

ยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์



ธนิชชา ชัยชัชวาลประทีป

วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
มกราคม 2563
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

ยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์



ธนิชชา ชัยชัชวาลประทีป

วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว

มกราคม 2563

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ชวลี วัฒน ฤกลาง ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำปรึกษาและช่วยแก้ไขในทุกปัญหาด้วยความเมตตา ตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา ดร.สหพันธ์ ตั้งเบญจสิริกุล ดร.ชัชณะ เตชดงนา ดร.พลิชฐ์ โสภณพงศ์พัฒน์ และ ดร.ศรีสุตา จงสิทธิผล ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์ ด้วยความเอาใจใส่ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน ที่สละเวลาให้ข้อมูลอย่างครบถ้วนในการทำวิทยานิพนธ์แก่ผู้วิจัย

ขอกราบขอบพระคุณครอบครัว รวมทั้งพี่น้อง คุณป้า ญาติมิตรและเพื่อน ๆ ทุกคน ที่ให้กำลังใจและให้การสนับสนุนในทุก ๆ ด้านอย่างเสมอมา

ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ สำหรับโอกาสและทุนการศึกษา ผู้บริหารและเพื่อนร่วมงานคณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยวทุกท่าน ที่เข้าใจ คอยเป็นกำลังใจให้และให้โอกาสในการศึกษาอย่างเต็มที่

คุณค่าและคุณประโยชน์จากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแด่ผู้มีพระคุณ ทุก ๆ ท่าน ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหินต่อไป

ธนัชชา ชัยชัชวาลประทีป

เรื่อง: ยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผู้วิจัย: ธนิชชา ชัยชัชวาลประทีป วิทยานิพนธ์: ปริญญาโท (การจัดการการท่องเที่ยว), มหาวิทยาลัยพะเยา, 2562

สถานที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ชวลีย์ ณ ถลาง, **กรมการที่ปรึกษา:** รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา, ดร.สหพันธ์ ตั้งเบญจสิริกุล

คำสำคัญ: ยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ, การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, ความเป็นเมืองเป้าหมาย, อำเภอหัวหิน

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) เพื่อหาแนวทางการร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และ 3) เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสม (Mixed Methodology Research) คือการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวน 400 คน และทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วยหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และนักวิชาการ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา และใช้การตรวจสอบข้อมูลสามเส้า โดยผลการวิจัยพบว่า แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ 1) พัฒนาด้านเศรษฐกิจ 2) พัฒนาด้านสังคม 3) พัฒนาด้านวัฒนธรรม และ 4) พัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม โดยสามารถสร้างเป็นยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ได้แก่ 1) การส่งเสริมให้อำเภอหัวหินดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยว 3) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน และ 4) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมาย

Title: THE INTEGRATED STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE TOURISM TO MAINTAIN THE TOURIST DESTINATION OF HUA-HIN DISTRICT, PRACHUAP KHIRIKHAN PROVINCE.

Author: Tanichar Chaichatchawalprateep Thesis Ph.D. (Tourism Management), University of Phayao, 2019

Advisor: Associate Professor Chawalee Na Talang, **Co-advisor:** Associate Professor Dr. Seri Wongmonta, Dr.Sahanon Tungbenchasirikul

Keywords: Integrated strategies, Sustainable tourism development, Tourism destination, Hua Hin District

ABSTRACT

The objectives of this study were 1) to find the guidelines for sustainable tourism development in order to maintain the tourist destination of Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province; 2) to find the guidelines for creating the cooperation from various sectors in order to develop sustainable tourism and maintain the tourist destination of Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province; and 3) to create the integrated strategies for sustainable tourism development in order to maintain the tourist destination of Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province. This study was a mixed methodology research consisting of both quantitative and qualitative methods. For quantitative method, the data was collected from 400 Thai and foreign tourists. For qualitative method, in-depth interviews were conducted for collecting data from the key informants including government agencies, private sector, relevant government authorities and academics and content analysis and data triangulation were also performed. The results showed that the guidelines for sustainable tourism development in order to maintain Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province as the tourist destination consisted of 1) economic development, 2) social development, 3) cultural development, and 4) environmental development. The integrated strategies for sustainable tourism development to maintain Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province as the tourist destination were successfully created which consisted of 4 strategies: 1) promoting and maintaining Hua Hin District as the tourist destination of sustainable tourism; 2) development of tourist attractions and services; 3) integrated sustainable tourism management; and 4) promoting the participation in all sectors in tourism development in order to maintain the tourist destination of Hua Hin District.

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษา
ความเป็นเมืองเป้าหมายของ อำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ของ ธนิชชา ชัยชัชวาลประทีป

ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
ของมหาวิทยาลัยพะเยา

.....ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชอุณห เตชะคณา)

.....ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ชวลีย์ ณ ถลาง)

.....กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร.เสวี วงษ์มณฑา)

.....กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(ดร.สหพันธ์ ตั้งเบญจศิริกุล)

.....ผู้ทรงคุณวุฒิ

(ดร.พิสิษฐ์ โสภณพงศพัทธ์)

.....อาจารย์บัณฑิตศึกษา

(ดร.ศรีสุดา จงสิทธิผล)

.....คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

(ดร.ศรีสุดา จงสิทธิผล)

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	8
สมมติฐานของการวิจัย	8
คำถามในการวิจัย.....	8
ขอบเขตของการวิจัย.....	9
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	11
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย.....	12
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
การบริหารเมืองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว	18
แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	21
แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว	32
แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT	44
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์.....	47
แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยว Marketing of Tourism.....	51
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	58
ทฤษฎีการมีส่วนร่วม.....	64
บริบทพื้นที่อำเภอหัวหิน.....	68
3 วิธีดำเนินการวิจัย	103
เชิงปริมาณ	
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	104
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	105
การสร้างและพัฒนาเครื่องมือในการศึกษา	107
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	108

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	108
เชิงคุณภาพ	
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	110
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	113
การเก็บรวบรวมข้อมูล	113
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	114
4 ผลการวิจัย	115
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	115
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติพื้นฐาน	116
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	116
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	122
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	128
ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมาย ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	162
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	163
5 บทสรุป.....	223
การวิจัยเชิงปริมาณ	224
การวิจัยเชิงคุณภาพ.....	226
อภิปรายผลการวิจัย	239
ข้อเสนอแนะ	246
บรรณานุกรม.....	251

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	263
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์.....	270
ภาคผนวก ค การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่.....	294
ประวัติผู้วิจัย.....	313



สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวในอำเภอสว่างวีระวงศ์ จังหวัดอุบลราชธานี พ.ศ.2555-2560	4
2	แสดงรายได้จากการท่องเที่ยวของอำเภอสว่างวีระวงศ์ จังหวัดอุบลราชธานี	4
3	แสดงการเปรียบเทียบการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว พ.ศ. 2558-2560...	5
4	แสดงเปรียบเทียบการเจริญเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวพ.ศ. 2558-2560	6
5	แสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	97
6	แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	116
7	แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวในอำเภอสว่างวีระวงศ์ จังหวัดอุบลราชธานี	118
8	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอสว่างวีระวงศ์ จังหวัดอุบลราชธานี	122
9	แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวในอำเภอสว่างวีระวงศ์ จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามเพศ.....	129
10	แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวในอำเภอสว่างวีระวงศ์ จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามอายุ	130
11	แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มา ท่องเที่ยวในอำเภอสว่างวีระวงศ์ จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามสถานภาพ..	132
12	แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวในอำเภอสว่างวีระวงศ์ จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามสัญชาติ.....	134
13	แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวในอำเภอสว่างวีระวงศ์ จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามการศึกษา.....	135

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
14	แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพ..	138
15	แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	141
16	แสดงผลสรุปภาพรวมที่ได้จากการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	144
17	แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในปัจจุบันส่วนประสมการตลาด ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามเพศ.....	145
18	แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อบุคคลปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาด ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุ	146
19	แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาด ของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสถานภาพ	150
20	แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อบุคคลปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาด ของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสัญชาติ	152
21	แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อบุคคลปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาด ของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตาม การศึกษา	153
22	แสดงระดับความพึงพอใจต่อบุคคลปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดของ อำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพ	155
23	แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อบุคคลปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาด ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	157

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หนา
24	แสดงผลสรุปรูปภาพรวมที่ได้จากการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจต่อบริการ ส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 161
25	สรุปรูปการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 168
26	สรุปรูปการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมาย ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 174
27	สรุปรูปการสัมภาษณ์จากนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 179
28	สรุปรูปการสัมภาษณ์จากเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 183
29	แสดงสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT Analysis 185
30	แสดงการกำหนดกลยุทธ์แนวทางในการพัฒนาในภาพรวมโดยใช้เทคนิคการวิจัย การสังเคราะห์ เทคนิค TOWS MATRIX 188
31	แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์เชิงรุกที่ 1 189
32	แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์เชิงรุกที่ 2 191
33	แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์เชิงรุกที่ 3 192
34	แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์เชิงรุกที่ 4 193
35	แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์ป้องกันที่ 1 194
36	แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์ป้องกันที่ 2 195
37	แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์ป้องกันที่ 3 196
38	แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์แก้ไขที่ 1 198

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
39	แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์แก้ไขที่ 2..... 199
40	แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์แก้ไขที่ 3..... 200
41	แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์แก้ไขที่ 4..... 201
42	แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์เชิงรับที่ 1..... 202
43	แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์เชิงรับที่ 2 203
44	แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์เชิงรับที่ 3 204
45	แสดงการตรวจสอบข้อมูลความเกี่ยวข้องตรงแบบสามเส้า 219
46	แสดงผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค SWOT Analysis.... 229
47	แสดงการวิเคราะห์ TOWS MATRIX (ยุทธศาสตร์ SO) ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 230
48	แสดงการวิเคราะห์ TOWS MATRIX (ยุทธศาสตร์ ST) ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 232
49	แสดงการวิเคราะห์ TOWS MATRIX (ยุทธศาสตร์ WO) ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 233
50	แสดงการวิเคราะห์ TOWS MATRIX (ยุทธศาสตร์ WT) ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 234
51	แสดงยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 235
52	แสดงการนำกลยุทธ์ตามประเด็นยุทธศาสตร์ไปใช้กับหน่วยงานต่าง ๆ 246

สารบัญภาพ

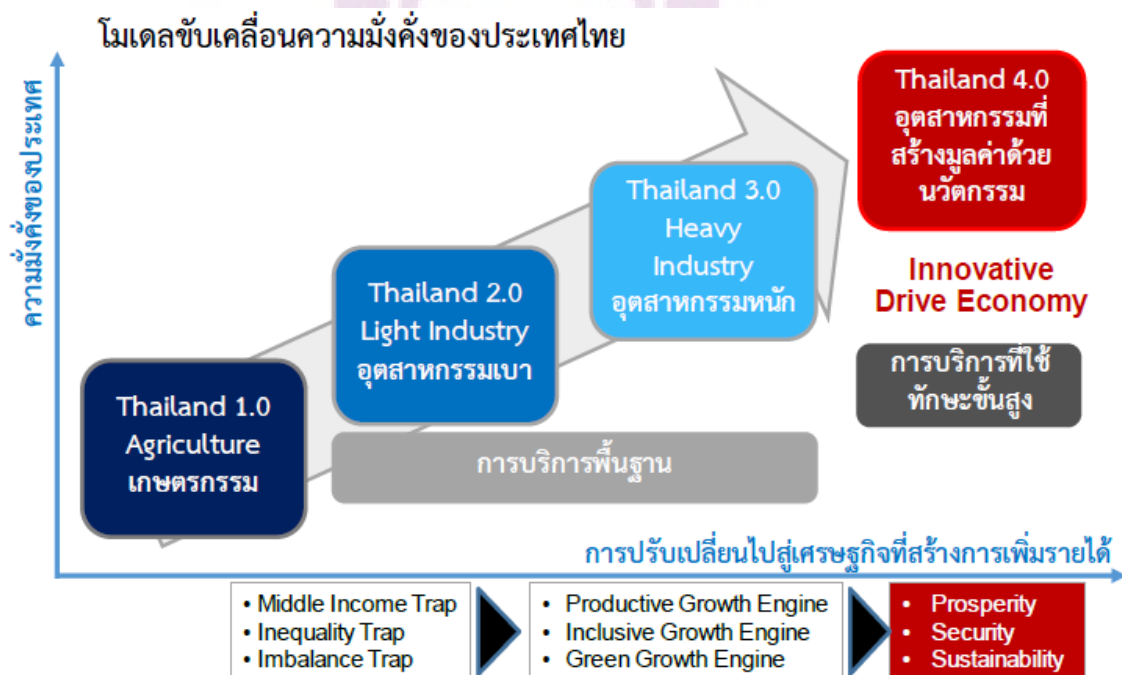
ภาพ		หน้า
1	แสดงโมเดลประเทศไทย 1.0 ถึง 4.00	1
2	แสดงแผนที่อำเภอหัวหิน.....	73
3	แสดงหาดสวนสนประดิพัทธ์	74
4	แสดงน้ำตกป่าละอู	75
5	แสดงจุดชมวิวยิวเขาหินเหล็กไฟ.....	76
6	แสดงหาดเขาเต่า	76
7	แสดงหาดหัวหิน	77
8	แสดงเขาตะเกียบ และเขาไกรลาส.....	78
9	แสดงสถานีรถไฟหัวหิน.....	79
10	แสดงอุทยานราชภักดิ์	80
11	แสดงตลาดฉัตรไชย	80
12	แสดงตลาดโต้รุ่งหัวหิน.....	81
13	แสดงวัดห้วยมงคล	81
14	แสดงเพลินวาน.....	82
15	แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย	102
16	แสดงกรอบการวิจัย.....	104
17	แสดงยุทธศาสตร์การส่งเสริมให้อำเภอหัวหินดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	209
18	แสดงยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยว	211
19	แสดงยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน.....	214
20	แสดงยุทธศาสตร์การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมาย	217
21	แสดงกระบวนทัศน์ SUDEMAPA.....	218

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญอุตสาหกรรมหนึ่งของประเทศไทยที่สามารถสร้างรายได้จำนวนมหาศาลให้กับประเทศ รัฐบาลจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญและได้มีนโยบายต่าง ๆ ที่สนับสนุนการท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้จากนโยบายประเทศไทย 4.0 ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาประเทศไทยภายใต้อุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าด้วยนวัตกรรม โดยมีกรอบการปฏิบัติงานที่มีการปรับเปลี่ยนไปสู่เศรษฐกิจที่สร้างการเพิ่มรายได้ และความมั่งคั่งของประเทศ ซึ่งสามารถแสดงแนวทางการพัฒนาเป็นแผนภูมิภาพการพัฒนาระบบของอุตสาหกรรมในประเทศไทยได้ดังแผนภูมิภาพที่ 1 (วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์การปฏิรูปประเทศไทย และการปรับเปลี่ยนกลไกภาครัฐ, สภาปฏิรูปแห่งชาติ, 2561, สื่อบนออนไลน์)



ภาพ 1 แสดงโมเดลประเทศไทย 1.0 ถึง 4.0

ที่มา: กระทรวงอุตสาหกรรม, 2561, สื่อบนออนไลน์

เมื่อพิจารณาถึงกลุ่มอุตสาหกรรมที่มุ่งเน้นตามนโยบายประเทศไทย 4.0 นั้น กระทรวงอุตสาหกรรมจึงได้นำเสนอ 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย: กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เพื่ออนาคต (New Engine of Growth) ภายใต้แนวคิดที่ว่า ประเทศไทยสามารถผลักดันการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (S-Curve) ใน 2 รูปแบบ คือ 5 อุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ (First S-Curve) และ 5 อุตสาหกรรมอนาคต (New S-Curve) ทั้งนี้ คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2558 เห็นชอบตามที่กระทรวงอุตสาหกรรมเสนอ (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2561, สื่อบนไลน์) แสดงให้เห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีรายได้ดี และยังเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ทักษะขั้นสูงในการบริการอีกด้วย ดังนั้นจึงไม่อาจปฏิเสธได้เลยว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และยังเป็นพื้นฐานในการก่อให้เกิดให้กับหลายอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ ในการขนส่งนักท่องเที่ยว และการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวด้วยวิธีต่าง ๆ อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร ในการให้บริการทางการแพทย์เฉพาะทางที่มีชื่อเสียง และมีการให้บริการศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพที่ได้มาตรฐาน เป็นต้น โดยจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมที่เป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคตนั้นเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในหลายมิติ และหลายอุตสาหกรรม ประเทศไทยนั้นถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ ทั้งด้านภูมิศาสตร์ และภูมิอากาศ ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก แต่สิ่งที่ตามมาจากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ คือ การที่นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้ทรัพยากรในพื้นที่ในบางครั้ง อาจทำลายทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้เกิดความเสื่อมโทรม และสูญเสียทรัพยากรไปโดยปริยาย

กล่าวโดยสรุป ผลกระทบที่เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่คือ ผลกระทบทางด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และอาชญากรรม ซึ่งแลกมาด้วยการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจแต่เพียงอย่างเดียว ซึ่งบางสถานการณ์ทรัพยากรบางอย่างเมื่อสูญเสียไปแล้วจะไม่สามารถสร้างหรือฟื้นคืนมาได้ แม้จะมีเงินมากมายในระบบเศรษฐกิจก็ตาม

ในปัจจุบันมีการตื่นตัวในเรื่องของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) โดยเฉพาะการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในปัจจุบัน โดยไม่บั่นทอนความต้องการของคนในรุ่นต่อ ๆ ไป ดังนั้นการพัฒนาที่ยั่งยืนจึงเป็นการหาทางเลือกที่จะไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างโอกาสให้แก่คนรุ่นต่อไป (วูล์ฟกัง ซากส์, 2556) โดยความคิดดังกล่าวได้ชัดเจนมากขึ้นหลังจากการประกาศปฏิญญาสหประชาชาติว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) และแผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) ณ กรุงริอูดีจาเนรู ประเทศบราซิล และต่อมาในปี พ.ศ.2545 มีการประชุมสุดยอดระดับโลกว่าด้วยการ

พัฒนาที่ยั่งยืน (The World Summit on Sustainable Development: WSSD) ที่เมืองโจฮันเนสเบิร์ก ประเทศแอฟริกาใต้ ซึ่งสรุปในสาระสำคัญคือ ประเทศสมาชิกองค์การสหประชาชาติ 180 ประเทศ (รวมทั้งประเทศไทย) จะต้องร่วมกันในการจัดทำเป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ (Millennium Development Goals: MDGs) ให้สำเร็จภายในปี 2558 โดยประเทศสมาชิกจะต้องร่วมกันเป็นหุ้นส่วนให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนภายในศตวรรษที่ 21

ในปี พ.ศ. 2558 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นจังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงติดอันดับ 1 ใน 10 ของประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560, สื่อออนไลน์) โดยจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ถือว่าไม่ไกลจากกรุงเทพ ฯ มากนัก อีกทั้งยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย เป็นเมืองหน้าด่านสำคัญระหว่างภาคกลางและภาคใต้และมีศักยภาพในการส่งเสริมเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบพำนักยาว การคาดการณ์ของกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา แสดงให้เห็นแนวโน้มการท่องเที่ยวของไทยในปี พ.ศ. 2560 คาดว่ายังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตามแนวโน้มการขยายตัวของการท่องเที่ยวโลก ซึ่งจะมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 8 (กรมการท่องเที่ยว, 2561, สื่อออนไลน์)

หากมีการพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้เมืองหลวง สามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย “หัวหิน” เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะนึกถึงเป็นอันดับต้น ๆ เนื่องจากมีรูปแบบทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ได้แก่ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) และการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ซึ่งครอบคลุมรูปแบบทั้งหมดของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน (องค์การการท่องเที่ยวโลก, 2560, สื่อออนไลน์) โดยอำเภอหัวหินนั้นตั้งอยู่ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 185 กิโลเมตร (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด, 2560, สื่อออนไลน์) เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวนมากเดินทางมาท่องเที่ยว จากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดในปี 2560 จำนวน 3,807,248 คน ซึ่งแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 2,817,218 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 990,030 คน โดยมีจำนวนเพิ่มอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561, สื่อออนไลน์) ดังตาราง 1 ที่แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พ.ศ. 2555-2560

ตาราง 1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พ.ศ.2555-2560

นักท่องเที่ยว	2555	2556	2557	2558	2559	2560
ชาวไทย	1,743,619	1,984,043	2,161,675	2,223,244	2,289,813	2,817,218
ชาวต่างประเศ	698,669	786,370	793,239	821,985	819,037	990,030
รวม	2,442,288	2,770,413	2,954,914	3,045,229	3,108,886	3,807,248

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561, สื่อบนออนไลน์

จากการที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นจำนวนมากและเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปีนั้นทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นทวีคูณเช่นกัน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561, สื่อบนออนไลน์) ดังตาราง 2

ตาราง 2 แสดงรายได้จากการท่องเที่ยว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พ.ศ.2555-2560 (ล้านบาท)

นักท่องเที่ยว	2555	2556	2557	2558	2559	2560
ชาวไทย	12,506.95	15,834.35	17,125.33	18,683.64	19,640.36	24,585.26
ชาวต่างประเทศ	7,052.95	8,482.94	8,780.23	9,584.13	9,879.80	12,611.09
รวม	19,559.90	24,317.29	25,905.56	28,268.48	29,520.16	37,196.35

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561, สื่อบนออนไลน์

อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าอำเภอหัวหินมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอัตราที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังตาราง 3 ที่แสดงเปรียบเทียบการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว พ.ศ. 2558-2560 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561, สื่อบนออนไลน์)

ตาราง 3 แสดงการเปรียบเทียบการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว ระหว่างปี พ.ศ. 2558–2560

นักท่องเที่ยว	2558	%	2559	%	2560	%	%
		การเติบโต		การเติบโต		การเติบโต	การเติบโตเฉลี่ย
หัวหิน	3,045,229	3.05	3,108,886	2.09	3,807,248	22.46	9.20
พัททยา	9,223,060	8.16	12,701,098	37.71	13,638,542	7.38	17.75
ชะอำ	2,827,527	3.23	2,879,954	1.85	3,100,308	7.65	4.24
ระยอง	4,171,188	8.20	4,352,435	4.34	4,615,178	6.03	6.19
บางแสน	779,854	8.36	1,111,247	42.49	1,217,968	9.60	20.15
รวม	20,046,858	6.65	24,153,620	20.48	26,379,244	9.21	12.11

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561, สื่อออนไลน์

จากข้อมูลในตารางที่ 3 จะเห็นได้ว่าอำเภอหัวหินนั้นมีการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาคือปี พ.ศ. 2558–2560 อำเภอหัวหินมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 9.20% ซึ่งยังมีจำนวนน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับเมืองที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวใกล้เคียงกันอย่างเมืองพัทยาซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 17.75% และบางแสนมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 20.15% โดยอำเภอหัวหินมีจำนวนนักท่องเที่ยวใกล้เคียงกับอำเภอชะอำซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีพื้นที่ติดกัน อีกทั้งยังจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยกว่าระยอง ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่อุตสาหกรรม จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ทราบว่าอำเภอหัวหินซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง แต่กลับมีอัตราการเติบโตและจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไม่สูงมากนัก ทั้งนี้อาจเกิดจากการบริหารจัดการของเมืองหัวหินเองที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเมืองหัวหินลดน้อยลงจากเดิมทั้งที่เป็นเมืองที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับ พัทยา ชะอำ บางแสน และระยอง ซึ่งมีปัญหาที่เกิดขึ้นจากหลายสาเหตุที่คล้ายกัน เช่น เรื่องโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค ปัญหาการเติบโตที่รวดเร็วของเมือง ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาการจราจร ปัญหาจากการมีนักลงทุนที่ไม่ใช้ผู้คนในท้องถิ่นมาลงทุนประกอบกิจการต่าง ๆ ทำให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว (mgronline, 2561, สื่อออนไลน์) โดยสาเหตุสำคัญนั้นเกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญเฉพาะการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องมีการพัฒนาไปพร้อม ๆ กันทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเศรษฐกิจ มีการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น 2) ด้านสังคมให้ความสำคัญต่อการแบ่งปัน

ผลประโยชน์อย่างยุติธรรมและเสมอภาค และ 3) ด้านสิ่งแวดล้อมให้การดูแล รักษาสิ่งแวดล้อม และทรัพยากร (Cooper, 2012) แต่ถ้าเปรียบเทียบรายได้จากการท่องเที่ยวของทั้ง 5 เมือง ดังตาราง 4 ที่แสดงเปรียบเทียบการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยว พ.ศ. 2558-2560 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561, สื่อบนออนไลน์) นั้นแสดงให้เห็นว่ารายได้จากการท่องเที่ยวของ อำเภอหัวหินก็มีอัตราการเติบโตที่น้อยกว่าเมืองอื่น ๆ ทั้งที่อำเภอหัวหินเป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยว ระดับบนที่มีรายได้สูงเดินทางมาท่องเที่ยว

ตาราง 4 แสดงการเปรียบเทียบการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยว ระหว่างปี พ.ศ. 2558-2560 (ล้านบาท)

เมือง	2558	%	2559	%	2560	%	%
		การ		การ		การ	การเติบโต
		เติบโต		เติบโต		เติบโต	เฉลี่ย
หัวหิน	28,268.48	9.12	29,520.16	4.43	37,196.35	26.00	13.18
พัทธยา	128,091.49	24.70	198,138.44	54.69	231,313.97	16.74	32.04
ชะอำ	20,740.42	8.49	21,961.47	5.89	24,233.96	10.35	8.24
ระยอง	28,379.66	12.96	30,614.39	7.87	33,811.36	10.44	10.43
บางแสน	5,846.81	8.89	8,133.24	39.11	9,296.48	14.30	20.77
รวม	178,238.52	18.56	288,367.70	36.46	335,852.12	16.47	23.83

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561, สื่อบนออนไลน์

การพัฒนาที่เกิดขึ้นจากการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินอย่างรวดเร็ว นั้น ได้ส่งผลกระทบต่อสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น การแข่งขันกันด้านราคาของการ ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวโดยไม่คำนึงถึงคุณภาพการให้บริการการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ อย่างมากเกินไปเกินกว่าการฟื้นตัวของธรรมชาติ สภาพความเป็นอยู่ของชุมชนเมือง ซึ่งเข้ามา แทนที่ชุมชนดั้งเดิม เกิดความแตกแยกในสังคมและการสูญหายไปของขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ประชาชนที่อยู่อาศัยดั้งเดิมในพื้นที่ไม่สามารถปรับตัวได้ส่งผลกระทบต่อ แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยจำแนกในแต่ละด้าน ได้ดังนี้ (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, 2560, สื่อบนออนไลน์)

ผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรมของอำเภอหัวหินนั้น ประการแรกที่ได้เห็นได้ชัดเจน คือลักษณะการดำรงชีวิตของชนพื้นถิ่นเปลี่ยนไป เช่น การใช้สินค้าเลียนแบบผู้มีฐานะที่เข้ามา ท่องเที่ยวในพื้นที่ การย้ายถิ่นฐานออกนอกพื้นที่ของชนพื้นถิ่น และการย้ายเข้ามาของชนต่างถิ่น ทำให้วัฒนธรรมพื้นถิ่นบางอย่างสูญหายไปเนื่องจากมีประชากรแฝงเข้ามาพักอาศัยเป็นจำนวน

มากเพื่อประกอบอาชีพ ซึ่งประชากรแฝงดังกล่าวเข้ามาทำให้เกิดค่านิยมในการหาคู่เป็นชาวต่างชาติ ซึ่งขณะนี้แทบจะเป็นจารีตให้ในสังคมไทยไปเสียแล้วในการหาคู่เป็นชาวต่างชาติ หากค่านิยมนี้ไม่ถูกเปลี่ยนแปลงความเข้มแข็งทางชนชาติจะหมดไปโดยปริยายอย่างแน่นอน สุดท้ายคือการสับสนทางวัฒนธรรม และการเลียนแบบทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจทำให้ในอนาคตสูญเสียวัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามของประเทศ และถิ่นฐานลงได้

ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมของอำเภอหัวหิน เนื่องจากการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วจากการที่มีนักลงทุนรายใหญ่เข้ามาทำธุรกิจในพื้นที่อำเภอหัวหินจำนวนมาก ก่อให้เกิดสถานประกอบการในด้านต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ทั้งโรงแรม บ้านพักอาศัย คอนโดมิเนียม ร้านอาหาร สวนน้ำ สวนสนุก ห้างสรรพสินค้า ขนส่งมวลชน ซึ่งทำให้เกิดการขยายตัวของชุมชนอย่างรวดเร็วเช่นกัน ส่งผลให้เกิดการรุกล้ำพื้นที่ทางธรรมชาติเกิดการสูญเสียทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างแสนสาหัส เกิดปัญหาในการกำจัดขยะมูลฝอยที่มีจำนวนมากขึ้น และสุดท้ายเกิดการขาดแคลนน้ำในการอุปโภคบริโภค เนื่องจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของสถานประกอบการทำให้ไม่สามารถหาแหล่งน้ำสำรองที่เพียงพอในช่วงเวลาอันสั้น และสุดท้ายปัญหานักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแล้วรู้เท่าไม่ถึงการณ์ทำให้สภาพป่าลำธาร น้ำตกเกิดความทรุดโทรม

ผลกระทบด้านการเมือง และกฎหมาย จากการเกิดอาชญากรรมต่าง ๆ เช่น การค้ายา การฆาตกรรม การลักลอบเข้าเมือง สิ่งเหล่านี้ทำให้ภาพลักษณ์ที่ดีของสถานตากอากาศหัวหิน ถูกทำลาย และส่งผลให้เกิดการขาดความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาในอนาคต การคุ้มครอง การพิทักษ์สิทธิของนักท่องเที่ยวแม้เป็นคนต่างชาติเป็นสิ่งสำคัญแสดงถึงความยุติธรรม และความเท่าเทียมกัน

นอกจากนี้ยังมีปัญหาทางด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ไม่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาใช้บริการในช่วงฤดูการท่องเที่ยว เช่น การจราจรติดขัด ปัญหาการจ่ายน้ำประปา การกำจัดขยะมูลฝอย และระบบสาธารณสุขูปโภคด้านต่าง ๆ ไม่เพียงพอต่อความต้องการ รวมทั้งปัญหาเรื่องค่าครองชีพ ราคาสินค้าและบริการสูงไม่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและการบริการ การเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการบางราย ส่งผลเสียต่อผู้ประกอบการในประเภทเดียวกันและภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน ซึ่งปัญหาเหล่านี้ นับว่าเป็นอุปสรรคที่ทำให้เมืองหัวหินสูญเสียความเป็นเมืองเป้าหมาย ทั้งที่เมืองหัวหินเป็นเมืองที่มีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวที่สูงเมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น เพราะการลงทุนของผู้ประกอบการทำให้เกิดโอกาสทางการท่องเที่ยวจากการเพิ่มขึ้นของแหล่งท่องเที่ยว และเกิดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่สามารถท่องเที่ยวได้ในทุกฤดูกาล หากปัญหาเหล่านี้ไม่ได้รับการแก้ไข โอกาสทางการท่องเที่ยวและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองหัวหินก็จะสูญเปล่า

ด้วยเหตุผลเชิงประจักษ์ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดผลกระทบด้านต่าง ๆ มากมาย หากต้องการที่จะฟื้นฟู และพัฒนาให้หัวหินยังคงความศิวิไล มีมนต์ขลัง นำมาเยี่ยมชมเยื่อน นำมาพักผ่อน นาคิดถึง และเป็นแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายในใจของนักท่องเที่ยว จะต้องทำการเร่งวางแผน ยุทธศาสตร์เพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ โดยยังคงมีการรักษาสภาพแวดล้อมให้เกิดการสูญเสียน้อยที่สุด อีกทั้งยังไม่ทำให้กระทบต่อสภาพสังคม และวัฒนธรรม ของชนพื้นถิ่นอีกด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาแผนยุทธศาสตร์ในด้านต่าง ๆ เพื่อนำมาพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อให้ครอบคลุมทุกบริบทของการท่องเที่ยว และยังคงเป็นเมืองเป้าหมายของนักท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสืบไป เพื่อเป็นมรดกทางภูมิปัญญาแก่ชนรุ่นหลังต่อไป และยังเป็นต้นแบบในการพัฒนาให้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อหาแนวทางความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

คำถามในการวิจัย

1. แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นอย่างไร
2. แนวทางความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นอย่างไร
3. ยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นไปในทิศทางใด

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่

การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ในการศึกษา ได้แก่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งผู้วิจัยจะทำการศึกษาลำรวจทรัพยากรท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียงและนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว ได้แก่

1. ตำบลหัวหิน

1.1 เก็บข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ ตลาดโต้รุ่ง เพชรนิวาน ตลาดฉัตรไชย ตลาดซิเคด้า

1.2 เก็บข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ สถานีรถไฟหัวหิน

1.3 เก็บข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ หาดหัวหิน เขาตะเกียบ เขาไกรลาส

2. ตำบลหนองแก

2.1 เก็บข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ อุทยานราชภักดิ์

2.2 เก็บข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ หาดเขาเต่า หาดสวนสนประดิพัทธ์

3. ตำบลหินเหล็กไฟ

เก็บข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ เขาหินเหล็กไฟ

4. ตำบลทับใต้

เก็บข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ วัดห้วยมงคล

5. ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่

เก็บข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ น้ำตกป่าละอู

6. ตำบลหนองพลับ

เก็บข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ถ้ำดาว ถ้ำลับแล ถ้ำไก่อหล่ง

7. ตำบลบึงนคร

เก็บข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ น้ำตกแพรกตะคร้อ น้ำตกห้วยยาง ถ้ำกุ่ม

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดเนื้อหาโดยรวม ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชน

1.1 บริบทและสภาพปัจจุบันของ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.2 วิถีชีวิตความเป็นอยู่และภูมิปัญญาท้องถิ่น

1.3 การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

1.4 สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวและความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวของ

อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

- 1.5 ความพร้อมในการเข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. ข้อมูลเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ภาครัฐ นโยบาย และวัตถุประสงค์ในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวและนโยบายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
 - 2.1 การบริหารจัดการของหน่วยงานในการจัดการท่องเที่ยว
 - 2.2 ศักยภาพและความพร้อมของหน่วยงานในการจัดการท่องเที่ยว
3. ทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ของอำเภอหัวหิน ในด้านการท่องเที่ยวเพื่อนำมาวิเคราะห์หาแนวทางในการพัฒนาความพร้อมให้เป็นการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน
4. เสนอรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอำเภอหัวหิน โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของพื้นที่และแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว (Marketing Mix of Tourism)

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร เป็นกลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยจำแนกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

1. เชิงคุณภาพ
 - 1.1 หน่วยงานภาครัฐ คือ ผู้ที่มีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวและการวางแผนยุทธศาสตร์จังหวัด ได้แก่ ยุทธศาสตร์จังหวัด ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด วัฒนธรรมจังหวัด และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
 - 1.2 หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรม บริษัทนำเที่ยว ร้านอาหารของที่ระลึก ร้านอาหาร ธุรกิจขนส่งในอำเภอหัวหิน และผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว
 - 1.3 นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว
 - 1.4 เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ นายอำเภอเมืองหัวหิน นายกเทศมนตรีเมืองหัวหิน และองค์การบริหารส่วนตำบล
2. เชิงปริมาณ

นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. กลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ
 - 3.1 ผู้ให้ข้อมูลจำนวน 27 คน ได้แก่
 - 3.1.1 หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ยุทธศาสตร์จังหวัด ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด วัฒนธรรมจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 4 คน

3.1.2 หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม บริษัทนำเที่ยว ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร ธุรกิจขนส่ง และผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 12 คน

3.1.3 นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 3 คน

3.1.4 เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นายอำเภอเมืองหัวหิน นายกเทศมนตรีเมืองหัวหิน และองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 8 คน

3.2 กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ ได้แก่

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 296 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 104 คน

นิยามศัพท์เฉพาะ

ยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนา หมายถึง กระบวนการวางแผนแบบมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนโดยให้ความสำคัญกับการมองไปอนาคต มีการวางแผนกำหนดทิศทางไว้ล่วงหน้าโดยจะต้องเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ภายใต้การพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการที่ระดมทรัพยากรมาใช้และพิจารณาถึงทางเลือกต่าง ๆ อย่างรอบคอบ เพื่อให้ภารกิจต่าง ๆ บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการพัฒนา อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีการจัดการเพื่อเอื้อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจมีการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น ขณะเดียวกันต้องอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ควบคู่กันไปด้วย

การมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการให้บุคคลเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ตัดสินใจ แก้ไขปัญหาด้วยตนเอง เน้นการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องอย่างแข็งขันของบุคคล แก้ไขปัญหาร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสมและสนับสนุน ติดตามการปฏิบัติงานขององค์การและบุคคลที่เกี่ยวข้องในการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

เมืองเป้าหมาย หมายถึง พื้นที่ทางกายภาพที่ซึ่งนักท่องเที่ยวพักค้างคืนอย่างน้อยหนึ่งคืน รวมทั้งมีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว และบริการสนับสนุนตลอดจนทรัพยากรการท่องเที่ยวต่าง ๆ และเป็นเมืองที่ผู้คนอยากมาเที่ยว เมืองที่นักลงทุนอยากมาลงทุน เป็นเมืองที่ผู้คนอยากมาอยู่อาศัย เป็นเมืองที่อยากอยู่หลังเกษียณ เป็นเมืองที่ต้องการมาพักผ่อน

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว หมายถึง การจะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจะต้องเข้าถึงองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 6 A's ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary service) ที่พักแรมในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) และกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)

ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ความรู้สึกชอบ พอใจ หรือประทับใจของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาดในธุรกิจบริการ ประกอบด้วยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product) ความพึงพอใจด้านราคา (Price) ความพึงพอใจต่อทำเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว (Place) ความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ความพึงพอใจต่อบุคคลและพนักงาน (People) ความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident) และความพึงพอใจต่อกระบวนการให้บริการ (Process) การได้มาเที่ยวและสัมผัส ณ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย

1. นำองค์ความรู้จากผลงานวิจัยนี้ไปเป็นต้นแบบในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้กับพื้นที่อื่น ๆ ที่มีลักษณะความโดดเด่นทางการท่องเที่ยวเช่นเดียวกับพื้นที่ของอำเภอหัวหิน
2. ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว สามารถนำผลที่ได้มาวางแผนในการพัฒนารูปแบบสินค้าให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม
3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนจังหวัด และองค์การบริหารส่วนตำบล สามารถนำแผนนี้ไปบูรณาการกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด เพื่อวางแผนพัฒนางบประมาณได้อย่างครอบคลุมเหมาะสม
4. ชุมชนได้รับรู้ถึงบริบทพื้นที่ของตนเอง และสามารถนำแผนนี้ไปใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า แนวคิดและทฤษฎีจากเอกสาร รวมทั้งผลงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. การบริหารเมืองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย
 - 1.1 แนวทางการจัดการเพื่อเมืองแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย
 - 1.2 แนวทางการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวบนพื้นฐานของทรัพยากร
2. แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
 - 3.1 ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
 - 3.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
 - 3.3 หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
4. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว
 - 4.1 ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยว
 - 4.2 ความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยว
 - 4.3 การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
5. แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT
 - 5.1 การวิเคราะห์ SWOT Analysis
 - 5.2 การวิเคราะห์ TOWS Analysis
6. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์
 - 6.1 ความหมายยุทธศาสตร์
 - 6.2 ความสำคัญของแผนยุทธศาสตร์
7. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยว Marketing of Tourism
 - 7.1 ความหมายของการตลาดการท่องเที่ยว
 - 7.2 ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว
 - 7.3 องค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด (7P's)
8. แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ
9. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

- 9.1 ความหมายและความสำคัญของพฤติกรรม
- 9.2 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- 9.3 รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
10. ทฤษฎีการมีส่วนร่วม
 - 10.1 ขั้นตอนการมีส่วนร่วม
 - 10.2 ระดับของการมีส่วนร่วม
11. บริบทพื้นที่อำเภอหัวหิน
12. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การบริหารเมืองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย (Destination Management)

แนวทางการจัดการเพื่อเมืองแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย (Destination Management)

คำว่าเมืองเป้าหมาย หมายถึง เป็นเมืองที่คนอยากมาเที่ยว เป็นเมืองที่นักลงทุนอยากมาลงทุน เป็นเมืองที่ผู้คนอยากมาอยู่อาศัย เป็นเมืองที่อยากอยู่หลังจากเกษียณ เป็นเมืองที่ต้องการมาพักผ่อน Kotler, Bowen and Makens (2010) ได้ให้แนวทางในการทำให้สถานที่เป็นเมืองเป้าหมายสำหรับการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. เป็นเมืองที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย
2. ต้องมีโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวอย่างสะดวกสบาย และมีคุณภาพ
3. จะต้องเป็นเมืองที่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินทั้งด้านการเมืองภัยธรรมชาติและอาชญากรรม
4. ต้องเป็นเมืองที่มีสภาพแวดล้อมที่ดี
5. ต้องมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกรังสรรค์ขึ้นมา
6. ต้องมีกิจกรรมพิเศษในวาระต่าง ๆ ทั้งงานเทศกาล และงานนักชัตฤกษ์ที่เป็นที่น่าสนใจ
7. ต้องเป็นเมืองที่มีภาพลักษณ์ดีทั้งทางด้านการบริการและการเป็นมิตรของประชาชนผู้เป็นเจ้าของ
8. ต้องเป็นเมืองที่เข้าถึงได้ง่ายมีความสะดวกในการเดินทาง
9. ต้องเป็นเมืองที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งที่พัก อาหาร และการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

เมืองใดที่มีลักษณะเหล่านี้ครบถ้วนก็จะต้องมีการจัดการตลาดที่ดีที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวยังสถานที่ดังกล่าว โดยจะต้องมีหลักการตามที่ปรากฏในเอกสาร

ประกอบการบรรยาย เรื่อง “แม่สอด: เมืองเป้าหมาย” ของเสวี วงษ์มณฑา (2558) ดังต่อไปนี้

1. ส่งเสริมการตลาด MICE กล่าวคือ
 - 1.1 เป็นเมืองที่ต้องการมาจัดประชุม (Meeting)
 - 1.2 เป็นเมืองที่ใช้เป็นรางวัลให้นักขาย (Incentives)
 - 1.3 เป็นเมืองที่อยากมาจัดสัมมนาใหญ่ประจำปี (Convention)
 - 1.4 เป็นเมืองที่อยากมาจัดนิทรรศการ (Exhibition) อยากมาจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น การแข่งขันกีฬา การประกวด (Event venues)
2. ต้องทำให้ผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายมองเมืองไทยเป็นเมืองที่มาใช้จ่ายแล้วคุ้ม (Value for money) ด้วยการดูแลอัตราแลกเปลี่ยนและค่าครองชีพไม่ให้สูงเกินไป
3. ต้องมีแนวทางการตลาดที่จะสร้างภาพลักษณ์ และชื่อเสียงให้ประเทศไทยเป็นเมืองที่น่ามาท่องเที่ยว
4. ต้องทำให้สถานที่เป็นเมืองที่เป็น Macro Destination คือ เมืองและสถานที่ท่องเที่ยวมากมายหลากหลายรูปแบบ
 - 4.1 มีที่ท่องเที่ยวหลากหลายแห่ง
 - 4.2 มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายแบบ
 - 4.3 มีประเภทการท่องเที่ยวที่หลากหลาย
 - 4.3.1 การท่องเที่ยวเชิงศาสนา
 - 4.3.2 การท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติ
 - 4.3.3 การท่องเที่ยวเพื่อชมสวนเกษตร
 - 4.3.4 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
 - 4.3.5 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
 - 4.3.6 การท่องเที่ยวเพื่อกินอาหาร
 - 4.3.7 การท่องเที่ยวเพื่อซื้อของ
 - 4.3.8 การท่องเที่ยวทางการแพทย์ การท่องเที่ยวเชิงศาสนา
5. การเป็นสถานที่เหมาะสมสำหรับตลาด MICE
6. ปัจจัยสำคัญสำหรับความสำเร็จมีดังนี้
 - 6.1 ความมั่นคงทางการเมืองที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจ
 - 6.2 ความร่วมมือกันระหว่างธุรกิจต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
 - 6.3 การส่งเสริมการตลาดที่เข้มข้นในการสร้างภาพลักษณ์ และชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว
 - 6.4 ความโดดเด่นทางด้านวัฒนธรรมที่น่าสนใจ

- 6.5 การสร้าง Brand และการกำหนดจุดยืนที่ชัดเจนของสถานที่
- 6.6 การใช้ตำนาน และเรื่องราวประกอบแหล่งท่องเที่ยวให้มีเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่อยากเข้าไปเยี่ยมชม
- 6.7 การบริการระดับมาตรฐาน World-Class ทั้งภาครัฐ และเอกชน
- 6.8 ความเป็นเจ้าบ้านที่ดีของประชาชน
- 6.9 การมียุทธศาสตร์ทางธุรกิจที่ดีของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว รวมทั้งการทำธุรกิจที่มีจริยธรรม มีความซื่อสัตย์
- 6.10 การสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว
- 6.11 คุณภาพของสิ่งแวดล้อม
- 6.12 ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ และเอกชน ตลอดจนการทำงานร่วมกันแบบบูรณาการของภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว
- 6.13 การรักษาเอกลักษณ์ที่เป็นของแท้สำหรับกิจกรรมทางด้านวัฒนธรรม
- 6.14 โครงสร้างพื้นฐาน และระบบคมนาคมขนส่งภายในพื้นที่
- 6.15 นโยบายของรัฐบาลที่ให้ความสำคัญกับการใช้การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่

การทำเมืองใดเมืองหนึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมาย ถือได้ว่าเป็นความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของเมืองนั้น ๆ และการจะทำให้เมืองใดเมืองหนึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมาย ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism resources) ของเมืองนั้นเป็นอย่างดี แนวทางในการสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวมีหลักการดังที่จะได้กล่าวต่อไป

แนวทางการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวบนพื้นฐานของทรัพยากร (Resource based Tourism)

เสรี วงษ์มณฑา (2556) อธิบายแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของทรัพยากรของสถานที่ไว้ดังนี้

1. ต้องสำรวจก่อนว่าเรามีทรัพยากร (resources) เพื่อการท่องเที่ยวอะไรบ้างอาจจะใช้ FACT Paradigm เป็นคำอธิบายทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ดังนี้

1.1 F: Food อาหาร

1.1.1 Features แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ภูเขา ทะเล ชายหาด

1.1.2 Fairs งานมหกรรมต่าง ๆ

1.1.3 Festivals งานเทศกาลต่าง ๆ

- 1.1.4 Farms แหล่งท่องเที่ยวทางด้านเกษตรกรรม
- 1.1.5 Facilities สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทั้งโครงสร้างพื้นฐาน และการคมนาคม
- 1.1.6 Friendliness ความเป็นมิตรของคนไทยที่เป็นเจ้าบ้าน
- 1.1.7 Faith กิจกรรมและสถานที่ตามความเชื่อทางด้านศาสนา
- 1.2 A: Activities กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมได้
 - 1.2.1 Architecture สถาปัตยกรรม ตึก อาคารที่สวยงาม
 - 1.2.2 Arts งานศิลปะต่าง ๆ
 - 1.2.3 Aesthetics ผลงานแห่งสุนทรีย์ ได้แก่ งานหัตถกรรมต่าง ๆ สินค้าที่ระลึก
- 1.3 C: Culture วัฒนธรรม
 - 1.3.1 Communities ชุมชนที่มีรูปแบบในการดำเนินชีวิตพิเศษ
 - 1.3.2 Ceremonies พิธีกรรมต่าง ๆ ที่มีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ
 - 1.3.3 Contests งานประกวดประจำปี
 - 1.3.4 Competitions การแข่งขันประจำปี
 - 1.3.5 Communication เส้นเดินทางพิเศษ
- 1.4 T: Thainess ความเป็นไทย
 - 1.4.1 Temple วัดต่าง ๆ
 - 1.4.2 Theaters สถานที่ที่มีการแสดงสำหรับนักท่องเที่ยว
- 2. จะต้องใช้แนวทางการจัดการเพื่อที่จะใช้ทรัพยากรที่มีในการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวของสถานที่โดยทำสิ่งต่อไปนี้
 - 2.1 Leverage ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ในการทำการตลาดการท่องเที่ยว
 - 2.2 Develop พัฒนาทรัพยากรที่มีอยู่ให้มีความพร้อมสำหรับเป็นแหล่งท่องเที่ยว
 - 2.3 Upgrade ทำให้สิ่งที่มีอยู่ให้ดีขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
 - 2.4 Communicate สื่อสารให้คนรับรู้และชื่นชม ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่
 - 2.5 Differentiate ชี้ให้นักท่องเที่ยวเห็นความแตกต่างของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่
 - 2.6 Image building สร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงให้กับทรัพยากรการท่องเที่ยว
 - 2.7 Sustain รักษาความยั่งยืนของทรัพยากรการท่องเที่ยว
- 3. ปัจจัยของความสำเร็จประกอบด้วยการกระทำดังต่อไปนี้
 - 3.1 Discovery ต้องเข้าใจความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
 - 3.2 Develop ต้องพัฒนาทรัพยากรที่มีอยู่ให้มีคุณสมบัติ และจุดเด่นตรงตามความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย

3.3 Delivery ต้องการมีบริการที่ดีในการนำเสนอทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวที่เรา
มีอยู่

3.4 Discipline ต้องมีวินัยในการดำเนินงาน มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจน และทุกภาคส่วน
ที่มีความเกี่ยวข้องต้องปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ที่วางไว้

3.5 Dedication ทุกภาคส่วนทำงานด้วยความอุทิศทุ่มเท มองอุตสาหกรรม
การท่องเที่ยวเป็นจักรกลสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

กล่าวคือลักษณะเมืองเป้าหมายนั้นจะต้องเป็นเมืองที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย
มีการคมนาคมที่สะดวกสบาย มีกิจกรรมเทศกาลพิเศษในโอกาสต่าง ๆ สามารถเดินทางเข้าถึง
ได้ง่าย ตลอดจนสิ่งแวดล้อมความสะอาดที่พัก ร้านอาหารมากมาย และทำให้คนอยากมาเที่ยว
มาลงทุนทำธุรกิจมากที่สุด

จากแนวคิดของนักวิชาการ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและหลักการของการบริหารเมืองให้เป็น
แหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย มาใช้ในการสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน
เพื่อให้อำเภอหัวหินยังคงเป็นเมืองเป้าหมาย

แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

พิจารณาถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวจะพบว่า การท่องเที่ยวต้องอาศัย
องค์ประกอบต่าง ๆ ร่วมกันหลายปัจจัย จึงส่งผลให้การท่องเที่ยวนั้นประสบความสำเร็จ
สร้างความประทับใจและผลกำไรได้ คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการผสมผสานกัน
ระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประสบการณ์ และการนำเสนอทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้
อื่น ๆ แก่ผู้บริโภค สิ่งสำคัญคือแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเยี่ยมชม
หรือพักอาศัย Pike, Steven D. (2008) สอดคล้องกับแนวความคิดของ Buhalis (2000) ที่ได้
กล่าวไว้ว่า ความหมายขององค์ประกอบการท่องเที่ยวประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ หรือ 6 A's
ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยว
ที่มนุษย์สร้างขึ้น สถาปัตยกรรมและการจัดกิจกรรมพิเศษ
2. การเข้าถึง (Accessibility) คือ ระบบคมนาคม สถานีขนส่งผู้โดยสาร และยานพาหนะ
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ ที่พัก การจัดเลี้ยงและการบริการท่องเที่ยว
4. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available packages) คือ โปรแกรมการท่องเที่ยวที่
ถูกเตรียมไว้โดยคนกลางระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่กับเจ้าบ้าน
5. กิจกรรม (Activities) คือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่

6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary service) ได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล ไพร่ชนีย์ และการโทรคมนาคม

เช่นเดียวกับ Dickman (1996) และ Middleton (1994) เห็นสอดคล้องกันว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เนื่องจากสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวได้และได้แบ่งองค์ประกอบการท่องเที่ยวออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) คือ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยหลักต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อของนักท่องเที่ยวและมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเกิดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทาง Middleton (1994) สิ่งดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ อาจมีความแตกต่างกัน แต่โดยรวมสิ่งดึงดูดใจ สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural Attractions) สถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built Attractions) สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Attractions) และสถานที่ท่องเที่ยวเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social Attractions)

2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การคมนาคมขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย โดยทั้ง 3 ทาง คือ ทางบกมีถนนที่พาหนะต่าง ๆ ผ่านเข้าออกได้สะดวกหรือมีบริการรถไฟ ทางน้ำมีท่าเทียบเรือ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทางอากาศมีท่าอากาศยานที่ทันสมัยมีสายการบินมาลงมาก พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร มีการผ่อนผันคนโดยสารระเบียบพิธีการเข้าเมืองให้สะดวก รวดเร็ว นอกจากนี้ยังรวมถึงการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) สถานที่ท่องเที่ยวควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกและให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร สถานที่ ออกกำลังกาย สถานที่บันเทิง ห้างสรรพสินค้า ตลอดจนมีบริการให้ข่าวสาร บริการขนส่งโดยเฉพาะสำหรับบุคคลที่มีจุดประสงค์การเดินทางเพื่อธุรกิจ การคมนาคมที่สะดวกนับได้ว่าสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งบริการต่าง ๆ นี้ นำมาซึ่งการอำนวยความสะดวก และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว

4. การจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด (Available packages) สถานที่ท่องเที่ยวมีการให้บริการเป็นชุด โดยในแพ็คเกจหนึ่ง ๆ จะประกอบไปด้วยการบริการหลายอย่าง เช่น ที่พัก การขนส่ง อาหาร เป็นต้น ซึ่งจะมีค่าบริการถูกกว่าในกรณีที่แยกใช้บริการทีละอย่าง โดยจะดึงดูดใจให้ลูกค้าเห็นความคุ้มค่า และเลือกใช้บริการมากกว่าจะเลือกใช้บริการเพียงอย่างเดียวหนึ่ง ลักษณะของแพ็คเกจนั้นอาจจะรวมทั้งแพ็คเกจที่นำเสนอในเมนูตลอดทั้งปีและแพ็คเกจ

ที่จัดขึ้นเฉพาะช่วง

5. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) สถานที่ท่องเที่ยวเที่ยวมีกิจกรรมที่หลากหลายที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ และนักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวระหว่างที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก

6. การบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ (Ancillary service) บริการการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ เช่น ธนาคาร ไปรษณีย์ โรงพยาบาล สถานที่ให้บริการโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต เป็นสิ่งสำคัญที่ประการหนึ่งที่จะสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานที่รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยวจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงให้กับนักท่องเที่ยว

Pelasol (2012) ได้กล่าวว่า การที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวนั้นจะต้องเข้าถึงพื้นที่นั้น ๆ และควรคำนึงถึงองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ 6 ประการ ได้แก่ ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) ที่พัก (Accommodation) และกิจกรรม (Activities)

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาโดยภาพรวมองค์ประกอบของการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์สามารถสรุปได้ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) จะเห็นได้ว่าอำเภอหัวหิน เป็นพื้นที่มีแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก มีการท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (natural based tourism) การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) และการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) เป็นพื้นที่มีศักยภาพในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี

2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) โดยในแง่ของการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก และยังมีระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่ง ทั้งทางบกที่มีรถโดยสารประเภทต่าง ๆ คอยให้บริการไปยังแหล่งท่องเที่ยว เช่น รถสองแถว รถสามล้อเครื่อง รถมอเตอร์ไซด์รับจ้าง หรือเป็นรถตู้โดยสาร รถโดยสารประจำทางปรับอากาศที่ให้บริการจากจังหวัดต่าง ๆ เพื่อเดินทางมายังอำเภอหัวหิน และยังมีเส้นทางรถไฟอีกหลายเส้นทางที่คอยให้บริการ ทางน้ำมีท่าเรือเฟอร์รี่จากพัทยาจังหวัดชลบุรีโดยเปิดให้บริการทุกวัน วันละ 1 รอบ ขึ้นที่ท่าเรือแหลมบาลีฮาย พัทยามายังท่าเรือเขาตะเกียบอำเภอหัวหิน และทางอากาศมีท่าอากาศยานหัวหินให้บริการโดยมีสายการบินแอร์เอเชียที่ทำการบินตรงระหว่างท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิประเทศไทยมาเลเซียไปยังท่าอากาศยานหัวหิน

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อำเภอหัวหิน

ถือได้ว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีทั้งร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวไว้บริการข้อมูล สำหรับนักท่องเที่ยว

4. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว มีการให้บริการในด้านต่าง ๆ เช่น ธนาคาร สถานที่แลกเปลี่ยนเงินตรา สถานีบริการน้ำมัน ร้านขายของที่ระลึก รวมทั้งการให้บริการรถเช่าต่าง ๆ

5. ที่พัก (Accommodation) อำเภอหัวหินมีที่พักจำนวนมากและหลากหลายประเภท โรงแรม รีสอร์ทไว้ให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ ราคาตั้งแต่ธรรมดาถึงสูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับอำเภออื่นในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หรือ จังหวัดใกล้เคียง

6. กิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว (Activities) อำเภอหัวหินมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยมีกิจกรรมตามเทศกาลต่าง ๆ ประเพณี การแข่งขันกีฬาระดับโลกหลายรายการ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว

จากแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้นำเอาองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (6As) ของ J. Pelasol ได้แก่ 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 2) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) 5) การมีที่พักแรมเพื่อการรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) และ 6) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แนวความคิดของการเดินทางท่องเที่ยวในปัจจุบัน นอกจากความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐกิจ และสังคมแล้ว นักท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งวัฒนธรรมที่แตกต่างที่เปลี่ยนแปลงในชุมชนซึ่งอาจทำให้รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จึงทำให้เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ขึ้นมา จากกระแสอนุรักษ์และความต้องการที่จะคืนสภาพความสมบูรณ์ธรรมชาติ พร้อมกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว นักพัฒนาการท่องเที่ยวจากองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) และสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (Pacific Asia Travel Association: PATA) ได้มีการคิดรูปแบบการบริการที่มีความสอดคล้องกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวในแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) โดยใช้หลักแนวคิดการ พัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนตามแผนปฏิบัติการ 21 หรือ Agenda 21 ที่มีส่วนผลักดันให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนซึ่งมีความหมายรวมถึงการพัฒนาที่มุ่ง

พัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในขณะเดียวกันชุมชนก็มีส่วนร่วม และได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมกัน

ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากที่ประชุม Earth Summit ที่กรุงริโอเดอจาเนโร ประเทศบราซิล เมื่อปี พ.ศ. 2535 เพื่อกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ไว้ว่า หมายถึง การท่องเที่ยวที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะจุดประสงค์ ปลายทางจะเป็นที่ใด หรือจะเป็นกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กทั้งในเมืองและชนบท (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548ก, หน้า 6)

องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) ได้กำหนดหลักการของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ตั้งแต่ พ.ศ. 2531 ว่าลักษณะของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้น “ได้รับการคาดหมายให้นำไปสู่การจัดการทรัพยากรทั้งหมด ด้วยวิถีทางที่ตอบสนองต่อความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียะใน ขณะเดียวกันก็คงไว้ซึ่งบูรณภาพทางวัฒนธรรม กระบวนการทางนิเวศวิทยาที่จำเป็น ความหลากหลาย ทางชีวภาพ และระบบต่าง ๆ ที่เอื้อต่อชีวิต” เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2539) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายที่สำคัญในการพัฒนาแบบยั่งยืนต้องคำนึงถึงธรรมชาติ ชุมชน และขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยว โดยให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมด้วย

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นความสมดุลระหว่างสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งจะเน้นเฉพาะด้านเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียวไม่ได้แม้ว่าการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมเศรษฐกิจแต่ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึงการเพิ่มประสิทธิภาพการพัฒนาอัตรการเจริญเติบโตที่สามารถจัดการกับข้อจำกัด ของสภาพแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ นอกจากนี้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ควรกระจายทั่วชุมชน โดยคำนึงถึงทรัพยากรทางธรรมชาติที่แต่ละชุมชนดูแล Choi and Sirakaya (2006)

การพัฒนาที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของ ท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและรักษา เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสโลกที่เปลี่ยนไปโดยมี ขอบเขตการพัฒนาที่ครอบคลุมทุกส่วนของการท่องเที่ยว ดังนี้ (กฤติยา จักรสาร, 2545)

1. กิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องดำรงอยู่ได้
2. มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนอย่างสม่ำเสมอ
3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจไม่เสื่อมคลาย
4. กิจกรรมการบริการมีกำไร แม้ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอ

ต้องไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม

จุลสารเพื่อการเผยแพร่พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (2548) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน คือ การบริหารการท่องเที่ยวได้มีการพัฒนาในทุก ๆ ด้านที่เกี่ยวข้อง มีการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมได้อย่างสมบูรณ์และเกิดประโยชน์สูงสุดโดยไม่ทำให้เกิดผลกระทบต่อวัฒนธรรมของท้องถิ่นและเอกลักษณ์ของธรรมชาติ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ให้ความหมายไว้ว่า “การท่องเที่ยวแบบกลุ่มที่มีกระบวนการจัดการที่ดีและสามารถดูแล รักษาทรัพยากรเหล่านั้นไม่ให้เสื่อมโทรม โดยการให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการ โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือน และมีผลกระทบต่อธรรมชาติให้น้อยที่สุดหรือไม่มีเลย”

สรุปว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่น มีการปกป้อง และรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศไว้เพื่ออนุชนรุ่นหลังต่อไป (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542; พจนา สนวนศรี, 2539; ภาวเดช พยัฆวิเชียร, 2538) ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ (Economics Sustainability)

1.1 การเติบโตของเศรษฐกิจจะต้องมีการบริหารจัดการที่ดี หากมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วจะทำให้การรองรับนักท่องเที่ยวไม่เพียงพอ เช่น ระบบโครงสร้างพื้นฐาน การให้บริการ แรงงาน ซึ่งอาจทำให้นักท่องเที่ยวไม่พอใจ และไม่อยากเดินทางมาเที่ยวอีก

1.2 การที่ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเติบโตเป็นอย่างมาก ทำให้คนสนใจมาประกอบอาชีพเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เช่น มัคคุเทศก์ บริษัทนำเที่ยว

1.3 การเจริญเติบโตทางการท่องเที่ยวต้องอาศัยแรงงานที่มีประสิทธิภาพและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านจึงทำให้เกิดการรั่วไหลของประชากรที่อาจจะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจได้

2. ความยั่งยืนทางด้านสังคม (Social Sustainability)

2.1 การที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้าท่องเที่ยวกันอย่างรวดเร็ว ทำให้ท้องถิ่นอาจจะสูญเสียเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้

2.2 การใช้ชีวิตที่หรูหรา การใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีกำลังสูงกว่าคนในท้องถิ่นทะลักเข้าสู่ชุมชนหนึ่ง ๆ อาจกลายเป็นแรงจูงใจให้คนในท้องถิ่นหลงใหลมัวเมาต่อทรัพย์สินเงินทองอาจทำให้เกิดปัญหาสังคมติดตามมา

2.3 ปัญหาเสเพลติด อาชีพขายบริการ การละทิ้งคุณค่าทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น อาจนำไปสู่ความล่มสลายทางโครงสร้างวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน

3. ความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Sustainability)

3.1 การพัฒนาของการท่องเที่ยวที่ขาดการควบคุม จนกลายเป็นการทำลายสิ่งแวดล้อมได้ เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวที่มากเกินไป ทำให้เกิดความแออัด ความสกปรก เป็นต้น

3.2 การเร่งรัดพัฒนาโดยใช้เทคนิคก่อสร้างที่ไม่เหมาะสม ทำให้เกิดการพังทลายอย่างถาวรของหน้าดิน หาดทราย ชายทะเล การสูญเสียสภาพภูมิทัศน์

3.3 การก่อสร้างอาคารหรือสิ่งก่อสร้างในตำแหน่งที่ผิดพลาด อาจทำให้วงจรทางธรรมชาติเกิดความแปรปรวน

3.4 การเก็บเอาพันธุ์ไม้ไปจากพื้นที่ อาจทำลายระบบนิเวศวิทยาที่เปราะบางของพื้นที่บางแห่ง

3.5 กิจกรรมของนักท่องเที่ยวจำนวนมากทำให้เกิดปริมาณของเสียอย่างมหาศาล เช่น ของเสีย น้ำเสีย อาหารเหลือ ขยะ ฯลฯ ทำให้มลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างมากมาย

พิเศษ เจียจันทร์พงษ์ (2540, หน้า 3) ให้ความหมายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีได้ทำลายทรัพยากรท่องเที่ยวให้หมดเปลืองหรือหมดไป ยังคงเป็นทรัพยากรที่ดึงดูดใจให้มีการท่องเที่ยวได้อย่างไม่มีวันหมดสิ้น และจากการประชุม Globe 1990 ณ ประเทศแคนาดา ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า การที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่าง ๆ การท่องเที่ยวมีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และระบบนิเวศด้วย สอดคล้องกับ รำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2549, หน้า 3) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนว่า คือ การพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรมและสุนทรียภาพ โดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาด และรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้ด้วยการเกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์ได้ตลอดกาลยาวนานที่สุด

วคิน อิงคพัฒนากุล (2548) ให้ความหมายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่น โดยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว การรักษาสภาพแวดล้อม เพื่อให้การท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน สืบทอดความอุดมสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่ออนุชนในอนาคตจะได้ใช้ประโยชน์สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม รวมทั้ง สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และระบบนิเวศธรรมชาติไว้ได้

จิตต์กดี พุฒจรัส (2548) อ้างถึง องค์การรัฐแคริบเบียนตะวันออก (Eastern Caribbean States) ได้ให้คำจำกัดความว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การใช้ประโยชน์สูงสุด

ในทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อการพัฒนาประเทศโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเสมอภาค และการเลี้ยงดูตนเอง เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้มาเยือนและเป็นการปรับปรุงคุณภาพชีวิตโดยความร่วมมือของหลาย ๆ ฝ่ายทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติที่จะรองรับได้และการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชนชนบทธรรมเนียมประเพณีที่มีต่อกระบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งประชาชนทุกส่วนต้องได้รับผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคกัน รวมถึงมีการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ยังสามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และระบบนิเวศของท้องถิ่นนั้นไว้ได้ ดังนี้ 1) เป็นการท่องเที่ยวประเภททางธรรมชาติ ด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถานวัตถุ ประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรม 2) เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่า และความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว 3) เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม 4) เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม 5) เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และ 6) เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นและคืนประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นและคืนประโยชน์กลับสู่ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นด้วย

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542) ให้ความหมายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง เกิดผลดีต่อท้องถิ่นในด้านการสร้างเศรษฐกิจในชุมชนท้องถิ่นให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีสามารถพึ่งตนเองได้เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อประโยชน์อันยาวนานที่สุดโดยมีหลักการดังนี้

1. การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างพอดี (Using Resource Sustainability) คือ การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างฉลาดประหยัดโดยคำนึงถึงคุณค่าทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น

2. ลดการบริโภคและการใช้ทรัพยากรโดยไม่จำเป็น และลดอัตราของเสีย (Reducing Over-Consumption and Waste) มีการวางแผนการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพโดยเฉพาะการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่หายากการใช้สิ่งทดแทน รวมทั้ง การวางแผนการจัดการเกี่ยวกับของเสียและสิ่งปฏิกูล

3. ส่งเสริมคุณค่าของทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม (Maintaining Diversity) ให้เป็นที่ชื่นชมและแพร่หลายมากยิ่งขึ้น เช่น ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ ในแต่ละท้องถิ่นจัดรูปแบบหรือเส้นทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

4. ร่วมมือกับองค์กรอื่นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว (Integration Tourism into Planning)

เป็นการประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวนั้นเพื่อเพิ่มคุณค่าทางการท่องเที่ยว

5. ส่งเสริมกิจกรรมและพัฒนาเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่น (Supporting Local Economy) โดยการส่งเสริมทั้งทางด้านการประชาสัมพันธ์นโยบายเงินทุนกิจกรรมการฝึกอบรมการตลาด ฯลฯ

6. การพัฒนาบุคลากร (Training Staff) การฝึกอบรมวิธีปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น การฝึกอบรมเฉพาะด้านการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ยุวมัคคุเทศก์อบรมด้านวัฒนธรรม ด้านศิลปะพื้นเมือง ฯลฯ

7. จัดเตรียมข้อมูลหรือคู่มือด้านการท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibility) เป็นการบริการด้านการขายแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายยิ่งขึ้น เช่น หนังสือคู่มือต่าง ๆ แผนที่รูปภาพหรือแผ่นพับแนะนำสถานที่ต่าง ๆ

8. การประเมินผลหรือการวิจัย (Research) มีการประเมินผล ตรวจสอบผลดีผลเสียผลกระทบหรือมีการวิจัยด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ และนำผลมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้อง

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า องค์ประกอบหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถสรุปได้ 6 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาสถานที่อันเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว พร้อมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยว ให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมโดยมีการประเมินศักยภาพขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวด้วย

2. องค์ประกอบด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพเดิมหรือดีกว่าและป้องกันผลกระทบด้านลบจากการท่องเที่ยว โดยต้องมีการติดตามประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

3. องค์ประกอบด้านการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาธุรกิจด้านบริการอำนวยความสะดวกโดยตรงแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจ โดยมีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม

4. องค์ประกอบด้านการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาแสวงหานักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ซึ่งมีลักษณะเป็นคุณประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว

สิ่งแวดล้อมให้เข้ามาท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้ได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวตามที่เขาพึงพอใจ

5. องค์ประกอบด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น เป็นการพัฒนาในการสร้างโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวแห่งตนเอง และได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความหวงแหน และรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ตลอดไป องค์ประกอบด้านการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่ายโดยการให้ความรู้ และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ความสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสามารถนำมาเป็นกลยุทธ์สำคัญในการแก้ปัญหาและฟื้นฟูเศรษฐกิจ ของประเทศได้เนื่องจาก

1. รูปแบบของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก จึงทำให้มีรายได้หมุนเวียนในประเทศเป็นอย่างมาก ซึ่งถือเป็นการแก้ปัญหาดุลการค้าระหว่างประเทศที่มีประสิทธิภาพมาก

2. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนก่อให้เกิดการจ้างงานและเกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจขึ้นมากมาย เช่นการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว การบริการขนส่ง บริษัทนำเที่ยว ร้านอาหาร ธุรกิจโรงแรมที่พัก เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนก่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จะได้รับการปรับปรุงดูแลให้สะอาดสวยงามเพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวมากขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้ของคนในท้องถิ่น

4. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่าง ๆ แก่คนในท้องถิ่น เช่น ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ธุรกิจโรงแรมที่พัก การนำเที่ยว ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น

5. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทำให้มนุษย์มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเหลือเก็บไว้ใช้ได้ยาวนาน เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักจะมีจิตสำนึกในการรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม จึงไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ และชุมชนในท้องถิ่นก็ยังคงอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่นไว้ได้

หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) มีหลักการที่สอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ซึ่งเป็นกระแสความคิดหลักของโลกในช่วง 2 ทศวรรษ

