

การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
THE DEVELOPMENT OF CULTURAL TOURISM STRATEGIES IN PRACHUAP
KHIRI KHAN PROVINCE

ชนัญญ์ พงศ์ธราติก¹, สุนทรตรี นิ่มเนติพันธ์ และอนันต์ มลารัตน์
Chanat Pongtratik, Sumonratree Nimnatipun and Anan Malarat
คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
chanat.rcswu@gmail.com

Received 18 November 2021; Revised 18 November 2021; Accepted 18 November 2021



บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์สภาพบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) เพื่อสร้างและพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยใช้พื้นที่การวิจัยคือจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พื้นที่การวิจัย 8 อำเภอ มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 4 กลุ่มคือ 1) กลุ่มผู้กำหนดนโยบายภาครัฐ 2) กลุ่มผู้ประกอบการภาคเอกชน 3) ผู้นำชุมชนหรือ วิชากิจชุมชน 4) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในระดับบริหาร กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 30 ท่าน ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยวิธีการ การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิจัยมีดังนี้ 1) ผลการศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์สภาพบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีการบริหารราชการแบ่งโครงสร้างขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความชัดเจน ชุมชนเข้มแข็งและมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการในพื้นที่ การพัฒนาสินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ควรมีการพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยง ทะเล ภูเขา เกษตร และการอนุรักษ์ เข้าด้วยกัน เน้นความหลากหลายของแต่ละอำเภอ นโยบายรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลด้านตะวันตกของอ่าวไทยเป็นจุดเด่นที่สำคัญที่จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเจริญเติบโตสร้างรูปแบบพัฒนาบูรณาการภาครัฐ เอกชน และประชาชน อำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังไม่มี ความชัดเจนในหลายภารกิจด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว 2) ผลสร้างและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีวิสัยทัศน์ คือ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีคุณภาพชั้นนำของเอเชีย มีความหลากหลาย เติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน มีองค์ความรู้ที่เป็นจุดเน้นที่สำคัญคือ “HPSKMTBB Inclusive Model ” เพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Growth : SDG)

คำสำคัญ: การพัฒนากลยุทธ์, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Abstract

This article is a research and development and its objectives were 1) to study, analyze and synthesize the context of cultural tourism in Prachuap Khiri Khan Province and 2) to formulate and develop cultural tourism strategies in Prachuap Khiri Khan Province. The

research area is Prachuap Khiri Khan Province, divided into 8 districts. The population groups of informants are 1) a group of government policy makers 2) a group of private entrepreneurs 3) a community leader or a community enterprise and 4) a group of key informants at the executive level. The number of samples in this research was 30 for gathering and assessing the data using focus group and in-depth interview method. The results of the research were 1) The public administration and the structure of the local government organization are collaborative and clearly function. Strong communities are involved in local level. The unique products and services should be implemented as tourism products that combine sea, mountain, agriculture, and conservation, emphasizing the diversity of each district. The policy of the government should promote tourism on the western coast of the Gulf of Thailand, which is an important policy that cultural tourism shall be promoted and created through the collaboration and partnership among people, private and public sector. The officers of local government organizations are unclear on how to implement missions to promote tourism. 2) The vision in cultural tourism strategy is that Prachuap Khiri Khan is a leading cultural tourism destination in Asia for quality, diversity, balance and sustainable growth. The body of knowledge that is an important tool for the sustainable development growth or SDG is the “HPSKMTBB Inclusive Model”.

Keywords: Strategy Development, Cultural Tourism

บทนำ

จากผลกระทบที่เกิดขึ้นจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ในระยะ 2 ปีที่ผ่านมาทำให้สถานการณ์ท่องเที่ยวในประเทศหดตัวลงเป็นอย่างมากและเกิดการชะลอตัวของเศรษฐกิจ ซึ่งในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนที่สำคัญในการพัฒนาประเทศและพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยกฤษฎา กาญจนาลัย (2561) ได้กล่าวถึงภาพรวมในการพัฒนาประเทศด้วยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนี้ ประเทศไทยมีความโดดเด่นกว่าประเทศอื่นในภูมิภาคอาเซียน โดยประเทศไทยสามารถพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวให้ขึ้นมาอยู่ในลำดับต้นๆ ของโลกได้ จนกลายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคอาเซียนและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นภาคการบริการที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของประเทศ โดยรายได้จากภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยปี พ.ศ.2560 มีมูลค่า 2.75 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 18 ของรายได้ที่เกิดขึ้นภายในประเทศไทยและมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2555 โดยมีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 11 จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการพัฒนาอย่างเห็นได้ชัดเจน และกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา (2563) ได้สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวใน พ.ศ. 2561 ว่ามีรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งสิ้น 3.02 ล้านล้านบาท โดยมาจากรายได้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 2.01 ล้านล้านบาท และจากนักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ 1.01 ล้านล้านบาท ต่อมาในปี พ.ศ. 2562 มีรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งสิ้น 3.01 ล้านล้านบาท โดยมาจากรายได้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 1.93 ล้านล้านบาท และจากรายได้นักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ 1.08 ล้านล้านบาท อย่างไรก็ตามจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งเป็นโรคอุบัติใหม่ที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อการพัฒนาประเทศในหลายมิติ ได้ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยและหลายประเทศทั่วโลกอย่างกว้างขวางและรุนแรงในระดับที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน (ราชกิจจานุเบกษา, 2563) จึงทำให้เศรษฐกิจภายในประเทศมีการ

ชะลอตัวและลดลง จากข้อมูลของกรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยในช่วงไตรมาสแรกของปี 2563 ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 ร้อยละ 38.01 โดยนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีจำนวนมากที่สุด 3.73 ล้านคน แต่ก็ยังเป็นภูมิภาคที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงในอัตราสูงสุดร้อยละ 46.12 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยสูง 3 อันดับแรกคือ นักท่องเที่ยวจีน มาเลเซีย และรัสเซีย ตามลำดับ และที่สร้างรายได้สูงสุดให้กับประเทศไทยยังคงเป็นนักท่องเที่ยวจีน สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2563) โดยเฉพาะการท่องเที่ยวภายในประเทศมีความสำคัญที่จะกระตุ้นให้เศรษฐกิจภายในประเทศให้คนในประเทศเกิดการท่องเที่ยว ซึ่งจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวและมีศักยภาพทางการท่องเที่ยว

