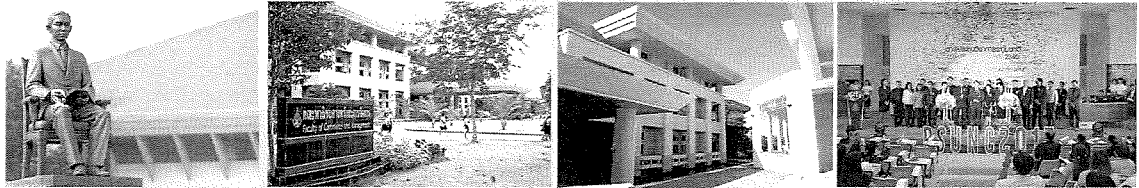


# การประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ.ตรัง วิจัย ประจำปี 2561

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว



วิจัยก้าวหน้า เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน  
PSU Trang National Conference on Research across Disciplines  
PSUNC 2018

3. กลุ่มสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว  
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิรชญา ชัยเกษม  
 คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
  
 ดร.นราวดี บัวขวัญ  
 วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
  
 ดร.ปรัชญากรณ์ ไชยคช  
 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่  
  
 ดร.สมยศ โอง์เคลือบ  
 คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
4. กลุ่มสาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ  
 ดร.ศิริกานต์ ชูเชิด  
 สำนักวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง  
  
 ดร.ชนันท์กรณ์ จันแดง  
 สำนักวิชาสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์  
  
 ดร.จิรวัดน์ แทนทอง  
 วิทยาลัยคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต
5. กลุ่มสาขาวิชาการบัญชี  
 รองศาสตราจารย์ ดร.พนารัตน์ ปานมณี  
 คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
  
 ดร.ปัญญา สัมฤทธิ์ประดิษฐ์  
 บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)  
  
 ดร.ภัทรณ์ชชา โชติคุณากิตติ  
 คณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต  
  
 ดร.มัทนชัย สุทธิพันธุ์  
 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง  
  
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปารีชาติ มณีมัย  
 คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
6. กลุ่มสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์/การบริหารรัฐกิจ  
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน  
 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี  
  
 ดร.ปาริฉัตร ตู้ดำ  
 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

ปัญหาและแนวทางการพัฒนาข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เผยแพร่ในเขตอำเภอ  
หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต  
สารสนเทศเพชรบุรี

Problems and guideline development of public relations media to promote  
tourism in hua hin, Prachuap Khiri Khan : Case study of Silpakorn  
University Student, Phetchaburi it Campus.

รุ่งตะวัน รัตนยศ<sup>1</sup> วงศธร นาเมือง<sup>1</sup> วิมลพรรณ มีรส<sup>1</sup> เอกกฤต เลิศวิทยาประดิษฐ์<sup>2</sup>  
Rungtawan Rattanayot<sup>1</sup> Wongsathon Namueang<sup>1</sup> Wimphan Meerot<sup>1</sup>  
Ake-krit Lerdwitayapradit<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาจากการนำเสนอข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เผยแพร่ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และแนวทางในการพัฒนาข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เผยแพร่ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก จากนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จำนวน 25 คนผลการวิจัยพบว่านักศึกษาส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจากทางอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย ปัญหาที่ได้พบจากการนำเสนอข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยวคือ เรื่องตำแหน่งที่ตั้งของสถานและราคาสินค้าและบริการ

ซึ่งข้อมูลตำแหน่งที่ตั้งของสถานที่ในสื่อที่ได้รับไม่ชัดเจน ข้อมูลไม่ทันสมัย ส่งผลให้เวลาเดินทางเกิดความลำบากทำให้เสียเวลาในการหาสถานที่นั้นๆ ในด้านราคา อยากให้มีการระบุราคาไว้อย่างชัดเจน เพื่อความสะดวกต่อการวางแผนในเรื่องของค่าใช้จ่าย อีกทั้งนักศึกษส่วนใหญ่อยากให้เพิ่มช่องทางในการรับรู้ข้อมูลและพัฒนารูปแบบให้มีความทันสมัย เช่น มีการโปรโมทผ่านทาง Facebook เพิ่มสามารถเข้าถึงได้ง่ายไม่ซับซ้อนเพราะในปัจจุบันคนส่วนใหญ่จะใช้แอปพลิเคชันนี้เป็นหลักเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจในสื่อมากขึ้นอีกทั้งมีความเข้าใจในข้อมูลที่ถูกต้องและเกิดแรงจูงใจต่อสถานที่ที่เกี่ยวเนื่อง