ที่ผ่านมา และได้รับความสนับสนุนจากคณะกรรมการว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Commission on Sustainable Development) ขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งหลักการโดยทั่วไปของการพัฒนาอย่างยั่งยืน และต้องมีการอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอเหมาะเพื่อสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเหล่านั้นได้อย่างยั่งยืนยาวและมีการกระจายผลประโยชน์ให้แก่ชุมชนหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งมีการร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย เมื่อนำหลักการนี้มาปรับใช้กับการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนจึงมีจุดเน้นที่สำคัญ ดังนี้

1. จะต้องรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว ให้สามารถใช้ประโยชน์ต่อไปได้ในระยะเวลายาวนาน
2. ลดการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง และลดปริมาณของเสียที่จะเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม
3. มีการกระจายรายได้และผลประโยชน์ให้กับคนในท้องถิ่น ชุมชนเข้าร่วมในการจัดการ และให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
4. มีการประชุมปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องผู้ประกอบการท่องเที่ยวและชุมชนในท้องถิ่น เพื่อการวางแผนงาน การจัดสรรงบประมาณ และการจัดการทรัพยากรอย่างเหมาะสม
5. มีการสร้างเครือข่ายเพื่อเผยแพร่แนวคิด การศึกษางานวิจัย และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ออกไปในหมู่ประชาชนทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศอย่างกว้างขวาง

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีหลักการสำคัญอยู่ 4 ประการ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ คือ การท่องเที่ยวต้องสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น ขจัดความยากจนให้กับประชาชนในท้องถิ่น ทำให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น หรือเจ้าของกิจการของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องควรจะมีวิธีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปด้วย เช่น การจัดการบำบัดน้ำเสียของโรงแรม
2. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องสร้างความยั่งยืนทางสังคม คือ การท่องเที่ยวต้องสนับสนุนให้ประชาชนไม่ใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือยและอยู่ในขีดจำกัดของทรัพยากรนั้น ๆ ที่รองรับได้ อีกทั้งยังมีการส่งเสริมและพัฒนารูปแบบการนำของเสียกลับมาใช้อีกเพื่อเป็นการประหยัดและสร้างสมดุลให้กับธรรมชาติที่สามารถใช้ประโยชน์ได้ โดยจะต้องมั่นคงยาวนานและต้องนำไปสู่การกระจายผลประโยชน์ในสังคมอย่างเป็นธรรม
3. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องสร้างความยั่งยืนทางวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวจะต้องรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน เพื่อสร้างความภูมิใจแก่ชุมชนและไม่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ๆ ต่อชุมชน รวมทั้งเป็นการสืบทอดวัฒนธรรมอันดีกับคนรุ่นหลังต่อไป

4. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องสร้างความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม คือ การท่องเที่ยวต้องใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า มีการบำรุงรักษาหากใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวจนหมดสิ้นไป หรือใช้จนเสื่อมโทรม อาจไม่เหลือไว้ให้คนรุ่นหลังได้ใช้ประโยชน์

หลักของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนดังกล่าวมุ่งเน้นให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีขอบเขตของการพัฒนาในลักษณะต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวจะต้องสามารถดำรงอยู่ได้
2. มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่เสมอ
3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจ นำท่องเที่ยวอยู่ไม่เสื่อมคลาย
4. กิจกรรมการบริการมีกำไร แม้ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอ
5. จะต้องไม่มีผลกระทบหรือมีน้อยที่สุดที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม

หลักการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ของเซอร์ลี (Shirley, 1992)

1. อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี คือ ผู้ที่มีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องมีวิธีการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรจากธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีอยู่ให้เพียงพอ อีกทั้งต้องคำนึงถึงคุณค่าของทรัพยากรเหล่านั้นที่มีปัจจัยสำคัญ ประกอบด้วยการพัฒนานั้นต้องยังคงความเป็นเอกลักษณ์เดิมและเกิดผลกระทบน้อยที่สุด โดยการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านมาประยุกต์กับเทคโนโลยีใหม่ ๆ การใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม สามารถทำให้อุรกิจนั้นยืนยาวได้

2. ลดการบริโภคและการใช้ทรัพยากรที่เกินความจริงกับลดการก่อของเสีย ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องมีการวางแผนการใช้ทรัพยากรจากธรรมชาติอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพหรือใช้ทรัพยากรที่เหมือนกันมาทดแทนกันได้ เพื่อเป็นการลดการใช้ทรัพยากรที่อาจจะหมดสิ้นไป

3. รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมผู้รับผิดชอบการพัฒนาต้องมีการวางแผนที่สามารถขยายฐานการท่องเที่ยว โดยการรักษาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมไว้โดย

3.1 การเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

3.2 การเพิ่มมาตรฐานการบริการ

4. ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่ทำตามแผนที่วางไว้ จะต้องประสานงานให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาควบคู่กันด้วย

5. ใช้การท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจของท้องถิ่น ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องประสานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องส่งเสริมกิจกรรม

การท่องเที่ยวในท้องถิ่น เพื่อสรรหาทรัพยากรที่โดดเด่นของท้องถิ่นที่สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ได้

6. การมีส่วนร่วมและการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวควรร่วมทำงานกับท้องถิ่นแบบเป็นองค์รวม (Participation Approach) โดยเข้าร่วมทำในลักษณะหน่วยงานร่วมจัด เช่น ร่วมทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ หรือเป็นหน่วยงานร่วม ส่งเสริมการท่องเที่ยวนอกจากนั้นยังต้องประสานเครือข่ายระหว่างองค์กรและท้องถิ่น เพื่อยกระดับ คุณภาพของการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

7. ประชุมหารือกับผู้ที่เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกันอยู่เสมอเพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยว ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องประสานกับพหุภาคี ได้แก่

- 7.1 ชุมชนในพื้นที่
- 7.2 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- 7.3 กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว
- 7.4 สถาบันการศึกษา
- 7.5 สถาบันการศาสนา
- 7.6 หน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในพื้นที่

8. การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้โดยจัดให้มีการอบรม การส่งบุคลากรไปศึกษาดูงานการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบผลสำเร็จ เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ นำมาใช้ปฏิบัติงานมากขึ้น

9. จัดเตรียมข้อมูลหรือคู่มือบริการข่าวสารการท่องเที่ยวให้พร้อม ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้องจัดเตรียมเอกสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของสถานที่นั้น ๆ ให้พร้อม และเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือน เพื่อความสะดวกในการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือน หรืออาจจะทำให้อยู่ในรูปของสื่ออื่น ๆ เช่น แผ่นพับ คู่มือท่องเที่ยว หรือวีดีโอแนะนำ เป็นต้น

10. ประเมินผล ตรวจสอบ และวิจัย ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ จะต้องมีการประเมินผล การตรวจสอบผลกระทบ และการศึกษาวิจัยอย่างสม่ำเสมอ โดย

- 10.1 การสอบถามผู้ใช้บริการโดยตรง
- 10.2 การสอบถามความเห็นด้วยใบประเมินผล
- 10.3 การวิจัยตลาดการท่องเที่ยว

วรรณภา วงษ์วานิช (2546) กล่าวว่าหลักการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะมีผลดีต่อท้องถิ่นในด้านการสร้างเศรษฐกิจชุมชนมีการวางแผนด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และ

ประชาชนในท้องถิ่นมีคุณภาพชีวิตที่ดีสามารถพึ่งตนเองได้ เป็นการวางแผนพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อประโยชน์อันยาวนานที่สุด มีหลักการดังนี้

1. การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงคุณค่าทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น

2. ลดการบริโภคและการใช้ทรัพยากรโดยไม่จำเป็นและลดอัตราของเสีย มีการวางแผนการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่หายาก และการวางแผนการจัดของเสียและสิ่งปฏิกูล

3. ส่งเสริมคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมและวัฒนธรรม ให้เป็นที่ชื่นชมและแพร่หลายมากขึ้น

4. ร่วมมือกับองค์กรอื่น เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวและเพิ่มคุณค่าทางการท่องเที่ยว

5. ส่งเสริมกิจกรรมและพัฒนาเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมทางการประชาสัมพันธ์ นโยบาย เงินทุน กิจกรรม ฝึกอบรม การตลาด เป็นต้น

6. การพัฒนาบุคลากร การฝึกอบรม วิธีในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เช่น อบรมมัคคุเทศก์ อบรมด้านวัฒนธรรม ด้านศิลปะพื้นเมือง เป็นต้น

7. จัดเตรียมข้อมูลหรือคู่มือด้านการท่องเที่ยว เป็นการบริการด้านการขายอย่างหนึ่งแก่นักท่องเที่ยว

8. การประเมินผลหรือการวิจัย ตรวจสอบผลดี ผลเสีย ผลกระทบด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ และนำผลมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

อุษาวดี พูลพิพัฒน์ (2545) กล่าวถึง ลักษณะของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. เป็นการท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่อง หมายถึง ความต่อเนื่องของทรัพยากรธรรมชาติและ ความต่อเนื่องของวัฒนธรรมซึ่งจัดเป็นทรัพยากรหลักในการท่องเที่ยว และสามารถมอบประสบการณ์ันทนาการที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว

2. เป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ หมายถึง การเน้นคุณภาพของสามส่วนหลักคือ คุณภาพของสิ่งแวดล้อม คุณภาพของประสบการณ์ันทนาการที่นักท่องเที่ยวได้รับ และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีความสมดุล หมายถึง ความสมดุลระหว่างความต้องการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ความต้องการของชุมชนท้องถิ่นและขีดความสามารถของประชากร

South Australian Tourism Commission (2007) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับหลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่สัมพันธ์กับเศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมไว้ 12 ประการดังนี้

1. การท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการดำรงรักษาสภาพแวดล้อมไว้ให้สมบูรณ์ที่สุด
2. การท่องเที่ยวสนับสนุนการอนุรักษ์ธรรมชาติ ในขณะที่เดียวกันก็ได้ผลประโยชน์สูงสุดจากสภาพแวดล้อมเช่นกัน
3. สร้างความแตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ
4. สะท้อนถึงคุณค่าของชุมชน แสดงถึงคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของชุมชน
5. นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงจากพื้นที่
6. ทำความเข้าใจและกำหนดเป้าหมายทางการตลาด
7. เพิ่มพูนประสบการณ์แก่ผู้มาเยือน
8. เพิ่มคุณค่า และสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น
9. สามารถบอกเล่าเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่
10. สำนึกรักบ้านเกิด (sense of place by design) ผ่านการออกแบบ
11. ได้รับผลประโยชน์ร่วมกันทั้งนักท่องเที่ยวและประชาชนในชุมชน
12. ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและมีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยว

จากแนวคิดของนักวิชาการข้างต้น ผู้วิจัยสรุปการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีแนวคิดมุ่งเน้นให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมปรับสภาพการจัดการเพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ของกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงไป เปลี่ยนจากสังคมที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวให้เป็นสังคมที่มุ่งเน้นการให้ชุมชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีการบริหารจัดการร่วมกันโดยมีการพัฒนาไปพร้อม ๆ กัน 3 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยได้นำแนวคิดหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว

ความหมายการพัฒนาการท่องเที่ยว

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นแนวคิดที่ประกอบด้วยหลายมิติ (Multi-dimensional Concept) ทั้งการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน การเกษตรยั่งยืน พลังงานยั่งยืน สังคมยั่งยืน สังคมยั่งยืน และด้านเศรษฐกิจยั่งยืน ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นการศึกษาเพื่อทราบถึงการพัฒนาและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มี เพื่อจะได้มีทรัพยากรใช้ต่อไปในอนาคต รวมทั้งการเสริมสร้าง คุณภาพสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาต้องคำนึงถึงความเสี่ยงของสิ่งแวดล้อม และการป้องกันปัญหาความเสื่อมโทรมที่จะเกิดต่อสิ่งแวดล้อม

องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO, 2004 อ้างอิงใน สิริพรรณ สุพรรณพงศ์, 2549) ได้ให้คำอธิบายคำจำกัดความของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable tourism) ว่าการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะไม่ใช่เป็นเพียงแค่การท่องเที่ยวขนาดเล็กหรือการตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche tourism segments) หากการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องครอบคลุมถึงการตลาดโดยรวม หรือที่เรารู้จักกันในชื่อที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวแบบมวลชน” (Mass tourism) โดยทั่วไปการท่องเที่ยวหมายถึง การท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ของคนทั้งในรุ่นปัจจุบันดำรงอยู่ต่อไปในอนาคต ดังนั้น หลักการและแนวคิดที่สำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในคำจำกัดความของ WTO ประกอบด้วย 1) การท่องเที่ยวต้องตระหนักและใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพให้เหมาะสม และเกิดประโยชน์สูงสุด 2) การเคารพในสังคม วัฒนธรรม และประเพณีของประชาชนพื้นเมือง รวมไปถึงการรู้จักปรับตัวและเข้าใจถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรม และประเพณีของแต่ละชุมชน และ 3) การสร้างความเจริญมั่นคงทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรก่อให้เกิดการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและเข้าถึงแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว (tourism stakeholder) นอกจากนี้ ยังควรที่จะก่อให้เกิดการจ้างงาน และสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น รวมไปถึงการมีส่วนร่วมสำคัญในการช่วยลดความยากจนในท้องถิ่นด้วย

สุรเชษฎ์ เชษฐมาส (2539, หน้า 25-28) ให้ความเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่มุ่งทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป ในขณะที่เดียวกันก็ให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) จะมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับความรู้ความเข้าใจของผู้ที่เกี่ยวข้อง และยังได้กล่าวถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยว 4 ประการ ดังนี้ 1) มีจิตสำนึกหรือมีความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ได้แก่ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และชุมชนเจ้าของพื้นที่ 2) การมีผลกระทบในเชิงลบต่อสภาพแวดล้อม และทรัพยากรท่องเที่ยวน้อยหรือต่ำ ซึ่งเป็นไปในทางตรงกันข้ามกับการท่องเที่ยวแบบมวลชน 3) การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว และ 4) การกระจายรายได้สู่คนท้องถิ่นไม่ให้ผลประโยชน์ตกอยู่กับนายทุนหรือกลุ่มคนเพียงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ (2552, หน้า 92) กล่าวถึง แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสรุปไว้สั้น ๆ คือ 1) การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องอยู่ภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชนขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิต 2) ต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วม

ร่วมของประชาชน 3) ต้องมีการกระจายรายได้ อันเกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวไปสู่ประชาชนทุกส่วน และ 4) ต้องชี้้นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว นั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นการสนับสนุนให้มาตรฐานการบริโภคที่ไม่ฟุ่มเฟือย อยู่ในขอบเขตการรองรับของระบบนิเวศ คำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก และมีชุมชนเป็นรากฐานของการพัฒนา

ในการประชุม Globe'90 ณ ประเทศแคนาดา ได้ให้คำจำกัดความของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ว่าหมายถึง “การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่าง ๆ ไว้ให้อนุชนรุ่นหลัง การท่องเที่ยวที่มีความหมายถึง การจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และความงาม ทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย”

ยูวดี นิรันดร์ตระกูล (2538, หน้า 51) ให้ความหมายว่า “การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ใช้ทุนจากธรรมชาติอย่างประหยัด ให้ความมั่นคงยั่งยืน และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่”

ภราเดช พยัทธิเชียร (2539, หน้า 4-7) กล่าวถึงความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่า “การพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนนั้นจำเป็นต้องพิจารณาทางด้านสังคม เศรษฐศาสตร์ และสิ่งแวดล้อม ควบขนานกันไปตลอดในรูปแบบของการท่องเที่ยว นั้น เป็นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องยาวนาน โดยไม่ก่อให้เกิดความเสียหายเสื่อมโทรมต่อทรัพยากรนั้น ๆ”

นอกจากการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องให้ความสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจแล้ว ยังจะต้องคำนึงถึงความร่วมมือกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว (Tourism stakeholder) ทุกฝ่ายจะต้องสามารถรักษาความพึงพอใจสูงสุดของนักท่องเที่ยวดำเนินการในส่วนต่าง ๆ เพื่อนำไปปรับปรุงให้เกิดในความยั่งยืนต่อไปในอนาคต ปัจจัยสำคัญ 5 ประการ ในการนำมาพิจารณาเพื่อการกำหนดแนวทางในการพัฒนาที่ยั่งยืน ประกอบด้วย ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งที่เป็นสิ่งแวดล้อมที่กำหนดขึ้นมาเอง

1. ธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น แล้วสืบทอดกันต่อมา เช่น ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยว เป็นกลุ่มคนที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในฐานะผู้บริโภคทรัพยากรการท่องเที่ยว

2. ความต้องการ ที่ทำให้คนในแหล่งท่องเที่ยวและกลุ่มนักธุรกิจท่องเที่ยวต้องตอบสนอง ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทรัพยากรการท่องเที่ยว และก่อผลกระทบ ทั้งทางตรง

และทางอ้อมด้วยเหตุนี้ นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจึงจำเป็นต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว กลุ่มธุรกิจให้ความสำคัญกับธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

3. การเปลี่ยนแปลงทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวจนอาจละเลยผลกระทบด้านลบที่อาจจะเกิดขึ้น ถ้าจะให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน กลุ่มธุรกิจนี้จะต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และเป็นตัวกลางที่จะช่วยกลั่นกรองคุณภาพของนักท่องเที่ยว ชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวมีบทบาททั้งผู้ผลิตทรัพยากรการท่องเที่ยว เช่น วิถีชีวิตวัฒนธรรม

4. ประเพณีของคนในชุมชน ขณะเดียวกันในชุมชนเองมีบทบาทเป็นผู้ดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ที่ผ่านมามีคนในแหล่งท่องเที่ยวมักเป็นฝ่ายตั้งรับการท่องเที่ยวเข้ามา โดยคนในแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมองเห็นผลประโยชน์ในเชิงรายได้แต่อาจไม่ตระหนักและคาดการณ์ถึงผลกระทบที่เกิดตามมา นอกจากการตั้งรับกับทรัพยากรที่เปลี่ยนแปลงไปแล้ว คนในชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวกลับไม่ได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างยุติธรรม หรืออาจกล่าวได้ว่า คนในชุมชนได้ประโยชน์เพียงส่วนน้อยเมื่อเทียบกับผลกระทบที่เกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน จึงให้ความสำคัญกับเรื่องการกระจายผลประโยชน์ให้กับคนในท้องถิ่นอย่างเท่าเทียมกัน ความรักท้องถิ่นเป็นอีกปัจจัยหนึ่งอยู่ในหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กระบวนการเรียนรู้ในชุมชนจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งโดยเน้นการให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่มีส่วนช่วยอนุรักษ์วิถีชีวิตและทรัพยากรของชุมชน สร้างความภาคภูมิใจในท้องถิ่น ทำให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการกับทรัพยากรของตนเอง ซึ่งเป็นความสำคัญอย่างยิ่งที่คนในชุมชนจะต้องมีสิทธิ์เลือกได้ว่า ต้องการให้ทรัพยากรของตนเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือไม่ และควรมีรูปแบบเช่นไร นักวิชาการ และสถาบันการศึกษาได้เข้ามามีบทบาทในการเป็นหน่วยงานสนับสนุน

5. นำความรู้ในทางวิชาการหรือภูมิปัญญาสากลมาใช้ในการศึกษาค้นคว้าเพื่อยกระดับองค์ความรู้ท้องถิ่นที่เรียกว่า ภูมิปัญญาให้เป็นองค์ความรู้ที่เป็นสากลได้และยิ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวได้รับการศึกษาค้นคว้ามากเท่าใด คนในชุมชน นักท่องเที่ยวและกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวก็จะเห็นคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวเท่านั้น นอกจากบทบาทการเป็นผู้ศึกษาค้นคว้าแล้ว นักวิชาการอาจเข้าไปมีบทบาทในการเป็นวิทยากรช่วยประสานงาน และอำนวยความสะดวกแก่การพูดคุยกันของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวอันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยว

ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2545, หน้า 114) ให้ความหมาย การพัฒนาอย่างยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งใช้ทรัพยากรธรรมชาติ

อย่างฉลาด ถูกต้องตามหลักวิชาการ มีการบำรุงรักษา และใช้ในอัตราที่จะก่อให้เกิดการทดแทนได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อจะได้มีทรัพยากรใช้ต่อไปในอนาคต รวมทั้ง การเสริมสร้างคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของประชากร การพัฒนาต้องคำนึงถึงความเสี่ยงภัยของสิ่งแวดล้อม และการป้องกันปัญหาความเสื่อมโทรมที่จะเกิดต่อสิ่งแวดล้อมด้วย การพัฒนาที่ยั่งยืนควรมีองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการ คือ

1. ต้องมีทรัพยากรอุดมสมบูรณ์และคำนึงถึงผลกระทบในการใช้ทรัพยากรนั้น การใช้ทรัพยากรต้องมีการบำรุงรักษาและใช้ในขอบเขตที่ทรัพยากรนั้น ๆ จะคืนสู่สภาพปกติ
2. ชุมชนมีเศรษฐกิจที่มั่นคง การพัฒนาที่ยั่งยืนจะเกิดขึ้นเมื่อเศรษฐกิจดีอย่างต่อเนื่อง มีการสร้างรายได้แก่ชุมชนจะได้ไม่ออกไปขายแรงงานต่างถิ่น
3. ประชากรมีคุณภาพชีวิตที่ดี ส่งเสริมให้ประชากรอยู่ดีกินดี มีมาตรฐานการครองชีพที่ดีมีที่อยู่อาศัยที่ถูกสุขลักษณะปราศจากของเสีย

พระธรรมปิฎก (2551) กล่าวว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืนยังคงเน้นเป้าหมายทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมเข้ามาเป็นตัวควบคุมความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจนั้น คือ การพัฒนา (Development) ที่ควบคุมไปกับสิ่งแวดล้อม (Environment) โดยให้การพัฒนาหรือความเติบโตทางเศรษฐกิจนั้นอยู่ในภาวะที่สิ่งแวดล้อมรองรับไหวด้วย ทั้งนี้ยังกล่าวเพิ่มเติมว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนมีลักษณะเป็นการพัฒนาที่เป็นบูรณาการ (Integrated) คือทำให้เกิดเป็นองค์กรรวม (Holistic) หมายความว่า องค์ประกอบทั้งหลายที่เกี่ยวข้องจะต้องมาประสานกันครบองค์ และมีลักษณะอีกอย่างหนึ่งคือ มีดุลยภาพ (Balance) โดยมีการบูรณาการระหว่างภารกิจในการพิทักษ์รักษาทรัพยากรธรรมชาติ และภารกิจอีกอย่างหนึ่งคือ การแก้ไขกำจัดความยากจน เราก็ทำการพัฒนากันไปโดยที่ทั้งสองอย่างนี้ไปด้วยกัน และทำให้เกิดสภาพที่เรียกว่าความยั่งยืน ทั้งในระบบเศรษฐกิจ และสภาพแวดล้อมการคุ้มครองธรรมชาติแวดล้อมคู่กันไปการพัฒนา

ชนิษฐ์ อยู่เพชร (2555) ให้ความหมาย การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนว่า มีองค์ประกอบโดยทั่วไปหลายประการ และจากการพัฒนาการท่องเที่ยวดังกล่าวจำเป็นต้องใช้เวลา เงินทุน ตลอดจนความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเหล่านี้ล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนทั้งสิ้น การปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความมั่นคงยั่งยืนอย่างแท้จริงปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้แล้วกระบวนการในการดำเนินการเพื่อทำให้การพัฒนาดังกล่าวประสบความสำเร็จก็เป็นสิ่งสำคัญอีกด้วย ซึ่งกระบวนการดังกล่าว เริ่มตั้งแต่การกำหนดวางแผนงาน การกำหนดของทรัพยากร การได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเงินทุน การประสานงาน การตรวจสอบ และการกำหนดเพื่อประเมินผลของการพัฒนาที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนี้

1. ต้องมีการกำหนดแผนงานและเป้าหมายที่ชัดเจนทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

2. มีการระบากลุ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนชัดเจนพร้อมทั้งแนวทางการปฏิบัติเพื่อให้สามารถมองเห็นได้อย่างเป็นรูปธรรม
3. ได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ มีส่วนร่วมอย่างแท้จริง
4. ได้รับเงินทุนสนับสนุนจากทุกภาคส่วน เช่น ภาครัฐ เอกชน หรือจากชุมชน
5. มีการประสานงานอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวในชุมชนต่าง ๆ
6. มีการสร้างกลไกตรวจสอบหน่วยงานตรวจสอบ และการประเมินผลเพื่อให้เห็นผลที่เกิดขึ้นทั้งทางด้านบวก และด้านลบจากการดำเนินงาน

ไอยเรศ ลิลับ (2554) ให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการพัฒนาการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนี้

1. คงความดั้งเดิมของธรรมชาติและวัฒนธรรมให้มากที่สุดโดยคำนึงถึงเสมอว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ถูกนำมาใช้จากอนาคตต้องรักษาไว้ให้อนุชนรุ่นภายหลังได้ชื่นชมเช่นเดียวกัน
2. การพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องกระทำเท่าที่จำเป็นไม่ทำลายสภาพแวดล้อมเดิมจนเปลี่ยนแปลงไป
3. การออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวก ต้องกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมไม่บดบัง หรือทำให้ทัศนียภาพเสียหาย
4. รักษาความปลอดภัยทั้งตัวทรัพยากรการท่องเที่ยว และผู้เข้ามาท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544) ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวมีปัจจัยสำคัญในการพัฒนาที่ยั่งยืนประกอบด้วย 5 ประการ ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งที่เป็นสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นมาเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นแล้วสืบทอดต่อกันมา เช่น ศิลปวัฒนธรรมขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต ประวัติศาสตร์
2. นักท่องเที่ยว เป็นกลุ่มคนที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในฐานะผู้บริโภคทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความต้องการที่ทำให้คนในแหล่งท่องเที่ยวและกลุ่มนักท่องเที่ยวต้องตอบสนอง ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทรัพยากรการท่องเที่ยว และก่อผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม ด้วยเหตุนี้นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจึงจำเป็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
3. กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว กลุ่มธุรกิจให้ความสำคัญกับธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

และพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว จนละเอียดอาจทำให้ผลกระทบด้านลบที่อาจจะเกิดขึ้น ถ้าจะให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน กลุ่มธุรกิจนี้จะต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และเป็นตัวกลางที่จะช่วยกลั่นกรองคุณภาพนักท่องเที่ยว

4. ชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยว มีบทบาทเป็นทั้งผู้ผลิตทรัพยากรการท่องเที่ยว เช่น วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณีของคนในชุมชน ขณะเดียวกันในชุมชนเองมีบทบาทเป็นผู้ดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวเช่นกัน ที่ผ่านมามีคนในแหล่งท่องเที่ยวมักเป็นฝ่ายตั้งรับการท่องเที่ยวที่เข้ามา โดยคนในแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมองเห็นผลประโยชน์ในเชิงรายได้ แต่อาจไม่ตระหนัก และคาดการณ์ถึงผลกระทบที่เกิดตามมาจากการตั้งรับกับทรัพยากรที่เปลี่ยนแปลงไปแล้ว คนในชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวกลับไม่ได้ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างยุติธรรม กล่าวได้ว่า คนในชุมชนได้ประโยชน์เพียงส่วนน้อยเมื่อเทียบกับผลกระทบที่เกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน จึงให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องการกระจายผลประโยชน์ให้กับคนในท้องถิ่นอย่างเท่าเทียมกัน ความรักท้องถิ่นเป็นอีกปัจจัยหนึ่งอยู่ในหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

5. นักวิชาการและสถาบันการศึกษา ได้เข้ามามีบทบาทในการเป็นหน่วยงานสนับสนุนที่ช่วยนำความรู้ในทางวิชาการ หรือภูมิปัญญาสากลมาใช้ในการศึกษาค้นคว้าเพื่อยกระดับความรู้ท้องถิ่นที่เรียกว่า ภูมิปัญญาให้เป็นองค์ความรู้ และยิ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวได้รับการศึกษาค้นคว้ามากเท่าใด คนในชุมชน นักท่องเที่ยว และกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวก็จะเห็นคุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยวมากเท่านั้น อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2540, หน้า 6) ได้กล่าวถึง ลักษณะของชุมชนเข้มแข็งที่สอดคล้องกับหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งมีองค์ประกอบหลัก 4 ประการ ดังนี้

1. เป็นชุมชนเรียนรู้ ซึ่งต้องตื่นตัวอยู่ตลอดเวลาต่อความเป็นไปของโลก รู้ข่าวคราวด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของประเทศ รวมทั้งการเพิ่มพูนความรู้บางด้านที่จำเป็นให้กับชุมชนอย่างครอบคลุมและลึก ซึ่งเป็นความรู้ขั้นสูงที่เรียกว่า “ปัญญา” ซึ่งปัญญานี้เองที่จะเป็นพลัง และสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ของชุมชน หรือสามารถพัฒนาชุมชนของตนให้เจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืนถาวรต่อไป

2. มีการบริหารจัดการมีองค์ประกอบ 4 ประการ ดังนี้

2.1 การวางแผน (Planning) กล่าวคือ ชุมชนต้องมีโครงการ หรือแผนของชุมชน

2.2 การจัดกระบวนการ (Organizing) คือการเตรียมการเพื่อดำเนินการตามแผนข้อแรกต้องเตรียมคน เตรียมวัสดุ เตรียมเงิน มีการฝึกทักษะที่จำเป็น และมีนัดหมายการลงมือทำให้ชัดเจน

2.3 การลงมือตามแผน (Implementing) คือ ปฏิบัติตามแผนที่วางไว้

2.4 การประเมิน (Evaluating) คือการกำกับดูแลงานเพื่อให้แน่ใจว่าการดำเนินงานไปตามเป้าหมายหรือไม่มีปัญหาอุปสรรคอย่างไร มีการประเมินว่างานดำเนินไปครบถ้วนถูกต้องหรือไม่

3. มีจิตวิญญาณซึ่งอาจแสดงได้หลายอย่าง เช่น ความผูกพันภักดีของสมาชิกกับชุมชน การเสียสละเพื่อชุมชน มีความรู้สึกเป็นเจ้าของและหวงแหนชุมชนมีสิ่งยึดเหนี่ยวร่วมกัน ซึ่งหลายองค์ประกอบเหล่านี้หลอมรวมกันทำให้ชุมชนมีชีวิตจิตใจเหมือนเป็นสิ่งมีชีวิตอย่างหนึ่งพร้อมที่จะเจริญเติบโตพัฒนาไป

4. มีสันติสุข คือ การมีความสุขในชุมชนซึ่งแสดงออกที่สมาชิกชุมชนมีความสุข มีความสามัคคีปรองดองกันทำงานเพื่อส่วนรวม มีพลัง มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถป้องกันภัยอันตรายจากภายนอกได้

การพัฒนาอย่างยั่งยืนมีองค์ประกอบพื้นฐาน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2547, หน้า 185-186) คือ

1. สิ่งแวดล้อม ทำให้มีมากขึ้นจากการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และอนุรักษ์ทรัพยากรพื้นฐาน

2. สังคมจัดสรรความเท่าเทียมกันในการใช้ทรัพยากรที่เป็นปัจจัยพื้นฐานที่เพียงพอ และจำกัดจำนวนประชากร

3. เศรษฐกิจ ควรเติบโตอย่างเหมาะสมไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและความสมดุลในระบบนิเวศการพัฒนาอย่างยั่งยืน เป็นการพัฒนาที่มุ่งสร้างความสมดุลระหว่างองค์ประกอบทั้ง 4 ด้านได้แก่

3.1 การพัฒนา อนุรักษ์ และฟื้นฟูระบบนิเวศ

3.2 การพัฒนาเศรษฐกิจ

3.3 การพัฒนาและอนุรักษ์ทางสังคมและวัฒนธรรม

3.4 การพัฒนาทางการเมือง

ผู้วิจัยขอสรุปแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวว่า เป็นการพัฒนาและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ที่มุ่งเน้นเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป โดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ รวมทั้งการเสริมสร้างคุณภาพสิ่งแวดล้อม และการป้องกันปัญหาความเสื่อมโทรมที่จะเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวถึงแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ 3 มิติ ดังต่อไปนี้

1. มิติด้านการสร้างจิตสำนึกการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องมีแนวคิดที่จะให้ความรู้ ความเข้าใจ และสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่ายในการปกป้องรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเป็นอันดับแรก เพื่อให้คงไว้ซึ่งความสวยงามและคุณค่าทรัพยากร

2. มิติด้านการสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องมีแนวคิดให้นักท่องเที่ยวที่มีความปรารถนาหรือความสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรม

3. มิติด้านการสร้างความมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องมีแนวคิดในการมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่น ด้วยการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและช่วยให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม

ในขณะที่ Swarbrooke (2005, pp. 47-83) ได้แบ่งการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนออกเป็น 3 มิติเพื่อการบริหารจัดการคือ

1. มิติด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ทรัพยากรทางธรรมชาติ การทำการเกษตร สัตว์ป่า สิ่งแวดล้อมที่สร้างขึ้น และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ มิติของเศรษฐกิจ และมิติของสังคม

2. มิติด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของผลประโยชน์ในการจัดการการท่องเที่ยว และกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ

3. มิติด้านสังคม ได้แก่ นักท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว การปกครองส่วนท้องถิ่น องค์การท่องเที่ยวส่วนท้องถิ่น และชุมชนท้องถิ่น

นอกจากนี้ราไพพรรณ แก้วสุริยะ (2547) ได้กล่าวไว้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการจัดการเพื่อปรับปรุงเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งใหม่ที่ดีขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้าไปท่องเที่ยว แต่การจัดการจะต้องมีหลักการของการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมของท้องถิ่นไว้ให้นานที่สุด ด้วยการใช้อย่างชาญฉลาดและเกิดประสิทธิวิธภาพมากที่สุด ให้ขั้นตอนการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่สำคัญ 7 ขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นการจัดแบ่งพื้นที่ในทรัพยากรท่องเที่ยว (Zoning) เป็นการแบ่งพื้นที่ในทรัพยากรท่องเที่ยวแต่ละประเภทออกเป็นเขตต่าง ๆ ตามความสำคัญของระบบนิเวศและกิจกรรมที่ยอมรับได้ เพื่อควบคุมกิจกรรมของแต่ละพื้นที่ให้เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวและการใช้ประโยชน์ เพื่อช่วยลดความขัดแย้งระหว่างการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวกับการใช้ประโยชน์ของมนุษย์

2. ขั้นการกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในแต่ละเขตของทรัพยากร

ท่องเที่ยว เป็นการสร้างเสริมสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับแต่ละเขตพื้นที่ของทรัพยากรท่องเที่ยว เพื่อปรับปรุงให้ใช้ประโยชน์เพิ่มขึ้น รวมทั้งรักษาสภาพแวดล้อม

3. ขั้นการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมแบบยั่งยืนเสริมในทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นการเสริมสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมในพื้นที่ทรัพยากรท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และความเพลิดเพลินเพิ่มมากขึ้น พร้อมทั้งมีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวต่อกลุ่มกิจกรรม โดยไม่สร้างผลกระทบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

4. ขั้นการประเมินขีดความสามารถรองรับนักท่องเที่ยวแต่ละพื้นที่ของทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นการประเมินขีดความสามารถรองรับ (Carrying Capacity) ของนักท่องเที่ยวในแต่ละเขตพื้นที่ของทรัพยากรท่องเที่ยวว่าจะรองรับนักท่องเที่ยวได้มากที่สุดเท่าไร อันจะนำมากำหนดปริมาณ การควบคุม และมาตรการจำกัดนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับเขตพื้นที่นั้น นอกจากนี้ยังต้องกำกับดูแลให้เป็นไปตามขีดความสามารถรองรับนักท่องเที่ยวของแต่ละเขตพื้นที่อย่างเคร่งครัด ซึ่งขีดความสามารถรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่ในทรัพยากรท่องเที่ยวสามารถแยกพิจารณาได้ 5 ด้าน คือ

4.1 ขีดความสามารถรองรับด้านเศรษฐกิจ (Economic Carrying Capacity) เป็นระดับปริมาณนักท่องเที่ยวสูงสุดที่ทำให้ระบบเศรษฐกิจได้รับผลตอบแทนสูงสุดภายใต้ข้อจำกัด โดยไม่กระทบต่อการลงทุนและการดำรงชีพของประชากร

4.2 ขีดความสามารถรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity) เป็นระดับปริมาณนักท่องเที่ยวสูงสุดที่ไม่ทำลายสภาพแวดล้อมทางกายภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว รวมถึงระดับความอึดตัวของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นด้วย

4.3 ขีดความสามารถรองรับด้านสังคม (Social Carrying Capacity) เป็นระดับขีดความสามารถรองรับด้านกายภาพ (Physical Carrying Capacity) เป็นปริมาณนักท่องเที่ยวสูงสุดที่ไม่ทำให้ความสนุกสนานและความประทับใจของนักท่องเที่ยวจางหายไปในขณะที่เดียวกันก็ไม่ทำให้เกิดผลกระทบทางลบต่อประชาชนท้องถิ่นด้วย

4.4 ขีดความสามารถรองรับด้านสิ่งแวดล้อม (Environment Carrying Capacity) เป็นระดับปริมาณนักท่องเที่ยวสูงสุดที่จะไม่ทำให้สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศของพื้นที่ในทรัพยากรท่องเที่ยวด้อยค่าลง

4.5 ขีดความสามารถรองรับด้านความรู้สึก (Perceptual Carrying Capacity) เป็นระดับปริมาณนักท่องเที่ยวสูงสุดที่จะไม่ทำให้ความเป็นส่วนตัวและความน่าเที่ยวของนักท่องเที่ยวขาดหายไปหรือลดน้อยลง

5. ขั้นการให้การศึกษาถึงผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมแก่เจ้าหน้าที่ของรัฐ เจ้าของทรัพยากรท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นการให้การศึกษาถึงความเข้าใจในการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวของตนเองและธุรกิจของตนเองที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในทรัพยากรท่องเที่ยว อีกทั้งยังสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมแก่เจ้าหน้าที่พนักงานของตนเอง และปลูกจิตสำนึกให้อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของทรัพยากรท่องเที่ยวด้วย

6. ขั้นการจัดให้มีข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวต้องการรู้ เป็นการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว จัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว (Tourist Information Centre) โดยให้ความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว จัดทำสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวที่เป็นเครื่องมือให้ความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวด้วย เพื่อให้สามารถเรียนรู้ด้วยตนเอง และต้องทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวให้กว้างขวาง หากสามารถจัดทำเป็นคู่มือแจกให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมเยือนได้ ก็จะเป็นประโยชน์มาก

7. ขั้นการจัดหางบประมาณในการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวให้เพียงพอ เป็นการจัดหาคน เงิน วัสดุมาพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว จึงต้องเป็นหน้าที่ของรัฐบาลที่จะต้องจัดหางบประมาณให้อย่างเพียงพอ หรืออาจเก็บค่าเข้าชมทรัพยากรท่องเที่ยว เพื่อนำรายได้มาพัฒนาในด้านความสะดวก ความสะอาด ความสบาย และความปลอดภัย

องค์ประกอบของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

องค์ประกอบหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สรุปได้ 6 ด้านดังต่อไปนี้ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) องค์ประกอบด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาสถานที่อันเป็นจุดมุ่งหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเยี่ยมชม โดยมีการประเมินศักยภาพขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และกำหนดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวด้วย

1. องค์ประกอบด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว โดยการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว โดยพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ประเมินขีดความสามารถของพื้นที่ และการกำหนดกิจกรรมให้เกิดความรู้และจิตสำนึกของการอนุรักษ์แก่นักท่องเที่ยว

2. องค์ประกอบด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพเดิมหรือดีกว่าเดิม และป้องกันผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

3. องค์ประกอบด้านการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาธุรกิจด้านบริการอำนวยความสะดวกโดยตรงแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจ โดยมีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมด้วย

4. องค์ประกอบด้านการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาแสวงหานักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ซึ่งมีลักษณะเป็นคุณประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้เข้ามาท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้ได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวตามที่เขาพึงพอใจ

5. องค์ประกอบด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น เป็นการพัฒนาในการสร้างโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนท้องถิ่นให้สามารถจัดการท่องเที่ยวของตนเองและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความหวงแหนและรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ตลอดไป

6. องค์ประกอบด้านการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่าย โดยการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ตัวชี้วัดของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นจำเป็นต้องมีการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ จะต้องมีมาตรฐานหรือตัวชี้วัดมาเป็นเกณฑ์ในการตรวจสอบ โดย WTO (1996) ได้กำหนดตัวชี้วัด 11 ด้าน ไว้ดังนี้ David Weaver (2006)

1. การปกป้องแหล่งท่องเที่ยว จากการแบ่งประเภทในการจัดการตามมาตรฐานสากล
2. การควบคุมดูแล ต้องมีการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่
3. ความหนาแน่น จะต้องมีการควบคุมดูแลไม่ให้เกิดความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวจนเกินไปโดยเฉพาะช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว
4. ผลกระทบต่อสังคม ต้องมีการกำหนดอัตราส่วนนักท่องเที่ยวที่จะเข้าไปท่องเที่ยวและเวลาที่เหมาะสมเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสังคมท้องถิ่น

5. การควบคุมการพัฒนา ต้องมีการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมก่อน ตลอดจนมีการควบคุมความหนาแน่นของสิ่งปลูกสร้าง

6. การจัดการของเสีย ต้องมีการควบคุมเรื่องการกำจัดขยะ และการบำบัดน้ำเสียให้เหมาะสม

7. กระบวนการวางแผน คงไว้ซึ่งแผนการจัดการส่วนภูมิภาคของแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ

8. กำหนดจุดวิกฤติของระบบนิเวศน์ ดูแลสิ่งที่ยหายากหรือใกล้สูญพันธุ์

9. ความพึงพอใจของผู้บริโภค จัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

10. ความพึงพอใจของชุมชนท้องถิ่น จัดระดับความพึงพอใจของชุมชนท้องถิ่น

11. การท่องเที่ยวจะต้องเสริมสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่น คำนวณจากสัดส่วนของกิจกรรมทั้งหมดทางเศรษฐกิจทั้งหมดที่สร้างขึ้นโดยการท่องเที่ยวเท่านั้น

การกำหนดตัวชี้วัดนี้จะสามารถใช้เป็นเกณฑ์ในการวางแผนดำเนินงาน การบริหารจัดการ และการติดตามประเมินผล ตลอดจนการควบคุมดูแลการจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนได้

จากแนวคิดของนักวิชาการผู้วิจัยสามารถนำแนวคิดมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินเพื่อให้อำเภอหัวหินเป็นเมืองเป้าหมายสืบต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์ SWOT Analysis

การวิเคราะห์ SWOT เพื่อทราบถึงเทคนิคอย่างหนึ่ง ที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายใน และภายนอกองค์กร เพื่อนำผลที่ได้ในรูปแบบจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค มากำหนดเป็นกลยุทธ์ที่ใช้ในการวางแผน และพัฒนาองค์กรนำมาปรับใช้ในการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของชุมชนเพื่อนำไปสู่การกำหนดแผนยุทธศาสตร์ในแต่ละด้าน

Kerin, Hartley and Rudelius (2008 อ้างอิงใน สุณีย์ วรรณธนาโกมล และธานีรินทร์ ศิลป์จารุ, 2552) กล่าวว่า การวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์ (Situation Analysis) 2 ด้าน ได้แก่ สภาพการณ์ภายใน และสภาพการณ์ภายนอก เพื่อประเมินค่าจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค ผลจากการวิเคราะห์ SWOT นี้จะเป็นแนวทางในการดำเนินการกำหนดพันธกิจ วิสัยทัศน์ และกลยุทธ์ เป็นข้อมูลในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้องค์กรเกิดการพัฒนาไปในทิศทางที่เหมาะสมต่อไป

ทวีป สิริวิวัฒน์ (2544, หน้า 65) กล่าวว่า การนำเอาจุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) มากำหนดเป็นกลยุทธ์ที่ใช้ในการวางแผน

ซึ่งเมื่อนำมาปรับใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการ ผู้วิจัยนำไปปรับใช้เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของชุมชนทั้งในด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อนำไปสู่การกำหนดแผนยุทธศาสตร์ของชุมชนโดยในแต่ละด้านนั้น มีความหมายโดยสรุปได้ ดังต่อไปนี้

1. จุดแข็ง (Strength) หมายถึง เป็นการพิจารณาปัจจัยภายในชุมชนโดยการประเมินข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นของทรัพยากรชุมชนที่คาดว่าจะสนับสนุนให้การจัดการท่องเที่ยวบรรลุสำเร็จ ซึ่งจะพิจารณาจากตัวแปรด้านต่าง ๆ เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น บุคลากร งบประมาณ เป็นต้น

2. จุดอ่อน (Weakness) หมายถึง เป็นการพิจารณาปัจจัยภายในชุมชนโดยการประเมินข้อเสียเปรียบหรือจุดด้อยของทรัพยากรชุมชน ซึ่งเป็นปัญหาอุปสรรคที่ขัดขวางมิให้การจัดการท่องเที่ยวบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ พิจารณาตัวแปรเช่นเดียวกับจุดแข็ง

3. โอกาส (Opportunity) หมายถึง เป็นการพิจารณาปัจจัยภายนอกชุมชนโดยการประเมินโอกาส หรือเงื่อนไขที่คาดว่าจะเอื้ออำนวยต่อการจัดการท่องเที่ยวให้บรรลุผลสำเร็จ ซึ่งพิจารณาจากตัวแปรด้านต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี เป็นต้น

4. อุปสรรค (Threat) หมายถึง เป็นการพิจารณาปัจจัยภายนอกชุมชนโดยการประเมินอุปสรรค หรือเงื่อนไขที่ขัดขวางการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งจะพิจารณาจากตัวแปรด้านต่าง ๆ เช่นเดียวกับโอกาส

ธีระภัทรา เอกผาชัยสวัสดิ์ (2553, หน้า 388-389) กล่าวว่า จากองค์ประกอบในแต่ละด้านของ SWOT นั้น กระบวนการของการวิเคราะห์ SWOT จะประสบความสำเร็จได้ต้องประกอบด้วยคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้ 1) ใช้การมีส่วนร่วมสูงสุดทุกระดับการมีส่วนร่วมทำให้สมาชิกชุมชนทราบทิศทาง และแผนงานของชุมชน 2) เป็นเวทีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันซึ่งจะเกิดจากการร่วมคิด ร่วมเสนอ ร่วมอภิปราย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันของชุมชนหรือของตนเอง ให้กระจ่างชัดเจนขึ้นมา 3) การใช้เหตุผลคิดและตัดสินใจอย่างรอบคอบ SWOT จึงเป็นกระบวนการที่ต้องให้เหตุผลในการตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์ 4) การใช้ข้อมูลของผู้เข้าร่วมที่ได้จากประสบการณ์ในชุมชนหรือวิทยาการ ข้อมูลที่ถูกต้องจะต้องเกิดผลดี SWOT คือ การมองการณ์ไกล กำหนดภารกิจและวัตถุประสงค์สอดคล้องกับสถานการณ์และระบุจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคได้ใกล้เคียงความจริง 5) การกระตุ้นให้คิดและเปิดเผยประเด็นที่ซ่อนเร้น เพราะผู้เข้าร่วมจะเป็นผู้กระทำต่าง ๆ ตามขั้นตอน หากผู้เข้าร่วมทำไม่ได้ในขั้นตอนใดไม่สามารถข้ามไปได้ ผู้เข้าร่วมอาจไม่เคยคิดหรือเห็นแง่มุมใหม่ ซึ่งเป็นการเปิดเผยประเด็นที่ซ่อนเร้นให้ชัดเจนขึ้น ความชัดเจนมีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนา 6) การเป็นเจ้าของหรือพันธสัญญา เพราะได้ร่วมคิด วิเคราะห์ อภิปรายจนไปสู่การตัดสินใจของชุมชนเอง ในการกำหนดภารกิจ วัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ของกลุ่มทำให้เกิดความผูกพันการเป็นเจ้าของ และ

7) การปฏิบัติทันที กระบวนการ SWOT เผยให้เห็นจุดอ่อนที่เป็นปัญหาที่จะต้องเร่งด่วนแก้ไขเมื่อเสร็จสิ้นการวางแผนผู้เข้าร่วมจะต้องลงมือปฏิบัติแก้ไขได้ทันที จึงอาจกล่าวได้ว่ากระบวนการวิเคราะห์ SWOT ทำให้เกิดผลทางการปฏิบัติการ

เมื่อได้ผลจากการวิเคราะห์ SWOT แล้วการวิเคราะห์ตำแหน่ง SWOT เพื่อพัฒนาชุมชนสู่การท่องเที่ยว มีวิธีโดยกำหนดให้จุดแข็งและจุดอ่อนของชุมชนอยู่ในแนวนอน หรือ แกนเอ็กซ์ (X) และโอกาสกับภัยคุกคามอยู่ในแนวตั้งหรือแกนวาย (Y) โดยสามารถกำหนดยุทธศาสตร์ได้ว่าชุมชนควรจะใช้ยุทธศาสตร์ใดเป็นสิ่งสำคัญและเหมาะสม ดังนั้นในการวิเคราะห์ตำแหน่ง SWOT จะทำให้ทราบว่าชุมชนควรปรับปรุงฟื้นฟู จะเจริญก้าวหน้าโดยการวิเคราะห์ตำแหน่ง SWOT ดังนี้ 1) ถ้า W มากกว่า S, O มากกว่า T แสดงว่า ชุมชนมีโอกาสที่จะพลิกฟื้นปรับปรุงชุมชนเพื่อดำเนินการท่องเที่ยวได้ 2) ถ้า W มากกว่า S, T มากกว่า O แสดงว่า ชุมชนต้องประคองตัวไว้โอกาสในการพัฒนาไปข้างหน้าอยากมาก สถานการณ์ในชุมชนแย่มากจริงๆ ต้องรอโอกาสไว้ก่อน 3) ถ้า S มากกว่า W, T มากกว่า O เช่น ถ้าเป็นการผลิตสินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล อาจต้องพัฒนาสินค้าให้ดีขึ้น เพราะสินค้าเราดีแล้ว แต่สินค้าเราผลิตอาจมีชุมชนผลิตมามาก เราอาจจะต้องเลี่ยงไปหาตลาดอื่น ๆ หรือไปผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มาเพิ่มแทน 4) ถ้า S มากกว่า W, O มากกว่า T แสดงว่าชุมชนมีโอกาสพัฒนาสู่การจัดการการท่องเที่ยวได้เพราะการจัดการการท่องเที่ยวได้เพราะมีจุดแข็งที่ดี และมีโอกาสจากภายนอกสนับสนุน

จากแนวคิดการวิเคราะห์ SWOT Analysis สรุปได้ว่าเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในคือการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน และสภาพแวดล้อมภายนอกคือโอกาสและอุปสรรคในด้านการท่องเที่ยวเพื่อนำมาหาแนวทางในการพัฒนาความพร้อมของอำเภอหัวหินให้เป็นการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

การวิเคราะห์ TOWS Matrix

เอกชัย บุญยาภิธาน (2553, หน้า 105-108) ได้ศึกษาการทำ SWOT Matrix เพื่อนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ในระดับองค์กร หรือชุมชน ซึ่งจะต้องจับคู่ประเด็นต่าง ๆ เข้าด้วยกันก่อนจากปัจจัยหลักทั้ง 4 คือจุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) ซึ่งการจับคู่จากปัจจัยหลักทั้ง 4 นี้ จะทำให้เกิดกลยุทธ์ 4 ประเภท ดังนี้

1. กลยุทธ์ที่ 1: SO (Strengths-Opportunities) เป็นกลยุทธ์ที่เกิดจากการเอาจุดแข็งขององค์กรไม่ว่าจะเป็นด้านใดก็ตามไปรวมกับโอกาสที่ดีจากภายนอกที่เหมาะสมกันเป็นกลยุทธ์ที่ทุกองค์กรแสวงหา และต้องการให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่เพื่อปกป้องจุดแข็งของตนเอง และนำโอกาสที่ดีจากภายนอกมาใช้ประโยชน์ นอกจากนี้ หากกลยุทธ์นี้สามารถนำไปแก้ไขจุดอ่อนขององค์กรได้จะยิ่งมีประโยชน์มากยิ่งขึ้น

2. กลยุทธ์ที่ 2: WO (Weakness–Opportunities) กลยุทธ์ในการพยายามที่จะลดจุดอ่อนของตนเอง และเพื่อที่จะนำเอาโอกาสที่ดีข้างนอกมารวมกับจุดอ่อนขององค์กรที่ตรงกัน เพื่อพัฒนาให้เกิดประโยชน์กลยุทธ์ในส่วนนี้จะช่วยในการกำหนดวิธีการปรับปรุงจุดอ่อนแล้วเปลี่ยนเป็นจุดแข็ง

3. กลยุทธ์ที่ 3: ST (Strength–Threats) กลยุทธ์ที่เอาจุดแข็งขององค์กรมาจับคู่กับภัยคุกคามจากภายนอก เพื่อต่อสู้กับภัยคุกคามนั้น จุดมุ่งหมายก็คือเพื่อเพิ่มความเข้มแข็งและลดปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งไม่ได้หมายความว่าองค์กรจะเอาจุดแข็งของตัวเองไปสู้กับอุปสรรคภายนอก เพราะการทำแบบนี้ไม่แน่ว่าอาจสร้างความเสียหายให้กับองค์กรได้แต่สิ่งที่จะต้องระวังจะทำก็คือนำจุดแข็งไปลดทอนปัญหาที่เกิดขึ้น หรือไม่ก็เปลี่ยนอุปสรรคนั้นให้เป็นโอกาสเสีย

4. กลยุทธ์ที่ 4: WT (Weakness–Threats) กลยุทธ์ที่จับคู่ระหว่างจุดอ่อนขององค์กรกับภัยคุกคามจากภายนอกที่ตรงกันเพื่อพยายามที่จะลดทอนปัญหาทั้งสองที่เกิดขึ้นคือลดทั้งจุดอ่อน และภัยอุปสรรคที่มีมาจากภายนอกองค์กรใดที่ตกอยู่ในภาวะที่ถูกสภาพแวดล้อมภายนอกคุกคาม ซึ่งองค์กรอาจจะมีทางเลือกสองทางคือต่อสู้เพื่อความอยู่รอดหรือไม่ก็ต้องหลบหนี แต่ในทางธุรกิจยังมีทางเลือกอื่นให้เดินเหมือนกัน

สรุปได้ว่า การวิเคราะห์ TOWS Matrix เป็นเครื่องมือในการกำหนดกลยุทธ์ในระดับองค์กร หรือชุมชน โดยการจับคู่ประเด็นต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ได้แก่ กลยุทธ์ SO กลยุทธ์ ST กลยุทธ์ WO และกลยุทธ์ WT ผู้วิจัยได้นำแนวคิด TOWS Matrix มาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนา และการส่งเสริมการตลาดของอำเภอหัวหินให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์

ความหมายของยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ หมายถึง การวางแผนงานสู่การปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมาย ภายใต้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม กล่าวคือ การวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและภัยคุกคาม (อุปสรรค) หรือการวิเคราะห์ SWOT ในกรอบระยะเวลาที่ต้องการ ทั้งนี้เพื่อประกอบการวางแผนการใช้ทรัพยากรที่ประหยัด และบรรลุเป้าหมายสูงสุด ความหมายที่ง่ายที่สุดนั้น ยุทธศาสตร์ หรือ Strategy ก็คือ แผนการปฏิบัติที่รวบรวมความพยายามทั้งหลายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในยุคนั้นจะเป็นการเที่ยงตรงมากกว่า

หากพิจารณาว่า Strategy คือขบวนการตัดสินใจอันซับซ้อนซึ่งเชื่อมโยงวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายสุดท้าย (End) เข้ากับ วิธี หรือหนทาง (Ways) และวิธีการหรือเครื่องมือ (Means) ในอันที่จะให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น ยุทธศาสตร์ในระดับสูงสุดของประเทศ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติ หรือ Grand National Strategy เป็นกระบวนการซึ่งวัตถุประสงค์หลักของชาติได้รับการยอมรับ

จุดมุ่งหมายประสงค์ท้ายของ Grand Strategy มักจะถูกกล่าวถึง ในรูปของผลประโยชน์แห่งชาติ ที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงและความมั่งคั่ง บทบาทของขบวนการ Strategy ก็คือ แปลผลประโยชน์ของชาติเหล่านั้นให้เป็นวิธีการ หรือเครื่องมือที่จะทำให้ได้มาซึ่งวัตถุประสงค์เหล่านั้น นั่นเอง ส่วนเครื่องมือ หรือวิธีการต่าง ๆ ก็กล่าวถึงในรูปของเครื่องมือพลังอำนาจแห่งชาติ ซึ่งก็คือ การเมือง (หรือการทูต) การทหาร และเศรษฐกิจ ดังนั้น Grand National Strategy จึงเป็น ขบวนการซึ่งมีการจัด และใช้เครื่องมือพลังอำนาจแห่งชาติทุกด้าน เพื่อให้บรรลุผลประโยชน์ของ ชาตินั้นเอง

Devies (1984) กล่าวว่า เป็นการวิจัยที่ว่าปัจจัยพยากรณ์ความสำเร็จนั้นในการดำเนิน ธุรกิจของผู้นำยุทธศาสตร์ในกลุ่มของผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการนั้นของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในหมู่เกาะแปซิฟิกตอนใต้ก็ได้สนับสนุนว่าการจัดการที่ดี และมีความสำคัญต่อ ความสำเร็จมากที่สุด ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมาได้แก่ แหล่งเงินทุน และระดับการลงทุน ในระยะเริ่มกิจการ คุณภาพส่วนบุคคล และการสนับสนุนระดับประคองจากรัฐบาลด้วย จึงจะ สำเร็จ

Getz (1992) ได้กล่าวว่า การวิจัยในกลุ่มของผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการของผู้นำ ยุทธศาสตร์ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศด้อยพัฒนา เช่น อัฟริกา กลับพบว่า การขาดแคลนทุนทรัพย์นั้น เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ หรือความล้มเหลวมากกว่า ความด้อยประสิทธิภาพทางการจัดการยุทธศาสตร์

Burges (1993) ได้กล่าวเอาไว้ว่า การวิจัยของผู้นำยุทธศาสตร์ในกลุ่มผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศพัฒนาแล้ว เช่น อเมริกา พบว่าการจัดการที่มี ประสิทธิภาพเป็นปัจจัยหลักของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจนั้นได้

Pikle and Abrahamson (1990) ได้ทำการวิจัยของผู้นำยุทธศาสตร์ ในกลุ่มของ ประกอบการหรือผู้ให้บริการในประเทศด้อยพัฒนา เช่น ซิมบับวี ซึ่งเป็นการสนับสนุนว่า การศึกษา ประสบการณ์ และทักษะการทำบัญชีมีอิทธิพลต่อความสำเร็จนั้นคือ กลุ่ม ผู้ประกอบการที่มีการศึกษาต่ำ และขาดประสบการณ์ทางธุรกิจ และขาดทักษะในการทำบัญชี เกี่ยวกับการเงินจะประสบความสำเร็จน้อยกว่ากลุ่มผู้ประกอบการที่มีการศึกษาสูงกว่า และมีประสบการณ์มากกว่า

จากความหมายของยุทธศาสตร์ผู้วิจัยสรุปได้ว่า เป็นกระบวนการวางแผนแบบมี ส่วนร่วมโดยมองไปในอนาคต เพื่อให้ภารกิจต่าง ๆ บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของ การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ความสำคัญของแผนยุทธศาสตร์

วิวัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์ และคณะ (2548) กล่าวถึงความสำคัญของแผนยุทธศาสตร์ ดังนี้

1. แผนยุทธศาสตร์เป็นการกำหนดรูปแบบของการปฏิบัติที่ช่วยให้องค์กรสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างเหมาะสมกับสภาพการณ์เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้เพราะการกำหนดแผนยุทธศาสตร์นั้นให้ความสำคัญกับการศึกษาวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร

2. แผนยุทธศาสตร์เป็นการกำหนดรูปแบบของการปฏิบัติที่ช่วยให้หน่วยงานในภาครัฐตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ของตนที่มีส่วนเอื้ออำนวยความสำเร็จและความล้มเหลวต่อเป้าประสงค์ขององค์กร

3. แผนยุทธศาสตร์เป็นการกำหนดรูปแบบของการปฏิบัติที่ช่วยส่งเสริมการจัดการภาครัฐแนวใหม่ ที่ให้ความสำคัญการปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐทั้งระบบ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

4. แผนยุทธศาสตร์เป็นการกำหนดรูปแบบของการปฏิบัติที่มีส่วนร่วมยกระดับระบบการทำงานประมาณแบบเน้นผลงาน

5. แผนยุทธศาสตร์เป็นการกำหนดรูปแบบของการปฏิบัติที่มีส่วนช่วยในการสร้างนวัตกรรมการบริหารจัดการ ซึ่งเป็นการวินิจฉัยวิเคราะห์ วางแผน และนำเสนอทางเลือกในการ

การจัดการเชิงกลยุทธ์สู่ความเป็นเลิศ (Strategy Leadership Supremacy Management)

การวางแผนจัดการเชิงกลยุทธ์ ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารจะต้องอาศัยชั้นเชิงในการบริหารเหนือกว่าคู่แข่งหรืออาศัยความว่องไวในการปรับตัวให้ทันต่อภาวะการแข่งขันที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป อยู่ตลอดเวลา การวางแผนเชิงกลยุทธ์จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้นักบริหารกำหนดทิศทางของธุรกิจ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและสภาพแวดล้อมภายในองค์กรช่วยกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์กร เพื่อที่จะนำกลยุทธ์เหล่านั้นไปประยุกต์ปฏิบัติ และควบคุมประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรได้ ทั้งนี้ไม่จำกัดเฉพาะแต่องค์กรภาครัฐ หรือภาคเอกชนแต่อย่างใด เพราะกลยุทธ์สามารถกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กรได้ การจัดการกลยุทธ์ต้องอาศัยวิสัยทัศน์ของผู้นำองค์กรเป็นส่วนประกอบ และอาศัยการวางแผนอย่างมีขั้นตอน

โดยทั่วไป หมายถึง การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) วัตถุประสงค์ (Objective) จากนั้นจึงวางแผนเป้าประสงค์ (Goal) ขององค์กรทั้งในระยะสั้น และระยะยาว จากนั้นจึงวางแผนทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินการตามพันธกิจ อันนำไปสู่บรรลุ

วัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation) สามารถแบ่งได้ 3 ระดับ คือ 1) กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy) 2) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) 3) กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Operation Strategy)

จากแนวคิดของ (Henry M, 2008) ให้แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ 5P ที่ประกอบด้วย 1) แผน (Strategy is a Plan) 2) แบบแผนหรือรูปแบบ (Strategy is a Pattern) 3) การกำหนดฐานะหรือตำแหน่ง (Strategy is Position) 4) ทศนิยมภาพ (Strategy is a Perspective) และ 5) กลวิธีในการเดินหมาก (Strategy is a Ploy)

Porter (1980) ได้กล่าวไว้ว่า กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง กระบวนการในการกำหนดเป้าหมายที่แน่ชัดของธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว การสร้างหรือพัฒนาวิถีทางในการปฏิบัติ ตลอดจนการระดมและจัดสรรทรัพยากรขององค์กรธุรกิจเพื่อในสามารถบรรลุซึ่งเป้าหมายที่ถูกกำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Certo (1997) ได้กล่าวไว้ว่า การบริหารองค์กรให้อยู่รอดได้ด้วยกลยุทธ์ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับตัวตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปต้องนำจุดแข็งอันโดดเด่นและความรู้ความสามารถขององค์กรทั้งหมด มาหลอมหลอมรวมเป็นหนึ่งเดียว (Synergy) เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันให้เกิดขึ้นในองค์กร และสร้างให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) ที่จะสามารถพัฒนาก้าวหน้าทันกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างต่อเนื่อง สิ่งที่สำคัญที่สุดของผู้บริหารหรือผู้ให้บริการคือ จะต้องมีความรู้ผู้นำ (Leadership) รวมถึงต้องมีวิสัยทัศน์ (Vision) เพื่อสร้างภาพที่อยากให้เป็นไปในอนาคต (Scenario) ตลอดจนจะต้องรู้จักวางแผนกลยุทธ์ เพราะกลยุทธ์จะเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวไปสู่ความสำเร็จได้อย่างรวดเร็ว

บุญทัน ดอกโธสง (2541) ได้กล่าวไว้ว่า กลยุทธ์มีจุดเริ่มต้นและถูกนำไปใช้บ่อยครั้งที่สุด ทางด้านการทหารและการทำสงครามถึงวิถีทางหรือแนวทางที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อจัดสรรและวางตำแหน่งกำลังทรัพยากรทางทหารในสนามรบ ด้วยจุดมุ่งหมายแห่งการพิชิตศัตรู และเมื่อใดที่กลยุทธ์ถูกนำมาใช้ในทางเศรษฐกิจ ก็จะหมายถึง วิถีทางหรือแนวทางที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อการระดมและจัดสรรการใช้ทรัพยากรของประเทศในอันที่จะช่วยให้บรรลุถึงซึ่งเป้าหมายทางด้านเศรษฐกิจ

การวางแผนกลยุทธ์ (Strategy Planning) หมายถึงกระบวนการวางแผนอย่างต่อเนื่องในการกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ และเป้าประสงค์ระยะยาวให้ชัดเจนแน่ชัดมีการวิเคราะห์อนาคตและคิดเชิงการแข่งขัน ในการปรับตัวสูงขององค์กรภายใต้บริบทของสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร การกำหนดกลวิธีที่เหมาะสม การปฏิบัติงานตามกลวิธีที่กำหนดไว้ การใช้อำนาจหน้าที่ในการควบคุมในการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อทำให้มั่นใจว่ากลวิธีขององค์กรที่นำมาใช้สามารถนำไปสู่

ความสำเร็จตามเป้าประสงค์ที่กำหนดไว้

การวางแผนกลยุทธ์เป็นการกำหนดแนวทางในการดำเนินงาน (Guidelines) หรือการกำหนดวิธีปฏิบัติที่ชัดเจน (Course of action) ทั้งนี้โดยคำนึงถึงสถานการณ์แวดล้อมที่ผ่านการวิเคราะห์อย่างละเอียด และเป็นกำหนดแผนในเชิงพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติงาน คำนึงถึงความสอดคล้องกับการปฏิบัติที่ได้ผลในอดีต เน้นความยืดหยุ่นที่ผู้ปฏิบัติสามารถปรับแผนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป และต้องกำหนดสถานะหรือตำแหน่งของการทำงานหรือการบริการให้สอดคล้องกับลักษณะของความต้องการของผู้รับบริการ อาจเป็นค่านิยมร่วมองค์กร เพื่อปฏิบัติให้สำเร็จตามแนวทางที่กำหนดเป็นอุปายหรือชั้นเชิงในการทำงานที่ต้องใช้สิ่งจูงใจในเชิงบวก และการสร้างภาวะกดดันต่าง ๆ เพื่อความอยู่รอด (Survive) และความก้าวหน้า (Growth) ขององค์กรหรือหน่วยงานหรือของธุรกิจของตน มุ่งเอาดีเอาเด่น มีการคิดเชิงรุก ก้าวหน้า ก้าวไกล มุ่งเอาชนะ เอาความยิ่งใหญ่ เน้นคุณภาพ และเอาความเป็นเลิศ

จากแนวคิดของนักวิชาการ ผู้วิจัยได้นำมาเพื่อสร้างเป็นองค์ประกอบของแผนยุทธศาสตร์ เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประกอบด้วย 1) การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) 2) พันธกิจ (Mission) 3) วัตถุประสงค์ (Objective) และ 4) การวางเป้าประสงค์ (Goal) เพื่อนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยว (Marketing of Tourism)

ความหมายของการตลาดการท่องเที่ยว

การศึกษาแนวคิดกับการตลาดการท่องเที่ยว คือ การพยายามดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายเข้ามาท่องเที่ยว โดยการให้ข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ การดำเนินกิจกรรมของการส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความประทับใจ

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2550) ให้ความหมายการตลาดการท่องเที่ยวไว้ว่ากระบวนการจัดการแผนงานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการต้อนรับที่กระทำอย่างเป็นลำดับ และต่อเนื่อง การวิจัย การปฏิบัติ การควบคุม และประเมินกิจกรรมที่คิดขึ้นเพื่อตอบสนองของความจำเป็น ความต้องการ ความพอใจของลูกค้า และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ

วิจิตร วีระยางกุล (2532, หน้า 83) ให้ความหมายของ การตลาดท่องเที่ยวคือ ปรัชญาทางการจัดการที่มุ่งเน้นไปสู่ความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยอาศัยการวิจัยตลาด การพยากรณ์ การคัดเลือกทรัพยากรการท่องเที่ยวที่กำลังอยู่ในความต้องการเพื่อให้ธุรกิจได้รับผลประโยชน์สูงสุดในการเสนอบริการตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

นิคม จารุมณี (2551, หน้า 201) ให้ความหมายการตลาดการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย 5 ประการ คือ 1) การกำหนดความต้องการของสินค้าและบริการ 2) กำหนดขั้นตอนเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ๆ 3) กำหนดราคาตามอัตราการแข่งขันของตลาดและกำไรที่ต้องการจะได้ 4) วิธีการที่เหมาะสมเพื่อสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไปสู่นักท่องเที่ยว และ 5) การขายการท่องเที่ยว

กมล รัตนวิระกุล (2550) กล่าวถึง การตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปัจจุบัน คือ มีการใช้การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร เป็นเครื่องมือที่นิยมใช้กันมากเพื่อหวังผลให้สินค้าและข่าวสารการเสนอขายได้รับความสนใจสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สามารถตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็ว และมากที่สุด การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร หมายถึง การเลือกเครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสมกับสินค้าหรือบริการมากกว่า 1 ประเภท

Bowie and Butte (2004) อธิบายแนวคิดและหลักการของการตลาดการท่องเที่ยว ดังนี้ 1) การตลาดการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับลูกค้า หรือผู้รับบริการเป็นสิ่งสำคัญ 2) มีการแลกเปลี่ยนกิจกรรม (Exchange Activity) ระหว่างผู้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และการบริการ 3) เน้นการจัดการ และการตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า หรือ ผู้บริการ (Management of Demand) 4) เน้นกระบวนการจัดการตลาด (Management of Pocus) ที่มีขั้นตอน และเป้าหมายเพื่อความสำเร็จขององค์กรในอนาคต และ 5) การวิจัยตลาดเป็นเครื่องมือที่นักการตลาดใช้ในการทำความเข้าใจความต้องการและความจำเป็นของผู้รับบริการ และใช้ในการพัฒนาสินค้า และบริการที่ทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจหรือเกิดความประทับใจมาใช้ผสมผสานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ประกอบด้วย การส่งเสริมการขาย โดยบุคคล การประชาสัมพันธ์ การตลาดตรง การตลาดเชิงกิจกรรม การโฆษณา การจัดแสดงสินค้า การอบรมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การบอกเล่าปากต่อปาก การตลาดท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลง และแนวโน้มการส่งเสริมการตลาดหลักของภาครัฐจำเป็นต้องศึกษาลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อาทิ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยลงเป็นผู้เดินทางหนุ่มสาวมากขึ้น นักธุรกิจสตรีเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่มีความต้องการเฉพาะนักท่องเที่ยวที่รักสุขภาพ เป็นต้น ช่องทางการจัดจำหน่ายสมัยใหม่จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมากขึ้น การติดต่อสื่อสารผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ระบบการตลาด อินเทอร์เน็ต (internet marketing) จะเป็นความจำเป็นที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป เครื่องมือสื่อสารและเอกสารโฆษณา และแผ่นพับจะเป็นระบบ Digital brochure สภาพเหมือนจริง (Virtual) ส่งตรงถึงลูกค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตซึ่งลูกค้าสามารถเปิดดูข้อมูลและรายละเอียดผ่านคอมพิวเตอร์ที่ไหนก็ได้เวลาใดก็ได้ที่ลูกค้าต้องการ