จากสถานการณ์ดังกล่าวนี้การท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ควรมีการทบทวนกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยคำนึงถึงจุดเด่นทางการท่องเที่ยวภายในจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวโดยมีแนวทางการพัฒนาส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวโดยใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์และเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น และวิถีชีวิตชุมชน อาทิ การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งจะเป็นการกระจายรายได้ไปสู่คนในชุมชนและท้องถิ่นทั่วประเทศอย่างทั่วถึง และกรมการท่องเที่ยวได้นำมากำหนดพันธกิจในการส่งเสริมการท่องเที่ยวส่งเสริม อนุรักษ์ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อความสมดุลและยั่งยืน พัฒนาระดับมาตรฐานสินค้า บริการ และบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ ผู้นำเที่ยว และควบคุม กำกับให้เป็นไปตามกฎหมายกำหนดส่งเสริมการมีส่วนร่วมและเสริมสร้างกิจกรรมการจัดการด้านการท่องเที่ยวแก่ทุกภาคส่วนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (กรมการท่องเที่ยว, 2561) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายด้านสินค้าการท่องเที่ยว ให้ความสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจทางการท่องเที่ยวโดยกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของเอกลักษณ์ของจังหวัด อีกทั้งมีศักยภาพในการเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีคุณค่าหลากหลายทางธรรมชาติ เชิงนิเวศประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้ดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดให้มีคุณภาพ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) จากจุดแข็งทางการท่องเที่ยว จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แบบมีส่วนร่วมอย่างองค์รวมเป็นอย่างยิ่ง โดยศักยภาพทางการท่องเที่ยวในประจวบคีรีขันธ์ จะมีทั้งภูเขา และทะเลติดกับทุกอำเภอของจังหวัด อีกทั้งจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ เหมาะสมกับการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่และเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากการศึกษาสภาพบริบทจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 8 อำเภอ คือ 1. อำเภอหัวหิน 2. อำเภอปราณบุรี 3. อำเภอสามร้อยยอด 4. อำเภอกุยบุรี 5. อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ 6. อำเภอทับสะแก 7. อำเภอบางสะพาน และ 8. อำเภอบางสะพานน้อย เพื่อทำการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ใน 5 ด้านคือ 1. การท่องเที่ยวแหล่งมรดกและประวัติศาสตร์ (Historical & Heritage Tourism) 2. การท่องเที่ยววัฒนธรรมชนบท ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น (Rural Culture, Traditional and Indigenous Tourism) 3. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและสุขภาพทางวัฒนธรรม (Sports and Cultural Health Tourism) 4. การท่องเที่ยวศิลปะเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม (Arts and Creative Cultural Tourism) และ 5. การท่องเที่ยววัฒนธรรมเมืองและวัฒนธรรมทันสมัย (Urban Culture and Modern Culture Tourism)

จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีส่วนที่สำคัญในการขับเคลื่อนและพัฒนาประเทศ โดยแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จะกลไกที่สนับสนุนหรือส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้อย่างเป็นรูปธรรม นำไปใช้เป็นข้อมูลทางวิชาการส่งเสริมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ใช้เป็นสารสนเทศในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สร้างความตระหนักถึงความสำคัญและสืบทอดประเพณีท้องถิ่นของตนเองรวมถึงเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์สภาพบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) เพื่อสร้างและพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้การทบทวนวรรณกรรมการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สรุปได้ดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยว จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีโดย วรวงศ์มา ผลประเสริฐ (2560) และ เสนาะ ดีเยาว์ (2550) อธิบายถึงความสำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์ว่าช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในองค์กรเข้าใจในภาพรวมโดยเฉพาะเป้าหมายในการดำเนินงาน ทำให้สามารถจัดลำดับการดำเนินงานตามลำดับความสำคัญเร่งด่วนได้ ช่วยให้องค์กรมีมุมมองที่ครอบคลุมโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นวิธีการบริหารที่คำนึงถึง ปัจจัยภายในและภายนอก ซึ่งหมายความรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร เช่น เจ้าหน้าที่ ประชาชน ผู้รับบริการ และคู่แข่ง ซึ่งบุคคลเหล่านี้ล้วนมีความคาดหวังต่อองค์กรแตกต่างกัน หากองค์กรสามารถตอบสนองความคาดหวังดังกล่าวได้ก็จะทำให้บุคคลเหล่านั้นให้การสนับสนุนหรือให้ความร่วมมือในการดำเนินงาน ในทางกลับกันหากองค์กรละเลยความคาดหวังดังกล่าว อาจเกิดความเคลื่อนไหวที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร เช่น การฟ้องร้อง หรือการหยุดงานเป็นต้น ลักษณะสำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์ ในการบริหารหรือการจัดการทั่วไปหน้าที่ของผู้บริหารจะประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การจัดการองค์กร (Organizing) การชี้นำ (Leading) และการควบคุมประเมินผล (Controlling and Evaluating) โดยที่การจัดการเชิงกลยุทธ์จะเน้นหนักที่การแข่งขันระหว่างองค์กรต่างๆ เพื่อสร้างรายได้เปรียบในระยะยาว ส่วนการบริหารงานโดยทั่วไป จะมุ่งเน้นการสร้างรายได้เปรียบในระยะสั้น โดยให้ความสำคัญต่อผลการดำเนินงานทางการเงินและการจัดการองค์กรภายในเป็นหลัก การจัดการเชิงกลยุทธ์จะทำให้ผู้บริหารตระหนักถึงแนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมซึ่งอาจก่อให้เกิดโอกาสหรือข้อจำกัด รวมทั้งมีส่วนช่วยให้ผู้บริหารสามารถสร้างแนวคิดในการปรับปรุงทรัพยากรต่างๆ ภายในองค์กรให้สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็นเครื่องมือสำคัญของนักบริหารสมัยใหม่ เพราะการจัดการเชิงกลยุทธ์จะเกี่ยวข้องกับอนาคตในระยะยาวขององค์กรทั้งหมด จะนำไปสู่การเพิ่มโอกาสของความสำเร็จ และความล้มเหลวขององค์กรได้ เสน่ห์และความท้าทายของการจัดการเชิงกลยุทธ์อยู่ที่ การศึกษา วิเคราะห์ และประเมินสภาพการณ์ เพื่อการวางแผนและผลักดันกลยุทธ์ไปสู่เป้าหมาย

2. แนวคิดทฤษฎีการมีส่วนร่วมของประชาชน จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี การมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ได้บัญญัติสิทธิของประชาชนไว้ในหลายมาตรา โดยให้ประชาชนได้มีสิทธิในการเข้าร่วมดำเนินการใดๆ ของรัฐที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ โดยหน่วยงานภาครัฐต้องเปิดให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทตั้งแต่ ร่วมคิด