คำสำคัญ : ปัญหาและแนวทางการพัฒนาข้อมูล, สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว, อำเภอหัวหิน

### Abstract

The purposes of this research were to study problems of Tourism public relations media and the guidelines development of Tourism public relations media to promote tourism of Hua Hin, Prachuap Khiri Khan. This qualitative research applied In-depth interview technique to gain data from the participants. The participants were 25 students at Silpakorn University, IT Campus. Most of the accessed information via social media and internet.

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี  
Bachelor Student, Faculty of Management Science, Silpakorn University, Phetchaburi IT Campus

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี  
Lecturer, Faculty of Management Science, Silpakorn University, Phetchaburi IT Campus



The results found that provided information of location of places, prices of products and services in the public relations media have been uncertain, and outdated which resulted time consuming to reach the places and the budget planning. Therefore, to attract more tourists and visitors, increasing accessible public relations channels and modern Tourism contents such as promoting through Facebook pages or accurate and updated information

Keywords: Public relations media, Promoting Tourism, Hua Hin.

## บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมาก นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้นับเป็นปีแห่งการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเน้นภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็นดินแดนแห่งความรื่นรมย์ (Happiness on Earth) และตั้งเป้าหมายกลุ่มนักท่องเที่ยวในประเทศ จำนวน 81 ล้านคน และสร้างรายได้ 5.5 แสนล้านบาท เมื่อสิ้นปี พ.ศ. 2551 (เบญจวรรณ วงศ์คำ, 2547)

จากข้อมูล GDP สาขาโรงแรมและภัตตาคารของประเทศไทย พบว่า ขยายตัวดีต่อเนื่อง 6.7% เมื่อนำมาเทียบกับการขยายตัว 7.5% ในไตรมาสก่อน โดยในไตรมาสที่ 3 นี้มีรายรับรวมจากการท่องเที่ยว 693.4 พันล้านบาท มีการเพิ่มขึ้น 9.5% รวม 9 เดือนแรกของปี 2560 การผลิตสาขาโรงแรมและภัตตาคารมีขยายตัว 6.5% รายรับจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอยู่ที่ 1,330.1 พันล้านบาท จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพิ่มขึ้น 5.4% และอัตราการเข้าพักโรงแรมเฉลี่ยอยู่ที่ 68.26% (สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค, 2560)

เดือน	อัตราการเข้าพัก		จำนวนผู้เข้าพัก (คน)		จำนวนผู้เยี่ยมเยียนคนไทย (คน)		รายได้จากผู้เยี่ยมเยียนคนไทย (ล้านบาท)	
	ร้อยละ	%Change	จำนวน	%Change	จำนวน	%Change	มูลค่า	%Change
กรกฎาคม	59.86	0.0159	222296	0.0379	323980	0.0445	1349.24	0.0741
สิงหาคม	66.27	0.0241	248572	0.0353	379708	0.0387	1584.88	0.0706
กันยายน	56.7	1.50	209,836	6.30	325,345	9.84	1,375.25	14.70

จากตารางแสดงอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์คงหนีไม่พ้น หัวหิน ที่นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติต่างรู้จัก เพราะระยะทางการเดินทางไม่ไกลจากกรุงเทพฯ แต่การพัฒนาการท่องเที่ยวในหัวหินให้เป็นที่นิยมมากขึ้น วิธีหนึ่งคือการส่งเสริมการสื่อสารทางการตลาดให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