จากความหมายของการตลาดการท่องเที่ยว ผู้วิจัยสรุปว่า เป็นการศึกษาค้นคว้าความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อตั้งให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามาท่องเที่ยว โดยการให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว การบริการการท่องเที่ยว และการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และได้ใช้แนวคิดการตลาดการท่องเที่ยวในการสร้างแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมาย ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด

เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 11) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ขายในราคาที่คุณบริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้ม รวมถึงการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามตั้งใจให้เกิดความชอบในสินค้า และเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล (2557, หน้า 175) ได้กล่าวถึง การตลาดปัจจุบันสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing) จะแตกต่างจากธุรกิจที่ไม่ใช่ธุรกิจบริการ รวมทั้งการวางกลยุทธ์การตลาดก็ยังคงแตกต่างกันแต่ละธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจบริการ หรือธุรกิจอื่นลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์บริการจะเป็นตัวกำหนดแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดบริการซึ่งมีลักษณะเฉพาะดังกล่าว ได้แก่ 1) การบริการไม่สามารถจับต้องได้ 2) คุณภาพบริการไม่สามารถควบคุมให้คงที่ได้ 3) การบริการไม่สามารถแยกการผลิตออกจากการบริโภคได้ และ 4) การบริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ โดยส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่นำมาใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การตลาดในกลุ่มลูกค้าหรือตลาดเป้าหมาย โดยมีผลให้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการถูกนำเสนอเข้าสู่ตลาดหรือกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการสินค้าและบริการ

องค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และ ศุภร เสรีรัตน์ (2541, หน้า 35-36) อธิบายความหมายของส่วนประสมการตลาด ดังนี้ ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินการตลาดเป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดธุรกิจ ในอุตสาหกรรมบริการ (Service Industry) มีความแตกต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไปเพราะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) เป็นสินค้าและบริการที่นำเสนอต่อลูกค้า หรือตลาดกลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้กับธุรกิจบริการการบริการจำเป็นที่จะต้องจัดให้มีส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างจาก

การตลาดโดยทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่มีการต้อนรับขับสู้ (Hospitality) เป็นหัวใจหลักในการทำธุรกิจ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2. ด้านราคา (Price) คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. ด้านการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้กับผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างกันอยู่เป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และผู้ใช้บริการต่าง ๆ ต้องมีความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และผู้ใช้บริการต่าง ๆ ต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านกายภาพ (Physical Evidence) เป็นการแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพ และรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกาย สะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

จากแนวคิดการตลาดการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้นำเอาองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกายภาพ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Process) นำมาสร้างแบบสอบถามเพื่อวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน

แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นนามธรรมไม่สามารถมองเห็นได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลนั้นมีความพึงพอใจหรือไม่นั้น สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน จึงเป็นการยากที่เราจะวัดความพึงพอใจได้โดยตรง แต่สามารถวัดได้โดยอ้อมโดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้น และการแสดงความคิดเห็นจะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงจึงจะสามารถวัดความพึงพอใจได้

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ และคณะ (2555) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลอันเป็นผลจากการเปรียบเทียบการรับรู้สิ่งที่ได้รับจากการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการรับบริการหรือการให้บริการในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้น

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2553) กล่าวว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อการทำงานในทางบวก เป็นความสุขที่เกิดจากการปฏิบัติงานและได้รับผลตอบแทนคือผลที่เป็นความพึงพอใจทำให้บุคคลเกิดความรู้สึก กระตือรือร้นมีความมุ่งมั่น จะทำงานมีขวัญกำลังใจในการทำงาน และจะมีผลต่อประสิทธิภาพของการทำงาน แล้วทำให้องค์กรนั้นประสบความสำเร็จไปตามเป้าหมาย

สรชัย พิศาลบุตร (2550) กล่าวว่าความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ หมายถึง การที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้รับสิ่งที่ต้องการ แต่อยู่ในขอบเขตที่ผู้ให้บริการจะต้องจัดหามาให้โดยไม่ขัดต่อกฎหมายและศีลธรรม

กชกร เป้าสุวรรณ, ธนภัทร ปัจฉิม และสุจิตรา ฉายปัญญา (2550) ความพึงพอใจ หมายถึง สิ่งที่ดีควรจะเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจเป็นผลของการแสดงออกของทัศนคติของบุคคลอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งเป็นความรู้สึกเอียงเอนของจิตใจที่มีประสบการณ์ ที่มนุษย์เราได้รับมากหรือน้อยก็ได้ และเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นไปได้ทั้งบวกและลบ แต่เมื่อสิ่งใดนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกบวก เป็นความรู้สึกพอใจ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งนั้นสร้างความรู้สึกผิดหวังก็จะทำให้เกิดความรู้สึกลบเป็นความรู้สึกไม่พอใจ

Vroom (1970) กล่าวว่า ทักษะและสติปัญญาในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้ หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทักษะด้านบวก จะแสดงให้เห็นถึงสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้นและทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นถึงสภาพความไม่พึงพอใจ

นักวิจัยทางพฤติกรรมได้ให้ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจในบริการ เป็นความรู้สึกหรือความคิดเห็นเกี่ยวข้องกับทัศนคติที่เกิดจากประสบการณ์ที่ผู้รับบริการเข้าไปใช้บริการในสถานที่ให้บริการนั้น ๆ และประสบการณ์นั้นได้เป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกัน

สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกหรือสร้างให้เกิดความพอใจมนุษย์ ได้แก่ ทรัพยากร (Resource) หรือสิ่งเร้า (Stimuli) การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจจะเป็นการศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพอใจและความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดได้ สภาพแวดล้อมทางกายภาพก็เป็นทรัพยากรของระบบความพึงพอใจอย่างหนึ่ง ดังนั้น การออกแบบสภาพแวดล้อม คือ การตัดสินใจว่าควรจัดทรัพยากรที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีอยู่อย่างไรให้เกิดความพอใจได้ ความพึงพอใจในเชิงปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยเฉพาะในลักษณะงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่ประกอบด้วยบุคคลสองฝ่าย คือ ฝ่ายแรก ได้แก่ ผู้มีอำนาจหน้าที่ในการบริการ ฝ่ายที่สอง ได้แก่ ผู้รับบริการ การศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการนั้น

Herbert (1960) กล่าวว่า วิชาใดจะมีประสิทธิภาพสูงสุดนั้น สามารถพิจารณาได้จากความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้า (Input) กับผลผลิต (Output) ที่ได้รับออกมาโดยพิจารณาจากผลผลิตลบด้วยปัจจัยนำเข้า

ศิริวรรณ เสรวีรัตน์ (2539) กล่าวว่า ความพึงพอใจและแนวทางการเสริมสร้างความพึงพอใจในการบริการไว้ว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการต่างมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินงานบริการ ดังนั้น การสร้างความพึงพอใจในการบริการจำเป็นต้องดำเนินการควบคู่กันไปทั้งต่อผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ดังนี้

1. การตรวจสอบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ
2. การกำหนดเป้าหมายและทิศทางขององค์กรให้ชัดเจน
3. การกำหนดกลยุทธ์การบริการที่มีประสิทธิภาพ
4. การพัฒนาคุณภาพและความสัมพันธ์ในกลุ่มพนักงาน
5. การนำกลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับบริการไปปฏิบัติและประเมินผลเมื่อความพึงพอใจมีความสำคัญสูงมากต่อการบริการ ดังนั้นผู้ประกอบการบริการจะต้องทำ

ความเข้าใจต่อลักษณะและองค์ประกอบความพึงพอใจอย่างถ่องแท้

อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดมพัฒนกิจ (2548) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการจะแสดงออกในทางบวกหรือลบต่อสิ่งที่ได้รับจากการบริการและการนำเสนอการบริการโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้คาดหวังไว้ ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในระหว่างการบริการ ได้แก่

1. ผลลัพธ์บริการ ในการนำเสนอการบริการจะต้องมีผลลัพธ์บริการที่มีคุณภาพและระดับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยให้ผู้ให้บริการจะต้องแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่ และจริงใจต่อการสร้างเสริมคุณภาพของผลลัพธ์บริการที่จะส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดจากการประเมินคุณภาพและรูปแบบของการบริการเทียบกับราคาค่าบริการที่จะต้องจ่ายออกไป โดยผู้ให้บริการจำเป็นต้องกำหนดราคา ค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ และเป็นไปตามความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้รับบริการ ค่าบริการจะถูกหรือแพงขึ้นอยู่กับความสามารถในการจ่ายและเจตคติต่อราคาของกลุ่มผู้รับบริการอีกด้วย

3. สถานที่บริการ ผู้ให้บริการจะต้องมองหาสถานที่ในการให้บริการที่ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก มีสถานที่ที่กว้างขวางเพียงพอและต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการในทุกด้าน เช่น การมีสถานที่จอดรถ หรือการให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้ประเด็นด้านสถานที่ให้บริการลดลงไปได้ เป็นต้น

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ผู้ให้บริการจะต้องให้ข้อมูลข่าวสารในเชิงบวกแก่ผู้รับบริการทั้งในด้านคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของบริการผ่านทางสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับบริการได้นำข้อมูลเหล่านี้ไปช่วยประเมินเพื่อตัดสินใจใช้บริการต่อไป

5. ผู้ให้บริการ จะต้องตระหนักตนเองว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดความพึงใจในการบริการของผู้รับบริการ โดยในการกำหนดกระบวนการจัดการ การวางรูปแบบการบริการจะต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นสำคัญ ทั้งแสดงพฤติกรรมบริการและเสนอบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ ผู้ให้บริการจะต้องสร้างให้เกิดความสวยงามของอาคารสถานที่ผ่านการออกแบบตกแต่ง การแบ่งพื้นที่อย่างเหมาะสมลงตัว สร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรผู้ให้บริการและสื่อภาพลักษณ์เหล่านี้ออกไปสู่ผู้รับบริการอีกด้วย

7. กระบวนการบริการ ผู้ให้บริการต่างมุ่งหวังให้เกิดความมีประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการเพื่อเพิ่มความคล่องตัวและความสามารถในการสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ โดยการนำบุคลากร เทคโนโลยีเข้ามารวมกัน

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ และหวังต่อประสิทธิผลที่จะเกิดขึ้นต่อผู้รับบริการ

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจคือ ความรู้สึกหรือทัศนคติที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นทางด้านบวกหรือด้านลบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเอาทฤษฎีความพึงพอใจมาใช้ในงานวิจัย ในส่วนของการสร้างเครื่องมือในแบบสอบถามความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการศึกษาเพื่อทราบแนวคิด ความต้องการ วัตถุประสงค์ พฤติกรรมการแสดงออกเพื่อให้ได้แนวทางในการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบ ประเภทกิจกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้อง และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

ปราโมทย์ รอดจำรัส (2553, หน้า 4) ให้ความหมาย พฤติกรรมนักท่องเที่ยวตรงกับภาษาอังกฤษว่า Tourist Behavior ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญในการบริหารการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจใด เช่น การโรงแรม การขนส่ง บริษัททัวร์ ภัตตาคาร ต้องมีส่วนในการให้บริการนักท่องเที่ยว ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาวางแผน และปรับปรุงทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสม และเป็นที่พอใจของนักท่องเที่ยว เมื่อทราบพฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวก็สามารถนำมาวางแผนเพื่อพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่วางไว้ การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว รวมถึงกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก ดังนี้ 1) จำนวนครั้งของการท่องเที่ยว 2) วัตถุประสงค์หลักการเดินทาง 3) ลักษณะการเดินทาง 4) แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไป 5) สถานที่พักแรม และ 6) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

จิระวัฒน์ อนุวิชชานนท์ (2554) กล่าวว่าพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อ หรือการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมของเขา คำตอบที่ได้ช่วยให้เห็นการตลาดจัดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ซึ่งคำถามที่ช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค คือ 5Ws ซึ่งพฤติกรรมของผู้บริโภคสามารถค้นหาคำตอบได้จากคำถาม 5Ws โดยได้นำมาสรุปดังนี้ 1) เราอยู่ในตำแหน่งใดเป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ในปัจจุบัน 2) เราต้องการไปสู่ตำแหน่งใด คำตอบของประเด็นนี้คือ จุดมุ่งหมาย เป้าหมาย วัตถุประสงค์ที่องค์กรต้องการในอนาคต สิ่งเหล่านี้จะช่วยนำเราไปสู่ตำแหน่งที่กำหนดไว้ 3) เราจะไปสู่ตำแหน่งนั้นได้อย่างไร คำตอบของ

คำถามนี้ ต้องอาศัยการพัฒนาแผนการตลาด ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุ จุดมุ่งหมาย เป้าหมาย วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ 4) เรามีความเชื่อมั่นว่าจะไปสู่ตำแหน่งนั้นได้อย่างไร การที่มีการวางแผนนั้นทุกองค์ประกอบจะประสบความสำเร็จได้ การติดตามผลและการปรับเปลี่ยนโดยการอาศัยการตรวจสอบ และการควบคุม จึงจะเกิดความเชื่อมั่นว่าเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ และ 5) เราจะทราบได้อย่างไรว่า เราจะไปถึงตำแหน่งนั้น คำตอบนี้ ต้องอาศัยการประเมินผล และวัดผลของแผนการตลาด ความสำเร็จได้จากการประเมินผลและการวัดผล แล้วนำมาปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทั้งแผนในปัจจุบันและอนาคต

สุรรัตน์ เตชาทวีวรรณ (2545) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หรือ Tourist Behavior หมายถึง การแสดงออกลักษณะการกระทำของนักท่องเที่ยว นั้น ๆ การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวก็เพื่อวัตถุประสงค์ในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

1. การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางในแต่ละช่วงของฤดูกาล
2. การวางแผนและพัฒนาด้านบริการการท่องเที่ยว
3. การวางแผนและพัฒนาด้านการตลาด
4. การวางแผนและป้องกันการเกิดปัญหา
5. การวางแผนและพัฒนาด้านเทคโนโลยีและการติดต่อสื่อสาร

การวางแผนและการดำเนินการใด ๆ หากไม่ทราบถึงพฤติกรรมหรือเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มของตลาดที่เป็นเป้าหมาย (Target Market) ความต้องการ (Needs) ย่อมเป็นเรื่องค่อนข้างลำบากและอาจเกิดปัญหาตามมา ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องการใช้เหตุผล (Rationality) หรือการใช้เหตุผลเพื่อวิเคราะห์ (Analysis) องค์ประกอบ (Components) ของพฤติกรรมที่แสดงออกมาและที่มีขึ้นในอนาคตมาคาดคะเนผลที่เกิดขึ้น โดยเหตุการณ์นี้ที่จะประสบผลสำเร็จในด้านการให้บริการต่อนักท่องเที่ยวจึงขึ้นอยู่กับความสามารถของบุคลากรในองค์กรนั้น ๆ ว่ามีประสบการณ์และรอบรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอย่างไร

จากความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยขอสรุปความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่ก็เกิดขึ้นขณะเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นคำพูด การกระทำ สีหน้า ท่าทาง ซึ่งอาจจะคล้ายหรือแตกต่างกันตามรากฐานของอุปนิสัยหรือความต้องการขั้นพื้นฐานของแต่ละคน

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นิรันดร ทัพไชย (2548) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่น

จะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม ก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ

1. เป้าหมาย (Goal) หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกพฤติกรรมจะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ
2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ
3. สถานการณ์ (Situation) หมายถึง โอกาสที่สามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ตอบสนองความต้องการ
4. การแปลความหมาย (Interpretation) หมายถึง แนวคิดที่ตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่ง ๆ
5. การตอบสนอง (Response) คือ การกระทำกิจกรรมตามที่ตัวเองได้ตัดสินใจแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ
6. ผลลัพธ์ที่ตามมา (Consequence) หมายถึง ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้น เกิดการชุมนุมที่สนามบินและทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้
7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อเลือกสิ่งที่จะกระทำไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการหรืออาจจะเลิกความต้องการไป

รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

Cohen (1979) เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ว่า การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรูปแบบพื้นฐานที่สุด คือ การแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของพฤติกรรมของการเดินทางกล่าวคือ การแบ่งว่าบุคคลนั้นเป็นนักท่องเที่ยว (Tourists) หรือนักเดินทาง (travelers) นักท่องเที่ยวเป็นบุคคลซึ่งซื้อรายการนำเที่ยวเหมาจ่ายจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่นักเดินทางคือ บุคคลซึ่งจัดการเดินทางด้วยตนเอง เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินเอง จองที่พักเอง กำหนดการเดินทางด้วยตนเอง เป็นต้น

Cohen (1979) เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreation Tourists) คือนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย
2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) คือนักท่องเที่ยวที่พยายามหาวิธีการที่ทำให้ลืมความจำเจในชีวิตประจำวัน

3. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง สนใจประสบการณ์ที่แท้จริงที่ได้สัมผัสจากแหล่งท่องเที่ยว สัมผัสวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นหรือวัฒนธรรม

4. นักท่องเที่ยวแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการฝังตัวเองหรือชีวิตในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่กับแหล่งท่องเที่ยวเป็นเวลานาน ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย และพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

5. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) ลักษณะเด่นชัดของนักท่องเที่ยวประเภทนี้ คือ ชอบติดต่อกับคนท้องถิ่น เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น

Perreault and Dorden (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) นักท่องเที่ยวประเภทนี้มักมีรายได้อาจปานกลาง แต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือท่องเที่ยวที่ใช้ค่าใช้จ่ายต่ำ

2. นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) นักท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดี และรายได้ดี มีความชื่นชอบในกิจกรรมระหว่างการหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย

3. นักท่องเที่ยวแบบเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) นักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก ๆ ซึ่งมักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหน อย่างไร นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความกระตือรือร้นแต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน (Moderates Travelers) คือนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการท่องเที่ยวเดินทางอย่างมากแต่ไม่สนใจการท่องเที่ยวระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์หรือใช้เวลากับการเล่นกีฬา แต่ชอบการเดินทางที่ใช้ระยะเวลานานมากกว่า

สำนักงานเศรษฐกิจศึกษา Westvlaams (1986, อ้างอิงใน Swarbrook and Horner 1999) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวประเภทหลงใหลในทะเล (Active sea lovers)

2. นักท่องเที่ยวประเภทชอบผูกมิตร (Contact-minded holiday makers) มีจิตใจชอบติดต่อพบปะกับผู้อื่น แสวงหามิตรใหม่โดยเฉพาะที่เป็นคนท้องถิ่น

3. นักท่องเที่ยวประเภทชอบธรรมชาติ (Nature Viewers) ชอบความงดงามภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว

4. นักท่องเที่ยวประเภทแสวงหาการพักผ่อน (Rest-seekers) ใช้เวลาไปกับการนอนพักผ่อนหย่อนใจมากกว่าการทำกิจกรรมอื่น ๆ

5. นักค้นหา (Discovers) นักท่องเที่ยวประเภทชอบผจญภัยและแสวงหามิตรใหม่

6. นักท่องเที่ยวแบบเดินทางพร้อมครอบครัว (Family-orientated) เป็นนักท่องเที่ยวที่หลงใหลในแสงแดดและทะเล และชอบเดินทางแบบครอบครัว

7. นักท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Traditionalists) ชอบเดินทางแบบเน้นความปลอดภัยและไม่เสี่ยงภัย

พิบูล ที่ปะปาล (2543, หน้า 109) ได้กล่าวว่า ก่อนที่มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาจะมีมูลเหตุที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมเสมอ ซึ่งมูลเหตุดังกล่าวจะเป็นตัวกระตุ้นเร้าจิตใจให้เกิดความต้องการ และจากความต้องการจะทำให้เกิดแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมในที่สุด ซึ่งมีลักษณะเป็นขั้นตอน เรียกว่า “กระบวนการของพฤติกรรม” (Process of Behavior) 3 ประการดังนี้

1. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสาเหตุทำให้เกิดซึ่งหมายความว่า การที่คนเราจะแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมานั้นจะต้องมีสาเหตุทำให้เกิดและสิ่งที่เป็นสาเหตุก็คือความต้องการที่เกิดขึ้นในตัวคนนั่นเอง

2. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น คือ เมื่อคนเรามีความต้องการเกิดขึ้นแล้ว คนก็ปรารถนาที่จะบรรลุถึงความต้องการนั้น จนกลายเป็นแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

3. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย หมายถึง การที่คนเราแสดงพฤติกรรมอะไรออกมา โดยปราศจากจุดมุ่งหมายหรือไร้ทิศทาง ตรงข้ามกลับมุ่งไปสู่เป้าหมายที่แน่นอนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จแห่งความต้องการของตน แม้ว่าการะบวนการของพฤติกรรมของคนจะมีลักษณะคล้าย ๆ กัน แต่รูปแบบพฤติกรรมของคนที่แสดงออกในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เขาเผชิญมีลักษณะแตกต่างกัน

ฉัตรพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ (2545) กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว มีดังนี้

1. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) นักท่องเที่ยวจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีประชากรน้อย ๆ พื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ดีเพียงพอในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศได้ ย่อมเป็นกลุ่มที่อยู่ในระดับกลางถึงระดับสูงในสังคม การแสดงออกทางพฤติกรรมย่อมแตกต่างกันหรือตรงกันข้ามกัน เป็นต้น

2. ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology Factor) ปัจจัยในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงการให้บริการด้านต่าง ๆ เช่น เทคโนโลยีทางการสื่อสาร ได้แก่ ระบบ

การจองสำรองที่นั่งบนเครื่องบิน การออกบัตรโดยสารของสายการบินต่าง ๆ ซึ่งใช้ระบบคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า CRS (Computer Reservation System) ส่งผลถึงความสะดวกสบาย รวดเร็ว นักท่องเที่ยวย่อมมีความมั่นใจ และแสดงถึงความมั่นคงของผู้ให้บริการด้วย

3. ปัจจัยทางการเมือง (Political Factor) มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวจะเดินทางด้วยเหตุผลหลัก คือ การพักผ่อนจึงไม่นิยมที่จะเดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดปัญหาทางการเมือง อันอาจทำให้เกิดความไม่มั่นใจนั่นเอง

4. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factor) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีพื้นที่ทางเศรษฐกิจดี เช่น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มักถูกจัดอยู่ในอันดับต้น ๆ ที่เป็นที่ต้องการของเกือบทุกประเทศ การแสดงออกด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายจะใช้ไปในทุก ๆ ด้าน เช่น ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านนันทนาการ ด้านการท่องเที่ยว ด้านการซื้อของที่ระลึกจะเลือกใช้บริการอยู่ในโรงแรม หรือแหล่งท่องเที่ยวระดับสูง เป็นต้น ตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่พื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดี

5. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social-Culture Factor) ปัจจัยด้านนี้นับว่ามีผลกระทบมากต่อการแสดงออกของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวถูกปัจจัยทางด้านสังคม และวัฒนธรรมหล่อหลอมมาตลอด และถ่ายทอดออกมาเป็นทัศนคติของกลุ่มคนเหล่านั้น ทัศนคติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งจะเป็นตัวกำหนดรสนิยม และค่านิยมในการเดินทาง การซื้อสินค้า การเดินทางท่องเที่ยวของคนกลุ่มนั้น ๆ ซึ่งมีผลต่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจะอยู่ในระดับใดและรูปแบบใด

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิบัติการของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสรุปได้ดังนี้

ขั้นที่ 1 การส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้แก่กลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้ นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารนั้น

ขั้นที่ 2 ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน

ขั้นที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการคือ ปัจจัย Push Factor เป็นแรงผลักดันที่ทำให้เกิดความอยากเที่ยว และ Pull Factor เป็นแรงดึงดูดใจให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) เป็นแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นเพื่อประกอบการตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุด โดยคำนึงความประหยัด ปลอดภัย สะดวกสบาย

ขั้นที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) คือ การเตรียมวางแผนค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวว่าค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้น ในการท่องเที่ยวสถานที่นั้น ๆ เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก เป็นต้น

ขั้นที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) คือ การเตรียมตัวในเรื่องของการจองตั๋วพาหนะที่จะเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยว ยืนยันการเดินทาง เช่น หนังสือเดินทาง การอนุญาตเข้าประเทศ เป็นต้น

ขั้นที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการออกเดินทางจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วถึงกลับบ้าน

ขั้นที่ 8 ประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Experience) เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผล การเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้ผลของประสบการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ

1. มีความพึงพอใจ
2. ไม่มีความพึงพอใจ

ขั้นที่ 9 ทศนคติของนักท่องเที่ยว (Attitude) เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้วก็เกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ ถ้านักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจก็จะเกิดทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวในครั้งนี้อาจจะกลับมาเที่ยวอีกครั้งหรือบอกต่อให้คนอื่นมาเที่ยวอีก แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้านักท่องเที่ยวไม่ได้รับความพึงพอใจก็จะเกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้ไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวอีกหรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นไม่อยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วย

จากแนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้นำเอาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง ได้แก่ วัตถุประสงค์การเดินทาง ลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทางช่วงเวลาในการเดินทาง ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง การทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมที่ชื่นชอบ ผู้วิจัยได้นำมากำหนดในการสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัย

ทฤษฎีการมีส่วนร่วม

ยุพาพร รูปงาม (2545) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม (participation) คือ เป็นผลมาจากการเห็นพ้องกันในเรื่องของความต้องการและทิศทางของการเปลี่ยนแปลงและความเห็นพ้อง

ต้องกัน จะต้องมีมากจนเกิด ความคิดริเริ่มโครงการเพื่อการปฏิบัติ เหตุผลเบื้องต้นแรกของการที่มีคนมารวมกันได้ ควรจะต้องมีการตระหนักว่าปฏิบัติการทั้งหมดหรือการกระทำทั้งหมด ที่ทำโดยกลุ่มหรือในนามกลุ่มนั้น กระทำผ่านองค์การ (organization) ดังนั้นองค์การจะต้องเป็นเสมือนตัวนำให้บรรลุถึงความเปลี่ยนแปลงได้

องค์การอนามัยโลก (WHO, 1978) ให้ความหมายการมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การที่กลุ่มของประชาชนก่อให้เกิดการรวมตัวที่จะสามารถกระทำการตัดสินใจใช้ทรัพยากรและมีความรับผิดชอบในกิจกรรมที่กระทำโดยกลุ่ม

วันรัถย์ มิ่งมณีนาดิน (2531) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การเข้าร่วมอย่างแข็งขันและอย่างเต็มที่ของกลุ่มบุคคลผู้มีส่วนได้เสียในทุกขั้นตอนของโครงการหรืองานพัฒนาชนบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมในอำนาจการตัดสินใจและหน้าที่ความรับผิดชอบ การมีส่วนร่วมเข้าร่วมจะเป็นเครื่องประกันว่าสิ่งที่ผู้มีส่วนได้เสียต้องการที่สุดนั้น จักได้รับการตอบสนองและทำให้มีความเป็นไปได้มากขึ้นว่าสิ่งที่ทำไปนั้นจะตรงกับความต้องการที่แท้จริง และมั่นใจมากขึ้นว่าผู้เข้าร่วม ทุกคนจะได้รับประโยชน์เสมอหน้ากัน

ชิต นิลพานิช และกุลธนา ธนาพงศธร (2532) ได้ระบุว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน ในการพัฒนาชนบท หมายถึง การที่ประชาชนทั้งในเมืองและชนบทได้เข้ามีส่วนร่วมหรือเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนาชนบทขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่ง หรือทุกขั้นตอนแล้วแต่เหตุการณ์จะเอื้ออำนวย

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2546) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม คือ การที่ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดที่ไม่เคยได้เข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ หรือเข้าร่วมการตัดสินใจหรือเคยมาเข้าร่วมด้วยเล็กน้อยได้เข้าร่วมด้วยมากขึ้น เป็นไปอย่างมีอิสรภาพ เสมอภาค มิใช่มีส่วนร่วมอย่างผิวเผินแต่เข้าร่วมด้วยอย่างแท้จริงยิ่งขึ้นและการเข้าร่วมนั้นต้องเริ่มตั้งแต่ขั้นแรกจนถึงขั้นสุดท้ายของโครงการ

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (2527) กล่าวถึง ความหมายของการมีส่วนร่วมว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจและอารมณ์ของ บุคคลหนึ่งในสถานการณ์กลุ่ม ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการให้บรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่มนั้น กับทั้งทำให้เกิดความมีส่วนร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าวด้วย

ปรัชญา เวสารัชช์ (2528) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม คือ เกิดขึ้นได้ในหลายลักษณะหลายวิธีการและหลายวิธีการและหลายวัตถุประสงค์ที่มีความแตกต่างกันไปตามมิติต่าง ๆ

อาภรณ์ จันทร์สว่าง (2531) การมีส่วนร่วม คือ การมีส่วนร่วมเป็นผลจากการเห็นพ้องต้องกันในเรื่องความต้องการและทิศทางของการเปลี่ยนแปลงและความเห็นพ้องต้องกันนั้น จะต้องต้องมีมากพอจนเกิดความคิดริเริ่มโครงการเพื่อการนั้น ๆ เหตุผลเบื้องต้นแรกของการที่คนเราสามารถรวมกันได้ควรจะต้องมีความตระหนักว่าปฏิบัติการทั้งหมดหรือการกระทำทั้งหมดที่

โดยบุคคลหรือทำในนามกลุ่มนั้นกระทำผ่านองค์การ ดังนั้นองค์การจะต้องเป็นเสมือนตัวนำให้บรรลุถึงความเปลี่ยนแปลงที่เราต้องการได้

ในที่ประชุมเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน ณ องค์การสหประชาชาติ เมื่อปี ค.ศ. 1975 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็น คำที่ไม่อาจกำหนดนิยามความหมายเดียวที่ครอบคลุมได้ เพราะความหมายของการมีส่วนร่วมอาจแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ หรือแม้แต่ในประเทศเดียวกันก็ตาม ดังนั้น การนิยามความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชน ควรมีลักษณะจำกัดเฉพาะในระบบเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองหนึ่ง ๆ เท่านั้น อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้เชี่ยวชาญดังกล่าวได้ขยายความการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า ครอบคลุมประเด็นดังนี้ (กรมอนามัย, 2550)

ประเด็นที่ 1 การมีส่วนร่วมของประชาชนครอบคลุมการสร้างโอกาสที่เอื้อให้สมาชิกทุกคนของชุมชนและของสังคมได้ร่วมกิจกรรมซึ่งนำไปสู่การพัฒนา และเอื้อให้ได้รับประโยชน์จากการพัฒนาโดยเท่าเทียมกัน

ประเด็นที่ 2 การมีส่วนร่วมสะท้อนการเข้าเกี่ยวข้องโดยสมัครใจ และเป็นประชาธิปไตยในกรณีนี้คือ การเอื้อให้เกิดการพัฒนา การแบ่งสรรผลประโยชน์จากการพัฒนาโดยเท่าเทียมกัน และการตัดสินใจเพื่อกำหนดเป้าหมาย นโยบายและการวางแผนดำเนินการโครงการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม

ประเด็นที่ 3 การมีส่วนร่วมเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างประชาชนและทรัพยากรเพื่อพัฒนากับประโยชน์ที่ได้รับจากการลงทุนดังกล่าว กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจไม่ว่าระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และระดับชาติจะช่วยก่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างสิ่งที่ประชาชนลงทุนลงแรงกับประโยชน์ที่ได้รับ

ประเด็นที่ 4 การมีส่วนร่วมของประชาชนอาจแตกต่างกันไปตามสภาพเศรษฐกิจของประเทศ นโยบาย และโครงสร้างการบริหาร รวมทั้งลักษณะเศรษฐกิจสังคมของ ประชากร การมีส่วนร่วมของประชาชนมิได้เป็นเพียงเทคนิควิธีการ แต่เป็นปัจจัยสำคัญในการประกันให้เกิดกระบวนการพัฒนาที่มุ่งเอื้อประโยชน์ต่อประชาชน

นอกจากนี้ ในกระบวนการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจกำหนดความต้องการของตนเอง การตัดสินใจใช้ทรัพยากร โดย ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์ (2527) มีความเห็นที่สอดคล้องกันว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง สิทธิของประชาชนต่อการตัดสินใจนโยบายที่เกี่ยวกับการจัดสรร (allocation) และการใช้ประโยชน์ (utilization) ของทรัพยากรเพื่อการผลิต ซึ่งเป็นความจำเป็นที่ประชาชนต้องเข้าร่วมในการวางแผน เพื่อการกินดีอยู่ดี และสามารถตอบสนองต่อสิ่งที่เข้าถึง ซึ่งการพัฒนาให้คนจนได้รับประโยชน์เพื่อการผลิต การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะด้วย และการมีส่วนร่วมคือการที่ประชาชน

เข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในระดับต่าง ๆ ทางการจัดการบริการทางการเมือง เพื่อกำหนดความต้องการของชุมชนของตน การมีส่วนร่วมของประชาชนก่อให้เกิดกระบวนการและโครงสร้างที่ประชาชนสามารถที่จะแสดงออก ซึ่งความต้องการของตน การจัดลำดับความสำคัญ การเข้าร่วมในการพัฒนา และได้รับประโยชน์จากการพัฒนานั้นโดยเน้นการให้อำนาจในการตัดสินใจแก่ประชาชนในชนบท และเป็นกระบวนการกระทำที่ประชาชนมีความสมัครใจเข้ามามีส่วนในการกำหนดการเปลี่ยนแปลง เพื่อประชาชนเอง โดยให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเพื่อตนเอง ทั้งนี้ โดยมีใช้การกำหนดกรอบความคิดจากบุคคลภายนอก

ขั้นตอนการมีส่วนร่วม

โกวิท พวงงาม (2545, หน้า 8) ได้สรุปถึงการมีส่วนร่วมที่แท้จริงของประชาชนในการพัฒนา ควรจะมี 4 ขั้นตอน คือ

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาของแต่ละท้องถิ่น กล่าวคือ ถ้าหากชาวชนบทยังไม่สามารถทราบถึงปัญหาและเข้าใจถึงสาเหตุของปัญหาในท้องถิ่นของตนเป็นอย่างดีแล้ว การดำเนินงานต่าง ๆ เพื่อแก้ปัญหาของท้องถิ่นย่อมไร้ประโยชน์ เพราะชาวชนบทจะไม่เข้าใจและมองไม่เห็นถึงความสำคัญของการดำเนินงานเหล่านั้น

2. การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินงาน เพราะการวางแผนดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่จะช่วยให้ชาวชนบทรู้จักวิธีการคิด การตัดสินใจอย่างมีเหตุผล รู้จักการนำเอาปัจจัยข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผน

3. การมีส่วนร่วมในการลงทุนและการปฏิบัติงาน แม้ชาวชนบทส่วนใหญ่จะมีฐานะยากจนแต่ก็มีแรงงานของตนเองที่สามารถใช้เข้าร่วมได้ การร่วมลงทุนและปฏิบัติงานจะทำให้ชาวชนบทสามารถคิดต้นทุนดำเนินงานได้ด้วยตนเอง ทำให้ได้เรียนรู้การดำเนินงานอย่างใกล้ชิด

4. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน ถ้าหากการติดตามงานและประเมินผลงานขาดการมีส่วนร่วมแล้วชาวชนบทย่อมจะไม่ทราบด้วยตนเองว่า งานที่ทำไปนั้นได้รับผลดีได้รับประโยชน์หรือไม่อย่างไร การดำเนินงานอย่างเดียวกันในโอกาสต่อไปจึงอาจจะประสบความสำเร็จล้มเหลว

ระดับของการมีส่วนร่วม

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2546) กล่าวถึงระดับของการมีส่วนร่วมตามหลักการทั่วไปว่าแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ

1. การมีส่วนร่วมเป็นผู้ให้ข้อมูล ของตน/ครอบครัว/ชุมชนของตน
2. การมีส่วนร่วมรับข้อมูลข่าวสาร
3. การมีส่วนร่วมตัดสินใจ โดยเฉพาะในโครงการที่ตนมีส่วนได้เสีย โดยแบ่งเป็น 3 กรณีแล้วแต่กิจกรรมในตนเองอยู่ในขั้นตอนใดต่อไปนี

- 3.1 ตนมึน้ำหนักการตัดสินใจน้อยกว่าเจ้าของโครงการ
 - 3.2 ตนมึน้ำหนักการตัดสินใจเท่ากับเจ้าของโครงการ
 - 3.3 ตนมึน้ำหนักการตัดสินใจมากกว่าเจ้าของโครงการ
 4. การมีส่วนร่วมทำ คือ ร่วมในขั้นตอนการดำเนินงานทั้งหมด
 5. การมีส่วนร่วมสนับสนุน คือ อาจไม่มีโอกาสร่วมทำ แต่มีส่วนร่วมช่วยเหลือในด้านอื่น
- นอกจากนี้ยังได้มีการแบ่งระดับของการมีส่วนร่วมเป็นระดับของการมีส่วนร่วมตามแนวทางพัฒนาชุมชน เป็นการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน โดยได้ แบ่งไว้ดังนี้
1. ร่วมค้นหาปัญหาของตนให้เห็นว่าสิ่งใดที่เป็นปัญหารากเหง้าของปัญหา
 2. ร่วมค้นหาสิ่งที่จำเป็นของตนในปัจจุบันคืออะไร
 - 2.1 ร่วมคิดช่วยตนเองในการจัดลำดับปัญหา เพื่อจะแก้ไขสิ่งใดก่อนหลัง
 - 2.2 วางแผนแก้ไขปัญหาเป็นเรื่อง ๆ
 - 2.3 ร่วมระดมความคิดถึงทางเลือกต่าง ๆ และเลือกทางเลือกที่เหมาะสมเพื่อแก้ไข

ปัญหาที่วางแผนนั้น

- 2.4 ร่วมพัฒนาเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้
- 2.5 ร่วมดำเนินการแก้ไขปัญหานั้น ๆ
- 2.6 ร่วมติดตามการดำเนินงานและประเมินผลการดำเนินงาน
- 2.7 ร่วมรับผลประโยชน์/หรือร่วมเสียผลประโยชน์จากการดำเนินงาน

ดังนั้นจากทฤษฎีการมีส่วนร่วม ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการส่งเสริม สนับสนุน และสร้างโอกาสให้กับประชาชนในชุมชน ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และนโยบายที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งงานวิจัยในครั้งนี้ มุ่งเน้นให้ทุกภาคส่วน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมาย ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และผู้วิจัยสามารถนำทฤษฎีนี้มาใช้ในการสร้างแนวทางการร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

บริบทพื้นที่อำเภอหัวหิน

ประวัติอำเภอหัวหิน

จากบันทึกของราชการในสมัยรัชกาลที่ 7 พ.ศ. 2470 ที่บันทึกว่าชาวพระนครและชาวต่างชาติดลมาเที่ยวหัวหินมากถึง 10,000 คน และในปี พ.ศ. 2471 มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นถึง 30,000 คน ซึ่งในสมัยนั้นประชากรในพระนครยังมีจำนวนไม่มากนัก จำนวนตัวเลขที่มากถึง

30,000 คน นั้นย่อมแสดงให้เห็นถึงความเฟื่องฟูของหัวหิน (สุกัญญา ไชยภาณี, 2551, หน้า 98) ความนิยมดังกล่าว ทำให้หัวหินในยุคสมัยนั้นกลายมาเป็นเมืองตากอากาศที่สำคัญของประเทศ ไทย ประกอบกับในห้วงเวลาดังกล่าวตรงกับรัชสมัยของรัชกาลที่ 7 มีการสร้างสถานที่ต่าง ๆ ขึ้นหลายแห่ง เช่น พระราชวังไกลกังวล การสร้างสนามกอล์ฟ การสร้างโรงแรมหัวหินรวมถึง ตลาดฉัตรไชย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสังคมไทยในยุคสมัยดังกล่าวได้เปิดรับวัฒนธรรมบางอย่างของชาติตะวันตกเข้ามาสู่ประเทศไทย เช่น โรงแรมหัวหินมีบริการอาหารเช้า (breakfast) มีการทำห้องเก็บเหล้าไวน์ใต้พื้น (Wine cellar) และมีการจ้างผู้ชำนาญการชาวต่างประเทศเข้ามาเป็นผู้ฝึกสอนด้านการบริหาร การบริการ และการอาหารแก่เจ้าหน้าที่ของกรมรถไฟหลวง (สรศักดิ์ พงษ์สภา, 2545, หน้า 40)

หัวหิน เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่มีเรื่องราวและความน่าสนใจทางประวัติศาสตร์อยู่มากมาย ไม่ว่าจะเป็นการสร้างพระราชวังไกลกังวล พลับพลาที่ประทับรถไฟ การสร้างโรงแรมรถไฟ การสร้างสนามกอล์ฟและตลาดฉัตรไชย เป็นต้น ซึ่งเรื่องราวของหัวหิน ได้ถูกเล่าขานผ่านสิ่งต่าง ๆ มากมายที่กลายมาเป็นเอกลักษณ์บางอย่างของหัวหิน ทำให้หัวหินในวันนี้กับหัวหินในวันวานมีความแตกต่างกันอย่างมากในแง่มุมของเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรวมถึงการประดิษฐ์ที่เป็นวัตถุหรือวัฒนธรรมที่ได้สะท้อนให้เห็นความเป็นไปต่าง ๆ มีการเล่าสืบต่อกันมาว่า มีชาวบ้านกลุ่มหนึ่งจากเมืองเพชรบุรีได้อพยพหนีความอดอยากลงมาทางใต้จนมาถึงบริเวณบ่อฝ้าย หนองสะแก และเขาตะเกียบ ซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์มีแม่น้ำลำคลองไหลผ่านชาวบ้านเหล่านั้นจึงลงหลักปักฐานสร้างบ้านเรือนและทำประมงเป็นอาชีพหลักต่อมามีชาวปักขใต้ ได้แก่ ชาวภูเก็ต พัทลุง และตรัง ย้ายถิ่นฐานมาอาศัยอยู่ด้วยทำให้ชุมชนขยายตัวใหญ่ขึ้นเป็นชุมชนผสมระหว่างคนภาคกลางและคนภาคใต้มีภาษาพูดและสำเนียงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะเรียกว่า บ้านสมอเรียงตั้งอยู่ใกล้กับคลองสมอเรียง เนื่องจากบริเวณนั้นมีแนวหาดหินใหญ่น้อยเรียงรายไปตามแนวชายฝั่ง จึงมีการเปลี่ยนชื่อหมู่บ้านตามลักษณะภูมิศาสตร์ว่า บ้านหินเรียง ต่อมาได้กลายเป็น บ้านแหลมหินและบ้านหัวหินในที่สุด (ณัฐชยา ราทิกุลกรลักษณ์, 2547, หน้า 22)

แม้ว่าในอดีต หัวหิน จะไม่ได้มีความโดดเด่นและสำคัญมากมายดังเช่นปัจจุบัน แต่ชื่อของหัวหิน หรือแหลมหิน ก็มักจะถูกกล่าวถึงอยู่เสมอ การถอยร่นของชุมชน เช่น ชุมชนสมอเรียง ชุมชนแหลมหิน ชุมชนบ่อฝ้ายมาจนถึงจุดที่ตั้งของอำเภอหัวหินในปัจจุบันและไม่ได้ถอยร่นต่อไปนั้นแสดงให้เห็นว่าบริเวณดังกล่าวมีความเหมาะสมในการตั้งถิ่นฐานเพื่อประกอบอาชีพและดำรงชีวิต เมื่อชุมชนต่าง ๆ รวมตัวกันมากขึ้นพื้นที่ดังกล่าวก็เริ่มขยายใหญ่ขึ้น ทำให้เริ่มมีความสำคัญและมีบทบาทในด้านต่าง ๆ มากขึ้น ซึ่งที่ผ่านมาพื้นที่ดังกล่าวก็ยังไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากนัก จนมาถึงรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 3 พื้นที่

บริเวณหัวหิน (ในปัจจุบัน) เริ่มเป็นที่ประจักษ์มากขึ้นแต่ก็ยังจำกัดอยู่ในระดับของราชวงศ์และชนชั้นสูงเท่านั้น

ในปี พ.ศ. 2377 รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 3) พบว่า เพชรบุรี มีหาดทราย ชายทะเลแปลกกว่าที่อื่นคือมีกลุ่มหินกระจัดกระจายอยู่อย่างสวยงาม พระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระนเรศรวรฤทธิ์ (พระองค์เจ้าชายกฤษดาภินิหาร ต้นราชสกุลกฤดากร) เป็นเจ้านายองค์แรกที่สร้างตำหนักหลังใหญ่ชายทะเลด้านใต้ของหมู่หิน และประทานชื่อตำหนักว่า “แสนสำราญสุขเวศน์” ต่อมาทรงปลูกอีกหลังหนึ่งแยกเป็น “แสนสำราญ” และ “สุขเวศน์” เพื่อไว้ใช้รับเสด็จเจ้านาย พร้อมกับทรงสร้างเรือนขนาดเล็กใต้ถุนสูงอีกหลายหลัง ซึ่งต่อมาก็กลายเป็น “บังกะโลสุขเวศน์” และทรงขนานนามหาดทรายบริเวณตำหนักและหาดถัด ๆ ไปทางใต้เสียใหม่ว่า “หัวหิน” ซึ่งเป็นคนละส่วนกับบ้านแหลมหินเดิม โดยมีกองหินชายทะเลที่หมายแบ่งเขตโดยบ้านแหลมหินเดิมมีเขตด้านใต้ถึงเพียงแค่อันเกิดใหญ่ชายทะเลเท่านั้นไม่ได้มาถึงที่ดินของเสด็จในกรมครั้นเมื่อเวลาผ่านไปชื่อ “หัวหิน” ก็แผ่คลุมทั้งหาดทั้งตำบลจนขยายเป็นอำเภอหัวหิน

หัวหิน เป็นเมืองตากอากาศเก่าแก่และคลาสสิกที่ได้รับความนิยมมานาน เป็นหนึ่งในเมืองตากอากาศชายทะเลแรก ๆ ของเมืองไทย โดยความสวยงามของหัวหินเริ่มเป็นที่รู้จักครั้งแรกในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ เมื่อครั้งพระองค์ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้นายเสนรี กิตตินส์ เลขานุการกรมการรถไฟและกรมหลวงดำรงราชานุภาพ เสนาบดีกระทรวงมหาดไทย สำนวญเพื่อเตรียมก่อสร้างทางรถไฟสายใต้ ซึ่งเสนอรายงานถึงความสวยงามของหาดทรายชายทะเลหัวหินว่าเหมาะที่จะสร้างเป็นเมืองตากอากาศพักผ่อนชายทะเล ภายหลังเมื่อเส้นทางรถไฟแล้วเสร็จ หัวหินจึงเป็นเมืองตากอากาศที่ได้รับความนิยมอย่างสูงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มบุคคลสังคมชั้นสูงและยังคงได้รับความนิยมจวบจนปัจจุบัน จุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของหาดหัวหินคือ กองหินที่กระจายตัวอยู่หน้าโรงแรมรถไฟ (สนุกคอตคอม, 2561, สื่อออนไลน์)

ในช่วงปี พ.ศ. 2493 ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 ได้สร้างแล้วเสร็จเรียบร้อยจึงทำให้การเดินทางไปมาหาสู่ระหว่างพระนครกับหัวหินมีความสะดวกมากขึ้น ผู้คนที่มีรถยนต์ก็ขับรถยนต์ไปเที่ยวกันได้ง่ายขึ้น มีความเป็นส่วนตัวมากกว่าการนั่งรถไฟ ถึงแม้ว่าการเดินทางด้วยรถยนต์จะมีความสะดวกสบายมากขึ้นแต่ทว่าในสมัยดังกล่าวเป็นช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เศรษฐกิจหลังสงครามเพิ่งจะฟื้นก็ยังมีความฝืดเคืองอยู่ รถยนต์จึงยังมีอยู่ไม่มากแต่จะมีให้เห็นก็เฉพาะคนที่มีฐานะร่ำรวยเท่านั้น (สุกัญญา ไชยภาณี, 2551, หน้า 113) หลังจากเหตุการณ์สงครามโลกครั้งที่ 2 ผ่านพ้นไป ความคิดคึกครื้นก็เริ่มที่จะกลับมาเยือนหัวหินอีกครั้ง แต่ทว่าบริบทต่าง ๆ ก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน ชนชั้นกลาง เริ่มที่จะท่องเที่ยวมากขึ้น

เมื่อเข้าสู่ช่วงปี พ.ศ. 2500 เป็นต้นไป หัวหินที่เคยเป็นที่ตากอากาศแห่งเดียวของไทยเริ่มมีคู่แข่ง โดยท่านผู้นำในยุคนั้นได้เปิดเมืองตากอากาศขึ้นมาอีกหลายแห่ง เช่น บางปู บางแสน พัทยา

ในช่วงเวลา พ.ศ. 2520-2530 เป็นช่วงเวลาที่ประเทศไทยเริ่มฟื้นตัวและเริ่มฟื้นความรุ่งเรืองทางการเมือง หัวหินเริ่มเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงอีกครั้งในสมัยรัฐบาลของพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ที่ประกาศให้ปี พ.ศ. 2530 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวไทย การพัฒนารูปแบบใหม่ เพื่อรับนักท่องเที่ยวจากทั่วประเทศและทั่วโลกจึงทำให้หัวหินกลายเป็นเมืองท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีการขยายตัวและมีความเคลื่อนไหวตลอดเวลา โดยสังเกตได้จากการที่มีร้านค้าเพิ่มมากขึ้น ตลาดนัดรถไฟมีการพัฒนาขยายใหญ่ขึ้น ร้านสะดวกซื้อที่บริการ 24 ชั่วโมง รีสอร์ทชั้นนำหนึ่งของโลก โรงแรม 5 ดาวชื่อดังอีกจำนวนมากนับไม่ถ้วน มาอยู่รวมกันที่นี้ (สุกัญญา ไชยภาณี, 2551, หน้า 120) ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้หัวหินเริ่มเปลี่ยนแปลงไป สภาพต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นคอนโดมิเนียมริมชายหาดและบ้านพักอาศัยจำนวนมากที่เกิดขึ้น ย่อมสะท้อนให้เห็นได้ชัดเจนว่าหัวหินได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างแทบไม่เหลือเค้าโครงของความเป็นหัวหินที่มีวิถีชีวิต สังคมและความเป็นอยู่แบบเดิม ๆ ให้เห็น เมื่อหัวหินกลายเป็นเมืองท่องเที่ยว ย่อมหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะมีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้นตามมาโดยแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในระยะหลังนี้มักจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นทั้งสิ้น เช่น เพลินวาน ตลาดน้ำ หัวหินสามพันนามซานโตรินี่ และเวนิเซีย เป็นต้น

อาณาเขต

ถ้าพิจารณาตามภูมิศาสตร์แล้วจะพบว่า เมืองหัวหินในปัจจุบันตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของอำเภอหัวหิน ติดกับทะเลอ่าวไทย พื้นที่มีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าทิศตะวันตกเป็นภูเขา พื้นที่ลาดเอียงลงสู่ทะเลอ่าวไทย มีพื้นที่รวม 86.36 ตารางกิโลเมตร หรือ 53,975 ไร่ มีถนนเพชรเกษม (ทางหลวงหมายเลข 4) ตัดผ่านจากทิศเหนือจรดทิศใต้ยาวประมาณ 22 กิโลเมตร ห่างจากกรุงเทพมหานครโดยประมาณ 230 กิโลเมตรลักษณะพื้นที่เป็นชุมชนเมืองหนาแน่นและมีชุมชนที่กระจัดกระจายไม่หนาแน่นห่างไกลออกไป พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม พื้นที่ว่างและพื้นที่เขตทหาร การขยายตัวของเมืองมีลักษณะเป็นแนวยาวไปตามถนนเพชรเกษม มีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่ง มีโรงแรม บ้านพัก ร้านอาหาร และสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวจำนวนมากนอกจากนี้ เมืองหัวหิน ยังเป็นที่ตั้งของเขตพระราชฐาน คือ พระราชวังไกลกังวล ซึ่งพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชและสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงประทับ อำเภอหัวหินตั้งอยู่ทางตอนเหนือสุดของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีอาณาเขตติดต่อดังต่อไปนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	อำเภอแก่งกระจาน อำเภอท่ายาง และอำเภอชะอำ (จังหวัดเพชรบุรี)
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	ชายฝั่งของอ่าวไทย
ทิศใต้	ติดต่อกับ	อำเภอปราณบุรี
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	เขตตะนาวศรี (ประเทศเมียนมาร์)

คำขวัญประจำอำเภอหัวหิน

“ท่องเที่ยวหัวหิน แวะถิ่นมนต์ขลัง ทะเลสวย นักมวยดัง พระราชวังดงาม”

เขตการปกครอง

แบ่งพื้นที่การปกครองส่วนภูมิภาคออกเป็น 7 ตำบล 63 หมู่บ้าน ได้แก่ ตำบลหัวหิน ตำบลหนองแก ตำบลหินเหล็กไฟ ตำบลหนองพลับ ตำบลทับใต้ ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ และตำบลบึงนคร ท้องที่อำเภอหัวหินประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 7 แห่ง ได้แก่

1. เทศบาลเมืองหัวหิน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหัวหินและตำบลหนองแกทั้งตำบล
2. เทศบาลตำบลหนองพลับ ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลหนองพลับ
3. องค์การบริหารส่วนตำบลหินเหล็กไฟ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหินเหล็กไฟทั้งตำบล
4. องค์การบริหารส่วนตำบลหนองพลับ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหนองพลับ (นอกเขตเทศบาลตำบลหนองพลับ)
5. องค์การบริหารส่วนตำบลทับใต้ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลทับใต้ทั้งตำบล
6. องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ทั้งตำบล
7. องค์การบริหารส่วนตำบลบึงนคร ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบึงนครทั้งตำบล (วิกิพีเดีย, 2560, สืบออนไลน์)

ลักษณะภูมิประเทศ

อำเภอหัวหินตั้งอยู่ระหว่างเทือกเขาตะนาวศรีและอ่าวไทย มีส่วนกว้างประมาณ 60 กิโลเมตร ลักษณะพื้นที่ทั่วไปทางตะวันตกซึ่งติดต่อกับสหภาพเมียนมาร์เป็นทิวเขาสูงประกอบด้วยป่าไม้ พื้นที่ค่อย ๆ ลาดต่ำลงมาทางตะวันออกเป็นป่าละเมาะเล็ก ๆ จนจรดชายฝั่งทะเล เหมาะแก่การกสิกรรมและเลี้ยงสัตว์ มีเกาะเล็กอยู่ทางใต้ของเขาตะเกียบ 1 เกาะ คือ เกาะสิงโต มีทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ ป่าไม้และหินควอทซ์ (กรมอุตุฯ มหาวิทยาลัย, 2560, ออนไลน์)

สภาพภูมิอากาศ

อำเภอหัวหินอยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุมที่พัดเวียนประจำฤดูกาล 2 ชนิด คือ พัดจากทิศตะวันออกเฉียงเหนือในฤดูหนาว เรียกว่าฤดูลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ อิทธิพลของลมนี้ทำให้บริเวณประเทศไทยตอนบนมีอากาศหนาวเย็น แต่ภาคใต้ฝั่งตะวันออกโดยเฉพาะทางตอนล่างของภาคจะมีฝนตกชุกมาก เนื่องจากไม่มีภูเขากั้น ทำให้ได้รับอิทธิพลจากลมที่พัด

ผ่านทะเลจีนใต้และอ่าวไทยอย่างเต็มที่ ส่วนอำเภอหัวหินอยู่ทางตอนบนของภาคใต้ฝั่งตะวันออก ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือจึงพัดเข้าสู่อำเภอนี้เป็นบริเวณแคบ ทำให้มีฝนตกน้อยในช่วงฤดูหนาว อากาศส่วนใหญ่จึงคล้ายคลึงกับภาคกลางคือมีอากาศเย็นเป็นครั้งคราว และมีฝนตกชุกในช่วงต้นฤดู ส่วนมรสุมอีกชนิดหนึ่งคือมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ลมนี้จะพัดประจำในช่วงฤดูฝน และเป็นลมที่พัดผ่านมหาสมุทรอินเดียจึงทำให้ประเทศไทยมีฝนตกมาก แต่เนื่องจากอำเภอหัวหินอยู่หลังทิวเขาตะนาวศรีซึ่งปิดกั้นทางลมนี้ไว้จึงเป็นที่อับฝน มีฝนตกน้อยในช่วงฤดูฝน ฝนส่วนใหญ่จะตกมากในช่วงฤดูหนาว คือระหว่างเดือนตุลาคมถึงพฤศจิกายน (กรมอุตุนิยมวิทยา, 2560, ออนไลน์)



ภาพ 2 แสดงแผนที่อำเภอหัวหิน

ที่มา: เทศบาลอำเภอหัวหิน, 2561, สื่อออนไลน์

บริบทพื้นที่วิจัย

แบ่งออกเป็น 3 ประเภทตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญดังนี้

สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

1. **สวนสนประดิพัทธ์** ตั้งอยู่ที่ตำบลหนองแก อำเภอหัวหิน จากหัวหินใช้ทางหลวงหมายเลข 4 (ถนนเพชรเกษม) ไปทางทิศใต้ประมาณ 9 กิโลเมตร แยกซ้าย กม. ที่ 240 เลี้ยวซ้ายเข้าไปประมาณ 500 เมตร ถึงชายหาด โดยหาดสวนสนแห่งนี้นอกจากจะมีแนวสนประดิพัทธ์เป็นเอกลักษณ์ของชายหาดแล้ว เมื่อเดินพ้นจากแนวต้นสนออกมายังชายหาด จะพบว่าหาดสวนสนมีแนวหาดกว้างสวยงามไม่แพ้หาดใด ๆ และด้วยความยาวถึง 2.8 กิโลเมตร จากเขาตะเกียบ มองดูเป็นเว้งโค้งสวยงาม ทราายชาวสะอาด ร่มรื่นไปด้วยทิวสนประดิพัทธ์ อันเป็นที่มาของชื่อหาด ระดับน้ำทะเลไม่ลึกเหมาะกับการลงเล่นน้ำ หาดสวนสนประดิพัทธ์หรือที่ชาวบ้านเรียกกันว่าหาดสวนสนนี้ เดิมทีเป็นพื้นที่ตากอากาศของทางราชการ อยู่ในความดูแลของศูนย์ทหารราบปรานบุรี เปิดให้ประชาชนทั่วไปเข้าไปพักผ่อนหย่อนใจท่องเที่ยวได้ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ บนหาด ก็มีอยู่เพียบพร้อม ไม่ว่าจะเป็นห้องอาบน้ำจืด ห้องสุขา รวมทั้งเตียงผ้าใบ เสื้อชูชีพ ห่วงยางเล่นน้ำ ร้านอาหาร เสน่ห์ของหาดนี้คือความเงียบสงบ ร่มรื่นด้วยแนวสนประดิพัทธ์เหมาะกับการพักผ่อนหย่อนใจ



ภาพ 3 แสดงหาดสวนสนประดิพัทธ์

ที่มา: จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2561, สื่อดอนไลน์

2. **น้ำตกป่าละอู** ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน เป็นน้ำตกขนาดใหญ่ อยู่ทางตอนใต้ของอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ในท้องที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ห่างจากหัวหินประมาณ 60 กิโลเมตร ใกล้หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติที่ กจ. 3 (ห้วยป่าเลา) มีความสูง 15 ชั้น ไหลลดล้นลงมาเป็นทางยาว ชั้นที่ 1-3 เหมาะสำหรับการเล่นน้ำ เนื่องจากน้ำตกที่สูงขึ้นไปต้องปีนป่ายไปตามโขดหินสูงชัน น้ำตกชั้นที่สวยงามที่สุดคือ น้ำตกชั้นที่ 7 มีแอ่งน้ำใหญ่อยู่ท่ามกลางป่าร่มครึ้ม



ภาพ 4 แสดงน้ำตกป่าละอู

ที่มา: จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2561, สื่อออนไลน์

3. เขาหิน เหล็ก ไฟ อยู่ห่างจากตัวเมืองหัวหินไปทางทิศตะวันตกเพียง 3 กิโลเมตร เหมาะแก่การชมวิวพระอาทิตย์ขึ้นยามเช้า หรือช่วงค่ำที่สามารถมองเห็นตัวเมืองหัวหินได้อย่างชัดเจน ซึ่งมีจุดชมวิว ทั้งหมด 15 จุด แต่บางจุดอาจขึ้นหรือเดินลำบาก แต่จะมีจุดชมวิวใหญ่ ๆ อยู่ 6 จุด ด้วยกัน จุดชมวิวที่ 5 จะเป็นจุดชมวิวที่สวยงามที่สุด เพราะจะมองเห็นเมืองหัวหินได้ทั้งเมืองและยาวไปจนถึงเมืองชะอำ จากจุดชมวิวจะมองเห็นตัวเมืองหัวหิน ชายหาดหัวหิน พระราชวังไกลกังวล เขาตะเกียบ สถานีรถไฟหัวหิน สนามกอล์ฟหลวงหัวหิน โดยรอบบนยอดเขาจะเป็นพื้นราบ และผาหินที่สวยงาม พร้อมกับมีศูนย์จำหน่ายสินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง พื้นที่อเนกประสงค์ ปลุุกพันธุ์ไม้ในวรรณคดี สวนนก ร้านอาหาร เครื่องดื่ม นอกจากนี้แล้ว ยังเป็นที่ประดิษฐานพระบรมรูปพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว ให้นักท่องเที่ยวที่แวะเวียนขึ้นไปได้สักการบูชา



ภาพ 5 แสดงจุดชมวิวเขาหินเหล็กไฟ

ที่มา: จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2561, สื่อออนไลน์

4. หาดเขาเต่า ตั้งอยู่ที่ตำบลหนองแก อยู่ห่างจากหัวหินประมาณ 3 กิโลเมตร โดยมีทางแยกจากถนนเพชรเกษมกิโลเมตรที่ 243-244 เลี้ยวซ้ายข้ามทางรถไฟไปอีกประมาณ 1 กิโลเมตร ถึงวัดเขาเต่า บริเวณเขาเต่ามีหาดทรายที่สะอาดและสวยงาม 2 แห่งคือ หาดทรายน้อยและหาดทรายใหญ่



ภาพ 6 แสดงหาดเขาเต่า

ที่มา: จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2561, สื่อออนไลน์

5. **หาดหัวหิน** ชายหาดอันเป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนตากอากาศที่มีชื่อเสียงแห่งแรกของเมืองไทย อยู่ทางด้านทิศตะวันออกของตัวเมืองมีทางลงหาดอยู่ที่ถนนดำเนินเกษมสองข้างทางลงหาดมีโรงแรม และร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก หาดหัวหินมีความยาวประมาณ 5 กิโลเมตร ทรายขาวละเอียด เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีการจัดบริเวณเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดีเหมาะแก่การพักผ่อน อาบแดด และเล่นน้ำทะเล



ภาพ 7 แสดงหาดหัวหิน

ที่มา: จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2561, สื่อออนไลน์

6. **เขาตะเกียบ เขาไกรลาส** เป็นภูเขาสองลูกอยู่ใกล้กัน อยู่ห่างจากตัวอำเภอหัวหินไปทางทิศใต้ประมาณ 3 กิโลเมตร เขาตะเกียบเป็นเขาที่ยื่นเป็นแหลมออกไปในทะเลมีโขดหินสวยงาม ถูกกำหนดให้เป็นขอบเขตด้านใต้สุดของหาดหัวหิน เขาตะเกียบ ยังเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปปางห้ามญาติขนาดใหญ่หันหน้าออกสู่ทะเล บริเวณยอดเขาเป็นที่ตั้งของวัดเขาตะเกียบ สามารถขึ้นไปชมวิทิวทัศน์ของท้องทะเลและตัวเมืองหัวหินได้อย่างชัดเจน ชายหาดเขาตะเกียบมีความยาวประมาณ 1.5 กิโลเมตร มีความลาดชันน้อย ทรายขาวละเอียด เขาไกรลาสจะอยู่ก่อนทางขึ้นเขาตะเกียบ มีประติมากรรมที่มีความเก่าแก่บ่งบอกถึงระยะเวลาที่สร้างมานานทำให้เกิดความขลังน่าศรัทธา เป็นความงามอีกรูปแบบหนึ่งที่น่าลองไปเที่ยวชมบนเขาทางซ้ายจะมีจุดนั่งชมวิทิวที่มีลมพัดผ่านตลอดเวลาเหมาะกับการนั่งพักผ่อน มองไปจะเห็นวิทิวทัศน์ที่สวยงามของเขาตะเกียบอย่างชัดเจน จะมีโบสถ์และศาลหลวงพ่อไกรลาสให้กราบไหว้ก่อนเดินทางกลับออกมา



ภาพ 8 แสดงเขาตะเกียบ และเขาไกรลาส

ที่มา: จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2561, สื่อออนไลน์

สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

1. **สถานีรถไฟหัวหิน** เป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของอำเภอหัวหิน จุดเด่นของสถานีรถไฟแห่งนี้คือ ยังคงรูปแบบของสถานีแบบสมัยก่อนที่สร้างตัวอาคารด้วยไม้ ที่ทางเจ้าหน้าที่ของสถานีทำนุบำรุงดูแลรักษาอย่างดี ซึ่งหาได้ยากมากในสมัยปัจจุบัน เพราะสถานีอื่น ๆ ได้ทำการรื้อถอนและสร้างสถานีเป็นแบบสมัยใหม่เกือบหมดแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศต่างพากันมาแวะเวียนเยี่ยมชมสถานีรถไฟแห่งนี้คือ “พลับพลาพระมงกุฎเกล้าฯ” เป็นพลับพลาจตุรมุขสร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าฯ เดิมมีชื่อว่า “พลับพลาสนามจันทร์” ตั้งอยู่บริเวณสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม พลับพลาแห่งนี้มีไว้ในการที่พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าฯ เสด็จประทับทอดพระเนตรกองเสือป่าและลูกเสือทั่วประเทศทำการฝึกซ้อมยุทธวิธีเป็นประจำทุกปี หลังจากสิ้นรัชสมัยพระองค์การรถไฟแห่งประเทศไทยจึงได้ทำการรื้อถอนมาเก็บไว้เพื่อรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณของพระองค์ ต่อมาในปี พ.ศ. 2511 สมัยพันเอกแสง จุลจาริตต์ เป็นผู้ว่าการรถไฟฯ ได้พิจารณาเห็นว่า ควรนำเครื่องอุปกรณ์ก่อสร้างของพลับพลาสนามจันทร์ มาปลูกสร้างขึ้นใหม่ที่หัวหิน เพื่อเป็นที่ประทับขึ้นและลงรถไฟของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว การดำเนินก่อสร้างนี้ใช้ช่างฝีมือคนไทย และได้มีการทำพิธีเปิดพลับพลา ซึ่งได้ตั้งชื่อว่า “พลับพลาพระมงกุฎเกล้าฯ” เมื่อวันที่ 6 เมษายน 2517



ภาพ 9 แสดงสถานีรถไฟ

ที่มา: จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2561, สื่อออนไลน์

2. **อุทยานราชภักดี** เป็นอุทยานประวัติศาสตร์ ตั้งอยู่ที่ตำบลหนองแก อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ตั้งพระบรมราชานุสาวรีย์ ของพระมหากษัตริย์ไทยในอดีต 7 พระองค์ ประกอบด้วย (1) พ่อขุนรามคำแหงมหาราช (2) สมเด็จพระนเรศวรมหาราช (3) สมเด็จพระนารายณ์มหาราช (4) สมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี (5) พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช (6) พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (7) พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโดยพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช พระราชทานชื่อว่า “อุทยานราชภักดี” ซึ่งเป็นอุทยานที่สร้างขึ้นด้วยความจงรักภักดีและเพื่อเป็นการเทิดทูลและประกาศเกียรติคุณพระมหากษัตริย์แห่งสยาม โดยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร ขณะดำรงพระยศเป็นสมเด็จพระบรมโอรสาธิราช เจ้าฟ้ามหาวชิราลงกรณ สยามมกุฎราชกุมาร เสด็จพระราชดำเนินพร้อมด้วย พระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าพัชรกิติยาภา ทรงเปิดอุทยานเมื่อวันที่ 26 กันยายน พ.ศ. 2558



ภาพ 10 แสดงอุทยานราชภักดี

ที่มา: จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2561, สื่อออนไลน์

สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม

1. ตลาดฉัตรไชย สร้างในปี พ.ศ. 2469 ถูกออกแบบให้มีหลังคาเป็นรูปโค้งครึ่งวงกลม ต่อเนื่องกัน 7 โค้ง ถือเป็นสัญลักษณ์ว่าได้ถูกสร้างขึ้นในรัชสมัย พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 เป็นงานคอนกรีตเสริมเหล็กทั้งอาคาร แม้แต่แผงขายสินค้าสด สินค้าแห้ง ตัวตลาดโล่งโถง อากาศถ่ายเทสะดวก ล้างทำความสะอาดง่าย จัดได้ว่าเป็นตลาดที่ถูกสุขลักษณะที่สุดในประเทศไทยขณะนั้น ปัจจุบันจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลสด และอาหารแห้งจากทะเล



ภาพ 11 แสดงตลาดฉัตรไชย

ที่มา: จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2561, สื่อออนไลน์

2. ตลาดใต้รุ่งหัวหิน เป็นสี่ล้นยามราตรีของหัวหิน จะอยู่บริเวณถนนเดชานูชิตตัดกับ ถนนเพชรเกษม เป็นแหล่งรวมอาหารนานาชาติ อาทิ อาหารทะเล อาหารไทย ขนมไทย โรตีสี เป็นต้น



ภาพ 12 แสดงตลาดใต้รุ่งหัวหิน

ที่มา: จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2561, สื่อออนไลน์

3. วัดห้วยมงคล เป็นที่ประดิษฐานรูปเหมือนหลวงพ่อดวงค์ใหญ่ที่สุดในโลก แต่เดิมชื่อว่า “วัดห้วยคต” ตั้งอยู่ในชุมชนบ้านห้วยคต ตำบลทับใต้ อำเภอหัวหิน ต่อมาพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ทรงพระราชทานนามใหม่จาก ห้วยคต เป็นหมู่บ้านห้วยมงคล เป็นที่ที่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ทรงเสด็จมาเยี่ยมประชาชนด้วยโครงการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในหมู่บ้าน เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับพสกนิกรได้มีฐานะดีขึ้น ประชาชนมีสุขกันทั่วหน้า และโครงการต่าง ๆ ก็ดำเนินไปได้ด้วยดี เพราะมีส่วนราชการให้การดูแล รวมทั้งทรงอุปถัมภ์วัดห้วยมงคลไว้ให้เป็นที่พึ่งทางใจสำหรับชาวบ้าน



ภาพ 13 แสดงวัดห้วยมงคล

ที่มา: จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2561, สื่อออนไลน์

4. **เพลินวาน** สถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ของหัวหิน ถูกสร้างขึ้นเพื่อเล่าเรื่องราวของวิถีชีวิตของชาวหัวหินในอดีต เพลินวานมีลักษณะคล้ายหมู่บ้านย้อนยุคที่มีชีวิต มีทั้งร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านเสื้อผ้า ร้านขายขนม และร้านเหล้าในสมัยรูปแบบของหมู่บ้านนี้จะทำจากไม้ให้ความรู้สึกเหมือนพิพิธภัณฑ์ย้อนยุค