ร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินการ ร่วมรับผลประโยชน์ และร่วมประเมิณผล อันจะนำไปสู่การยอมรับและร่วมมือในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศให้มั่นคง จากการศึกษาเอกสาร ตำรา และแนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วมของประชาชนผู้วิจัยสรุปได้ดังนี้ หลักสำคัญในการบริหารการมีส่วนร่วมของประชาชน หัวใจของการบริหารการมีส่วนร่วมของประชาชนและประโยชน์ของการมีส่วนร่วมควรยึดหลักการ 4s ตามรายละเอียดต่อไปนี้ 1) การเริ่มต้นเร็ว (Starting Early) คือ กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนจะต้องเริ่มต้นตั้งแต่วัยแรก มีการให้ข้อมูล กระตุ้นให้เกิดความคิดเห็น และให้มีการรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนก่อนการตัดสินใจ 2) ครอบคลุมผู้ที่เกี่ยวข้อง (Stakeholders) คือการมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่ต้องการให้มีประชาชนเข้ามาเป็นส่วนร่วมอย่างกว้างขวางผู้ที่ได้รับผลกระทบหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อม ถือว่าเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ควรมีโอกาสเข้าสู่กระบวนการมีส่วนร่วมแต่กลุ่มที่ได้รับผลกระทบโดยตรงอาจถือว่าต้องรับฟังข้อมูลหรือปรึกษาหารือเป็นอันดับแรกๆ 3) ความจริงใจ (Sincerity) คือการมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่มีความละเอียดอ่อนและความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดกระบวนการมีส่วนร่วมและประชาชนถือว่าเป็นมิติที่มีความสำคัญในการบริหารการมีส่วนร่วมให้ประสบผลสำเร็จ หน่วยงานของรัฐที่เป็นเจ้าของโครงการหรือมีอำนาจอนุมัติต้องจัดการกระบวนการอย่างจริงจัง เปิดเผยข้อสัตย์ ปราศจากอคติให้เกียรติซึ่งกันและกัน และ 4) วิธีการที่เหมาะสม (Suitability) คือหลักการที่สำคัญประการสุดท้ายของ การบริหารการมีส่วนร่วม คือการเลือกเทคนิคหรือรูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนต้องคำนึงถึงความเหมาะสม โดยพิจารณาจากประเภทและขนาดของโครงการ ความหลากหลายและลักษณะที่แตกต่างกันของพื้นที่และของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนความแตกต่างด้านวัฒนธรรม สังคม และค่านิยม (อรรถ ก๊กผล, 2546) ในส่วน ฤวิลาตี บุรีกุล (2561) สรุปสาระสำคัญเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการต่างๆ ทุกขั้นตอน ตั้งแต่การริเริ่ม การรับรู้ การแสดงความคิดเห็น การพิจารณาหรือร่วมปรึกษาหารือและตัดสินใจ ร่วมดำเนินการ การฟ้องร้องรัฐ การติดตาม ประเมิณผล การรับผลและการได้รับการเยียวยาจากรัฐ การมีส่วนร่วมเป็นองค์ประกอบสำคัญของธรรมาภิบาล โดยแบ่งการมีส่วนร่วมในประเทศไทยจะกำหนดไว้ 3 ระดับ คือ ระดับองค์กร (Organization Level) เป็นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรเพื่อรองรับการบริหารแบบมีส่วนร่วม ระดับสถาบัน (Institutional Level) เป็นการสร้างวัฒนธรรมการปฏิบัติงานแบบใหม่ของการบริหารราชการแบบมีส่วนร่วมการปรับเปลี่ยนวิธีการ และระดับบุคคล (Individual Level) เป็นการสร้างบุคลากรให้มีศักยภาพในการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม

3. แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีผู้วิจัยสรุปการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ดังนี้ วาสิณ สมิต (Smith, V.L, 1996) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกิดขึ้นได้ในพื้นที่ที่จะต้องเป็นพื้นที่มีองค์ประกอบอย่างน้อย 1 ใน 4Hs (Heritage, History, Habitat and Handicraft) คือ (1) พื้นที่ประเภทที่มีแหล่งเป็นมรดก (Heritage) ทำให้เกิดการท่องเที่ยวในทางวัฒนธรรมหรือโบราณคดี (2) พื้นที่ประเภทที่มีแหล่งความเป็นประวัติศาสตร์ (History) จะเป็นแหล่งให้เกิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เป็นประวัติศาสตร์ (3) พื้นที่ประเภทที่มีปรากฏเป็นร่องรอยชุมชนการอยู่อาศัย (Habitat) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด สามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชน วิถีชีวิต และ (4) พื้นที่ประเภทที่มีงานศิลปหัตถกรรม (Handicraft) จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทงานศิลปะ ประเพณี สอดคล้องกับประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ระบุไว้มี 5 ประเภท คือ (1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) คือการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์เพื่อชื่นชมเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว ได้รับความรู้ความเข้าใจในประวัติศาสตร์และโบราณคดีท้องถิ่น (2) การท่องเที่ยวงานวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) คือการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานศิลปวัฒนธรรมและประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นจัดขึ้นเพื่อให้ได้รับ

ความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์ ศึกษาความเชื่อพิธีกรรมต่างๆ ให้ได้รับความรู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมในสถานที่ท่องเที่ยว (3) การท่องเที่ยววิถีชีวิตชนบท (Rural / Village Tourism) คือการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มีลักษณะพิเศษโดดเด่นให้ได้รับความเพลิดเพลินได้ความรู้ ดูผลงานสร้างสรรค์ภูมิปัญญาพื้นบ้าน เข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม (4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) คือการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาหรือแข่งขันกีฬา โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดรายการกีฬาตามเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ทำให้ได้ประสบการณ์ใหม่ๆ สนุกสนานเพลิดเพลินกับการออกกำลังกาย (5) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural Health Tourism) คือการเดินทางท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยมีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและฟื้นฟูสุขภาพทางวัฒนธรรม โดยหลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและชุมชน ที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนโดย ดัดแปลงจาก หลักการการท่องเที่ยวโดยชุมชน พจนานุกรม (2546) มีดังนี้ (1) ชุมชนเป็นเจ้าของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและชุมชน โดยมีทรัพยากรเชิงวัฒนธรรมภายในชุมชนเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน (2) ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่การบริหารจัดการส่วนใหญ่เกิดจากการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชน ซึ่งอาจเกิดขึ้นจากการรวมตัวของชาวบ้านในความต้องการที่จะดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเนื่องจากมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมอันโดดเด่น (3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่สร้างความภาคภูมิใจในตนเอง (4) ยกย่องคุณภาพชีวิต การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและชุมชน เป็นเครื่องมือหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชม ได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากชีวิตประจำวัน (5) มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่มีฐานทรัพยากร ทางวัฒนธรรมและชุมชนเป็นหลัก (6) คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่งเสริมให้คนในชุมชน ชาวบ้านในท้องถิ่นเห็นคุณค่า พยายามรักษาวัฒนธรรมและรากเหง้าความเป็นตัวตน (Identity) (7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและชุมชน ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างผู้มาเยี่ยมชมเยือนกับเจ้าบ้าน (8) เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ (9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่นและมีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน ในส่วนหลักการของการท่องเที่ยวชุมชนของ เดวี และคณะ (N I K Dew et al., 2018) คือการทำให้คุณภาพชีวิตของชุมชนดีขึ้นจากเดิมโดยมีลักษณะดังนี้ (1) ชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์ (2) ชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวได้ใช้สาธารณูปโภคต่างๆ ร่วมกัน (3) ความเท่าเทียมกันในการรับผลประโยชน์ (4) มีการริเริ่มในการปกป้องสิ่งแวดล้อม (5) บริษัทจากภายนอกชุมชนเข้ามาลงทุนหรือทำกิจการได้ในรูปแบบของกิจการร่วมค้า (Joint Ventures) กับชุมชนท้องถิ่น (6) ชุมชนท้องถิ่นต้องเป็นเจ้าของและจัดการกิจการด้วยตนเอง (7) แม้ว่ากิจการนั้นจะเป็นของเอกชนแต่ผลประโยชน์ต้องอยู่ภายในชุมชน (8) พัฒนาเครือข่ายสำหรับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (9) การพัฒนาโดยการร่วมมือ และ (10) การพัฒนาโดยภาคเอกชนต้องสนับสนุนให้เกิดการกระจายอำนาจก่อให้เกิดความเข้มแข็งสู่ชาวบ้านในชุมชน