กลยุทธ์และประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดภาคใต้ตอนบนเป็นผลต่อเนื่องมาจากนโยบายไทยเที่ยวไทยของ ททท. โดยคุณพิศมัยตั้งข้อสังเกตว่า ในเขตจังหวัดภาคใต้ตอนบนนั้นมีทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างครบถ้วน แต่ทว่ากลับมีตัวบ่งชี้ถึงข้อจำกัดของการท่องเที่ยวหลายประการ เช่น

กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในกลุ่มผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลางเท่านั้น โดยมักจะไม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมามุ่งเน้นไปเฉพาะบางแห่งเท่านั้น และท้ายที่สุดคือยังไม่มีข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับนักท่องเที่ยวที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจมาท่องเที่ยวได้ในส่วนของการสำรวจพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภาคใต้ตอนบนนั้น ไม่ว่าจะแหล่งข่าวสารจะมาจากสื่อประเภทใด คือสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อใหม่อินเทอร์เน็ต ผลการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่กระจายเก็บจากประชาชนไทยทั่วประเทศจำนวน 408 คน ระบุว่า มีการเปิดรับในระดับน้อยมาก ดังนั้นจึงน่าจะส่งผลถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ตอนบนว่ามีน้อยเช่นกันคือประมาณปีละ 1 ครั้ง คุณพิศมัยได้วัดมิติผลกระทบของสื่อในเรื่อง “การรับรู้ข้อมูลต่างๆ 12 ข้อ” ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภาคใต้ตอนบน เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมผจญภัย ข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหาร ฯลฯ และพบผลการวิจัยว่า ปริมาณของการเปิดรับสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูล แต่ปัญหาก็คือ เมื่อปริมาณการเปิดรับต่ำ การรับรู้ก็ย่อมน้อยตามไปด้วย ทั้งนี้ งานศึกษาจากฝ่ายผู้ส่งสารให้คำอธิบายว่า อาจเนื่องจากหน่วยงานรัฐระดับพื้นที่/ระดับท้องถิ่นยังขาดการวางกลยุทธ์การสื่อสารเป็นพิเศษสำหรับตอบสนองต่อนโยบายไทยเที่ยวไทย(พิศมัย ถาวรวงษ์, 2549)

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเก่าจังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นนักเรียนและนักศึกษา มีการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดหลายรูปแบบ ปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารการตลาดคือ งบประมาณทำให้ไม่สามารถเลือกใช้การสื่อสารการตลาดได้อย่างต่อเนื่อง สิ่งนี้นักท่องเที่ยวที่มาชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเก่าจังหวัดกาญจนบุรี เป็นครั้งแรก มีความคิดเห็นในระดับชอบมาก ได้แก่ 1.การจัดแสดงของห้องแสดงโบราณคดีบ้านเก่าเกี่ยวกับการค้นพบแหล่งโบราณคดีและโบราณวัตถุบ้านเก่า 2.ความชัดเจนของป้ายต่างๆ ที่ติดตั้งในบริเวณพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเก่า 3.การจัดแสดงของห้องโบราณคดีกาญจนบุรีเกี่ยวกับวิถีชีวิตของมนุษย์ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ถึงอยุธยา และการจัดแสดงของห้องโรงศพโบราณ เกี่ยวกับวัฒนธรรมของบรรพบุรุษสำหรับผู้เข้าชม 2 ครั้งขึ้นไปมีความคิดเห็นในระดับชอบมาก ได้แก่ 1.การจัดแสดงของห้องแสดงโบราณคดีบ้านเก่าเกี่ยวกับการค้นพบแหล่งโบราณคดีและโบราณวัตถุบ้านเก่า 2.ความชัดเจนของป้ายต่างๆที่ติดตั้งในบริเวณพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเก่า 3.การจัดแสดงของห้องพัฒนาการสังคมก่อนประวัติศาสตร์เกี่ยวกับวิวัฒนาการของสังคมของคนกาญจนบุรีทั้งผู้เข้าชม 1 ครั้ง และเข้าชม 2 ครั้งขึ้นไปมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อสารการตลาดของพิพิธภัณฑ์สถานบ้านเก่า โดยเฉลี่ยในระดับชอบ(ติกาหลัง สุขกุล, 2556)

