความหลากหลายของที่พัก ความสะดวกสบาย ความสะดวก และการบริการภายในที่พัก ซึ่งมองว่าอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีความเห็นว่าโรงแรมที่พักอาศัยบริเวณหัวหินมีความหลากหลายค่อนข้างมาก โดยมีทั้งโรงแรม เกสต์เฮาส์ บังกะโล บ้านเช่า ห้องเช่า รวมถึงโฮมสเตย์ ซึ่งที่พักในหัวหินนั้นมีให้เลือกหลายระดับ หลายราคาตั้งแต่ระดับหรูหราราคาแพง ไปจนถึงระดับธรรมดา ราคาไม่สูงมากนัก ด้านราคาของที่พักผู้วิจัยมองว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยเห็นว่าค่าที่พักของโรงแรมส่วนใหญ่มีราคาสูงเกินจริง ขณะที่นักท่องเที่ยวยังมีมุมมองด้านราคาอยู่ในระดับที่ดี

- **ด้านอาหารและร้านอาหาร** ทั้งผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าด้านอาหารและร้านอาหารที่หัวหินนั้นมีบริการอยู่มากมาย ความหลากหลายของอาหารถือว่าดีมาก ในด้านของรสชาติอาหารนั้นผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวมองว่าอยู่ในระดับที่ดีมาก ส่วนใหญ่มีความอร่อย ถูกปากดี ความสะอาดของอาหารส่วนใหญ่อยู่ในระดับที่ดี ในด้านของร้านอาหาร ผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ มองว่า มีความสะดวกสบายดี ความสะอาดขึ้นอยู่กับระดับของร้านอาหาร แต่โดยรวมถือว่าสะอาดดี การบริการภายในร้านอาหารผู้วิจัยมองว่าอยู่ในระดับที่ดี ขณะที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าอยู่ในระดับที่ดีมาก ส่วนด้านราคาของอาหารผู้วิจัยมองว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยส่วนใหญ่มีราคาแพง อาจเนื่องมาจากหัวหินเป็นเมืองท่องเที่ยว ค่าครองชีพเลยสูงตามไปด้วย ขณะที่นักท่องเที่ยวมองว่าราคาอาหารอยู่ในระดับที่ดี ราคาอาหารค่อนข้างถูก

- **ด้านกิจกรรมบริการนำเที่ยว** ผู้วิจัยมองว่า กิจกรรมบริการนำเที่ยวภายในหัวหิน มีค่อนข้างน้อยและขาดการประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรมท่องเที่ยวที่จัดทำให้ไม่ค่อยมีการใช้บริการ นอกจากนั้นยังมีราคาค่าบริการค่อนข้างแพง ในด้านป้ายและสัญลักษณ์ประกอบการท่องเที่ยวมีค่อนข้างน้อยและไม่ชัดเจน ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีมุมมองและความรู้สึกในด้าน กิจกรรมบริการนำเที่ยวน้อยเนื่องจากส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้บริการ ขณะที่ป้ายและสัญลักษณ์ประกอบการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างมองว่า มีป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่น้อยและไม่ชัดเจน โดยบางป้ายไม่มีภาษาอังกฤษ ฤษกำกับไว้ และบางป้ายสังเกตยาก โดยป้ายที่เกี่ยวกับการจราจรมีแต่ภาษาไทยไม่มีภาษาอังกฤษ

- **ด้านแหล่งท่องเที่ยว** ผู้วิจัยมองว่าสภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่หัวหินทั้งทางธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ และทางศิลปวัฒนธรรม มีความสมบูรณ์อยู่ในเกณฑ์ที่ดี ด้านความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และทางศิลปวัฒนธรรม ผู้วิจัยมองว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยเห็นว่าชายหาดหัวหินมีปัญหาด้านความสะอาดเนื่องจากพบว่ามีเศษขยะ และสิ่งปฏิกูลอยู่ทั่วไป บนหาดหัวหิน การบริการมาเช้า เต็มผ้าใบเข้าร่วมถึงอาหารก็ดูไม่เป็นระเบียบ เช่นเดียวกับบริเวณโดยรอบตลาดนัดเช้ามีปัญหาด้านความสะอาด ความไม่เป็นระเบียบของร้านค้าภายในตลาด รวมถึงความไม่เป็นระเบียบในการจอดรถหน้าตลาด ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างมีมุมมองในด้านสภาพและความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางประวัติศาสตร์อยู่ในระดับที่ดี ส่วนสภาพและความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมอยู่ในระดับปานกลาง

- **ด้านการ จั้บจ่ายซื้อสินค้า (ซื้อป้ัง)** ผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวมองว่าความหลากหลายของสินค้าที่มาจำหน่ายในหัวหินอยู่ในระดับที่ ดี ความสะอาดของสถานที่จั้บจ่ายซื้อสิน ค้า ในระดับที่ดี ด้านคุณภาพสินค้าผู้วิจัยมองว่าอยู่ในระดับที่ดี ขณะที่นักท่องเที่ยวมองว่าอยู่ใน ระดับปาน

กลาง ส่วนในด้านราคาสินค้านั้นผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมว่าสินค้ามีราคา สินค้าโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวบางท่านมองว่าสินค้ามีราคาแพงเกินไปเมื่อเทียบกับคุณภาพที่ได้รับ

- **ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวและบริการต่าง ๆ** ทั้งผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวมีมุมมองเกี่ยวกับศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวที่หัวหินอยู่ในระดับที่น้อย โดยมองว่าศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวมีลักษณะดูไม่ได้มาตรฐานและมีจำนวนน้อย บางแห่งไม่สามารถให้ข้อมูลได้ตามความต้องการ เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการอธิบาย ข้อมูลได้ไม่ชัดเจน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างบางคนกล่าวว่าหัวหินเป็นสถานที่ท่องเที่ยวควรจะมีข้อมูลการท่องเที่ยวหรือบริการด้านการท่องเที่ยวให้มากกว่านี้ ขณะที่นักท่องเที่ยวอีกท่านกล่าวว่าควรจะมีข้อมูลการท่องเที่ยวจัดให้ในรถโดยสาร รถบริการ และรถไฟ ด้านความหลากหลายของกิจกรรมในหัวหินผู้วิจัยมองว่าอยู่ในระดับที่ดีมีกิจกรรมให้ทำพอสมควร ทั้งกิจกรรมทางน้ำ กิจกรรมชายหาด การไหว้พระ การท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ การขี่ม้าริมหาด ทำสปา ฯลฯ ขณะที่กลุ่มตัวอย่างมีมุมมองอยู่ในระดับปานกลาง ด้านคุณภาพของสปาและนวดไทยรวมถึงราคาของสปาผู้วิจัยมองว่าอยู่ในระดับที่ดี โดยเห็นว่า สปาที่หัวหินมีคุณภาพดีและมี ราคาเหมาะสมกับคุณภาพแล้ว ขณะที่ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่าอยู่ในระดับน้อยที่สุด เนื่องจากนักท่องเที่ยวบางคนยังไม่เคยใช้บริการสปาในหัวหินเลยจึงไม่ได้ให้ความสำคัญกับแบบสัมภาษณ์ส่วนนี้ นัก ขณะที่นักท่องเที่ยวบางคน มองว่าคุณภาพของสปาหัวหินอยู่ในระดับดีมาก กลุ่มตัวอย่างบางกลุ่มมองว่าราคาของสปาอยู่ในระดับคุ้มค่าดี ด้านสภาพอากาศของหัวหินผู้วิจัยมองว่าอยู่ในระดับที่ดีในขณะที่นักท่องเที่ยวมองว่าอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยเห็นว่าหัวหินมีสภาพอากาศที่ดี ท้องฟ้าแจ่มใส อากาศไม่ร้อนจนเกินไป เหมาะเป็นสถานที่พักผ่อน ในด้านการสื่อสารนั้นผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวมองว่าการสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่นนั้นอยู่ในระดับปานกลาง โดยคนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวยังสื่อสารกันไม่ค่อยรู้เรื่อง ส่วนในด้านความปลอดภัย ภัยในชีวิตและทรัพย์สิน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่และผู้วิจัยมองว่าหัวหินมีความปลอดภัยในระดับที่ดีมาก เนื่องจากมีวังไกลกังวลตั้งอยู่

ตาราง 6 มุมมองของผู้วิจัยและมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน

ปัจจัยที่พิจารณา	มุมมองของผู้วิจัย	มุมมองของนักท่องเที่ยว
ด้านการคมนาคม		
1. ความสะดวกสบายของการคมนาคม	ดี	ดี
2. ความสะอาดของยานพาหนะ	ดี	ดี

ตาราง 6 (ต่อ)

ปัจจัยที่พิจารณา	มุมมองของผู้วิจัย	มุมมองของนักท่องเที่ยว
3. สภาพการจราจร	ปานกลาง	ปานกลาง
4. ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	ดี	ปานกลาง
โดยรวม	ดี	ดี
ด้านที่พักอาศัย		
1. ความหลากหลายของที่พักอาศัย	ดีมาก	ดีมาก
2. ความสะอาดสบายของที่พักอาศัย	ดีมาก	ดีมาก
3. ความสะอาดของที่พักอาศัย	ดีมาก	ดีมาก
4. ราคาที่พักอาศัย	ปานกลาง	ดี
5. การบริการภายในที่พักอาศัย	ดีมาก	ดีมาก
โดยรวม	ดีมาก	ดีมาก
ด้านอาหาร/ร้านอาหาร		
1. ความหลากหลายของอาหาร	ดีมาก	ดีมาก
2. รสชาติของอาหาร	ดีมาก	ดีมาก
3. ความสะอาดของอาหาร	ดี	ดี
4. ความสะอาดสบายของร้านอาหาร	ดี	ดี
5. ความสะอาดของร้านอาหาร	ดี	ดี
6. ราคาของอาหาร	ปานกลาง	ดี
7. การบริการภายในร้านอาหาร	ดี	ดีมาก
โดยรวม	ดี	ดีมาก
ด้านกิจกรรมบริการนำเที่ยว		
1. การบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยว	น้อยมาก	น้อยมาก
2. ราคาของการแนะนำการท่องเที่ยว	น้อยมาก	น้อยมาก
3. ป้าย/สัญลักษณ์ประกอบการท่องเที่ยว	ปานกลาง	น้อย
โดยรวม	น้อยมาก	น้อยมาก

ตาราง 6 (ต่อ)

ปัจจัยที่พิจารณา	มุมมองของผู้วิจัย	มุมมองของผู้วิจัย
ด้านแหล่งท่องเที่ยว 1. สภาพของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 2. ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 3. สภาพของสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 4. ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 5. สภาพของสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม 6. ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม	ดี ปานกลาง ดี ดี ดี ปานกลาง	ดี ดี ดี ดี ปานกลาง ปานกลาง
โดยรวม	ดี	ดี
ด้านการจำหน่ายซื้อสินค้า (ช้อปปิ้ง) 1. ความหลากหลายของสินค้า 2. คุณภาพของสินค้า 3. ราคาของสินค้า 4. ความสะอาดของสถานที่ช้อปปิ้ง	ดี ดี ปานกลาง ดี	ดี ปานกลาง ปานกลาง ดี
โดยรวม	ดี	ดี
ข้อมูลการท่องเที่ยวและบริการต่าง ๆ 1. ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว 2. ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว 3. คุณภาพของสปาและนวดไทย 4. ราคาของสปา 5. สภาพอากาศ 6. การสื่อสารกับนักท่องเที่ยว 7. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	น้อย ดี ดี ดี ดี ปานกลาง ดีมาก	น้อย ปานกลาง น้อย น้อย ดีมาก ปานกลาง ดีมาก
โดยรวม	ดี	ปานกลาง

5. ผลการวิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

จากการสัมภาษณ์ พบว่าปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดิน ทางเข้ามาท่องเที่ยวยัง อำเภอหัวหินประสบ สามารถสรุปได้ดังนี้

1) **ปัญหาด้านค่าครองชีพ** จากการสัมภาษณ์พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างบางคน มองว่า ค่าใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ ในหัวหิน ได้แก่ ค่าโรงแรมที่พัก ค่ายานพาหนะในการเดินทาง และค่าอาหาร ยังอยู่ในระดับที่สูงเกินกว่าที่ ควรจะเป็น โดยให้ความเห็นว่าหัวหินเป็นเมือง ท่องเที่ยว ซึ่งมีนักท่องเที่ยวหลายระดับเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ดังนั้นจึงควรมีค่าครองชีพที่ถูก กว่านี้เพื่อรองรับความหลากหลายของนักท่องเที่ยวและเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา ท่องเที่ยวยังหัวหินเพิ่มมากขึ้น

2) **ปัญหาด้านโรงแรมที่พักอาศัย** โดยกลุ่มตัวอย่างมองว่า ที่พักอาศัยในหัวหินนั้น มุ่งเน้นไปในกลุ่มที่พักระดับสูงมากเกินไป ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวระดับล่างไม่สามารถที่จะหาที่พักที่ มีคุณภาพในราคาถูกได้ จึงมองว่าที่พักอาศัยในหัวหินไม่หลากหลายมากเท่าที่ควร ไม่สามารถ รองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวระดับล่างได้