ระเบียบวิธีวิจัย/วิธีดำเนินการวิจัย

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยกำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ ผู้กำหนดนโยบายภาครัฐ ผู้ประกอบการภาคเอกชน และผู้นำชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นผู้ที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และผู้บริหารระดับสูงในการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้ที่มีประสบการณ์ในการสอนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แบ่งออกเป็น 1) กลุ่ม

ผู้กำหนดนโยบายภาครัฐในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 8 ท่าน 2) กลุ่มผู้ประกอบการภาคเอกชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 8 ท่าน 3) ผู้นำชุมชน หรือ วิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 8 ท่าน 4) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จำนวน 6 ท่าน รวมประชากรในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 30 ท่าน

2. พื้นที่การศึกษา

ผู้วิจัยใช้พื้นที่การวิจัยเป็นจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยกำหนดให้ประชาชนและผู้มีส่วนร่วมของแต่ละอำเภอและผู้รับผิดชอบในการท่องเที่ยวในแต่ละอำเภอเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 8 อำเภอ ดังนี้ 1) อำเภอหัวหิน 2) อำเภอปราณบุรี 3) อำเภอสามร้อยยอด 4) อำเภอกุยบุรี 5) อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ 6) อำเภอทับสะแก 7) อำเภอบางสะพาน และ 8) อำเภอบางสะพานน้อย

3. การดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยมีการดำเนินการวิจัยดังนี้ 1) สังเคราะห์เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล 2) สร้างและพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบบันทึกการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ทั้งนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลตามเลขจริยธรรม เลขที่ SWUEC-G-221/2564X จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการสนทนากลุ่มและ การสัมภาษณ์เชิงลึก มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data Analysis) โดยใช้กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (The Data Analysis Process)

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. ผลการศึกษาวิเคราะห์สังเคราะห์สภาพบริบทการท่องเที่ยวกลยุทธ์เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยเพื่อพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้วยวิธีการวิเคราะห์ SWOT ANALYSIS ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้ 1) **จุดแข็ง (Strength-S)** ภายในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีการแบ่งโครงสร้างขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความชัดเจน โดยแบ่งออกเป็นข้าราชการประจำและข้าราชการการเมืองในการบริหารจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ศิลปกรรม กีฬาและนันทนาการ ที่หลากหลายเป็นที่รู้จักทั่วโลก ประชาชนให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ประวัติศาสตร์ และเชิงสุขภาพ มีเครือข่ายภาคประชาชน ภาคเอกชน และอาสาสมัครประสานงานและการดำเนินการด้านต่างๆ ครอบคลุมทุกพื้นที่และมีความเข้มแข็ง ชุมชนเข้มแข็งมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการนโยบายที่ตอบสนองการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงयोग 4 จังหวัดได้แก่ เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง มีการบูรณาการการท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานรัฐ อีกทั้งมีความสมดุลทางธรรมชาติและทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย เน้นการพัฒนาเชื่อมโยง จากการพัฒนาสินค้าชุมชนต่อเป็นอุตสาหกรรม มีที่พักหลายระดับที่มีความเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทุกช่วงวัย 2) **จุดอ่อน (Weakness-W)** ภายในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีการพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยง ทะเล ภูเขา เกษตร และการอนุรักษ์ เข้าด้วยกัน แต่ยังขาดการเชื่อมโยงในด้านความหลากหลายของแต่ละอำเภอเช่น การบูรณาการให้เกิดมูลค่า การร่วมกลุ่มของผู้ประกอบการข้ามจังหวัด ข้ามอำเภอ ในส่วนการเดินทางท่องเที่ยวที่สะดวกในปัจจุบันเป็นการใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นส่วนใหญ่อาจเกิดปัญหาจราจรติดขัดตามมาในช่วงเทศกาลต่างๆและการขนส่งสาธารณะ (Logistic) ภายในจังหวัดยังไม่เชื่อมโยงตอบสนองการ

ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆทางวัฒนธรรม อีกทั้งระบบการบริหารจัดการยังขาด การบูรณาการข้ามจังหวัดตามการท่องเที่ยวของประชาชนตามนโยบายที่ตอบสนองการพัฒนาการท่องเที่ยว เชื่อมโยง 4 จังหวัด เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง มีข้อกำหนดเป็นสำคัญในการบริการ นักท่องเที่ยว อีกทั้งขาดหน่วยงานที่ประสานงานหลักในการท่องเที่ยวที่นำไปสู่การขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม

3) โอกาส (Opportunity-O) ภายในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีการพัฒนาตามนโยบายรัฐบาลในการทำงาน รูปแบบประจวบคีรีขันธ์ ส่งเสริมอาชีพและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่หลากหลาย ทั้งยังมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวชายฝั่ง ทะเลด้านตะวันตกของอ่าวไทย ควรมีการสร้างรูปแบบพัฒนาบูรณาการภาครัฐ เอกชน และประชาชน ให้ บุคลากรในอำเภออื่น ๆ มีส่วนร่วมในการวางแผนทำให้เกิดความยั่งยืน ตลอดจนสร้างมาตรฐานด้านราคา ภาษา ต้องมีการอบรมเพิ่ม หรือพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องการเป็นเจ้าบ้าน ที่ดี บุคลิกภาพ และการบริการด้วยใจ อีกทั้งพัฒนาขีดความสามารถและยกระดับขีดความสามารถของบุคลากร ในด้านการท่องเที่ยวและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการท่องเที่ยวในชุมชน ควรเน้นการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมควบคู่กับท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวคนไทย เป็นหลัก เนื่องจากต้องการพักผ่อนในที่ที่มีอากาศดี มีอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ และเน้นนวัตกรรม การท่องเที่ยว