ภาพ 14 แสดงเพลินวาน

ที่มา: จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2561, สื่อออนไลน์

สินค้าขึ้นชื่อประจำท้องถิ่น

1. **ผ้าพิมพ์ไหมพัสดร์** โรงงานพิมพ์ผ้าฝ้ายไหมพัสดร์ กำเนิดขึ้นโดยพลเอกพระวรวงศ์เธอพระองค์เจ้าบวรเดชและหม่อมเจ้าหญิงผจงจิตร กฤตการ เนื่องจากทรงสนพระทัยในเรื่องย้อมและพิมพ์ผ้าเป็นพิเศษ ประกอบกับทรงมีเจตนาที่จะสืบสานศิลปวัฒนธรรมไทยให้คงอยู่ที่ดีขึ้น จึงทรงดำริให้สร้างโรงงานขึ้นบนที่ดินส่วนพระองค์ ที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ รวบรวมปี พ.ศ. 2492

ไหมพัสดร์ แปลว่า ผ้าขาวที่นำมาพิมพ์ลาย โดยผ้าพิมพ์ลายไทยของไหมพัสดร์เป็นลายไทยแท้ ๆ จากลายต้นแบบโบราณในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติที่เขียนและพิมพ์ลายด้วยมือจึงนับเป็นสินค้าทำมือขึ้นประณีตมาแต่เก่าก่อน ภายหลังจึงปรับลดลายให้ร่วมสมัยขึ้นโดยสอดแทรกลวดลายที่เกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมและพืชพันธุ์ธรรมชาติของไทย เช่น ลายวัดอรุณราชวรารามฯ ลายเรือหงส์ ลายเทพพนม ลายหัวโขน ลายบ้านชาวนา ลายใบบัว ลายนกยูง ลายวงข้าว ฯลฯ โดยเฉพาะลายที่เป็นเอกลักษณ์ คือ ผ้าเกี่ยวพิมพ์ลายทอง ซึ่งเดิมเป็นผ้าภูษาทรงของรัชกาลที่ 4 โดยมีขั้นตอนการพิมพ์ที่สลับซับซ้อนเผยให้เห็นความวิจิตรของลวดลายไทยอย่างแท้จริง ปัจจุบันมีลวดลายกว่าพันลาย สินค้าที่จำหน่ายนอกจากมีผ้าพิมพ์ลายไหมพัสดร์

ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ตัดเสื้อผ้า ทำมาน ผ้าปูโต๊ะ ยังมีสินค้าที่ระลึกมากมายให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติได้เลือกซื้อเป็นของขวัญและของฝาก

2. อาหารทะเลสดและแห้ง เนื่องจากอำเภอหัวหินมีอาณาเขตติดกับทะเล สินค้าจากทะเลจึงเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงของที่นี่ ทั้งอาหารทะเลสด และแห้ง อาหารทะเลสด ๆ นี้สามารถหาซื้อได้จากชาวประมงที่เดินเรือเข้ามาในตอนเช้าบริเวณชายหาด หรือหาซื้อได้จากสะพานปลาและตลาดสด

3. โรงงุ่นหัวหินฮิลล์ วินยาร์ด แห่งแรกและแห่งเดียวในอำเภอหัวหิน ด้วยความที่เพาะปลูกบนพื้นที่ชายทะเล ซึ่งเดิมเป็นพื้นที่ซ้างป่าเอเชียเคยอาศัยอยู่ สภาพดินและสภาพอากาศจึงเหมาะต่อการเจริญเติบโตขององุ่นพันธุ์ดีต่าง ๆ ผลองุ่นที่ได้จะมีกลิ่นหอมและคาร์แร็กเตอร์พิเศษ ไวน์ที่ได้จากการผลิตจะมีความเข้มข้น โรงงุ่นแห่งนี้นอกจากเป็นแหล่งผลิตไวน์ คุณภาพดีแล้วยังได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านไวน์แห่งใหม่ ที่ช่วยดึงดูดทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ต้องการท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ ๆ และกิจกรรมสนุกสนาน

กิจกรรมท่องเที่ยวในหัวหิน

1. สปาและนวดแผนไทย สปาในหัวหินนั้นมีให้เลือกใช้บริการอย่างมากมายหลายระดับ ไม่ว่าจะเป็นสปาที่มีบริการภายในโรงแรมที่พัก หรือสปาที่มีอยู่ทั่วไปโดยนักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการเพื่อการพักผ่อนได้ตามความต้องการ ซึ่งสปาแต่ละแห่งนั้นมีเอกลักษณ์และมีคุณภาพในระดับที่ทั่วโลกยอมรับ

2. กิจกรรมตกปลา มีทั้งกิจกรรมตกปลาน้ำจืด และน้ำเค็ม โดยกิจกรรม ตกปลาน้ำจืดนั้นจะอยู่ห่างจากตัวเมืองหัวหินประมาณ 10 กิโลเมตร ไปทางน้ำตกป่าละอู แบ่งออกเป็น 2 ทะเลสาบ แต่ละทะเลสาบจะมีปลาอยู่ประมาณ 23 ชนิด เช่น ปลาไหล ปลาคาร์พ เป็นต้น ส่วนกิจกรรมตกปลาน้ำเค็มนั้น จะต้องนั่งเรือออกไปนอกชายฝั่งสู่เกาะสิงโต โดยจะมีชาวประมงคอยแนะนำ ในเรื่องการตกปลา วิธีการใช้เหยื่อล่อปลา รวมถึงการตกปลาหมึก

3. กอล์ฟ หัวหินนั้นมีสนามกอล์ฟที่มีมาตรฐานระดับโลกให้นักท่องเที่ยวสามารถเพลิดเพลินได้มากถึง 7 สนาม โดยนักท่องเที่ยวสามารถเล่นกอล์ฟได้อย่างเพลิดเพลินบนภูมิทัศน์อันสวยงามรอบข้าง พร้อมทั้งอุปกรณ์อุปกรณ์อำนวยความสะดวกอย่างครบครัน

4. กิจกรรมชายหาดและกีฬาทางน้ำ หัวหินนั้นมีชายหาดทอดยาวจากตัวเมืองมาสิ้นสุดที่เขาตะเกียบ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกพักผ่อนกับกิจกรรมสบาย ๆ ได้ ทั้งซั่ม้าหรือนอนอาบแดดริมชายหาดโดยมีเตียงผ้าใบและร่มชายหาดพร้อมให้บริการ ส่วนกิจกรรมทางน้ำ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกทั้งเจ็ทสกี บานาน่าโบ๊ท วินด์เซิร์ฟ รวมถึงการพายเรือ และกระโดดร่มชูชีพ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายในประเทศ

กรกนก เกิดสังข์ และณัฐมน ราชรักษ์ (2560) ได้ทำการศึกษาวิจัยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเชิงกลยุทธ์ของตำบลบางไผ่ อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นการศึกษาสภาพแวดล้อมภายในสภาพแวดล้อมภายนอกและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งแนวทางในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเชิงกลยุทธ์ของพื้นที่ตำบลบางไผ่ อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถามโดยเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้บริหารส่วนท้องถิ่นและกลุ่มหัวหน้าชุมชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของตำบลบางไผ่ และเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คือสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า สภาพแวดล้อมภายในของตำบลบางไผ่อยู่ใกล้ชุมชนเมือง การเดินทางเข้าถึงได้ง่าย ประชากรส่วนใหญ่มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมและสามัคคีกัน แต่ยังมีขาดความรู้ด้านการท่องเที่ยว ที่พักมีไม่เพียงพอ สภาพแวดล้อมภายนอก การท่องเที่ยวได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และได้รับการสนับสนุนจากองค์กรท้องถิ่น แต่มีข้อจำกัดในเรื่องฤดูกาลและสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ สำหรับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลบางไผ่ โดยรวมพบว่ามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการดึงดูดใจ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาด้านกิจกรรมและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก ด้านการคมนาคมขนส่งและด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวควรอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมให้คงอยู่ รวมทั้งเพิ่มพูนประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยวให้เกิดการพัฒนาจิตสำนึกและความเข้าใจในการทำคุณประโยชน์ให้แก่สิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรปรับปรุงด้านคมนาคมและที่พักในแหล่งท่องเที่ยวและอบรมให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวและการสื่อสารแก่ประชาชนในพื้นที่

ขวัญนภา สุขคร และคณะ (2560) ศึกษาวิจัย การพัฒนายุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการตามแนวคิดลำปางเมืองที่ไม่หมุนตามกาลเวลา โดยงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์บริบท ศักยภาพ ความพร้อม ปัญหา ความต้องการ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง และนำเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการตามแนวคิดลำปางเมืองที่ไม่หมุนตามกาลเวลา โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วยการวิเคราะห์เอกสาร แบบสอบถามสอบถามพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แบบสำรวจศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว 13 อำเภอ แบบสัมภาษณ์ เชิงลึก การจัดประชุมกลุ่ม และประชุมเชิงปฏิบัติการ และวิเคราะห์ ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยการ

จัดประชุมวิพากษ์ ทุกกระบวนการเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน วิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ ผลที่ได้จากการศึกษาสามารถสรุปเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ: ตามแนวคิดลำปางเมืองที่ไม่หม่นตามกาลเวลา 10 ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย 1) ปรับระบบการบริหารจัดการ เพื่อไปสู่การท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล 2) ปรับรูปแบบการบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยว 3) สร้างเอกภาพและการบูรณาการในการบริหารจัดการท่องเที่ยว 4) สร้างระบบเครือข่ายท่องเที่ยวที่เข้มแข็ง 5) ปรับรูปแบบการสนับสนุนการท่องเที่ยวจากภาครัฐ 6) จัดการความรู้ในทุกส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 7) เตรียมความพร้อมในส่วนของบุคลากรทางการท่องเที่ยว 8) สร้างความมั่นคงในเชิงคุณค่าและมูลค่าทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงการพัฒนาในทุกมิติ 9) ส่งเสริมกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวและเชื่อมโยงธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 10) เชื่อมโยงเครือข่าย ระดับชุมชน ระดับชาติ และนานาชาติ

จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด (2560) ศึกษาวิจัยเรื่องแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดสมุทรสงคราม มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัญหาของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนแบบบูรณาการของจังหวัดสมุทรสงคราม 2) เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนแบบบูรณาการของจังหวัดสมุทรสงคราม 3) เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัญหาของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนแบบบูรณาการของจังหวัดสมุทรสงคราม จากสภาพแวดล้อมภายในที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ปัญหาจังหวัดขาดแผนยุทธศาสตร์การตลาดออนไลน์ของธุรกิจส่วนปัญหาจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งทะเลมีมลพิษทางน้ำ และปัญหาน้ำทะเลรุกพื้นที่น้ำจืด 2) ผลการศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนแบบบูรณาการของจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า จังหวัดสมุทรสงครามมีศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของพื้นที่มากที่สุด 3) ผู้วิจัยขอเสนอแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดสมุทรสงครามดังนี้ วิสัยทัศน์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดสมุทรสงคราม คือ จังหวัดสมุทรสงครามจะสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวธรรมชาติ Low Carbon สัมผัสวิถีชาวสวนเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สร้างแบรนด์ท่องเที่ยว Slow life วิถีพุทธเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น พัฒนาจิตใจ และสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเกษตรปลอดสารพิษ ชิมอาหารทะเลเพื่อสุขภาพเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชน

ยุทธศาสตร์การพัฒนาที่จะนำไปสู่ความสำเร็จตามแนวคิดวิสัยทัศน์ คือ ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชน ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว

เพื่อพัฒนาสังคมแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน และยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจ

พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิต (2559) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษานโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร และ 3) เสนอยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร การวิจัยนี้เป็นแบบผสมวิธีทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพดำเนินการโดยการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากนักบริหารระดับสูงภาครัฐ ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร ภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น และนักวิชาการ เลือกมาแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการอุปมานวิเคราะห์และการตีความ ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการโดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่เลือกจากนักท่องเที่ยวโดยวิธีสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์โดยสถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า 1) นโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรประกอบด้วยแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนล่าง แผนการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร และแผนปฏิบัติการประจำปี แต่ไม่มีแผนแม่บทซึ่งเป็นทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะยาวมุ่งให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะมีจุดเด่นที่จังหวัดกำแพงเพชรเป็นเมืองมรดกโลก กลไกการขับเคลื่อนอาศัยความร่วมมือของไตรภาคี คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และองค์กรท้องถิ่น นโยบายมีทิศทาง เป้าหมายและวัตถุประสงค์ชัดเจน แต่ขาดกลไกการนำนโยบายไปปฏิบัติที่เหมาะสม 2) ปัจจัยที่มีผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร ประกอบด้วย นโยบายการท่องเที่ยวและปัจจัยด้านการบริหารจัดการ โดยรวมนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรอยู่ในระดับมาก และเรียงลำดับปัจจัยที่ส่งผลต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชรในปัจจุบันนโยบายจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ได้ดังนี้ ด้านวัตถุประสงค์และประเมินได้ ด้านมีวัตถุประสงค์ชัดเจน ด้านมีความต่อเนื่อง และด้านการนำไปปฏิบัติได้ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านการบริหารจัดการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐ ปัจจัยการบริหารจัดการภาคเอกชน และปัจจัยการบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น ตามลำดับ ข้อเสนอแนะยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชรโดยเรียงลำดับตามความสำคัญสูงสุดประกอบด้วย (1) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการภาคประชาชนและองค์กร

ท้องถิ่นมี 2 ยุทธวิธี คือ ยุทธวิธีการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนและยุทธวิธีการสร้างจิตสำนึก

อดิศักดิ์ สมแสน (2558) ได้ศึกษาวิจัยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืนตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ในเขตพื้นที่ปกครองพิเศษ (เมืองพัทยา) โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Methodology) ทั้งด้านการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อสร้างรูปแบบและพัฒนาตัวบ่งชี้ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืนตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในเขตพื้นที่ปกครองพิเศษ (เมืองพัทยา) พบว่า รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืนตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ในเขตพื้นที่ปกครองพิเศษ (เมืองพัทยา) ประกอบด้วย 1) การพัฒนาบุคลากร 2) การประชุมกับผู้ที่เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน 3) การจัดเตรียมข้อมูล คู่มือการบริการข่าวสารการท่องเที่ยว 4) ส่วนร่วมโดยการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น 5) รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม 6) ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว 7) อนุรักษ์โดยการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี 8) ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นกับของเสีย 9) นำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่นและ 10) ประเมินผลตรวจสอบและวิจัย

ธนภูมิ ปองเสงี่ยม (2558) ได้ศึกษาแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมพร้อมด้วยเทคนิค AIC การตรวจสอบข้อมูลใช้วิธีการสามเส้า การวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์เนื้อหา และการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยกลุ่มประชากร แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนท้องถิ่น 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว และ 3) นักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวิสัยทัศน์ คือ “อยุธยานครประวัติศาสตร์ ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกแห่งอาเซียน” ประกอบด้วย 4 ประเด็นยุทธศาสตร์ ได้แก่ 1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน และ 4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม พัฒนาจิตใจและการปลูกจิตสำนึก ผลการประเมินแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัด

พระนครศรีอยุธยา มีความเหมาะสมมากที่สุด มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้

สุธี เสริฐศรี (2557) ได้ศึกษาวิจัยแนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโคกนอ อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสงคราม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนคลองโคกนอ จังหวัดสมุทรสงคราม ในบริบทการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนคลองโคกนอ จังหวัดสมุทรสงคราม สู่ความยั่งยืน โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสานและเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากชาวบ้านในชุมชนคลองโคกนอ การสัมภาษณ์บุคลากรในหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการท่องเที่ยวของชุมชนบางส่วน ผลจากการศึกษาพบว่า 1) ชุมชนคลองโคกนอ มีอัตลักษณ์ 3 ประการ ได้แก่ มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาช้านานที่เก่าแก่ มีวิถีชีวิตริมน้ำ มีป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์ 2) กระบวนการจัดการการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ได้แก่ ขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และส่งเสริมให้ชุมชนคลองโคกนอเป็นศูนย์การเรียนรู้ผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวได้แก่ กิจกรรมปลูกป่าชายเลน กิจกรรมนั่งเรือชมวิถีริมน้ำ กิจกรรมพายเรือคายัค และกิจกรรมอื่น ๆ อาทิ กิจกรรมถีบกระดานเก็บหอยแครง กิจกรรมล่องเรือให้อาหารสัตว์ท้องถิ่น 3) แนวทางการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนคลองโคกนอ ได้แก่ ให้ความสำคัญในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของชุมชนปลูกฝังชาวบ้านให้มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนให้มีความสุข

นาตยา บุตรอยู่ (2557) ได้ศึกษาวิจัยแนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อำเภอมือง ประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยทำการศึกษาสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว ผลกระทบจากการท่องเที่ยว ความเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว และอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อำเภอมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ ภาครัฐที่ทำงานด้านการท่องเที่ยว ภาคเอกชนที่ประกอบการด้านการท่องเที่ยว และผู้นำชุมชนในท้องถิ่นบริเวณแหล่งท่องเที่ยว และสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยการสุ่มแบบเลือกกรณีข้อมูลตรงตามประเด็นวิจัยมากกว่าปกติด้วยแบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ SWOT และเสนอแนะแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วยเครื่องมือ TOWS Matrix ทั้งนี้ผลการวิจัยพบว่า จุดแข็งที่สำคัญของอำเภอมืองประจวบคีรีขันธ์ คือ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีศักยภาพ

ค่าครองชีพต่ำ มีสิ่งอำนวยความสะดวกและที่พักครบครัน จุดอ่อนที่สำคัญ คือ เส้นทาง การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การตลาดและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โอกาสที่สำคัญ คือ การเปิดจุดผ่อนปรนพิเศษทางการค้าไทย-พม่าที่ด่านสิงขร และอุปสรรค คือ ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวขาดความรู้ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยงานวิจัยนี้ได้เสนอแนว ทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2 ส่วน ได้แก่ 1) กลยุทธ์การพัฒนาเชิงรุก ซึ่งประกอบด้วย การวางแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีเอกลักษณ์โดดเด่น การเตรียม ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นจากการเปิดจุดผ่อนปรนทางการค้าด่าน สิงขร และการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการในการพัฒนาแพ็คเกจเสนอนักท่องเที่ยว 2) กลยุทธ์การพัฒนาเชิงป้องกัน ซึ่งประกอบด้วยการพัฒนาเครือข่ายการค้าในหน่วยงานระหว่าง หน่วยงานในจังหวัด และการถ่ายทอดการจัดการความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

รัศมี อ่อนปรีดา (2558) ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดราชบุรี และสมุทรสงคราม โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดราชบุรี และจังหวัดสมุทรสงคราม 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อ การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดราชบุรี และจังหวัดสมุทรสงคราม 3) เสนอ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดราชบุรี และจังหวัดสมุทรสงคราม ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น ผลการศึกษาพบว่า ได้ข้อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของจังหวัดราชบุรี และสมุทรสงคราม ประกอบด้วยการปฏิบัติที่สำคัญ 8 ประการคือ 1) ส่งเสริม ความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในลักษณะเครือข่ายเพื่อกำหนดนโยบายรวมถึง การนำนโยบายไปปฏิบัติที่มีลักษณะรวมศูนย์ 2) บูรณาการด้านการรักษาความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว 3) ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้สอดคล้อง และอำนวยความสะดวกต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยว 4) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการวางแผนร่วมกันเพื่อป้องกันความผิดพลาดในการบริหารจัดการ 5) พัฒนาคุณภาพสินค้า คักยภาพบุคลากร และการบริการด้านการท่องเที่ยว 6) สร้างศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนบนฐานวัฒนธรรม โดยมุ่งพัฒนาเอกลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนให้เป็นจุดเด่น 7) ปรับปรุง การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ของประชาชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมในการรับ ผลประโยชน์ระยะยาวทางเศรษฐกิจ 8) อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติให้คงอยู่ โดยปรับปรุง สภาพพื้นที่ให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยว สภาพภูมิทัศน์ในพื้นที่ไม่ถูกทำลายโดยนักท่องเที่ยว ตลอดจนการจัดการขยะมูลฝอยในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อป้องกันปัญหาความเสื่อมโทรม ของแหล่งท่องเที่ยว

นิตยา งามยิ่งยง (2557) ได้ศึกษาวิจัยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบริเวณริมฝั่งคลองดำเนินสะดวกในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ 3) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของชุมชน ในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว 4) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของภาครัฐในการพัฒนาการท่องเที่ยว และ 5) เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่า 1) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ได้รับข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวจากเพื่อน/คนรู้จักแนะนำ วัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางมาด้วยครอบครัว/คู่สมรส ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวคือช่วงเช้า และช่วงบ่าย ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่ำกว่า 1,000 บาท และใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยว การทดสอบพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา และถิ่นที่อยู่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน 2) นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในระดับมากคือด้านบุคลากร ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ด้านราคา และด้านสินค้าและบริการ ด้านที่อยู่ในระดับปานกลางคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และถิ่นที่อยู่แตกต่างกันจะให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่แตกต่างกัน 3) ชุมชนมีความคิดเห็นในการมีส่วนร่วมต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้วยการประชุมสมาคมเพื่อหาแนวทางการพัฒนา การปรึกษาหารือและผลักดันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสร้างกฎกติกาให้คนภายในพื้นที่ชายของ ประเมินผลจากการดำเนินกิจกรรมทุกครั้ง 4) ภาครัฐมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้วยการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว สร้างจิตสำนึกสาธารณะกับคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว มีการวางแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ด้วยการประชุมร่วมกันของรัฐและชุมชน ร่วมรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมของทุกภาคส่วน ให้ตระหนักรักษาคุณภาพของคลองดำเนินสะดวก รักษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วยการบริการอย่างยุติธรรม และมีการจัดการผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวร่วมกัน 5) แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจะเน้นการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนตั้งแต่ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติภารกิจไปจนถึงร่วมประเมินผล และคำนึงถึงระเบียบและข้อกฎหมายจากภาครัฐทั้งในด้านการวางแผน การจัดการ การอนุรักษ์และคงอัตลักษณ์รูปแบบวิถีชีวิตริมน้ำไว้ รวมทั้งการรักษาความพอใจของนักท่องเที่ยวไว้ได้และการกระจายรายได้ให้ทั่วถึงทุกภาคส่วนของชุมชน และได้รับการ

สนับสนุนด้านงบประมาณจากองค์กรบริหารในท้องถิ่น ภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Social Media ต่าง ๆ

รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์ (2556) ได้ศึกษาวิจัยแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อำเภอป่า จังหัดน่าน โดยการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อำเภอป่า จังหัดน่าน ซึ่งเป็นแผนบูรณาการระหว่างหน่วยงานส่วนภูมิภาคและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อพัฒนากลไกการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ โดยทำการเก็บข้อมูลกับ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ โดยการสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์ และการเปิดรับฟังความคิดเห็น และนำมากำหนดยุทธศาสตร์และแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จากผลการศึกษาสามารถกำหนดยุทธศาสตร์ ได้ดังนี้ 1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน 3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้า บริการ และส่งเสริมการท่องเที่ยว และ 4) ยุทธศาสตร์การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้มีผลเชิงปฏิบัติ นั้น สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่านร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ ควรเป็นเจ้าภาพหลักในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โรงพยาบาล สถานีตำรวจ สถาบันการศึกษา ในการนำแผนงานดังกล่าวไปสู่การบูรณาการด้านงบประมาณและโครงการ เพื่อพัฒนากลไกการทำงานร่วมกันแบบบูรณาการด้านการท่องเที่ยว

ปองทิพย์ นาคินทร์ (2556) ศึกษาวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาตลาดเก่าอ่างศิลา เทศบาลเมืองอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์การวิจัย 1) ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดเก่าอ่างศิลาในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ตลาดเก่าอ่างศิลา เทศบาลเมืองอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ตลาดเก่าอ่างศิลา เทศบาลเมืองอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี 3) ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ตลาดเก่าอ่างศิลา เทศบาลเมืองอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี และ 4) ข้อเสนอแนะแนวทางการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ตลาดเก่าอ่างศิลา เทศบาลเมืองอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า 1) การมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดเก่าอ่างศิลาในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดเก่าอ่างศิลา

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ ความตระหนักถึงประโยชน์ต่อส่วนรวมจากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและแรงจูงใจทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยว 3) ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของตลาดเก่าอ่างศิลาอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่สำคัญ ได้แก่ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ยังไม่เพียงพอ เช่น ปริมาณถังขยะ ห้องน้ำสาธารณะและที่จอดรถ (4) ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตลาดเก่าอ่างศิลา ได้แก่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาตลาดเก่าอ่างศิลาควรบูรณาการการทำงานร่วมกันอย่างจริงจัง สร้างจิตสำนึกให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความรักหวงแหนและความภาคภูมิใจ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ควรจัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ชุมชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนและภาครัฐควรสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาตลาดเก่าอ่างศิลาต่อเนื่องทุกปี

สุชน อินทเสม (2553) ศึกษาวิจัยยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษาตำบลปากน้ำปราณมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทการท่องเที่ยวของตำบลปากน้ำปราณ 2) ศึกษาพฤติกรรม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตำบลปากน้ำปราณ 3) สร้างและประเมินยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษาตำบลปากน้ำปราณบุรี ผลการศึกษาพบว่า 1) ตำบลปากน้ำปราณมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพทางระบบนิเวศ มีกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ การเดินศึกษาธรรมชาติ การปลูกป่าชายเลน การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก มีเส้นทางท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงได้ 2) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวตำบลปากน้ำปราณ อยู่ในระดับปานกลาง ปัญหาที่พบจากการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคือ การกำจัดขยะ การระบายน้ำเสียลงสู่แม่น้ำปราณบุรี สถานที่จอดรถและห้องสุขาสาธารณะไม่เพียงพอ ไม่มีป้ายบอกทางชัดเจน 3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวได้วิสัยทัศน์คือ “พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ (เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน)” มี 4 ประเด็นประเด็นยุทธศาสตร์ ได้แก่ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) ส่งเสริมและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน 3) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ และ 4) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และ ผลการประเมินยุทธศาสตร์มีความเหมาะสมระดับมากสอดคล้องกับบริบทของท้องถิ่นและสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้

เอมอร หนูทับ (2552) ศึกษาวิจัยเรื่อง การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนแบบบูรณาการในจังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาพบว่า การวางแผนยุทธศาสตร์

เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนแบบบูรณาการในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่จำเป็นและเหมาะสม ควรประกอบด้วย 1) การกำหนดวิสัยทัศน์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช พัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรท้องถิ่น อย่างยั่งยืน คือ การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และส่งเสริมการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม และโบราณสถานให้ชัดเจนขึ้น 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาที่จะนำไปสู่ความสำเร็จตามแนวคิดวิสัยทัศน์ คือ ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม อนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมพัฒนาจิตใจ และการปลูกจิตสำนึก ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ และยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนแบบอย่างยั่งยืน

ภูวนิดา คุณผลิน (2550) ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของ กรุงเทพมหานครแบบบูรณาการ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากระบวนการบูรณาการหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนแนวโน้ม และข้อเสนอแนะ ในกระบวนการบูรณาการหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสร้างเป็นรูปแบบกระบวนการบูรณาการที่เหมาะสม โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลัก แบ่งเป็นกระบวนการบูรณาการในระดับมหภาค ด้วยการเก็บข้อมูลเชิงลึกโดยใช้เทคนิคเดลฟาย จากการรวบรวมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว และผู้แทนของกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนจำนวน 30 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยตัวเร่งการบูรณาการด้านการท่องเที่ยว คือ นโยบายของรัฐบาล ส่วนรูปแบบกระบวนการมีแนวโน้มความน่าจะเป็นในระดับมาก คือ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครควรเชื่อมโยงกับนโยบายแผนการตลาดของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และแผนการตลาดของกลุ่ม สมาคม เอกชน มีการระดมความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง มีการจัดตั้งคณะกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติที่ประธานคณะกรรมการมีความเป็นผู้นำ และมีอำนาจตัดสินใจ และการจัดตั้งกองทุนสนับสนุนการท่องเที่ยว และมีปัจจัยตัวเร่ง 6 ด้าน คือ ส่วนมวลชน ผู้นำในองค์กร หรือท้องถิ่นงบประมาณ กฎหมายที่เกี่ยวข้องหน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยว และภาคเอกชนด้านการท่องเที่ยว โดยโมเดลกระบวนการบูรณาการมี 2 ระดับ คือ “โมเดลกระบวนการบูรณาการระดับมหภาค” ที่เน้นการบูรณาการในระดับนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนงานด้านการท่องเที่ยวของหน่วยงานต่าง ๆ เข้าด้วยกัน และ “โมเดลกระบวนการบูรณาการระดับจุลภาค” เน้นการบูรณาการระดับพื้นที่ ประกอบด้วย การประเมินความต้องการ การกำหนดเป้าหมายการกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การกำหนดพันธกิจ และภารกิจ กระบวนการมีส่วนร่วม การตั้งวัตถุประสงค์

การบูรณาการแผนปฏิบัติการและการประเมินผลแบบมีส่วนร่วม

รัตติยา ศิตานนท์ (2549) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดสมุทรสงครามภายใต้การมีส่วนร่วมของภาครัฐและประชาชน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม 2) เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ภายนอก ปัญหาและอุปสรรค และ 3) เพื่อเสนอแนวทางในการสร้างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาจังหวัดสมุทรสงครามคือ ส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลางการพักผ่อน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และเชิงเกษตร ปฏิบัติตามหลักให้ชาวจังหวัดรักถิ่นกำเนิด สนับสนุนให้เป็นเมืองอาหารทะเล และผลไม้ปลอดสารพิษและดำรงรักษาความเป็นเมืองระบบนิเวศทางน้ำและใช้ทรัพยากรป่าชายเลนอย่างยั่งยืน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างประเทศ

Monica Maria Coros et al. (2017) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การท่องเที่ยวที่เป็นนวัตกรรมและยั่งยืน: ทางเลือกที่เป็นประโยชน์สำหรับการพัฒนาทางเศรษฐกิจของโรมาเนีย โดยจุดมุ่งหมายของงานวิจัยนี้คือ การตรวจสอบวิธีการในการพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใหม่ ๆ อยู่บนพื้นฐานของมรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และประเพณีอันเก่าแก่ของชนบทที่นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศโรมาเนีย โดยการศึกษาที่ใช้การวิจัยเอกสารอย่างครอบคลุม (comprehensive desk-research) ซึ่งอาศัยข้อมูลทุติยภูมิจากอุตสาหกรรมหลักและแหล่งข้อมูลเชิงวิชาการ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวในชนบทสามารถสนับสนุนการพัฒนาจุดหมายปลายทางที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศโรมาเนีย โดยทั่วไปและโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านเศรษฐกิจในแถบชนบท นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังแสดงให้เห็นว่าการส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมในชนบทและประเพณีของเมืองเป้าหมายหลังความขัดแย้งในประเทศโรมาเนียสามารถนำไปสู่การฟื้นฟูและการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ ทั้งนี้แนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไม่เพียงแต่นำไปสู่การเป็นเมืองเป้าหมายเท่านั้นแต่ยังรวมถึงโครงสร้างพื้นฐานทางสังคม ตำแหน่งงาน การอนุรักษ์ธรรมชาติ การนำแนวทางการปฏิบัติงานใหม่ ๆ มาใช้ และการฟื้นฟูพื้นที่ชนบทและความยากจน

Bozena Krce Miodic (2016) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการเส้นทางท่องเที่ยวที่ยั่งยืนผ่านความร่วมมือกันของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งในการวิจัยนี้ การวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของของผู้มีส่วนได้เสียในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองชาดาร์ ประเทศโครเอเชีย และสำรวจความสนใจในอนาคตต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาเมืองเป้าหมายอย่างยั่งยืน ซึ่งการวิจัยนี้ได้ดำเนินการโดยการสนทนากลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากหลายภาคส่วน ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, การบริการสาธารณะ, องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น และองค์กร

ปกครองตนเอง และข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งผลการวิจัยได้ถูกนำมาสร้างเป็นข้อสรุปถึงระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและความร่วมมือในการสร้างเมืองเป้าหมายที่ยั่งยืนซึ่งงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอแนวทางในการประสานทิศทางของการพัฒนาเมืองเป้าหมายที่ยั่งยืนเพื่อลดความแตกต่างระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งงานวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากกรณีศึกษาเมืองซาดาร์ ซึ่งผู้มีส่วนได้เสียต้องเผชิญกับการเป็นเมืองเป้าหมายเมื่อมีการพัฒนาอย่างยั่งยืนเกิดขึ้น ในส่วนของผู้สัมผัสกับนักท่องเที่ยวนั้นให้ความสำคัญกับความบกพร่องของการสื่อสารระหว่างผู้มีส่วนได้เสียว่าเป็นปัญหาพื้นฐานสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในขณะที่ชาวบ้านคิดว่าองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น และองค์กรปกครองตนเองเป็นปัจจัยข้อจำกัดในการพัฒนา ในส่วนของนักท่องเที่ยวนั้นมีความพึงพอใจกับสิ่งที่ได้รับการเสนอจากองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น และองค์กรปกครองตนเอง น้อยกว่าสิ่งที่ควรจะได้รับจากธรรมชาติของเมืองเป้าหมาย งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าตัวแทนของรัฐบาลไม่เข้าใจถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการรองรับของเมืองเป้าหมายและการพัฒนาอย่างยั่งยืนซึ่งแตกต่างจากนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการซึ่งเข้าใจในปัญหานี้ ชาวบ้านนั้นตระหนักถึงผลกระทบเชิงลบของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้การส่งเสริมให้มีการสื่อสารกันระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้เกิดการพัฒนาที่ประสบความสำเร็จในอนาคตซึ่งสามารถรวมกลุ่มผู้ประกอบการ องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น องค์กรบริหารตนเอง จัดตั้งเป็นคณะกรรมการบริหารการท่องเที่ยวในเมืองซาดาร์ ซึ่งเกิดเป็นความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากทุกภาคส่วนเพื่อให้เกิดการพัฒนาเมืองเป้าหมายอย่างยั่งยืนโดยมีกฎระเบียบที่ชัดเจน ซึ่งปัญหาที่คณะกรรมการการท่องเที่ยวต้องเผชิญคือการควบคุมกฎหมายรวมทั้งอำนาจที่ค่อนข้างอ่อนในการจัดการผลประโยชน์ที่แตกต่างกันของผู้เข้าร่วมในเมืองเป้าหมาย ความร่วมมือกันอย่างเหนียวแน่นระหว่างผู้เข้าร่วมที่แตกต่างกันคือสิ่งสำคัญที่แสดงถึงศักยภาพในการพัฒนาเมืองเป้าหมายอย่างยั่งยืน

Aine Conaghan et al. (2015) ศึกษาวิจัย การจัดการอย่างยั่งยืนของเมืองเป้าหมายทางการท่องเที่ยวในไอร์แลนด์โดยมุ่งเน้นไปที่เมือง County Clare โดยการศึกษานี้เป็นกรณีวิเคราะห์การจัดการอย่างยั่งยืนของเมืองเป้าหมายทางการท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้นไปที่ County Clare ประเทศไอร์แลนด์ดำเนินการโดยการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวนอกจากนี้ยังใช้กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี ร่วมกับองค์ประกอบต่าง ๆ จากทฤษฎี ในการวิเคราะห์กลยุทธ์และแผนการท่องเที่ยวที่มีอยู่ ทั้งนี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดเห็นพ้องกันว่าจะเป็นประโยชน์ที่จะมีสำนักงานจัดการเมืองเป้าหมาย (Destination Management Office, DMO) ที่จะประสานงานการจัดการเมืองเป้าหมาย อย่างไรก็ตามงานวิจัยนี้พบว่า วิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยวหลายอย่างมีความไม่สม่ำเสมอหรือสอดคล้องกัน และมีกรอบเวลาการเนินการน้อยเกินไปจนไม่สามารถทำให้เกิดความยั่งยืนได้ นอกจากนี้กฎระเบียบหลายข้อและแนวทางที่กำหนดโดยกรอบไม่ได้ถูกการ

สื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพไปยังทั้งผู้มีส่วนได้เสียและผู้กำหนดนโยบายเมื่อมีการจัดการการท่องเที่ยวในเมือง County Clare

Ruhet Genc (2014) ได้ศึกษาวิจัยถึงกลยุทธ์ที่ยั่งยืนสำหรับการจัดการเมืองเป้าหมายของประเทศตุรกี โดยจุดมุ่งหมายของการวิจัยนี้คือการวิเคราะห์การพัฒนาเมืองเป้าหมายและความยั่งยืนในแง่ของความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้การวิจัยเบื้องต้นจะกล่าวถึงความรู้และวิจัยเกี่ยวกับความยั่งยืนในบริบทของการท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้นไปที่มิติทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังอธิบายถึงความสำคัญของความยั่งยืนสำหรับเมืองเป้าหมาย และการวิเคราะห์ประเทศตุรกีในแง่ของความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ผ่านการวิเคราะห์ SWOT ดังนั้น จึงมีความมุ่งเน้นไปสู่การวาดแผนงาน (Road map) สำหรับนักวางแผนการท่องเที่ยวที่ดำเนินงานในประเทศนี้ให้มีความเข้าใจมากขึ้นในด้านความยั่งยืนสำหรับความสำเร็จพวกเขา รวมทั้งเสนอแนะถึงการสร้างความเป็นอยู่ที่ดีและยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า ประเทศตุรกีนั้นประสบความสำเร็จในการเป็นเมืองเป้าหมายสำหรับการท่องเที่ยวแบบ SSS (Sea, Sun, Sand) แต่ไม่สะท้อนถึงความสำเร็จของการจัดการเมืองเป้าหมายอย่างยั่งยืน (Sustainable Destination Management, SDM) ในระดับเดียวกัน อย่างไรก็ตามแม้ว่าภาคการท่องเที่ยวของประเทศตุรกีอยู่ในขั้นตอนการพัฒนา แต่พบว่ามีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อเศรษฐกิจ ทั้งนี้เป้าหมายที่สำคัญของ SDM ในตุรกีขึ้นอยู่กับอิทธิพลภายในและภายนอกซึ่งบางส่วนเป็นลักษณะเฉพาะของประเทศตุรกี เช่น สถานที่ตั้งทางภูมิศาสตร์และความร่วมมือในระดับภูมิภาค เป็นต้น ในการสร้าง SDM ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นประเทศตุรกีจำเป็นต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังต้องยกระดับมาตรฐานของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่ ทั้งนี้ประเทศตุรกีจำเป็นต้องส่งเสริมสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เป็นส่วนหนึ่งของการจัดการเมืองเป้าหมายอย่างยั่งยืนเพื่อเพิ่มแรงดึงดูดทางการท่องเที่ยวและสร้างการประสบความสำเร็จในการแข่งขันในตลาด นอกจากนี้ยังต้องดำเนินการด้านการตลาดและการส่งเสริมอย่างต่อเนื่องสำหรับ SDM ทั้งนี้ควรมีการใช้กลยุทธ์การตลาดใหม่และความคิดสร้างสรรค์และกลยุทธ์ SDM เพื่อเอาชนะภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการสร้าง SDM คือการให้ความสำคัญในการรักษามาตรฐานคุณภาพสูงสุดอย่างมาก ซึ่งการประยุกต์ใช้เทคนิคการจัดการที่มีคุณภาพเป็นสิ่งสำคัญที่จะก่อให้เกิดการท่องเที่ยวซ้ำ สิ่งจำเป็นสิ่งหนึ่งสำหรับประเทศตุรกี คือการระบุและจัดทำมาตรฐานคุณภาพ และใช้กลยุทธ์การปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ได้มาตรฐานในการให้บริการสำหรับการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นโดยเฉพาะเนื่องจากประเทศคู่แข่งที่มี SDM ที่พัฒนาขึ้นทั่วโลก ในส่วนสุดท้ายงานวิจัยนี้ได้แนะนำให้ประเทศตุรกีพัฒนาแผนเตรียมความพร้อมสำหรับรับมือกับภาวะฉุกเฉินและแผนจัดการวิกฤตเพื่อเตรียมพร้อมที่จะเอาชนะอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นกับ SDM ของประเทศตุรกีที่กำลังเติบโต

ตาราง 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชื่อเจ้าของผลงาน (ปี)	ชื่องานวิจัย	ความสำคัญที่ต้องการศึกษา	การนำมาใช้ประโยชน์
1. กรรณก เกิดสังข์ และ ณัฐมน ราชรักษ์ (2560)	การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เชิงกลยุทธ์ ของตำบลบางไผ่ อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี	ศึกษาแนวคิดการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	นำทฤษฎีมาศึกษาแล้วมาเขียน ในแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
2. ขวัญนภา สุขคร และคณะ (2560)	การพัฒนายุทธศาสตร์การพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงบูรณาการตามแนวคิด ลำปางเมืองที่ไม่หมุนตามกาลเวลา	ศึกษาแนวคิดของพฤติกรรม นักท่องเที่ยว	นำทฤษฎีมาศึกษาแล้วมาเขียน ในแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และเป็นแนวทางในการสร้าง แบบสอบถาม
3. จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด (2560)	แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ในจังหวัดสมุทรสงคราม	ศึกษาการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการ ท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	นำความรู้ที่ได้ไว้เป็นข้อมูล ในการเขียนอภิปรายผล
4. พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิต (2559)	ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดกำแพงเพชร	ศึกษาแนวคิดกระบวนการจัดทำ แผนยุทธศาสตร์	ศึกษาแนวคิดกระบวนการจัดทำ แผนยุทธศาสตร์มาเขียนในทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง

ตาราง 5 (ต่อ)

ชื่อเจ้าของงานวิจัย (ปี)	ชื่องานวิจัย	ความสำคัญที่ต้องการศึกษา	การนำมาใช้ประโยชน์
5. อติศักดิ์ สมแสน (2558)	การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืนตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในเขตพื้นที่ปกครองพิเศษ (เมืองพัทยา)	ศึกษาวิธีการเขียนการดำเนินการวิจัย	นำวิธีการเขียนวิธีดำเนินการวิจัยมาเขียน
6. ธนภูมิ ปองเสงี่ยม (2558)	แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	แนวคิดกระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์	นำความรู้ที่ได้ไว้เป็นข้อมูลในการเขียนอภิปรายผล
7. รัศมี อ่อนปรีดา (2558)	การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดราชบุรีและสมุทรสงคราม	ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	นำความรู้ที่ได้ไว้เป็นข้อมูลในการเขียนอภิปรายผล
8. สุทธิ เสริฐศิริ (2557)	แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโค่นอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม	ศึกษาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	นำแนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาเป็นแนวทางในการเขียนอภิปรายผล

ตาราง 5 (ต่อ)

ชื่อเจ้าของงานวิจัย (ปี)	ชื่องานวิจัย	ความสำคัญที่ต้องการศึกษา	การนำมาใช้ประโยชน์
9. นาดยา บุตรอยู่ (2557)	แนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	ศึกษาแนวคิดหลักการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน	นำมาเป็นแนวทางในการสร้าง แบบสัมภาษณ์ในการวิจัย เชิงคุณภาพ
10. นิตยา งามยิ่งยง (2557)	แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนชุมชนบริเวณริมฝั่ง คลองดำเนินสะดวกในจังหวัด สมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี	ศึกษาแนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	นำแนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาเป็น แนวทางในการเขียนอภิปรายผล
11. รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์ (2556)	แผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อำเภอป่า จังหวัดน่าน	แนวคิดหลักการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน	นำมาเป็นแนวทางในการสร้าง แบบสัมภาษณ์ในการวิจัย เชิงคุณภาพ
12. ปองทิพย์ นาคินทร์ (2556)	การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดเก่าอ่างศิลา เทศบาลเมืองอ่าง ศิลา จังหวัดชลบุรี	ศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน	นำความรู้ที่ได้ไว้เป็นข้อมูล ในการเขียนอภิปรายผล

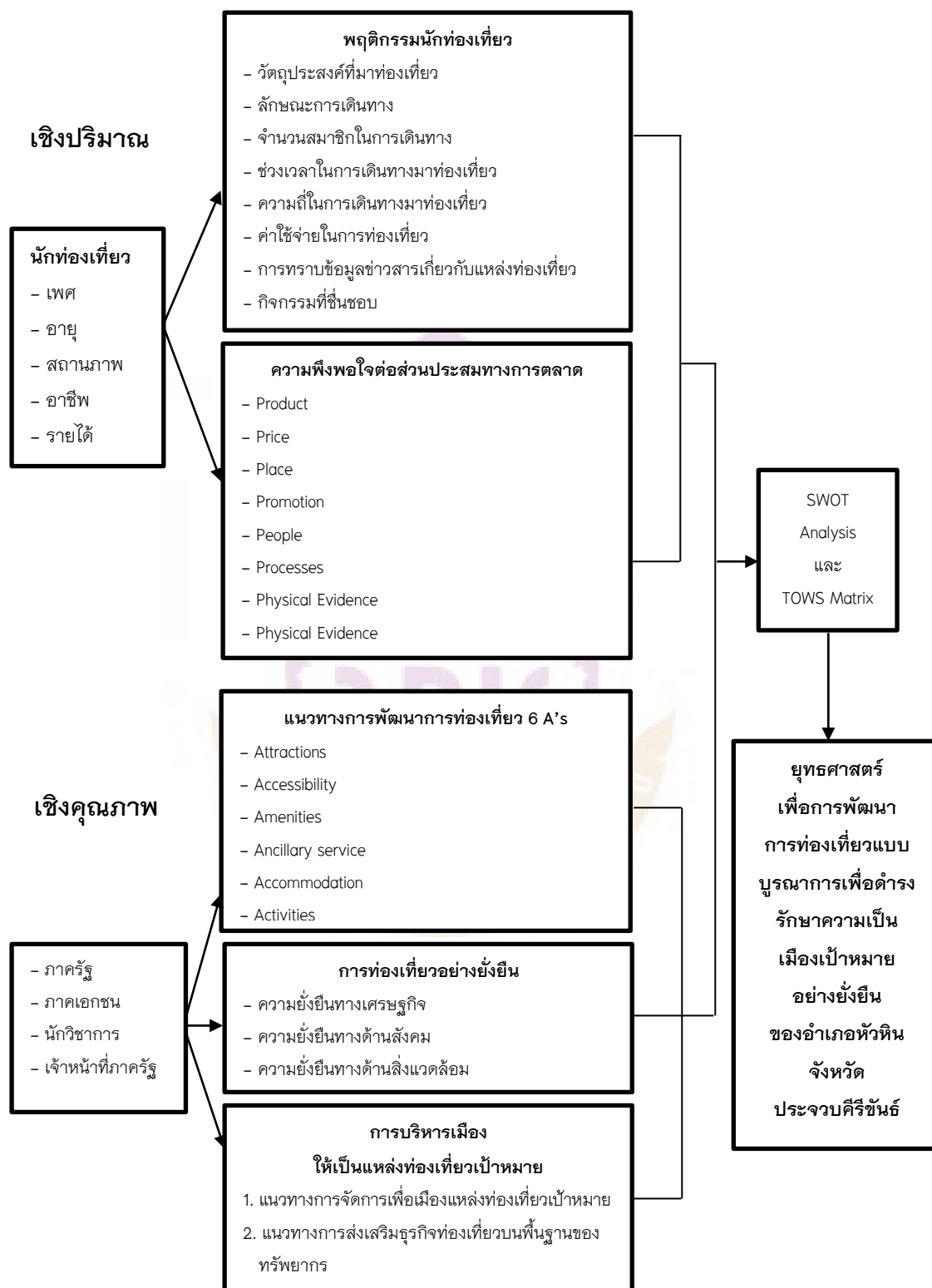
ตาราง 5 (ต่อ)

ชื่อเจ้าของงานวิจัย (ปี)	ชื่องานวิจัย	ความสำคัญที่ต้องการศึกษา	การนำมาใช้ประโยชน์
13. เอมอร หนูทับ (2552)	การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนแบบบูรณาการในจังหวัดนครศรีธรรมราช	ศึกษาแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	นำความรู้ที่ได้ไว้เป็นข้อมูลในการเขียนอภิปรายผล
14. สุชน อินทเสมอ (2552)	ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์กรณีศึกษาตำบลปากน้ำปราณ	ศึกษาแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน	นำความรู้ที่ได้ไว้เป็นข้อมูลในการเขียนอภิปรายผล
15. ภูวนิดา คุณผลิน (2550)	การบริหารยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครแบบบูรณาการ	ศึกษาวิธีการเขียนแบบสัมภาษณ์ที่ใช้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	นำมาสร้างแบบสัมภาษณ์ในการวิจัยเชิงคุณภาพ
16. รัตติยา คีตานนท์ (2549)	การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดสมุทรสงครามภายใต้การมีส่วนร่วมของภาครัฐและประชาชน	ศึกษาการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	นำความรู้ที่ได้ไว้เป็นข้อมูลในการเขียนอภิปรายผล

ตาราง 5 (ต่อ)

ชื่อเจ้าของงานวิจัย (ปี)	ชื่องานวิจัย	ความสำคัญที่ต้องการศึกษา	การนำมาใช้ประโยชน์
17. Monica Maria Coros et al. (2017)	กลยุทธ์การท่องเที่ยวที่เป็นนวัตกรรมและยั่งยืน: ทางเลือกที่เป็นประโยชน์สำหรับการพัฒนาทางเศรษฐกิจของโรมาเนีย	ศึกษากลยุทธ์การท่องเที่ยวที่เป็นนวัตกรรมและยั่งยืน	นำแนวคิดและการพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยวมาเป็นแนวทางในการศึกษา
18. Bozena Krce Miodic (2016)	การจัดการเส้นทางท่องเที่ยวที่ยั่งยืนผ่านความร่วมมือกันของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย	ศึกษาการวิเคราะห์ความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ ในการพัฒนาเมืองเป้าหมาย	นำความรู้ที่ได้ไว้เป็นข้อมูลในการเขียนอภิปรายผล
19. Aine Conaghan et al. (2015)	การจัดการอย่างยั่งยืนของเมืองเป้าหมายทางการท่องเที่ยวในไอร์แลนด์	ศึกษาแนวคิดการจัดการเมืองเป้าหมาย	นำหลักการจัดการของเมืองเป้าหมายมาใช้ในการสร้างแบบสัมภาษณ์ในการวิจัยเชิงคุณภาพ
20. Ruhet Genc (2014)	กลยุทธ์ที่ยั่งยืนสำหรับการจัดการเมืองเป้าหมายของประเทศตุรกี	ศึกษากลยุทธ์ที่ยั่งยืนสำหรับการจัดการเมืองเป้าหมาย	นำมาเป็นแนวทางในการทำวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 15 แสดงกรอบแนวคิดของการวิจัย

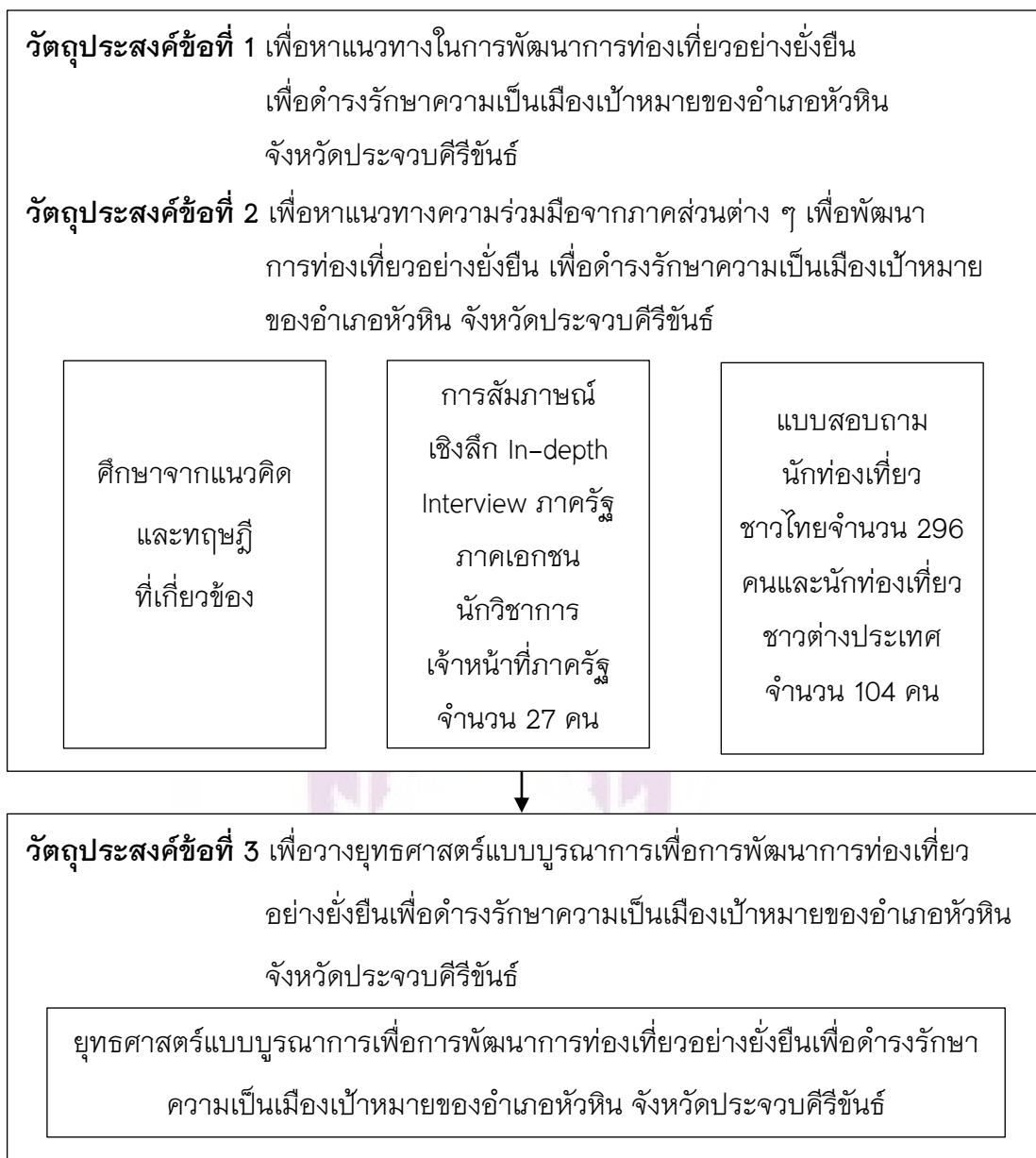
บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อหาแนวทางความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ
 - 1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
 - 1.3 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ
 - 1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
 - 1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
2. การวิจัยเชิงคุณภาพ
 - 2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
 - 2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
 - 2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้จัดทำกรอบ (Research Process) ดังภาพเพื่อให้สามารถมองภาพของการวิจัยในเรื่องนี้อย่างชัดเจนเป็นลำดับขั้นตอนตามวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ



ภาพ 16 กรอบการวิจัย (Research Process)

การวิจัยเชิงปริมาณ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่อยู่ในช่วงเวลาที่ผู้วิจัยกำหนด

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อยู่ในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ ระหว่างเดือนธันวาคม 2561-

เดือนกุมภาพันธ์ 2562 และขนาดกลุ่มตัวอย่างซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างของประชาชนและนักท่องเที่ยวได้จากการคำนวณจากสูตรของ (Yamane, 1973) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ e คือ ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ระดับนัยสำคัญ

n แทน ขนาดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N แทน จำนวนประชากรและนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากการคำนวณจากสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีจำนวนมากทั้งสิ้น 3,807,248 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560, สื่อบนไลน์)

$$\begin{aligned} \text{ดังนั้น แทนค่าสูตร } n &= \frac{3,807,248}{1+3,807,248 (0.05)^2} \\ &= 399.999 \end{aligned}$$

ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 5 ดังนั้นจากการแทนค่าจากสูตร ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 296 คน (ร้อยละ 74) ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด และนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 104 คน (ร้อยละ 26) ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากกระบวนการศึกษาหาความรู้จากข้อมูลเอกสารต่าง ๆ การสัมภาษณ์การศึกษาจากสถานที่จริง และการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เพื่อให้ได้มาซึ่งแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยใช้คำถามปลายเปิด และคำถามปลายปิด (Open and Close-Ended) แบ่งตามประเภทของกลุ่มแบบสอบถาม ได้แก่

แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับนักท่องเที่ยว โดยแบ่งเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ที่มาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทาง ความถี่ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ เป็นต้น ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจต่อบริการส่วนประสมการตลาด (7P's) ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) การสร้างและนำเสนอในลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการให้บริการ (Process)

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ลักษณะแบบสอบถามจะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด Open-Ended Questions)

โดยแบบสอบถามในตอนที่ 3 ลักษณะของแบบสอบถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert, 1967) เป็นแบบเลือกตอบโดยวัดระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ ได้แก่

ค่าคะแนน	ระดับความพึงพอใจ
5 หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
4 หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
3 หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
2 หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
1 หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

จากเกณฑ์ดังกล่าว ซึ่งสามารถจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1-5 คะแนน โดยกำหนดการแบ่งช่วงคะแนนออกเป็น 5 ช่วง จากสูตรได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงชั้นคะแนน} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ระดับคะแนนวัด}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาคำนวณน้ำหนักค่าเฉลี่ย (Weight Mean Score) และแปลค่าความหมายจากการประเมินค่า ซึ่งมีเกณฑ์การแปลผล ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	หมายถึง
4.21–5.00	มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
3.41–4.20	มีระดับความพึงพอใจมาก
2.61–3.40	มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
1.81–2.60	มีระดับความพึงพอใจน้อย
1.00–1.80	มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

3. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือในการศึกษา

การสร้างและพัฒนาแบบสอบถามนั้นก่อนนำไปถามกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบความถูกต้องของเครื่องมือ (Validity) และการตรวจสอบความน่าจะเป็นของเครื่องมือ (Reliability) ดังนี้

3.1 ตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือ โดยผู้ทำการศึกษานำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อประธานคณาจารย์ และผู้อำนวยการเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ให้ครอบคลุมทั้งด้านโครงสร้าง เนื้อหา และภาษาที่ใช้เพื่อให้เกิดความเข้าใจแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม และสามารถครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

3.2 หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามโดยใช้สูตรของโรวินลลีและแฮมเบิลตัน (Rovinelli and Hambleton)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องของข้อความกับประเด็นหลักที่ศึกษา
 $\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด
 N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจข้อความวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อความวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้นำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตรเกณฑ์

3.2.1 ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50–1.00 มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้

3.2.2 ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้ โดยให้หา

ข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัย

ทั้งนี้ผู้วิจัยเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 มาใช้เป็นข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ซึ่งได้ตรวจสอบแบบสอบถามแล้วเห็นว่าแบบสอบถามทุกข้อที่สร้างขึ้น มีความเที่ยงตรงของเนื้อหา และครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.3 ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของ แบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ผ่านการแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญ ไปทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษาในแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งเลือกข้อคำถามที่มีความเชื่อถือได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .965

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยได้ดำเนินการเป็นขั้นตอน ดังนี้

4.1 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม

4.1.1 เตรียมแบบสอบถามและวางแผนการดำเนินการเก็บข้อมูล

4.1.2 วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยนำแบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอบ้านนา จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 ชุด ใช้การเลือกผู้ตอบแบบสอบถามโดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ใช้ระยะเวลา 2 เดือน

4.1.3 ช่วงระยะเวลาในการเก็บข้อมูลอยู่ระหว่างเดือนธันวาคม 2561-กุมภาพันธ์ 2562

4.1.4 นำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจหาความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละชุดและดำเนินการวิเคราะห์ผลตามขั้นตอนต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อบรรยายข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามดังนี้

แบบสอบถามตอนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ของแต่ละคำตอบและคำนวณเป็นค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ของแต่ละตอนในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

แบบสอบถามตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามนำมาคำนวณเป็นค่าสถิติร้อยละ (Percentage) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของแต่ละตอนในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

แบบสอบถามตอนที่ 3 ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7P's) ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

แบบสอบถามตอนที่ 4 ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอในรูปความเรียง โดยแบบสอบถามตอนที่ 1-3 วัดระดับคุณภาพ 5 ระดับ ได้แก่

ค่าคะแนน	ระดับความพึงพอใจ
5 หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
4 หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
3 หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
2 หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
1 หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

จากเกณฑ์ดังกล่าว ซึ่งสามารถจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1-5 คะแนน โดยกำหนดการแบ่งช่วงคะแนนออกเป็น 5 ช่วง จากสูตรได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงชั้นคะแนน} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ระดับคะแนนวัด}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาคำนวณน้ำหนักค่าเฉลี่ย (Weight Mean Score) และแปลค่าความหมายจากการประเมินค่า ซึ่งมีเกณฑ์การแปรผล ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	หมายถึง
4.21 – 5.00	มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีระดับความพึงพอใจมาก
2.61 – 3.40	มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
1.81 – 2.60	มีระดับความพึงพอใจน้อย
1.00 – 1.80	มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ทำการทดสอบสมมุติฐานโดยการทดสอบค่าสถิติ t-test, F-test ด้วยกระบวนการทางสถิติซึ่งทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วย LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

การวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นกลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ การวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษา ความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง แบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากต้องการข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน ตรงประเด็น ตามวัตถุประสงค์งานวิจัยที่ตั้งไว้ จำเป็นต้องได้ข้อมูลสำคัญเชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญ และผู้บริหาร ระดับยุทธศาสตร์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการวางแผนยุทธศาสตร์ต่อไป ซึ่งใช้แบบสัมภาษณ์แบบ กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) จำแนกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1.1 หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 4 คน คือ ผู้ที่มีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการพัฒนา การท่องเที่ยวและการวางแผนยุทธศาสตร์จังหวัดได้แก่

1.1.1 ผู้ว่าราชการจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2562 เวลา 10.00 น.

สถานที่ในการสัมภาษณ์ศาลากลางจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.1.2 ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2562 เวลา 15.00 น.

สถานที่ในการสัมภาษณ์สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

1.1.3 นักวิชาการวัฒนธรรมชำนาญการอำเภอหัวหิน

สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2562 เวลา 15.00 น.

สถานที่ในการสัมภาษณ์เทศบาลเมืองหัวหิน

1.1.4 ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2562 เวลา 15.30 น.

สถานที่ในการสัมภาษณ์ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์

1.2 หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 12 คน ได้แก่

1.2.1 ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม

1) กรรมการผู้จัดการโรงแรมหัวหิน แกรนด์ แอนด์ พลาซ่า

สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2562 เวลา 9.00 น.

สถานที่ในการสัมภาษณ์โรงแรมหัวหิน แกรนด์ แอนด์ พลาซ่า

- 2) ผู้จัดการทั่วไปโรงแรมพุทธรักษาหัวหิน
สัมภาษณ์เมื่อวันอังคารที่ 12 กุมภาพันธ์ 2562 เวลา 13.00 น.
สถานที่ในการสัมภาษณ์โรงแรมพุทธรักษาหัวหิน

1.2.2 บริษัทนำเที่ยว

- 1) กรรมการผู้จัดการบริษัท Hua Hin Adviser จำกัด
สัมภาษณ์เมื่อวันพุธ ที่ 6 กุมภาพันธ์ 2562 เวลา 10.00 น.
สถานที่ในการสัมภาษณ์บริษัท Hua Hin Adviser จำกัด
- 2) กรรมการผู้จัดการบริษัท Western Tour Hua Hin จำกัด
สัมภาษณ์เมื่อวันพุธ ที่ 6 กุมภาพันธ์ 2562 เวลา 12.00 น.
สถานที่ในการสัมภาษณ์บริษัท Western Tour Hua Hin จำกัด

1.2.3 ร้านขายของที่ระลึก

- 1) พนักงานร้านไข่มพัตร์
สัมภาษณ์เมื่อวันพฤหัสบดีที่ 7 กุมภาพันธ์ 2562 เวลา 14.00 น.
สถานที่ในการสัมภาษณ์ร้านไข่มพัตร์
- 2) เจ้าของธุรกิจขายของที่ระลึกชายหาดหัวหิน
สัมภาษณ์เมื่อวันพฤหัสบดีที่ 7 กุมภาพันธ์ 2562 เวลา 17.00 น.
สถานที่ในการสัมภาษณ์ชายหาดหัวหิน

1.2.4 ร้านอาหาร

- 1) เจ้าของร้านอาหารเปิ้ล ซีฟู้ด
สัมภาษณ์เมื่อวันศุกร์ที่ 8 กุมภาพันธ์ 2562 เวลา 10.00 น.
สถานที่ในการสัมภาษณ์ร้านอาหารเปิ้ล ซีฟู้ด
- 2) เจ้าของร้านอาหาร Pony
สัมภาษณ์เมื่อวันศุกร์ที่ 8 กุมภาพันธ์ 2562 เวลา 14.00 น.
สถานที่ในการสัมภาษณ์ร้านอาหารPony

1.2.5 ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว

- 1) ผู้จัดการทั่วไปสวนน้ำวานานาวา
สัมภาษณ์เมื่อวันจันทร์ที่ 1 เมษายน 2562 เวลา 9.00 น.
สถานที่ในการสัมภาษณ์สวนน้ำวานานาวา
- 2) พนักงานเพลินวาน
สัมภาษณ์เมื่อวันจันทร์ที่ 1 เมษายน 2562 เวลา 11.00 น.
สถานที่ในการสัมภาษณ์

1.2.6 ธุรกิจขนส่งในอำเภอหัวหิน

1) นายสถานีรถไฟหัวหิน

สัมภาษณ์เมื่อวันพฤหัสบดีที่ 21 กุมภาพันธ์ 2562 เวลา 14.00 น.

สถานที่ในการสัมภาษณ์สถานีรถไฟหัวหิน

2) ผู้ประกอบการรถตู้โดยสารขนส่งเอกชน

สัมภาษณ์เมื่อวันพฤหัสบดีที่ 7 กุมภาพันธ์ 2562 เวลา 15.00 น.

สถานที่ในการสัมภาษณ์ท่ารถตู้โดยสาร

1.3 นักวิชาการ ด้านการท่องเที่ยวจำนวน 3 คน ได้แก่

1.3.1 คณบดีคณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล

สัมภาษณ์เมื่อวันจันทร์ ที่ 4 มีนาคม 2562 เวลา 10.30 น.

สถานที่ในการสัมภาษณ์ คณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว

1.3.2 หัวหน้าสาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

สัมภาษณ์เมื่อวันจันทร์ ที่ 4 มีนาคม 2562 เวลา 12.30 น.

สถานที่ในการสัมภาษณ์ คณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว

1.3.3 อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

สัมภาษณ์เมื่อวันอังคาร ที่ 5 มีนาคม 2562 เวลา 11.30 น.

สถานที่ในการสัมภาษณ์ คณะบริหารธุรกิจ

1.4 เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องจำนวน 8 คน ได้แก่

1.4.1 นายอำเภอเมืองหัวหิน

สัมภาษณ์เมื่อวันศุกร์ ที่ 8 มีนาคม 2562 เวลา 8.30 น.

สถานที่ในการสัมภาษณ์ที่ว่าการอำเภอหัวหิน

1.4.2 นายกเทศมนตรีเมืองหัวหิน

สัมภาษณ์เมื่อวันพุธ ที่ 6 มีนาคม 2562 เวลา 13.00 น.

สถานที่ในการสัมภาษณ์เทศบาลเมืองหัวหิน

1.4.3 นายกองดีการบริหารส่วนตำบลหัวหิน

สัมภาษณ์เมื่อวันจันทร์ ที่ 11 มีนาคม 2562 เวลา 9.00 น.

สถานที่ในการสัมภาษณ์องค์การบริหารส่วนตำบลหัวหิน

1.4.4 นายกองค้การบริหารส่วนตำบลหินเหล็กไฟ

สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2562 เวลา 15.00 น.

สถานที่ในการสัมภาษณ์องค์การบริหารส่วนตำบลหินเหล็กไฟ

1.4.5 นายกองค้การบริหารส่วนตำบลทับใต้

สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2562 เวลา 13.00 น.

สถานที่ในการสัมภาษณ์องค์การบริหารส่วนตำบลทับใต้

1.4.6 นายกองค้การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่

สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2562 เวลา 11.00 น.

สถานที่ในการสัมภาษณ์องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่

1.4.7 ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลหนองพลับ

สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2562 เวลา 13.30 น.

สถานที่ในการสัมภาษณ์องค์การบริหารส่วนตำบลหนองพลับ

1.4.8 นายกองค้การบริหารส่วนตำบลบึงนคร

สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2562 เวลา 9.00 น.