3) **ปัญหาด้านความสะอาด** จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง พบว่าสถานที่ ท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในหัวหินยังมีปัญหาด้านความสะอาดอยู่บ้าง โดยที่เห็นเด่นชัดคือบริเวณ ชายหาดหัวหิน นักท่องเที่ยวมองว่าบริเวณชายหาดหัวหินนี้ มีเศษขยะ ถูพลาสติก ขวดน้ำ มูล สัตว์ และบริเวณน้ำเสียอยู่ โดยมูลสัตว์นั้นเกิดจากม้าเช่าที่ให้บริการอุ้มริมหาด บริเวณทาง ลงชายหาดหัวหินก็พบถังขยะวางเรียงรายอยู่ไม่เป็นระเบียบ นอกจากนั้นบริเวณริมหาดหัวหินยัง มีบริการขายอาหาร และร้านอาหารอีกจำนวนหนึ่งซึ่งอา จเป็นสาเหตุของความไม่สะอาดเช่นกัน

บริเวณริมถนน และทางเท้าก็พบว่าถังขยะวางอยู่อย่างไม่เป็นระเบียบจำนวนมาก นักท่องเที่ยวยังกล่าวอีกว่าถังขยะในเมืองหัวหินนั้นมีน้อยและหายากมาก ซึ่งทำให้ไม่มีที่จะทิ้ง ขยะ



ภาพประกอบ 50 แสดงความไม่สะอาดของชายหาดหัว หิน ถ่ายเมื่อ 12 ธันวาคม 2552



ภาพประกอบ 51 แสดงความไม่สะอาดบริเวณท้องถนนอำเภอหัวหิน ถ่ายเมื่อ 12 ธันวาคม 2552

4) **ปัญหาด้านการจราจรและที่จอดรถ** กลุ่มตัวอย่างให้ คะแนน ความเห็นว่าการจราจรที่หัวหินนั้นอยู่ในระดับที่น้อยมาก รถยนต์และรถจักรยานยนต์วิ่งไม่เป็นระเบียบ บ ไม่จอดหรือหยุดให้คนข้ามถนน ป้ายจราจรหรือสัญญาณจราจรก็ไม่ชัดเจน เข้าใจยากและไม่มีภาษาอังกฤษกำกับไว้ โดยกลุ่มตัวอย่างรายหนึ่งกล่าวว่าได้เช่ารถจักรยานยนต์ขับขี่ภายในหัวหิน แต่ไม่สามารถเข้าใจป้ายจราจรได้เนื่องจากไม่มีภาษาอังกฤษกำกับไว้ การจอดรถภายในหัวหินก็ลำบากเนื่องจากที่จอดรถไม่เพียงพอ ซึ่งนำไปสู่ปัญหาที่ตามมาคือ รถยนต์และรถจักรยานยนต์จอดกันอย่างไม่เป็นระเบียบ ไม่เป็นที่เป็นทาง กล่าวคือ จอดรถในที่ห้ามจอด จอดรถบนทางเท้าซึ่งทำให้เกิดขวางทางเดินเท้าด้วยเช่นกัน



ภาพประกอบ 52 แสดงความไม่เป็นระเบียบของการจอดรถที่หัวหิน ถ่ายเมื่อ 12 ธันวาคม 2552

นอกจากนั้นยังมีปัญหาเรื่องรถบริการสาธารณะไม่เพียงพอ และราคาแพง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างให้สัมภาษณ์ว่า รถบริการสาธารณะนั้นมีน้อย ทำให้ต้องรอนาน เกิดความไม่สะดวก และราคาค่าโดยสารก็แพงเช่นกัน ซึ่งปัญหาเหล่านี้ยังสามารถนำไปสู่ ปัญหาการຂໍໂກງนักท่องเที่ยวได้

โดยเมื่อรถบริการสาธารณะมีน้อยและไม่เพียงพอ รถให้บริการอื่น ๆ ก็สามารถขวยโอกาสขึ้นราคาค่าโดยสารได้



ภาพประกอบ 53 แสดงป้ายจราจรที่ไม่มีภาษาอังกฤษกำกับไว้ ถ่ายเมื่อ 12 ธันวาคม 2552

5) ปัญหาด้านการให้ข้อมูลการท่องเที่ยว



ภาพประกอบ 54 แสดงป้ายประกอบข้อมูลการท่องเที่ยวของหัวหิน ถ่ายเมื่อ 13 ธันวาคม 2552

จากการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างยังไม่ค่อยพอใจกับการให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในหัวหินเท่าไรนัก โดยมองว่าที่หัวหินนั้นมีศูนย์บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอยู่

ใน

ระดับที่น้อย ผู้ให้บริการก็ไม่สามารถให้ข้อมูลที่ชัดเจนตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ โดยผู้ให้บริการบางท่านยังมีปัญหาด้านการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว การขาดการประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบอย่างทั่วถึง

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังกล่าวอีกว่า แผ่นพับและป้ายประกอบการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวก็มีน้อย ป้ายแสดงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวไม่สามารถมองเห็นได้โดยง่าย ป้ายไม่ชัดเจน ดูไม่รู้เรื่อง และบางป้ายก็ไม่มีภาษาอังกฤษกำกับไว้ เมื่อพิจารณาในเรื่องการ รับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในระดับที่น้อยก็สามารถกล่าวได้ว่าการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวของหัวหินยังอยู่ในระดับที่น้อยเช่นเดียวกัน

6) ปัญหาด้านการจูงใจนักท่องเที่ยว เป็นปัญหาที่พบมากในเมืองท่องเที่ยวส่วนใหญ่นี้ ซึ่งปัญหาการจูงใจนั้นมีได้ หลายรูปแบบ ทั้งการจูงใจโอกาสขึ้นค่าบริการต่าง ๆ การหลอกลวงให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้า หรือบริการ เป็นต้น

7) ปัญหาด้านการขยายตัวของเมือง จากการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างมองว่าการขยายตัวของเมืองซึ่งทำให้เกิดการก่อสร้างโรงแรม ที่พัก เป็นจำนวนมากขณะนี้กำลัง เป็นปัญหาที่ทำลายทัศนียภาพ ภูมิทัศน์ และความสวยงามทางธรรมชาติของหัวหิน และยัง อาจทำให้วิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวหัวหินต้องเปลี่ยนไป

จากปัญหาที่พบเหล่านี้ก็สามารถนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง โดยสรุปได้ดังต่อไปนี้

1) เสนอให้หัวหินมีค่าครองชีพลดลงกว่าที่เป็นอยู่ทั้งในเรื่องราคาโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร และค่าเดินทาง โดยอยากให้มีการจัดข้อเสนอพิเศษ (promotion) เพื่อให้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ มีราคาลดลง

2) เสนอให้หัวหินมีการจัดระเบียบ ควบคุมคุณภาพของโรงแรมที่พักให้มีมาตรฐานและมีหลายระดับเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย

3) เสนอให้มี ารรณรงค์เรื่องการรักษาความสะอาด ตามท้องถนนและสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ตลาด แหล่งช้อปปิ้ง สถานที่สาธารณะ ฯลฯ โดยเสนอให้มีการจัดระเบียบสถานที่ทิ้งขยะมูลฝอยบริเวณชายหาด และพื้นที่สาธารณะทุกวัน ควรจัดระเบียบผู้ให้บริการมาเช่าบริเวณชายหาดให้ช่วยรักษาความสะอาดให้เรียบร้อย อยู่เสมอ จัดให้มีถังขยะหรือสถานที่ทิ้งขยะให้เรียบร้อยเป็นที่เป็นทางตามสถานที่สาธารณะและถนนหนทาง ควรที่จะมีการจัดระเบียบการบริการร้านอาหารริมชายหาดให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและดูแลความสะอาดให้มากกว่านี้

4) เสนอให้มีการเพิ่มจำนวนศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวให้มากขึ้น และมีการยกระดับคุณภาพของศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวให้เป็นมาตรฐาน สามารถให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์และตรงกับความต้องการแก่นักท่องเที่ยวได้ ควรจัดให้มีการอบรมเจ้าหน้าที่ในเรื่องภาษาต่างประเทศเพื่อที่จะสามารถสื่อสารและให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างยังต้องการให้ มีการจัดทำป้ายข้อมูลประกอบการท่องเที่ยวให้เป็นสากล ชัดเจนและมองเห็นได้ โดยง่ายมากกว่านี้ นักท่องเที่ยวยังได้เสนอให้หัวหน้ามีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและกระจายข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวให้ทั่วถึงมากกว่านี้ โดยอาจมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางโรงแรมที่พัก หรือสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญและร้านอาหาร

5) เสนอให้มีศูนย์บริการดูแลความปลอดภัย และให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในเรื่องของการได้รับความเดือดร้อน ความไม่เป็นธรรมจากการบริการ การหลอกลวง ข้อโกงนักท่องเที่ยว

6) เสนอให้มีการควบคุมการขยายตัวของเมืองและสิ่งก่อสร้างที่กำลังจะเกิดขึ้นใหม่ไม่ให้มากเกินไป มากกว่านี้ เนื่องจากมองว่าสิ่งก่อสร้างที่เพิ่มขึ้นนี้จะทำลายทัศนียภาพและความสวยงามของหัวหิน

6. แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหินผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวและผู้วิจัย

จากผลการวิจัยสามารถนำมาสรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหินผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวและผู้วิจัยได้ดังนี้

1) **ด้านการคมนาคม** แนวทางในการพัฒนาด้านการคมนาคมภายในหัวหินนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการควบคุมและกำหนดราคาค่าเดินทางภายในหัวหินของรถบริการสาธารณะให้ชัดเจนโดยอาจกำหนดราคาตามระยะทาง มีการแสดงป้ายบอกราคาค่าโดยสารให้เห็นได้โดยสะดวกทั้งภายในรถโดยสารและสถานที่รับ-ส่ง มีการกำหนดจุดรับ-ส่งผู้โดยสาร รวมถึงมีการแสดงเวลาเดินรถให้ชัดเจน บริเวณจุดรับ-ส่ง นอกจากนั้นยังควรมีการจัดระเบียบและควบคุมการบริการทั้งคุณภาพราคาค่าบริการและสภาพของรถโดยสารประเภทอื่น ๆ ทั้ง รถสามล้อถีบ รถจักรยานยนต์รับจ้าง ฯ ให้ มีมาตรฐาน ราคาไม่แพงจนเกินไป และมีสภาพสมบูรณ์ไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้ใช้บริการ ในด้านการจราจร ควรมีการปรับปรุงป้ายเกี่ยวกับจราจรให้มีมาตรฐานในระดับสากล โดยมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมถึงควรมีการเพิ่มสัญญาณไฟจราจรบริเวณสามแยกหรือสี่แยกเพื่อลดอุบัติเหตุที่ อาจเกิดขึ้น เช่นบริเวณหน้าสถานีรถไฟหัวหิน เทศบาลหัวหินควรจัดหาสถานที่จอดรถเพื่อรองรับกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น

2) **ด้านที่พักอาศัย** หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและโรงแรมที่พักควรมีการประชาสัมพันธ์จากการใช้สื่อต่าง ๆ นำเสนอความหลากหลายของที่พักในหัวหิน โดยมีการจัดกลุ่มและแยกประเภทของที่พัก เช่นโรงแรม เกสต์ เฮ้าส์ โฮมสเตย์ ฯลฯ รวมถึงมีการแสดงราคาของที่พักประเภทต่าง ๆ ให้ชัดเจน ประชาสัมพันธ์จุดเด่น การตกแต่ง บรรยากาศของที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการหรือกิจกรรมเสริมอื่น ๆ ที่จัดไว้ให้แก่แขกที่มาพัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบถึงข้อมูลการให้บริการต่าง ๆ ภายในที่พัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีมาตรการตรวจสอบสภาพและความสะอาดภายในห้องพักให้มีสภาพที่สมบูรณ์ สะอาดพร้อมสำหรับแขกที่จะเข้าพัก ควรมีการควบคุมคุณภาพการให้บริการให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ รวมถึงมีการควบคุม ดูแล และพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน และระบบสาธารณูปโภคที่จำเป็นภายในที่พัก เพื่อที่จะยกระดับมาตรฐานในการบริการให้มีลักษณะเป็นสากล นอกจากนี้ยังควรมีการจัดทำป้ายบอกทางแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนเพื่อให้การเข้าถึงที่พักเป็นไปโดยสะดวก

3) **ด้านอาหารและร้านอาหาร** อาหารและเครื่องดื่มต่าง ๆ ภายในร้านควรมีการแสดงราคาอย่างชัดเจนในทุกร้าน และควรมีการควบคุมและตรวจสอบราคาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อไม่ให้มีการกำหนดราคาเกินจริง ควรมีการควบคุมและตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพของอาหาร ความถูกต้องลักษณะว่ามีสิ่งเจือปนอยู่ในอาหารหรือไม่ รวมถึงความสะอาดภายในร้านอาหารเพื่อสร้างความมั่นใจและความน่าเชื่อถือว่าอาหารที่จำหน่ายอยู่ภายในหัวหินมีความสะอาดปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยเฉพาะร้านอาหารบริเวณตลาดจัดระเบียบซึ่งมีปัญหาด้านความสะอาด และร้านอาหารบริเวณริมทางเท้าบางร้าน นอกจากนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการท่องเที่ยวควรมีการประชาสัมพันธ์ และจัดทำคู่มือร้านอาหารที่ได้มาตรฐานและมีคุณภาพภายในหัวหินขึ้น เพื่อที่จะแนะนำและให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวทราบถึงอาหารอร่อย มีคุณภาพและราคายอมรับได้ภายในหัวหิน เช่น ร้านบ้านอิสระ เป็นร้านอาหารไทย บรรยากาศริมทะเล มีรายการอาหารที่โดดเด่นคือ ปลาทุยย่าง น้ำปลาดิบ ยำหอยนางรมยอดกระถิน กุ้งผัดซอสโหระพา ราคาต่อหัวประมาณ 300 บาท