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้คณะผู้วิจัยจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนาข้อมูลในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปปรับใช้ในองค์กร

#### วัตถุประสงค์

1. ศึกษาปัญหาจากการนำเสนอข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เผยแพร่ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
2. ศึกษาแนวทางในการพัฒนาข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เผยแพร่ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์



### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการนำเสนอข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยวที่องค์กรเผยแพร่
2. องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปพัฒนาสื่อที่องค์กรนำมาเผยแพร่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

### ทบทวนวรรณกรรม

#### หลักการและทฤษฎีการสื่อสาร

การสื่อสาร คือ กระบวนการส่งข้อมูลจากผู้ส่งไปยังผู้รับสาร โดยวัตถุประสงค์ของการสื่อสารเพื่อชักจูงให้ผู้รับสารตอบสนองกลับตามความต้องการของผู้ส่งสาร วิธีการสื่อสาร มีด้วยกัน 2 วิธี คือ 1. การสื่อสารด้วยวาจา เช่น การพูด การร้องเพลง 2. การสื่อสารโดยไม่ใช้วาจา เช่น การใช้ภาษากาย ภาษามือ ท่าทาง หรือสัญลักษณ์ รูปแบบของการสื่อสาร มีด้วยกัน 2 ทาง คือ การสื่อสารทางเดียว เป็นการสื่อสารไปยังผู้รับฝ่ายเดียว ไม่สามารถรับการตอบกลับได้ในทันที แต่อาจได้รับการตอบกลับภายหลัง เช่น การเขียนจดหมาย การสื่อสารทางเดียวมักจะใช้กันในสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และอีกเส้นทางคือการสื่อสารสองทาง เป็นการสื่อสารที่มีการตอบสนองแบบทันที ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะอยู่ในที่เดียวกัน หรือต่างที่ก็ได้ แต่มีการตอบโต้กันไปมาระหว่างผู้รับและผู้ส่งสารโดยทันที (ผาจิต ปาลินทร ลากิจิตร, ม.ป.ป.)

องค์ประกอบของการสื่อสารประกอบด้วยกระบวนการสื่อสารมีทั้งหมด 4 ส่วน คือ 1. ผู้ส่งสาร คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการส่งข้อมูลไปยังผู้รับสาร 2. สาร คือ เนื้อหาหรือข้อมูลที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารแลกเปลี่ยนกัน 3. สื่อ คือ ตัวกลางที่ใช้ส่งข้อมูลระหว่างผู้รับและผู้ส่ง 4. ผู้รับสาร คือ ผู้ที่รับข้อมูลหรือเนื้อหาจากผู้ส่งสาร (หอสมุดธรรมศาสตร์, ม.ป.ป.)

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดหมายถึงการรวมเครื่องมือการสื่อสารการตลาดหลายๆอย่างเข้าด้วยกัน ซึ่งให้ความสำคัญกับวิธีการสื่อสารเพื่อการจูงใจทุกรูปแบบและแสดงบุคลิกภาพของสินค้าอย่างชัดเจน (Semenik Richard, 2002)

การสื่อสารสามารถใช้ได้หลายบริบท เช่น การสื่อสารภายในองค์กร การสื่อสารเพื่อการโฆษณา การสื่อสารเพื่อการขาย เป็นต้น แต่องค์กรที่จะสำเร็จได้ต้องทำการสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งนักการสื่อสารต้องเข้าใจกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด

#### หลักการและทฤษฎีด้านการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวคือการเดินทางจากจุดใดจุดหนึ่งไปยังอีกจุดเพื่อทำกิจกรรม โดยต้องประกอบด้วย 3 ปัจจัยเป็นอย่างน้อย ได้แก่ การเดินทาง การนอนพักค้างแรม และการทานอาหารนอกสถานที่ (ชนินทร์ เก่งกล้าและนายธิตี มีปลื้ม, 2555)