สถานที่ในการสัมภาษณ์องค์การบริหารส่วนตำบลบึงนคร

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยนำผลจากการศึกษาเอกสารแนวคิด หลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว มาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลทุติยภูมิเชิงคุณภาพ ได้แก่ หนังสือ ตำรา เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3.2 ผู้วิจัยลงพื้นที่ อำเภอหัวหิน โดยใช้เครื่องมือเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต โดยได้ข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน ทั้งระดับผู้บริหารและระดับผู้ปฏิบัติการในพื้นที่ ซึ่งขั้นตอนดังกล่าวทั้งหมดเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory action research : PAR)

3.3 ผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพดังกล่าว ทำการตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน ในปัจจุบันของการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอ หัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) เพื่อหาโอกาสและอุปสรรคของการพัฒนาดังกล่าวในอนาคต ด้วยเทคนิค SWOT

Analysis โดยใช้ตาราง SWOT Matrix เพื่อนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสังเกต การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างและผลที่ได้จากการสนทนากลุ่มของกลุ่มต่าง ๆ และดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลจัดเป็นหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

4.1 ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เป็นการให้ข้อมูลของเอกสาร ได้แก่ ถ้อยคำ ประโยค หรือใจความที่ปรากฏในบทสัมภาษณ์เป็นจำนวนที่วัดได้แล้วแจกแจงนับจำนวนของถ้อยคำประโยค หรือใจความ การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา จัดความสำคัญ จัดกลุ่มของเนื้อหา รวมถึงการวิเคราะห์ จำแนกและสรุปประเด็นสำคัญ (เอี่ยมพร หลินเจริญ, 2554)

4.2 ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งกระทำโดยการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการเก็บข้อมูล ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลมากกว่าหนึ่งวิธี โดยใช้การสัมภาษณ์เป็นหลักแล้วอาจใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และใช้การศึกษาเอกสารควบคู่กับการสัมภาษณ์ และการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล โดยการตรวจสอบจากแหล่งที่มาของข้อมูล ด้านเวลา สถานที่ และบุคคลที่แตกต่างกัน เพื่อพิจารณาว่า ถ้าเก็บข้อมูลต่างเวลา ต่างสถานที่ และผู้ให้ข้อมูลต่างคน จะยังได้ข้อมูลเหมือนเดิมหรือไม่ หากผลของข้อมูลที่เก็บรวบรวมด้วยวิธีการแบบสามเส้าได้ข้อค้นพบมาเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง (สุภาวงศ์ จันทวานิช, 2554)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ตรวจสอบเอกสารเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยต่าง ๆ ใช้วิธีการสังเกต (Observation) โดย (1) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการศึกษาระชากรตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และ (2) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากประชากรกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน นักวิชาการและเจ้าหน้าที่ภาครัฐ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ สำหรับสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำเสนอ การวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

เป็นการศึกษาระชากรตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 296 คน และ นักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 104 คน รวมทั้งสิ้น 400 คน นำมาวิเคราะห์และประมวลผล ซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้เข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยได้ กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

N	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
Df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
t-test	แทน	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระจากกัน
f-test	แทน	ทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA)
Sig.	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกสำคัญทางสถิติ
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ได้นำเสนอตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติพื้นฐาน

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7 P's) ของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมาย ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติพื้นฐาน

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1) ชาย	194	48.50
2) หญิง	206	51.50
รวม	400	100.00
2. อายุ		
1) ต่ำกว่า 20 ปี	51	12.75
2) 21-29 ปี	188	47.00
3) 30-39ปี	134	33.50
4) 40-49 ปี	18	4.50
5) 50 ปีขึ้นไป	9	2.25
รวม	400	100.00
3. สถานภาพ		
1) โสด	222	55.50
2) สมรส	176	44.00
3) หย่าร้าง	2	0.50
รวม	400	100.00

ตาราง 6 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
4. สัญชาติ		
1) ไทย	295	73.75
2) ต่างชาติ	105	26.25
รวม	400	100.00
5. ระดับการศึกษา		
1) มัธยมศึกษา	94	23.50
2) ปริญญาตรี	293	73.25
3) สูงกว่าระดับปริญญาตรี	13	3.25
รวม	400	100.00
6. อาชีพ		
1) นักเรียน/นักศึกษา	132	33.00
2) พนักงานเอกชน	138	34.50
3) ข้าราชการ	35	8.75
4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20	5.00
5) ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	75	18.75
รวม	400	100.00
7. รายได้ต่อเดือน		
1) ต่ำกว่า 15,000 บาท	146	36.50
2) 15,001–20,000 บาท	116	29.00
3) 20,001–25,000 บาท	84	21.00
4) 25,001–30,000 บาท	27	6.75
5) 30,001–35,000 บาท	23	5.75
6) 35,001–40,000 บาท	4	1.00
7) มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมาเป็นเพศชาย

คิดเป็นร้อยละ 48.50 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 21-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมาคืออายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.50 และมีอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.75 ตามลำดับ โดยมีสถานะโสด คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมาคือสถานะสมรส คิดเป็นร้อยละ 44.00 และมีสถานะหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีสัญชาติไทย คิดเป็นร้อยละ 73.75 รองลงมาเป็นชาวต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 26.25 ตามลำดับ และมีวุฒิการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 73.25 รองลงมาเป็นระดับมัธยม คิดเป็นร้อยละ 23.50 และรองลงมาเป็นระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมาเป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 33.00 และประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 18.75 ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมาคือรายได้ 15,001-20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 29.00 และมีรายได้ 20,001-25,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์		
1) เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	116	29.00
2) เพื่อศึกษาวัฒนธรรม	11	2.75
3) เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิต/ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น	5	1.25
4) เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน	30	7.50
5) เพื่อหาประสบการณ์/ความรู้	7	1.75
6) เพื่อประกอบธุรกิจ/ปฏิบัติงาน	50	12.50
7) มาเที่ยวซ้ำ เพราะชื่นชอบ	158	39.50
8) บังเอิญผ่านไป/มาแบบไม่ได้ตั้งใจ	13	3.25
9) เป็นเส้นทางผ่านไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น	10	2.25
รวม	400	100.00

ตาราง 7 (ต่อ)

พฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
2. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์		
1) เดินทางตามลำพัง	24	6.00
2) เดินทางกับกลุ่มเพื่อน	156	39.00
3) เดินทางกับครอบครัว	173	43.25
4) เดินทางกับคนรัก	15	3.75
5) เดินทางกับบริษัท หรือหน่วยงาน	32	8.00
รวม	400	100.00
3. จำนวนสมาชิกในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์		
1) 1 คน	24	6.00
2) 2 คน	28	7.00
3) 3 คน	212	53.00
4) 4 คน	50	12.50
5) 5 คนขึ้นไป	86	21.50
รวม	400	100.00
4. ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์		
1) วันจันทร์-ศุกร์	90	22.50
2) วันเสาร์-อาทิตย์	118	29.50
3) วันหยุดเทศกาลต่าง ๆ	188	47.00
4) วันหยุดช่วงปิดภาคเรียน	4	1.00
รวม	400	100.00
5. ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์		
1) ทุกเดือน	127	31.75
2) 1 ครั้ง/ปี	36	9.00
3) 2 ครั้ง/ปี	84	21.00
4) 3 ครั้ง/ปี	43	10.75
5) 4 ครั้งขึ้นไป/ปี	110	27.50
รวม	400	100.00

ตาราง 7 (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
6. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์		
1) ต่ำกว่า 2,000 บาท	58	14.50
2) 2,001-3,000 บาท	196	49.00
3) 3,001-4,000 บาท	30	7.50
4) มากกว่า 4,000 บาท	116	29.00
รวม	400	100.00
7. ทำนรู้จักอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์		
1) สื่อโทรทัศน์/วิทยุ	68	17.00
2) หนังสือพิมพ์	63	15.75
3) วารสาร/นิตยสาร	50	12.50
4) โปสเตอร์/แผ่นพับ/ใบปลิว	45	11.25
5) เว็บไซต์	27	6.75
6) ป้ายประชาสัมพันธ์	28	7.00
7) โซเชียลเน็ตเวิร์ค	41	10.25
8) การบอกต่อ	40	10.00
9) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	38	9.50
รวม	400	100.00
8. สถานที่ท่องเที่ยวที่ท่านชื่นชอบในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์		
1) ตลาดโต้รุ่ง	42	10.50
2) เพลินวาน	36	9.00
3) ตลาดฉัตรไชย	21	5.25
4) ตลาดซีเคต้า	21	5.25
5) สถานีรถไฟหัวหิน	29	7.25
6) หาดหัวหิน	55	13.75
7) เขาตะเกียบ	38	9.50
8) เขาไกรลาส	11	2.75
9) อุทยานราชภักดิ์	22	5.50

ตาราง 7 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
8. สถานที่ท่องเที่ยวที่ท่านชื่นชอบในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน		
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (ต่อ)		
10) หาดเขาเต่า	20	5.00
11) หาดสวนสนประดิพัทธ์	21	5.25
12) เขาหินเหล็กไฟ	7	1.75
13) วัดห้วยมงคล	32	8.00
14) น้ำตกป่าละอู	34	8.50
15) ถ้ำดาว	2	0.50
16) ถ้ำลับแล	0	0.00
17) ถ้ำไก่หล่น	0	0.00
18) น้ำตกแพรงตะคร้อ	5	1.25
19) น้ำตกห้วยยาง	3	0.75
20) ถ้ำกุ่ม	1	0.25
รวม	400	100.00
9. กิจกรรมที่ท่านชื่นชอบในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์		
1) เดินตลาดกลางคืน	59	17.75
2) ชิมอาหารร้านขึ้นชื่อ	63	15.75
3) ท่องเที่ยววิถีชีวิตกะเหรี่ยงปกากะญอป่าละอู	54	13.50
4) กิจกรรมชายหาด	52	13.00
5) สักการะหลวงพ่อทวด วัดห้วยมงคล	35	8.75
6) การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ	45	11.25
7) เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์	47	11.75
8) การเที่ยวชมในความสนใจพิเศษ	45	11.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ คือมาเที่ยวชม เพราะชื่นชอบ

คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 29.00 และเพื่อประกอบธุรกิจ/ปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ เดินทางกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 43.25 เดินทางกับกลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 39.00 และเดินทางกับบริษัท หรือหน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ สมาชิกที่เดินทางมาด้วยประมาณ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 จำนวน 5 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 21.50 และจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50ตามลำดับ ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นวันหยุดเทศกาลต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 47.00 วันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 29.50 และวันจันทร์-วันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 22.50 ตามลำดับ โดยมีความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ทุกเดือน คิดเป็นร้อยละ 31.75 จำนวน 4 ครั้งขึ้นไป/ปี คิดเป็นร้อยละ 27.50 และ 2 ครั้งขึ้นไป/ปี คิดเป็นร้อยละ 21.00 ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2,001-3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.00 มากกว่า 4,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.00 และ ต่ำกว่า 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.50 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่าสื่อที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่เป็นสื่อโทรทัศน์/วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 17.00 หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 15.75 และวารสาร/นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ และสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบเมื่อมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มากที่สุด ได้แก่หาดหัวหิน คิดเป็นร้อยละ 13.75 ตลาดโต้รุ่งคิดเป็นร้อยละ 10.50 และเขาตะเกียบ คิดเป็นร้อยละ 9.50 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7 P's) ของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7 P's) ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด			
(7 P's) ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)			
1) แหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีความน่าสนใจ	4.48	.596	มากที่สุด
2) แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	4.41	.681	มากที่สุด

ตาราง 8 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด			
(7 P's) ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product) (ต่อ)			
3) มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกและสินค้า พื้นเมืองที่หลากหลาย และมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	4.39	.733	มากที่สุด
4) แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ	3.95	.480	มาก
5) กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายและ น่าสนใจ	3.88	.552	มาก
เฉลี่ย	4.22	.472	มากที่สุด
2. ด้านราคาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (Price)			
1) ราคาของฝากและของที่ระลึก มีความเหมาะสม	3.89	1.113	มาก
2) การกำหนดราคาอาหารและเครื่องดื่ม มีความเหมาะสม	3.75	1.279	มาก
3) กำหนดราคาของกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่มีความเหมาะสม มีความยุติธรรม ไม่ถูกเอาเปรียบ	3.64	.746	มาก
4) ภาพรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอ หัวหินมีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย	3.61	.849	มาก
5) การกำหนดราคาที่พักแรมมีความเหมาะสม	3.55	.883	มาก
เฉลี่ย	3.69	.881	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)			
1) มีการจัดรายการส่งเสริมการขายและการกระตุ้น การท่องเที่ยว	4.36	.686	มากที่สุด
2) สามารถค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว ผ่านเว็บไซต์ ของแหล่งท่องเที่ยวได้	4.32	.740	มากที่สุด
3) มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ให้บริการข้อมูล แก่นักท่องเที่ยว	4.27	.812	มากที่สุด

ตาราง 8 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด			
(7 P's) ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) (ต่อ)			
4) มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ ที่เหมาะสม	4.08	.558	มาก
5) มีวิธีการจองที่พักสะดวก รวดเร็ว และหลากหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสาร อินเทอร์เน็ต การจองผ่านผู้ให้บริการ อื่น ๆ	4.01	.609	มาก
เฉลี่ย	4.20	.516	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)			
1) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว อย่างต่อเนื่องและค้นข้อมูลได้สะดวก	4.35	.735	มากที่สุด
2) การให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสม	4.33	.756	มากที่สุด
3) มีการจัดงานเทศกาลต่าง ๆ ที่หลากหลายและ น่าสนใจ	4.31	.800	มากที่สุด
4) มีการส่งเสริมการขายหลายรูปแบบ เช่น ส่วนลด/แพ็คเกจทางการท่องเที่ยว	4.01	.464	มาก
5) มีการโฆษณากิจกรรมการท่องเที่ยวโดยผ่านสื่อ ที่หลากหลาย เช่น Youtube Facebook แมกกาซีน แผ่นพับ	3.93	.522	มาก
เฉลี่ย	4.18	.501	มาก
5. ด้านบุคลากร (People)			
1) ผู้ให้บริการมีจิตบริการที่ดี	4.31	.672	มากที่สุด
2) เจ้าหน้าที่มีความรอบรู้ และสามารถให้ข้อมูล เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี	4.30	.772	มากที่สุด
3) ประชาชนในพื้นที่ ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยว ด้วยอัธยาศัยไมตรี และมีมิตรภาพ	4.13	.548	มาก

ตาราง 8 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด			
(7 P's) ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
4) เจ้าหน้าที่/ผู้ให้บริการมีความเพียงพอ ต่อการให้บริการ	4.03	.557	มาก
5) เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้ม แจ่มใส และเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว	3.91	.609	มาก
เฉลี่ย	4.13	.451	มาก
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)			
1) ระบบการจัดการขยะ การดูแลสภาพแวดล้อม โดยรอบ	4.37	.677	มากที่สุด
2) ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว	4.30	.753	มากที่สุด
3) แผนที่และป้ายที่แสดงเส้นทางไปยังแหล่ง ท่องเที่ยว	4.10	.565	มาก
4) ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่สะดวกและเพียงพอ เช่น การให้บริการรถโดยสารสาธารณะ ที่จอดรถ	4.05	.609	มาก
5) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สะดวก	4.02	.794	มาก
เฉลี่ย	4.20	.499	มาก
7. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)			
1) ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว	4.43	.588	มากที่สุด
2) การบริการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ที่เหมาะสม	4.32	.681	มากที่สุด
3) ความรวดเร็วในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ในด้านต่าง ๆ	4.28	.670	มากที่สุด
4) การจัดการเส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะสม	4.21	.577	มากที่สุด
5) มาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเพียงพอ	4.13	.665	มาก
เฉลี่ย	4.27	.434	มากที่สุด
สรุป	4.12	.479	มาก

จากตาราง 8 พบว่าโดยรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7 P's) ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 (S.D.=.479) โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจของในด้านกระบวนการให้บริการมากที่สุด รองลงมาเป็น ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านราคา ตามลำดับ และหากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในปัจจุบันส่วนประสมการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 (S.D.=.472) โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีความน่าสนใจ มากที่สุดอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 (S.D.= .596) รองลงมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 (S.D.=.681) มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมืองที่หลากหลาย และมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 (S.D.=.733) แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 (S.D.=.480) และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายและน่าสนใจ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 (S.D.=.552) ตามลำดับ

ด้านราคา นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในปัจจุบันส่วนประสมการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 (S.D.=.881) โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าราคาของฝากและของที่ระลึกมีความเหมาะสมมากที่สุด อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 (S.D.=1.113) รองลงมาเป็นการกำหนดราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 (S.D.=1.279) กำหนดราคาของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสม มีความยุติธรรม ไม่ถูกเอาเปรียบ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 (S.D.=.746) ภาพรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินมีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 (S.D.=.849) และการกำหนดราคาที่พักแรมมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 (S.D.=.883) ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 (S.D.=.516) โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการจัดรายการส่งเสริมการขายและการกระตุ้นการท่องเที่ยวมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 (S.D.=.686) รองลงมาเป็นสามารถค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ของแหล่ง

ท่องเที่ยวได้ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 (S.D.=.740) มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ ให้บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 (S.D.=.812) มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการที่เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 (S.D.=.558) และมีวิธีการจองที่พักสะดวก รวดเร็ว และหลากหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสาร อินเทอร์เน็ต การจองผ่านผู้ให้บริการ อื่น ๆ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (S.D.=.609) ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 (S.D.=.501) โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและค้นข้อมูลได้สะดวกมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 (S.D.=.735) รองลงมาเป็นการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 (S.D.=.756) มีการจัดงานเทศกาลต่าง ๆ ที่หลากหลายและน่าสนใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 (S.D.=.800) มีการส่งเสริมการขายหลายรูปแบบ เช่น ส่วนลด/แพคเกจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (S.D.=.464) และ มีการโฆษณากิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านสื่อที่หลากหลาย เช่น Youtube Facebook แมกกาซีน แผ่นพับ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 (S.D.=.522) ตามลำดับ

ด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 (S.D.=.451) โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าผู้ให้บริการมีจิตบริการที่ดีมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 (S.D.=.672) รองลงมาเป็นเจ้าของหน้าที่มีความรอบรู้ และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 (S.D.=.772) ประชาชนในพื้นที่ ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัยไมตรี และมีมิตรภาพ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 (S.D.=.548) เจ้าหน้าที่/ผู้ให้บริการมีความเพียงพอต่อการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 (S.D.=.557) และเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้ม แจ่มใส และเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 (S.D.=.609) ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 (S.D.=.499) โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ระบบการจัดการขยะ การดูแลสภาพแวดล้อมโดยรวมมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 (S.D.=.677) รองลงมาเป็นมีความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว

อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 (S.D.=.753) มีแผนทีและป้ายที่แสดงเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (S.D.=.565) ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่สะดวกและเพียงพอ เช่น การให้บริการรถโดยสารสาธารณะ ที่จอดรถ อยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 (S.D.=.609) และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สะดวก อยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (S.D.=.794) ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 (S.D.=.434) โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 (S.D.=.588) รองลงมาเป็นการบริการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 (S.D.=.681) มีความรวดเร็วในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 (S.D.=.670) มีการจัดการเส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 (S.D.=.577) และมีมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 (S.D.=.665) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกันในการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ผู้วิจัยเลือกใช้ตัวสถิติการทดสอบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนหนึ่งทาง (One-Way ANOVA or F-test) เมื่อทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนแล้วพบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากร จึงทำการทดสอบความแตกต่างกันระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ LSD

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกัน ในการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ผู้วิจัยเลือกใช้ตัวสถิติการทดสอบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนหนึ่งทาง (One-Way ANOVA or F-test) เมื่อทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนแล้วพบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากร จึงทำการทดสอบความแตกต่างกันระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ LSD

โดยทั้งนี้ สมมติฐานทั้ง 2 ข้อ จะใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกัน

ตาราง 9 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว
ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว	t-test						แปลผล
	เพศ	Mean	S.D	t	df	Sig.	
1) วัตถุประสงค์ในการเดินทาง มาท่องเที่ยว	ชาย	4.546	2.774	-1.599	393.521	.111	ไม่แตกต่างกัน
	หญิง	4.980	2.648				
2) ลักษณะการเดินทางมา ท่องเที่ยว	ชาย	2.628	.936	-1.206	398	.229	ไม่แตกต่างกัน
	หญิง	2.742	.950				
3) จำนวนสมาชิกในการ เดินทางมาท่องเที่ยว	ชาย	3.474	1.165	1.961	378.187	.051	ไม่แตกต่างกัน
	หญิง	3.262	.982				
4) ช่วงเวลาในการเดินทาง มาท่องเที่ยว	ชาย	2.149	.822	-2.806	398	.005*	แตกต่างกัน
	หญิง	2.378	.809				
5) ความถี่ในการเดินทาง มาท่องเที่ยว	ชาย	2.783	1.620	-1.809	398	.071	ไม่แตกต่างกัน
	หญิง	3.072	1.577				
6) ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ในการเดินทาง	ชาย	2.329	1.040	-3.280	397.378	.001*	แตกต่างกัน
	หญิง	2.674	1.062				
7) สื่อที่ช่วยให้รู้จักอำเภอหัวหิน	ชาย	4.701	2.601	1.874	398	.062	ไม่แตกต่างกัน
	หญิง	4.194	2.795				
8) สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ	ชาย	7.463	4.643	1.012	398	.312	ไม่แตกต่างกัน
	หญิง	7.009	4.331				
9) กิจกรรมที่ชื่นชอบ ในการเดินทาง	ชาย	4.293	2.321	.592	398	.554	ไม่แตกต่างกัน
	หญิง	4.1553	2.350				

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ไม่แตกต่างกัน ในด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกในการเดินทางมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว สื่อที่ช่วยให้รู้จักอำเภอหัวหิน สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ และกิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทาง และนักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกัน ในด้านช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 10 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว
ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว	ss	df	MS	F	Sig.
1) วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	34.969	4	8.742	1.188	.316
ภายในกลุ่ม	2907.871	395	7.362		
รวม	2942.840	399			
2) ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	60.271	4	15.068	20.130	.000*
ภายในกลุ่ม	295.666	395	.749		
รวม	355.938	399			
3) จำนวนสมาชิกในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	13.563	4	3.391	2.969	.019*
ภายในกลุ่ม	451.147	395	1.142		
รวม	464.710	399			
4) ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	75.681	4	18.920	38.385	.000*
ภายในกลุ่ม	194.697	395	.493		
รวม	270.378	399			
5) ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	202.212	4	50.553	24.264	.000*
ภายในกลุ่ม	822.966	395	2.083		
รวม	1025.178	399			
6) ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทาง					
ระหว่างกลุ่ม	80.467	4	20.117	21.389	.000*
ภายในกลุ่ม	371.511	395	.941		
รวม	451.978	399			

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว	ss	df	MS	F	Sig.
7) สื่อที่ทำให้รู้จักอำเภอหัวหิน					
ระหว่างกลุ่ม	28.952	4	7.238	.984	.416
ภายในกลุ่ม	2905.608	395	7.356		
รวม	2934.560	399			
8) สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ					
ระหว่างกลุ่ม	23.943	4	5.986	.295	.881
ภายในกลุ่ม	8004.897	395	20.266		
รวม	8028.840	399			
9) กิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทาง					
ระหว่างกลุ่ม	10.876	4	2.719	.496	.739
ภายในกลุ่ม	2164.321	395	5.479		
รวม	2175.198	399			

จากตาราง 10 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้าน ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ($F=20.130$, $Sig.=.000$) จำนวนสมาชิกในการเดินทางมาท่องเที่ยว ($F=2.969$, $Sig.=.019$) ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ($F=38.385$, $Sig.=.000$) ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ($F=24.264$, $Sig.=.000$) ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว ($F=21.389$, $Sig.=.000$) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพบความแตกต่างเป็นรายด้าน ผู้วิจัย จึงได้ทำการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างอายุทั้ง 5 กลุ่ม ด้วยวิธีการ LSD ได้แก่ อายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-29 ปี อายุ 30-39 ปี อายุ 40-49 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไป

จากการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ ในด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และกลุ่มอายุ 20-29 ปี มีพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างจากกลุ่มที่มีอายุ 30-39 ปี กลุ่มอายุ 40-49 ปี และกลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุ 30-39 ปี และกลุ่ม 40-49 ปี มีพฤติกรรมท่องเที่ยวของ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากกลุ่มที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ด้านจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี กลุ่มอายุ 20-29 ปี กลุ่มอายุ 30-39 ปี และกลุ่มอายุ 40-49 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากกลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากกลุ่มอายุ 20-50 ปีขึ้นไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 20-29 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากกลุ่มอายุ 30-50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากกลุ่มอายุ 20-50 ปีขึ้นไป นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุ 20-29 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากกลุ่มอายุ 30-50 ปีขึ้นไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุ 30-39 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากกลุ่มอายุ 40-50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตาราง 1 ภาคผนวก ค)

ตาราง 11 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสถานภาพ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว	ss	df	MS	F	Sig.
1) วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	17.267	2	8.634	1.172	.311
ภายในกลุ่ม	2925.573	397	7.369		
รวม	2942.840	399			
2) ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	84.116	2	42.058	61.427	.000*
ภายในกลุ่ม	271.821	397	.685		
รวม	355.938	399			

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรมกรท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว	ss	df	MS	F	Sig.
3) จำนวนสมาชิกในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	1.411	2	.706	.605	.547
ภายในกลุ่ม	463.299	397	1.167		
รวม	464.710	399			
4) ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	73.923	2	36.961	74.692	.000*
ภายในกลุ่ม	196.455	397	.495		
รวม	270.378	399			
5) ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	212.998	2	106.499	52.058	.000*
ภายในกลุ่ม	812.179	397	2.046		
รวม	1025.178	399			
6) ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทาง					
ระหว่างกลุ่ม	41.066	2	20.533	19.838	.000*
ภายในกลุ่ม	410.912	397	1.035		
รวม	451.978	399			
7) สื่อที่ทำให้รู้จักอำเภอหัวหิน					
ระหว่างกลุ่ม	22.432	2	11.216	1.529	.218
ภายในกลุ่ม	2912.128	397	7.335		
รวม	2934.560	399			
8) สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ					
ระหว่างกลุ่ม	3.161	2	1.580	.078	.925
ภายในกลุ่ม	8025.679	397	20.216		
รวม	8028.840	399			
9) กิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทาง					
ระหว่างกลุ่ม	18.005	2	9.002	1.657	.192
ภายในกลุ่ม	2157.193	397	5.434		
รวม	2175.198	399			

จากตาราง 11 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ($F=61.427$, $Sig.=.000$) ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ($F=74.692$, $Sig.=.000$) ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ($F=52.058$, $Sig.=.000$) และค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว ($F=19.838$, $Sig.=.000$) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพบความแตกต่างเป็นรายด้าน ผู้วิจัยจึงได้ทำการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างสถานภาพทั้ง 3 กลุ่ม ด้วยวิธีการ LSD ได้แก่ กลุ่มโสด สมรส และหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

จากการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาจากท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่ พบว่า ในด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทาง นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาจากท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตาราง 2 ภาคผนวก ค)

ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาจากท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสัญชาติ

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	พฤติกรรม		t-test				แปรผล
	สัญชาติ	Mean	S.D	t	df	Sig.	
1) วัตถุประสงค์ในการ เดินทางมาท่องเที่ยว	ชาวไทย	4.9797	2.61724	2.479	167.667	.014*	แตกต่างกัน
	ชาวต่างชาติ	4.1810	2.90815				
2) ลักษณะการเดินทาง มาท่องเที่ยว	ชาวไทย	2.5661	.89682	-4.407	398	.000*	แตกต่างกัน
	ชาวต่างชาติ	3.0286	.99477				
3) จำนวนสมาชิกในการ เดินทางมาท่องเที่ยว	ชาวไทย	3.4407	1.17327	2.947	299.971	.003*	แตกต่างกัน
	ชาวต่างชาติ	3.1524	.71765				
4) ช่วงเวลาในการ เดินทางมาท่องเที่ยว	ชาวไทย	2.0847	.79728	-.8727	217.570	.000*	แตกต่างกัน
	ชาวต่างชาติ	2.7810	.66479				
5) ความถี่ในการ เดินทางมาท่องเที่ยว	ชาวไทย	2.8000	1.75274	-3.589	322.755	.000*	แตกต่างกัน
	ชาวต่างชาติ	3.3048	.99154				
6) ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ในการเดินทาง	ชาวไทย	2.0169	.73982	-30.540	304.654	.000*	แตกต่างกัน
	ชาวต่างชาติ	3.8857	.44537				

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	สัญชาติ	t-test					แปลผล
		Mean	S.D	t	df	Sig.	
7) สื่อที่ทำให้รู้จักอำเภอ หัวหิน	ชาวไทย	4.5797	2.72671	1.731	398	.084	ไม่แตกต่างกัน
	ชาวต่างชาติ	4.0476	2.64350				
8) สถานที่ท่องเที่ยว ที่ชื่นชอบ	ชาวไทย	7.4339	4.51621	1.526	398	.128	ไม่แตกต่างกัน
	ชาวต่างชาติ	6.6571	4.36954				
9) กิจกรรมที่ชื่นชอบ ในการเดินทาง	ชาวไทย	4.2712	2.32869	.699	398	.485	ไม่แตกต่างกัน
	ชาวต่างชาติ	4.0857	2.35794				

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างสัญชาติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ไม่แตกต่างกัน ในด้านสื่อที่ทำให้รู้จักอำเภอหัวหิน สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ และกิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทาง และนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกัน ในด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกในการเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว	ss	df	MS	F	Sig.
1) วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	30.300	2	15.150	2.065	.128
ภายในกลุ่ม	2912.540	397	7.336		
รวม	2942.840	399			
2) ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	14.810	2	7.405	8.618	.000*
ภายในกลุ่ม	341.127	397	.859		
รวม	355.938	399			

ตาราง 13 (ต่อ)

พฤติกรรมกรท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว	ss	df	MS	F	Sig.
3) จำนวนสมาชิกในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	1.847	2	.924	.792	.454
ภายในกลุ่ม	462.863	397	1.166		
รวม	464.710	399			
4) ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	48.646	2	24.323	43.549	.000*
ภายในกลุ่ม	221.732	397	.559		
รวม	270.378	399			
5) ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	109.586	2	54.793	23.758	.000*
ภายในกลุ่ม	915.592	397	2.306		
รวม	1025.178	399	54.793		
6) ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทาง					
ระหว่างกลุ่ม	58.477	2	29.239	29.499	.000*
ภายในกลุ่ม	393.500	397	.991		
รวม	451.978	399			
7) สิ่งที่ทำให้รู้สึกอ้าเออหัวหิน					
ระหว่างกลุ่ม	6.298	2	3.149	.427	.653
ภายในกลุ่ม	2928.262	397	7.376		
รวม	2934.560	399			
8) สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ					
ระหว่างกลุ่ม	4.637	2	2.319	.115	.892
ภายในกลุ่ม	8024.203	397	20.212		
รวม	8028.840	399			
9) กิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทาง					
ระหว่างกลุ่ม	9.401	2	4.701	.862	.423
ภายในกลุ่ม	2165.796	397	5.455		
รวม	2175.198	399			

จากตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ($F=8.618$, $Sig.=.000$) ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ($F=43.549$, $Sig.=.000$) ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ($F=23.758$, $Sig.=.000$) และค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว ($F=29.499$, $Sig.=.000$) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพบความแตกต่างเป็นรายด้าน ผู้วิจัยจึงได้ทำการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างสถานภาพทั้ง 3 กลุ่ม ด้วยวิธีการ LSD ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี

จากการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า ในด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี และด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทาง นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี และนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตาราง 3 ภาคผนวก ค)

ตาราง 14 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว
ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว	ss	df	MS	F	Sig.
1) วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	62.607	4	15.652	2.147	.074
ภายในกลุ่ม	2880.233	395	7.292		
รวม	2942.840	399			
2) ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	107.289	4	26.822	42.610	.000*
ภายในกลุ่ม	248.648	395	.629		
รวม	355.938	399			
3) จำนวนสมาชิกในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	3.414	4	.853	.731	.571
ภายในกลุ่ม	461.296	395	1.168		
รวม	464.710	399			
4) ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	102.952	4	25.738	60.723	.000*
ภายในกลุ่ม	167.425	395	.424		
รวม	270.378	399			
5) ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	295.761	4	73.940	40.041	.000*
ภายในกลุ่ม	729.417	395	1.847		
รวม	1025.178	399			
6) ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทาง					
ระหว่างกลุ่ม	72.214	4	18.053	18.778	.000*
ภายในกลุ่ม	379.764	395	.961		
รวม	451.978	399			

ตาราง 14 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว	ss	df	MS	F	Sig.
7) สื่อที่ทำให้รู้จักอำเภอหัวหิน					
ระหว่างกลุ่ม	78.010	4	19.502	2.697	.031*
ภายในกลุ่ม	2856.550	395	7.232		
รวม	2934.560	399			
8) สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ					
ระหว่างกลุ่ม	43.606	4	10.902	.539	.707
ภายในกลุ่ม	7985.234	395	20.216		
รวม	8028.840	399			
9) กิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทาง					
ระหว่างกลุ่ม	19.533	4	4.883	.895	.467
ภายในกลุ่ม	2155.665	395	5.457		
รวม	2175.198	399			

จากตาราง 14 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ($F=42.6108$, $Sig.=.000$) ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ($F=60.723$, $Sig.=.000$) ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ($F=40.041$, $Sig.=.000$) ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว ($F=18.778$, $Sig.=.000$) และสื่อที่ทำให้รู้จักอำเภอหัวหิน ($F=2.697$, $Sig.=.031$) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพบความแตกต่างเป็นรายด้าน ผู้วิจัยจึงได้ทำการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างอาชีพทั้ง 5 กลุ่ม ด้วยวิธีการ LSD ได้แก่นักลุ่มนักเรียน/นักศึกษา พนักงานเอกชน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง

จากการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า ในด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานเอกชน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานเอกชน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ

ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว
ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว	ss	df	MS	F	Sig.
1) วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	77.181	5	15.436	2.122	.062
ภายในกลุ่ม	2865.659	394	7.273		
รวม	2942.840	399			
2) ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	65.968	5	13.194	17.927	.000*
ภายในกลุ่ม	289.970	394	.736		
รวม	355.938	399			
3) จำนวนสมาชิกในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	9.729	5	1.946	1.685	.137
ภายในกลุ่ม	454.981	394	1.155		
รวม	464.710	399			
4) ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	114.768	5	22.954	58.118	.000*
ภายในกลุ่ม	155.610	394	.395		
รวม	270.378	399			
5) ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	444.322	5	88.864	60.278	.000*
ภายในกลุ่ม	580.856	394	1.474		
รวม	1025.178	399			
6) ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทาง					
ระหว่างกลุ่ม	197.960	5	39.592	61.410	.000*
ภายในกลุ่ม	254.018	394	.645		
รวม	451.978	399			

ตาราง 15 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว	ss	df	MS	F	Sig.
7) สื่อที่ทำให้รู้จักอำเภอหัวหิน					
ระหว่างกลุ่ม	35.347	5	7.069	.961	.442
ภายในกลุ่ม	2899.213	394	7.358		
รวม	2934.560	399			
8) สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ					
ระหว่างกลุ่ม	197.625	5	39.525	1.989	.079
ภายในกลุ่ม	7831.215	394	19.876		
รวม	8028.840	399			
9) กิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทาง					
ระหว่างกลุ่ม	57.021	5	11.404	2.121	.062
ภายในกลุ่ม	2118.176	394	5.376		
รวม	2175.198	399			

จากตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ($F=17.927$, $Sig.=.000$) ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ($F=58.118$, $Sig.=.000$) ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ($F=60.278$, $Sig.=.000$) และค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว ($F=61.410$, $Sig.=.000$) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพบความแตกต่างเป็นรายด้าน ผู้วิจัยจึงได้ทำการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างสถานภาพทั้ง 6 กลุ่ม ด้วยวิธีการ LSD ได้แก่ กลุ่มต่ำกว่า 15,000 บาท กลุ่ม 15,001–20,000 บาท กลุ่ม 20,001–25,000 บาท กลุ่ม 25,001–30,000 บาท กลุ่ม 30,001–35,000 บาท กลุ่ม 35,001–40,000 บาท และกลุ่ม 40,001 บาทขึ้นไป

จากการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า ในด้านลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001–20,000 บาท 20,001–25,000 บาท

ตาราง 16 แสดงผลสรุปภาพรวมที่ได้จากการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์
ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว
ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว	ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว						
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	สัญชาติ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	รายได้
1) วัตถุประสงค์ในการ เดินทางมาท่องเที่ยว	x	x	x	✓	x	x	x
2) ลักษณะการเดินทาง มาท่องเที่ยว	x	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3) จำนวนสมาชิกในการ เดินทางมาท่องเที่ยว	x	✓	x	✓	x	x	x
4) ช่วงเวลาในการเดินทาง มาท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5) ความถี่ในการเดินทาง มาท่องเที่ยว	x	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6) ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ในการเดินทาง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7) สื่อที่ทำให้รู้จักอำเภอ หัวหิน	x	x	x	x	x	✓	x
8) สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ	x	x	x	x	x	x	x
9) กิจกรรมที่ชื่นชอบ ในการเดินทาง	x	x	x	x	x	x	x
ภาพรวม	x	✓	✓	✓	✓	✓	✓

หมายเหตุ: * กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อความที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กำหนดให้เครื่องหมาย x แทนข้อความที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 แสดงผลการสรุปการวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยค่าสถิติค่าที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA or F-test) พบว่า ในภาพรวม ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุก ๆ ด้าน ยกเว้น ด้านเพศ หากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

แตกต่างกัน ยกเว้นพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทาง ด้านอายุ พบว่า อายุต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกัน ยกเว้นพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว สื่อที่ทำให้รู้จักอำเภอหัวหิน สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ และกิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทางไม่แตกต่างกัน ด้านสถานภาพ การศึกษา และรายได้ต่อเดือน พบว่า สถานภาพ การศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกัน ยกเว้นพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกในการเดินทางมาท่องเที่ยว สื่อที่ทำให้รู้จักอำเภอหัวหิน สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ และกิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทางไม่แตกต่างกัน ด้านสัญชาติ พบว่า สัญชาติต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกัน ยกเว้นพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้าน สื่อที่ทำให้รู้จักอำเภอหัวหิน สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ และกิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทางไม่แตกต่างกัน และด้านอาชีพ พบว่า อาชีพต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกัน ยกเว้นพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกในการเดินทางมาท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ และกิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทางไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกัน

ตาราง 17 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในปัจจุบันส่วนประสมการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามเพศ

ระดับความพึงพอใจใน ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	t-test						แปรผล
	เพศ	Mean	S.D	t	df	Sig.	
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ชาย	4.17	.480	-1.863	398	.063	ไม่แตกต่างกัน
	หญิง	4.26	.461				
ด้านราคา	ชาย	3.56	.912	-2.620	389.907	.009*	แตกต่างกัน
	หญิง	3.79	.838				
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ชาย	4.15	.535	-1.820	398	.069	ไม่แตกต่างกัน
	หญิง	4.25	.494				
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาย	4.12	.497	-2.123	398	.034*	แตกต่างกัน
	หญิง	4.23	.501				
ด้านบุคลากร	ชาย	4.08	.452	-1.825	398	.069	ไม่แตกต่างกัน
	หญิง	4.17	.448				

ตาราง 17 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจใน ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	t-test						แปลผล
	เพศ	Mean	S.D	t	df	Sig.	
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ชาย	4.15	.510	-2.008	398	.045*	แตกต่างกัน
	หญิง	4.25	.484				
ด้านกระบวนการให้บริการ	ชาย	4.23	.423	-1.628	398	.104	ไม่แตกต่างกัน
	หญิง	4.30	.443				
รวม	ชาย	4.07	.474	-2.307	398	.022*	แตกต่างกัน
	หญิง	4.18	.478				

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศกับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยหากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศต่างกันมีระดับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และโดยเพศหญิงมีระดับความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุ

ระดับความพึงพอใจ ในปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ss	df	MS	F	Sig.
1) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ					
ระหว่างกลุ่ม	33.432	4	8.358	59.354	.000*
ภายในกลุ่ม	55.623	395	.141		
รวม	89.055	399			

ตาราง 18 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ ในปัจจุบันส่วนประสมการตลาด	ss	df	MS	F	Sig.
2) ด้านราคา					
ระหว่างกลุ่ม	133.105	4	33.279	74.297	.000*
ภายในกลุ่ม	176.912	395	.448		
รวม	310.017	399			
3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
ระหว่างกลุ่ม	34.851	4	8.713	48.165	.000*
ภายในกลุ่ม	71.454	395	.181		
รวม	106.306	399			
4) ด้านการส่งเสริมการตลาด					
ระหว่างกลุ่ม	39.615	4	9.904	64.418	.000*
ภายในกลุ่ม	60.729	395	.154		
รวม	100.344	399			
5) ด้านบุคลากร					
ระหว่างกลุ่ม	23.736	4	5.934	40.739	.000*
ภายในกลุ่ม	57.535	395	.146		
รวม	81.270	399			
6) ด้านกระบวนการให้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	30.477	4	7.619	43.613	.000*
ภายในกลุ่ม	68.959	395	.175		
รวม	99.436	399			
7) ด้านลักษณะทางกายภาพ					
ระหว่างกลุ่ม	17.320	4	4.330	29.449	.000*
ภายในกลุ่ม	58.079	395	.147		
รวม	75.079	399			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	39.224	4	9.806	73.858	.000*
ภายในกลุ่ม	52.444	395	.133		
รวม	91.668	399			

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุ พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ($F=73.858$, $Sig.=.000$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพบความแตกต่างทั้งภาพรวมและรายด้าน ผู้วิจัยจึงได้ทำการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างอายุทั้ง 5 กลุ่ม ด้วยวิธีการ LSD ได้แก่ อายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-29 ปี อายุ 30-39 ปี อายุ 40-49 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไป

จากการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุในภาพรวมเป็นรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 20-29 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 30-39 ปี และอายุ 40-49 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 30-39 ปี และอายุ 40-49 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย

ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-29 ปี, อายุ 30-39 ปี และอายุ 40-49 ปี นักท่องเที่ยวอายุ 20-29 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 30-39 ปี และ อายุ 40-49 ปี นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 30-39 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 40-49 ปี และ ช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านราคา นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-29 ปี, อายุ 30-39 ปี และอายุ 40-49 ปี นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-29 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 30-39 ปี และอายุ 40-49 ปี นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 30-39 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 40-49 ปี และ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ
นักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสถานภาพ

ระดับความพึงพอใจ ในปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ss	df	MS	F	Sig.
1) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ					
ระหว่างกลุ่ม	24.559	2	12.279	75.584	.000*
ภายในกลุ่ม	64.496	397	.162		
รวม	89.055	399			
2) ด้านราคา					
ระหว่างกลุ่ม	102.212	2	51.106	97.635	.000*
ภายในกลุ่ม	207.806	397	.523		
รวม	310.017	399			
3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
ระหว่างกลุ่ม	25.848	2	12.924	63.770	.000*
ภายในกลุ่ม	80.458	397	.203		
รวม	106.306	399			
4) ด้านการส่งเสริมการตลาด					
ระหว่างกลุ่ม	30.598	2	15.299	87.083	.000*
ภายในกลุ่ม	96.746	397	.176		
รวม	100.344	399			
5) ด้านบุคลากร					
ระหว่างกลุ่ม	19.335	2	9.668	61.969	.000*
ภายในกลุ่ม	61.935	397	.156		
รวม	81.270	399			
6) ด้านกระบวนการให้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	16.947	2	8.474	57.551	.000*
ภายในกลุ่ม	58.452	397	.147		
รวม	75.399	399			
7) ด้านลักษณะทางกายภาพ					
ระหว่างกลุ่ม	21.149	2	10.575	53.624	.000*
ภายในกลุ่ม	78.287	397	.197		
รวม	99.436	399			

ตาราง 19 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ ในปัจจุบันส่วนประสมการตลาด	ss	df	MS	F	Sig.
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	30.702	2	15.351	99.964	.000*
ภายในกลุ่ม	60.966	397	.154		
รวม	91.668	399			

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกัน ($F=99.964$, $Sig.=.000$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพบความแตกต่างทั้งภาพรวมและรายด้าน ผู้วิจัยจึงได้ทำการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างสถานภาพทั้ง 3 กลุ่ม ด้วยวิธีการ LSD ได้แก่ กลุ่มโสด สมรส และหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

จากการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่ ในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส และสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส และสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตาราง 7 ภาคผนวก ค)

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ
นักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสัญชาติ

ระดับความพึงพอใจต่อ ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด	สัญชาติ	t-test						แปลผล
		Mean	S.D	t	df	Sig.		
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ชาวไทย	4.187	.469	-2.406	398	.017*	แตกต่างกัน	
	ชาวต่างชาติ	4.316	.471					
ด้านราคา	ชาวไทย	3.661	.866	-981	398	.327	ไม่แตกต่างกัน	
	ชาวต่างชาติ	3.760	.922					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ชาวไทย	4.149	.540	-4.245	243.866	.000*	แตกต่างกัน	
	ชาวต่างชาติ	4.363	.403					
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาวไทย	4.145	.509	-2.732	200.167	.007*	แตกต่างกัน	
	ชาวต่างชาติ	4.293	.462					
ด้านบุคลากร	ชาวไทย	4.099	.465	-2.657	212.063	.008*	แตกต่างกัน	
	ชาวต่างชาติ	4.224	.397					
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ชาวไทย	4.161	.520	-3.142	228.529	.002*	แตกต่างกัน	
	ชาวต่างชาติ	4.320	.413					
ด้านกระบวนการให้บริการ	ชาวไทย	4.221	.460	-4.966	274.726	.000*	แตกต่างกัน	
	ชาวต่างชาติ	4.421	.307					
รวม	ชาวไทย	4.089	.495	-3.098	218.462	.002*	แตกต่างกัน	
	ชาวต่างชาติ	4.42	.411					

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างสัญชาติกับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสัญชาติ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยหากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สัญชาติต่างกันมีระดับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านราคาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และโดยชาวต่างชาติมีระดับความพึงพอใจมากกว่าชาวไทย

ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ
นักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด	ss	df	MS	F	Sig.
1) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ					
ระหว่างกลุ่ม	8.141	2	4.070	19.971	.000*
ภายในกลุ่ม	80.915	397	.204		
รวม	89.055	399			
2) ด้านราคา					
ระหว่างกลุ่ม	25.991	2	12.996	18.165	.000*
ภายในกลุ่ม	284.026	397	.715		
รวม	310.017	399			
3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
ระหว่างกลุ่ม	8.834	2	4.417	17.990	.000*
ภายในกลุ่ม	97.472	397	.246		
รวม	106.306	399			
4) ด้านการส่งเสริมการตลาด					
ระหว่างกลุ่ม	10.228	2	5.114	22.530	.000*
ภายในกลุ่ม	90.116	397	.227		
รวม	100.344	399			
5) ด้านบุคลากร					
ระหว่างกลุ่ม	6.922	2	3.461	18.479	.000*
ภายในกลุ่ม	74.349	397	.187		
รวม	81.270	399			
6) ด้านกระบวนการให้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	5.138	2	2.569	14.517	.000*
ภายในกลุ่ม	70.261	397	.177		
รวม	75.399	399			
7) ด้านลักษณะทางกายภาพ					
ระหว่างกลุ่ม	8.069	2	4.035	17.531	.000*
ภายในกลุ่ม	91.367	397	.230		
รวม	99.436	399			

ตาราง 21 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัย	ss	df	MS	F	Sig.
ส่วนประสมทางการตลาด					
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม					
ระหว่างกลุ่ม	9.698	2	4.849	23.484	.000*
ภายในกลุ่ม	81.970	397	.206		
รวม	91.668	399			

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกัน ($F=23.484$, $Sig.=.000$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพบความแตกต่างทั้งภาพรวมและรายด้าน ผู้วิจัยจึงได้ทำการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างระดับการศึกษา ทั้ง 3 กลุ่ม ด้วยวิธีการ LSD ได้แก่ กลุ่มระดับมัธยมศึกษา ระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

จากการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตาราง 8 ภาคผนวก ค)

ตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพ

ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด	ss	df	MS	F	Sig.
1) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ					
ระหว่างกลุ่ม	32.767	4	8.192	57.486	.000*
ภายในกลุ่ม	56.288	395	.143		
รวม	89.055	399			
2) ด้านราคา					
ระหว่างกลุ่ม	124.318	4	31.080	66.109	.000*
ภายในกลุ่ม	185.699	395	.470		
รวม	310.017	399			
3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
ระหว่างกลุ่ม	32.888	4	8.222	44.236	.000*
ภายในกลุ่ม	73.418	395	.186		
รวม	106.306	399			
4) ด้านการส่งเสริมการตลาด					
ระหว่างกลุ่ม	34.615	4	8.654	52.005	.000*
ภายในกลุ่ม	65.729	395	.166		
รวม	100.344	399			
5) ด้านบุคลากร					
ระหว่างกลุ่ม	19.986	4	4.997	32.205	.000*
ภายในกลุ่ม	61.284	395	.155		
รวม	81.270	399			
6) ด้านกระบวนการให้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	25.580	4	6.395	34.202	.000*
ภายในกลุ่ม	73.856	395	.187		
รวม	99.436	399			

ตาราง 22 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัย	ss	df	MS	F	Sig.
ส่วนประสมทางการตลาด					
7) ด้านลักษณะทางกายภาพ					
ระหว่างกลุ่ม	19.907	4	4.977	35.425	.000*
ภายในกลุ่ม	55.492	395	.140		
รวม	75.399	399			
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม					
ระหว่างกลุ่ม	36.776	4	9.194	66.160	.000*
ภายในกลุ่ม	54.892	395	.139		
รวม	91.668	399			

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกัน ($F=66.160$, $Sig.=.000$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพบความแตกต่างทั้งภาพรวมและรายด้าน ผู้วิจัยจึงได้ทำการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างอาชีพ ทั้ง 5 กลุ่ม ด้วยวิธีการ LSD ได้แก่ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา พนักงานเอกชน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง

จากการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ ในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียนนักศึกษา มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานเอกชน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย

ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าทุกอาชีพมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นพนักงานเอกชน และข้าราชการ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างจากทุกอาชีพ พนักงานเอกชน และข้าราชการ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากพนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านบุคลิกภาพ อาชีพนักเรียนนักศึกษา มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากทุกอาชีพ อาชีพพนักงานเอกชน และข้าราชการ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างจากอาชีพธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง

ด้านกระบวนการ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากทุกอาชีพ อาชีพพนักงานเอกชน มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากอาชีพธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง และอาชีพข้าราชการ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตาราง 9 ภาคผนวก ค)

ตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ss	df	MS	F	Sig.
1) ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	39.958	5	7.992	64.132	.000*
ภายในกลุ่ม	49.097	394	.125		
รวม	89.055	399			
2) ด้านราคา					
ระหว่างกลุ่ม	155.628	5	31.126	79.432	.000*
ภายในกลุ่ม	154.390	394	.392		
รวม	310.017	399			

ตาราง 23 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัย	ss	df	MS	F	Sig.
ส่วนประสมทางการตลาด					
3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
ระหว่างกลุ่ม	48.171	5	9.634	65.295	.000*
ภายในกลุ่ม	58.134	394	.148		
รวม	106.306	399			
4) ด้านการส่งเสริมการตลาด					
ระหว่างกลุ่ม	49.861	5	9.972	77.830	.000*
ภายในกลุ่ม	50.483	394	.128		
รวม	100.344	399			
5) ด้านบุคลากร					
ระหว่างกลุ่ม	32.643	5	6.529	52.898	.000*
ภายในกลุ่ม	48.627	394	.123		
รวม	81.270	399			
6) ด้านกระบวนการให้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	26.557	5	5.311	42.845	.000*
ภายในกลุ่ม	48.842	394	.124		
รวม	75.399	399			
7) ด้านลักษณะทางกายภาพ					
ระหว่างกลุ่ม	41.480	5	8.296	56.399	.000*
ภายในกลุ่ม	57.956	394	.147		
รวม	99.436	399			
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม					
ระหว่างกลุ่ม	50.209	5	10.042	95.432	.000*
ภายในกลุ่ม	41.459	394	.105		
รวม	91.668	399			

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกัน ($F=95.432$, $Sig.=.000$)

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพบความแตกต่างทั้งภาพรวมและรายด้าน ผู้วิจัยจึงได้ทำการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างอาชีพ ทั้ง 6 กลุ่ม ด้วยวิธีการ LSD ได้แก่ กลุ่มต่ำกว่า 15,000 บาท กลุ่ม 15,001–20,000 บาท กลุ่ม 20,001–25,000 บาท กลุ่ม 25,001–30,000 บาท กลุ่ม 30,001–35,000 บาท กลุ่ม 35,001–40,000 บาท และกลุ่ม 40,001 บาทขึ้นไป

จากการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่ในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 15,001 บาทขึ้นไป นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001–20,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 20,001–35,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001–25,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001–30,000 บาท ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001–35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากเปรียบเทียบเป็นรายได้ พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001–25,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001–35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านราคา นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001–30,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001–20,000 บาท และ 20,001–25,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001–40,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001–25,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001–40,000 บาทขึ้นไป

ด้านลักษณะทางกายภาพ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001–35,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001–20,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001–40,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001–25,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001–40,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001–30,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001–35,000 บาท

ด้านกระบวนการให้บริการ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001–35,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001–20,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001–25,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001–25,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001–40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตาราง 10 ภาคผนวก ค)

ตาราง 24 แสดงผลสรุปภาพรวมที่ได้จากการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกัน

ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว						
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	สัญชาติ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้
1) ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	x	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2) ด้านราคา	✓	✓	✓	x	✓	✓	✓
3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	x	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ตาราง 24 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจต่อ ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด	ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว						
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	สัญชาติ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	รายได้
4) ด้านการส่งเสริม การตลาด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5) ด้านบุคลากร	x	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6) ด้านลักษณะทาง กายภาพ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7) ด้านกระบวนการ ให้บริการ	x	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ภาพรวม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

หมายเหตุ: * กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อความที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
กำหนดให้เครื่องหมาย x แทนข้อความที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 แสดงผลการสรุปการวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยค่าสถิติค่าที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA or F-test) พบว่า ในภาพรวม ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวมแตกต่างกัน ในทุก ๆ ด้าน ยกเว้น เพศต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการไม่แตกต่างกัน และในด้านสัญชาติต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านราคาไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมาย ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ค่าครองชีพ ค่าใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ เช่น ค่าโรงแรมที่พัก ค่าพาหนะในการเดินทาง และค่าอาหารยังอยู่ในระดับที่สูงเกินกว่าที่ควรจะเป็น อำเภอหัวหินเป็นเมืองท่องเที่ยวซึ่งมีนักท่องเที่ยวหลายระดับเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ควรมีค่าครองชีพที่ถูกกว่านี้เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

2. ด้านการจราจรและที่จอดรถ รถยนต์และรถจักรยานยนต์วิ่งไม่เป็นระเบียบ บ้ายสัญญาณจราจรไม่ชัดเจน การจอดภายในอาคารลำบากไม่เพียงพอ รถบริการสาธารณะ มีน้อยรถคิวนาน ส่วนราคาค่าโดยสารนั้นก็แพงเช่นกัน ควรมีการจัดระเบียบเรื่องการจราจรหรือ มีที่จอดรถเพิ่มเติม

3. ให้มีการเพิ่มจำนวนของศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวให้มากขึ้นและมีการยกระดับคุณภาพของศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เป็นมาตรฐาน สามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ควรมีการอบรมเจ้าหน้าที่ในเรื่องของ ภาษาต่างประเทศ เพื่อที่จะสามารถสื่อสารและให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

4. เสนอให้มีศูนย์บริการดูแลความปลอดภัย และให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในเรื่องของการได้รับความเดือดร้อน ความไม่เป็นธรรม การถูกเอารัดเอาเปรียบ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ประกอบด้วยประชากร 4 กลุ่ม ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐหน่วยงาน ภาคเอกชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งผลการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์มีดังนี้

1. ประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 4 คน โดยมีคำถามในการสัมภาษณ์ 5 ประเด็น ดังนี้

- (1) นโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน
- (2) แนวทางความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน
- (3) แนวทางการจัดการให้เมืองหัวหินเป็นเมืองเป้าหมาย
- (4) มุมมองต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินในปัจจุบันและอนาคต
- (5) นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินในปัจจุบันและอนาคต

1.1 ผลการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัด ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬา นักวิชาการวัฒนธรรม และผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

นโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน อำเภอหัวหินยังเป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวทุกฤดูกาลด้วยความที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนัก และมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายจึงต้องมีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ดังผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ได้กล่าวว่า

“...ถ้าจะทำให้การท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินยั่งยืนนั้นจะต้องพัฒนาด้านคมนาคมซึ่งในขณะนี้ รัฐบาลได้มีนโยบายพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งของประเทศเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตพัฒนาการเดินทางและเป็นเส้นทางพัฒนาโลจิสติกส์โครงการรถไฟทางคู่โดยมีเส้นทางที่เกี่ยวข้องกับอำเภอหัวหิน 3 เส้นทาง ได้แก่ 1) เส้นทางนครปฐม-หัวหิน 2) เส้นทางหัวหิน-ประจวบคีรีขันธ์ และ 3) เส้นทางประจวบคีรีขันธ์-ชุมพร ถ้าโครงการนี้แล้วเสร็จจะสามารถลดระยะเวลาในการเดินทางได้ประมาณ 30 % รวดเร็วปลอดภัยและจะมีการเชื่อมโยงกับโครงข่ายการคมนาคมพื้นฐานอื่น ๆ เช่น ท่าเรือ ท่าอากาศยาน และสถานีขนส่งสินค้าได้อย่างสะดวก เป็นอีกนโยบายที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างอำเภอหัวหินได้อย่างสะดวกสบายยิ่งขึ้นและยังเป็นการสร้างโอกาสทางการท่องเที่ยว การค้า การลงทุน และยังมีโครงการพัฒนาพื้นที่ย่านสถานีรถไฟทางคู่อีก 13 สถานี ซึ่งมีสถานีของอำเภอหัวหินรวมอยู่ด้วย อนาคตอาจจะมีการพัฒนาท่าอากาศยานหัวหินให้มีเส้นทางบินภายในประเทศที่หลากหลาย เช่น จากทางภาคอีสาน ภาคเหนือ และพัฒนาเส้นทางบินที่เป็นนานาชาติอีกหลายประเทศ ซึ่งตอนนี้มีเส้นทางการบินนานาชาติอยู่ 1 เส้นทางคือ เส้นทางหัวหิน-กัวลาลัมเปอร์ ปัจจัยที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอีกปัจจัยหนึ่งคือการพัฒนาด้านภาคบริการโดยการปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของอำเภอหัวหิน เช่น ระบบขนส่ง การไฟฟ้า น้ำประปาให้หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องร่วมกันพัฒนา เพื่อเพิ่มศักยภาพภาคบริการอย่างเต็มที่ และพัฒนาผู้ประกอบการด้านบริการให้มีความรู้ ทักษะมาตรฐานการบริการ พัฒนาทางด้านภาษาต่างประเทศให้กับผู้ให้บริการ พัฒนาด้านการให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกต้อง การส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวและส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น การจัดกิจกรรมที่เป็นระดับนานาชาติ เช่นการแข่งขันกีฬาเทนนิส ซึ่งมีนักเทนนิสระดับโลกมาร่วมแข่งขัน การแข่งขันขี่ม้าโปโลบนชายหาดหัวหินโดยใช้ชื่อว่า “เอเชีย นีช โปโล แชมป์เปียนชิพ 2019” เป็นการแข่งขันขี่ม้าโปโลบนชายหาดระดับทวีปเอเชีย โดยจัดต่อเนื่องมาทุกปีจนปีนี้เป็นครั้งที่ 10 โดยในการจัดการแข่งขันนั้นได้รับความร่วมมือจากภาครัฐและภาคเอกชนรวมถึงสมาคมกีฬาขี่ม้าแห่งประเทศไทยที่ร่วมกันจัดงานและได้เลือกอำเภอหัวหินซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกเป็นสถานที่จัดกิจกรรมกีฬาระดับนานาชาตินี้มาโดยตลอด เนื่องด้วยหัวหินเป็นเมืองที่มีทัศนียภาพสวยงามและมีมนต์เสน่ห์ของการขี่ม้าเลียบบชายหาด ซึ่งเป็นหนึ่งในเอกลักษณ์สำคัญของ

หัวหิน รวมทั้งพื้นที่หน้าหาดที่กว้างเพียงพอสำหรับการแข่งขัน และกีฬาขี่ม้าโปโลนั้นเป็นกีฬาที่นิยมของกลุ่มชนชั้นสูงจึงทำให้หัวหินเป็นสถานที่เที่ยวแห่งเดียวในเมืองไทยที่มีความพร้อมและความเหมาะสมในการจัดการแข่งขันขี่ม้าโปโลบนชายหาดที่ยาวนาน และกิจกรรมที่เพิ่งมีการจัดขึ้นไปล่าสุดและได้รับเสียงตอบรับอย่างมากคือกิจกรรม HUA HIN YOGA FESTIVAL 2019 ซึ่งเป็นการจัดโยคะบนชายหาดหัวหินเป็นครั้งแรกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health and Wellness Tourism) และการสร้างภาพลักษณ์ให้เมืองหัวหินเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับนานาชาติ โดยมีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้าร่วม โดยความร่วมมือระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานประจวบคีรีขันธ์ ร่วมกับเทศบาลเมืองหัวหิน และภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว และสุขภาพจัดขึ้นการจัดกิจกรรมครั้งนี้สอดคล้องกับแผนการตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานประจวบคีรีขันธ์ภายใต้โครงการ “เซ็คอินฟินิตี้@ประจวบ” เพื่อส่งเสริมกลุ่มนักท่องเที่ยว Lifestyle ด้วยการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร อาหารถิ่น และกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์ น่าสนใจ รวมทั้งเป็นการประชาสัมพันธ์เมืองหัวหินให้เป็นที่หมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอีกด้วยนอกจากนี้ยังมีกิจกรรมที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่องมาหลายปีแล้วและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศอีกกิจกรรมหนึ่งคือ Hua Hin International Jazz Festival 2019 ซึ่งเป็นการแสดงดนตรีแจ๊สนานาชาติบนชายหาดหัวหินที่โด่งดังไปทั่วโลก รวมไปถึงกิจกรรม Prachuab run for love hua hin 2019 หรือการวิ่งเพื่อหัวใจรัก... ณ หัวหินเส้นทางมารวิงนั้นจะสัมผัสวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนหัวหิน หลังจากการวิ่งนั้นจะมีเมนูอาหารท้องถิ่นของคนหัวหินให้ชิมกันอย่างมากมายกิจกรรมที่เกิดขึ้นและกำลังจะเกิดขึ้นเหล่านี้เป็นกิจกรรมที่ล้วนแต่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน และยังเป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองหัวหินให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวทั่วโลกและผู้เข้าร่วมชมการแข่งขัน และยังบรรจุกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเหล่านี้ไว้ในปฏิทินการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินเพื่อจะได้มีการจัดกิจกรรมทุกปีและมีการพัฒนาและปรับปรุงให้ดียิ่ง ๆ ขึ้น มีการรักษาอนุรักษ์ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้คงไว้ซึ่งความเป็นหัวหิน ให้มากที่สุด...”

แนวทางความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ในอำเภอหัวหินที่จะร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่จากหน่วยงานภาครัฐได้กล่าวไว้ว่า “...หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอำเภอหัวหินนั้นได้มีการประชุมหารือร่วมกันทุกทาง การแก้ไขปัญหาและพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน ซึ่งมีการประชุมหารือร่วมกันทุกเดือนเช่นการแก้ไขปัญหาเรื่องราคาอาหารค่อนข้างสูงจึงได้มีการประชุมการวางมาตรการด้านการกำหนดราคาอาหารและการเช่าเตียงผ้าใบชายหาดหัวหินคือมีมาตรการว่าให้แยกเรื่องเก้าอี้ผ้าใบกับอาหารออกจากกัน กรณีที่นักท่องเที่ยวไม่สั่งอาหาร หรือนำอาหารมาเองโดยให้เก็บ

ค่าเตียงผ้าใบตัวละ 30 บาทต่อวัน ส่วนกรณีนักท่องเที่ยวสั่งอาหารจากทางร้านค้า และนั่งเตียงผ้าใบ ซึ่งหากสั่งอาหารหลายรายการ ทางร้านค้าอาจให้โปรโมชั่นนั่งเตียงผ้าใบฟรีได้รวมถึงเรื่องเมนูอาหารโดยแต่ละร้านจะต้องปรับให้มีเมนูเดียวกันนั้นราคาเดียวกันห้ามแยกเมนูสำหรับคนไทยกับชาวต่างชาติ ซึ่งตอนนี้ก็ได้มีการทำบันทึกข้อตกลงในการจัดระเบียบไว้ร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการร้านค้าชายหาดกับเทศบาลหัวหิน อำเภอหัวหินมีนโยบายส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมกันและเสมอภาคพร้อมทั้งพัฒนา “คน” และส่งเสริมการมีส่วนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่องเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนและภาคเอกชนในระยะยาว และพยายามถ่ายทอดแนวทางการพัฒนานโยบายด้านการท่องเที่ยวให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างชัดเจนและทั่วถึง พัฒนาบุคลากรของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และคนท้องถิ่น รวมทั้งนักท่องเที่ยว ให้มีความรู้ความเข้าใจและจิตสำนึกที่ดีต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากขึ้น พยายามพัฒนาระบบการทำงานของภาครัฐเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและรวดเร็วในการพัฒนาการท่องเที่ยวเน้นให้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพมากกว่าปริมาณและแก้ไขปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและเห็นผลได้จริงในระยะยาว รวมทั้งเร่งพัฒนาระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยและให้ความรู้กับคนในท้องถิ่นที่เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนา...”

แนวทางการจัดการให้เมืองหัวหินเป็นเมืองเป้าหมาย เป็นการจัดการให้เมืองหัวหินเป็นเมืองที่ผู้คนอยากมาอาศัย มาท่องเที่ยวมาทำธุรกิจ มาอยู่หลังเกษียณมากที่สุด ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่กล่าวว่า “...เราเน้นพัฒนาประชาชนที่อาศัยในชุมชนทั้งด้านความรู้ทางด้านการท่องเที่ยวของชุมชนของตนเองให้รู้ว่าทรัพยากรของตนเองมีอะไรบ้างและให้เห็นถึงคุณค่าด้านคุณธรรมจริยธรรม พัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเพราะรากฐานของการท่องเที่ยวที่ดีเกิดจากชุมชนเจ้าบ้านและพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน พยายามพัฒนานโยบายด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสภาพการท่องเที่ยวในปัจจุบันบริหารจัดการและเพิ่มความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมถึงองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นประสานให้ทำงานไปในทิศทางเดียวกัน และจะวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการมีมาตรการเพิ่มการควบคุมและบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม...”

มุมมองต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินในปัจจุบันและอนาคต
 ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่กล่าวว่า “...ถ้าผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนที่เป็นเจ้าของพื้นที่ยังไม่ร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินก็จะทำให้นักท่องเที่ยวไม่อยากมาเที่ยวที่หัวหินทุกภาคส่วนต้องช่วยกันแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เช่น ปัญหาด้านการจราจรติดขัด ปัญหาระบบสาธารณสุขโรคที่ไม่เพียงพอ ปัญหาค่าครองชีพ ราคาสินค้าและการบริการสูงเกินไป และปัญหาที่สำคัญมากที่สุดคือปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม อำเภอ

หัวหินเป็นเมืองชายหาดที่มีประวัติศาสตร์มายาวนานในสมัยก่อนยังเป็นเมืองตากอากาศของพระมหากษัตริย์ เจ้านายและผู้มีฐานะ เห็นได้จากบ้านเรือนที่อยู่ริมทะเลจะเป็นบ้านเจ้านายในสมัยก่อนจนมาถึงปัจจุบันในด้านของการท่องเที่ยวก็มีทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นที่สร้างขึ้นใหม่ เช่น สวนน้ำ สวนสนุก ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารคาเฟ่ต่าง ๆ ที่ดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยวเมืองหัวหิน และเมืองหัวหินเองก็เป็นเมืองที่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนักและสามารถท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล นี่คือเสน่ห์ของอำเภอหัวหิน...

นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินเนื่องจากจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ เป็นหนึ่งในสี่จังหวัดภายใต้การขับเคลื่อนการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยว 5 ปี เขตพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันตก หรือ Thailand Riviera ดังผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ได้กล่าวว่า “...การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์นั้นเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อกระจายรายได้สู่คนในท้องถิ่น ไม่กระจุกตัวอยู่ที่อำเภอใดอำเภอหนึ่งแต่จะให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปในพื้นที่ 8 อำเภอ พร้อมทั้งสนับสนุนโครงการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเลียบชายฝั่งทะเลภาคตะวันตกหรือโครงการไทยแลนด์ริเวียร่าซึ่งโครงการนี้ ประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดชุมพรและจังหวัดระนอง แต่ละจังหวัดนั้นมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นร่วมกันด้านโครงสร้างพื้นฐานมีระบบคมนาคมที่สามารถเดินทางเชื่อมต่อไปยังจังหวัดอื่นได้ทั้งทางรถยนต์ ทางรถไฟ และทางอากาศ และมีนโยบายการผลักดันจุดผ่อนปรนพิเศษด้านสิงขรเป็นจุดผ่านแดนถาวรเพื่อปลดล็อกระเบียบกฎหมายเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจการค้าชายแดน รวมถึงส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวผ่านช่องทางด้านสิงขรเพื่อจะได้เป็นการเพิ่มช่องทางการท่องเที่ยวไปด้วย...”

ตาราง 25 แสดงผลสรุปการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา
การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมาย ของอำเภอ
หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผู้ให้ข้อมูล	ผู้ว่าราชการ จังหวัด	ผู้อำนวยการ ท่องเที่ยว และกีฬา	นักวิชาการ วัฒนธรรม	ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย สำนักงาน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์
1. การพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน	✓	✓	✓	✓
2. แนวทางความร่วมมือ กับภาคส่วนต่าง	✓	✓	✓	✓
3. การจัดการให้หัวหิน เป็นเมืองเป้าหมาย	✓	✓	✓	✓
4. มุมมองต่อสถานการณ์ การท่องเที่ยวในอำเภอ หัวหิน	✓	✓	✓	✓
5. นโยบายการส่งเสริม การท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐในภาพรวม
มีรายละเอียด ดังนี้

นโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน

1) พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม โครงการรถไฟทางคู่ และ
จะพัฒนาให้เชื่อมโยงกับโครงข่ายการคมนาคมพื้นฐานอื่น ๆ เช่น ท่าเรือ ท่าอากาศยาน และ
สถานีขนส่งสินค้า

2) พัฒนาด้านภาคบริการ พัฒนาบุคลากรด้านการบริการให้มีความรู้ มาตรฐาน
การบริการ เพิ่มศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เพียงพอ

3) ส่งเสริมการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว จัดให้มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยว
ตลอดปีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

แนวทางการร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ในอำเภอหัวหิน

1) การจัดประชุมเพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาและพัฒนาการท่องเที่ยวเกี่ยวกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องของทุกเดือน

2) นโยบายส่งเสริมและพัฒนาคนส่งเสริมการมีส่วนร่วมกันของทุกภาคส่วนและพัฒนาบุคลากรของหน่วยงานให้มีความรู้ความเข้าใจและมีจิตสำนึกที่ดีต่อการท่องเที่ยวพัฒนาระบบสารสนเทศของหน่วยงานภาครัฐให้รวดเร็วขึ้น

แนวทางการจัดการให้เมืองหัวหินเป็นเมืองเป้าหมาย

1) พัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวชุมชนเพราะเชื่อว่ารากฐานการท่องเที่ยวที่ดีเกิดจากชุมชน

2) พัฒนานโยบายด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสภาพการท่องเที่ยวในปัจจุบัน เพิ่มมาตรการควบคุมด้านสิ่งแวดล้อม

มุมมองต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน

1) ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวร่วมมือกันแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อให้ผู้คนยังคงเดินทางมาท่องเที่ยวกันต่อไป

2) เป็นเมืองชายทะเลที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน เป็นที่แปรพระราชฐานของในหลวงรัชกาลที่ 9

นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน

1) ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อกระจายรายได้สู่คนในชุมชนท้องถิ่นโดยส่งเสริมให้มีจุดเด่นทุกอำเภอไม่ให้เกิดการกระจุกตัวทางการท่องเที่ยวอยู่ที่อำเภอใดอำเภอหนึ่ง

2) สนับสนุนโครงการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเลียบชายฝั่งทะเลภาคตะวันตก (Thailand Riviera)

3) นโยบายผลักดันจุดผ่อนปรนพิเศษด้านสิงขรเป็นจุดผ่านแดนถาวรเพื่อปลดล็อกระเบียบกฎหมายเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจการค้าชายแดน

2. ประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์หน่วยงานภาคเอกชนจำนวน 12 คน โดยมีคำถามในการสัมภาษณ์ 5 ประเด็น ดังนี้

- (1) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว 6 A's ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- (2) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนของอำเภอหัวหิน
- (3) แนวทางการดำรงรักษาเมืองหัวหินให้เป็นเมืองเป้าหมาย
- (4) ประเด็นการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินที่ควรได้รับการส่งเสริมหรือพัฒนา
- (5) ธุรกิจการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินในอนาคต

2.1 ผลการสัมภาษณ์หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม บริษัทนำเที่ยว ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร ธุรกิจขนส่งในอำเภอหัวหิน และผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

(6 A's) ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ได้กล่าวว่า “...ด้านแหล่งท่องเที่ยว แนวทางในการพัฒนาด้านแหล่งท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่นเทศบาลเมืองหัวหิน ควรมีการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ ให้มากขึ้น ถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งทางธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ และทางวัฒนธรรมของหัวหิน ว่ามีอะไรบ้าง มีความสวยงามอย่างไร มีประวัติความเป็นมาอย่างไร และภายในอำเภอหัวหินนั้นมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอะไร เพื่อสร้างความน่าสนใจและดึงดูดให้นักท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาและบูรณะแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้อยู่ในสภาพที่สะอาด สมบูรณ์ รวมถึงจัดแสดงศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีการดำเนินชีวิตของชาวหัวหินในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เพื่อฟื้นฟูและอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีอันเก่าแก่ของท้องถิ่นและยังได้แสดงให้เห็นนักท่องเที่ยวได้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นด้วย นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลได้กล่าวอีกว่า “...หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเพื่อยกระดับมาตรฐานในการบริการให้มีลักษณะเป็นสากล แต่ในขณะเดียวกันต้องไม่ทำลายทรัพยากร สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ...”