4) **ด้านกิจกรรม ท่องเที่ยว** หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการประชาสัมพันธ์ถึงความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ ในอำเภอหัวหินให้เป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น กิจกรรมขี่ช้างที่หมู่บ้านช้าง กิจกรรมชมงานศิลป์ หัตถกรรมผ้าพิมพ์ไทยไหมพัสตร์ กิจกรรมตกปลา - ปลาหมึก ฯลฯ

4.1 **กิจกรรมประเพณีและเทศกาลต่าง ๆ** หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมและจัดกิจกรรมประเพณีและเทศกาลต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น เทศกาลงานดนตรีหัวหินแจ๊สเฟสติวัล เป็นเทศกาลดนตรีที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ติดต่อกันมาหลายปีแล้ว โดยจะจัดขึ้นในช่วงเดือน มิถุนายน ณ ริมหาดเขาตะเกียบ ซึ่งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้ง

ชาวไทยและชาวต่างชาติ ควรมีการประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรมอื่น ๆ ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีเพื่อเพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมดูนกตกปลา ซึ่งจัดขึ้นในช่วงฤดูนกอพยพ กิจกรรมกอล์ฟประจำปี เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบในกีฬา กอล์ฟเข้ามาท่องเที่ยว กิจกรรมชมรถโบราณ ซึ่งได้รับการตอบรับจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ฯลฯ

4.2 กิจกรรมบริการนำเที่ยว บริษัทที่ให้บริการจัดกิจกรรมนำเที่ยวควรมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ทั้งกิจกรรมท่องเที่ยวแนวผจญภัย กิจกรรมท่องเที่ยวชมธรรมชาติ เดินป่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ฯลฯ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและการจูงใจให้นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังควรมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งภายในอำเภอหัวหินรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่น่าสนใจบริเวณโดยรอบ เพื่อเป็นการเผยแพร่ และเพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวภายในประเทศให้เป็นที่รู้จัก อย่างไรก็ตามหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการควบคุมมาตรฐานการบริการ ให้มีคุณภาพและมีการกำหนดราคาให้ชัดเจน ราคาสมเหตุสมผล

5) **ด้านแหล่งท่องเที่ยว** แนวทางในการพัฒนาด้านแหล่งท่องเที่ยวหัวหิน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่นเทศบาลเมืองหัวหิน ควรมีการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ ให้มากขึ้น ถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทางธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ และทางวัฒนธรรมของหัวหิน ว่ามีอะไรบ้าง มีความสวยงามอย่างไร มีประวัติความเป็นมาอย่างไร และภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวอะไรบ้างเพื่อสร้างความน่าสนใจและ ความดึงดูดให้นักท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรที่จะมีการพัฒนา และบูรณะแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้อยู่ในสภาพที่ สะอาด สมบูรณ์ รวมถึงจัดแสดง ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีการดำเนินชีวิตของชาวหัวหินในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เพื่อฟื้นฟูและอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีอันเก่าแก่ของท้องถิ่น และยังได้แสดงให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นด้วย นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังควรปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน รวมถึงระบบ สาธารณูปโภคที่จำเป็นภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเพื่อที่จะยกระดับมาตรฐานในการบริการให้มีลักษณะเป็นสากลแต่ในขณะเดียวกันต้องไม่ทำลายทรัพยากรแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

6) **ด้านการจำหน่ายสินค้า (ช้อปปิ้ง)** หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการปรับปรุงระบบ สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน และควบคุมดูแลด้านความสะอาด รวมถึงจัดหมวดหมู่ของสินค้า ภายในบริเวณสถานที่จำหน่ายสินค้า เช่น ตลาดฉัตรไชย เพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย สะดวกแก่การใช้บริการ ภายในร้านค้าบางแห่งอาจมีการจัดรูปแบบร้านค้าให้แสดงถึงวัฒนธรรม และวิถีการดำเนินชีวิตในการจำหน่ายสินค้าของคนท้องถิ่น เพื่อเพิ่มความแปลกใหม่และจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเลือกซื้อสินค้า อย่างไรก็ตามร้านค้าแต่ละร้านควรมีการแสดงราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจน หน่วยงานที่

เกี่ยวข้องควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ว่าสินค้าขึ้นชื่อของหัวหินมีอะไรบ้าง มีลักษณะอย่างไร เป็นสินค้าหัตถกรรมที่ทำด้วยมือ หรือเป็นสินค้าอุตสาหกรรม มีคุณภาพเป็นอย่างไร ราคาประมาณเท่าไร มีความเป็นมาของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างไร เช่น ผ้าพิมพ์ไทยไหมพัสตร์ เป็นสินค้าขึ้นชื่อที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพิมพ์ลายลงบนผืนผ้าเป็นลายผ้าพิมพ์ไทยชั้นสูง ผ้าฝ้ายพิมพ์ลายพื้นเมืองอันเป็นเอกลักษณ์ของหัวหินและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมานาน นอกจากนั้น ควรมีการกระจายข้อมูลให้นักท่องเที่ยวได้ทราบว่าแหล่งจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ อยู่ที่ไหนบ้าง มีลักษณะเป็นอย่างไร เช่น เป็นศูนย์การค้า ตลาด หรือเป็นโรงงานจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีตัวเลือกและมีข้อเปรียบเทียบในการที่จะตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ๆ นอกจากนั้นยังควรมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าว่ามีมาตรฐานหรือไม่

7) **ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวและบริการต่าง ๆ** เทศบาลหัวหินและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรพัฒนาและปรับปรุง ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวให้ มีมาตรฐาน มีการจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวอย่างพร้อมมูลตามหลักสากลโดยมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ควรมีการฝึกอบรมบุคลากรด้านภาษา และข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อที่ สามารถให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง นอกจากนั้นยังควรจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานไว้บริการนักท่องเที่ยวภายในศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยวด้วย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรปรับปรุงพัฒนา และยกระดับการบริการสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งจำเป็นพื้นฐานต่าง ๆ

8) **ด้านการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว** ควรมีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานการบริการและมีจิตสำนึก รักต่อทรัพยากรท่องเที่ยวของท้องถิ่นโดยเน้นเกี่ยวกับหัวข้อดังต่อไปนี้

8.1 อบรมด้านการอนุรักษ์และฟื้นฟู วัฒนธรรม ทراثิยการธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของหัวหิน และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี รวมถึงส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว

8.2 อบรมด้านการลดการบริโภคที่มากเกินไป การกำจัดขยะและการลดของเสีย

8.3 การมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อช่วยยกระดับคุณภาพการจัดการการท่องเที่ยว

8.4 พัฒนา และยกระดับ สิ่งอำนวยความสะดวก และบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานที่ดี เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนให้มากขึ้น

8.5 อบรมด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ และ จัดเตรียมข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยวให้แก่ นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง และ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเคารพใน ทراثิยการการท่องเที่ยว และจะยกระดับความพอใจของนักท่องเที่ยว

8.6 วิจัยและติดตามตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อแก้ปัญหา และเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว

9) **ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน** ควรมีการรณรงค์ให้ชุมชนท้องถิ่นร่วมกันดูแลและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อประสบภัย และ เพิ่มการรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อสร้างความประทับใจและเป็นการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีก

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็น การ มุ่ง ศึกษา มุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน ซึ่งได้ตั้งวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย ขอบเขตการวิจัย วิธีการดำเนินการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษามุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน ประกอบด้วย
 - 1.1 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อหัวหินก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว
 - 1.2 ทศนคติ ความพึงพอใจ ปัญหา และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลังจากที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่หัวหินแล้ว
 - 1.3 ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการแก้ปัญหาของการท่องเที่ยวหัวหิน
2. นำมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และมุมมองของผู้วิจัยมาประมวลผลเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของหัวหิน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึง ความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน
2. ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวที่หัวหินในด้านต่างๆ เป็นประโยชน์ในการศึกษาหาแนวทางในการพัฒนาปรับปรุง การจัดการท่องเที่ยวหัวหิน ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ขอบเขตของการวิจัย

ในการทำวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาว ต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังอำเภอหัวหิน โดยเลือกตัวอย่างเพื่อสัมภาษณ์ตามสะดวกและเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาอังกฤษได้

ขอบเขตด้านเวลา

ช่วงเวลาที่ใช้ในการทำการวิจัยครั้งนี้ คือ ช่วงเดือนธันวาคม 2552 ถึงเดือนมกราคม 2553 ใช้เวลาเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 60 วัน

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการทำการวิจัย ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและมีชื่อเสียงภายในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เช่น สถานีรถไฟหัวหิน บริเวณชายหาดหัวหิน ตลาดโต้รุ่ง หัวหิน ตลาดจั๊กไชย เพลินวาน เป็นต้น

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสัมภาษณ์ จำนวน 1 ชุด โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ 1.ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง และ 2.ข้อมูลด้านการรับรู้และมุมมองเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่หัวหิน ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอผลการวิจัย

เมื่อสร้างเครื่องมือวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ที่ได้มาตรฐานแล้ว ผู้วิจัย ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. การใช้วิธีการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ (Informal talk) เพื่อทำความคุ้นเคยและทราบข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง
2. การใช้แบบสอบถามสำหรับการสัมภาษณ์เพื่อประโยชน์ในการบันทึกข้อมูลพื้นฐานต่าง ๆ ของผู้ให้สัมภาษณ์ เช่น เพศ อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ฯลฯ นอกจากนี้ ข้อมูลพื้นฐานแล้วยังมีคำถามเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังอำเภอหัวหิน จำนวนครั้ง ที่เดินทางมายังอำเภอหัวหิน เคยเดินทางมายังอำเภอหัวหินหรือไม่ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่หัวหิน
3. การสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายถึงความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่หัวหิน และรู้จักหัวหินจากสื่อใด สิ่งดึงดูดและปัจจัยในการกระตุ้นให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหิน รวมถึงความคาดหวังที่มีต่อหัวหินก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นอย่างไร
4. ดำเนินการสัมภาษณ์เกี่ยวกับสิ่งที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความพึงพอใจ ความประทับใจ และสอบถามความรู้สึกที่มีต่อการมาท่องเที่ยวที่หัวหินเป็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับความคาดหวัง

5. ศึกษาเกี่ยวกับสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายไม่ชอบ ไม่พอใจ และต้องการให้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขว่ามีอะไรบ้าง มีข้อเสนอแนะอย่างไรบ้างเพื่อที่จะพัฒนาปรับปรุงศักยภาพการท่องเที่ยวหัวหินให้ดีขึ้น

6. สอบถามกลุ่มเป้าหมายถึงความเป็นไปได้ที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่หัวหินอีกครั้ง รวมถึงความเป็นไปได้ที่จะแนะนำให้คนที่รู้จักเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหิน

เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์การวิจัยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้นำมาจัดกระทำข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. นำผลจากการสัมภาษณ์ที่ได้ทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์
2. นำผลจากการสัมภาษณ์มาประมวลผล และแปลความหมายข้อมูล เพื่อทำรายงานผลการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 วิเคราะห์ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้งสถานที่ สภาพแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และ การให้บริการทางการท่องเที่ยว จากมุมมองของผู้วิจัยโดยวิธีการบรรยาย

2.2 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการบรรยาย และใช้สถิติพรรณนาด้วยค่าเฉลี่ย

2.3 วิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ และมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน โดยวิธีการบรรยาย และใช้สถิติพรรณนาด้วยค่าเฉลี่ย

2.4 การพิจารณามุมมองที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหินผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวและผู้วิจัย

2.5 วิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

2.6 วิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหินผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวและผู้วิจัย

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. สรุปผลการศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยว

1.1 ทรัพยากรธรรมชาติ

ทรัพยากรธรรมชาติ ที่ถือเป็นจุดเด่นและดึงดูดนักท่องเที่ยวมากที่สุดของหัวหิน ได้แก่ หาดหัวหินและหาดตะเกียบซึ่งยังคงมีสภาพที่ค่อนข้าง สมบูรณ์ หาดทรายขาวละเอียด น้ำทะเล

สวยงาม ลักษณะชายหาดไม่ลึกมาก และไม่พลุกพล่านจากผู้คนมากเกินไป เหมาะแก่การเป็นสถานที่พักผ่อนตากอากาศของนักท่องเที่ยวที่ต้องการหลบหนีจากความวุ่นวายเพื่อมาพักผ่อน แต่จากการขยายตัวของเมืองอย่างต่อเนื่องทำให้ชายหาดหัวหินได้รับผลกระทบในด้านของความสะอาด จากสิ่งปฏิกูลและเศษขยะต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีปัญหาในด้านความไม่เป็นระเบียบของร้านค้าบริเวณหาดหัวหิน ความไม่เป็นระเบียบในด้านที่จอดรถ และบริเวณโดยรอบชายหาดมีสถานที่ก่อสร้างโรงแรมที่พักมากเกินไป