4) อุปสรรค (Threats: T) ภายในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีอำนาจหน้าที่ตามแผนการกระจายอำนาจให้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังไม่มีชัดเจนในหลายภารกิจ โดยเฉพาะข้อกำหนดในการบริหารราชการ แผ่นดินยังมีข้อจำกัดหลายประการจึงทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ยังไม่เทียบเท่า เมืองพัทยา นโยบายการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมาบูรณาการกับความคิดสร้างสรรค์เพื่อผลิตเป็นสินค้าทำให้ เมืองหรือชุมชนมีเสน่ห์วัฒนธรรมสร้างสรรค์และตอบโจทย์โลกที่มีการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งใหม่ในภาครัฐและ หน่วยงานที่ดูแลยังไม่เข้าใจการท่องเที่ยวเชิงศิลปะและเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม ในส่วนสถานที่สาธารณะ ในการให้บริการนักท่องเที่ยวยังคงต้องปรับปรุงและพัฒนาอยู่เสมอซึ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกตาม โครงสร้างขั้นพื้นฐานของการท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2. ผลการสร้างและพัฒนากลยุทธ์การ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการสำรวจสภาพปัญหาและความต้องการด้านต่างๆ และ การเก็บข้อมูลจากการวิจัย ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นการพิจารณาถึงปัจจัยภายใน (จุดแข็ง/จุดอ่อน) และปัจจัยภายนอก (โอกาส / ข้อจำกัด) ที่มีผลต่อการ พัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ใน ผู้วิจัยกำหนดวิสัยทัศน์ คือจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีคุณภาพชั้นนำของเอเชีย มีความหลากหลาย เดิบโตอย่าง มีคุณภาพ และยั่งยืน มีเป้าหมาย (1) ยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้เป็น จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ เน้นความหลากหลายของวัฒนธรรม (2) ใช้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นเครื่องมือกระจายรายได้สู่ชุมชน และประชาชนใน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (3) พัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้ดีขึ้น และชุมชนมีความเข้ม แข็งจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (4) สร้างจิตสำนึกในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยคำนึงถึง ความสมดุลและยั่งยืน อาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมและบูรณาการทั้ง ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาค ประชาชน (5) เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่คุณภาพและมีความยั่งยืนใน 3 ด้าน ด้านศักยภาพในการ ดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และด้านศักยภาพในการบริหาร จัดการ ให้มีความต่อเนื่องและเป็นมาตรฐาน (6) มีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และคุณภาพ ตาม หลักธรรมาภิบาล โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมและบูรณาการทั้ง ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน (7) สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวภาพรวมโดยภายในปี พ.ศ. 2570 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จะมีรายได้จากการ ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และมีพันธกิจคือ (1) ส่งเสริม สร้างและสนับสนุน สิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผ่านการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่หลากหลาย (2) ส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนา
นวัตกรรมการท่องเที่ยวด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้นักท่องเที่ยวเลือกจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็น
จุดหมายปลายทางการเดินทางและท่องเที่ยว (3) ส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมที่เน้นความหลากหลายของวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (4) ส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้เป็นสัญลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (5) ส่งเสริม สนับสนุน
และต่อยอดภูมิปัญญาชาวบ้านในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้เป็นสัญลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (6)
ส่งเสริม และสนับสนุน ให้ชุมชนมีความเข้มแข็งจากการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (7) พัฒนา
คุณภาพชีวิตของคนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้ดีขึ้น จากผลิตภัณฑ์ชุมชน และภูมิปัญญาชาวบ้าน (8) สร้าง
จิตสำนึกของคนในชุมชนผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมในพัฒนาการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (9)
ประสานงาน ในการบูรณาการทั้ง ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม (10) ประสานงาน ปรับปรุง และพัฒนา เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว
ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และศักยภาพในการบริหารจัดการ (11) ติดตาม ประสานงานและ
ประเมินผล เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และ
ศักยภาพในการบริหารจัดการ ให้มีมาตรฐาน (12) พัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านการดึงดูด
ใจด้านการท่องเที่ยว ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และด้านศักยภาพในการบริหารจัดการ (14)
สร้างระบบการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยบูรณาการที่เน้นคุณภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
(15) ส่งเสริมและปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาล โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมทั้ง ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาค
ประชาชน ที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชน (16) ส่งเสริมและสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวภาพรวมโดยภายใน
ปี พ.ศ. 2570 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จะมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 7,000 ล้านบาท

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

**ผลการศึกษาวิเคราะห์สังเคราะห์สภาพบริบทการท่องเที่ยวกลยุทธ์เชิงวัฒนธรรมในจังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์** โดยผู้วิจัยแบ่งออกเป็น **1. จุดแข็ง (Strength-S)** อภิปรายผลใน 3 ประเด็นดังนี้ (1) การ
บริหารราชการในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การแบ่งโครงสร้างขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความชัดเจน โดย
แบ่งออกเป็นข้าราชการประจำและข้าราชการการเมืองในการบริหารจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้บริหารสามารถ
กำหนดนโยบายได้เองภายใต้กรอบการบริหารงานของส่วนงานของตนเอง มีความคล่องตัวเนื่องจากมีความ
พร้อม ในด้านระเบียบการบริหารราชการแผ่นดิน ในส่วนการปกครองส่วนท้องถิ่น มีข้อบัญญัติ เทศบัญญัติ
หรือข้อกฎหมายอื่นๆ เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่น ข้าราชการระดับทำงานหรือปฏิบัติการ มีการ
เคลื่อนย้ายน้อย มีเครือข่ายภาคประชาชน ภาคเอกชน และอาสาสมัครประสานงานและการดำเนินการด้าน
ต่างๆ ครอบคลุมทุกพื้นที่และมีความเข้มแข็ง และมีการสร้างและพัฒนากลยุทธ์หรือบูรณาการกลยุทธ์กับการ
บริหารราชการแผ่นดิน สอดคล้องกับ เทียมจันทร์ พานิชผลินไชย และคณะ (2553) ชุมชนเข้มแข็งมีส่วนร่วมใน
การบริหารจัดการในพื้นที่โดยมีการน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ มีการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ให้
ความสำคัญกับประเพณี ประวัติศาสตร์ และทรัพยากรทรงคุณค่า คนในชุมชนมีการพูดคุยแลกเปลี่ยน โดยมิ
มีส่วนร่วมกันในทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ คาญแพน (Caayupan, 1985) คือ
กระบวนการที่ผู้ได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนามีโอกาสและใช้โอกาสมีส่วนร่วมในสิ่งที่เขามีอยู่ ได้แสดงสิ่งที่เขา
รู้สึก พูดสิ่งที่เขาต้องการ และประสานสิ่งเหล่านี้ทั้งหมดเพื่อวางแผนดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน (2)
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ธรรมชาติ

ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ศิลปกรรม กีฬาและนันทนาการ ที่หลากหลาย และเป็นที่ยอมรับทั่วโลก สอดคล้องกับ แก้วตา ผิวนพรรณ, สุทธิสินี ธีระธรรมสรณ์ และวินัย เชื้ออมวราศาสตร์ (2561) ได้วิจัยเรื่องการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน ผลการวิจัยพบว่า โอกาสคือมีที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่ได้เปรียบ มีทัศนียภาพที่สวยงาม มีภูมิอากาศที่หนาวเย็น มีความหลากหลายของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ในส่วนสินค้าที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวที่ถือว่าเป็นจุดเด่นของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ คืออำเภอบางสะพาน และทุกอำเภอมีสถิติภาพด้านภูมิศาสตร์คือติดชายฝั่งทะเล และติดเทือกเขา และมีเอกลักษณ์เฉพาะที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนมีสภาพทางภูมิศาสตร์ที่ตอบโจทย์ในการเดินทาง (3) การกำหนดวิสัยทัศน์ทางการท่องเที่ยว จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีการกำหนดวิสัยทัศน์เป็น แหล่งท่องเที่ยวสุขภาพชั้นนำของโลก มีกลุ่มลูกค้าหลักคือกลุ่มครอบครัว กลุ่มวัยทำงาน และกลุ่มผู้สูงอายุ โดยเน้นการท่องเที่ยวตามธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น อุทยานแห่งชาติ หมู่บ้าน และเที่ยวชมวิถีทางการเกษตร โดยแต่ละอำเภอมีสถิติภาพด้านภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกันไป มีความสมดุลทางธรรมชาติและทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย เน้นการพัฒนาเชื่อมโยง จากการพัฒนาสินค้าชุมชนต่อเป็นอุตสาหกรรม ซึ่งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนจะมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ ยุวัฒน์ วุฒิเมธี (2541) และ ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ (2549) ได้อธิบายการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า หมายถึงการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การพิจารณาตัดสินใจ การปฏิบัติและรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันมีผลกระทบต่อตัวประชาชนเอง การที่จะสามารถทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อแก้ไขปัญหาและนำมาซึ่งสภาพความเป็นอยู่ของประชาชนที่ดีขึ้นได้นั้น โดยประสานงานความรับผิดชอบการทำงานร่วมกับกลุ่มเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ด้วยความตั้งใจโดยดำเนินการอย่างถูกจังหวะและเหมาะสมทั้งด้วยความรู้สึกลูกพื้นอย่างถูกต้อง ทั้งยังเชื่อมโยง มีเรื่องเล่าภูมิปัญญาชาวบ้าน สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้กล่าวถึงส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาด เป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งส่วนประสมการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) และ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีที่พิกหลายระดับที่มีความเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทุกช่วงวัย ที่มาท่องเที่ยวได้ตลอดปี มีเทศกาล ของแต่ละอำเภอ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) มีการใช้สัญลักษณ์ SHA ในนักท่องเที่ยวในประเทศและสัญลักษณ์ SHA Plus+ ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญในในเข้าพักของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ ศุทธิกานต์ คงคล้าย และธัญเทพ ยะติวัฒน์ (2559) ได้วิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8Ps) ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการเลือกที่พักแรมมากที่สุด คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) รองลงมาคือ ด้านผลิตภาพและคุณภาพการบริการ (Productivity and Quality) ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญน้อยที่สุด

2. จุดอ่อน (Weakness-W) ผู้วิจัยอภิปรายผลใน 2 ประเด็นดังนี้ (1) การพัฒนาสินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ควรการพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยง ทะเล ภูเขา เกษตร และการอนุรักษ์ เข้าด้วยกัน ไม่เน้นความหลากหลายของแต่ละอำเภอ ให้มีการบูรณาการให้เกิดมูลค่า การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการข้ามจังหวัด ข้ามอำเภอ พัฒนาโฮมสเตย์ให้ได้มาตรฐานเพื่อตอบรับการท่องเที่ยววิถีใหม่ ซึ่งการท่องเที่ยวจะเป็นตามแรงกระตุ้นทางวัฒนธรรม ตามแรงบันดาลใจทางวัฒนธรรม ตามแรงดึงดูดทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับ บายวอเตอร์ (Bywater, 1993) ที่แยกประเภทนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมออกเป็น 3 ประเภท