“...ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการควบคุมและกำหนดราคาค่าเดินทางภายในอำเภอหัวหินของรถบริการสาธารณะให้ชัดเจนโดยการกำหนดราคาตามระยะทาง มีการแสดงป้ายบอกราคาค่าโดยสารให้เห็นได้ชัดเจนทั้งภายในรถโดยสารและสถานที่รับ-ส่ง มีการกำหนดจุดรับ-ส่งผู้โดยสาร รวมถึงมีการแสดงเวลาการเดินทางให้ชัดเจน นอกจากนี้ยังควรมีการจัดระเบียบและการควบคุมการบริการทั้งคุณภาพ ราคา ค่าบริการ และสภาพของรถโดยสารประเภทอื่น ๆ ทั้งรถจักรยานยนต์รับจ้าง รถสามล้อถีบ รถโดยสารประจำทาง ให้มีมาตรฐาน ราคาไม่แพงจนเกินไป บางครั้งเห็นว่าเป็นนักท่องเที่ยวก็มีการโกงราคากันขึ้น และมีสภาพรถที่สมบูรณ์ ควรมีการปรับปรุงป้ายจราจรให้มีมาตรฐานในระดับสากลโดยมีทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ รวมถึงควรมีการเพิ่มสัญญาณไฟจราจรบริเวณทางแยกเพื่อลดอุบัติเหตุ เช่น บริเวณหน้าสถานีรถไฟหัวหิน...”

“...ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในอำเภอหัวหิน ร้านอาหารที่คอยให้บริการนักท่องเที่ยวควรมีการแสดงราคาอย่างชัดเจนในทุกร้าน และควรมีการควบคุมและตรวจสอบราคาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อไม่ให้มีการกำหนดราคาเกินจริง ควรมีการควบคุมตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพของอาหาร ความถูกสุขลักษณะว่ามีสิ่งเจือปนอยู่ในอาหาร

หรือไม่ว่าอย่างไร รวมถึงความสะอาดในร้าน โดยเฉพาะร้านอาหารบริเวณตลาดฉัตรไชย ซึ่งมีปัญหาด้านความสะอาด และร้านอาหารบริเวณริมทางเท้า ควรจัดทำคู่มือร้านอาหารของหัวหิน เพื่อที่จะแนะนำ และให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ในด้านของร้านค้า ควรควบคุมดูแลถึงความสะอาด การจัดหมวดหมู่ของสินค้าเพื่อสะดวกแก่การใช้บริการ ในร้านบางร้านอาจมีการจัดรูปแบบร้านค้าแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมและวิถีการดำเนินชีวิตเพื่อเพิ่มความแปลกใหม่และจูงใจนักท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ว่าสินค้าขึ้นชื่อและเป็นที่ยอมรับของอำเภอหัวหินมีอะไรบ้างมีลักษณะอย่างไร เช่น ผ้าพิมพ์ไทยไหมมัดย้อม เป็นสินค้าขึ้นชื่อที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพิมพ์ลายลงบนพื้นผ้า เป็นเอกลักษณ์ของหัวหินมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมานาน...”

“...ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว เทศบาลหัวหินและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรปรับปรุงพัฒนา ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน มีการจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ควรฝึกอบรมบุคลากรด้านภาษาและข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อสามารถให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง ควรปรับปรุงพัฒนาและยกระดับการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกสิ่งจำเป็นพื้นฐาน เช่น โรงพยาบาล ธนาคาร ที่จอดรถ ไว้คอยบริการนักท่องเที่ยวเพื่อรองรับช่วงเทศกาลการท่องเที่ยว...”

“...ด้านที่พักอาศัย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและโรงแรมที่พักควรมีการประชาสัมพันธ์จากการใช้สื่อต่าง ๆ นำเสนอความหลากหลายของที่พักในหัวหิน โดยมีการจัดกลุ่มแยกประเภทของที่พัก เช่น โรงแรม เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ฯลฯ รวมถึงมีการแสดงราคาของที่พักประเภทต่าง ๆ ให้ชัดเจน ประชาสัมพันธ์จุดเด่น การตกแต่ง บรรยากาศของที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกให้เสมือนจริง เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงข้อมูลการให้บริการต่าง ๆ ภายในที่พัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีมาตรการตรวจสอบสภาพและความสะอาดภายในห้องพักให้มีสภาพที่สมบูรณ์สะอาดพร้อมสำหรับแขกที่จะเข้าพัก ควรมีการควบคุมคุณภาพการให้บริการให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ รวมถึงมีการควบคุมดูแลและพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน และระบบสาธารณูปโภคที่จำเป็นภายในที่พัก เพื่อที่จะยกระดับมาตรฐานในการบริการให้เป็นสากล...”

“...ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์ถึงความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ ในอำเภอหัวหินให้เป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น กิจกรรมชมงานศิลปะที่บ้านศิลปิน กิจกรรมขี่ช้างที่หมู่บ้านช้างหัตถ์ดิน ฯลฯ

(1) กิจกรรมประเพณีและเทศกาลต่าง ๆ ควรมีการส่งเสริมและจัดกิจกรรมประเพณีและเทศกาลต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น เทศกาลดนตรีหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล เป็นเทศกาลที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีติดต่อกันมาหลายปีโดยจะจัดขึ้น

ในช่วงเดือนมิถุนายน ณ ริมหาดเขาตะเกียบ ซึ่งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ควรมีการประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรมอื่น ๆ ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อเพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมดูนกตกปลา กิจกรรมกอล์ฟประจำปี กิจกรรมเล่น kiteboard เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบในการเล่นกีฬา

(2) กิจกรรมบริการนำเที่ยว บริษัทที่ให้บริการจัดกิจกรรมนำเที่ยวควรมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ทั้งกิจกรรมท่องเที่ยวแนวผจญภัย กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ฯลฯ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและการจูงใจแก่นักท่องเที่ยว และควรมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งภายในอำเภอหัวหินและแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจบริเวณรอบ ๆ เพื่อเป็นการเผยแพร่ และเพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก...”

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนของอำเภอหัวหิน
การพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนนั้นจะต้องพัฒนาไปพร้อม ๆ กันทั้ง 3 ด้าน ดังผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ภาคเอกชนได้กล่าวว่า

“...การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ ควรมีการส่งเสริมกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการซื้อขาย เช่นมีการส่งเสริมการให้มีสินค้าของที่ระลึกของหัวหิน พัฒนาหรือสร้างแบรนด์ของหัวหิน การสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดรายได้ และเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ และควรจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี

การพัฒนาด้านสังคม อำเภอหัวหินเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมาเที่ยวและพักอาศัยอยู่จำนวนมากควรรักษาความเป็น Thainess เอาไว้ โดยทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซึมซับความเป็นไทยรวมทั้งประเพณีวัฒนธรรมที่ดั้งเดิม เช่นการต้อนรับผู้มาเยือน การเคารพขนบธรรมเนียมที่อาวุโสกว่า ดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว ปราศจากยาเสพติด

การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม เมื่อมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเกิดขึ้นมาก จำนวนนักท่องเที่ยวมาก เกิดการใช้ทรัพยากรมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ดังนั้นภาครัฐต้องจัดสรรงบประมาณไปยังชุมชนต่าง ๆ เพื่อใช้ในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในชุมชนของตนให้มีสภาพที่สวยงาม เพราะขณะนี้ในตัวอำเภอเมืองหัวหินเองกำลังประสบปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมเนื่องจากเกิดความหนาแน่นของประชากรมีประชากรแฝงจำนวนมาก ควรมีการ Redesign ผังเมืองตาม Carrying capacity...”

แนวทางการดำรงรักษาเมืองหัวหินให้เป็นเมืองเป้าหมาย โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ได้กล่าวว่า “...การวางแผนการท่องเที่ยวของหัวหินต้องมีการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับครอบครัวและมีความปลอดภัย น่าอยู่ ปลอดภัยยาเสพติด เป็นเมืองที่

ประชาชนมีสุขภาพดี เป็นมิตรยิ้มแย้มแจ่มใส มีอัธยาศัยไมตรีที่ดี และอนุรักษ์สถาปัตยกรรมเดิมของหัวหินเอาไว้ เช่น ตลาดนัดรถไฟ พระราชวังไกลกังวล โรงแรมรถไฟ เพื่อให้เป็นเอกลักษณ์ของอำเภอหัวหิน ความมีเอกลักษณ์ของหัวหินมีการพัฒนาด้านชายหาดและจัดระเบียบให้ดีขึ้น ทำให้หัวหินเป็น Beach destination พัฒนาและเพิ่มศักยภาพเกี่ยวกับระบบโครงสร้างพื้นฐาน การจัดการบุคลากรเพื่อพัฒนาหรือเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากรทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชนในคุณลักษณะด้านความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ การให้บริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีใจรักการบริการ มีความเป็นมิตร และสามารถให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวได้และยังรวมถึงการบริการขั้นพื้นฐานและสาธารณูปโภค ต้องมีการพัฒนาเกี่ยวกับความสะดวกสบายบริเวณชายหาด ทางลงชายหาด และความสะอาดโดยรวมของเมือง ตลาด สถานบริการร้านค้า ถนนเพิ่มที่จอดรถสาธารณะให้เพียงพอ ระบบการจราจร ปรับปรุงทางเดินเท้าให้มีสภาพที่เหมาะสมในการใช้งาน ปรับปรุงระบบขนส่งสาธารณะให้มีความสะดวกสบายและมีความเชื่อมโยงกัน สัญญาณไฟตามสี่แยกที่เป็นอันตราย และป้ายบอกทางที่ชัดเจนและมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ คุณภาพของน้ำประปา และความสะอาดในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง...”

“...การท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินควรเน้นการประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ นั้นให้จัดเป็นประจำทุกปี กิจกรรมใดที่ผู้คนสนใจมากก็ควรจัดอย่างจริงจัง ให้ผู้คนจำให้ได้ว่ากิจกรรมนี้จะต้องมาที่หัวหินเท่านั้นเทศกาล งานประเพณี และกิจกรรมเฉลิมฉลองต่าง ๆ ที่จะจัดขึ้นให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และ Social network...”

การท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินที่ควรได้รับการส่งเสริมหรือพัฒนาหรือการมีส่วนร่วมของภาครัฐ เอกชน และชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ได้กล่าวว่า “...ภาครัฐควรให้การสนับสนุนชุมชนให้สร้างผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น หรือเป็นผู้ดูแลและผู้สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยอาจสนับสนุนในด้านทุนงบประมาณเริ่มต้น การให้ความรู้ การประชาสัมพันธ์ โดยแต่ละชุมชนจะต้องทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ ในส่วนของเอกชนนั้นควรช่วยส่งเสริมในด้านภาพลักษณ์ ความมีมาตรฐานในการให้บริการ การใช้สินค้าจากชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งจำเป็นต้องร่วมมือกันอย่างจริงจัง โดยอาจมีการประชุมร่วมกันทุกเดือนเพื่อหากิจกรรม หรือแบ่งงานการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว หรือมาเล่าให้ฟังถึงปัญหาที่พบเจอเพื่อก่อให้เกิดการแก้ปัญหา หรือการพัฒนาอย่างเป็นระบบ และมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐสิ่งสำคัญที่ต้องการคือ การพัฒนาด้านสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ถนน การแก้ปัญหาจราจรติดขัด และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมทั้งการส่งเสริมการเก็บภาษี เช่น หากมีการใช้สินค้าชุมชน หรือมีการกระจายรายได้สู่ชุมชน จะมีการยกเว้นหรือลดภาษีจากรายได้ของกิจกรรมหรือสินค้านั้น ๆ ได้...”

ธุรกิจการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินในอนาคต ผู้ให้ข้อมูลด้านเอกชนส่วนใหญ่มองว่าธุรกิจการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินในอนาคตนั้น “...สามารถเติบโตยิ่งขึ้นไปพร้อมกับการแข่งขันที่สูงขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเจ้าของธุรกิจรายย่อย การเติบโตเช่นนี้จะส่งผลดีต่อธุรกิจรายใหญ่ เนื่องจากหัวหินจะมีลักษณะเป็นสังคมเมืองมากขึ้น เป็นที่ท่องเที่ยวที่มีความเจริญมากขึ้น จุดขายของหัวหินจะเป็นไปเป็นลักษณะของเมืองตากอากาศที่มีความเจริญมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน นักท่องเที่ยว จะซื้อของจากห้างสรรพสินค้าใหญ่ หรือ 7-11 เป็นหลัก โรงแรมที่พักที่นักท่องเที่ยวพักมากขึ้นจะเป็นโรงแรมที่มีชื่อเสียงหรือมีขนาดใหญ่ ดังนั้นจึงต้องมีการวางแผนการพัฒนาเศรษฐกิจให้ดี เพื่อให้ธุรกิจรายย่อยรวมทั้งโรงแรม หรือธุรกิจบริการขนาดเล็กยังคงดำเนินกิจการได้และมีความเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ถ้าขาดการพัฒนาเมืองหัวหินให้ดีขึ้นระดับของนักท่องเที่ยวก็จะลดลงไม่ใช้กลุ่ม high end อีกต่อไป...”

ตาราง 26 แสดงผลสรุปการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผู้ให้ข้อมูล	ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม	บริษัทนำเที่ยว	ร้านขายของที่ระลึก	ร้านอาหาร	ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว	ธุรกิจขนส่ง
1. องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3. การดำรงรักษาเมืองหัวหินให้เป็นเมืองเป้าหมาย	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. การส่งเสริมการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5. ธุรกิจการท่องเที่ยวในอนาคต	✓	✓	✓	✓	✓	✓

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาคเอกชน ในภาพรวม มีรายละเอียด ดังนี้

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว (6 A's) ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

- 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว เน้นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวตามสื่อต่าง ๆ พัฒนาบูรณะแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพดี สะอาดตลอดเวลา อนุรักษ์วิถีการดำเนินชีวิตของชาวหัวหินดั้งเดิมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็น ควรปรับปรุงระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในแหล่งท่องเที่ยว
- 2) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การควบคุมราคาและกำหนดราคาค่าโดยสารของรถบริการสาธารณะ ควรมีการแสดงเวลาเดินรถให้ชัดเจน เพิ่มป้ายจราจรให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ร้านอาหารที่ให้บริการมีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ให้มีการควบคุมตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพของอาหาร
- 4) ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน เร่งปรับปรุงยกระดับการบริการให้เป็นมาตรฐานสากลของโรงพยาบาล ธนาคาร และเพิ่มที่จอดรถในช่วงเทศกาลการท่องเที่ยว
- 5) ด้านที่พักอาศัย มีความหลากหลายของที่พัก ทั้งโรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ และราคามีหลายระดับให้เลือกมีมาตรฐานการบริการที่ดี
- 6) ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวตลอดปี และเป็นกิจกรรมที่มีชื่อเสียงและได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เช่น เทศกาลดนตรีหัวหินแจ๊สเฟสตีวัล กิจกรรมการแข่งขันกีฬาเทนนิสและกิจกรรมอื่น ๆ ระดับโลก

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนของอำเภอหัวหิน

- 1) ด้านเศรษฐกิจ ส่งเสริมกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการซื้อขาย พัฒนาสร้างแบรนด์ของหัวหิน
- 2) ด้านสังคม รักษาความเป็น Thainess เอาไว้ การดูแลรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวทั้งชีวิตและทรัพย์สิน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว
- 3) ด้านสิ่งแวดล้อม จัดสรรงบประมาณไปยังชุมชนเพื่อรักษาสีเขียวในชุมชนของตนเอง

แนวทางการดำรงรักษาเมืองหัวหินให้เป็นเมืองเป้าหมาย

- 1) วางแผนการท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสม มีความเป็นเอกลักษณ์ของหัวหิน จัดการชายหาดให้เป็น Beach destination
- 2) พัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งในส่วนของภาครัฐและภาคเอกชน
- 3) พัฒนาระบบสาธารณูปโภค ความสะอาด เพิ่มที่จอดรถสาธารณะให้เพียงพอ
- 4) เพิ่มการประชาสัมพันธ์ในการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และกิจกรรมเฉลิมฉลองต่าง ๆ ทาง Social network

การท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินที่ควรได้รับการส่งเสริมหรือพัฒนา

- 1) สร้างผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นให้กับชุมชนและสนับสนุนให้แต่ละชุมชนทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบการสร้างสินค้าจากชุมชนท้องถิ่น การกระจายรายได้สู่ชุมชน
 - 2) การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาระบบสาธารณูปโภค
- ### ธุรกิจการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินในอนาคต
- 1) เติบโตไปพร้อมกับการแข่งขันที่สูงขึ้นมีความเจริญมากขึ้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

3. ประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวจำนวน 3 ท่าน โดยมีคำถามในการสัมภาษณ์ 4 ประเด็น ดังนี้

- (1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกทางด้านการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ SWOT Analysis
- (2) มุมมองการพัฒนาการท่องเที่ยว 6 A's
- (3) กลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน
- (4) มุมมองเกี่ยวกับแนวทางการดำรงรักษาเมืองหัวหินให้เป็นเมืองเป้าหมาย

3.1 ผลการสัมภาษณ์นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว

สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกทางด้านการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินยังเป็นที่นิยม และเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงวันหยุด รวมถึงในวันหยุดยาว และชาวต่างประเทศในช่วงฤดูการท่องเที่ยวซึ่งผู้ให้ข้อมูลทางด้านวิชาการส่วนใหญ่ได้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอำเภอหัวหินไว้ว่า

“...จุดแข็งด้านการท่องเที่ยวของหัวหินยังเป็นที่รู้จักถึงมนต์เสน่ห์ กลิ่นอายสภาพของบ้านเมืองย้อนยุค มีสถานที่ถ่ายรูปที่สามารถเช็คอินความเป็นเมืองย้อนยุค รวมถึง

ร้านอาหารดัง ๆ ที่ขึ้นชื่อ ชวนให้มาลิ้มลองและร้านกาแฟที่มีความกรุณาของความเป็นเมืองเก่า เมืองชายทะเล จำนวนที่พักที่มีมากมายหลากหลายให้เลือกพักตั้งแต่ระดับ 5 ดาว ไปจนถึง Hostel แต่ก็ยังมีผลกระทบทางด้านความแออัดของเมือง การย้ายถิ่นฐานของผู้คนจากที่อื่น เข้ามาประกอบอาชีพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ระบบการจัดการจราจร การจัดการด้านสภาวะแวดล้อม ความไม่มีระเบียบของการจัดโซนของเมือง...”

“...สำหรับจุดอ่อนที่พบ ผังเมืองยังไม่น่าอยู่ ไม่มีระเบียบ ปัญหาการจราจรที่ติดขัดในช่วงวันหยุดที่มากเกินไปของพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่จอดรถมีน้อยเกินไป และไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่ใช้รถส่วนตัว ไม่สามารถขยายการจราจรได้ การเดินทางท่องเที่ยวภายในอำเภอหัวหินโดยรถสาธารณะยังขาดความสะดวก เนื่องจากไม่มีจุดที่เชื่อมต่อกับสถานที่ท่องเที่ยว บ่ายบอกชี้ทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ไม่ชัดเจน และตำแหน่งในการวางป้ายไม่เหมาะสมในการมองเห็น ในเรื่องของระบบสาธารณูปโภคที่ไม่เพียงพอต่อการรองรับผู้คนที่เดินทางท่องเที่ยวภายในเมืองหัวหิน...”

“...โอกาสของอำเภอหัวหินว่าหัวหินเป็นเมืองที่มีที่พัก (Accommodation) ซึ่งมีความหลากหลายและมีจำนวนมากในการเลือกของนักท่องเที่ยวหลายระดับ ปัจจัยด้านระยะทาง (Distance) ที่มีระยะไม่ห่างไกลจากเมืองหลวงมาก ซึ่งกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานคร ทำให้การตัดสินใจเลือกที่จะมาเที่ยวในวันหยุดมีมาก อีกทั้งเส้นทางคมนาคมสะดวก ปัจจัยด้านกิจกรรม (Activities) มีมากมายหลากหลาย ตั้งแต่เล่นน้ำทะเล เดินริมหาด รับประทานอาหาร และดื่มด่ำในร้านอาหาร ร้านกาแฟที่อยู่ในความนิยมจากการรับรู้ผ่านทางโซเชียล การเลือกซื้อของมีสถานที่หลากหลายในการจับจ่ายสินค้า สำหรับอุปสรรคของการท่องเที่ยวคือในเรื่องของจรรยาบรรณของการเป็นผู้ขายสินค้าหรืออาหาร อาจจะไม่ค่อยดีทำให้เกิดความเสียหายทางด้านการท่องเที่ยวในระดับสูง ถ้าเกิดขึ้น การขยายตัวของเมืองหัวหินด้านการท่องเที่ยวเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนชุมชน ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมต่างชาติดจนละเลยวัฒนธรรมท้องถิ่น...”

มุมมองการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว (6 A's)

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ได้กล่าวว่า “...สำหรับสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ที่พักก็เป็นปัจจัยหนึ่งของการท่องเที่ยวหัวหิน ที่ทำให้หัวหินถูกมองว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวที่อยู่ระดับสูง (High Level) เป็นเกรดเอ ในระดับของการเป็นเมืองท่องเที่ยวตากอากาศทางทะเล เมื่อเทียบกับอำเภอใกล้เคียงและด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ส่วนมากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นแต่ละจุดมีความสะดวก แต่ในทางกลับกันแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติกลับถูกละเลยและไม่ให้ความสำคัญมากนัก ซึ่งสังเกตได้จากทางลงชายหาดหัวหิน ถ้าเป็นคนที่ไม่เคยมาเที่ยวจะไม่ทราบ

เลยว่า การลงไปยั้งทะเลหัวหินจะลงได้หลายทางหรือจุดไหนบ้าง สิ่งอำนวยความสะดวกของอำเภอหัวหินนั้นยังขาดเรื่องของป้ายบอกทาง หรือแผนที่เมืองที่วางในตำแหน่งสาธารณะที่นักท่องเที่ยวมองเห็นได้ ความสะอาดของห้องน้ำสาธารณะและจำนวนของห้องน้ำยังมีไม่มากพอในพื้นที่สาธารณะ (ไม่ใช่ในห้าง) สถานีบริการน้ำมันที่น้อยและไม่อยู่ในบริเวณตัวเมือง การจัดการด้านเส้นทางการจราจรและที่จอดรถ รวมถึงระบบขนส่งสาธารณะภายในเขตเมืองส่งผลกระทบต่อเห็นได้ชัดเมื่อมีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากและขับรถมาเอง ส่วนด้านแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวนั้นอยู่ในระดับดี แต่ควรที่จะพัฒนาในจุดที่เป็นศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นหรือสร้างให้เป็นจุดเฉพาะภายในแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมรวมถึงมีเอกสารวางประชาสัมพันธ์ไว้ในจุดขนส่งมวลชน เช่น สถานีขนส่งผู้โดยสาร สถานีรถไฟ ท่าอากาศยานหัวหิน...”

“...ที่ปักในอำเภอหัวหินเพียงพอแล้วสำหรับที่ปัก พัฒนาในการจัดหมวดหมู่ที่ปักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลายสไตล์ เช่น สร้าง Application เฉพาะเมืองและควรให้ข้อมูลมีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา...”

“...กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ควรส่งเสริมในเรื่องเสน่ห์ย้อนยุคของเมือง กิจกรรมการถ่ายรูปตามสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ในอดีต ไม่ควรตามกระแสหรือรูปแบบการท่องเที่ยวที่ฉาบฉวย เช่น ตลาดน้ำ หรือตลาดเก่าโบราณ ซึ่งเหล่านี้เป็นแค่การจัดตั้ง เมื่อหมดความนิยมสถานที่เหล่านั้นก็จะกลายเป็นพื้นที่ทิ้งร้าง ไร้ประโยชน์...”

กลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่กล่าวไว้ในด้านเศรษฐกิจนั้น “...ใน 1 สัปดาห์ มีแผนการจัดพื้นที่การซื้อขายสินค้า บริการ เวียนไปในจุดต่าง ๆ ของเมืองเพื่อให้เกิดกิจกรรมการซื้อ-ขาย ตลอดทั้งสัปดาห์ และเน้นในช่วงวันหยุดพื้นที่กิจกรรมให้มากกว่าวันปกติ เพื่อรองรับกับปริมาณของนักท่องเที่ยวที่มีมากกว่าวันธรรมดาซึ่งรองรับให้คนที่อยู่อาศัยได้มีกิจกรรมระหว่างอาทิตย์เท่านั้น...”

“...ด้านสังคมควรมีการจัดระบบผังเมืองและระบบการจราจรเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดที่มีพาหนะจำนวนมาก รณรงค์เรื่องความปลอดภัยต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกปลอดภัยเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวและควรมีแผนการจัดงานด้านวัฒนธรรมสำหรับเมืองหัวหินในแต่ละช่วงเวลา โดยหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของเมืองหัวหินให้เจอ รวมถึงช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับวัฒนธรรมนั้น ๆ ควรอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การละเล่นเสียดตูด ผีฟุ้งใต้ ก่อพระทราย มีแนวความคิดสร้างเมืองให้เป็น Green City เพื่อให้เป็นสถานที่ตากอากาศได้จริงทั้งทางทะเลและป่าไม้ จัดการหามาตรการเรื่องการลดปริมาณฝุ่นที่เกิดจากการเคลื่อนที่ของยานพาหนะบนท้องถนน เช่น ขอบทางมีการจัดการเรื่องเศษกรวดดิน เศษทราย ที่ทำให้เกิดฝุ่นฟุ้งกระจาย เป็นต้น การจัดระเบียบกลุ่มผู้ประกอบการให้ตระหนักถึงการอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืนในเมืองหัวหิน ร่วมกันจัดระเบียบร้านค้า หาบเร่

แผงลอยตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ...”

มุมมองเกี่ยวกับแนวทางการดำรงรักษาเมืองหัวหินให้เป็นเมืองเป้าหมาย
 ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่กล่าวว่า “...น่าจะนำทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิม มาสร้างมูลค่า การท่องเที่ยวโดยใช้เรื่องราว (Story) ชีวิตของเมืองเข้าไปใน สิ่งปลูกสร้างเดิม ๆ ไม่ปลูกสร้าง สิ่งใหม่ ๆ ในพื้นที่เก่าของเมือง เพื่อสร้างให้เมืองมีเอกลักษณ์แตกต่างจากที่อื่น สร้างเรื่องราว ของเมืองและสร้างเส้นทางการท่องเที่ยว โดยผ่านจุดท่องเที่ยวสำคัญ ๆ โดยจัดเป็น City Tour บนรถรางพร้อมมัคคุเทศก์สื่อความหมาย สร้างให้สถานที่แต่ละแห่งมีความสำคัญมากขึ้นโดย ผ่านการเล่าเรื่อง เช่น เส้นทางการศึกษาเมืองโดยกษัตริย์และบรมวงศานุวงศ์ เพื่อการเติบโต ของเมืองจนกลายเป็นเมืองตากอากาศที่มีชื่อเสียงสร้างจุดเช็คอินให้เป็นเอกลักษณ์ เมื่อเดินทาง ไปถึงในแต่ละแหล่งเพื่อการประชาสัมพันธ์เมืองผ่านทางโซเชียลโดยนักท่องเที่ยว...”

ตาราง 27 แสดงผลสรุปการสัมภาษณ์จากนักวิชาการที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมาย ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผู้ให้ข้อมูล	นักวิชาการ		
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3
1. สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	✓	✓	✓
2. องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว	✓	✓	✓
3. กลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	✓	✓	✓
4. มุมมองการดำรงรักษาเมืองหัวหินให้เป็นเมืองเป้าหมาย	✓	✓	✓

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักวิชาการในภาพรวม มีรายละเอียด ดังนี้

สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกทางด้านการท่องเที่ยวของอำเภอ หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

- 1) จุดแข็ง เป็นเมืองที่มีความเป็นเมืองเก่ามีเสน่ห์
- 2) จุดอ่อน ผังเมืองไม่น่าอยู่แออัดไม่เป็นระเบียบ
- 3) โอกาส ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนักและยังมีที่พักให้เลือกหลากหลาย ประเภทการเดินทางมาท่องเที่ยวสะดวก และยังมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวมากมาย
- 4) อุปสรรค จรรยาบรรณของผู้ที่ขายสินค้ามีการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

มุมมองการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6 A's

- 1) เป็นเมืองตากอากาศที่อยู่ในระดับหรรุทรา มีแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เยอะแต่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติกลับถูกทำลายและไม่ค่อยได้รับการปรับปรุง
- 2) ควรพัฒนาด้านป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว เพิ่มห้องน้ำสาธารณะ รวมถึงที่จอดรถสาธารณะ
- 3) ส่งเสริมในเรื่องของวัฒนธรรมดั้งเดิม ไม่ควรตามกระแสพหุวัฒนธรรมกระแสก็ปล่อย สถานที่เหล่านั้นทิ้งร้างหมดประโยชน์

กลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน

- 1) จัดพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้าหมุนเวียนกันไปยิ่งในช่วงวันหยุดหรือฤดูกาลท่องเที่ยว
- 2) การจัดระบบผังเมืองสร้างความปลอดภัยให้กับชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวนโยบายสร้างหัวหินให้เป็น green city และอนุรักษ์สืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น

มุมมองเกี่ยวกับแนวทางการดำรงรักษาเมืองหัวหินให้เป็นเมืองเป้าหมาย

- 1) นำทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมของอำเภอหัวหินมาสร้างมูลค่าทางการท่องเที่ยวโดยการใส่เรื่องราวให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น
- 2) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านโซเชียลโดยนักท่องเที่ยวเอง

4. ประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ของเจ้าหน้าที่ภาครัฐ จำนวน 8 คน โดยมีคำถามในการสัมภาษณ์ 4 ประเด็นดังนี้

- (1) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว 6 A's ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- (2) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน
- (3) แนวทางความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน
- (4) แนวทางการดำรงรักษาเมืองหัวหินให้เป็นเมืองเป้าหมาย

4.1 ผลการสัมภาษณ์ของเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมาย ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ นายอำเภอเมืองหัวหิน นายกเทศมนตรีเมืองหัวหิน และองค์การบริหารส่วนตำบล

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 6 A's ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ได้กล่าวว่า "...แหล่งท่องเที่ยวอำเภอหัวหินเป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม แต่ที่นิยมกันมากที่สุดเห็นจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นใหม่ ไม่ว่าจะเป็นสวนน้ำ ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ศูนย์การค้า ฯลฯ อำเภอหัวหินเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวสูง ข้อได้เปรียบของหัวหินคือไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร และสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี แต่ปัญหาที่สำคัญของหัวหินที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องพยายามแก้ไขคือปัญหาเรื่องระบบสาธารณูปโภค เช่น เรื่องน้ำประปา ซึ่งตอนนี้ได้งบประมาณมาจำนวนมากกำลังพยายามแก้ไขปัญหาอยู่...”

“...ด้านคมนาคมการเดินทางมาอำเภอหัวหินนั้นมีรถโดยสารประเภทต่าง ๆ คอยให้บริการไปยังแหล่งท่องเที่ยว เช่น รถสองแถว รถสามล้อเครื่อง รถมอเตอร์ไซด์รับจ้าง หรือรถตู้โดยสาร รถโดยสารประจำทางปรับอากาศที่ให้บริการจากจังหวัดต่าง ๆ เพื่อเดินทางมายังอำเภอหัวหิน และยังมีเส้นทางรถไฟอีกหลายเส้นทางที่คอยให้บริการ ทางน้ำมีท่าเรือเฟอร์รี่จากพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยเปิดให้บริการทุกวัน วันละ 1 รอบ และทางอากาศมีท่าอากาศยานหัวหินให้บริการโดยมีสายการบินแอร์เอเชียที่ทำการบินตรงระหว่างท่าอากาศยานนานาชาติกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซียมายังท่าอากาศยานหัวหิน ส่วนเส้นทางคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องปรับปรุงเส้นทาง หรือป้ายบอกทางให้ชัดเจน สถานที่จอดรถก็เช่นกันได้รับการร้องเรียนมาเยอะ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็พยายามแก้ไขปัญหาเหล่านี้...”

“...ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร มีให้บริการเยอะมากตั้งแต่ตลาดใต้รุ่งจนไปถึงร้านอาหารระดับสูง บรรยากาศดี หรือแม้กระทั่งในโรงแรมห้าดาวต่าง ๆ และยังมีงานเทศกาลเกี่ยวกับอาหารของอำเภอหัวหิน หรือร้านค้าขายของที่ระลึกอาจจะยังไม่ค่อยมีร้านที่เป็นอย่างจริงจังหรือมีชื่อเสียง บางครั้งนักท่องเที่ยวอาจจะยังไม่ทราบทั่วกันว่าที่หัวหินมีสินค้าอะไรขึ้นชื่อ หรือว่าควรไปซื้อที่ไหน...”

“...ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว อำเภอหัวหินเองก็มีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตั้งอยู่ และทางการท่องเที่ยวก็ได้มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวกับอำเภออยู่บ่อยครั้งและสำหรับด้านที่พักอาศัยในอำเภอหัวหินมีมากมายหลายประเภทตั้งแต่ hostel ราคาถูกจนไปถึงโรงแรมขนาดใหญ่ที่เป็นลักษณะการบริหารงานแบบ Chain Hotel ซึ่งมีอยู่มากมายและเพียงพอกับนักท่องเที่ยว เช่น Intercontinental Hua Hin Resort, Centara Grand Beach Resort & Villa Hua Hin และ Hua Hin Marriott Resort & Spa เป็นต้น แต่โรงแรมบางแห่งยังขาดมาตรฐานรับรองคุณภาพของที่พัก ฉะนั้นจึงควรมีการประเมินมาตรฐานที่พักอย่างชัดเจนเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการเกิดความพอใจและเกิดความรู้สึกปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน...”

“...ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหลาย ๆ กิจกรรมที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาลอันนี้

เป็นเสน่ห์อีกอย่างหนึ่งของอำเภอหัวหินแต่สิ่งที่ขาดหายไปคือประเพณี วัฒนธรรมดั้งเดิมที่ควรอนุรักษ์ไว้เพื่อให้เมืองหัวหินเป็นเมืองที่มีมนต์ขลังต่อไป...”

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน ดังผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่กล่าวไว้ดังนี้

“...ด้านเศรษฐกิจส่งเสริมกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการขยาย เช่น การส่งเสริมการให้มีสินค้าของที่ระลึกของหัวหิน การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การปั่นจักรยาน การวิ่งมาราธอน เป็นต้น เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ และควรจัดให้เกิดขึ้นเป็นประจำ ด้านสังคมส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของสังคม โดยแบ่งหน้าที่ของแต่ละชุมชน ในการจัดกิจกรรมที่จัดขึ้น และสร้างผลประโยชน์ร่วมกันในสังคม เพื่อให้หัวหินมีชุมชนที่สามัคคี แข็งแรง และมีคุณภาพชีวิตที่ดี และด้านวัฒนธรรมพยายามอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิมของอำเภอหัวหินไว้เพื่อให้เป็นเสน่ห์ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวและทำให้เมืองหัวหินเป็นเมืองที่มีการท่องเที่ยวที่หลากหลาย...”

แนวทางการร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ได้กล่าวว่า “...การประสานงานและความร่วมมือระหว่างหน่วยงานและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินการนโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ หน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องร่วมกันกำหนดแนวทางแก้ไขปัญหาและพัฒนาการท่องเที่ยวและเน้นการประชาสัมพันธ์ที่เป็นสิ่งสำคัญมีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมความรู้ความเข้าใจของบุคลากรภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้คนที่ต้องถิ่นเกี่ยวกับนโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มากขึ้นและทั่วถึง ในอนาคตอาจจะทำคู่มือให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์นโยบายและแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยว พัฒนาให้ภาคส่วนต่าง ๆ ได้รับการพัฒนาให้มีความรู้ ความสามารถ มีวิสัยทัศน์ และความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงมีความมุ่งมั่น ตั้งใจในการทำงาน และคำนึงถึงผลกระทบในระยะยาวมากกว่าผลประโยชน์ในระยะสั้น เพื่อให้เกิดการประสานงาน ร่วมมือกัน และดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์...”

แนวทางการดำรงรักษาเมืองหัวหินให้เป็นเมืองเป้าหมาย ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่กล่าวว่า “...ต้องเริ่มจากการแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินก่อน ซึ่งได้แก่ การจราจรติดขัด ระบบสาธารณสุขไม่เพียงพอ ค่าครองชีพและราคาสินค้าที่สูงเกินจริง ปัญหาด้านสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงปัญหาด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ที่ยังต้องได้รับการแก้ไขและพัฒนาเพื่อลดและป้องกันปัญหาต่าง ๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมเพื่อที่จะให้รักษาเมืองหัวหินให้เป็นเมืองเป้าหมาย และต้องกำหนดนโยบายในระดับท้องถิ่นให้ครอบคลุมปัญหาและสภาพ

การท่องเที่ยว พัฒนาบุคลากรของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และคนท้องถิ่นให้มีความรู้ความเข้าใจและจิตสำนึกที่ดีต่อการท่องเที่ยวและให้คำนึงถึงประโยชน์และผลกระทบจากการท่องเที่ยว และสิ่งสำคัญคือ การมีส่วนร่วมระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และคนในท้องถิ่นด้วย...”

ตาราง 28 แสดงผลสรุปการสัมภาษณ์จากเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมาย ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผู้ให้ข้อมูล	ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม	บริษัทนำเที่ยว	ร้านขายของที่ระลึก	ร้านอาหาร	ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว	ธุรกิจขนส่ง
1. องค์กรประกอบทางการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3. แนวทางความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. แนวทางการดำรงรักษาเมืองให้เป็นเมืองเป้าหมาย	✓	✓	✓	✓	✓	✓

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภาครัฐในภาพรวม มีรายละเอียด ดังนี้

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยว

6 A's ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวสูง และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเพราะระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนัก

2) การคมนาคมสะดวกสบายมีหลายช่องทาง

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน

1) ส่งเสริมให้มีสินค้าที่ระลึกเฉพาะถิ่นของอำเภอหัวหิน

2) สร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

แนวทางความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน

- 1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวร่วมกันกำหนดนโยบายและแนวทางแก้ไขปัญหาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว
- 2) การประชาสัมพันธ์สร้างความรู้ความเข้าใจให้กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนเข้าบ้านเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยว

แนวทางการดำรงรักษาเมืองหัวหินให้เป็นเมืองเป้าหมาย

- 1) แก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคทางการท่องเที่ยว เช่น การจราจรติดขัด ระบบสาธารณสุข

- 2) กำหนดนโยบายระดับท้องถิ่นเพื่อแก้ไขปัญหาด้านการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT Analysis อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ประกอบด้วย การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิหลากหลายสาขา รวมทั้งการวิเคราะห์ร่วมกับการเปลี่ยนแปลงของโลกในปัจจุบัน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายรัฐบาล และความต้องการของประชาชนในจังหวัด ซึ่งมีรายละเอียดในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เพื่อประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และนำไปสู่การดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่อไป ดังตารางที่ 29

ตาราง 29 แสดงสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของอำเภอหัวหิน
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT Analysis

จุดแข็ง (Strengths)	โครงการ
1. ท่าเลที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก เป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อเส้นทางการเดินทางระหว่างภาคกลาง และภาคใต้ของประเทศไทย	1. สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว ทำให้เกิดความเสื่อมโทรม
2. มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียง ทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ	2. การบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสม
3. มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย	3. มีปัญหาขยะและมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม
4. มีเทศกาลประจำปีที่โดดเด่นเช่น เทศกาลดนตรี แจ๊สระดับนานาชาติ (Hua Hin International Jazz Festival), งานแข่งขันเรือใบหัวหิน รีกัตตา, เทศกาลกอล์ฟหัวหินชะอำ, เทศกาลการแข่งขันเรือยาว	4. จำนวนนักท่องเที่ยววันน้อยในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์
5. มีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก	
6. มีหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน	
7. เป็นเมืองเป้าหมายที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ	
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
1. นโยบายรัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวของหัวหิน	1. เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองส่งผลต่อภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว
2. การให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยีในการพัฒนาเมือง	2. ภาวะการแข่งขันทางเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวที่รุนแรงขึ้นเรื่อยๆ
3. แนวโน้มการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพการบริการและนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ทำให้เกิดการเรียนรู้มากขึ้น	3. การเคลื่อนย้ายแรงงานในภาคอุตสาหกรรม การบริการ
4. การขยายตลาดการค้าและการลงทุน	4. การคมนาคมมายังอำเภอหัวหินยังไม่หลากหลายถ้าเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง
5. การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้า	

สภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดแข็ง (Strengths) ประกอบด้วย

- 1) ทำเลที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวกเป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อเส้นทางการเดินทางระหว่าง ภาคกลาง และภาคใต้ของประเทศไทย
- 2) มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ
- 3) มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย
- 4) มีเทศกาลประจำปีที่น่าสนใจ เช่น เทศกาลดนตรีแจ๊สระดับนานาชาติ (Hua Hin International Jazz Festival), งานแข่งขันเรือใบหัวหิน ริกัตตา, เทศกาลกอล์ฟหัวหินชะอำ, เทศกาลการแข่งขันเรือยาว
- 5) มีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก
- 6) มีหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน
- 7) เป็นเมืองเป้าหมายที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

สภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดอ่อน (Weaknesses) ประกอบด้วย

- 1) สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวทำให้เกิดความเสื่อมโทรม
- 2) การบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสม
- 3) มีปัญหาขยะและมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม
- 4) จำนวนนักท่องเที่ยวน้อยในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์

สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นโอกาส (Opportunities) ประกอบด้วย

- 1) นโยบายรัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวของหัวหิน
- 2) การให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยีในการพัฒนาเมือง
- 3) แนวโน้มการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพการบริการและนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ทำให้เกิดการเรียนรู้มากขึ้น
- 4) การขยายตลาดการค้าและการลงทุน
- 5) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้า

สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นอุปสรรค (Threats) ประกอบด้วย

- 1) เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว
- 2) ภาวะการแข่งขันทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวที่รุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ
- 3) การเคลื่อนย้ายแรงงานในภาคอุตสาหกรรมบริการ
- 4) การคมนาคมมายังอำเภอหัวหินยังไม่หลากหลายถ้าเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง

การกำหนดกลยุทธ์ในภาพรวมโดยการสังเคราะห์ด้วยเทคนิค TOWS Matrix

เมื่อผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในเชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และนักวิชาการ นำมาวิเคราะห์ร่วมกับการเปลี่ยนแปลงของโลกในปัจจุบัน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายรัฐบาล และความต้องการของประชาชนในจังหวัด โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์การวิเคราะห์ SWOT Analysis แล้วจึงนำข้อมูลจากการวิเคราะห์มากำหนดเป็นกลยุทธ์เพื่อเป็นกรอบในการวางยุทธศาสตร์ของอำเภอหัวหินในเชิงรุกและเชิงรับ เพื่อนำเอาจุดเด่นจากจุดแข็งมาขยายผลจากการพัฒนาที่มีอยู่ และมีการป้องกันและการแก้ไขจุดอ่อน เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการสังเคราะห์ด้วยเทคนิค TOWS MATRIX Analysis ทำให้เกิดกลยุทธ์การพัฒนา แบ่งได้ 4 ประเภทคือ 1) กลยุทธ์เชิงรุก 2) กลยุทธ์เชิงป้องกัน 3) กลยุทธ์แก้ไข 4) กลยุทธ์เชิงรับ ดังต่อไปนี้

จุดแข็ง (Strengths)

S1 ทำเลที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวกเป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อเส้นทางการเดินทางระหว่างภาคกลางและภาคใต้ของประเทศไทย

S2 มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

S3 มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย

S4 มีเทศกาลประจำปีที่น่าสนใจ เช่น เทศกาลดนตรีแจ๊สระดับนานาชาติ (Hua Hin International Jazz Festival), งานแข่งขันเรือใบหัวหิน รีกัตตา, เทศกาลกอล์ฟหัวหินชะอำ, เทศกาลการแข่งขันเรือยาว

S5 มีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก

S6 มีหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน

S7 เป็นเมืองเป้าหมายที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

จุดอ่อน (Weakness)

W1 สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว ทำให้เกิดความเสื่อมโทรม

W2 การบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสม

W3 มีปัญหาขยะและมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม

W4 จำนวนนักท่องเที่ยวน้อยในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์

โอกาส (Opportunities)

- O1 นโยบายรัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวของหัวหิน
- O2 การให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยีในการพัฒนาเมือง
- O3 แนวโน้มการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพการบริการและนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ทำให้เกิดการเรียนรู้มากขึ้น
- O4 การขยายตลาดการค้าและการลงทุน
- O5 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้า

อุปสรรค (Threats)

- T1 เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองส่งผลต่อภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว
- T2 ภาวะการแข่งขันทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวที่รุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ
- T3 การเคลื่อนย้ายแรงงานในภาคอุตสาหกรรมบริการ
- T4 การคมนาคมมายังอำเภอหัวหินยังไม่หลากหลายถ้าเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง

ตาราง 30 แสดงการกำหนดกลยุทธ์แนวทางการพัฒนาในภาพรวมโดยใช้เทคนิคการวิจัยการสังเคราะห์เทคนิค TOWS MATRIX

กลยุทธ์เชิงรุก (SO)		กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)	
SO1	พัฒนาและส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน	WO1	พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว
SO2	พัฒนามาตรฐานการบริการและบุคลากรทางการท่องเที่ยว	WO2	พัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว
SO3	สร้างแนวทางเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว	WO3	พัฒนารูปแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน
SO4	สร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว	WO4	ส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์เพื่อลดความหนาแน่น
กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)		กลยุทธ์เชิงรับ (WT)	
ST1	พัฒนาระบบการคมนาคม	WT1	การเสริมสร้างการจัดการการท่องเที่ยว
ST2	จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน	WT2	การสร้างแรงจูงใจเพื่อส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการพัฒนา
ST3	การสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ	WT3	เสริมสร้างความรู้และส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม

สรุปการสังเคราะห์

การสังเคราะห์กลยุทธ์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในภาพรวมโดยการสังเคราะห์ผ่านเทคนิค TOWS MATRIX มีจุดแข็งและโอกาสที่นำมาวิเคราะห์กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ด้วยการใช้จุดแข็งเพื่อหาประโยชน์จากโอกาสที่มี ได้แก่ 1) พัฒนาและส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน 2) พัฒนามาตรฐานการบริการและบุคลากรทางการท่องเที่ยว 3) สร้างแนวทางเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว 4) สร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวและได้นำจุดแข็งและอุปสรรคมาวิเคราะห์กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) ในการใช้จุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรค ได้แก่ 1) พัฒนาระบบการคมนาคม 2) จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว 3) การสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ การนำจุดอ่อนและโอกาส (WO) มาใช้ประโยชน์จากโอกาสเพื่อลดจุดอ่อนลง ได้แก่ 1) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว 2) พัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว 3) พัฒนารูปแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน WO4 ส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ เพื่อลดความหนาแน่น และวิเคราะห์กลยุทธ์เชิงรับ (WT) เพื่อลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงอุปสรรค ได้แก่ 1) การเสริมสร้างการจัดการการท่องเที่ยว 2) การสร้างแรงจูงใจเพื่อส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการพัฒนา 3) เสริมสร้างความรู้และส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม

การกำหนดโครงการเพื่อสนับสนุนกลยุทธ์เชิงรุก (SO)

ผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในเชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐบาล หน่วยงานภาคเอกชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และนักวิชาการ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แล้วนำมากำหนดเป็นโครงการตามความสอดคล้องของกลยุทธ์เชิงรุก (SO) มีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 31 แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์เชิงรุกที่ 1 (SO)

กลยุทธ์ : SO 1 พัฒนาและส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน	
จุดแข็ง (Strengths)	โครงการ
S1 ทำเลที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวกเป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อการเดินทางระหว่างภาคกลางและภาคใต้ของประเทศไทย	1. จัดทำอัตลักษณ์ของอำเภอหัวหิน 2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน 3. สร้างและเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน
S2 มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ	

ตาราง 31 (ต่อ)

กลยุทธ์ : SO 1 พัฒนาและส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน	
จุดแข็ง (Strengths)	โครงการ
S3	มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย
S4	มีเทศกาลประจำปีที่น่าสนใจ เช่น เทศกาลดนตรีแจ๊สระดับนานาชาติ (Hua Hin International Jazz Festival), งานแข่งขันเรือใบหัวหิน ริกัตตา, เทศกาลกอล์ฟหัวหินชะอำ, เทศกาลการแข่งขันเรือยาว
S5	มีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก
S6	มีหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวของอำเภอ
S7	หัวหินเป็นเมืองเป้าหมายที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ
โอกาส (Opportunities)	โครงการ
O1	นโยบายรัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวของหัวหิน
O2	การให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยีในการพัฒนาเมือง
O3	แนวโน้มการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพการบริการและนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ทำให้เกิดการเรียนรู้มากขึ้น
O4	การขยายตลาดการค้าและการลงทุน
O5	การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้า

จากตาราง 31 สรุปกลยุทธ์เชิงรุก (SO) พัฒนาและส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน โดยใช้จุดแข็งและโอกาสที่มีอยู่ จึงได้โครงการเชิงรุกที่ 1 ได้แก่ 1) โครงการจัดทำอัตลักษณ์ของอำเภอหัวหิน 2) โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน 3) โครงการสร้างและเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน

ตาราง 32 แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์เชิงรุกที่ 2 (SO)

กลยุทธ์ : SO 2 พัฒนามาตรฐานการบริการและบุคลากรทางการท่องเที่ยว	
จุดแข็ง (Strengths)	โครงการ
S1 ทำเลที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก เป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อเส้นทางการเดินทางระหว่างภาคกลางและภาคใต้ของประเทศไทย	1. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสากล 2. อบรมผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว
S2 มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียง ทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ	
S3 มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย	
S4 มีเทศกาลประจำปีที่น่าสนใจ เช่น เทศกาลดนตรีแจ๊สระดับนานาชาติ (Hua Hin International Jazz Festival), งานแข่งขันเรือใบหัวหิน รีกัตตา, เทศกาลกอล์ฟหัวหินชะอำ, เทศกาลการแข่งขันเรือยาว	
S5 มีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก	
S6 มีหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวหัวหินของอำเภอ	
S7 เป็นเมืองเป้าหมายที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ	
โอกาส (Opportunities)	
O1 นโยบายรัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวของหัวหิน	
O2 การให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยีในการพัฒนาเมือง	
O3 แนวโน้มการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพการบริการและนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพทำให้เกิดการเรียนรู้มากขึ้น	
O4 การขยายตลาดการค้าและการลงทุน	
O5 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้า	

จากตาราง 32 สรุปกลยุทธ์เชิงรุก (SO) พัฒนามาตรฐานการบริการและบุคลากรทางการท่องเที่ยว โดยใช้จุดแข็งและโอกาสที่มีอยู่ จึงได้โครงการเชิงรุกที่ 2 ได้แก่ 1) โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสากล 2) โครงการอบรมผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

ตาราง 33 แสดงการกำหนดโครงการในกลุ่มยุทธศาสตร์เชิงรุกที่ 3 (SO)

กลยุทธ์ : SO 3 สร้างแนวทางเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว	
จุดแข็ง (Strengths)	โครงการ
S1 ทำเลที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก เป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อเส้นทางการเดินทางระหว่างภาคกลางและภาคใต้ของประเทศไทย	1. สนับสนุนการลงทุนด้านการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน
S2 มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม และมีชื่อเสียง ทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ	2. ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
S3 มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย	3. ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว ส่งเสริมให้เมืองหัวหินเป็น Smart City
S4 มีเทศกาลประจำปีที่น่าสนใจ เช่น เทศกาลดนตรีแจ๊สระดับนานาชาติ (Hua Hin International Jazz Festival), งานแข่งขันเรือใบหัวหิน รีกัตตา, เทศกาลกอล์ฟหัวหินชะอำ, เทศกาลการแข่งขันเรือยาว มีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐาน	
S5 และสิ่งอำนวยความสะดวก มีหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว	
S6 ของอำเภอหัวหิน เป็นเมืองเป้าหมายที่ได้รับความนิยมจาก	
S7 นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ	
โอกาส (Opportunities)	
O1 นโยบายรัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวของหัวหิน	
O2 การให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยีในการพัฒนาเมือง	
O3 แนวโน้มการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพ การบริการและนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ทำให้เกิดการเรียนรู้มากขึ้น	
O4 การขยายตลาดการค้าและการลงทุน	
O5 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้า	

จากตาราง 33 สรุปกลยุทธ์เชิงรุก (SO) สร้างแนวทางเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายโดยใช้จุดแข็งและโอกาสที่มี จึงได้โครงการเชิงรุกที่ 3 ได้แก่ 1) โครงการสนับสนุนการลงทุนด้านการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน 2) โครงการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว 3) ส่งเสริมให้เมืองหัวหินเป็น Smart City

ตาราง 34 แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์เชิงรุกที่ 4 (SO)

กลยุทธ์ : SO 4 สร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว	
จุดแข็ง (Strengths)	โครงการ
S1 ทำเลที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก เป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อเส้นทางการเดินทางระหว่าง ภาคกลางและภาคใต้ของประเทศไทย	1. สร้างมูลค่าจากเอกลักษณ์ของอำเภอ หัวหิน
S2 มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงทั้ง ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและ ชาวต่างประเทศ	2. ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
S3 มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย	3. สร้างกระแสการรับรู้เพื่อเพิ่มมูลค่า เศรษฐกิจท้องถิ่น
S4 มีเทศกาลประจำปีที่น่าสนใจ เช่น เทศกาลดนตรี แจ๊สระดับนานาชาติ (Hua Hin International Jazz Festival), งานแข่งขันเรือใบหัวหิน รีกัตตา, เทศกาล กอล์ฟหัวหินชะอำ, เทศกาลการแข่งขันเรือยาว	
S5 มีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก	
S6 มีหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว ของอำเภอหัวหิน	
S7 เป็นเมืองเป้าหมายที่ได้รับความนิยม จากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ	
โอกาส (Opportunities)	
01 นโยบายรัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวของหัวหิน	
02 การให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยี ในการพัฒนาเมือง	
03 แนวโน้มการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพการบริการและ นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ทำให้เกิดการเรียนรู้ มากขึ้น	
04 การขยายตลาดการค้าและการลงทุน	
05 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้า	

จากตาราง 34 สรุปกลยุทธ์เชิงรุก (SO) สร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวโดยใช้จุดแข็งและโอกาสที่มี จึงได้โครงการเชิงรุกที่ 4 ได้แก่ 1) โครงการสร้างมูลค่าจากเอกลักษณ์ของอำเภอหัวหิน 2) โครงการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 3) โครงการสร้างกระแสการรับรู้เพื่อเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจท้องถิ่น

การกำหนดโครงการเพื่อสนับสนุนกลยุทธ์ป้องกัน (ST)

ผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐบาล หน่วยงานภาคเอกชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และนักวิชาการในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แล้วนำมากำหนดเป็นโครงการตามความสอดคล้องของกลยุทธ์ป้องกัน (ST) มีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 35 แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์ป้องกันที่ 1 (ST)

กลยุทธ์ : ST1 พัฒนาระบบการคมนาคม		
	จุดแข็ง (Strengths)	โครงการ
S1	ทำเลที่ตั้งเหมาะสมการเดินทางสะดวกเป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อเส้นทางเดินทางระหว่างภาคกลางและภาคใต้ของประเทศไทย	1. สนับสนุนการพัฒนาพัฒนาระบบคมนาคมอย่างมีประสิทธิภาพ
S2	มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ	2. สร้างโครงข่ายเส้นทางคมนาคมและระบบเชื่อมโยงการเดินทาง
S3	มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย	
S4	มีเทศกาลประจำปีที่น่าสนใจ เช่น เทศกาลดนตรีแจ๊สระดับนานาชาติ (Hua Hin International Jazz Festival), งานแข่งขันเรือใบหัวหิน รีกัตตา, เทศกาลกอล์ฟหัวหินชะอำ, เทศกาลการแข่งขันเรือยาว	
S5	มีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก	
S6	มีหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน	

ตาราง 35 (ต่อ)

กลยุทธ์ : ST1 พัฒนาระบบการคมนาคม	
อุปสรรค (Threats)	
T1	เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองส่งผลต่อภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว
T2	ภาวะการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่รุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ (มีการกำหนดเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ)
T3	การเคลื่อนย้ายแรงงานในภาคอุตสาหกรรม การบริการ
T4	การคมนาคมมายังอำเภอหัวหินยังไม่หลากหลาย ถ้าเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง

จากตาราง 35 สรุปกลยุทธ์ป้องกัน (ST) พัฒนาระบบคมนาคมโดยการใช้จุดแข็งและหลีกเลี่ยงอุปสรรค จึงได้โครงการกลยุทธ์ป้องกันที่ 1 ได้แก่ 1) โครงการสนับสนุนการพัฒนา ระบบคมนาคมอย่างมีประสิทธิภาพ 2) โครงการสร้างโครงข่ายเส้นทางคมนาคมและระบบ เชื่อมโยงการเดินทาง

ตาราง 36 แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์ป้องกันที่ 2 (ST)

กลยุทธ์ : ST2 จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน		
จุดแข็ง (Strengths)	โครงการ	
S1	ทำเลที่ตั้งเหมาะสมการเดินทางสะดวกเป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อเส้นทางการเดินทางระหว่างภาคกลางและภาคใต้ของประเทศไทย	1. ประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหิน
S2	มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ	2. ประเมินแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหิน
S3	มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย	
S4	มีเทศกาลประจำปีที่น่าสนใจ เช่น เทศกาลดนตรีแจ๊สระดับนานาชาติ (Hua Hin International Jazz Festival), งานแข่งขันเรือใบหัวหิน ริกัตตา, เทศกาลกอล์ฟหัวหินชะอำ, เทศกาลการแข่งขันเรือยาว	

ตาราง 36 (ต่อ)

กลยุทธ์ : ST2 จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน	
จุดแข็ง (Strengths)	โครงการ
S5 มีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก	
S6 มีหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน	
อุปสรรค (Threats)	
T1 เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองส่งผลต่อภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว	
T2 ภาวะการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่รุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ (มีการกำหนดเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ)	
T3 การเคลื่อนย้ายแรงงานในภาคอุตสาหกรรม การบริการ	
T4 การคมนาคมมายังอำเภอหัวหิน ยังไม่หลากหลาย ถ้าเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง	

จากตาราง 36 สรุปกลยุทธ์ป้องกัน (ST) จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน โดยการใช้จุดแข็งและหลีกเลี่ยงอุปสรรค จึงได้โครงการกลยุทธ์ป้องกันที่ 2 ได้แก่ 1) โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหิน 2) โครงการประเมินแผนพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหิน

ตาราง 37 แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์ป้องกันที่ 3 (ST)

กลยุทธ์ : ST3 การสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ	
จุดแข็ง (Strengths)	โครงการ
S1 ทำเลที่ตั้งเหมาะสมการเดินทางสะดวกเป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อเส้นทางการเดินทางระหว่างภาคกลางและภาคใต้ของประเทศไทย	1. การสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวหัวหิน
S2 มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ	2. จัดเก็บฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน
S3 มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย	

ตาราง 37 (ต่อ)

กลยุทธ์ : ST3 การสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ	
จุดแข็ง (Strengths)	โครงการ
S4	มีเทศกาลประจำปีที่โดดเด่น เช่น เทศกาลดนตรีแจ๊สระดับนานาชาติ (Hua Hin International Jazz Festival), งานแข่งขันเรือใบหัวหิน รีกัตตา, เทศกาลกอล์ฟหัวหินชะอำ, เทศกาลการแข่งขันเรือยาว
S5	มีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก
S6	มีหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน
อุปสรรค (Threats)	
T1	เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองส่งผลต่อภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว
T2	ภาวะการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่รุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ (มีการกำหนดเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ)
T3	การเคลื่อนย้ายแรงงานในภาคอุตสาหกรรมและบริการ
T4	การคมนาคมมายังอำเภอหัวหินยังไม่หลากหลายถ้าเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง

จากตาราง 37 สรุปกลยุทธ์ป้องกัน (ST) การสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพโดยการใช้จุดแข็งและหลีกเลี่ยงอุปสรรค จึงได้โครงการกลยุทธ์ป้องกันที่ 3 ได้แก่ 1) โครงการการสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวหัวหิน 2) โครงการจัดเก็บฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน

การกำหนดโครงการเพื่อสนับสนุนกลยุทธ์แก้ไข (WO)

ผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐบาล หน่วยงานภาคเอกชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และนักวิชาการ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แล้วนำมากำหนดเป็นโครงการตามความสอดคล้องของกลยุทธ์ป้องกัน (WO) มีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 38 แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์แก้ไขที่ 1 (WO)

กลยุทธ์ : WO1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว	
จุดอ่อน (Weakness)	โครงการ
W1 สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว ทำให้เกิดความเสื่อมโทรม	1. พัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ
W2 การบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสม	2. จัดตั้งศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน
W3 มีปัญหาขยะและมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม	3. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว
W4 จำนวนนักท่องเที่ยววันหยุดในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์	
โอกาส (Opportunities)	
O1 นโยบายรัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวของหัวหิน	
O2 การให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยีในการพัฒนาเมือง	
O3 แนวโน้มการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพการบริการและนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ทำให้เกิดการเรียนรู้มากขึ้น	
O4 การขยายตลาดการค้าและการลงทุน	
O5 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้า	

จากตาราง 38 สรุปกลยุทธ์แก้ไข (WO) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวจากโอกาสที่มีเพื่อลดจุดอ่อนลง จึงได้โครงการกลยุทธ์แก้ไขที่ 1 ได้แก่ 1) โครงการพัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ 2) โครงการจัดตั้งศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน 3) พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว

ตาราง 39 แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์แก้ไขที่ 2 (WO)

กลยุทธ์ : WO2 พัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว	
จุดอ่อน (Weakness)	โครงการ
W1 สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว ทำให้เกิดความเสื่อมโทรม	1. อบรมบุคลากรด้านการให้บริการทางการท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการแข่งขัน
W2 การบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสม	2. สร้างความสัมพันธ์ของบุคลากรทางการท่องเที่ยวระหว่างองค์กร
W3 มีปัญหาขยะและมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม	
W4 จำนวนนักท่องเที่ยวน้อยในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์	
โอกาส (Opportunities)	
O1 นโยบายรัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวของหัวหิน	
O2 การให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยีในการพัฒนาเมือง	
O3 แนวโน้มการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพการบริการและนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ทำให้เกิดการเรียนรู้มากขึ้น	
O4 การขยายตลาดการค้าและการลงทุน	
O5 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้า	

จากตาราง 39 สรุปกลยุทธ์แก้ไข (WO) พัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวจากโอกาสที่มีเพื่อลดจุดอ่อนลง จึงได้โครงการกลยุทธ์แก้ไขที่ 2 ได้แก่ 1) โครงการอบรมบุคลากรด้านการให้บริการทางการท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการแข่งขัน 2) โครงการสร้างความสัมพันธ์ของบุคลากรทางการท่องเที่ยวระหว่างองค์กร

ตาราง 40 แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์แก้ไขที่ 3 (WO)

กลยุทธ์ : WO3 พัฒนารูปแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน	
จุดอ่อน (Weakness)	โครงการ
W1 สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว ทำให้เกิดความเสื่อมโทรม	1. ส่งเสริมรูปแบบกิจกรรมสร้างสรรค์ทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
W2 การบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสม	2. พัฒนากิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย
W3 มีปัญหาขยะและมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม	3. พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้เป็น Green Tourism
W4 จำนวนนักท่องเที่ยวในชว่่งวันจันทร์-วันศุกร์	
โอกาส (Opportunities)	
O1 นโยบายรัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวของหัวหิน	
O2 การให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยีในการพัฒนาเมือง	
O3 แนวโน้มการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพการบริการและนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ทำให้เกิดการเรียนรู้มากขึ้น	
O4 การขยายตลาดการค้าและการลงทุน	
O5 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้า	

จากตาราง 40 สรุปกลยุทธ์แก้ไข (WO) พัฒนารูปแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จากโอกาสที่มีเพื่อลดจุดอ่อนลง จึงได้โครงการกลยุทธ์แก้ไขที่ 3 ได้แก่ 1) โครงการส่งเสริมรูปแบบกิจกรรมสร้างสรรค์ทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) โครงการพัฒนากิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย 3) พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้เป็น Green Tourism

ตาราง 41 แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์แก้ไขที่ 4 (WO)

กลยุทธ์ : WO4 ส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์	
เพื่อลดความหนาแน่น	
จุดอ่อน (Weakness)	โครงการ
W1 สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว ทำให้เกิดความเสื่อมโทรม	1. ส่งเสริมด้านการตลาดการท่องเที่ยวในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์
W2 การบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสม	2. กิจกรรมทางการท่องเที่ยวในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
W3 มีปัญหาขยะและมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม	
W4 จำนวนนักท่องเที่ยวน้อยในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์	
โอกาส (Opportunities)	
O1 นโยบายรัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวของหัวหิน	
O2 การให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยีในการพัฒนาเมือง	
O3 แนวโน้มการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพการบริการและนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ทำให้เกิดการเรียนรู้มากขึ้น	
O4 การขยายตลาดการค้าและการลงทุน	
O5 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้า	

จากตาราง 41 สรุปกลยุทธ์แก้ไข (WO) ส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ จากโอกาสที่มีเพื่อลดจุดอ่อนลง จึงได้โครงการกลยุทธ์แก้ไขที่ 4 ได้แก่ 1) โครงการส่งเสริมด้านการตลาดการท่องเที่ยวในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ 2) จัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

การกำหนดโครงการเพื่อสนับสนุนกลยุทธ์เชิงรับ (WT)

ผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในเชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐบาล หน่วยงานภาคเอกชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และนักวิชาการ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แล้วนำมากำหนดเป็นโครงการตามความสอดคล้องของกลยุทธ์เชิงรับ (WT) มีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 42 แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์เชิงรับที่ 1 (WT)

กลยุทธ์ : WT1 การเสริมสร้างการจัดการการท่องเที่ยว	
จุดอ่อน (Weakness)	โครงการ
W1 สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว ทำให้เกิดความเสื่อมโทรม	1. พัฒนาการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์
W2 การบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสม	2. จัดตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว
W3 มีปัญหาขยะและมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม	3. พัฒนาเมืองหัวหินให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน
W4 จำนวนนักท่องเที่ยวน้อยในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์	
อุปสรรค (Threats)	
T1 เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว	
T2 ภาวะการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่รุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ (มีการกำหนดเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ)	
T3 การเคลื่อนย้ายแรงงานในภาคอุตสาหกรรมและบริการ	
T4 การคมนาคมมายังอำเภอหัวหินยังไม่หลากหลาย ถ้าเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง	

จากตาราง 42 สรุปกลยุทธ์เชิงรับ (WT) การเสริมสร้างการจัดการการท่องเที่ยว โดยการลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงอุปสรรค จึงได้โครงการเชิงรับที่ 1 ได้แก่ 1) โครงการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ 2) จัดตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว 3) โครงการพัฒนาเมืองหัวหินให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน

ตาราง 43 แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์เชิงรับที่ 2 (WT)

กลยุทธ์ : WT2 การสร้างแรงจูงใจเพื่อส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการ พัฒนา	
จุดอ่อน (Weakness)	โครงการ
W1 สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว ทำให้เกิดความเสื่อมโทรม	1. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยว
W2 การบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสม	2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอหัวหิน
W3 มีปัญหาขยะและมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม	
W4 จำนวนนักท่องเที่ยวน้อยในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์	
อุปสรรค (Threats)	
T1 เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองส่งผลต่อภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว	
T2 ภาวะการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่รุนแรงขึ้นเรื่อยๆ (มีการกำหนดเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ)	
T3 การเคลื่อนย้ายแรงงานในภาคอุตสาหกรรม การบริการ	
T4 การคมนาคมมายังอำเภอหัวหินยังไม่หลากหลาย ถ้าเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง	

จากตาราง 43 สรุปกลยุทธ์เชิงรับ (WT) การสร้างแรงจูงใจเพื่อส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการพัฒนาโดยการลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงอุปสรรค จึงได้โครงการเชิงรับที่ 2 ได้แก่ 1) โครงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ตาราง 44 แสดงการกำหนดโครงการในกลยุทธ์เชิงรับที่ 3 (WT)

กลยุทธ์ : WT3 เสริมสร้างความรู้และส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม	
จุดอ่อน (Weakness)	โครงการ
W1 สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว ทำให้เกิดความเสื่อมโทรม	1. ส่งเสริมหลักธรรมาภิบาลในภาคธุรกิจและการพัฒนาที่ยั่งยืน
W2 การบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสม	2. การทำ CSR เพื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
W3 มีปัญหาขยะและมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม	
W4 จำนวนนักท่องเที่ยวน้อยในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์	
อุปสรรค (Threats)	
T1 เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว	
T2 ภาวะการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่รุนแรงขึ้นเรื่อยๆ (มีการกำหนดเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ)	
T3 การเคลื่อนย้ายแรงงานในภาคอุตสาหกรรมบริการ	
T4 การคมนาคมมายังอำเภอหัวหินยังไม่หลากหลายถ้าเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง	

จากตาราง 44 สรุปกลยุทธ์เชิงรับ (WT) เสริมสร้างความรู้และส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงอุปสรรค จึงได้โครงการเชิงรับที่ 3 ได้แก่ 1) โครงการส่งเสริมหลักธรรมาภิบาลในภาคธุรกิจและการพัฒนาที่ยั่งยืน 2) การทำ CSR เพื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากการสังเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์ดังกล่าวข้างต้น สามารถแบ่งกลยุทธ์ออกได้เป็น 4 ส่วนตามวิธีการวิเคราะห์ Tows Matrix ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงรับ กลยุทธ์เชิงป้องกัน และกลยุทธ์เชิงแก้ไข ดังนั้นเพื่อความสะดวกในการสร้างยุทธศาสตร์ในการนำไปสู่การปฏิบัติ การผู้วิจัยจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์เป็น 4 ด้านตามการแบ่งกลยุทธ์ดังกล่าวโดยกำหนดยุทธศาสตร์ดังนี้

วิสัยทัศน์ (Vission)

เมืองหัวหินเป็นเมืองเป้าหมายทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 1 ใน 5 อันดับของประเทศไทย

พันธกิจ (Mission)