1.2 ทรัพยากรวัฒนธรรมและสิ่งที่สร้าง ขึ้น

ในด้านทรัพยากรวัฒนธรรมและสิ่งที่สร้างขึ้นในหัวหินที่สำคัญและถือเป็นเอกลักษณ์ของหัวหิน ได้แก่ วัดไกลกังวล สถานีรถไฟหัวหิน ตลาดฉัตรไชย ซึ่งผู้วิจัยมองว่าเป็นจุดเด่นของหัวหินเนื่องจากว่าเป็นสถานที่ที่มีประวัติศาสตร์ และเป็นเอกลักษณ์มาอย่างยาวนาน ในด้านของวัดไกลกังวลนั้นผู้วิจัยไม่สามารถเข้าไปทำการศึกษาได้เนื่องจากไม่เปิดให้เข้าชม ส่วนสภาพของสถานีรถไฟหัวหินยังคงมีความสมบูรณ์อย่างมากเนื่องจากได้รับการดูแลอย่างดี ขณะที่ตลาดฉัตรไชยค่อนข้างมีปัญหาด้านความสะอาด ความไม่เป็นระเบียบของร้านค้าภายในและความไม่เป็นระเบียบของสถานที่จอดรถ นอกจากนี้ที่ดังกล่าวข้างต้นยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญซึ่งแสดงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวหัวหินได้เป็นอย่างดีทั้งตลาดโต้รุ่งหัวหิน วัดห้วยมงคล รวมถึงเพลินวานและตลาดหัวหินวิลเลจซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ของหัวหิน

1.3 ทรัพยากร ด้านบริการ

ทรัพยากรบริการที่โดดเด่นของหัวหินได้แก่ โรงแรมที่พักซึ่งมีหลายระดับให้เลือก โดยมีทั้งโรงแรมระดับ 5 ดาว ไปจนถึงเกสต์ เฮาส์ บ้านเช่า ห้องเช่า ฯลฯ ในส่วนของร้านอาหาร มีเปิดให้บริการมากมาย ทั้งร้านอาหารทะเล ร้านอาหารไทย ร้านอาหารต่างประเทศ ร้านอาหาร ตามสั่ง ขนมต่าง ๆ โดยมีราคาตั้งแต่ราคาถูกไปจนถึงราคาแพง แล้วแต่สภาพและบรรยากาศของร้านอาหาร ขณะที่ การคมนาคมทำได้ค่อนข้างง่าย การเดินทางมายังหัวหินทำได้โดย รถยนต์ส่วนตัว รถไฟ และรถประจำทาง ซึ่งใช้เวลาไม่มากนัก จากกรุงเทพฯ ส่วนการเดินทางภายในหัวหินนั้นทำได้ค่อนข้างสะดวก สามารถใช้รถบริการสาธารณะ (รถสองแถว) รถจักรยานยนต์รับจ้าง รถเช่า ซึ่งมีให้บริการอยู่มากมาย ราคาค่าบริการก็ค่อนข้างถูก การจราจรภายในหัวหิน มีสภาพติดขัดในช่วงที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว สถานที่จอดรถค่อนข้างหายากโดยเฉพาะในช่วงฤดูท่องเที่ยว การจอดรถ บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวไม่เป็นระเบียบ ด้าน ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว มีให้บริการเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวและแผนที่ของหัวหิน ซึ่งบริเวณด้านหน้าศูนย์บริการข้อมูลมีป้ายแสดงข้อมูลการท่องเที่ยวตั้งอยู่ ผู้วิจัยมองว่าศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยวมีให้บริการค่อนข้างน้อย และไม่มีคุณภาพมากเท่าที่ควร

2. สรุปผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ข้อมูลทั่วไป

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังอำเภอหัวหินเป็นเพศหญิง ส่วนมากมีอายุระหว่าง 20-29 ปี นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ที่ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็น ชาวยุโรป โดย เป็นชาวอังกฤษมากที่สุด รองลงมาเป็นชาว ฝรั่งเศส สวีเดน สวิสเซอร์แลนด์ เยอรมัน เนเธอร์แลนด์ และเวลส์ นอกจากนั้นยังมีชาว อเมริกัน ออสเตรเลีย แคนาดา ฮองกง ไต้หวัน และชาวอาหรับ ตามลำดับ ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ คือระดับปริญญาตรี ส่วนมากเป็น พนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 1,401 USD หรือมากกว่า 46,000 บาทต่อเดือน

2.2 พฤติกรรมท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินเป็นครั้งแรก โดย ต้องการ มาพักผ่อน ผ่อนคลายจากความเค รียด ส่วนมากเดินทางมาโดยการโดยสารรถไฟ นิยม เดินทางมา ท่องเที่ยวกับครอบครัวหรือเพื่อน มีส่วนน้อยที่นิยมเดินทางคนเดียว ใช้เวลาในการ ท่องเที่ยวที่หัวหินน้อยกว่า 7 วัน ที่พักอาศัยที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกใช้บริการคือโรงแรม ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ระหว่างที่ท่องเที่ยวอยู่ ในหัวหิน คือ ระหว่าง 1,501-2,000 USD หรือระหว่าง 49,500-66,000 บาท กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทำมากที่สุด 3 อันดับแรกระหว่าง มาท่องเที่ยวยังหัวหินคือ ว่ายน้ำ ทานอาหารทะเล และเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยว ตามลำดับ

3. สรุปผลการศึกษา ข้อมูลด้านการรับสื่ อและมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ การท่องเที่ยวหัวหิน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับสื่ อและมุมมองเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่หัวหินของกลุ่ม ตัวอย่าง สามารถสรุปได้ว่า

3.1 แหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูลที่ นักท่องเที่ยวนิยมใช้ศึกษาหาข้อมูลการท่องเที่ยว เป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ อินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร/ แผ่นพับ และบริษัทนำ เที่ยว หนังสือแนะนำเที่ยว และโรงแรม ตามลำดับ

3.2 ระดับความรู้เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวที่หัวหินของกลุ่มตัวอย่างก่อนที่จะ เดินทางมาท่องเที่ยว

นักท องเที่ยวมีความรู้จักข้อมูลข่าวสารและปัจจัยในด้านต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว หัวหินก่อนที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่น้อย ทั้ง ด้านการคมนาคม ที่พักอาศัย อาหาร และร้านอาหารในหัวหิน กิจกรรม บริการนำเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว การช้ ่อปั้ง และข้อมูลการ

บริการต่าง ๆ โดยนักท่องเที่ยวทราบ ว่าการเดินทางมายังหัวหิน สามารถทำได้โดย การโดยสารรถไฟ รถโดยสารประจำทาง และรถยนต์ส่วนตัว โรงแรมที่ หัวหินมีชื่อเสียงหลาย แห่ง และมีระดับให้เลือกมากมาย นักท่องเที่ยว ทราบว่าหัวหินเป็นเมืองตากอากาศ มีสภาพอากาศอบอุ่น ถึงร้อนและมีแสงแดด โดยในช่วงฤดูการท่องเที่ยวอยู่ระหว่างเดือนธันวาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์

3.3 สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวก่อนเดินทางมาท่องเที่ยว

สถานที่ท่องเที่ยวในหัวหินที่น่าสนใจและมีชื่อเสียง มากที่สุด สำหรับนักท่องเที่ยว ก่อนที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว คือ ตลาดโต้รุ่ง รองลงมาคือสถานีรถไฟหัวหินและพระราชวัง ไกลกังวลตามลำดับ นอกจากนี้ยังมี เขาตะเกียบ ตลาดจัดไร่ไชย ชายหาดหัวหิน วัดห้วยมงคล น้ำตกป่าละอู เขาสามร้อยยอด และสวนสนประดิพัทธ์

3.4 มุมเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว

มุมเหตุจูงใจในด้านกายภาพและจิตวิทยามีระดับความ สำคัญในการจูงใจต่อ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก ขณะที่ มุมเหตุจูงใจด้าน สังคมและเศรษฐกิจ ด้าน วัฒนธรรมและการศึกษา และด้านปัจจัยผลักดันอื่น ๆ ซึ่งมีระดับการจูงใจปานกลาง เมื่อพิจารณา เป็นรายข้อ สรุปได้ว่า

นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่า การพักผ่อนจากความ เครียด และความต้องการพบปะ สิ่งแวดล้อม /ประสบการณ์ใหม่ ๆ มีระดับการจูงใจมากที่สุด ขณะที่การมีทัศนคติที่ดีต่อสถานที่ ท่องเที่ยวมีระดับความสำคัญปานกลาง และการมีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวมาก่อนมี ระดับการจูงใจน้อย

นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับมุมเหตุจูงใจในการท ่องเที่ยวด้านความ ต้องการ ท่องเที่ยวกับครอบครัว /เพื่อนในระดับมากที่สุด โดยมุมเหตุจูงใจด้านความ ต้องการพบปะและทำ ความรู้จักกับเพื่อนใหม่ และเพื่อการจับจ่ายซื้อของ มีความสำคัญในระดับปานกลาง มุมเหตุจูงใจ ด้านการทำธุรกิจมีความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

มุมเหตุจูงใจเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น กลุ่มตัวอย่างมองว่ามีความ จูงใจระดับปานกลาง ส่วนมุมเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว เพื่อศึกษาวิถีการดำรงชีวิตและกิจกรรมท้องถิ่น มีความจูงใจในระดับมาก

เมื่อพิจารณามุมเหตุจูงใจด้านปัจจัยผลักดันอื่น ๆ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมี ความเห็นว่ามุมเหตุจูงใจด้าน อาหารอร่อย ถูกปากมีความจูงใจในระดับมากที่สุด ความสะดวกสบาย ของโรงแรมที่พัก สภาพภูมิอากาศที่ดี ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และค่าครองชีพมีจูงใจอยู่

ในระดับมาก และความ ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมผจญภัยหรือกีฬาท้าทาย มีความสนใจ ในระดับปาน กลาง

3.5 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อหัวหินก่อนที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

สามารถแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ไม่ได้คาดหวังอะไรเลย แต่ ต้องการมาพักผ่อนผ่อนคลายจากความเครียดและ มาท่องเที่ยวเฉย ๆ และกลุ่มที่มีความคาดหวัง โดยคาดหวังถึงสภาพอากาศที่ดี อบอุ่น ท้องฟ้าสดใส ทะเลสวยงาม ชายหาดขาวสะอาด บรรยากาศเงียบสงบ เหมาะแก่การพักผ่อน ผู้คนเป็นมิตร โรงแรมที่พักดี ๆ อาหารทะเลอร่อย ๆ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

3.6 มุมมองและความรู้สึกของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหัวหิน

ผลสรุปด้านความรู้สึกและ มุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยว หัวหินหลังจากที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีมุมมองและ ความรู้สึกในระดับที่ดีมากที่สุดต่อบริการด้านที่พักอาศัยและปัจจัยด้านอาหารและร้านอาหารใน หัวหิน โดยนักท่องเที่ยว มีมุมมองอยู่ในระดับที่ดีต่อการคมนาคม แหล่งท่องเที่ยวและการ จัปจ่ายซื้อสินค้า ที่หัวหิน ส่วนปัจจัยด้านข้อมูลการท่องเที่ยวและบริการด้านต่าง ๆ ในหัวหินนั้น กลุ่มตัวอย่างมีมุมมองและความรู้สึกอยู่ในระดับปานกลาง ขณะที่ มุมมองและความรู้สึกเกี่ยวกับ กิจกรรมบริ การนำเที่ยว นั้นอยู่ในระดับที่น้อยที่สุด โดยเมื่อจำแนกตามปัจจัยที่พิจารณาสามารถ สรุปได้ดังนี้

- ด้านการคมนาคม พิจารณาเป็นรายชื่อแล้ว พบว่านักท่องเที่ยวมองว่าความ สะดวกสบายของการคมนาคมและความสะอาดของยานพาหนะที่ใช้อยู่ในระดับที่ดี ด้านสภาพ การจราจรในหัวหินนั้นอยู่ในระดับปาน กลาง และค่าใช้จ่ายในการเดินทางนั้นอยู่ในระดับปาน กลางเช่นกัน
- ด้านที่พักอาศัย พิจารณาเป็นรายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าความหลากหลายของ ที่พักอาศัย ความสะดวกสบายและความสะอาดของที่พักอาศัย การบริการภายในที่พักอาศัย อยู่ ในระดับที่ดีมาก ขณะที่ราคาของที่พักอาศัยอยู่ใน ระดับที่ดี
- ด้านอาหารและร้านอาหาร ด้านความหลากหลายของอาหาร รสชาติอาหารและ การบริการภายในร้านอาหารนั้นนักท่องเที่ยวมีความรู้สึกว่าจะอยู่ในระดับที่ดีที่สุด มุมมองและ ความรู้สึกด้านความสะอาดของอาหารและราคาของอาหารอยู่ในระดับที่ดี ด้านความ สะดวกสบายและความสะอาดของร้านอาหาร ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์รู้สึกว่าจะอยู่ในระดับที่ดีเช่นกัน
- ด้านการบริการนำเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่าความรู้สึกและมุมมอง เกี่ยวกับการบริการของผู้ประกอบการนำเที่ยวและราคาค่าบริการของบริษัทนำเที่ยวอยู่ในระดับ