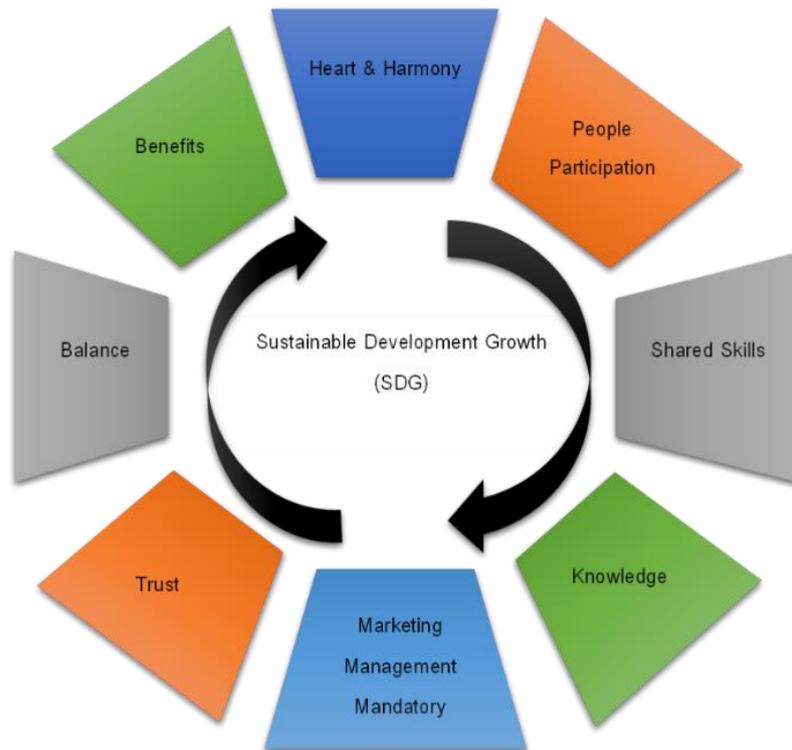
คือ 1) นักท่องเที่ยวตามแรงกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Culturally Motivated) คือผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลทางวัฒนธรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความสนใจที่จะเรียนรู้ศึกษาวัฒนธรรมและมีพฤติกรรมที่จะพักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นระยะเวลาสั้น 2) นักท่องเที่ยวตามแรงบันดาลใจทางวัฒนธรรม (Culturally Inspired) คือผู้ที่ถูกดึงดูดใจด้วยศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จัก หรือได้รับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ รูปภาพ โดยนักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้ระยะเวลาที่จะพักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวสั้นกว่าประเภทแรก แต่มีโอกาสที่จะเดินทางกลับมายังสถานที่ท่องเที่ยวอีกครั้งในอนาคต 3) นักท่องเที่ยวตามแรงดึงดูดทางวัฒนธรรม (Culturally Attracted) คือผู้ที่มีความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น (2) พัฒนาอัตลักษณ์ที่เด่นชัด ในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ควรมีหน่วยงานกลางในการจัดตำแหน่งทางการตลาด (Market Positioning) โดยเฉพาะ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวยังไม่ครอบคลุม ทั้งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวไม่มีการปรับปรุง และขาดการใช้สื่อออนไลน์เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบถึงข้อมูล ระบบสารสนเทศ สอดคล้องกับ จุฑามาศ คงสวัสดิ์ (2550) ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ด้านบริการ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมความสะอาด ด้านประชาสัมพันธ์ เป็นด้านที่ควรส่งเสริมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว 3. โอกาส (Opportunity-O) ผู้วิจัยอภิปรายผลดังนี้ การสร้างมาตรฐานในการให้บริการ สร้างมาตรฐานด้านราคา ภาษา ต้องมีการอบรมเพิ่ม หรือพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องการเป็นเจ้าบ้านที่ดี บุคลิกภาพ และการบริการด้วยใจ อีกทั้งพัฒนาขีดความสามารถและยกระดับขีดความสามารถของบุคลากร ในด้านการท่องเที่ยวและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการท่องเที่ยวในชุมชน และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ ควรเน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควบคู่กับท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อาจจะเน้นในกลุ่มฉลองแต่งงาน (Wedding and Honeymoon) และ กีฬาโดยเฉพาะกีฬาที่กำลังเป็นที่นิยมเช่น วินเซิร์ฟ และ ไคท์เซิร์ฟ เป็นต้น ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง สอดคล้องกับ สอดคล้องกับ การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560) ได้กล่าวถึงแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560 – 2564) โดยมีแนวคิดหลักในการพัฒนาตามองค์ประกอบ 5 ประการคือ 1) ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกด้วยการยกระดับคุณภาพและเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล 2) การเติบโตอย่างมีคุณภาพ โดยส่งเสริมคุณภาพการเติบโตของการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยว 3) การเติบโตบนพื้นฐานความเป็นไทย โดยเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว 4) การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วน โดยมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งเพิ่มรายได้ และกระจายรายได้ แก่ประเทศ 5) การพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วยการส่งเสริมความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เสี่ยงต่อการเสื่อมโทรม และ 4 อุปสรรค (Threats: T) ผู้วิจัยอภิปรายผลใน 2 ประเด็นดังนี้ (1) การท่องเที่ยวเชิงศิลปะและเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม เป็นนโยบายใหม่มาในปี นี้ และจะใช้ในปี 2565 เข้ามา แต่บุคลากรยังเข้าใจน้อย โดยเฉพาะนโยบายการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมาบูรณาการกับความคิดสร้างสรรค์ เพื่อผลิตเป็นสินค้าทำให้เมืองหรือชุมชนมีเสน่ห์วัฒนธรรมสร้างสรรค์และตอบโจทย์โลกที่มีการเปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับ สุดชีวิต นันทวัน ณ อยุธยา (2551) ที่ได้แบ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมออกเป็นตามสถานที่ การท่องเที่ยว คือเป็นการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานต่างๆ เป็นการท่องเที่ยวทางสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างรวมถึงซากผังเมืองในอดีต เป็นการท่องเที่ยวแหล่งศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ประเพณีและเทศกาลต่างๆ เป็นการท่องเที่ยวความน่าสนใจทางดนตรี เป็นการท่องเที่ยว ชมการแสดงละคร ภาพยนตร์มหัศจรรย์ต่างๆ เป็นการท่องเที่ยวเกี่ยวทางภาษาและวรรณกรรม เป็นการท่องเที่ยวทางแหล่งประเพณีความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับ

ศาสนา เป็นการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมเก่าแก่โบราณ วัฒนธรรมพื้นบ้าน หรือวัฒนธรรมย่อย (2) สถานที่สาธารณะในการให้บริการนักท่องเที่ยว ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ควรต้องปรับปรุงและพัฒนาอยู่เสมอซึ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกตามโครงสร้างขั้นพื้นฐานของการท่องเที่ยวสอดคล้องกับ สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560) ได้กล่าวถึงแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560 – 2564) ในยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาในภาพรวมของประเทศคือ 1) พัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวโดยการพัฒนากระบวนการคมนาคมขนส่งในการเดินทางเข้าสู่ประเทศทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ 2) พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวโดยการปรับปรุงระบบการตรวจคนเข้าเมือง ปรับปรุงและอำนวยความสะดวกในการเดินทางผ่านแดนปรับปรุงป้ายบอกทางและป้ายสัญลักษณ์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน จัดทำแผนที่ท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกแหล่ง เพิ่มจุดบริการ Free Wifi ในแหล่งท่องเที่ยว จัดทำระบบบัตรโดยสารเดียวที่ใช้ได้กับทุกช่องทางการเดินทาง พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่ปราศจากอุปสรรคสำหรับคนทั้งมวล (Tourism for All) และ 3) พัฒนาระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวโดยการสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์เพื่อป้องกันและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ได้แก่ แก้วกรองจรวด เครื่องแปลภาษา การติดตั้งไฟแสงสว่างในสถานที่ท่องเที่ยว อุปกรณ์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เบื้องต้น จัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปรับปรุงสุขสาธารณะ การจัดการขยะและระบบบำบัดน้ำเสียในแหล่งท่องเที่ยว