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางมากกว่า 24 ชั่วโมง เพื่อการพักผ่อน เพลิดเพลิน เพื่อการศึกษา เพื่อสุขภาพ หรือเพื่อทำกิจกรรมทางศาสนาต่างๆ เพื่อการประชุม และงานที่ได้รับมอบหมาย อีกทั้งเพื่อติดต่อธุรกิจแต่ไม่ใช้การหารายได้

แหล่งท่องเที่ยว คือ สถานที่ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมา เพื่อการพักผ่อน เพื่อความเพลิดเพลิน หรือเพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้(นิคม จารุมนี, 2536)

#### หลักการและทฤษฎีแรงจูงใจ

ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ มีลำดับความต้องการอยู่ 5 ชั้น ดังนี้ 1.ความต้องการด้านกายภาพ คือ ความต้องการที่จำเป็นต่อร่างกาย เช่น การกิน การดื่ม อากาศหายใจ เสื้อผ้าเพื่อสวมใส่ และยารักษาโรค หรือปัจจัย 4 ที่ทุกคนเข้าใจกัน ถ้าไม่มีสิ่งเหล่านี้ไม่สามารถมีชีวิตอยู่ได้ 2.ความต้องการความปลอดภัย คือ ความปลอดภัยทางด้านร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สิน เช่นความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ จากอาชญากรรม หรือภัยต่างๆที่อาจเกิดจากการท่องเที่ยว 3.ความต้องการได้รับความยอมรับจากสังคม คือความต้องการที่จะเข้าร่วม การได้รับความรักจากเพื่อน หรือกลุ่มคนภายนอก ต้องการให้ผู้คนที่ให้ความสำคัญ 4.ความต้องการได้รับการยกย่องนับถือ คือความต้องการที่จะมีชื่อเสียง ความสำเร็จ และมีศักดิ์ศรี ได้รับการยอมรับนับถือจากผู้อื่น 5.ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต คือความต้องการประสบความสำเร็จจากเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึงปัจจัยที่ทำให้คนเกิดความต้องการ เพื่อให้แสดงพฤติกรรมตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ (วิกิเนีย มายอร์, 2555)

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญไปทางแรงจูงใจด้านจุดมุ่งหมายเพื่อผ่อนคลายมากที่สุด โดยการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ผ่อนคลายจากการทำงานที่ตรึงเครียด โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยยังมีจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อการทำธุรกิจ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีแรงดึงดูดในด้านอื่นๆ เช่น สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว การเดินทาง การประชาสัมพันธ์ และการบริการ ทั้งนี้ยังพบว่าการประชาสัมพันธ์ที่ดีมีส่วนดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจมาท่องเที่ยวมากขึ้น (ศิริพันธ์ รักเรียนรบ, 2547)

#### วิธีดำเนินการวิจัย

วิจัยปัญหาและแนวทางการพัฒนาข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เผยแพร่ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีได้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ในการศึกษาหาข้อมูลครั้งนี้ โดยสามารถแบ่งขั้นตอนได้ เป็นดังนี้

##### 1.1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลหลักคือนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีจำนวน 25 คน สอบถามโดยได้ข้อมูลอ้อมตัว เนื่องจากผลจากการสัมภาษณ์ได้ผลไปในทิศทางเดียวกัน

#### แหล่งที่มาของข้อมูล

- ข้อมูลปฐมภูมิเป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีโดยเป็นกลุ่มนักศึกษาตัวอย่าง 25 คน เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้โดยการสัมภาษณ์เดี่ยวแบบเผชิญหน้าและสอบถามโดยได้ข้อมูลอ้อมตัว



- ข้อมูลทฤษฎีภูมิได้รวบรวมและค้นคว้าจากหนังสือเรียนตำราวารสารฐานข้อมูลของภาครัฐจากเว็บไซต์ที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวการบริการและการจัดการเชิงกลยุทธ์รวมทั้งเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1.2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- แบบการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดหัวข้อและคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์
- เครื่องมือใช้ในการวิจัยเครื่องบันทึกเสียง