น้อยที่สุด ขณะที่มุมมองและความรู้สึกด้านป่า ยและสัญลักษณ์ประกอบการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย

- ด้านแหล่งท่องเที่ยว วิเคราะห์เป็นรายข้อแล้วจะพบว่าสภาพของสถานที่ท่องเที่ยวและความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์อยู่ในระดับที่ดี ขณะที่สภาพของสถานที่ท่องเที่ยวและความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมอยู่ในระดับปานกลาง

- ด้านการช้อปปิ้ง กลุ่มตัวอย่างมองว่าความหลากหลายของสินค้าและความสะอาดของสถานที่ช้อปปิ้งอยู่ในระดับที่ดี ขณะที่ด้านคุณภาพและราคาของสินค้าอยู่ในระดับปานกลาง

- ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวและบริการต่าง ๆ พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความรู้สึกด้านสภาพอากาศและด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่ดีที่สุด ด้านความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกว่าจะอยู่ในระดับปานกลาง มุมมองและความรู้สึกของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวในระดับน้อย ขณะที่ด้านคุณภาพของสปาและนวดไทยรวมถึงด้านราคาของสปา นักท่องเที่ยวมองว่าอยู่ในระดับน้อยเช่นกัน

เมื่อวิเคราะห์ถึงภาวะวิกฤตเศรษฐกิจและสถานการณ์การเมืองในประเทศไทยในปัจจุบันว่ามีผลกระทบต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่าง ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินหรือไม่ นั้น สรุปได้ว่าส่วนใหญ่มองว่าภาวะวิกฤตเศรษฐกิจและสถานการณ์การเมืองในไทยไม่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหิน โดยให้เหตุผลว่าค่าครองชีพที่หัวหินยังอยู่ในระดับที่ต่ำเมื่อเทียบกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ นอกจากนั้นยังมองว่าสถานการณ์การเมืองในไทยนั้นส่วนมากเกิดที่กรุงเทพ ฯ คงไม่มีผลถึงหัวหิน ขณะที่กลุ่มตัวอย่างบางส่วนมองว่าสถานการณ์การเมืองในไทยนั้นทำให้ผู้คนไม่กล้าเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพราะเกรงว่าจะเกิดเหตุการณ์ปิดสนามบินหรือเกิดเหตุการณ์อื่น ๆ ซึ่งอาจกระทบถึงความปลอดภัย จึงมีผลกระทบต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนด้านวิกฤตเศรษฐกิจนั้นนักท่องเที่ยวบางส่วนให้ความเห็นว่ามีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวอยู่บ้างเนื่องจากทำให้ต้องใช้เงินเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น

3.7 ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวหลังจากได้เดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว

จากการเปรียบเทียบความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างหลังจากที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินแล้วสามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจในการที่ได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่หัวหิน เนื่องจากมีความรู้สึกว่าการท่องเที่ยวที่หัวหินดีกว่าที่คาดหวังไว้สูง ถึงร้อยละ 50 ขณะที่อีกร้อยละ 50 รู้สึกว่าการท่องเที่ยวที่หัวหินดีเท่ากับที่คาดหวังไว้

4. สรุปมุมมองที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหินของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างและผู้วิจัย

ส่วนใหญ่ผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีมุมมองที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหินในด้านต่าง ๆ ใกล้เคียงกัน ทั้งด้านการคมนาคม ที่พักอาศัย ด้านอาหารและร้านอาหาร ด้านกิจกรรม บริการนำเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการจับจ่ายซื้อสินค้า และด้าน ข้อมูลการท่องเที่ยวและบริการต่าง ๆ อย่างไรก็ตามผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวมีมุมมองต่างกันในด้านต่าง ๆ ดังนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดว่าค่าโรงแรมที่พักและร้านอาหารอยู่ในระดับที่ดี แต่ผู้วิจัยมองว่าอยู่ในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวมองว่าค่ารถโดยสารสาธารณะอยู่ในระดับปานกลางแต่ผู้วิจัยมองว่าอยู่ในระดับที่ดี ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ผู้วิจัยมองว่าอยู่ในระดับปานกลาง ขณะที่นักท่องเที่ยวมองว่าอยู่ในระดับที่ดี ด้านสภาพของ สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมผู้วิจัยมองว่าอยู่ในระดับที่ดี แต่นักท่องเที่ยวมองว่าอยู่ในระดับปานกลาง ด้านคุณภาพสินค้าผู้วิจัยมองว่าอยู่ในระดับที่ดี ขณะที่นักท่องเที่ยวมองว่าอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความหลากหลายของกิจกรรมในหัวหินผู้วิจัยมองว่าอยู่ในระดับที่ดีมีกิจกรรมให้ทำพอสมควร ขณะที่กลุ่มตัวอย่างมีมุมมองอยู่ในระดับปานกลาง ด้านคุณภาพของสปาและนวดไทยรวมถึงราคาของสปาผู้วิจัยมองว่าอยู่ในระดับที่ดี โดยเห็นว่าสปาที่หัวหินมีคุณภาพดีและมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพแล้ว ขณะที่ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่าอยู่ในระดับน้อยที่สุด ขณะที่นักท่องเที่ยวบางคน มองว่าคุณภาพของสปาหัวหินอยู่ในระดับดีมาก กลุ่มตัวอย่างบางกลุ่มมองว่าราคาของสปาอยู่ในระดับคุ้มค่าดี ด้านสภาพอากาศของหัวหินผู้วิจัยมองว่าอยู่ในระดับที่ดี ในขณะที่นักท่องเที่ยวมองว่าอยู่ในระดับดีมาก ในด้านการสื่อสารนั้นผู้วิจัยและนักท่องเที่ยวมองว่าการสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่นนั้นอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนในด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่และผู้วิจัยมองว่าหัวหินมีความปลอดภัยในระดับดีมาก เนื่องจากมีวังไกลกังวลตั้งอยู่

5. สรุปผลการวิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ปัญหาที่พบ

- 1) ปัญหาด้านค่าครองชีพ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ
- 2) ปัญหาด้านความสะอาดบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว และสถานที่สาธารณะ
- 3) ปัญหาด้านการจราจรติดขัดและไม่ เป็นระเบียบ ป้ายจราจรไม่ชัดเจน และที่จอดรถไม่เพียงพอ การจอดรถไม่เป็นระเบียบ รถบริการสาธารณะไม่เพียงพอ ราคาแพง

4) ปัญหาด้านการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ไม่ชัดเจน ไม่ตรงตามความต้องการ
 ปัญหาด้านการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่กับนักท่องเที่ยว การขาดการประชาสัมพันธ์ด้านข้อมูล
 ข่าวสาร ป้ายประกอบการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวมีน้อย ไม่ชัดเจน

5) ปัญหาด้านการซื้อโถงนักท่องเที่ยว

6) ปัญหาด้านการขยายตัวของเมือง

ข้อเสนอแนะ จากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

1) เสนอให้หัวหน้ามีค่าครองชีพลดลงกว่าที่เป็นอยู่

2) เสนอให้หัวหน้ามีการจัดระเบียบ ควบคุมคุณภาพของโรงแรมที่พักให้มีมาตรฐานและมีหลายระดับเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย

3) เสนอให้มีการรณรงค์เรื่องการรักษาความสะอาด ตามท้องถนนและสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จัดระเบียบสถานที่ทิ้งขยะมูลฝอยบริเวณชายหาด และฟื้นฟูสภาพชายหาด จัดระเบียบผู้ให้บริการม้าเข้าบริเวณชายหาดให้ช่วยรักษาความสะอาด จัดให้มีถังขยะหรือสถานที่ทิ้งขยะให้เรียบร้อยตามสถานที่สาธารณะ จัดระเบียบการบริการร้านอาหารริมชายหาดให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและดูแลความสะอาดให้มากกว่านี้

4) เสนอให้มีการเพิ่มจำนวนศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวให้มากขึ้น มีการยกระดับคุณภาพของศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวให้เป็นมาตรฐาน จัดให้มีการอบรมเจ้าหน้าที่ในเรื่องภาษาต่างประเทศเพื่อที่จะสามารถสื่อสารและให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม จัดทำป้ายข้อมูลประกอบการท่องเที่ยวให้เป็นสากลชัดเจนและมองเห็นได้โดยง่าย เสนอให้มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและกระจายข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวให้ทั่วถึง

5) เสนอให้มีศูนย์บริการดูแลความปลอดภัย และให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เมื่อได้รับความเดือดร้อน ความไม่เป็น ธรรมจากการบริการ การหลอกลวง ซื้อโถงนักท่องเที่ยว

6) เสนอให้มีการควบคุมการขยายตัวของเมืองและสิ่งก่อสร้างที่กำลังจะเกิดขึ้นใหม่

6. สรุปแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหินผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวและผู้วิจัย

6.1 ด้านการคมนาคม

- ควบคุมและกำหนดราคาค่าเดินทางของรถบริการสาธารณะ พร้อมแสดงเวลาเดินทางและราคาค่าโดยสารให้ชัดเจน

- จัดระเบียบและควบคุมการบริการ คุณภาพ ราคาค่าบริการและสภาพของรถโดยสารประเภทอื่น ๆ
- ปรับปรุงป้ายจราจรให้มีมาตรฐานระดับสากล
- จัดหาสถานที่จอดรถเพื่อรองรับกับจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

6.2 ด้านที่พักอาศัย

- ประชาสัมพันธ์นำเสนอความหลากหลาย ของที่พัก แสดงราคาของที่พักประเภทต่าง ๆ ให้ชัดเจน ประชาสัมพันธ์จุดเด่น การตกแต่ง บรรยากาศของที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการหรือกิจกรรมเสริมอื่น ๆ
- ตรวจสอบสภาพและความสะอาดภายในห้องพักให้มีสภาพที่สมบูรณ์
- มีการควบคุมคุณภาพการให้บริการให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ ดูแลและพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน และระบบสาธารณูปโภคที่จำเป็นภายในที่พัก
- ควรจัดทำป้ายบอกทางแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนเพื่อให้เข้าถึงที่พักได้โดยง่าย

6.3 ด้านอาหารและร้านอาหาร

- อาหารและเครื่องดื่มต่าง ๆ ภายในร้านควรมีการแสดงราคาอย่างชัดเจน และมีการควบคุมและตรวจสอบราคาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อไม่ให้เกิดการกำหนดราคาเกินจริง
- มีการควบคุมและตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพของอาหาร ความถูกต้องลักษณะและความสะอาดภายในร้าน
- ประชาสัมพันธ์ และจัดทำคู่มือร้านอาหารที่ได้มาตรฐานและมีคุณภาพภายในหัวหินขึ้น เพื่อแนะนำและให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวทราบถึงอาหารอร่อย มีคุณภาพและราคาเหมาะสมได้

6.4 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

- จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม เช่น แนวผจญภัย ชมธรรมชาติ เดินป่า เชิงวัฒนธรรม ฯลฯ
- ประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่น่าสนใจ ภายในอำเภอหัวหิน และบริเวณโดยรอบ
- มีการควบคุมมาตรฐานการบริการบริษัทฯ ให้มีคุณภาพและมีการกำหนดราคาให้ชัดเจน
- ประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมและจัดกิจกรรมประเพณีและเทศกาลต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว

6.5 ด้านแหล่งท่องเที่ยว

- ประชาสัมพันธ์ ถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ว่ามีอะไรบ้าง สวยงามอย่างไร ประวัติความเป็นมาอย่างไร และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวอะไรบ้าง

- พัฒนา และบูรณะแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้อยู่ในสภาวะที่สะอาด สมบูรณ์ รวมถึงจัดแสดงศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีการดำเนินชีวิตของชาวหัวหินในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เพื่อฟื้นฟูและอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีอันเก่าแก่ของท้องถิ่น
- ปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน รวมถึงระบบสาธารณูปโภคที่จำเป็นภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเพื่อยกระดับมาตรฐานในการบริการให้มีลักษณะเป็นสากลแต่ต้องไม่ทำลายทรัพยากรแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ

6.6 ด้านการจับจ่ายซื้อสินค้า (ช้อปปิ้ง)

- ปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน และควบคุมดูแลด้านความสะอาด รวมถึงจัดหมวดหมู่ของสินค้า ภายในบริเวณสถานที่จับจ่ายซื้อสินค้า
- อาจมีการจัดรูปแบบร้านค้าให้แสดงถึงวัฒนธรรม และวิถีการดำเนินชีวิตในการจับจ่ายซื้อสินค้าของคนท้องถิ่น เพื่อเพิ่มความแปลกใหม่
- มีการแสดงราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจน
- ประชาสัมพันธ์ ถึงสินค้าขึ้นชื่อของหัวหินมีอะไรบ้าง ลักษณะอย่างไร คุณภาพเป็นอย่างไร ราคาเท่าไร แหล่งจำหน่ายสินค้าอยู่ที่ใด
- ควรมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าว่ามีมาตรฐานหรือไม่

6.7 ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวและบริการต่าง ๆ

- พัฒนาและปรับปรุงศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน มีการจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวอย่างพร้อมมูลตามหลักสากลโดยมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- มีการฝึกอบรมบุคลากรด้านภาษาและข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อที่สามารถให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง
- ปรับปรุง พัฒนา และยกระดับการบริการสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งจำเป็นพื้นฐานต่าง ๆ