1. พัฒนาอำเภอหัวหินให้น่าอยู่ ควบคู่การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นอันดีงาม
2. ส่งเสริมให้อำเภอหัวหินดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
3. พัฒนาเชิงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เพื่อให้อำเภอหัวหินดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมให้อำเภอหัวหินดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาและส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน

โครงการ จัดทำอัตลักษณ์ของอำเภอหัวหิน

แนวทางการดำเนินงาน

1. จัดทำอัตลักษณ์ของอำเภอหัวหิน เพื่อให้เกิดแบรนด์ของอำเภอหัวหินและดึงดูดนักท่องเที่ยว
2. ประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบถึงอัตลักษณ์ของอำเภอหัวหินเพื่อให้เกิดการนำเสนอและเผยแพร่ข้อมูลของอำเภอหัวหินที่ถูกต้องและให้เห็นถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

ผู้ได้รับประโยชน์ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

โครงการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน

แนวทางการดำเนินงาน

1. พัฒนาการตลาดและส่งเสริมการขายในกลุ่มที่เป็นนักท่องเที่ยวรายได้ดี เช่น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ สร้างจุดขายทางการท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยว
2. ดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อให้อำเภอหัวหินเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก
3. สร้างและสนับสนุนการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวระดับโลกอยู่เสมอ เช่น การแข่งขันกีฬาเทนนิส กอล์ฟ Kiteboard ฯลฯ

ผู้ได้รับประโยชน์ ภาครัฐบาล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

โครงการ สร้างและเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน

แนวทางการดำเนินงาน

1. เผยแพร่ และสื่อสารภาพลักษณ์ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้แพร่หลายในทุกช่องทางและครอบคลุมทั่วถึงอย่างต่อเนื่อง โดยจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความรับรู้และความตระหนักในความสำคัญของภาพลักษณ์ให้กับผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

2. สร้างจิตสำนึกและสร้างค่านิยมของคนในพื้นที่ให้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวให้อำเภอหัวหินมีจุดขายร่วมกันในเรื่องของควมมีอัตลักษณ์โมตรีและร่วมกันเป็นเจ้าของที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

ผู้ได้รับประโยชน์ นักท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนามาตรฐานการบริการและบุคลากรทางการท่องเที่ยว

โครงการ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสากล

แนวทางการดำเนินงาน

1. พัฒนาระบบปรับปรุงระบบโครงสร้างพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยว ปรับปรุงภูมิทัศน์ เพิ่มลานจอดรถ ป้ายสื่อความหมาย ทางลาดสำหรับรถเข็น บันไดเลื่อน ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว ห้องน้ำให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล และสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

2. พัฒนาเครือข่ายการสื่อสาร โทรคมนาคม ระบบสารสนเทศ

3. ผลักดันให้เกิดนโยบายการบินพาณิชย์ มีเส้นทางการบินภายในประเทศและระหว่างประเทศมาลงที่ท่าอากาศยานหัวหินมากขึ้น

ผู้ได้รับประโยชน์ นักท่องเที่ยว

โครงการ อบรมผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินงาน

1. อบรมกลุ่มผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน

2. ออกแบบหลักสูตรสำหรับจัดการอบรมโดยผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมโรงแรม เป็นต้น

3. จัดฝึกอบรมเพื่อยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการ

ผู้ได้รับประโยชน์ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 3 สร้างแนวทางเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว โครงการ สนับสนุนการลงทุนด้านการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน

แนวทางการดำเนินงาน

1. ส่งเสริมและสนับสนุนการลงทุน โดยสนับสนุนให้ภาคเอกชนและนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้ามามีส่วนร่วมในการลงทุน ซึ่งจะส่งผลให้ภาครัฐต้องจัดให้มีสิ่งจูงใจและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้เหมาะสมมากขึ้น

2. เสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคเอกชน ท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย ด้วยการสนับสนุนเงินทุน การให้ความรู้และให้คำปรึกษาในการเริ่มต้นประกอบธุรกิจ การสร้างแบรนด์ และเอกลักษณ์ของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด การจัดหาแหล่งเงินทุน การค้าประกันและเงินทุน การลดต้นทุนในการกู้เงิน การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี การสนับสนุนธุรกิจที่จัดตั้งใหม่

ผู้ได้รับประโยชน์ ภาครัฐบาล ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น

โครงการ ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในช่วงเวลาที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว แนวทางการดำเนินงาน

1. พัฒนาการตลาดและส่งเสริมการขายของการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา
2. ดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มระดับโลก
3. ส่งเสริมและจัดการแข่งขันกีฬาระดับชาติ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวและการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและชุมชน

ผู้ได้รับประโยชน์ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

โครงการ ส่งเสริมให้เมืองหัวหินเป็น Smart City

แนวทางการดำเนินงาน

1. นำแนวคิดการสร้างเมืองอัจฉริยะมาพัฒนาเมืองหัวหิน รวมถึงการวางแผนเมืองให้มีความน่าอยู่อย่างยั่งยืน
2. พัฒนาระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามามีส่วนร่วมในการวางโครงสร้างพื้นฐาน ระบบงานบริการสาธารณะเพื่อเพิ่มศักยภาพให้เมืองหัวหินมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ผู้ได้รับประโยชน์ นักท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น

กลยุทธ์ที่ 4 สร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว

โครงการ สร้างมูลค่าจากเอกลักษณ์ของอำเภอหัวหิน

แนวทางการดำเนินงาน

1. ขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน นำการต้อนรับ และนำเสนอกิจกรรมต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมให้ผู้มาเยือนได้รู้จัก
2. สำรวจและคัดสรรเอกลักษณ์และจุดเด่นของอำเภอหัวหินเพื่อสร้างและกำหนดภาพลักษณ์ (Brand Image) ให้เป็นจุดขายแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ หรือด้วยการนำเสนอเรื่องราว (Story) ที่เกี่ยวข้องกับอำเภอหัวหิน

ผู้ได้รับประโยชน์ ภาครัฐบาล ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

โครงการ ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

แนวทางการดำเนินงาน

1. สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยวและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
2. ผลักดันและส่งเสริมงานเทศกาล ประเพณีและกิจกรรมที่น่าสนใจของอำเภอหัวหินให้เป็นงานเทศกาลระดับชาติ
3. ส่งเสริมและจัดการแข่งขันกีฬาระดับชาติ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวและการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและชุมชน
4. ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการ คำนึงถึงคุณค่าและสิ่งแวดล้อมรวมถึงการสนับสนุนการเสริมสร้างบรรยากาศการลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ และกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพ เช่น ธุรกิจด้านนันทนาการ ธุรกิจบริการด้านสุขภาพ ความงาม โดยเฉพาะการจัดการท่องเที่ยวชุมชน การจัดการสินค้า OTOP และของที่ระลึก เป็นต้น

ผู้ได้รับประโยชน์ ภาครัฐบาล ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ชุมชน

โครงการ สร้างกระแสการรับรู้เพื่อเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจท้องถิ่น

แนวทางการดำเนินงาน

1. พัฒนาเว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์และบนโทรศัพท์มือถือ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งในภาพลักษณ์พร้อมจัดตั้งศูนย์ให้บริการทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นและอำนวยความสะดวกครบวงจร เพื่อให้การบริการข้อมูลที่สมบูรณ์ รวดเร็ว ทันสมัย เช่น การจองที่พัก การเดินทาง เป็นต้น รวมทั้งการแจ้งเตือนภัยพิบัติหรือเหตุการณ์ที่ร้ายแรงต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างทันท่วงที โดยพัฒนาให้มีหลากหลายภาษา

2. โฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างกระแสด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่อทุกช่องทางอย่างต่อเนื่องและจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายผ่านสื่อออนไลน์ในทุกรูปแบบอย่างต่อเนื่อง

ผู้ได้รับประโยชน์ ภาครัฐบาล ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว



ภาพ 17 แสดงยุทธศาสตร์การส่งเสริมให้อำเภอห้วยหินดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ที่มา: ธนิชชา ชัยชัชวาลประทีป, 2562

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบคมนาคม

โครงการ สนับสนุนการพัฒนาระบบคมนาคมอย่างมีประสิทธิภาพ

แนวทางการดำเนินงาน

1. พัฒนาระบบคมนาคมระหว่างเมือง โดยการบูรณาการการขนส่งทุกรูปแบบให้มีการเชื่อมโยงกันเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยให้มีความรวดเร็ว ปลอดภัย สะดวก สะอาดและมีมาตรฐานสากล เช่น การสร้างรถไฟฟ้าหรือระบบการขนส่งมวลชนในเมืองให้มีปริมาณเพียงพอกับความต้องการ

2. ปรับปรุงป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมายให้มีความชัดเจนครอบคลุมและเป็นข้อมูลที่มีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอทั้งในแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรองให้เป็นระบบเดียวกันทั่วประเทศและถูกต้องตามหลักสากล

3. พัฒนาในด้านความปลอดภัยทางถนน เช่น ไฟส่องทางสว่างบนถนน สัญญาณหรือป้ายเตือนในเขตชุมชน ความปลอดภัยบนทางเท้า

4. เข้มงวดในด้านความปลอดภัยด้วยการปฏิบัติตามกฎหมายจราจร และกฎทางอากาศอย่างเคร่งครัด ด้วยการตรวจสอบและตั้งบทลงโทษที่ชัดเจนแก่ผู้ฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎกติกา

ผู้ได้รับประโยชน์ นักท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น

โครงการ สร้างโครงข่ายเส้นทางคมนาคมและระบบเชื่อมโยงการเดินทาง

แนวทางการดำเนินงาน

1. ผลักดันการเชื่อมต่อเส้นทางคมนาคมทั้งทางบก อากาศ และทางน้ำระหว่างเมืองระหว่างประเทศ

2. พัฒนาปรับปรุงเส้นทางคมนาคมระหว่างเมือง และระหว่างแหล่งท่องเที่ยว และเพิ่มป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว

ผู้ได้รับประโยชน์ นักท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น

กลยุทธ์ที่ 2 จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน

โครงการ ประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหิน

แนวทางการดำเนินงาน

1. ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนร่วมกันประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อร่วมกันจัดทำแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยให้ภาครัฐที่ดูแลเรื่องการท่องเที่ยวเป็นเจ้าภาพ

2. วางแผนระยะยาวในระดับ 5 ปี เพื่อใช้สำหรับดำเนินงานในแต่ละปีโดยทำการแก้ไขแผนปฏิบัติการดังกล่าวให้เหมาะสมในทุกปี

3. ดำเนินการติดตามแผนงานและจัดประชุมทุก ๆ สิ้นปี เพื่อปรับแผนปฏิบัติการในแต่ละปี

ผู้ได้รับประโยชน์ ภาครัฐบาล ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

โครงการ ประเมินแผนพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหิน

แนวทางการดำเนินงาน

1. ประชุมทุกภาคส่วนเพื่อร่วมกันปรับปรุงแผนการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาเพื่อพัฒนาและปรับปรุงแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหิน

2. ให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการประเมินแผนพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหิน

ผู้ได้รับประโยชน์ ภาครัฐบาล ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ชุมชน นักท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

โครงการ การสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวหัวหิน

แนวทางการดำเนินงาน

1. เชื่อมโยงบทบาทและภารกิจของหน่วยงานหลักด้านการท่องเที่ยว เพื่อกำหนดนโยบายและสนับสนุนด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินเป็นไปในทิศทางเดียวกัน
2. การสร้างพันธมิตร หุ้นส่วนหรือเครือข่ายระหว่างภาครัฐและเอกชนให้มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยการอำนวยความสะดวก การลดขั้นตอนในการทำงาน การระดมทุนในการจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนกิจกรรมที่จะดำเนินงานร่วมกัน เช่น การส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว เป็นต้น
3. บูรณาการงานด้านการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อทำหน้าที่ในการประสานงานและการสั่งการในการป้องกัน เผ่าระวังเตือนภัย กำกับดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งในกรณีก่อน-หลังเกิดเหตุฉุกเฉิน เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยว

ผู้ได้รับประโยชน์ ภาครัฐ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

โครงการ จัดเก็บฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน

แนวทางการดำเนินงาน

1. รวบรวมและจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
2. จัดทำฐานข้อมูลการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน

ผู้ได้รับประโยชน์ ภาครัฐ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว



ภาพ 18 แสดงยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และบริการทางการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

โครงการ พัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ

แนวทางการดำเนินงาน

1. สำรวจศักยภาพสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ในอำเภอหัวหิน

2. ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้ได้มาตรฐานสากลเพื่อรองรับอุตสาหกรรม
การท่องเที่ยว

3. ดูแลและบำรุงรักษาสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่เสมอ

ผู้ได้รับประโยชน์ นักท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น

โครงการ จัดตั้งศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน

แนวทางการดำเนินงาน

1. จัดตั้งหน่วยงานสำหรับประสานงานและให้ข้อมูลด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ประจำอำเภอหัวหิน

2. จัดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถประจำศูนย์ข้อมูล

3. จัดเตรียมข้อมูลด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับให้บริการ

4. ออกแบบวิธีการให้บริการ

5. ประชุมติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

ผู้ได้รับประโยชน์ นักท่องเที่ยว

โครงการ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้เพียงพอต่อจำนวน
นักท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินงาน

ปรับปรุงพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วง
เทศกาลการท่องเที่ยว

ผู้ได้รับประโยชน์ นักท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว

โครงการ อบรมบุคลากรด้านการให้บริการทางการท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการ
แข่งขัน

แนวทางการดำเนินงาน

1. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคเอกชนในด้านภาษาต่างประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมทั้งศักยภาพของบุคลากรในด้านอื่น ๆ ให้ได้มาตรฐาน
2. จัดอบรมเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพ การปลูกฝังจิตสำนึกให้แก่บุคลากรด้านอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวทุกอาชีพ เพื่อให้ทุกคนปฏิบัติหน้าที่และปฏิบัติตามกฎหมาย และกฎข้อบังคับของประเทศอย่างเคร่งครัด

ผู้ได้รับประโยชน์ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

โครงการ สร้างความสัมพันธ์ของบุคลากรทางการท่องเที่ยวระหว่างองค์กร

แนวทางการดำเนินงาน

1. จัดกิจกรรมสานสัมพันธ์ระหว่างองค์กรทางด้านการท่องเที่ยวขึ้นทุกปี
2. สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดีภายในหน่วยงานเพื่อให้เกิดความรัก ความสามัคคี และก่อให้เกิดแนวปฏิบัติที่ดี

ผู้ได้รับประโยชน์ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนารูปแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

โครงการ ส่งเสริมรูปแบบกิจกรรมสร้างสรรค์ทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แนวทางการดำเนินงาน

1. สร้างสรรค์กิจกรรมทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว
2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว และต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพ

ผู้ได้รับประโยชน์ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว

โครงการ พัฒนากิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย

แนวทางการดำเนินงาน

1. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมมาทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว
2. สนับสนุนกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิม แล้วพัฒนาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น และจัดให้เป็นกิจกรรมที่ยั่งยืน

ผู้ได้รับประโยชน์ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

โครงการ พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้เป็น Green Tourism

แนวทางการดำเนินงาน

1. สนับสนุนกิจกรรมทางด้านการท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่น
2. รณรงค์ให้นักท่องเที่ยวร่วมกันดูแลรักษาและอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมทางด้านการท่องเที่ยว

ผู้ได้รับประโยชน์ นักท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น

กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมกิจกรรมทางด้านการท่องเที่ยวในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์เพื่อลดความหนาแน่น

โครงการ ส่งเสริมด้านการตลาดการท่องเที่ยวในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์

แนวทางการดำเนินงาน

ลดราคาที่พัก ร้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านการท่องเที่ยวในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

ผู้ได้รับประโยชน์ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

โครงการ กิจกรรมทางด้านการท่องเที่ยวในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์

แนวทางการดำเนินงาน

จัดกิจกรรมทางด้านการท่องเที่ยวที่น่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์

ผู้ได้รับประโยชน์ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว



ภาพ 19 แสดงยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

ที่มา: ธนิชชา ชัยชัชวาลประทีป, 2562

ยุทธศาสตร์ 4 การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมาย

กลยุทธ์ที่ 1 การเสริมสร้างการจัดการการท่องเที่ยว

โครงการ พัฒนาการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์

แนวทางการดำเนินงาน

1. ภาครัฐและรัฐวิสาหกิจทำการประชาสัมพันธ์ด้วยการจัดทำสารคดีสั้นผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินและอ่าวโพลด์ในสื่อออนไลน์
2. จัดทำวิดีโอแนะนำแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในอำเภอหัวหินแล้วเปิดในโรงแรม ที่พัก หรือ จอ LED ในอำเภอหัวหิน

ผู้ได้รับประโยชน์ ภาครัฐ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นักท่องเที่ยว

โครงการ จัดตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินงาน

1. ประชุมหารือร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
2. จัดตั้งคณะกรรมการในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
3. กำหนดบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการให้มีความชัดเจน
4. ประชุมและติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

ผู้ได้รับประโยชน์ ภาครัฐ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา

โครงการ พัฒนาเมืองหัวหินให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน

แนวทางการดำเนินงาน

1. ส่งเสริมศักยภาพทางการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน สร้างเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยวให้เป็นจุดเด่น และสร้าง Brand Image เพื่อให้เป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. ปรับปรุงระบบโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคเพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต
3. รณรงค์ให้ชาวหัวหินเป็นเจ้าบ้านที่ดีเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา

ผู้ได้รับประโยชน์ ภาครัฐ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กลยุทธ์ที่ 2 การสร้างแรงจูงใจเพื่อส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการพัฒนา

โครงการ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินงาน

1. กระจายอำนาจและจัดสรรผลประโยชน์ให้แก่ชุมชนเพื่อให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม ลดความขัดแย้งและสามารถสร้างกิจกรรมให้เหมาะสมกับความต้องการสภาพและกำลังรองรับของชุมชน

2. อำนวยความสะดวก สนับสนุน ช่วยเหลือ ให้ความรู้ ความเข้าใจในการบริหารจัดการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการ โดยจัดตั้งคณะกรรมการในระดับท้องถิ่นขึ้นเพื่อพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีการบริหารเป็นรูปธรรม โดยมีภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นของตนเอง

ผู้ได้รับประโยชน์ ภาครัฐ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา ชุมชน

โครงการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอหัวหิน

แนวทางการดำเนินงาน

1. ภาคประชาชนในชุมชนมาร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมรับผลประโยชน์ ที่ทำให้เกิดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบที่จะเกิดประโยชน์กับชุมชนท้องถิ่น

2. พัฒนาการตลาดที่เหมาะสมกับชุมชน เพื่อแสวงหานักท่องเที่ยวที่เหมาะสมแต่ละชุมชน

ผู้ได้รับประโยชน์ นักท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น

กลยุทธ์ที่ 3 เสริมสร้างความรู้และส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม

โครงการ ส่งเสริมหลักธรรมาภิบาลในภาคธุรกิจและการพัฒนาที่ยั่งยืน

แนวทางการดำเนินงาน

1. ส่งเสริมบทบาทความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกภาคส่วน ให้ช่วยการสอดส่องดูแลและคำนึงถึงผลกระทบที่จะตามมาต่อสิ่งแวดล้อม สังคมและประชาชาติ

2. ส่งเสริมให้ภาคธุรกิจมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม เช่น ทุกธุรกิจจะต้องเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ

3. ส่งเสริมให้ภาคธุรกิจเห็นความสำคัญของการคืนประโยชน์แก่สังคม เช่น การทำ CSR

4. จัดให้มีการอบรมความรู้เกี่ยวกับหลักธรรมาภิบาลและการพัฒนาที่ยั่งยืนให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว

5. สนับสนุนให้ทุกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวนำหลักการประหยัดพลังงานมาปรับใช้

ผู้ได้รับประโยชน์ ภาครัฐ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

โครงการ การทำ CSR เพื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินงาน

1. ให้ความสำคัญด้วยการสอดแทรกข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนไปในกิจกรรมการท่องเที่ยว

2. เสริมสร้างการมุ่งเน้นภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

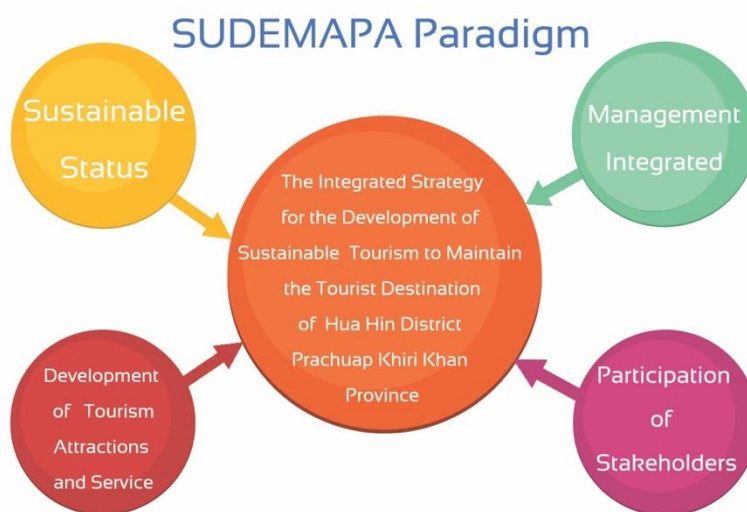
ผู้ได้รับประโยชน์ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว



ภาพ 20 แสดงยุทธศาสตร์การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมาย

ที่มา: ธนิชชา ชัยชัชวาลประทีป, 2562

จากกระบวนการวิจัย ผู้วิจัยได้เสนอกระบวนการทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เรียกว่า กระบวนทัศน์ SUDEMAPA ของยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์



ภาพ 21 แสดงกระบวนการทัศน์ SUDEMAPA

ที่มา: ธนิชชา หัยชัชวาลประทีป, 2562

การตรวจสอบข้อมูลความเที่ยงตรงแบบสามเส้า (Triangulation Validity Test)

ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูลด้วยสามเส้าด้านวิธีการเก็บข้อมูล ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลมากกว่าหนึ่งวิธี ได้แก่ การใช้การสัมภาษณ์เป็นหลัก แล้วใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการใช้การศึกษาเอกสารควบคู่กับการสัมภาษณ์โดยปรากฏผลดังตารางที่ 45

ตาราง 45 แสดงการตรวจสอบข้อมูลความเที่ยงตรงแบบสามเส้า (Triangulation Validity Test)

การสังเกต	วรรณกรรม	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์
อำเภอหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้เมืองหลวงเดินทางมาถึงได้สะดวก	อำเภอหัวหิน ตั้งอยู่ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 185 กิโลเมตร เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ	ปัจจัยด้านระยะทาง (Distance) ที่มีระยะทางไม่ห่างไกลจากเมืองหลวงมาก ซึ่งกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานคร ทำให้การตัดสินใจเลือกที่จะมาเที่ยวในวันหยุดมีมาก
อำเภอหัวหินมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย	หัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะนึกถึงเป็นอันดับต้น ๆ เนื่องจากมีรูปแบบทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ได้แก่ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) และการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ซึ่งครอบคลุมรูปแบบทั้งหมดของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน	อำเภอหัวหินเป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม แต่ที่นิยมกันมากที่สุดเห็นจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นใหม่ ไม่ว่าจะเป็นสวนน้ำ ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ศูนย์การค้า ฯลฯ เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวสูง

ตาราง 45 (ต่อ)

การสังเกต	วรรณกรรม	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์
อำเภอหัวหินมีปัญหาเรื่องระบบสาธารณูปโภค	ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ไม่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาใช้บริการในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว เช่น การจราจรติดขัด ปัญหาการจ่ายน้ำประปา การกำจัดขยะมูลฝอย และระบบสาธารณูปโภคด้านต่าง ๆ ไม่เพียงพอ	เทศบาลหัวหินและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรปรับปรุงพัฒนา ศูนย์บริการข้อมูล การท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน ควรปรับปรุงพัฒนา และยกระดับการบริการสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งจำเป็นพื้นฐาน เช่น โรงพยาบาล ธนาคาร ที่จอดรถ ไว้คอยบริการนักท่องเที่ยวและแก้ไข ปัญหาการจราจรเพื่อรองรับช่วงเทศกาล
สิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พักในอำเภอหัวหินมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว	การขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วจากการที่มีนักลงทุนรายใหญ่เข้ามาทำธุรกิจในพื้นที่อำเภอหัวหินจำนวนมากก่อให้เกิดสถานประกอบการในด้านต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ทั้งโรงแรม บ้านพักอาศัย คอนโดมิเนียม ร้านอาหาร สวนน้ำ สวนสนุก ห้างสรรพสินค้า	ด้านที่พักในอำเภอหัวหินมีมากมายหลายประเภท ตั้งแต่ hostel ราคาถูกจนถึงโรงแรมขนาดใหญ่ ที่เป็นลักษณะการบริหารงานแบบ Chain hotel ซึ่งมีอยู่มากมายและเพียงพอกับนักท่องเที่ยว

ตาราง 45 (ต่อ)

การสังเกต	วรรณกรรม	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์
<p>มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ</p>	<p>มีการประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น และมีการส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยบรรจุกิจกรรมลงในปฏิทินการท่องเที่ยว</p>	<p>สร้างกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การจัดกิจกรรมที่เป็นระดับนานาชาติ การแข่งขันเทนนิสระดับโลก การแข่งขันขี่ม้าไปโลบนชายหาด การจัดกิจกรรม HUA HIN YOGA FESTIVAL นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมดนตรี HUA HIN International Jazz ซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ การท่องเที่ยวของหัวหินยังเป็นที่รู้จักถึงมนต์เสน่ห์ กลิ่นอายสภาพของเมืองย้อนยุคบรรยากาศชายทะเลที่มีชื่อเสียงมาช้านานและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน</p>
<p>เมืองตากอากาศที่มีชื่อเสียงของประเทศไทยและมีประวัติศาสตร์อันยาวนาน</p>	<p>หัวหินเป็นเมืองตากอากาศเก่าแก่และคลาสสิกที่ได้รับความนิยมมานาน เป็นหนึ่งในเมืองตากอากาศชายทะเลแรก ๆ ของประเทศไทย และได้รับความนิยมอย่างสูงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มบุคคลชั้นสูงและยังคงได้รับความนิยมมาจนถึงปัจจุบัน</p>	<p>การท่องเที่ยวของหัวหินยังเป็นที่รู้จักถึงมนต์เสน่ห์ กลิ่นอายสภาพของเมืองย้อนยุคบรรยากาศชายทะเลที่มีชื่อเสียงมาช้านานและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน</p>

ตาราง 45 (ต่อ)

การสังเกต	วรรณกรรม	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์
มีการคมนาคมที่สะดวก เข้าถึงง่าย	การเดินทางมายังอำเภอหัวหินมีทั้งการเดินทางโดยรถยนต์ การเดินทางโดยรถไฟ การเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง การเดินทางโดยเครื่องบิน และการเดินทางโดยเรือ ซึ่งถือว่าง่ายและสะดวกต่อการเดินทาง	มีการก่อสร้างระบบรถไฟทางคู่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและสามารถลดระยะเวลาการเดินทางได้ถึง 30% อีกยังในอนาคตจะมีการเปิดเส้นทางการบินจากหัวหินไปยังต่างประเทศเพิ่มจากเดิมซึ่งในขณะนี้ทำอากาศยานหัวหินมีเส้นทางการบินเส้นทางต่างประเทศอยู่ 1 เส้นทางคือ หัวหิน-กัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย

บทที่ 5

บทสรุป

งานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) เพื่อหาแนวทางความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 3) เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

รูปแบบงานวิจัยเป็นแบบผสม (Mixed Methodology) โดยเอาการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มาใช้ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มตัวอย่างที่ได้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมวิจัยคือแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ตอนที่ 3 ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7P's) ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกจากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว รวมจำนวนทั้งหมด 27 คน ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร บทความวิชาการ งานวิจัย และการลงสำรวจพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน ได้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพดังกล่าวทำการตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อนในปัจจุบันของการพัฒนาการท่องเที่ยว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) เพื่อหาโอกาสและอุปสรรคของการพัฒนาดังกล่าวในอนาคต ด้วยเทคนิค SWOT Analysis โดยใช้ตาราง SWOT Matrix เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลจากการวิจัยเชิงปริมาณ

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 206 คน เป็นเพศชาย 194 คน มีอายุระหว่าง 21–29 ปี จำนวน 188 คน รองลงมาคือ ช่วงอายุ 30–39 ปี จำนวน 134 คน มีสถานภาพโสด จำนวน 222 คน มีสัญชาติไทย จำนวน 295 คน ชาวต่างชาติ จำนวน 105 คน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 293 คน รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 94 คน มีอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 138 คน รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 132 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท รองลงมาคือ ช่วง 15,001–20,000 บาท จำนวน 116 คน

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพราะชื่นชอบอำเภอหัวหินจึงเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำ จำนวน 158 คน รองลงมาคือ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 116 คน เดินทางมาเพื่อประกอบธุรกิจ/ปฏิบัติงาน จำนวน 50 คน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินกับครอบครัว จำนวน 173 คน รองลงมาคือ เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน จำนวน 156 คน ส่วนใหญ่มีสมาชิกร่วมเดินทาง 3 คน จำนวน 212 คน รองลงมาคือ เดินทาง 5 คนขึ้นไป จำนวน 86 คน ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหินคือ ช่วงวันหยุดเทศกาลต่าง ๆ จำนวน 188 คน รองลงมาคือ เดินทางมาในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 118 คน มีความถี่ที่เดินทางมาเที่ยวในอำเภอหัวหินคือ ทุกเดือน จำนวน 127 คน รองลงมาคือ เดินทางมาท่องเที่ยวหัวหิน 4 ครั้งขึ้นไป/ปี จำนวน 110 คน นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน 2,001–3,000 บาท จำนวน 196 คน รองลงมาคือ มากกว่า 4,000 บาท จำนวน 116 คน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักอำเภอหัวหินจากสื่อโทรทัศน์/วิทยุ จำนวน 68 คน รู้จักจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 63 คน สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบเดินทางมาท่องเที่ยว ได้แก่ หาดหัวหิน ตลาดโต้รุ่ง เขาตะเกียบ ตลาดเพลินวาน วัดห้วยมงคล ตามลำดับ โดยกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินคือ ลิ้มลองอาหารที่ร้านอาหารขึ้นชื่อของอำเภอหัวหิน เดินตลาดกลางคืน ท่องเที่ยววิถีชีวิตกะเหรี่ยงปกากะญอ ทำกิจกรรมชายหาด เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ตามลำดับ

3. ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7 P's) ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7 P's) ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product) โดยพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย มีความน่าสนใจและแหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันแต่ในด้านความหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยวยังไม่น่าสนใจเท่าที่ควร ด้านราคาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (Price) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อราคาของฝากและของที่ระลึก พึงพอใจต่อการกำหนดราคาค่าอาหารและเครื่องดื่ม มีความเหมาะสมแต่การกำหนดราคาที่พักแรมยังไม่เป็นที่พอใจต่อลูกค้า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการจัดรายการส่งเสริมการขายและการกระตุ้นการท่องเที่ยว รวมทั้งสามารถค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ของแหล่งท่องเที่ยวได้ แต่ในด้านวิธีการจองที่พักยังไม่รวดเร็วและหลากหลายช่องทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและค้นหาข้อมูลได้สะดวก และมีกาให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสมแต่การโฆษณากิจกรรมการท่องเที่ยวโดยผ่านสื่อยังไม่หลากหลายเท่าที่ควร ด้านบุคลากร (People) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการมีจิตบริการที่ดี เจ้าหน้าที่มีความรอบรู้และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวได้ แต่นักท่องเที่ยวยังไม่พอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในเรื่องของความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อระบบการจัดการขยะ การดูแลสภาพแวดล้อมโดยรวมและมีความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และในด้านกระบวนการให้บริการ (Process) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว การบริการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมและความรวดเร็วในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น ด้านเพศ หากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

เพศต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทาง

อายุต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกัน ยกเว้นพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว สิ่งที่ทำให้อำเภอหัวหิน สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ และกิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทางไม่แตกต่างกัน

สถานภาพการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกัน ยกเว้นพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกในการเดินทางมาท่องเที่ยว สิ่งที่ทำให้อำเภอหัวหิน สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ และกิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทางไม่แตกต่างกัน

สัญชาติต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกัน ยกเว้นพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านสิ่งที่ทำให้อำเภอหัวหิน สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ และกิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทางไม่แตกต่างกัน

อาชีพต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกัน ยกเว้นพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกในการเดินทางมาท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ และกิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทางไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวมแตกต่างกันในทุก ๆ ด้าน ยกเว้น เพศต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการไม่แตกต่างกัน และในด้านสัญชาติต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านราคาไม่แตกต่างกัน

ข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพ

จากการศึกษายุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน แนวทางความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน และการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อ

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ดังต่อไปนี้

1. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ

1. พัฒนาด้านคมนาคม ด้วยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน พัฒนาโลจิสติกส์ รถไฟทางคู่ และการควบคุมราคาการให้บริการรถบริการสาธารณะ
2. พัฒนาด้านแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม ด้วยการดูแลแหล่งท่องเที่ยวให้คงสภาพตามธรรมชาติ ส่งเสริมกิจกรรม ประเพณีและวัฒนธรรมของอำเภอหัวหิน พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพิ่มการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อต่าง ๆ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
3. พัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมความสะอาด ปรับปรุงพัฒนาศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน มีการจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ รวมทั้งการดูแลในเรื่องที่พักแรมควรมีมาตรฐานตรวจสอบสภาพและความสะอาดภายในที่พักให้มีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวและควบคุมคุณภาพการบริการให้ได้มาตรฐานสากล
4. พัฒนาด้านการบริการ ด้วยการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพภาคบริการอย่างเต็มที่ พัฒนาผู้ประกอบการด้านบริการให้มีความรู้ ทักษะ มาตรฐานการบริการ รวมทั้งพัฒนาทางด้านภาษาต่างประเทศและการให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวแก่ผู้ให้บริการ
5. พัฒนาด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นเป็นประจำ

การพัฒนาด้านสังคม

1. จัดระบบผังเมืองและระบบการจราจรเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด และลดแรงค้ำในเรื่องความปลอดภัย
2. รักษาความเป็น Thainess ด้วยการให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้สัมผัสความเป็นไทย เช่น การต้อนรับแบบไทย การทักทายด้วยการไหว้ การเคารพให้เกียรติผู้อาวุโส สร้างความรู้สึกปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว

การพัฒนาด้านวัฒนธรรม

1. มีแผนการจัดงานด้านวัฒนธรรมสำหรับเมืองหัวหินในแต่ละช่วงเวลา และอนุรักษ์สืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น

การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม

1. ภาครัฐควรจัดสรรงบประมาณไปยังชุมชนต่างๆ เพื่อใช้ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในอำเภอหัวหิน

2. ลดความหนาแน่นของประชากรด้วยการ Redesign ผังเมืองตาม Carrying Capacity
3. สร้างเมืองหัวหินให้เป็น Green City เพื่อให้เป็นสถานที่ตากอากาศได้ทั้งทางทะเลและป่าไม้ ด้วยการหามาตรการเรื่องการลดปริมาณฝุ่นที่เพิ่มขึ้นทุกวัน การจัดระเบียบผู้ประกอบการร้านค้า หาบเร่ และแผงลอยให้ตระหนักถึงการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน

2. แนวทางความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2.1 วางแผน จัดการการท่องเที่ยวหัวหินให้เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว และมีความปลอดภัย ปลอดภัยเสพติด เป็นเมืองที่ประชาชนมีสุขภาพดี เป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส มีอัตราค่าครองชีพที่ดี และอนุรักษ์สถาปัตยกรรมเก่าแก่ของเมืองหัวหินไว้

2.2 พัฒนาชายหาดให้เป็น Beach Destination ด้วยการจัดระเบียบและเพิ่มศักยภาพเกี่ยวกับระบบโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว

2.3 พัฒนาด้านบริการขั้นพื้นฐานและสาธารณูปโภค ด้วยการดูแลความสะอาดของชายหาด เพิ่มที่จอดรถสาธารณะให้เพียงพอ จัดระบบการจราจร จัดระเบียบสถานบริการและร้านค้า ปรับปรุงทางเท้าให้มีสภาพที่เหมาะสมในการใช้งาน ปรับปรุงระบบขนส่งสาธารณะให้มีความเชื่อมโยงกัน และปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกบนท้องถนน เช่น ป้ายบอกทาง สัญญาณไฟจราจร เป็นต้น

2.4 การประชาสัมพันธ์ จัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เทศกาล งานประเพณี และกิจกรรมเฉลิมฉลอง ให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งต่าง ๆ

2.5 สร้างเรื่องราวของเมืองและสร้างเส้นทางทางการท่องเที่ยว โดยผ่านจุดท่องเที่ยวสำคัญๆ ด้วยการสร้างจุดเช็คอินและจัดกิจกรรม City Tour บนรถรางพร้อมมัคคุเทศก์บรรยาย

3. การวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วิสัยทัศน์ (Vision)

เมืองหัวหินเป็นเมืองเป้าหมายทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 1 ใน 5 อันดับของประเทศไทย

พันธกิจ (Mission)

1. พัฒนาอำเภอหัวหินให้น่าอยู่ ควบคุมการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นอันดีงาม
2. ส่งเสริมให้อำเภอหัวหินดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
3. พัฒนาเชิงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เพื่อให้อำเภอหัวหินดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การวิเคราะห์ SWOT Analysis การดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้ประเมินศักยภาพในปัจจุบันและโอกาสในการพัฒนาในอนาคตของจังหวัด ประกอบด้วย การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิหลากหลายสาขา รวมทั้งการวิเคราะห์ร่วมกับการเปลี่ยนแปลงของโลกในปัจจุบัน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายรัฐบาล และความต้องการของประชาชนในจังหวัด ซึ่งมีรายละเอียดในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และนำไปสู่การการดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่อไป ดังนี้

ตาราง 46 แสดงผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis)

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
1. ทำเลที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก เป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อเส้นทางการเดินทางระหว่างภาคกลางและภาคใต้ของประเทศไทย	1. สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว ทำให้เกิดความเสื่อมโทรม
2. มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม และมีชื่อเสียงทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ	2. การบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสม
3. มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย	3. มีปัญหาขยะและมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม
4. มีเทศกาลประจำปีที่น่าสนใจ เช่น เทศกาลดนตรีแจ๊สระดับนานาชาติ (Hua Hin International Jazz Festival), งานแข่งขันเรือใบหัวหิน รีกัตตา, เทศกาลกอล์ฟหัวหินชะอำ, เทศกาลการแข่งขันเรือยาว	4. จำนวนนักท่องเที่ยวในวันจันทร์-วันศุกร์
5. มีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก	
6. มีหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน	
7. เป็นเมืองเป้าหมายที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ	

ตาราง 46 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
1. นโยบายรัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวของหัวหิน	1. เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองส่งผลต่อภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว
2. การให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยีในการพัฒนาเมือง	2. ภาวะการณ์แข่งขันทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวที่รุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ
3. แนวโน้มการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพ การบริการและนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ทำให้เกิดการเรียนรู้มากขึ้น	3. การเคลื่อนย้ายแรงงานในภาคอุตสาหกรรม การบริการ
4. การขยายตลาดการค้าและการลงทุน	4. การคมนาคมมายังอำเภอหัวหินยังไม่หลากหลายถ้าเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง
5. การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้า	

การวิเคราะห์ TOWS MATRIX Analysis

จากการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้ใช้แนวทางของ TOWS MATRIX Analysis ในการวางยุทธศาสตร์เพื่อใช้เป็นกรอบในการวางแผนบูรณาการ ดังต่อไปนี้

SO (Strengths and Opportunities–Leverage the strengths to take advantage of the opportunities) จากการพิจารณาจุดแข็งและโอกาส ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์จากปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นจุดแข็งในบริบทแห่งโอกาส (Leveraging Strategy) ดังนี้

ตาราง 47 แสดงการวิเคราะห์ TOWS MATRIX (ยุทธศาสตร์ SO) ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

TOWS MATRIX	
จุดแข็ง (Strengths)	โอกาส (Opportunities)
1. ทำเลที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก เป็นจังหวัด ที่เชื่อมต่อเส้นทางการเดินทาง ระหว่างภาคกลางและภาคใต้ของประเทศไทย	1. นโยบายรัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวของหัวหิน
2. มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ	2. การให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยีในการพัฒนาเมือง

ตาราง 47 (ต่อ)

TOWS MATRIX	
จุดแข็ง (Strengths)	โอกาส (Opportunities)
3. มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย	3. แนวโน้มการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพการบริการ และนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ทำให้เกิดการเรียนรู้มากขึ้น
4. มีเทศกาลประจำปีที่น่าสนใจ เช่น เทศกาลดนตรีแจ๊สระดับนานาชาติ (Hua Hin International Jazz Festival), งานแข่งขันเรือใบหัวหิน รีกัตตา, เทศกาลกอล์ฟหัวหินชะอำ, เทศกาลการแข่งขันเรือยาว	4. การขยายตลาดการค้าและการลงทุน
5. มีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก	5. การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้า
6. มีหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน	
7. เป็นเมืองเป้าหมายที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ	
ยุทธศาสตร์ (SO) การส่งเสริมให้อำเภอหัวหินดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	
กลยุทธ์ที่ 1	พัฒนาและส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน
กลยุทธ์ที่ 2	พัฒนามาตรฐานการบริการและบุคลากรทางการท่องเที่ยว
กลยุทธ์ที่ 3	สร้างแนวทางเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูการท่องเที่ยว
กลยุทธ์ที่ 4	สร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว

ST (Strengths and Threats–Take advantage of the strengths to avoid the potential threats) จากการพิจารณาจุดแข็งและอุปสรรค ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางในการใช้จุดแข็งที่มีอยู่เพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้น (Avoiding Strategy) ด้วยการกำหนดยุทธศาสตร์ ดังนี้

ตาราง 48 แสดงการวิเคราะห์ TOWS MATRIX (ยุทธศาสตร์ ST) ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

TOWS MATRIX	
จุดแข็ง (Strengths)	อุปสรรค (Threats)
1. ทำเลที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก เป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อเส้นทางการเดินทางระหว่างภาคกลางและภาคใต้ของประเทศไทย	1. เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว
2. มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม และมีชื่อเสียงทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ	2. ภาวะการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่รุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ (มีการกำหนดเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ)
3. มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย	3. การเคลื่อนย้ายแรงงานในภาคอุตสาหกรรม การบริการ
4. มีเทศกาลประจำปีที่น่าสนใจ เช่น เทศกาลดนตรีแจ๊สระดับนานาชาติ (Hua Hin International Jazz Festival), งานแข่งขันเรือใบหัวหิน ริกัตตา, เทศกาลกอล์ฟหัวหินชะอำ, เทศกาลการแข่งขัน เรือยาว	4. การคมนาคมมายังอำเภอหัวหินยังไม่หลากหลาย ถ้าเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง
5. มีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก	
6. มีหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน	
ยุทธศาสตร์ (ST) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยว	
กลยุทธ์ที่ 1	พัฒนาระบบการคมนาคม
กลยุทธ์ที่ 2	จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน
กลยุทธ์ที่ 3	การสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

WO (Weaknesses and Opportunities–Use the opportunities to overcome the weaknesses) จากการพิจารณาจุดอ่อนและโอกาส ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์ในการแก้ไขจุดอ่อนในบริบทของโอกาสที่มีอยู่ (Correcting Strategy) ดังนี้

ตาราง 49 แสดงการวิเคราะห์ TOWS MATRIX (ยุทธศาสตร์ WO) ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

TOWS MATRIX	
จุดอ่อน (Weaknesses)	โอกาส (Opportunities)
1. สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว ทำให้เกิดความเสื่อมโทรม	1. นโยบายรัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวของหัวหิน
2. การบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสม	2. การให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยีในการพัฒนาเมือง
3. มีปัญหาขยะและมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม	3. แนวโน้มการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพการบริการและนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ทำให้เกิดการเรียนรู้มากขึ้น
4. จำนวนนักท่องเที่ยวน้อยในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์	4. การขยายตลาดการค้าและการลงทุน
	5. การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้า
ยุทธศาสตร์ (WO) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน	
กลยุทธ์ที่ 1	พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว
กลยุทธ์ที่ 2	พัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว
กลยุทธ์ที่ 3	พัฒนารูปแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน
กลยุทธ์ที่ 4	ส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์เพื่อลดความหนาแน่น

WT (Weaknesses and Threats–Minimize the weaknesses to avoid the potential threats) จากการพิจารณาจุดอ่อนและอุปสรรค ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางในการลดจุดอ่อนที่มีอยู่เพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรคที่จะมาทำลายโอกาสที่อาจเกิดขึ้น (Defending Strategy) ด้วยการกำหนดยุทธศาสตร์ ดังนี้

ตาราง 50 แสดงการวิเคราะห์ TOWS MATRIX (ยุทธศาสตร์ WT) ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

TOWS MATRIX	
จุดอ่อน (Weaknesses)	อุปสรรค (Threats)
1. สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว ทำให้เกิดความเสื่อมโทรม	1. เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว
2. การบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสม	2. ภาวะการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่รุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ (มีการกำหนดเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ)
3. มีปัญหาขยะและมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม	3. การเคลื่อนย้ายแรงงานในภาคอุตสาหกรรม การบริการ
4. จำนวนนักท่องเที่ยวน้อยในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์	4. การคมนาคมมายังอำเภอหัวหินยังไม่หลากหลาย ถ้าเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง
<p>ยุทธศาสตร์ (WT) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมาย</p> <p>กลยุทธ์ที่ 1 การเสริมสร้างการจัดการการท่องเที่ยว</p> <p>กลยุทธ์ที่ 2 การสร้างแรงจูงใจเพื่อส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการพัฒนา</p> <p>กลยุทธ์ที่ 3 เสริมสร้างความรู้และส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม</p>	

ตาราง 51 แสดงยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของ
อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
ยุทธศาสตร์ที่ 1			
การส่งเสริมให้อำเภอหัว หินดำรงรักษาความเป็น เมืองเป้าหมายทางการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	1.1 พัฒนาและส่งเสริม ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ของอำเภอหัวหิน	1.1.1 จัดทำอัตลักษณ์ของอำเภอหัวหิน	1.1.1 เทศบาลเมืองหัวหิน และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
		1.1.2 ส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน	1.1.2 เทศบาลเมืองหัวหิน และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
		1.1.3 สร้างและเผยแพร่ภาพลักษณ์ ด้านการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน	1.1.3 เทศบาลเมืองหัวหิน และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
	1.2 พัฒนามาตรฐานการ บริการและบุคลากรทาง การท่องเที่ยว	1.2.1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวให้ ได้มาตรฐานสากล	1.2.1 เทศบาลเมืองหัวหินและสำนักงาน โยธาธิการและผังเมือง
		1.2.2 อบรมผู้ประกอบการด้าน การท่องเที่ยว	1.2.2 สำนักงานพัฒนาฝีมือแรงงาน และ เทศบาลเมืองหัวหิน
	1.3 สร้างแนวทางเจาะกลุ่ม ตลาดเป้าหมายในช่วงที่ ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว	1.3.1 สนับสนุนการลงทุนด้านการท่องเที่ยว ในอำเภอหัวหิน	1.3.1 สมาคมธุรกิจนำเที่ยว
		1.3.2 ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในช่วงเวลาที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว	1.3.2 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและ เทศบาลเมืองหัวหิน

ตาราง 51 (ต่อ)

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		1.3.3 ส่งเสริมให้เมืองหัวหินเป็น Smart City	1.3.3 เทศบาลเมืองหัวหิน
1.4	สร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว	1.4.1 สร้างมูลค่าจากเอกลักษณ์ของอำเภอหัวหิน	1.4.1 เทศบาลเมืองหัวหิน
		1.4.2 ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์	1.4.2 หอการค้าจังหวัด
		1.4.3 สร้างกระแสการรับรู้เพื่อเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจท้องถิ่น	1.4.3 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ยุทธศาสตร์ที่ 2			
การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยว	1.1 พัฒนาระบบคมนาคม	1.1.1 สนับสนุนการพัฒนาระบบคมนาคมอย่างมีประสิทธิภาพ	1.1.1 องค์การบริหารส่วนตำบล
		1.1.2 สร้างโครงข่ายเส้นทางคมนาคม และระบบเชื่อมโยงการเดินทาง	1.1.2 องค์การบริหารส่วนตำบล
	1.2 จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน	1.2.1 ประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหิน	1.2.1 เทศบาลเมืองหัวหิน และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา
		1.2.2 ประเมินแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหิน	1.2.2 เทศบาลเมืองหัวหิน และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา
	1.3 การสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ	1.3.1 การสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวหัวหิน	1.3.1 เทศบาลเมืองหัวหิน และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา
		1.3.2 จัดเก็บฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน	1.3.2 สำนักงานสถิติจังหวัด

ตาราง 51 (ต่อ)

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
ยุทธศาสตร์ที่ 3			
การบริหารจัดการ การท่องเที่ยว แบบบูรณาการ อย่างยั่งยืน	1.1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก	1.1.1 พัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อการท่องเที่ยว	1.1.1 เทศบาลเมืองหัวหิน และสำนักงาน ท่องเที่ยวและกีฬา
		1.1.2 จัดตั้งศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยว อำเภอหัวหิน	1.1.2 เทศบาลเมืองหัวหินและสำนักงาน ท่องเที่ยวและกีฬา
		1.1.3 พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการ ท่องเที่ยวให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว	1.1.3 เทศบาลเมืองหัวหิน
	1.2 พัฒนาบุคลากร ทางการท่องเที่ยว	1.2.1 อบรมบุคลากรด้านการให้บริการทางการ ท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการแข่งขัน	1.2.1 สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬา สนง.พัฒนาฝีมือแรงงาน และเทศบาลเมืองหัวหิน
		1.2.1 สร้างความสัมพันธ์ของบุคลากร ทางการท่องเที่ยวระหว่างองค์กร	1.2.1 สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวหัวหิน- ชะอำ
	1.3 พัฒนารูปแบบกิจกรรม ทางการท่องเที่ยวแบบ บูรณาการอย่างยั่งยืน	1.3.1 ส่งเสริมรูปแบบกิจกรรมสร้างสรรค์ ทางการท่องเที่ยว	1.3.1 เทศบาลเมืองหัวหินและการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
		1.3.2 พัฒนากิจกรรมทางการท่องเที่ยว ที่มีความหลากหลาย	1.3.2 เทศบาลเมืองหัวหิน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและ สมาคมธุรกิจนำเที่ยวหัวหิน-ชะอำ
		1.3.3 พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้เป็น Green City	1.3.3 เทศบาลเมืองหัวหิน สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา

ตาราง 51 (ต่อ)

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	
ยุทธศาสตร์ที่ 4				
การส่งเสริมการมีส่วนร่วม ของทุกภาคส่วนใน การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อดำรงรักษาความเป็น เมืองเป้าหมาย	1.1 การเสริมสร้างการจัดการ การท่องเที่ยว	1.1.1 พัฒนาการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์	1.1.1 เทศบาลเมืองหัวหินและ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	
		1.1.2 จัดตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว	1.1.2 เทศบาลเมืองหัวหินและสำนักงาน การท่องเที่ยวและกีฬา	
		1.1.3 พัฒนาเมืองหัวหินให้เป็นศูนย์กลาง การท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน	1.1.3 เทศบาลเมืองหัวหินและสำนักงาน การท่องเที่ยวและกีฬา	
	1.2 การสร้างแรงจูงใจเพื่อ ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วน มีส่วนร่วมในการพัฒนา	1.2.1 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการพัฒนาการท่องเที่ยว	1.2.1	1.2.1 องค์การบริหารส่วนตำบลและสำนักงาน การท่องเที่ยวและกีฬา
			1.2.2 ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอหัวหิน	1.2.2 องค์การบริหารส่วนอำเภอ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา
	1.3 เสริมสร้างความรู้และ ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อ สังคม	1.3.1 ส่งเสริมหลักธรรมาภิบาลในภาคธุรกิจ และการพัฒนาที่ยั่งยืน	1.3.1	1.3.1 เทศบาลเมืองหัวหินและสมาคมธุรกิจ นำเที่ยวหัวหิน-ชะอำ
			1.3.2 การทำ CSR เพื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	1.3.2 สมาคมธุรกิจนำเที่ยวหัวหิน-ชะอำ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยได้ศึกษา ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่า เพศที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมต่อช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวและใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ส่วนช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิก ช่วงเวลา ความถี่ และค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีลักษณะการเดินทาง ช่วงเวลา ความถี่ และค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน ในขณะที่หากจำแนกนักท่องเที่ยวตามสัญชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีวัตถุประสงค์ ลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิก ช่วงเวลา ความถี่ และค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน สอดคล้องกับจิระวัฒน์ อนุวิชชานนท์ (2554) ที่กล่าวว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อหรือการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมของเขา คำตอบที่ได้ช่วยให้ นักการตลาดจัดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับสุริรัตน์ เตชะทวิวรรณ (2545) กล่าวว่า การวางแผนและการดำเนินการใด ๆ หากไม่ทราบถึงพฤติกรรมหรือเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มของตลาดที่เป็นเป้าหมาย (Target Market) ความต้องการ (Needs) ย่อมเป็นเรื่องค่อนข้างลำบากและอาจเกิดปัญหาตามมา

เพศที่แตกต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจด้านราคา การส่งเสริมการตลาด และลักษณะทางกายภาพของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกันใน ส่วนช่วงอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกันทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างสอดคล้องกับราณี อิลิชัยกุล (2557, หน้า 146) ที่กล่าวว่า ปัจจัยทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของมนุษย์ที่แตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน จะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7 P's)

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7 P's) ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product) มากที่สุด โดยพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย มีความน่าสนใจและแหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน สอดคล้องกับนาตยา บุตรอยู่ (2557) ที่ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งผลการวิจัย พบว่า จุดแข็งที่สำคัญของอำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ คือ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีศักยภาพ ค่าครองชีพต่ำ มีสิ่งอำนวยความสะดวกและที่พักครบครัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านกระบวนการให้บริการ (Process) น้อยที่สุด ประกอบไปด้วยด้านความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ด้านการบริการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมและด้านความเร็วในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ สอดคล้องกับ Kotler, Bowen and Makens (2010) ที่กล่าวว่า แนวทางในการทำให้สถานที่ที่เป็นเมืองเป้าหมายสำหรับการท่องเที่ยว คือ ต้องเป็นเมืองที่มีโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวอย่างสะดวกสบายและมีคุณภาพ มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินทั้งด้านการเมือง ภัยธรรมชาติ อาชญากรรม และสอดคล้องกับ Dickman (1996) และ Middleton (1994) เห็นสอดคล้องกันว่าสถานที่ท่องเที่ยวควรมีสิ่งอำนวยความสะดวก และให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร สถานที่ออกกำลังกาย สถานบันเทิง ห้างสรรพสินค้า ตลอดจนมีบริการให้ข่าวสารบริการขนส่งโดยเฉพาะสำหรับบุคคลที่มีจุดประสงค์การเดินทางเพื่อธุรกิจ การคมนาคมที่สะดวกนับได้ว่าสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งบริการต่าง ๆ นี้นำมาซึ่งการอำนวยความสะดวก และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว

แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ควรมีการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ

อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ควรมีการพัฒนา 1) ด้านคมนาคม ด้วยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน พัฒนาโลจิสติกส์ รถไฟฟ้าทางคู่ และการควบคุมราคาการให้บริการรถบริการสาธารณะ สอดคล้องกับ Pike S. (2008); Buhalis D. (2000) ที่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวว่าการท่องเที่ยวต้องอาศัยองค์ประกอบทางด้านการเข้าถึงที่สะดวกสบาย

อาทิ การมีระบบคมนาคม สถานีขนส่งผู้โดยสาร และยานพาหนะ ซึ่งการคมนาคมขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ต่าง ๆ ได้ อย่างสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย โดยรูปแบบการขนส่งจะต้องมีถนนที่พาหนะต่าง ๆ ผ่านเข้าออกได้สะดวกหรือมีบริการรถไฟ ท่าอากาศยานที่ทันสมัยมีสายการบินมาลงจำนวนมาก

2) ด้านแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม ด้วยการดูแลแหล่งท่องเที่ยวให้คงสภาพตามธรรมชาติ ส่งเสริมกิจกรรม ประเพณีและวัฒนธรรมของอำเภอหัวหิน พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สอดคล้องกับ กฎติยา จักรสาร (2545) ที่กล่าวว่า การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นปัจจุบัน โดยจะต้องมีการปกป้องและรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่ให้เสื่อมคลายยังคงรักษาความดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวอยู่ได้ และนอกจากนี้แนวคิดดังกล่าวยังสอดคล้องกับ Choi and Sirakaya (2006) ที่กล่าวว่า ทรัพยากรธรรมชาติมีประโยชน์ทางเศรษฐกิจทางการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงทรัพยากรทางธรรมชาติที่แต่ละชุมชนมี และนอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่าควรมีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อต่าง ๆ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญา ลักขิตานนท์ และ ศุภร เสรีรัตน์ (2541) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดว่าการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญในการติดต่อสื่อสารให้กับผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์ 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปรับปรุงพัฒนาศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน มีการจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ รวมทั้งการดูแลในเรื่องที่พักแรมควรมีมาตรฐานการตรวจสอบสภาพและความสะอาดภายในที่พักให้มีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวและควบคุมคุณภาพการบริการให้ได้มาตรฐานสากล สอดคล้องกับอนุเสาวรรณบัณฑิต และภาสกรอดุลพัฒน์กิจ (2548) ที่ได้กล่าวว่า ในการนำเสนอการบริการจะต้องมีผลิตภัณฑ์บริการที่มีคุณภาพ และระดับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยให้ผู้รับบริการจะต้องแสดงให้ผู้รับบริการเห็นถึงความเอาใจใส่ และจริงใจต่อการสร้างเสริมคุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการที่ส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ 4) ด้านการบริการ ด้วยการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพภาคบริการอย่างเต็มที่ พัฒนาผู้ประกอบการด้านบริการให้มีความรู้ ทักษะ มาตรฐานการบริการ รวมทั้งพัฒนาทางด้านภาษาต่างประเทศและการให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวแก่ผู้ให้บริการ สอดคล้องกับวรรณ วรณานิช (2546) ที่กล่าวถึง หลักการสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องมีการพัฒนาบุคลากร การฝึกอบรมให้แก่บุคลากร

ทางการท่องเที่ยว เช่น อบรมมัคคุเทศก์ อบรมด้านวัฒนธรรม ด้านศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น 5) ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นเป็นประจำ สอดคล้องกับเสรี วงษ์มณฑา (2556) ที่ได้อธิบายแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวควรมีการส่งเสริมให้มีการจัดงานประกวดประจำปี ตลอดจนพิธีกรรม ต่าง ๆ ที่มีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

ด้านการพัฒนาสังคม

อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ควรมีการพัฒนา 1) จัดระบบผังเมืองและระบบการจราจรเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด และรณรงค์ในเรื่องความปลอดภัย สอดคล้องกับโอเยเรส ลิลล์ (2554) ปัจจัยที่สำคัญหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความยั่งยืนในการพัฒนาการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ ด้านการรักษาความปลอดภัยทั้งตัวทรัพยากรการท่องเที่ยวและผู้เข้ามาท่องเที่ยว 2) รักษาความเป็น Thainess ด้วยการให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้สัมผัสความเป็นไทย เช่น การต้อนรับแบบไทย การทักทายด้วยการไหว้ การเคารพให้เกียรติผู้อาวุโส สอดคล้องกับ South Australian Tourism Commission (2007) ที่ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับหลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่าการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้นจะต้องมีการบริหารจัดการทรัพยากรที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของชุมชน และแสดงถึงคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของชุมชน สร้างความรู้สึกปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว

ด้านการพัฒนาวัฒนธรรม

อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ควรมีการพัฒนาแผนการจัดการด้านวัฒนธรรมสำหรับเมืองหัวหินในแต่ละช่วงเวลา และอนุรักษ์สืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น สอดคล้องกับเสรี วงษ์มณฑา ที่ได้อธิบายถึงแนวทางในการบริหารเมืองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย โดยเมืองท่องเที่ยวจะต้องมีการรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ และนอกจากนี้แนวความคิดดังกล่าวยังสอดคล้องกับ Kotler, Bowen and Makens (2010) ที่ได้ให้แนวทางในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวไว้ว่าเมืองท่องเที่ยวจะต้องมีการจัดกิจกรรมพิเศษในวาระต่าง ๆ เพื่อสร้างแรงดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม

อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ควรมีการพัฒนา 1) ภาครัฐควรจัดสรรงบประมาณไปยังชุมชนต่าง ๆ เพื่อใช้ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในอำเภอหัวหิน สอดคล้องกับ สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2540) ได้กล่าวถึงการบริหารจัดการพัฒนาชุมชนยั่งยืนจะต้องมีการจัดการเตรียมความพร้อมด้านคน วัสดุ เงินทุน และมีการพัฒนาทักษะที่จำเป็นอย่างชัดเจน 2) ลดความหนาแน่นของประชากรด้วยการ Redesign ผังเมืองตาม Carrying Capacity

3) สร้างเมืองหัวหินให้เป็น Green City เพื่อให้เป็นสถานที่ตากอากาศได้ทั้งทางทะเลและป่าไม้ ด้วยการหามาตรการเรื่องการลดปริมาณฝุ่นที่เพิ่มขึ้นทุกวัน การจัดระเบียบผู้ประกอบการ ร้านค้า หาบเร่และแผงลอยให้ตระหนักถึงการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ رأโไฟพรรณ แก้วสุริยะ (2547) การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องให้ความสำคัญต่อการจัดแบ่งพื้นที่ในทรัพยากรท่องเที่ยวออกเป็นเขตระบบนิเวศและกิจกรรมที่ยอมรับได้ เพื่อควบคุมกิจกรรมของแต่ละพื้นที่ให้เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวและ ประโยชน์ เพื่อลดความขัดแย้งระหว่างการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวกับการใช้ประโยชน์ของ มนุษย์

แนวทางความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ควรมีการวางแผน จัดการการท่องเที่ยวหัวหินให้เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยว กลุ่มครอบครัวและมีความปลอดภัย ปลอดภัยเสพติด เป็นเมืองที่ประชาชนมีสุขภาพดี เป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส มีอสังหาริมทรัพย์ที่ดี สอดคล้องกับ Vroom (1970) ที่ได้อธิบายว่า สิ่งที่ทำให้ นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในเชิงปฏิสัมพันธ์ทางสังคม คือ ฝ่ายแรก ได้แก่ ผู้มีอำนาจหน้าที่ ในการบริการ ฝ่ายที่สอง ได้แก่ ผู้รับบริการ และควรมีการอนุรักษ์สถาปัตยกรรมเก่าแก่ของ เมืองหัวหินไว้ โดยกำหนดชายหาดให้เป็น Beach Destination ด้วยการจัดระเบียบและเพิ่ม ศักยภาพเกี่ยวกับระบบโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว สอดคล้องกับทวีป สิริวิศมี (2544) ที่ได้กล่าวว่า การพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ของชุมชนจะต้องหาจุดแข็งของทรัพยากรของชุมชนที่ คาดว่าจะสนับสนุนให้การจัดการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ เช่น จุดแข็งด้านทรัพยากร ธรรมชาติ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น บุคลากร งบประมาณ เป็นต้น ตลอดจนการพัฒนา ด้านบริการขั้นพื้นฐานและสาธารณูปโภค ด้วยการดูแลความสะอาดของชายหาด เพิ่มที่จอดรถ สาธารณะให้เพียงพอ จัดระบบการจราจร จัดระเบียบสถานบริการและร้านค้า ปรับปรุงทาง เท้าให้มีสภาพที่เหมาะสมในการใช้งาน ปรับปรุงระบบขนส่งสาธารณะให้มีความเชื่อมโยงกัน และปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกบนท้องถนน เช่น ป้ายบอกทาง สัญญาณไฟจราจร เป็นต้น สอดคล้องกับบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบหลักของการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ว่าจะต้องมีการพัฒนาทางด้านทรัพยากรท่องเที่ยว พร้อมทั้ง สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยว ให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ เดินทางไปเยือน ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์ ควรมีการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เทศกาล งานประเพณี และกิจกรรมเฉลิมฉลอง ให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งต่าง ๆ และนอกจากนี้

ควรมีการสร้างเรื่องราวของเมืองและสร้างเส้นทางการท่องเที่ยว โดยผ่านจุดท่องเที่ยวสำคัญ ๆ ด้วยการสร้างจุดเช็คอินและจัดกิจกรรม City Tour บนรถรางพร้อมมัคคุเทศก์บรรยาย สอดคล้องกับ Kotler, Bowen and Makens (2010) ที่ได้ให้แนวทางในการจัดการการท่องเที่ยว เป้าหมายไว้ว่า การเป็นเมืองท่องเที่ยวจะต้องมีการสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย มีความปลอดภัย มีสภาพแวดล้อมที่ดีมีกิจกรรมพิเศษในวาระต่าง ๆ

การวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ประกอบไปด้วยยุทธศาสตร์ 4 ด้าน ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านการส่งเสริมให้อำเภอหัวหินดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบไปด้วย กลยุทธ์การพัฒนาและส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน การพัฒนามาตรฐานการบริการและบุคลากรทางการท่องเที่ยว การสร้างแนวทางเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว และสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Kotler, Bowen and Makens (2010) ที่ได้ให้แนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการเป็นเมืองเป้าหมายไว้ว่า แหล่งท่องเที่ยวต้องมีภาพลักษณ์ที่ดีทั้งการบริหารและการเป็นมิตรของประชาชนผู้เป็นเจ้าของ และสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ที่กล่าวว่า ผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องมีการพัฒนาด้านทักษะการบริการที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการได้ และต้องมีความคิดริเริ่มสามารถแก้ไขปัญหาได้ เพื่อสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย กลยุทธ์การพัฒนาระบบคมนาคม การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน และการสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ Pike S. (2008) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวต้องอาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ ร่วมกันหลายปัจจัย จึงส่งผลให้การท่องเที่ยวนั้นประสบความสำเร็จสร้างความประทับใจและกำไรได้ คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการผสมผสานกันระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประสบการณ์ และการนำเสนอทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้อื่น ๆ แก่ผู้บริโภค สิ่งสำคัญคือแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเยี่ยมชมหรือพักอาศัย และสอดคล้องกับ Dickman (1996); Middleton (1994) ได้อธิบายว่า การบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ เช่น ธนาคาร ไปรษณีย์ โรงพยาบาล สถานที่ให้บริการโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่จะสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานที่รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยวจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึง

ให้กับนักท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ประกอบไปด้วย กลยุทธ์ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว และการพัฒนารูปแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน และการส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ สอดคล้องกับ WTO (2004) ที่ได้อธิบายว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ไม่ใช่แค่การท่องเที่ยวขนาดเล็กหรือการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเท่านั้น แต่ครอบคลุมไปถึงรูปแบบการท่องเที่ยวแบบมวลชน ดังนั้นหลักการและแนวความคิดที่สำคัญที่ใช้ในการบริหารจัดการทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องให้ความสำคัญต่อบัจจัยในด้านต่าง ๆ อาทิ ทรัพยากร การเคารพสังคม วัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่น และมีการกระจายรายได้ อย่างเป็นธรรม ดังนั้นจึงต้องมีการบริหารจัดการแบบบูรณาการ เพื่อที่จะให้เกิดความยั่งยืนให้กับท้องถิ่นได้อย่างสมดุล โดยอาศัยหลายหลากหลายหลักวิชามาใช้ในการพัฒนาในด้านต่าง ๆ และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Buholis (2000) รูปแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมาย ประกอบไปด้วย กลยุทธ์การเสริมสร้างการจัดการการท่องเที่ยว การสร้างแรงจูงใจเพื่อส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการพัฒนา และเสริมสร้างความรู้และส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม สอดคล้องกับ นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (2527) ที่ได้อธิบายไว้ว่า การมีส่วนร่วมเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการให้บรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่ม และก่อให้เกิดความรับผิดชอบร่วมกัน และสอดคล้องกับ อติศักดิ์ สมแสน (2558) พบว่า รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในเขตพื้นที่ปกครองพิเศษ (เมืองพัทยา) ประกอบด้วย 1) การพัฒนาบุคลากร 2) การประชุมกับผู้ที่เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน 3) การจัดเตรียมข้อมูลคู่มือการบริการข่าวสารการท่องเที่ยว 4) ส่วนร่วมโดยการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น 5) รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และ วัฒนธรรม 6) ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว 7) อนุรักษ์โดยการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี 8) ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นกับของเสีย 9) นำการการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่นและ 10) ประเมินผล ตรวจสอบและวิจัย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จัดตั้งคณะทำงานเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. วางแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. รณรงค์เพื่อสร้างความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน
4. พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐานสากล
5. นำกลยุทธ์ตามยุทธศาสตร์ที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์กับหน่วยงานต่าง ๆ ดังตารางที่ 52

ตาราง 52 การนำกลยุทธ์ตามประเด็นยุทธศาสตร์ไปใช้ประโยชน์กับหน่วยงานต่าง ๆ

กลยุทธ์/โครงการ	ผู้ได้ประโยชน์			
	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	นักท่องเที่ยว
กลยุทธ์เชิงรุกที่ 1				
พัฒนาและส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน				
1. จัดทำอัตลักษณ์ของอำเภอหัวหิน		✓		✓
2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน	✓	✓		
3. สร้างและเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน	✓		✓	
กลยุทธ์เชิงรุกที่ 2				
พัฒนามาตรฐานการบริการและบุคลากรทางการท่องเที่ยว				
1. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสากล				✓
2. อบรมผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว		✓		

ตาราง 52 (ต่อ)

กลยุทธ์/โครงการ	ผู้ได้ประโยชน์			
	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	นักท่องเที่ยว
กลยุทธ์เชิงรุกที่ 3				
สร้างแนวทางเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว				
1. สนับสนุนการลงทุนด้านการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน	✓	✓	✓	
2. ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในช่วงเวลาที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว	✓	✓		
3. ส่งเสริมให้เมืองหัวหินเป็น Smart City			✓	✓
กลยุทธ์เชิงรุกที่ 4				
สร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว				
1. สร้างมูลค่าจากเอกลักษณ์ของอำเภอหัวหิน	✓	✓		
2. ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์		✓		
3. สร้างกระแสการรับรู้เพื่อเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจท้องถิ่น	✓	✓	✓	
กลยุทธ์เชิงป้องกันที่ 1				
พัฒนาระบบคมนาคม				
1. สนับสนุนการพัฒนาระบบคมนาคมอย่างมีประสิทธิภาพ			✓	✓
2. สร้างโครงข่ายเส้นทางคมนาคม และระบบเชื่อมโยงการเดินทาง			✓	✓
กลยุทธ์เชิงป้องกันที่ 2				
จัดทำแผนการพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน				
1. ประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหิน	✓	✓	✓	
2. ประเมินแผนการพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	✓	✓	✓	✓

ตาราง 52 (ต่อ)

กลยุทธ์/โครงการ	ผู้ได้ประโยชน์			
	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	นักท่องเที่ยว
กลยุทธ์เชิงป้องกันที่ 3				
การสร้างและพัฒนากลไกในการบริหาร				
จัดการที่มีประสิทธิภาพ				
1. การสร้างและพัฒนากลไกในการบริหาร จัดการด้านการท่องเที่ยวหัวหิน	✓	✓		
2. จัดเก็บฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอำเภอ หัวหิน	✓	✓		
กลยุทธ์เชิงแก้ไขที่ 1				
พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว				
1. พัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อการท่องเที่ยว			✓	✓
2. จัดตั้งศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยว อำเภอหัวหิน				✓
3. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการ ท่องเที่ยวให้เพียงพอต่อจำนวน นักท่องเที่ยว				✓
กลยุทธ์เชิงแก้ไขที่ 2				
พัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว				
1. อบรมบุคลากรด้านการให้บริการทางการ ท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการแข่งขัน	✓			
2. สร้างความสัมพันธ์ของบุคลากร ทางการท่องเที่ยวระหว่างองค์กร	✓			
กลยุทธ์เชิงแก้ไขที่ 3				
พัฒนารูปแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยว				
แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน				
1. ส่งเสริมรูปแบบกิจกรรมสร้างสรรค์ ทางการท่องเที่ยว		✓		✓
2. พัฒนากิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มี ความหลากหลาย	✓			
3. พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้เป็น Green City			✓	✓

ตาราง 52 (ต่อ)

กลยุทธ์/โครงการ	ผู้ได้ประโยชน์			
	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	นักท่องเที่ยว
กลยุทธ์ที่เชิงแก้ไข 4				
ส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในช่วงวัน				
จันทร์-วันศุกร์เพื่อลดความหนาแน่น				
1. ส่งเสริมด้านการตลาดการท่องเที่ยวในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์		✓		✓
2. กิจกรรมทางการท่องเที่ยวในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์		✓		✓
กลยุทธ์เชิงรับที่ 1				
การส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยว				
1. พัฒนาการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์	✓		✓	
2. จัดตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว	✓		✓	
3. พัฒนาเมืองหัวหินให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน	✓		✓	
กลยุทธ์เชิงรับที่ 2				
การสร้างแรงจูงใจเพื่อส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการพัฒนา				
1. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยว	✓		✓	✓
2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอหัวหิน			✓	✓
กลยุทธ์เชิงรับที่ 3				
เสริมสร้างความรู้และส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม				
1. ส่งเสริมหลักธรรมาภิบาลในภาคธุรกิจและการพัฒนาที่ยั่งยืน	✓		✓	
2. การทำ CSR เพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว			✓	

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาและวิจัยในพื้นที่อื่น ๆ ที่มีลักษณะทางการท่องเที่ยวใกล้เคียงกับพื้นที่อำเภอหัวหิน
2. ศึกษาและวิจัยประเด็นการท่องเที่ยวในประเภทอื่น ๆ เช่น การท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ฯลฯ
3. ศึกษาเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน





บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กชกร เป้าสุวรรณ, ธนภัทร ปัจฉิม และสุจิตรา ฉายปัญญา. (2550). **ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ศูนย์สุโขทัย** กรุงเทพฯ: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- กนกวรรณ ดุงศรีแก้ว. (2549). **การจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน ศึกษาเฉพาะกรณี: บ้านวังน้ำมอก อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย**. วิทยานิพนธ์ปริญญา สส.ม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- กมล รัตนะวิระกุล. (2550). **การตลาดวิวัฒนาการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สมาคมการบริหารโรงแรมไทย.
- กรกนก เกิดสังข์. (2560). **การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเชิงกลยุทธ์: กรณีศึกษา ตำบลบางใบไม้ อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2550). **การมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ**. รายงานการวิจัย กระทรวงสาธารณสุข.
- กรมอุตุนิยมวิทยา. (มปป.). **สภาพอากาศในอำเภอหัวหิน**. สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2562.
จาก <https://www.hua-hin.info/weather-hua-hin.php>.
- กฤติยา จักรสาร. (2545). **การส่งเสริมความรู้พื้นฐานด้านพฤกษศาสตร์ให้แก่ภาคีและนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มคุณค่าทางการท่องเที่ยว**. วิทยานิพนธ์ ศศ. ม, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2539). **โครงการศึกษาเพื่อการจัดการแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI).
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโฮมสเตย์**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยว.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). **การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows**. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: บริษัทธรรมสาร.
- โกวิท พวงงาม. (2545). **การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน**. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.