#### 1.3. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสามเส้าเข้ามาตรวจสอบข้อเท็จจริงโดยวิธีการสามเส้านั้นประกอบไปด้วย 3 ประการคือ 1.การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูลพิจารณาแหล่งเวลาแหล่งสถานที่และแหล่งบุคคลที่แตกต่างกันโดยดูว่าถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ถ้าข้อมูลต่างสถานที่จะเหมือนกันหรือไม่และถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ 2.การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัยโดยการเปลี่ยนตัวผู้สังเกตหรือสัมภาษณ์ 3.การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่างกันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน (ผ่องพรรณรัตน์มณฑลกุลและสุภาพฉัตรภรณ์. 2553)

#### 1.4. วิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยวิเคราะห์และแยกประเด็นออกตามหัวข้อของแนวการสัมภาษณ์และนำข้อมูลในการสัมภาษณ์ของแต่ละคนมาเปรียบเทียบความเหมือนหรือขัดแย้งว่าแตกต่างกันอย่างไรแล้วนำมาสรุปผล

#### สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงจุดประสงค์เกี่ยวกับเรื่องปัญหาและแนวทางการพัฒนาข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เผยแพร่ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยผู้วิจัยได้แบ่งจุดประสงค์ในการศึกษาออกเป็น 2 จุดประสงค์ดังนี้

1. ทราบปัญหาจากการรับรู้ข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เผยแพร่ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการศึกษาวิจัยพบว่า กรณีศึกษา นักศึกษาของมหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ส่วนใหญ่จะได้รับข้อมูลจากทางอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย และส่วนใหญ่ให้ข้อมูลว่าปัญหาที่ได้พบเจอมาจากการเดินทาง คือ ตำแหน่งที่ตั้งของสถานที่จากข้อมูลในสื่อที่ได้รับยังไม่ชัดเจน ยังไม่อัปเดตข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน ทำให้เวลาเดินทางไปยังสถานที่นั้นเกิดความลำบาก ไม่สะดวกสบาย ยังทำให้เสียเวลาในการหาสถานที่ที่เที่ยวนั้นๆ ปัญหาที่รองลงมาคือ เรื่องของราคา นักศึกษาส่วนใหญ่อยากให้มีการระบุราคาไว้ชัดเจน เพื่อความสะดวกในการวางแผนค่าใช้จ่าย

2. แนวทางการพัฒนาข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยวจากการศึกษาวิจัยพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่อยากให้มีช่องทางในการเข้าถึงข้อมูล เช่น มีการโปรโมทผ่านทาง Facebook เพิ่มมากกว่าเดิมเพราะในปัจจุบันคนส่วนใหญ่จะใช้แอปพลิเคชันนี้เป็นหลักนักศึกษาส่วนใหญ่ให้ข้อมูลว่าอยากให้มีพัฒนาข้อมูลให้มีความทันสมัยไม่ซับซ้อนมีการใส่ตำแหน่งสถานที่ที่ชัดเจนรวมไปถึงมีการระบุราคาที่ชัดเจน



## อภิปรายผล

จากการศึกษาค้นคว้าวิจัยปัญหาและแนวทางการพัฒนาข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เผยแพร่ ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศ เพชรบุรี พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจากทางอินเทอร์เน็ต และโซเชียลมีเดีย และปัญหาที่ได้พบเจอ จะมาจากการเดินทาง คือ ตำแหน่งที่ตั้งของสถานที่ในสื่อที่ได้รับชมยังไม่ชัดเจน ข้อมูลยังไม่อัปเดต ทำให้เสียเวลาและเกิดความยากลำบากในการหาตำแหน่งที่ตั้งของสถานที่ อีกทั้งในเรื่องของราคาและการเพิ่มช่องทางในการรับข้อมูล นักศึกษาส่วนใหญ่อยากให้มีการพัฒนาการระบุราคาไว้อย่างชัดเจน เพื่อความสะดวก และการวางแผนในเรื่องของค่าใช้จ่าย มีการพัฒนารูปแบบที่ทันสมัยรวมถึงโปรโมทผ่านทาง Facebook เพิ่มมากกว่าเดิม