6.8 ด้านการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

- 1) อบรมด้านการอนุรักษ์และฟื้นฟู วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว
- 2) อบรมด้านการลดการบริโภคที่มากเกินไป การกำจัดขยะและการลดของเสีย
- 3) การมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 4) พัฒนา และยกระดับ สิ่งอำนวยความสะดวก และบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานที่ดี

5) อบรมด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ และ จัดเตรียมข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยว ให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง

6) วิจัยและติดตามตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อแก้ปัญหา และเพิ่มผลประโยชน์ ต่อแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว

6.9 ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

- มีการรณรงค์ให้ชุมชนท้องถิ่นร่วมกันดูแลและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อประสบภัย และเพิ่มการรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว

การอภิปรายผล

ผลจากการวิจัยครั้งนี้สามารรถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ได้ดังต่อไปนี้

1. การอภิปรายผลการศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยว

จากการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบว่าหัวหินยังคงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีเสน่ห์และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง สม่่าเสมอ สถานที่ท่องเที่ยว เช่น ชายหาดหัวหิน สถานีรถไฟหัวหิน และวังไกลกังวล ถือเป็นเอกลักษณ์ของหัวหิน ซึ่งยังคงสภาพและความสวยงาม ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การบริการต่าง ๆ ทั้งโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร แหล่งจำหน่ายของที่ระลึก มีความหลากหลาย การคมนาคมทำได้สะดวก แต่จากการพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหินอย่างรวดเร็ว ไม่มีแบบแผนทำให้สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้รับผลกระทบจากการขยายตัวของเมืองในด้านความสะอาด ปัญหาสิ่งแวดล้อม การจราจร ค่าครองชีพที่สูงขึ้น ฯลฯ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี (2529 : 82-88) ที่กล่าวว่าพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้าไปยังท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง ย่อมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือส่งผลกระทบต่อท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่น ซึ่งปัญหาเหล่านี้ควรได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน และได้รับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ยังคงความสวยงามเป็นสัญลักษณ์ของหัวหินต่อไป

2. การอภิปรายผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังอำเภอหัวหินเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่ต้องการมาพักผ่อน ผ่อนคลายจากความเครียดกับครอบครัวหรือเพื่อน มีรายได้ค่อนข้างสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของสิรินาถ นุชชัย

เหล็ก (2541) วิจัยเรื่องการศึกษาศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตพบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรป อายุระหว่าง 25-34 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 2,001-5,000 USD เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เชียงใหม่มากที่สุด อาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการหนีความหนาวเย็นจากภูมิประเทศแถบยุโรปเข้ามาพัก ผ่อน ท่องเที่ยว ยังหัวหิน นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างนิยมการโดยสารรถไฟมายังหัวหิน โดยส่วนใหญ่เลือกโรงแรม เป็นที่พัก

3. การอภิปรายผลการศึกษาข้อมูลด้านการรับสื่อและมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน

ผลการวิจัยทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ตมากที่สุด แต่อย่างไรก็ตามข้อมูลการท่องเที่ยวหัวหินที่นักท่องเที่ยวรู้จักยังอยู่ในระดับที่น้อย อาจเป็นเพราะข้อมูลการท่องเที่ยวที่ประชาสัมพันธ์ อยู่ในอินเทอร์เน็ตมีไม่มาก โดยนักท่องเที่ยวคิดว่า ตลาดได้รุ่งหัวหิน เป็นแหล่งท่องเที่ยวของหัวหินที่น่าสนใจมากที่สุด ขณะที่มูลเหตุจูงใจสำคัญที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวได้แก่ ความต้องการมาพักผ่อน ผ่อนคลายจากความเครียด ความต้องการพบปะสังสรรค์และประสบการณ์ใหม่ๆ ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัวและเพื่อน ต้องการมารับประทานอาหารอร่อย และพักในโรงแรมที่สะดวกสบาย ซึ่งมูลเหตุจูงใจเหล่านี้เป็นปัจจัยผลักดันที่ให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ตามคำกล่าวของ ฮัดแมน (Hudman, 1980: 33-34) จากการสัมภาษณ์พบว่านักท่องเที่ยวบางกลุ่มไม่ได้คาดหวังอะไรจากการมาท่องเที่ยวหัวหิน ขณะที่บางกลุ่มคาดหวังถึง สภาพอากาศที่ดี ท้องฟ้าสดใส ทะเลสวยงาม ชายหาดขาวสะอาด บรรยากาศเงียบสงบ ผู้คนเป็นมิตร โรงแรมที่พักดี ๆ อาหารทะเลอร่อย ๆ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัย พื้นฐานด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งดึงดูด สิ่งอำนวยความสะดวก การขนส่ง และการต้อนรับ

จากการ วิจัยพบว่านักท่องเที่ยวและผู้วิจัยมีมุมมอง ที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน ในระดับใกล้เคียงกัน โดยมีมุมมอง ต่อด้านที่พักอาศัย ในระดับ ที่ดีมาก คิดว่าโรงแรมที่พักมีความหลากหลาย มีการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากมายได้มาตรฐาน มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ภายในที่พัก ที่พักมีความสะอาดดี นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจอย่างมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของวิราภรณ์ โลหะชาละ (2545) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใน การเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดเชียงราย โดยกล่าวว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริการที่พักในระดับสูง อาจเป็นเพราะว่า

โรงแรมที่พักที่หัวหินมีมาตรฐานให้บริการอยู่มากมายซึ่งแต่ละแห่งอาจมีบริการ และกิจกรรมที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยว เกิดความประทับใจและพึงพอใจ

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างและผู้วิจัยยังมีมุมมองในด้านอาหารและร้านอาหารที่หัวหิน โดยรวมอยู่ในระดับดีมากตรงกัน เนื่องจากชื่นชอบในความหลากหลายของอาหาร รสชาติอาหาร และการบริการภายในร้านอาหาร ความสะอาดของอาหารและราคาของอาหาร รวมถึงความ สะดวกสบายและความสะอาดของร้านอาหารก็อยู่ในระดับที่ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของปริยดา ตระยานนท์ (2545) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศที่มีต่อร้านอาหารไทยในโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่กล่าวไว้ว่านักท่องเที่ยว ชาว ต่างประเทศส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากในการบริการของร้านอาหารไทยในโรงแรมทั้งเรื่อง ความหลากหลายของอาหาร คุณภาพของอาหารและส่วนผสม รสชาติ และคุณภาพและความ รวดเร็วของการบริการ อาจเป็นเพราะว่ารสชาติ และคุณภาพของอาหารถูกปากนักท่องเที่ยวต่างชาติ วัตถุดิบที่ใช้อาจสดใหม่และมีคุณภาพ ทำให้ได้อาหารที่สะอาด อร่อยและมีคุณภาพ ขณะที่การ บริการภายในร้านอาหาร ผู้ให้บริการอาจคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของลูกค้าจึงทำให้เกิดความ ประทับใจและพึงพอใจ

นักท่องเที่ยวมีความพอใจกับสภาพและความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวของหัวหิน โดย มองว่าแหล่งท่องเที่ยวภายในหัวหิน ยังมีสภาพสมบูรณ์ดี มีความสวยงามและสิ่งดึงดูดให้ นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยือน สอดคล้องกับงานวิจัยของสิรินาถ นุชชัยเหล็ก (2541) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตที่พบว่า ปัจจัยด้านบวกที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่เชียงใหม่คือ สภาพภูมิทัศน์และ ธรรมชาติที่สวยงาม มีวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ ขณะเดียวกันเหตุผลสำคัญในการ เดินทางมาท่องเที่ยวที่ภูเก็ตคือ สภาพภูมิทัศน์และธรรมชาติที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งเป็นเพราะว่าสถานที่ท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ของหัวหินนั้นทั้งด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มีความสวยงาม เป็นเอกลักษณ์ มีเสน่ห์และดึงดูดให้ นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

ด้านผลกระทบของภาวะวิกฤตเศรษฐกิจและสถานการณ์การเมืองไทยต่อการตัดสินใจ เดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินของนักท่องเที่ยวต่างชาติ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มคิดว่าไม่มีผลกระทบ ต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหิน เนื่องจากค่าครองชีพที่หัวหินยังอยู่ในระดับที่ ต่ำเมื่อเทียบกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ขณะที่สถานการณ์การเมืองในไทยนั้น กิดที่กรุงเทพ ฯ คงไม่ มีผลกระทบถึงที่หัวหิน ขณะที่บางกลุ่มคิด ว่าสถานการณ์การเมืองที่รุนแรงในไทย ทำให้ นักท่องเที่ยว ไม่กล้าเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพราะเกรงว่าจะเกิดเหตุการณ์ปิดสนามบินหรือเกิด

เหตุการณ์อื่น ๆ ซึ่งอาจกระทบถึงความปลอดภัย ส่วนด้านวิกฤตเศรษฐกิจนั้น นักท่องเที่ยวบางส่วนให้ความเห็นว่า มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวอยู่บ้างเนื่องจากทำให้ต้องใช้เงินเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของมทิยา เลิศไกร (2549) ศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวกรณีศึกษาชะอำ - หัวหิน ที่กล่าวไว้ว่า วิกฤตเศรษฐกิจ มีผลต่อค่าเงินบาททำให้มีผลต่ออัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งกระทบต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยตรง ผลการวิเคราะห์เช่นนี้ เป็นไปตามทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการการท่องเที่ยวในเรื่องปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic factors) ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจมีผลกระทบต่อการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและยังเป็นปัจจัยที่ทำให้ระบบอุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน

จากที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวยังอำเภอหัวหินแล้ว ทำให้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เกิดความรู้สึกพอใจ ประทับใจ และรู้สึกรว่าการท่องเที่ยวที่หัวหินดีกว่าที่คาดหวังไว้สูงถึงร้อยละ 50 ขณะที่อีกร้อยละ 50 รู้สึกรว่าการท่องเที่ยวที่หัวหินดีเท่ากับที่คาดหวังไว้ซึ่งสอดคล้องกับคำอธิบายเกี่ยวกับทฤษฎีความพึงพอใจของ คอทเลอร์ และ อาร์มสตรอง (วารุณี ต้นตึงศ์วานิช และคณะ 2545 : 7; อ้างอิงจาก Kotler & Armstrong.2001.Principle of Marketing.9 th ed.) ที่ได้อธิบายของความพึงพอใจไว้ว่า คุณค่าที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์เมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่ผู้ซื้อคาดหวัง หากผลที่ได้รับต่ำกว่าสิ่งที่คาดหวัง ผู้ซื้อจะรู้สึกไม่พอใจในผลิตภัณฑ์นั้น ในทางตรงกันข้ามหากผลประโยชน์ที่ได้รับสอดคล้องหรือเกินกว่าสิ่งที่คาดหวัง ผู้ซื้อจะรู้สึกพอใจ หรือ ประทับใจในผลิตภัณฑ์นั้น โดยนักท่องเที่ยว ที่เกิดความพอใจ ประทับใจส่วนใหญ่ต้องการที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่หัวหินอีก และยังยินดีที่จะแนะนำหัวหินให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางเลือกให้แก่ครอบครัวและเพื่อนฝูงต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของวชิราภรณ์ โลหะชาละ (2545) ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดเชียงราย ที่สรุปว่า นักท่องเที่ยวที่พอใจกับการบริการด้านที่พักและต้องการกลับมาพักแรมอีก และจะแนะนำที่พักแรมให้กับเพื่อนและครอบครัว และยัง สอดคล้องกับคำกล่าวของนาวาอากาศโทหญิงมิ่งขวัญ กัลยา (2544 : 8) ที่กล่าวว่าเมื่อนักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและพึงพอใจแล้วก็นำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวยังสถานที่ที่ท่องเที่ยวนั้นอีก

4. อภิปราย ผลการวิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะจากนักท องเที่ยวกลุ่ม ตัวอย่าง

ปัญหาที่พบ

จากการวิจัยพบว่าปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบ ได้แก่ ปัญหาด้านค่าครองชีพ ปัญหาด้านโรงแรมที่พักอาศัย ปัญหาด้านความสะดวก ปัญหาด้านการจราจร ปัญหาด้านการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ไม่ชัดเจน ปัญหาด้านการซื้อโพงนักท่องเที่ยว ปัญหาด้าน การขยายตัวของเมือง

โดยปัญหาหลักที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้องเรียนมา คือ ปัญหาด้านการจราจรซึ่ง นักท่องเที่ยวกล่าวว่าที่หัวหินนั้นมีการจราจรติดขัดและไม่เป็นระเบียบ ป้ายจราจรไม่ชัดเจน และสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ การจอดรถไม่เป็นระเบียบ รถบริการสาธารณะไม่เพียงพอ ราคาแพง สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมพล ปัญญาคะโป (2545) ศึกษาเรื่องแนวทางการปรับปรุงเส้นทาง การสัญจรหลักบริเวณศูนย์กลางชุมชนเมืองหัวหิน ซึ่งกล่าวไว้ว่า ระบบโครงข่ายการสัญจรของ หัวหินนั้นมีระบบโครงข่ายถนนที่ไม่สมบูรณ์ ขาดความเชื่อมต่อ ทำให้ขาดประสิทธิภาพในการไ ้ งาน ส่วนระบบเดินเท้าไม่เป็นระเบียบ สภาพทางเดินเท้าทั่วไปขาดการดูแลเอาใจใส่ มีสภาพ ขรุขระทรุดโทรมและมีสิ่งกีดขวางบนทางเท้า นอกจากนี้หัวหินยังขาดแคลนที่จอดรถเมื่อเทียบกับ จำนวนนักท่องเที่ยว ลักษณะการจอดรถขาดความเป็นระเบียบทำให้ส่งผลต่อการจราจร