- ขวัญนภา สุขคร, เสาวธาร สมานิตย์, พัทพร วิภาศรีนิมิต, ศิริกร โรจนศักดิ์, วรัญญาภรณ์ ศรีสวรรค์นล และสุรพิน สุประดิษฐ์. (2560). **การศึกษาวิจัยเรื่องยุทธศาสตร์การจัดการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ : ตามแนวคิดลำปางเมืองที่ไม่หม่นตามกาลเวลา.** รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต: กรุงเทพฯ
- จิรัชญา มณีเนตร. (2552). **ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว** (พิมพ์ครั้งที่ 1). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์. (2554). **การตลาดการท่องเที่ยวและบริการ.** กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- จิตตินันท์ นันทไพบุลย์. (2545). **เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ.** (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จิตตินันท์ นันทไพบุลย์. (2555). **จิตวิทยาการบริการ.** กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- จิตศักดิ์ พุฒจร. (21 มีนาคม 2559). **2548 การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนเครือข่ายองค์กรท่องเที่ยวท้องถิ่นชุมชนเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดนครราชสีมา.** สืบค้นเมื่อ 14 มิถุนายน 2562 จาก www.khoneconet.wa.ac.th/Program/tri_php
- จุฑาธิปต์ จันทร์เอี้ยด. (2560). **แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดสมุทรสงคราม.** ดุษฎีนิพนธ์ ปริญญาตรี, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา, กรุงเทพฯ.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2550). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัตรภาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ. (2545). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ฉัตรภาพร เสมอใจ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชนินทร์ อยู่เพชร. (2555). **การวิจัยการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน.** กรุงเทพฯ.
- ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์. (2545). **เอกสารสอนชุดวิชา การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หน่วยที่ 1-7.** นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). **วิถีไทย: การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม.** กรุงเทพฯ: โครงการวิถีทรรศน์.
- ชาติรี แก้วมา. (2549). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดร้อยเอ็ด.** วิทยานิพนธ์ วศ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.

- ชิต นิลพานิช และกุลชน ธนาพงศธร. (2532). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชนบท. ในเอกสารการสอนชุดวิชาความรู้ทั่วไปสำหรับการพัฒนาระดับตำบล หมู่บ้าน** (พิมพ์ครั้งที่ 3, หน่วยที่ 8). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ดุษฎี ชุมสาย และณิพัทธ์ พรหมโยธี. (2527). **ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ทวีทอง หงส์วิวัฒน์. (2527). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา**. กรุงเทพฯ: ศักดิ์โสภณการพิมพ์.
- ทวีป ศิริรัศมี. (2544). **การวางแผนพัฒนาและประเมินโครงการ**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- ท่องเที่ยว. (8 กุมภาพันธ์ 2554). **หัวหิน**. สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2561 จาก <http://travel.sanook.com/932932/>
- ธนภูมิ ปองเสงี่ยม และวาริชต์ มัชฌมบุรุษ. (2558). **แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารอารยธรรมศึกษา โขง-สาละวิน**, 6(2), 95-112.
- ธีระภัทรา เอกภายชัยสวัสดิ์. (2554). **ชุมชนศึกษา** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. (2546). **การมีส่วนร่วม หลักการพื้นฐาน เทคนิคและกรณี ตัวอย่าง**. กรุงเทพฯ: 598 Print.
- นิตยา บุตรอยู่. (2557). **แนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยศิลปากร, เพชรบุรี.
- นิคม จารุณี. (2551). **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- นิตยา งามยิ่งยง. (2560). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนชุมชนบริเวณฝั่งคลองดำเนินสะดวกในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**, 11(1), 149-166.
- นิรันดร ทัพไชย. (30 กันยายน 2548). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 4 ธันวาคม 2559, จาก <https://tourismbehaviour.wordpress.com>.
- นิรันดร จงวุฒิเวศย์. (2527). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหิดล.

- บุญทัน ดอกไธสง. (2541). **การแข่งขันสู่ความเป็นเลิศ** (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548ก). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์ ดีไซน์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548ข). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปรัชญา เวสารัชช์. (2528). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมเพื่อพัฒนาชนบท**. กรุงเทพฯ: สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปราโมทย์ รอดจรรย์. (2553). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการเดินทางและการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์. (2552). **การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการบริหารการพัฒนา** (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21**. กรุงเทพฯ: ไฟว์แอนด์โฟร์พริ้นติ้ง.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2553). **จิตวิทยาการศึกษา**. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อส่งเสริมกรุงเทพฯ
- ปองทิพย์ นาคินทร์. (2556). **การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาตลาดเก่าอ่างศิลา เทศบาลเมืองอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี**, วิทยานิพนธ์ ปร.ม., มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี.
- พระธรรมปิฎก. (2554). **การพัฒนาที่ยั่งยืน** (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: มูลนิธิโกลด์คิมทอง.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). **เอกสารประกอบการเรียนการสอนเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิชิต วรรณราช. (2549). **การศึกษาทัศนคติของผู้นำชุมชนที่มีต่อบทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในอุทยานดอยหลวง**. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พิบูล ทีปะपाल. (2543). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: เบลโล่การพิมพ์.
- พิเศษ เจียจันทร์พงษ์. (2540). **สุขทัยมรดกทางวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: ครูสภา.

- พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิต. (2559). ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัด
กำแพงเพชร. **วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**,
ปีที่ 2(2), 57-68.
- พจนา สอนศรี. (2539). **การท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิ
อาสาสมัครเพื่อสังคม (มอศ.).
- พจนา สอนศรี. (2546). **เอกสารการสอนชุดวิชา การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว
ทางธรรมชาติ** (หน่วยที่ 8-15). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ภราเดช พยัฆวิเชียร. (2539). พัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน. **จุลสารการท่องเที่ยว**.
15(2). 17.
- ภูวนิดา คุณพลิน. (2550). **การบริหารการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของกรุงเทพ
มหานครแบบบูรณาการ**. ดุษฎีนิพนธ์ ปร.ด., มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2547). **แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2547-2551)**. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- ยุพาพร รุ่งงาม. (2545). **การมีส่วนร่วมของข้าราชการสำนักงบประมาณ ในการปฏิรูประบบ
ราชการ**. ภาคนิพนธ์ ศศ.ม., สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ยุวดี นิรันดร์ตระกูล. (2538). Eco-Tourism: การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. **จุลสารการท่องเที่ยว**.
14(3): 53-55.
- รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์. (2556). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อำเภอบัว จังหวัดน่าน**.
วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน, ปีที่ 6(1), 61-80.
- รัตติยา คีตานนท์. (2549). **การเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัด
สมุทรสงครามภายใต้การมีส่วนร่วมของภาครัฐและประชาชน**. วิทยานิพนธ์ วท.ม,
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- รัศมี อ่อนปรีดา. (2558). **การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดราชบุรีและ
สมุทรสงคราม**. ดุษฎีนิพนธ์ ปร.ด, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรม
ราชูปถัมภ์, กรุงเทพฯ.
- จำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2543). **เอกสารประกอบการบรรยาย เรื่อง หลักการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวที่ยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- จำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2547). **หลักการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. สืบค้นเมื่อ 25
มกราคม 2559, จาก <http://lib.dct.ac.th/article/tourism/0007.pdf>.

- จำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2549). **เอกสารประกอบการบรรยาย เรื่อง รูปแบบการท่องเที่ยว ในศตวรรษที่ 21 กองส่งเสริมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.**
กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- รุ่งรติศ เมืองสือ. (2560). **แผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ อย่างยั่งยืนในจังหวัดชลบุรี.** ดุษฎีนิพนธ์ ปร.ด, คณะวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา, กรุงเทพมหานคร.
- ล้วน สายยศ. (2539). **เทคนิคการวัดผลการเรียนรู้.** กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- วรรณ วลัยวานิช. (2546). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.
- วรรณ ศิลปอาษา. (2552). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว.**
เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 4).
นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วศิน อิงคพัฒนากุล. (2548). **การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรม.**
นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์, กฤษณา สุวรรณภักดี, พรพรรณ ปริญาชนกุล, วลีพร ธนาธิคม และ
พรทิพย์ นุกูลโอภาส. (2548). **การวางแผนกลยุทธ์ ศิลปะการกำหนดแผนองค์การ**
สู่ความเป็นเลิศ (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาดิน. (2531). **การพัฒนาชนบทไทย.** กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.
- วินิจ วีรยางกุล. (2532). **การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศรัณญา เลิศมนไพโรจน์. (2550). **การศึกษาความต้องการของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว**
เนือหารายวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์ วท.ม., จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริม เทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา, อรทัย เลิศวรรณวิทย์, ปริญา ลักขิตานนท์,
องอาจ ปทะวานิช และจิระวัฒน์ อนุชชานนท์. (2541). **การบริหารการตลาด**
ยุคสมัยใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศุภชาติ เอี่ยมรัตน์กุล. (2557). **หลักการตลาด.** กรุงเทพฯ: แสงดาว.

- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2542). **การคิดดำเนินการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. รายงานการวิจัย, ศูนย์บริการวิชาการ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, กรุงเทพฯ.
- สมชาติ คู่อั้น. (2552). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการวางแผน**. นครปฐม: ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). **นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สรชัย พิศาลบุตร. (2550). **การสร้างและประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถาม**. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- สรศักดิ์ แห่งสภา. (2545). **ราตรีประดับดาวที่หัวหิน** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สารคดี.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2515). **การพัฒนาชุมชน** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.
- สารานุกรมเสรี. (12 พฤษภาคม 2561). **องค์การบริหารส่วนตำบลบึงนคร**. สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2561. จาก www.wikipedia.org.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (14 มีนาคม 2561). **จำนวนนักท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**. สืบค้นวันที่ 20 ตุลาคม 2561. จาก www.nso.go.th.
- สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว. (2546). **โครงการศึกษาสำรวจและวางแผนแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา**. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สิริพรรณ สุพรรณพงศ์. (2549). **การวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้วยแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดภูเก็ต**. สารนิพนธ์ วท.ม., บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพฯ.
- สุกัญญา ไชยภาสี. (2551). **เที่ยวหัวหินถิ่นผู้ดี : 100 ปีเมืองตากอากาศสยาม**. สมุทรปราการ: ดีไรท์.
- สุชน อินทเสมอ. (2554). **ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์กรณีศึกษาตำบลปากน้ำปราณ**. ดุษฎีนิพนธ์ ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, กรุงเทพมหานคร.
- สุถี เสริฐศรี. (2557). **แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโคกนอ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

- สุนีย์ วรรณชนโกมล และธานีรินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อการจัดการ
ธุรกิจ. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 5(1), 53-63.
- สุภาวงศ์ จันทวานิช. (2554). การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 10).
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรเชษฐ์ เชษฐมาส. (2539). การบริหารจัดการพื้นที่อนุรักษ์ และการอนุรักษ์ความหลากหลาย
ทางชีวภาพ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุรวิรัตน์ เตชะทวิวรรณ. (2545). เอกสารประกอบการสอน “พฤติกรรมนักท่องเที่ยว”.
ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542ก). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและ
ไซเท็กซ์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542ข). กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ: ดวงกลม
สมัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2556). เอกสารประกอบการบรรยาย เรื่อง การท่องเที่ยวบนพื้นฐานของ
ทรัพยากร. กรุงเทพฯ: กู้ด คอมมิวนิเคชั่น.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2558). เอกสารประกอบการบรรยาย เรื่อง แม่สอด เมืองเป้าหมาย.
กรุงเทพฯ: กู้ด คอมมิวนิเคชั่น.
- อดิศักดิ์ สมแสน. (2558). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ตามแนวปรัชญาของ
เศรษฐกิจพอเพียง ในเขตพื้นที่ปกครองพิเศษ (เมืองพัทยา). ดุษฎีบัณฑิต ปร.ด.,
มหาวิทยาลัยปทุมธานี, ปทุมธานี.
- อธิภัทร สายนาค. (2543). การศึกษาเจตคติการจัดกิจกรรมเคลื่อนไหวและจังหวะของครูที่
ใช้คู่มือการประเมินการปฏิบัติการสอน. วิทยานิพนธ์ กศ.ม., มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒน์กิจ. (2548). จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพฯ :
เพรส แอนด์ ดีไซน์
- อภรณ์พันธ์ จันทร์สว่าง. 2535. แนวทางการควบคุมการทำและการสอบวิทยานิพนธ์.
เอกสารประกอบการสัมมนาทางวิชาการเรื่อง แนวทางการพัฒนาการเรียนการ
สอนระดับบัณฑิตศึกษา, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- อุษาวดี พลพิพัฒน์. (2545). การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดย
ชุมชนในประเทศไทย. *จุลสารการท่องเที่ยว*, (ตุลาคม- ธันวาคม), 21(4), 38-48.
- เอกชัย บุญยาภิธาน. (2553). คู่มือวิเคราะห์ SWOT อย่างมืออาชีพ. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.

- เอมอร หนูทับ. (29 กรกฎาคม 2558). **แผนยุทธศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. (2560–2563) บริหารยุทธศาสตร์แนวทางการพัฒนามหาวิทยาลัย พ.ศ. 2558**. สืบค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2561 จาก www.osm.chula.ac.th.
- เอี่ยมพร หลินเจริญ. (2554). เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ. **วารสารการวัดผล การศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**, 17(1), 17–29.
- ไอยเรศ ลีลับ. (2554). **การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. เอกสารการสนช ชุติวิชาการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมมาธิราช.
- Bowie, D. and Buttle, F. (2006). **Hospitality Marketing: An Introduction (6th ed.)**. London: Oxford.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. **Tourism Management**, 21 (1), 97–116.
- Burges. H.F. (1993). **Small Business management fundamentals**. New York: McGraw–Hill.
- Certo, S. C. (1987). **Tactic for Leadership**. New Jersey: Prentice–Hall.
- Choi, H. C. and Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. **Tourism Management**, 27(6), 1274–1289.
- Cohen, B. J. (1979). **Introduction to Sociology**. New York : Mc Graw–Hill.
- Conaghan, A., Hanrahan, J. and McLoughlin, E. (2015). The Sustainable Management of a Tourism Destination in Ireland : A Focus on Country Clare. **Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR) An International Journal of Akdeniz University Tourism Faculty**, Vol 3(1), p.62–87.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. and Wanhill, S. (2012). **Tourism: Principles and Practice (3rd ed)**. Harlow: Pearson Education Ltd.
- Coros, M.M., Gica, O. A., Yallop, A. C. and Moisescu, O. I. (2017). Innovative and sustainable tourism strategies: A viable alternative for Romania’s economic development. **Worldwide Hospitality and Tourism Themes**, Vol. 9(5), 504–515.
- Devise, R.L. (1984). **Retail and commercial Planing**. London: Croom Helm.
- Dickman, S. (1996). **Tourism: An introductory (text 2^{ed})**. Sydney: Hodder Education.
- Genc, R. (2014). Sustainable Strategies for Destination Management. **Acta Universitatis Danudius. Economica**, Vol 10(3), 91–101.

- Getz, A. (1992). **Published in Strategy and Leadership**. Executive Work shop: San Joes. U.S.A.
- Kerin, R.A., Berkowitz, E.N., Hartley, S.W, and Rudelius, W. (2003). **Marketing** (7th ed.) Singapore: McGraw–Hill. Inc.
- Kerin, R.A., Hartley, S.W., Berkowitz, E.N. and Rudelius, W. (2008) **Marketing**. Beijing: Posts and Telecom Press.
- Kotler, P. (2000). **Marketing Management**. The Millennium edition. New Jersey: Prentic–Hall.
- Kotler, P., Bowen, J. T., and Makens, J. (2010). **Marketing for Hospitality and Tourism** (5th ed.) New Jersey: Prentice–Hall.
- Middleton, V. (1994). **Marketing in travel and tourism**. London: Butterworth–Heinemann.
- Mill, R. C. (1990). **Tourism : The International Business**. New Jersey: Prentic Hall.
- Miocic, B.K., Razovic, M. and Klarin, T. (2016). Management of Sustainable Tourism Destination through Stakeholder cooperation. **Management**, 21, 99–120.
- Pelasol, R.J., Tayoba, M., Mondero, E., Jugado, K. and Lahaylahay, C. (2012). Igcabugao : A Potential Tourist Destination in the Southern Part of Iloilo,Philippines.
- International Peer Reviewed Journal JPAIR Multidisciplinary Research is being certified for QMS ISO 9001: 2008 by the Anglo Japanese American Registrars of the United Kingdom.**
- Pickle, H. B., Abrahamson, R.L. (1990). **Modeling covariance and latent variables using EQS**. London: Chapman and Hall.
- Pike, S. D. (2008). **Destination Marketing : an integrated marketing communication approach**. Burlington. MA: Butterworth–Heinmann.
- Perrault, W.D., Dorden, D.K. And Dorden, W.R. (1979). A Psychological Classification of Vacation Life–styles. **Journal of Leisure Research**. 9. 208–224.
- Weaver, D. B. (2006). **Sustainable Tourism: Theory and Practice**. Elsevier : Butterworth–Heinemann.
- Porter, M.E. (1980). **The Competition Advantage**. New York: Free Press.
- Pond, E. L. (1993). **The professional guide – The traveler**. New York: John Wiley and Sons.

- Schiffman, L.G. and Leslie, L.K. (1994). **Consumer Behavior** (5th ed.). New Jersey: Prentice–Hall.
- Shirley, L. (1992). **My travels around the world**. Newton Aycliffe, UK: Heinemann.
- Simon, H. A. (1960). **Administrative Behavior**. New York: The McMillen Company.
- South Australian Tourism Commission. (2007). **Design for Sustainable Tourism Development**. Retrieve August 16, 2010, from <http://tourism.sa.gov.au/tourism>.
- Stevens, L. (1985). **Guide to starting and operating a successful travel agency**. Wheaton: Delmar.
- Swarbrooke, J. and Horner, S. (1999). **Consumer Behavior in Tourism**. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Swarbrooke, J. (2005). **Sustainable Tourism Management** (5th ed). King's Lynn: Biddles.
- Swarbrooke, J. and Horner, S. (2007). **Consumer Behavior in Tourism** (2nd ed), Butterworth–Heinemann: Oxford.
- UNWTO. (1997). **Tourism 2020 Vision**. Madrid: UNWTO.
- Vroom, V.H. (1970). **Work and Motivation**. New York: John Willey & son.
- Weaver, D. (2006). **Sustainable Tourism: Theory and Practice**. Burlington: Elsevier.
- WHO/UNICEF. (1978). **Report of the International Conference on Primary Health Care**. Alma–Ata: USSR 6–12 September. Geneva: WHO.
- WTO. (1996). **What Tourism Managers Need to Know: A Practical Guide to the Development and Use of Indicators of Sustainable Tourism**. Retrieve July 23. from https://www.wto.org/english/news_e/pres96_e/anrep.htm.
- WTO. (2004). **Replies to Questionnaire on Import Licensing Procedures**. G/LIC/N/3/ISL/34. 28 October, 2004.



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย สำหรับนักท่องเที่ยว



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย สำหรับนักท่องเที่ยว

เรื่อง ยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษายุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่าน ได้กรุณาตอบแบบสอบถาม เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้ไปเป็นประโยชน์ในการเสนอแนะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมาย ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่อไป แบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อบัณฑิตช่วยส่วนประสมการตลาด (7 P's) ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้ด้วยความตั้งใจ และครบทุกประเด็น

นางสาวธนิชชา ชัยชัชวาลประทีป

นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว

วิทยาลัยการจัดการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา



แบบสอบถาม

เรื่อง ยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด
(เลือกตอบเพียง 1 ตัวเลือก)

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ ปี

3. สถานภาพ

โสด สมรส
 หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ อื่น ๆ

4. ระดับการศึกษา

มัธยมศึกษา ปริญญาตรี
 สูงกว่าระดับปริญญาตรี อื่น ๆ

5. อาชีพ

นักเรียน/นักศึกษา พนักงานเอกชน
 ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง อื่น ๆ

6. รายได้/เดือน

ต่ำกว่า 15,000 บาท 15,001-20,000 บาท
 20,001-25,000 บาท 25,001-30,000 บาท
 30,001-35,000 บาท 35,001-40,000 บาท
 มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อศึกษาวัฒนธรรม

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิต/ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น | <input type="checkbox"/> เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน |
| <input type="checkbox"/> เพื่อหาประสบการณ์/ความรู้ | <input type="checkbox"/> เพื่อประกอบธุรกิจ/ปฏิบัติงาน |
| <input type="checkbox"/> มาเที่ยวซ้ำ เพราะชื่นชอบ | <input type="checkbox"/> บังเอิญผ่านมา/มาแบบไม่ได้ตั้งใจ |
| <input type="checkbox"/> เป็นเส้นทางผ่านไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น | |

2. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> เดินทางตามลำพัง | <input type="checkbox"/> เดินทางกับกลุ่มเพื่อน |
| <input type="checkbox"/> เดินทางกับครอบครัว | <input type="checkbox"/> เดินทางกับคนรัก |
| <input type="checkbox"/> เดินทางกับบริษัท หรือหน่วยงาน | |

3. จำนวนสมาชิกในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

- | | |
|--------------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 คน | <input type="checkbox"/> 2 คน |
| <input type="checkbox"/> 3 คน | <input type="checkbox"/> 4 คน |
| <input type="checkbox"/> 5 คน ขึ้นไป | |

4. ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> วันจันทร์-ศุกร์ | <input type="checkbox"/> วันเสาร์-อาทิตย์ |
| <input type="checkbox"/> วันหยุดเทศกาลต่าง ๆ | <input type="checkbox"/> วันหยุดช่วงปิดภาคเรียน |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ | |

5. ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

- | | |
|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ทุกเดือน | <input type="checkbox"/> 1 ครั้ง/ปี |
| <input type="checkbox"/> 2 ครั้ง/ปี | <input type="checkbox"/> 3 ครั้ง/ปี |
| <input type="checkbox"/> 4 ครั้งขึ้นไป/ปี | |

6. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 500 บาท | <input type="checkbox"/> 500 – 1,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 1,001 – 1,500 บาท | <input type="checkbox"/> 1,501 – 2,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 2,000 บาท | |

7. ท่านรู้จักอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์จากช่องทางใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|--|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> สื่อโทรทัศน์/วิทยุ | <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ | <input type="checkbox"/> วารสาร/นิตยสาร |
| <input type="checkbox"/> ไปสเตอร์/แผ่นพับ/ใบปลิว | <input type="checkbox"/> เว็บไซต์ | <input type="checkbox"/> ป้ายประชาสัมพันธ์ |
| <input type="checkbox"/> โซเชียลเน็ตเวิร์ค | <input type="checkbox"/> การบอกต่อ | <input type="checkbox"/> การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย |

8. สถานที่ท่องเที่ยวที่ท่านชื่นชอบในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|--------------------------------------|--|---|
| <input type="checkbox"/> ตลาดโต้รุ่ง | <input type="checkbox"/> เพลินวาน | <input type="checkbox"/> ตลาดฉัตรไชย |
| <input type="checkbox"/> ตลาดซีเคต้า | <input type="checkbox"/> สถานีรถไฟหัวหิน | <input type="checkbox"/> หาดหัวหิน |
| <input type="checkbox"/> เขาตะเกียบ | <input type="checkbox"/> เขาไกรลาศ | <input type="checkbox"/> อุทยานราชภักดี |

- | | | |
|---------------------------------------|---|--|
| <input type="checkbox"/> หาดเขาเต่า | <input type="checkbox"/> หาดสวนสนประดิพัทธ์ | <input type="checkbox"/> เขาหินเหล็กไฟ |
| <input type="checkbox"/> วัดห้วยมงคล | <input type="checkbox"/> น้ำตกป่าละอู | <input type="checkbox"/> ถ้ำดาว |
| <input type="checkbox"/> ถ้ำลับแล | <input type="checkbox"/> ถ้ำไก่อหล่ง | <input type="checkbox"/> น้ำตกแพรงตะคร้อ |
| <input type="checkbox"/> น้ำตกห้วยยาง | <input type="checkbox"/> ถ้ำกุ่ม | |

9. กิจกรรมที่ท่านชื่นชอบในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> เดินตลาดกลางคืน | <input type="checkbox"/> ชิมอาหารร้านขึ้นชื่อ |
| <input type="checkbox"/> ท่องเที่ยววิถีชีวิตทะเลหริ่งป่าละอู ป่าละอู | <input type="checkbox"/> กิจกรรมชายหาด |
| <input type="checkbox"/> ลักการะหลวงปู่ทวด วัดห้วยมงคล | <input type="checkbox"/> การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ |
| <input type="checkbox"/> เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ | <input type="checkbox"/> การเที่ยวชมในความสนใจพิเศษ |
- เช่น เทศกาลดนตรี การแข่งขันกีฬา

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7 P's) ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ตัวเลือก)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's)	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)					
1. แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย					
2. กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายและน่าสนใจ					
3. มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมืองที่หลากหลาย และที่เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น					
4. แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ					
ด้านราคาใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (Price)					
1. การกำหนดราคาของกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความเหมาะสม มีความยุติธรรม ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบ					
2. การกำหนดราคาค่าอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม					
3. การกำหนดราคาที่พักมีความเหมาะสม					
4. ราคาของฝากและของที่ระลึกมีความเหมาะสม					
5. ภาพรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินมีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
1. สามารถค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ของแหล่งท่องเที่ยวได้					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's)	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
2. มีวิธีการจองที่พักที่สะดวก รวดเร็ว และหลากหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสาร อินเทอร์เน็ต การจองผ่านผู้ให้บริการอื่น ๆ					
3. มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ให้บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว					
4. มีป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจน					
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
1. การให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสม					
2. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างแพร่หลาย ต่อเนื่อง และทั่วถึง					
3. มีการจัดงานเทศกาลต่าง ๆ ที่หลากหลายและน่าสนใจ					
4. มีการส่งเสริมการขายหลายรูปแบบ เช่น ส่วนลด/แพ็คเกจทางการท่องเที่ยว					
ด้านบุคลากร (People)					
1. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้ม แจ่มใส และเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว					
2. เจ้าหน้าที่มีความรอบรู้ และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี					
3. เจ้าหน้าที่/ผู้ให้บริการมีความเพียงพอต่อการให้บริการ					
4. ผู้ให้บริการมีจิตบริการที่ดี					
5. ประชาชนในพื้นที่ ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัยไมตรี และมิตรภาพ					
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)					
1. มาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเพียงพอ					
2. ความรวดเร็วในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ					
4. การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม					
5. การจัดเส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะสม					
6. ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว					
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)					
1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก					
2. ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่สะดวกและเพียงพอ เช่น การให้บริการรถโดยสารสาธารณะ					
3. ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว					
4. แผนที่และป้ายที่แสดงเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว					
5. ระบบการจัดการขยะและการดูแลสภาพแวดล้อมโดยรวม					

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมือง
เป้าหมาย ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเสียสละเวลาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้





ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์

ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย สำหรับหน่วยงานภาครัฐ



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย สำหรับหน่วยงานภาครัฐ

เรื่อง ยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ เป็นเครื่องมือประกอบการศึกษาวิจัยของนิสิตระดับปริญญาเอก ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของคณาจารย์ที่ปรึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อหาแนวทางความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่าน ได้กรุณาตอบแบบสัมภาษณ์ เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้ไปเป็นประโยชน์ในการเสนอแนะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่อไป โดยแบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 นโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน

ส่วนที่ 3 นโยบายด้านความร่วมมือ

ส่วนที่ 4 นโยบายในการดำรงรักษาเมืองหัวหินให้เป็นเมืองเป้าหมาย

ส่วนที่ 5 มุมมองต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน

ส่วนที่ 6 นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์ในการให้สัมภาษณ์ และขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านอย่างสูง ณ ที่นี้

ขอแสดงความนับถือ

นางสาวธนิชชา ชัยชัชวาลประทีป

นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว

วิทยาลัยการจัดการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา

วัน / เดือน / ปี ที่ให้สัมภาษณ์.....เวลา.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อ-นามสกุล.....
2. สถานที่ติดต่อ.....
3. โทรศัพท์.....
4. ระดับการศึกษา.....
5. อาชีพ/ตำแหน่ง.....

ตอนที่ 2 นโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน

1. ท่านมีนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหินในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืนได้อย่างไร

- ด้านเศรษฐกิจ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- ด้านสังคม

.....

.....

.....

.....

.....

- ด้านวัฒนธรรม

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 5 มุมมองต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน

1. โอกาสการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหินเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. อุปสรรคการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหินเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 6 นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1. ท่านมีนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินอย่างไรทั้งในปัจจุบันและอนาคต

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างสูงในความอนุเคราะห์ที่ท่านให้สัมภาษณ์

ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย สำหรับหน่วยงานภาคเอกชน



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย สำหรับหน่วยงานภาคเอกชน

เรื่อง ยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ เป็นเครื่องมือประกอบการศึกษาวิจัยของนิสิตระดับปริญญาเอก ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของคณาจารย์ที่ปรึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อหาแนวทางการร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่าน ได้กรุณาตอบแบบสัมภาษณ์ เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้ออกไปเป็นประโยชน์ในการเสนอแนะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่อไป โดยแบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว 6 A's ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ส่วนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนของอำเภอหัวหิน

ส่วนที่ 4 แนวทางการดำรงรักษาเมืองหัวหินให้เป็นเมืองเป้าหมาย

ส่วนที่ 5 ประเด็นการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินที่ควรได้รับการส่งเสริมหรือพัฒนา

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์ในการให้สัมภาษณ์ และขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านอย่างสูง ณ ที่นี้

ขอแสดงความนับถือ

นางสาวธนัชชา ชัยชัชวาลประทีป

นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว

วิทยาลัยการจัดการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา

วัน / เดือน / ปี ที่ให้สัมภาษณ์.....เวลา.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อ-นามสกุล.....
2. สถานที่ติดต่อ.....
3. โทรศัพท์.....
4. ระดับการศึกษา.....
5. อาชีพ/ตำแหน่ง.....

ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว 6 A's ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1. ท่านคิดว่าอำเภอหัวหินมีความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวอย่างไรและมีจุดใดที่ควรพัฒนา

.....

.....

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกด้านการคมนาคมในอำเภอหัวหินเป็นอย่างไรบ้างและมีจุดใดที่ควรพัฒนา

.....

.....

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่าสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินมีเพียงพอหรือไม่หรือควรพัฒนาอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่าระบบสาธารณูปโภคเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ชัดจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินเพียงพอหรือไม่ มีจุดใดควรพัฒนา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5. ท่านคิดว่าที่พักของอำเภอหัวหินมีเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวหรือไม่ และควรมีการพัฒนาในด้านใดบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

6. ท่านคิดว่าอำเภอหัวหินมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวใดบ้างที่น่าสนใจและควรมีเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนของอำเภอหัวหิน

1. ท่านคิดว่ามีแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินเพื่อความยั่งยืนอย่างไร
 - ด้านเศรษฐกิจ

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 4 แนวทางการดำรงรักษาเมืองหัวหินให้เป็นเมืองเป้าหมาย

1. ท่านมีแนวทางการจัดการให้เมืองหัวหินเป็นเมืองเป้าหมาย ที่คนอยากเดินทางมามากที่สุด และรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายเอาไว้ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

2. ท่านมีแนวทางการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวบนพื้นฐานของทรัพยากรของอำเภอหัวหินอย่างไรเพื่อให้อำเภอหัวหินยังเป็นเมืองเป้าหมาย

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 5 ประเด็นการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินที่ควรได้รับการส่งเสริมหรือพัฒนา

1. การมีส่วนร่วมของภาครัฐ เอกชนและชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

.....

.....

2. ท่านต้องการการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

3. ท่านคาดการณ์ว่าธุรกิจการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน ในอนาคตจะเป็นเช่นไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างสูงในความอนุเคราะห์ที่ท่านให้สัมภาษณ์



ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย สำหรับนักวิชาการ



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย สำหรับนักวิชาการ

เรื่อง ยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ เป็นเครื่องมือประกอบการศึกษาวิจัยของนิสิตระดับปริญญาเอก ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของคณาจารย์ที่ปรึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อหาแนวทางความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่าน ได้กรุณาตอบแบบสัมภาษณ์ เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้ไปเป็นประโยชน์ในการเสนอแนะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่อไป โดยแบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอก

ส่วนที่ 3 มุมมองการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6 A's

ส่วนที่ 4 กลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ส่วนที่ 5 มุมมองการดำรงรักษาเมืองหัวหินให้เป็นเมืองเป้าหมาย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์ในการให้สัมภาษณ์ และขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านอย่างสูง ณ ที่นี้

ขอแสดงความนับถือ

นางสาวธนัชชา ชัยชัชวาลประทีป

นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว

วิทยาลัยการจัดการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา

วัน / เดือน / ปี ที่ให้สัมภาษณ์.....เวลา.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อ-นามสกุล.....
2. สถานที่ติดต่อ.....
3. โทรศัพท์.....
4. ระดับการศึกษา.....
5. อาชีพ/ตำแหน่ง.....

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกทางด้านการท่องเที่ยวของ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ SWOT Analysis

1. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินในปัจจุบันเป็นอย่างไร สิ่งที่ท่านคิดว่าเป็นจุดแข็ง (Strength) ทางด้านการท่องเที่ยวมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าจากการที่อำเภอหัวหินเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวและมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทำให้เกิด ผลกระทบด้านใดบ้าง และจุดอ่อน (Weakness) ของการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินได้แก่ด้านใดบ้าง

.....

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่าปัจจัยใดเป็นโอกาส (Opportunity) ที่ทำให้อำเภอหัวหินเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง

.....

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่าอะไรที่เป็น อุปสรรค (Threat) หรือเงื่อนไขทางการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินที่เราไม่สามารถควบคุมได้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 มุมมองการพัฒนาการท่องเที่ยว 6 A's

1. ท่านมีมุมมองในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ในอำเภอหัวหินอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ของอำเภอหัวหินเป็นเช่นไร สะดวกรวดเร็วหรือไม่

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่าสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) ของอำเภอหัวหิน มีเพียงพอหรือไม่ หรือยังขาดสิ่งใดอยู่

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่าบริการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary service) ของอำเภอหัวหินมีความพร้อมมากน้อยเพียงใด และควรพัฒนาจุดใด

.....

.....

.....

.....

5. ท่านคิดว่าที่พัก (Accommodation) ของอำเภอหัวหินมีเพียงพอหรือไม่ และควรพัฒนาจุดใด

.....

.....

.....

.....

6. ท่านคิดว่ากิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) ของอำเภอหัวหินควรจะเป็นไปในลักษณะใดเพื่อที่จะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 4 กลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน

1. ท่านมีกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืนได้อย่างไร

- ด้านเศรษฐกิจ

.....

.....

.....

.....

- ด้านสังคม

.....

.....

.....

.....

.....

- ด้านวัฒนธรรม

.....

.....

.....

.....

.....

- ด้านสิ่งแวดล้อม

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 5 มุมมองเกี่ยวกับแนวทางการดำรงรักษาเมืองหัวหินให้เป็นเมืองเป้าหมาย

1. ท่านมีแนวคิดการจัดการให้เมืองหัวหินเป็นเมืองเป้าหมาย และรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายเอาไว้ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

2. ท่านมีแนวคิดการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวบนพื้นฐานของทรัพยากรของอำเภอหัวหิน
อย่างไรเพื่อให้อำเภอหัวหินยังเป็นเมืองเป้าหมาย

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างสูงในความอนุเคราะห์ที่ท่านให้สัมภาษณ์



ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย สำหรับเจ้าหน้าที่ภาครัฐ



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย สำหรับเจ้าหน้าที่ภาครัฐ

เรื่อง ยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ เป็นเครื่องมือประกอบการศึกษาวิจัยของนิสิตระดับปริญญาเอก ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของคณาจารย์ที่ปรึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อหาแนวทางการร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่าน ได้กรุณาตอบแบบสัมภาษณ์ เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้ไปเป็นประโยชน์ในการเสนอแนะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่อไป โดยแบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว 6 A's

ส่วนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน

ส่วนที่ 4 แนวทางความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน

ส่วนที่ 5 แนวทางการดำรงรักษาเมืองหัวหินให้เป็นเมืองเป้าหมาย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์ในการให้สัมภาษณ์ และขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านอย่างสูง ณ ที่นี้

ขอแสดงความนับถือ

นางสาวธนัชชา ชัยชัชวาลประทีป

นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว

วิทยาลัยการจัดการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา

6. ท่านคิดว่าอำเภอหัวหินมีกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างไรและควรมีกิจกรรมใดเพิ่มเติมหรือไม่

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอหัวหิน

1. ท่านคิดว่ามีแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหินในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืนได้อย่างไร

- ด้านเศรษฐกิจ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- ด้านสังคม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- ด้านวัฒนธรรม

.....

.....

.....

.....

2. ทางภาครัฐ มีการจัดกิจกรรมใดบ้างที่ร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 5 แนวทางการดำรงรักษาเมืองหัวหินให้เป็นเมืองเป้าหมาย

1. ท่านมีแนวทางการจัดการให้เมืองหัวหินเป็นเมืองเป้าหมาย ที่คนอยากเดินทางมามากที่สุด และรักษาความเป็นเมืองเป้าหมายเอาไว้ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ท่านมีแนวทางการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวบนพื้นฐานของทรัพยากรของอำเภอหัวหินอย่างไรเพื่อให้อำเภอหัวหินยังเป็นเมืองเป้าหมาย

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างสูงในความอนุเคราะห์ที่ท่านให้สัมภาษณ์



ภาคผนวก ค
การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่



ตาราง 1 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
ที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

พฤติกรรม ท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว		ต่ำกว่า 20 ปี	อายุ 20-29 ปี	อายุ 30-39 ปี	อายุ 40-49 ปี	อายุ 50 ปี ขึ้นไป
ลักษณะการเดินทาง มาท่องเที่ยว	\bar{X}	2.254	2.420	3.126	2.888	3.777
1) ต่ำกว่า 20 ปี	2.254	-	.16531	.87196*	.63399*	1.52288*
2) อายุ 20-29 ปี	2.420		-	.70665*	.46868*	1.35757*
3) อายุ 30-39 ปี	3.126			-	.23796	.65091*
4) อายุ 40-49 ปี	2.888				-	.88889*
5) อายุ 50 ปี ขึ้นไป	3.777					-
จำนวนสมาชิกในการ เดินทางมาท่องเที่ยว	\bar{X}	3.313	3.377	3.462	3.222	2.222
1) ต่ำกว่า 20 ปี	3.313	-	.06393	-.14896	.09150	1.09150*
2) อายุ 20-29 ปี	3.377		-	-.08503	.15544	1.15544*
3) อายุ 30-39 ปี	3.462			-	.24046	1.24046*
4) อายุ 40-49 ปี	3.222				-	1.00000*
5) อายุ 50 ปี ขึ้นไป	2.222					-
ช่วงเวลาในการเดินทาง มาท่องเที่ยว	\bar{X}	1.509	2.058	2.753	2.833	2.555
1) ต่ำกว่า 20 ปี	1.509	-	.54871*	1.24393*	1.32353*	1.04575*
2) อายุ 20-29 ปี	2.058		-	.69522*	.77482*	.49704*
3) อายุ 30-39 ปี	2.753			-	.07960	.19818
4) อายุ 40-49 ปี	2.833				-	.27778
5) อายุ 50 ปี ขึ้นไป	2.555					-
ความถี่ในการเดินทาง มาท่องเที่ยว	\bar{X}	1.705	2.627	3.828	2.833	3.111
1) ต่ำกว่า 20 ปี	1.705	-	.92178*	2.12248*	1.12745*	1.40523*
2) อายุ 20-29 ปี	2.627		-	1.20070*	.20567	.48345
3) อายุ 30-39 ปี	3.828			-	.99502*	.71725
4) อายุ 40-49 ปี	2.833				-	.27778
5) อายุ 50 ปี ขึ้นไป	3.111					-

ตาราง 1 (ต่อ)

พฤติกรรมการ ท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว		ต่ำกว่า 20 ปี	อายุ 20-29 ปี	อายุ 30-39 ปี	อายุ 40-49 ปี	อายุ 50 ปี ขึ้นไป
ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ในการเดินทาง	\bar{X}	1.941	2.303	2.738	3.777	4.000
1) ต่ำกว่า 20 ปี	1.941	-	.36202*	.79763*	1.83660*	2.05882*
2) อายุ 20-29 ปี	2.303		-	.43561*	1.47459*	1.69681*
3) อายุ 30-39 ปี	2.738			-	1.03897*	1.26119*
4) อายุ 40-49 ปี	3.777				-	.22222
5) อายุ 50 ปี ขึ้นไป	4.000					-

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 2 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่
ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	\bar{X}	2.279	3.204	2.500
1) โสด	2.279	-	.92527*	.22072
2) สมรส	3.204		-	.70455
3) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	2.500			-
ช่วงเวลาในการเดินทางมา ท่องเที่ยว	\bar{X}	1.882	2.750	2.500
1) โสด	1.882	-	.86712*	.61712
2) สมรส	2.750		-	.25000
3) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	2.500			-
ความถี่ในการเดินทางมา ท่องเที่ยว	\bar{X}	2.279	3.744	4.000
1) โสด	2.279	-	1.46504*	1.72072
2) สมรส	3.744		-	.25568
3) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.000			-
ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทาง	\bar{X}	2.220	2.863	3.000
1) โสด	2.220	-	.64292*	.77928
2) สมรส	2.863		-	.13636
3) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.000			-

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 3 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
ที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา
เป็นรายคู่

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว		ระดับ มัธยมศึกษา	ระดับ ปริญญาตรี	สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี
ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	\bar{X}	2.340	2.795	2.769
1) ระดับมัธยมศึกษา	2.340	-	.45480*	.42881
2) ระดับปริญญาตรี	2.795		-	.02599
3) สูงกว่าระดับปริญญาตรี	2.769			-
ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว	\bar{X}	1.638	2.460	2.461
1) ระดับมัธยมศึกษา	1.638	-	.82245*	.82324*
2) ระดับปริญญาตรี	2.460		-	.00079
3) สูงกว่าระดับปริญญาตรี	2.461			-
ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	\bar{X}	1.989	3.228	3.076
1) ระดับมัธยมศึกษา	1.989	-	1.23931*	1.08756*
2) ระดับปริญญาตรี	3.228		-	.15175
3) สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.076			-
ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทาง	\bar{X}	1.936	2.631	3.846
1) ระดับมัธยมศึกษา	1.936	-	.69523*	1.90998*
2) ระดับปริญญาตรี	2.631		-	1.21475*
3) สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.846			-

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

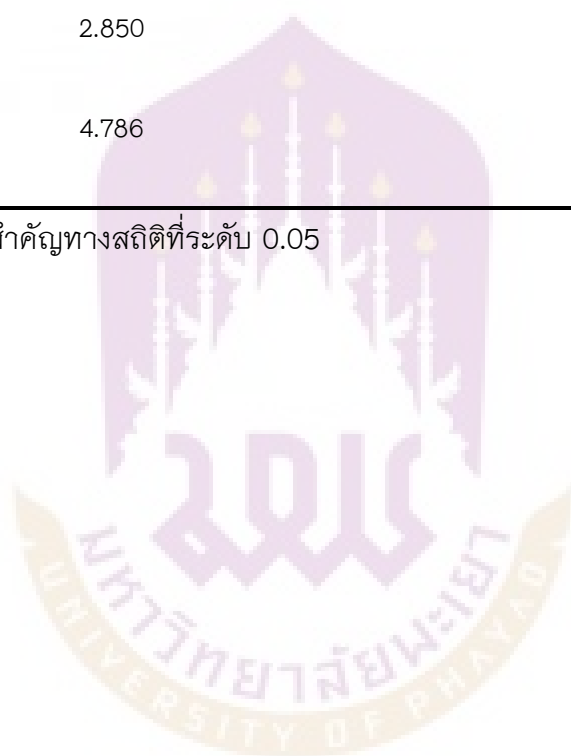
ตาราง 4 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
ที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

พฤติกรรม การท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว		นักเรียน นักศึกษา	พนักงาน เอกชน	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว/ รับจ้าง
ลักษณะการเดินทาง มาท่องเที่ยว	\bar{X}	2.113	3.144	3.228	3.600	2.360
1) นักเรียน/นักศึกษา	2.113	-	1.03129*	1.11494*	1.48636*	.24636*
2) พนักงานเอกชน	3.144		-	.098364	.45507*	.78493*
3) ข้าราชการ	3.228			-	.37143	.86857*
4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.600				-	1.24000*
5) ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	2.360					-
ช่วงเวลาในการ เดินทางมาท่องเที่ยว	\bar{X}	1.765	2.789	2.800	2.800	1.800
1) นักเรียน/นักศึกษา	1.765	-	1.02470*	1.03485*	1.03485*	.03485
2) พนักงานเอกชน	2.789		-	.01014	.01014	.98986*
3) ข้าราชการ	2.800			-	.00000	1.00000*
4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.800				-	1.0000*
5) ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	1.800					
ความถี่ในการเดินทาง มาท่องเที่ยว	\bar{X}	1.863	3.789	3.657	3.900	2.640
1) นักเรียน/นักศึกษา	1.863	-	1.92622*	1.79351*	2.0363*	.77636*
2) พนักงานเอกชน	3.789		-	.13271	.11014	1.14986*
3) ข้าราชการ	3.657			-	.24286	2.01714*
4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.900				-	1.26000*
5) ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	2.640					-
ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ในการเดินทาง	\bar{X}	2.007	2.702	3.142	3.500	2.466
1) นักเรียน/นักศึกษา	2.007	-	.69532*	1.13528*	1.49242*	.45909*
2) พนักงานเอกชน	2.702		-	.43996*	.79710*	.23623
3) ข้าราชการ	3.142			-	.35714	.67619*
4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.500				-	1.03333*
5) ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง						-

ตาราง 4 (ต่อ)

พฤติกรรม การท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว		นักเรียน นักศึกษา	พนักงาน เอกชน	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว/ รับจ้าง
สื่อที่ทำให้รู้จักอำเภอ หัวหิน	\bar{X}	4.689	4.376	3.914	2.850	4.786
1) นักเรียน/นักศึกษา	4.689	-	.31258	.777511	1.83939*	.09727
2) พนักงานเอกชน	4.376		-	.46253	1.52681*	.40986
3) ข้าราชการ	3.914			-	1.06429	.87268
4) พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	2.850				-	1.93667*
5) ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	4.786					-

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 5 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
ที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน
เป็นรายคู่

พฤติกรรม		ต่ำกว่า	15,001–	20,001–	25,000–	30,00–	35,001–
การท่องเที่ยว		15,000	20,000	25,000	30,000	35,000	40,000
ของนักท่องเที่ยว		บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท
ลักษณะการเดินทาง	\bar{X}	2.198	2.784	3.202	2.925	2.956	3.750
มาท่องเที่ยว							
1) ต่ำกว่า 15,000 บาท	2.198	-	.58585*	1.00375*	.72730*	.75789*	1.55137*
2) 15,000–20,000 บาท	2.784		-	.41790*	1.4144	.17204	.96552*
3) 20,001–25,000 บาท	3.202			-	.27646	.24586	.54762
4) 25,001–30,000บาท	2.925				-	.03060	.82407
5) 30,001–35,000บาท	2.956					-	.79348
6) 35,001–40,000 บาท	3.750						-
ช่วงเวลาในการ	\bar{X}	1.575	2.543	2.845	2.629	2.695	2.500
เดินทางมาท่องเที่ยว							
1) ต่ำกว่า 15,000 บาท	1.575	-	.96776*	1.26990*	1.05429*	1.12031*	.92466*
2) 15,000–20,000 บาท	2.543		-	.30213*	.08653	.15255	.04310
3) 20,001–25,000 บาท	2.845			-	21561	.14959	.34524
4) 25,000–30,000บาท	2.629				-	.06602	.12963
5) 30,001–35,000บาท	2.695					-	.19565
6) 35,001–40,000 บาท	2.500						-
ความถี่ในการเดินทาง	\bar{X}	1.602	3.879	3.809	3.222	3.347	1.250
มาท่องเที่ยว							
1) ต่ำกว่า 15,000 บาท	1.602	-	2.27657*	2.20678*	1.61948*	1.7450*	.35274
2) 15,000–20,000 บาท	3.879		-	.06979	.65709*	.53148	2.62931*
3) 20,001–25,000 บาท	3.809			-	.58730*	.46170	2.55952*
4) 25,001–30,000บาท	3.222				-	.12560	1.97222*
5) 30,001–35,000บาท	3.347					-	2.09783*
6) 35,001–40,000 บาท	1.250						-

ตาราง 5 (ต่อ)

พฤติกรรม	ต่ำกว่า	15,001–	20,001–	25,000–	30,00–	35,001–	
การท่องเที่ยว	15,000	20,000	25,000	30,000	35,000	40,000	
ของนักท่องเที่ยว	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	
ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง	\bar{X}	1.842	2.258	3.226	3.481	3.956	4.000
ในการเดินทาง							
1) ต่ำกว่า 15,000 บาท	1.842	-	.41615*	1.38372*	1.63902*	2.11406*	2.15753*
2) 15,000–20,000 บาท	2.258		-	.96757*	1.22286*	1.69790*	1.74138*
3) 20,001–25,000 บาท	3.226			-	.25529	.73033*	.77381
4) 25,001–30,000บาท	3.481				-	.47504*	.51852
5) 30,001–35,000บาท	3.956					-	.04348
6) 35,001–40,000 บาท							-

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 6 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ
อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

ระดับความพึงพอใจ		ต่ำกว่า	อายุ	อายุ	อายุ	อายุ
ต่อปัจจัยส่วน		20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50 ปี
ประสมการตลาด						ขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	3.890	4.024	4.607	4.385	4.133
1) ต่ำกว่า 20 ปี	3.890	-	.13427*	.71727*	.49869*	.24314
2) อายุ 20-29 ปี	4.024	-	-	.58299*	.36442*	.10887
3) อายุ 30-39 ปี	4.607	-	-	-	.21857*	.47413*
4) อายุ 40-49 ปี	4.385	-	-	-	-	.25556
5) อายุ 50 ปี ขึ้นไป	4.1333	-	-	-	-	-
ด้านราคา	\bar{X}	3.015	3.327	4.456	3.988	2.955
1) ต่ำกว่า 20 ปี	3.015	-	.13427*	.17127*	.49869*	.24314
2) อายุ 20-29 ปี	3.327	-	-	.58299*	.36442*	.10887
3) อายุ 30-39 ปี	4.456	-	-	-	.21857*	.47413*
4) อายุ 40-49 ปี	3.988	-	-	-	-	.25556
5) อายุ 50 ปี ขึ้นไป	2.955	-	-	-	-	-
ด้านช่องทาง	\bar{X}	3.902	4.001	4.586	4.533	3.888
การจัดจำหน่าย						
1) ต่ำกว่า 20 ปี	3.902	-	.09910	.68461*	.63137*	.01307
2) อายุ 20-29 ปี	4.001	-	-	.58550*	.53227*	.11217
3) อายุ 30-39 ปี	4.586	-	-	-	.05323	.69768*
4) อายุ 40-49 ปี	4.533	-	-	-	-	.64444*
5) อายุ 50 ปี ขึ้นไป	3.888	-	-	-	-	-
ด้านการส่งเสริม	\bar{X}	3.847	3.974	4.598	4.444	3.800
การตลาด						
1) ต่ำกว่า 20 ปี	3.847	-	.12741*	.75145*	.59739*	.04706
2) อายุ 20-29 ปี	3.974	-	-	.62404*	.46998*	.17447
3) อายุ 30-39 ปี	4.598	-	-	-	.15406	.79851*
4) อายุ 40-49 ปี	4.444	-	-	-	-	.64444*
5) อายุ 50 ปี ขึ้นไป	3.800	-	-	-	-	-

ตาราง 6 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		ต่ำกว่า	อายุ	อายุ	อายุ	อายุ
ต่อปัจจัยส่วน		20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50 ปี
ประสมการตลาด						ขึ้นไป
ด้านบุคลากร	\bar{X}	3.909	3.953	4.449	4.388	3.888
1) ต่ำกว่า 20 ปี	3.909	-	.04339	.53945*	.47908*	.02092
2) อายุ 20-29 ปี	3.953		-	.49606*	.43570*	.06430
3) อายุ 30-39 ปี	4.449			-	.06036	.56036*
4) อายุ 40-49 ปี	4.388				-	.50000*
5) อายุ 50 ปี ขึ้นไป	3.888					-
ด้านลักษณะ	\bar{X}	3.921	4.014	4.564	4.455	3.844
ทางกายภาพ						
1) ต่ำกว่า 20 ปี	3.921	-	.09332	.64261*	.53399*	.07712
2) อายุ 20-29 ปี	4.014		-	.54929*	.44066*	.17045
3) อายุ 30-39 ปี	4.564			-	.10862	.71973*
4) อายุ 40-49 ปี	4.455				-	.61111*
5) อายุ 50 ปี ขึ้นไป	3.844					-
ด้านกระบวนการ	\bar{X}	4.125	4.101	4.544	4.477	4.266
ให้บริการ						
1) ต่ำกว่า 20 ปี	4.125	-	.02443	.41929*	.35229*	.14118
2) อายุ 20-29 ปี	4.101		-	.44371*	.37671*	.16560
3) อายุ 30-39 ปี	4.544			-	.06700	.27811*
4) อายุ 40-49 ปี	4.477				-	.21111
5) อายุ 50 ปี ขึ้นไป	4.266					-
ภาพรวม	\bar{X}	3.801	3.913	4.543	4.382	3.825
1) ต่ำกว่า 20 ปี	3.801	-	.11215	.74224*	.58086*	.02372
2) อายุ 20-29 ปี	3.913		-	.63009*	.46871*	.08843
3) อายุ 30-39 ปี	4.543			-	.16138	.71853*
4) อายุ 40-49 ปี	4.382				-	.55714*
5) อายุ 50 ปี ขึ้นไป	3.825					-

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 7 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ
อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่

ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่
ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	\bar{X}	4.000	4.495	4.700
1) โสด	4.000	-	.49545*	.70000*
2) สมรส	4.495		-	-.20455
3) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	7.700			-
ด้านราคา	\bar{X}	3.235	4.248	4.500
1) โสด	3.235	-	1.01373*	1.26486*
2) สมรส	4.248		-	-.25114
3) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.500			-
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	\bar{X}	3.978	4.489	4.500
1) โสด	3.978	-	.51139*	.52162
2) สมรส	4.489		-	.01023
3) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.500			-
ด้านการส่งเสริมการขาย	\bar{X}	3.936	4.492	4.600
1) โสด	3.936	-	.55511*	.66306*
2) สมรส	4.492		-	.10795
3) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.600			-
ด้านบุคลากร	\bar{X}	3.935	4.377	4.400
1) โสด	3.935	-	.44214*	.46486
2) สมรส	4.377		-	.02273
3) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.400			-
ด้านลักษณะทางกายภาพ	\bar{X}	3.997	4.458	4.600
1) โสด	3.997	-	.46066*	.60270
2) สมรส	4.458		-	.14205
3) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.600			-
ด้านกระบวนการ	\bar{X}	4.089	4.503	4.500
1) โสด	4.089	-	.41422*	.41081
2) สมรส	4.503		-	.00341
3) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.500			-

ตาราง 7 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด		โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่
ภาพรวม	\bar{X}	3.881	4.437	4.542
1) โสด	3.881	-	.55610*	.66113*
2) สมรส	4.437		-	.10503
3) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.542			-

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 8 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับ
การศึกษาเป็นรายคู่

ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด		มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญา ตรี
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	\bar{X}	3.972	4.289	4.492
1) มัธยมศึกษา	3.972	-	-.31708*	-.51997*
2) ปริญญาตรี	4.289		-	-.20289
3) สูงกว่าปริญญาตรี	4.492			-
ด้านราคา	\bar{X}	3.236	3.814	4.092
1) มัธยมศึกษา	3.236	-	-.57816*	-.85614*
2) ปริญญาตรี	3.814		-	-.27797
3) สูงกว่าปริญญาตรี	4.092			-
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	\bar{X}	3.955	4.270	4.569
1) มัธยมศึกษา	3.955	-	-.31499*	-.61391*
2) ปริญญาตรี	4.270		-	-.29892*
3) สูงกว่าปริญญาตรี	4.569			-
ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	3.904	4.261	4.476
1) มัธยมศึกษา	3.904	-	-.35718*	-.57267*
2) ปริญญาตรี	4.261		-	-.21549
3) สูงกว่าปริญญาตรี	4.479			-
ด้านบุคลากร	\bar{X}	3.900	4.196	4.353
1) มัธยมศึกษา	3.900	-	-.29659*	-.45385*
2) ปริญญาตรี	4.196		-	-.15726
3) สูงกว่าปริญญาตรี	4.353			-
ด้านลักษณะทางกายภาพ	\bar{X}	3.955	4.270	4.476
1) มัธยมศึกษา	3.955	-	-.31499*	-.52160*
2) ปริญญาตรี	4.270		-	-.20662
3) สูงกว่าปริญญาตรี	4.476			-
ด้านกระบวนการ	\bar{X}	4.087	4.319	4.584
1) มัธยมศึกษา	4.087	-	-.23222*	-.49736*
2) ปริญญาตรี	4.319		-	-.25616*
3) สูงกว่าปริญญาตรี	4.584			-

ตาราง 8 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด		มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญา ตรี
ภาพรวม	\bar{X}	3.858	4.203	4.435
1) มัธยมศึกษา	3.858	-	-.34446*	-.57650*
2) ปริญญาตรี	4.203		-	-.23204
3) สูงกว่าปริญญาตรี	4.435			-

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 9 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาดของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตาม
อาชีพเป็นรายคู่

ระดับความพึงพอใจต่อ ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด		นักเรียน นักศึกษา	พนักงาน เอกชน	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว/ รับจ้าง
ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	3.872	4.513	4.560	4.310	4.117
ทางการท่องเที่ยว						
1) นักเรียน/นักศึกษา	3.872	-	.64032*	.68727*	.43727*	.24461*
2) พนักงานเอกชน	4.513		-	.04696	.20304*	028471*
3) ข้าราชการ	4.560			-	.25000*	.44267*
4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.310				-	.19267*
5) ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	4.117					-
ด้านราคา	\bar{X}	3.013	4.262	4.342	3.820	3.474
1) นักเรียน/นักศึกษา	3.013	-	1.24868*	1.32922*	.80636*	.46103*
2) พนักงานเอกชน	4.262		-	.08054	.44232*	.78765*
3) ข้าราชการ	4.342			-	.52286*	.86819*
4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.820				-	.34533*
5) ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.474					-
ด้านช่องทาง	\bar{X}	3.856	4.492	4.577	4.210	4.120
การจัดจำหน่าย						
1) นักเรียน/นักศึกษา	3.856	-	.63669*	.72108*	.35394*	.26394*
2) พนักงานเอกชน	4.492		-	.08439	.28275*	.37275*
3) ข้าราชการ	4.577			-	.36714*	.45714*
4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.210				-	.09000
5) ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	4.120					-
ด้านการส่งเสริม	\bar{X}	3.831	4.494	4.508	4.270	4.061
การตลาด						
1) นักเรียน/นักศึกษา	3.831	-	.66238*	.67675*	.43818*	.22952*
2) พนักงานเอกชน	4.494		-	.01437	.22420*	.43287*
3) ข้าราชการ	4.508			-	.23857*	.44724*
4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.270				-	.20867*
5) ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	4.061					-

ตาราง 9 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจต่อ ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด		นักเรียน นักศึกษา	พนักงาน เอกชน	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว/ รับจ้าง
ด้านบุคลากร	\bar{X}	3.866	4.360	4.405	4.200	4.032
1) นักเรียน/นักศึกษา	3.866	-	.49420*	.53905*	.33333*	.16533*
2) พนักงานเอกชน	4.360		-	.04484	.16087	.32887*
3) ข้าราชการ	4.405			-	.20571	.37371*
4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.200				-	.16800
5) ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	4.032					-
ด้านลักษณะทาง กายภาพ	\bar{X}	3.898	4.469	4.491	4.210	4.112
1) นักเรียน/นักศึกษา	3.898	-	.57108*	.59294*	.31152*	.21352*
2) พนักงานเอกชน	4.469		-	.02186	.25957*	.35757*
3) ข้าราชการ	4.491			-	.28143*	.37643*
4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.210				-	.09800
5) ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	4.112					-
ด้านกระบวนการ	\bar{X}	3.998	4.495	4.548	4.340	4.202
1) นักเรียน/นักศึกษา	3.998	-	.49417*	.55009*	.34152*	.20418*
2) พนักงานเอกชน	4.495		-	.05292	.15565	.29299*
3) ข้าราชการ	4.548			-	.20857*	.34590*
4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.340				-	.13733
5) ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	4.202					-
ภาพรวม	\bar{X}	3.762	4.441	4.490	4.194	4.017
1) นักเรียน/นักศึกษา	3.762	-	.67865*	.72806*	.43173*	.25459*
2) พนักงานเอกชน	4.441		-	.04941	.24692*	.42406*
3) ข้าราชการ	4.490			-	.29633*	.47347*
4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.194				-	.17714
5) ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	4.017					-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 10 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาด ของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้ต่อ
เดือนเป็นรายคู่

ระดับความพึงพอใจ		ต่ำกว่า	15,001–	20,001–	25,000–	30,001–	35,001–
ต่อปัจจัยส่วนประสม		15,000	20,000	25,000	30,000	35,000	40,000
การตลาด		บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท
ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	3.844	4.486	4.569	4.119	4.096	4.450
1) ต่ำกว่า 15,000 บาท	3.844	-	.64237*	.72521*	.27468*	.25182*	.60616*
2) 15,000–20,000 บาท	4.486		-	.08284	.36769*	.39055*	.30621
3) 20,001–25,000 บาท	4.569			-	.45053*	.47340*	.11905
4) 25,000–30,000บาท	4.119				-	.02287	.33148
5) 30,001–35,000บาท	4.096					-	.35435
6) 35,001–40,000 บาท	4.450						-
ด้านราคา	\bar{X}	2.997	4.224	4.402	3.400	3.122	3.500
1) ต่ำกว่า15,000 บาท	2.997	-	1.22688*	1.40512*	.40274*	.12448	.50274
2) 15,000–20,000บาท	4.224		-	.17824*	.82414*	1.10240*	.72414*
3) 20,001–25,000 บาท	4.402			-	1.00238*	1.28064*	.90236*
4) 25,001–30,000 บาท	3.400				-	.27826	.10000
5) 30,001–35,000บาท	3.122					-	.37826
6) 35,001–40,000 บาท	3.500						-
ด้านช่องทาง	\bar{X}	3.773	4.467	4.576	4.348	4.070	4.500
การจัดจำหน่าย							
1) ต่ำกว่า15,000 บาท	3.773	-	.69464*	.80359*	.57555*	.29696*	.72740*
2) 15,000–20,000บาท	4.467		-	1.0895*	.11909	.39768*	.03276
3) 20,001–25,000 บาท	4.576			-	.22804*	.50663*	.07619
4) 25,001–30,000 บาท	4.348				-	.27858*	.15185
5) 30,001–35,000บาท	4.070					-	.43043*
6) 35,001–40,000 บาท	4.500						-
ด้านการส่งเสริม	\bar{X}	3.762	4.486	4.564	4.193	3.991	3.950
การตลาด							
1) ต่ำกว่า15,000 บาท	3.762	-	.72456*	.80264*	.43095*	.22966*	.18836
2) 15,000–20,000บาท	4.486		-	.07808	.29361*	.49490*	.53621*
3) 20,001–25,000 บาท	4.564			-	.37169*	.57298*	.61429*
4) 25,001–30,000 บาท	4.193				-	.20129*	.24259
5) 30,001–35,000บาท	3.991					-	.04130
6) 35,001–40,000 บาท	3.950						-

ตาราง 10 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		ต่ำกว่า	15,001–	20,001–	25,000–	30,001–	35,001–
ต่อปัจจัยส่วนประสม		15,000	20,000	25,000	30,000	35,000	40,000
การตลาด		บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท
ด้านบุคลากร	\bar{X}	3.784	4.390	4.412	4.178	3.974	4.100
1) ต่ำกว่า15,000 บาท	3.784	-	.60609*	.62834*	.39422*	.19035*	.31644
2) 15,000–20,000 บาท	4.390		-	.02225	.21188*	.41574*	.28966
3) 20,001–25,000 บาท	4.412			-	-.23413*	.43799*	.31190
4) 25,001–30,000 บาท	4.178				-	.20386*	.07778
5) 30,001–35,000 บาท	3.974					-	.12609
6) 35,001–40,000 บาท	4.100						-
ด้านลักษณะทาง	\bar{X}	3.807	4.459	4.550	4.311	4.061	4.050
กายภาพ							
1) ต่ำกว่า15,000 บาท	3.807	-	.65177*	.74315*	.50426*	.25402*	.24315
2) 15,000–20,000 บาท	4.459		-	.09138	.14751	.39775*	.40862*
3) 20,001–25,000 บาท	4.550			-	.23889*	.48913*	.50000*
4) 25,001–30,000 บาท	4.311				-	.25024*	.26111
5) 30,001–35,000 บาท	4.061					-	.01087
6) 35,001–40,000 บาท	4.050						-
ด้านกระบวนการ	\bar{X}	3.948	4.433	4.574	4.415	4.287	4.200
ให้บริการ							
1) ต่ำกว่า15,000 บาท	3.948	-	.48481*	.62586*	.46684*	.33901*	.25205
2) 15,000–20,000 บาท	4.433		-	-.14105*	.01794	.14580	.23276
3) 20,001–25,000 บาท	4.574			-	.15899*	.28685*	.37381*
4) 25,001–30,000 บาท	4.415				-	.12786	.21481
5) 30,001–35,000 บาท	4.287					-	.08696
6) 35,001–40,000 บาท	4.200						-
ภาพรวม	\bar{X}	3.702	4.421	4.521	4.138	3.943	4.107
1) ต่ำกว่า15,000 บาท	3.702	-	.71873*	.81913*	.43561*	.24090*	.40519*
2) 15,000–20,000 บาท	4.421		-	.100040*	.28312*	.477983*	.31355
3) 20,001–25,000 บาท	4.521			-	.38352*	.57823*	.41396*
4) 25,001–30,000 บาท	4.138				-	.19471*	.03042
5) 30,001–35,000 บาท	3.943					-	-.16429
6) 35,001–40,000 บาท	4.107						-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นามสกุล	ธนัชชา ชัยชัชวาลประทีป
วัน เดือน ปี เกิด	24 เมษายน 2527
ที่อยู่ปัจจุบัน	28 หมู่ 5 ตำบลท่าทราย อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000
ที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ จังหวัดพระจวบคีรีขันธ์
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย
ประสบการณ์การทำงาน	
พ.ศ. 2551	บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)
พ.ศ. 2552	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2549	ศศ.บ. (การโรงแรมและการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2551	ศศ.ม (การท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี
ผลงานการตีพิมพ์	
ที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์	
ธนัชชา ชัยชัชวาลประทีป และ ชวลีย์ ณ ถลาง. (2562). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็นเมืองเป้าหมาย ของอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วารสารการวิจัยการบริหาร การพัฒนา. 9 (2), 103-111	
ธนัชชา ชัยชัชวาลประทีป. (อยู่ในระหว่างการตีพิมพ์). ยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อดำรงรักษาความเป็น เมืองเป้าหมายของอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วารสารสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก	
ผลงานตีพิมพ์อื่น ๆ -	