สรุปองค์ความรู้

การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จะประสบความสำเร็จต้องเริ่มจากตัวบุคคลให้เกิดเป็นการได้รับประโยชน์ร่วมกัน จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ตามกระบวนการวิจัย ผู้วิจัยได้พบว่ากระบวนการร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์จะเกิดจากการเรียงตามชื่อเรียกภาษาอังกฤษตามลำดับของ 8 อำเภอ โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) อำเภอหัวหิน (Hua Hin : H) คือ Heart & Harmony โดยบุคคลแต่ละคนที่ต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยการทำด้วยใจ จริงใจ เต็มใจ ใส่ใจ ด้วยใจรัก และสอดคล้องประสานกัน 2) อำเภอปราณบุรี (Pran Buri : P) คือ People Participation การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผ่านการมีส่วนร่วมอย่างบูรณาการของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนในชุมชนของตนเอง 3) อำเภอสามร้อยยอด (Sam Roi Yot :S) คือ Shared Skills การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประสบการณ์และทักษะการให้บริการนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการการท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4) อำเภอกุยบุรี (Kui Buri : K) คือ Knowledge การมีองค์ความรู้ ที่เกิดขึ้นจากการร่วมวิเคราะห์ ร่วมคิดเพื่อนำไปพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 5) อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ (Mueang Prachuap Khiri Khan : M) คือ Marketing, Management & Mandatory การนำ ความรู้ ความสามารถ ในด้านการตลาด (Marketing) การจัดการ (Management) และข้อบังคับใช้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว (Mandatory) มาร่วมปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 6) อำเภอทับสะแก (Thap Sakae : T) คือ Trust การสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการสร้างความเชื่อมั่นนั้นความเกิดจาก 2P 1S คือ 1) ผลิตภัณฑ์หรือโปรแกรมการท่องเที่ยว(Product) 2) ราคา (Price) ต้องเป็นธรรมและมีความยุติธรรมกับนักท่องเที่ยวโดยทั้ง(Product) และ (Price) นี้ต้องกำกับด้วยมาตรฐาน (Standard) 7) อำเภอบางสะพาน (Bang Saphan : B) คือ Balance การพัฒนาที่ได้สร้างความสมดุลในการจัดการท่องเที่ยวระหว่าง ชุมชน นักท่องเที่ยว และธรรมชาติ 8) อำเภอบางสะพานน้อย (Bang Saphan Noi)

คือ Benefits การได้รับผลประโยชน์ร่วมกันจากการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งผลประโยชน์ที่จะได้รับคือความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของประชาชนในชุมชน ดังภาพประกอบที่ 1



แผนภาพที่ 1 “HPSKMTBB Inclusive Model ” เพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Growth : SDG)

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบองค์ความรู้กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวิสัยทัศน์ คือ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีคุณภาพชั้นนำของเอเชีย มีความหลากหลาย เต็มไปด้วยมีคุณภาพ และยั่งยืน นี่เป็นสิ่งที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการท่องเที่ยวในอนาคตจะมีจุดเน้น คือ “HPSKMTBB Inclusive Model ” เพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Growth : SDG) โดยผู้สนใจ สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ให้สภาพบริบททางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตนเองในแต่ละจังหวัดของตนเองที่มี ชุมชน ในการทำวิจัยควรครั้งต่อไปควรมีการนำร่องจากสถานที่สำคัญในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และพัฒนาที่สามารถพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยอาศัยสถานที่ที่โดดเด่นสำคัญใน 5 ด้านคือ 1) การท่องเที่ยวแหล่งมรดกและประวัติศาสตร์ 2) การท่องเที่ยววัฒนธรรมชนบท ประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น 3) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและสุขภาพทางวัฒนธรรม 4) การท่องเที่ยวศิลปะเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม และ 5) การท่องเที่ยววัฒนธรรมเมืองและวัฒนธรรมทันสมัย โดยต้องบูรณาการเส้นทางท่องเที่ยวร่วมกัน กำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวให้มีสีสัน และสัมผัสการเดินทางรูปแบบใหม่

เอกสารอ้างอิง

- Boonlert Chittangwattana. (2005). *Sustainable Tourism Development*. Bangkok: Press and Design.
- Bywater, M. (1993). *The Market for Cultural Tourism in Europe: Travel and Tourism Analyst*.
- Caayaupan, R. B. (1985). Participation Approach : A Must in Rural Development. *Occasional Paper Series on Community Management*, 1(1).
- Government Gazette. (2020). *Announcement of the Ministry of Public Health Subject: Regions outside the Kingdom that are Infected Zones with Dangerous Diseases of the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) No. 2, 2020*. Retrieved 21 August 2020 <https://ddc.moph.go.th/uploads/files/9620200305131036.PDF>
- Juthamas Kongsawat. (2007). *A Study of Guidelines for Promotion of Cultural Tourism. U-Thong ancient city Suphanburi Province*. Bangkok: Silpakorn University.
- Kaewta Phiew, Suthisinee Thirathamsorn, and Winai Chuawarasart. (2018). Knowledge management in cultural tourism of Phetchabun Province to enhance competitiveness and cooperation to support the integration of the ASEAN Community. *Journal of the Asian Graduate College*, 8(1), 27-33.
- Krisada Kanchanalai. (2018). *Guidelines for the development of the qualitative tourism industry, a case study of Phuket Province. National Defense Curriculum, Class 60, Academic Year 2017 – 2018*: National Defense College.
- Ministry of Tourism and Sports. (2018). *Strategy of the Ministry of Tourism and Sports No. (2017 – 2021)*. Retrieved 18 April 2020. https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=9689
- N I K Dewi, I P Astawa, I W Siwantara, & I G A B Mataram. (2018). Exploring the potential of cultural villages as a model of community based tourism. *IOP Conf. Series: Journal of Physics: Conf. Series* 953(2018), 1-8.
- Office of the National Economic and Social Development Board Prime Minister's Office (2016). *National Economic and Social Development Plan Twelfth Issue 2017 – 2021*. Retrieved 20 July 2020. https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422
- Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports Ministry of Tourism and Sports. (2017). *National Tourism Development Plan 2nd Edition (2017 – 2021)*. Retrieved 10 August 2020. Accessed from https://www.ubu.ac.th/web/files_up/03f2017052216244626.pdf
- Orathai Kokphol. (2009). *Partners, Handbook of Public Participation for Local Administrators*. Bangkok: Charansanitwong printing.
- Parichart Walaisathien and colleagues. (2006). *Processes and working techniques of developers*. Bangkok: Thai Wattana Panich.
- Potchana Suansri. (2003). *Community Guidelines for Tourism Management*. Bangkok: Tourism for Life and Nature Project.

- Ratt Kanpai, and Thamnit Waraporn. (2014). People's participation in the local tourism development plan of Cha-am Municipality. Cha-am District, Phetchaburi Province//Thai version in the fields of humanities, social sciences and arts. *Veridian E-Journal*, Silpakorn University, 8(1), 468-482.
- Siriwan Sereerat et al. (1998). *Modern Marketing Management*. Bangkok: Diamond in Business World.
- Smith, V. L. (1996). Indigenous tourism: The four Hs. In I. R. B. T. H. (Eds.) (Ed.), *Tourism and indigenous people*. London: International Thomson Business Press.
- Sutthikan Kongklai, and Thanyathep Yatiwat. (2016). *Marketing mix factors in accommodation selection of Thai tourists in Phuket*. *Social Sciences Research and Academic*, 19-52.
- Thawilwadee Burikul. (2018). *Equality can be built: budgeting with regard to male and female dimensions*. Bangkok: King Prajadhipok's Institute.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2004). *Strategic Management and Business Policy: Concepts* (9th ed. ed.). Pearson Education, Inc., Upper Saddle River.