ข้อเสนอแนะ จากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

ข้อเสนอแนะ ของนักท่องเที่ยว ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การลดค่าครองชีพที่หัวหิน การจัด ระเบียบควบคุมคุณภาพ มาตรฐานและราคาของโรงแรมที่พัก การรณรงค์เรื่องการรักษาความ สะอาดของแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่สาธารณะ การยกระดับมาตรฐานและเพิ่มจำนวน ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว เสนอให้มีศูนย์บริการดูแลความปลอดภัย และให้ ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว และสุดท้ายเรื่องการควบคุมการขยายตัวของเมือง ข้อเสนอแนะ เหล่านี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนะการณ ออสุวรรณ (2548) ทำการวิจัยเรื่องความต้องการ ของนักท องเที่ยวต่อการบริหารจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหัวหิน ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องการให้ หัวหินพัฒนาและเพิ่มศักยภาพเกี่ยวกับการพัฒนาชายหาด ความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวก ขั้นพื้นฐาน พัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากรด้านความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมพล ปัญญาคะโป (2545) ศึกษาเรื่องแนวทางการปรับปรุง เส้นทางสัญจรหลักบริเวณศูนย์กลางชุมชนเมืองหัวหิน ที่เสนอแนวทางการแก้ปัญหาด้าน การจราจร โดยสร้างความเป็นระเบียบและความเชื่อมโยงของระบบโครงข่ายการสัญจร ปรับปรุง ทางเดินเท้าให้มีสภาพที่เหมาะสมในการ ใช้งาน จัดหาพื้นที่จอดรถที่มีความสะดวก และปรับปรุง ระบบขนส่งสาธารณะให้มีความสะดวกสบายและมีความเชื่อมโยงกัน

5. อภิปรายแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหินผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวและผู้วิจัย

จากการสรุปแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหินผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวและผู้วิจัย สามารถอภิปรายได้ดังนี้

ด้านการประชาสัมพันธ์ ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหัวหินให้มากขึ้น ทั้งในด้านแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ว่ามีอะไรบ้าง สวยงามอย่างไร มีประวัติ ความเป็นมาอย่างไร และมีกิจกรรมท่องเที่ยวอะไรบ้าง เช่น กีฬาธรรมชาติ กีฬาผจญภัย กิจกรรมแสดงศิลป วัฒนธรรม ประเพณี เพื่อสร้างความน่าสนใจและความดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวเข้ามาเยือน สอดคล้องกับงานวิจัยของสิรินาถ นุชชัยเหล็ก (2541) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ซึ่งเสนอให้มีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์จุดเด่นของแต่ละจังหวัดที่น่าสนใจ ดูแลรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ให้เป็นที่ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์ด้านการบริการต่าง ๆ ใน เรื่องของที่พักรับ และร้านอาหาร นำเสนอถึงความหลากหลาย จุดเด่น บรรยากาศ สิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการต่าง ๆ รวมถึงราคาค่าบริการ ประชาสัมพันธ์ด้านการจับจ่ายซื้อสินค้า (ช้อปปิ้ง) ว่าสินค้าขึ้นชื่อของหัวหินมีอะไรบ้าง มีลักษณะและคุณภาพอย่างไร ราคาประมาณเท่าไร แหล่งจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ อยู่ที่ไหนบ้าง เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงข้อมูลการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ

ด้านการพัฒนา ปรับปรุง คุณภาพมาตรฐาน สินค้าและบริการ จัดให้มีการควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการ ทั้งที่พักและร้านอาหาร มีการตรวจสอบสภาพและความสะอาดของห้องพัก ในโรงแรมที่พัก มีการตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพของอาหาร ความสะอาดถูกสุขลักษณะ ควบคุมดูแลความสะอาด รวมถึงจัดหมวดหมู่ของสินค้า ภายในสถานที่จับจ่ายซื้อสินค้าเพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย ด้านการจราจรเสนอให้มีการปรับปรุงป้ายเกี่ยวกับจราจรให้มีมาตรฐานในระดับสากล เพิ่มสัญญาณไฟจราจรบริเวณสามแยกหรือสี่แยก ปรับปรุงพื้นผิวการจราจรรวมถึงทางเดินเท้า จัดหาสถานที่จอดรถเพื่อรองรับกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของสมพล ปัญญาอะโป (2545) เรื่องการศึกษาแนวทางการปรับปรุงเส้นทางจราจรหลักบริเวณศูนย์กลางชุมชนเมืองหัวหิน ที่เสนอให้มีการแก้ไขปัญหาการจราจรขนส่ง ปรับปรุงทางเดินเท้า จัดหาพื้นที่จอดรถ และปรับปรุงระบบขนส่งสาธารณะ ควรมีการควบคุมและกำหนดค่าโดยสารรถบริการสาธารณะภายในหัวหินให้ชัดเจน พร้อมทั้งแสดงป้ายบอกราคาค่าโดยสาร กำหนดจุดรับ-ส่งผู้โดยสาร รวมถึงแสดงเวลาเดินทางให้ชัดเจน จัดระเบียบและควบคุมการบริการทั้งคุณภาพและสภาพของรถโดยสาร ให้มีมาตรฐาน และมีสภาพสมบูรณ์ไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้ใช้บริการ

เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ด้านถนน การจราจร และการขนส่งมวลชน ตามการวิจัยของพละวัต ต้นศิริ (2547) เรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย นอกจากนั้นยังควรปรับปรุงปัจจัยพื้นฐาน และระบบสาธารณูปโภคที่จำเป็นเพื่อยกระดับการบริการให้มีลักษณะเป็นสากล

ด้านการดูแลรักษาความสะอาดและสิ่งแวดล้อม พัฒนา พื้นฟู และบูรณะแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้แก่ ชายหาดหัวหิน สถานีรถไฟหัวหิน ตลาดฉัตรไชย ให้อยู่ในสภาพที่สะอาด สมบูรณ์ รวมถึงความสะอาดของถนน หนทาง บริเวณที่สาธารณะ แหล่งจ่ายจ่ายซื้อของ ความสะอาดภายในร้านอาหารเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ คว้าอาหารที่จำหน่ายในหัวหินมีความสะอาดปลอดภัยต่อผู้บริโภค สอดคล้องกับการวิจัยของศศิธร สามารถ (2545) วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดกระบี่ ได้กล่าวไว้ว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ ให้จังหวัดกระบี่ ปรับปรุงมากที่สุด คือ ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว เมืองท่องเที่ยวที่ควรที่จะมีการดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวและบริเวณโดยรอบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สถานที่นั้น ๆ ยังคงความสวยงามต่อไป

ด้านการอบรมบุคลากรการท่องเที่ยว ควรมีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานการบริการและมีจิตสำนึกรักต่อทรัพยากรท่องเที่ยวของท้องถิ่น โดย อบรมด้านการ อนุรักษ์และฟื้นฟู วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม อบรมด้านการ ลดการบริโภคที่มากเกินไป การกำจัดขยะ และการลดของเสีย การมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เกี่ยวกับการท่องเที่ยว อบรมด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ และ จัดเตรียมข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง วิจัยและติดตามตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อแก้ปัญหา และเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว แนวทางในพัฒนาด้านบุคลากรท่องเที่ยวนี้สอดคล้องกับหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ ราไพพรรณ แก้วสุริยะ (2544 : 9) ที่มีหัวข้อเกี่ยวกับการฝึกอบรมบุคลากรเพื่อยกระดับของการบริการการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น

ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ควรมีการรณรงค์ให้ชุมชนท้องถิ่นร่วมกันดูแล และช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อ ประสบภัย และเพิ่มการรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อสร้างความประทับใจและเป็นการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีก

ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัย

1. จากการศึกษาหลังจากที่ได้รับทราบถึงปัญหาและข้อ เสนอแนะต่าง ๆ ของ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหินผ่านมุมมองของผู้วิจัย

และนักท่องเที่ยวล้วน ควรนำข้อเสนอแนะต่าง ๆ รวมถึงแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหิน ไปศึกษาและขยายผล ให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการแก้ปัญหา เพื่อที่จะได้สอดคล้องและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด โดยต้องไม่กระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ แต่จะต้องก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งกับแหล่งชุมชน ทรัพยากรธรรมชาติ และนักท่องเที่ยว

2. จัดให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของหัวหินไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนโดยอาศัยหลักการของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อรักษาและพัฒนาหัวหินให้ยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งทำการศึกษา ศึกษามุมมองของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหินเพื่อให้ทราบถึงความคาดหวัง ทศนคติ ความพึงพอใจ ปัญหา และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลังจากที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่หัวหิน รวมถึง เพื่อทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการแก้ปัญหาของ การท่องเที่ยวเฉพาะอำเภอหัวหิน แต่เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลภายในช่วงฤดูท่องเที่ยวเท่านั้น จึงอยากเสนอให้ผู้วิจัยท่านอื่นทำการสำรวจโดยใช้เวลาในการเก็บข้อมูล ตลอดทั้งปี เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ ครอบคลุมทุกช่วงเวลา นอกจากนั้นยังควรที่จะขยายพื้นที่ทำการวิจัยโดยทำการวิจัยทั้งอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จนถึงอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เนื่องจากภายในบริเวณเหล่านี้ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน อุทยานแห่งชาติเขาสามร้อยยอด เป็นต้น

เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการศึกษา เพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว หัวหิน ตลอดจนการท่องเที่ยวส่วน ภูมิภาค ให้มีประสิทธิภาพ เหมาะสมและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด โดยบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม โดยการใช้ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมอย่าง รอบคอบ และชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ดั้งเดิมได้ในระยะเวลานานที่สุด เกิดปัญหา และผลกระทบน้อยที่สุด

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา . (2550). **ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ พ .ศ. 2541-2550**. สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2551, จาก http://www2.tat.or.th/stat/web/static_index.php
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2539). **นโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พ.ศ. 2539-2540**. กรุงเทพฯ: กองนโยบายและแผนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.).
- กิติมา ปรีดิolk. (2524). **การบริหารและการนิเทศเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: อักษราพิพัฒน์.
- เกิดศิริ เจริญวิศาล และ จุฑามาศ จันทรัตน์ . (2543). **ความเข้าใจ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว : เพื่อส่งเสริมให้ไทยเที่ยวไทย**. จุลสารการท่องเที่ยว 19, 3 (ก.ค.-ก.ย. 2543). 43-54.
- กัลยา วานิชย์บัญชา . (2542). **การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for windows**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์ . (2544). **การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว** . กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนะการณ ออสุวรรณ . (2548). **ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหัวหิน** . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม. เพชรบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี. ถ่ายเอกสาร
- ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์. (2538). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์** . ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม สถาบันบริหารศาสตร์.
- ชวรัตน์ เชิดชัย. (2527). **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน** . กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชูชีพ อ่อนโคกสูง. (2522). **จิตวิทยาการศึกษา**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2546). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. เชียงใหม่: ลานนาการพิมพ์.
- ดิเรก ฤกษ์สาหร่าย . (2527). **การพัฒนา : เน้นการพัฒนาสังคมและแนวคิดตามจำเป็นพื้นฐาน** . กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ท่องเที่ยวหัวหิน . (2552). **แผนที่ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์** . สืบค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2552, จาก http://www.thai-tour.com/thai-tour/central/Prachuab/data/map_huahin.htm.

ท่องเที่ยวหัวหิน. (2552). **วังไกลกังวล อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**. สืบค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2552, จาก <http://th.wikipedia.org/>.

----- (2552). **ตลาดจัดไร่ชัย อำเภอหัวหิน**. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2552, จาก <http://www.huahinpocketguide.com>.

----- (2552). **สวนสนประดิพัทธ์ อำเภอหัวหิน**. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2552, จาก <http://www.ghousehuahin.com>.

----- (2552). **น้ำตกป่าละอู อำเภอหัวหิน**. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2552, จาก <http://www.thailand-huahin.com>.

----- (2552). **จุดชมวิว ณ เขาหิน เหล็ก ไฟ อำเภอหัวหิน**. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2552, จาก <http://www.huahinpocketguide.com>.

----- (2552). **เกาะสิงห์โต อำเภอหัวหิน**. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2552, จาก <http://thai.tourismthailand.org/>.

ธนาภรณ์ เมทนีสุดดี. (2543). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มีต่อการรับบริการสื่อวิทัศน์: ศึกษาเฉพาะกรณี วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดลอมและทรัพยากรศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.

นิคม จารุมณี. (2535). **การท่องเที่ยวอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: แพรวพิทยา.

นภัทสร วรนิธิปรีชา. (2541). **การขาย**. กรุงเทพฯ: บริษัทพัฒนาวิชาการ (2535) จำกัด.