## บทสรุป

จากการศึกษาค้นคว้าวิจัยปัญหาและแนวทางการพัฒนาข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เผยแพร่ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศ เพชรบุรี พบว่าสื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ยังมีจุดบกพร่อง เช่น ข้อมูลที่สถานที่ท่องเที่ยวใช้เป็นข้อมูลเก่า ไม่มีการอัปเดตจึงทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจข้อมูลได้ไม่ชัดเจน สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินจึงควรอัปเดต ข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ รวมไปถึงพัฒนาสื่อที่ใช้ให้มีประสิทธิภาพและเพิ่มช่องทางในการโปรโมทเพื่อให้นักศึกษาเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้สะดวก รวดเร็ว และสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อหาปัญหาและทางแก้ไข อีกทั้งควรศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณเพื่อความแม่นยำของข้อมูลที่ได้

## เอกสารอ้างอิง

- ชนินทร์ เก่งกล้าและธิติมิ ปลื้ม. (2555). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีสาขาวิชาการจัดการทั่วไปคณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยศิลปากรหน้า 8-12.
- ณรงค์สมพงษ์. (2543). สื่อสารมวลชนเพื่อการส่งเสริม. พิมพ์ครั้งที่1 กรุงเทพมหานครสำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- พรรัชกฤชคุทธิเวทิน. (2559). กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประชากรรุ่นแซดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัย.กรุงเทพฯหน้า1
- นิคม จารุมณี. (2536). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์
- เมตตา กฤติวิทย์. (2532). การสื่อสารงานในกลุ่มนิเทศ. เอกสารในการสอนชุดวิชาการสื่อสาร. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- สุภาพประภาสสวัสดิ์. (ม.ป.ป.). ทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบวันเดียววนหาดบางแสนจังหวัดชลบุรีของประชากรเขตกรุงเทพมหานครบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. หน้า 9-10
- เสถียรเชยเชยประทีป. (2528). ศักยภาพของสื่อสารมวลชนในการพัฒนาประเทศ. กรุงเทพมหานคร สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค. (2560). NESDB ECONOMIC REPORT. กรุงเทพมหานคร.

- ศิริพันธ์ รักเรียนรบ. (2547). แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พานักชั้วครวในประเทศไทย. สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วรรณมนจันทิษฐ์. (2552). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาดติกาหลัง สุขกุล.(2556).กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า จ.กาญจนบุรี.วารสารเกษมบัณฑิต
- วิดิเนียมายอร์. (2555). การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษาวารินและบ่อน้ำร้อนพรังจังหวัดระนองสาขาวิชาการ
- on, K.K.I., and Ikujiro, N. 2000. *Enabling Knowledge Creation: How to Unlock the Mystery of Tacit Knowledge and Release the power of Innovation*. UK: Oxford University Press
- จัดการท่องเที่ยวคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.(2551). การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม 2561,จาก<http://oknation.nationtv.tv/blog/khon-pr/2008/07/27/entry-1>
- ฝากจิตปาลินทรลาภจิตร. หลักการและทฤษฎีการสื่อสาร. สืบค้นเมื่อ 11 มกราคม 2561,จาก [https://ag.kku.ac.th/Extension/images/136323/information\\_2\\_2556.pdf](https://ag.kku.ac.th/Extension/images/136323/information_2_2556.pdf)
- หอสมุดธรรมศาสตร์.การสื่อสารกับการสร้างความร่วมมือและการแก้ปัญหาของชุมชนกรณีศึกษา ปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งทะเลในพื้นที่บ้านสมุทรจีนหมู่9 ตำบลแหลมฟ้าผ่าอำเภอสมุทรเจดีย์จังหวัดสมุทรปราการ. สืบค้นเมื่อ 11 มกราคม 2561,จาก<http://digi.library.tu.ac.th/thesis/jc/HY-PERLINK.pdf>