ปริญดา ตูยานนท์ . (2545). **ความพึงพอใจและพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มีต่อร้านอาหารไทยในโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร** . วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด . กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ . ถ่ายเอกสาร

ปรีชา แดงโรจน์. (2544). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21**. ไฟว์ แอนด์ ไฟว์.

ประคอง กรวรรณสูตร . (2542). **สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์** . พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

ประมธ ทัศเวทิน. (2529). **หลักทฤษฎีทางสื่อสาร**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ประเสริฐ วิทยารัฐ. (2530). **สถิติทางภูมิศาสตร์**. กรุงเทพฯ: อักษรบัณฑิต.

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554). (2550). **ยุทธศาสตร์การ**

พัฒนาประเทศ. สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2551, จาก [http://www.idd.go.th/Thai-](http://www.idd.go.th/Thai-html/05022007/PDF/PDF01/005.pdf)

[html/05022007/PDF/PDF01/005.pdf](http://www.idd.go.th/Thai-html/05022007/PDF/PDF01/005.pdf)

พลวัต ต้นศิริ. (2547). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในจังหวัด**

เชียงราย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ . เชียงราย: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

พีระ จิรสถิต. (2529). **เอกสารการสอนชุดวิชาทฤษฎีการสื่อสารมวลชน** . กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

มทิยา เลิศไกร. (2549). **การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวกรณีศึกษา ชะอำ -หัวหิน**. วิทยานิพนธ์

ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ . กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. ถ่ายเอกสาร

มล. ต้อย ชุมสาย และณิพนัน พรหมโยธี . (2527). **ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว** . กรุงเทพฯ: ไทย

วัฒนาพานิช.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช . (2531). **เอกสารการสอนชุดวิชา หลักการโฆษณาและการ**

ประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 1-7. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

จำเริญพรณ แก้วสุริยะ. (2544). **การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในศตวรรษที่ 21**. วารสารเทคโนโลยี 23.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ปี พ.ศ. 2542**. กรุงเทพฯ: นาน

มีบุ๊คส์ จำกัด.

วรเวทย์ แสงศรี . (2548). **การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากภูมิภาคเอเชีย**

ตะวันออกมายังประเทศไทย . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ .

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร

วชิราภรณ์ โลหะชาละ . (2545). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้**

บริการที่พักในจังหวัดเชียงราย . วิทยานิพนธ์ ศศ .ม. (การจัดการอุตสาหกรรม

ท่องเที่ยว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร

วารุณี ต้นดวงศ์วานิช และคณะ. (2545). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

วิธินี วรรณสกล . (2542). **การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรม การ**

ท่องเที่ยวในสภาวะเศรษฐกิจ . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์

พัฒนาการ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร

วินิจ วีรยางกูร. (2533). **การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว** . (ม.ป.ท.: ภาควิชาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).

- วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์. (2529). ผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อมรดกศิลปวัฒนธรรม . จุลสารการท่องเที่ยว 5, 3 (ก.ค.29) 82-88.
- ศศิธร สามารถ . (2545). ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ . สารนิพนธ์ (บธ.ม.) สาขาวิชาการตลาด . กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- ศิริ สามสุโพธิ์. (2543). ประชากรกับการพัฒนาคุณภาพชีวิต. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้งเฮ้าส์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: ดวงกมลสมัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2535). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: เอส.เอ็ม.เชอกิต เพรส.
- สมจิตต์ สุพรรณทัศน์. (2526). เอกสารการสอนชุดวิชาสุขศึกษา Health Education. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สมพล ปัญญาอะโป . (2545). แนวทางการปรับปรุงเส้นทางการสัญจรหลักบริเวณศูนย์กลางชุมชนเมืองหัวหิน . วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบชุมชนเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร
- สรไกร เต็มถาวร . (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานี. สารนิพนธ์. บธ.ม. (บริหารธุรกิจบัณฑิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- สิรินาถ นุชชัยเหล็ก. (2541). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร
- เสรี วังไพจิตร. (2530). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและปีท่องเที่ยวไทย 2530. จุลสารการท่องเที่ยว 6, 1 (ม.ค. 30) 1-13.
- สุดารัตน์ พันธุ์นิกุล. (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย . วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร
- สุวัฒน์ บุญศักดิ์สกุล . (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชุมพร. สารนิพนธ์. บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- Chaplin, J. P. (1968). System and Theories of Psychology. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Chuck Y. Gee, Dexter J.L. Choy, James C. Makens. (1984). The Travel Industry. Westport, CT: AVI Publishing.

- Dann, O.M.S. (1981). **Tourism Motivation: An Appraisal**, Annual of Tourism research 23.
- Kadt, E.d. (1990). **Making the Alternative Sustainable: Lessons from Development for Tourism**. Discussion Paper 272, Institute of Development Studies, Brighton, pp. 1-21.
- Hudman, Lloyd E. (1980). **Tourism, a shrinking World**. Ohio: Grid Publishing, Inc.
- Mcintosh, R.W. (1977). **Tourism: Principles. Practice. Philosophies**. Ohio: Grid Inc.
- Morse, N.C. (1953). **Satisfaction in White Collar Job**. Michigan: University of Michigan Press.
- Mullins, L.J. (1985). **Management and Organization Behavior**. London: Pitman Publishing Limited.
- Shirley Eber. (1992). **Beyond the Green Horizon: A Discussion Paper on Principles for Sustainable Tourism**. London: WWF.
- Stephen J Page, Paul Brunt. (2001). **Graham Busby and Jo Connell Thomson Learning UK. Tourism A Modern Synthesis**. Italy: G. Canale & C.
- Vroom, V. H. (1964). **Work and Motivation**. New York: John Wiley and Sons.
- Wolman, B.B. (1973). **Dictionary of Behavior Science**. New York: Van Norstand Reinhold.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์

INTERVIEW FORM

This research is conducted for a thesis purpose of a post-graduate student of Planning Management in Eco-Tourism, Faculty of Sciences, Srinakarinwirot University.

The interview form is a part of thesis on the topic of The Perception of foreign tourists toward tourism in Hua Hin. Your answer will be confidential.

Instruction: There are 2 parts in this interview form.

Part 1 General Information.

Part 2 Interview Form about the perception of Hua Hin Tourism.

Name

Date

Part 1. General Information

1.1 Gender

☐ Male

☐ Female

1.2 Age

☐ less than 20 years

☐ 20-29 years

☐ 30-39 years

☐ 40-49 years

☐ more than 50 years

1.3 Nationality

1.4 Education

☐ Undergraduate

☐ Bachelor Degree

☐ Master Degree or above

1.5 Occupation

☐ Government Official/ Enterprise ☐ Private Sector

☐ Personal Business ☐ Other.....

1.6 Average Income per month

☐ Below 500 USD ☐ 501-800 USD

☐ 801-1100 USD ☐ 1101-1400 USD

☐ Over 1401 USD

1.7 Have you ever visited Hua Hin before?

- ☐ Yes ☐ No

1.8 How many times did you visited Hua Hin?

- ☐ 1-3 Times ☐ 4-6 Times
☐ Above 7 Times

1.9 What is your main purpose to visit Hua Hin?

- ☐ Vacation ☐ Conference/ Semina/ Study
☐ Business ☐ Official
☐ Other.....

1.10 What is your transportation to visit Hua Hin?

- ☐ Car rent/ tour bus ☐ Train
☐ Private car ☐ Public Bus
☐ Other.....

1.11 How do you travel?

- ☐ Independently ☐ With family/ friends
☐ Tour operator ☐ Other.....

1.12 Length of stay

- ☐ less than 7 days ☐ 1-2 weeks
☐ 3-4 weeks ☐ more than 4 weeks
☐ long stay

1.13 Please identicate your accommodation in Hua Hin.

- ☐ Hotel ☐ Guest House
☐ Relatives/ Friend's house ☐ Other.....

1.14 The expenditure of this trip is (Including cost of your travel from your country)

- ☐ Below 500 USD ☐ 501-1,000 USD
☐ 1,001 – 1,500 USD ☐ 1,500 – 2,000 USD
☐ 2,001 – 2,500 USD ☐ Over 2501 USD

1.15 What activities do you engage in when visiting Hua Hin? (Can choose more than one item)

- ☐ Sightseeing ☐ Shopping
☐ Swimming ☐ Thai massage/ Spa

- ☐ Sun Bathing ☐ Pay Respect to the Buddha
☐ Golf ☐ Beach Sports
☐ Seafood Dining ☐ Other.....

Part 2. Interview Form about perception of Hua Hin tourism.

2.1 From which source do you learn about Hua Hin? (Can choose more than one item)

- ☐ Family ☐ Friends/ Colleagues
☐ Television ☐ Newspaper, Magazine, Leaflet
☐ Radio ☐ Tourism Authority
☐ Airlines ☐ Hotel
☐ Embassy ☐ Internet
☐ Other.....

2.2 Please level these following information you know about Hua Hin tourism. What do you know about them?

Information	Level			What do you know about the information?
	Most	Fair	Less	
Transportation				
1. Land route				
2. Sea route				
3. Air route				
Accommodation				
1. Hotel				
2. Guest house				
3. Other.....				
Food/Restaurant				
1. Seafood restaurant				
2. Thai food restaurant				
3. Other.....				

Travel Guide				
1. Travel operators				
2. Travel agencies				
Attractions				
1. Natural attraction				
2. Historical attraction				
3. Cultural attraction				
Shopping				
1. Souvenir				
2. Product				
3. Shopping store/area				
4. Market				
Travel Information and services				
1. Travel information				
2. Travel activities				
3. Thai Massage/Spa				
4. Weather condition				
5. Other.....				

2.3 What are the most interesting/famous Hua Hin attractions for you before visiting?

(Please select 5 from those items by use No. 1 as your most attraction, then 2, 3, 4 and 5 respectively)

- | | |
|-----------------------------|-------------------------|
| () Klai Kangwon Palace | () Khao Takiap |
| () Hua Hin Railway Station | () Khao Hin Lek Fai |
| () Chatchai Market | () Ko Singto |
| () Hua Hin Night Market | () Huay Mongkol Temple |
| () Suan Son Pradipaht | () Other..... |
| () Namtok Pa La-u | |

2.4 Please level these motivations which influence you to visit Hua Hin.

Motivations	Level of Influence				
	Maximum	Fairy	Neutral	Somewhat	Minimum
Physical and Psychology					
1. To relax and reduce stress					
2. To see new environment, new experience					
3. Have good attitude at this place					
4. Have good impression at this place before					
Social and Economy					
1. To travel with family/friends					
2. To meet new companions/friends					
3. To shopping					
4. To do business					
Culture and Academy					
1. To learn about local culture and history					
2. To see local life style and activities					
Other Factors					
1. Sports or adventure activities					
2. Hotel/Accommodation					
3. Weather					
4. Food					
5. Safety					
6. Cost of living					
7. Other.....					

2.5 What is your expectation to Hua Hin before your visiting?

2.6 Please indicate your perception of tourism in Hua Hin.

Information	Level				
	Maximum	Fairy	Neutral	Somewhat	Minimum
Transportation					
1. Convenience of transportation					
2. Cleanliness of vehicle					
3. Traffic condition					
4. Cost of transportation					
Accommodation					
1. Variety of accommodation					
2. Convenience of accommodation					
3. Cleanliness of accommodation					
4. Cost of accommodation					
5. Accommodation services					
Food/Restaurant					
1. Variety of food					
2. Taste of food					
3. Food hygiene					
4. Convenience of restaurant					
5. Cleanliness of restaurant					
6. Cost of food					
7. Service of restaurant					

Travel Guide					
1. Travel operators service					
2. Cost of Travel agencies					
3. Travel notice sign					
Attractions					
1. Condition of Natural attraction					
2. Cleanliness of Natural attraction					
3. Condition of Historical attraction					
4. Cleanliness of Historical attraction					
5. Condition of Cultural attraction					
6. Cleanliness of Cultural attraction					
Shopping					
1. Variety of product					
2. Quality of product					
3. Cost of product					
4. Cleanliness of shopping area					
Travel Information and services					
1. Travel information Service					
2. Variety of travel activities					
3. Quality of Thai Massage/Spa					
4. Cost of Thai Spa service					
5. Weather condition					
6. Communication					
7. Safety					
8. Other.....					

2.7 Do you think that economic crisis and political situation have effect to your decision for travelling in Hua Hin? How?

2.8 How do you feel about Hua Hin? Do you enjoy/ like it?

Compare with your feeling before visiting

- ☐ Better than your expectation
- ☐ As good as your expectation
- ☐ Worse than your expectation

2.9 Suggestion and Recommendation for Hua Hin tourism development.

2.10 Will you come back to travel at Hua Hin again in the future?

- ☐ Yes
- ☐ No
- ☐ Not Sure

2.11 Will you recommend Hua Hin to your friends or family to travel?

- ☐ Yes
- ☐ No

THANK YOU

ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวชลามรินทร์ สมพงษ์
วันเดือนปีเกิด	10 มกราคม 2524
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	556 ซอยลาดพร้าว 47 (สะพาน 2) ถนนลาดพร้าว แขวงวังทองหลาง เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2542	มัธยมศึกษา จากโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย
พ.ศ. 2546	ศิลปศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ. 2553	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการวางแผนและการจัดการท่องเที่ยว เพื่อสิ่งแวดล้อม จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