

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
Graduate School Surindra Rajabhat University



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัย
ระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 6
วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2555



คณะกรรมการพิจารณาถ้อยแถลงขอรับความทางวิชาการ

| | |
|------------------------------|---|
| ดร.เยาวดี สุวรรณาคะ | วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สุรินทร์ |
| ดร.ไพโรจน์ เพชรสังหาร | วัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ |
| ดร.พรรณิภา สันติสุขวงศ์โชติ | ผู้เชี่ยวชาญสาขาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ |
| ดร.สุพิศรา เศลวัตนะกุล | วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สุรินทร์ |
| รศ.ดร.ธวัชชัย ชินวงศ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ |
| รศ.ดร.สารภี วรรณตรง | มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ |
| ผศ.ดร.ธีรวัตร ภูระธีรานรัชต์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ |
| ผศ.ดร.นภาพรณ พัฒนฉัตรชัย | มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ |
| ผศ.ดร.นภคกุล พูลสวัสดิ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ |
| ผศ.ดร.สุวรรณา รัตนธรรมเมธี | มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ |
| ดร.เสาวณิต รัตนรวมการ | มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ |
| ดร.อุดม หอมคำ | มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ |
| ดร.พีระศักดิ์ วรรณตรง | มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ |

คณะกรรมการดำเนินงาน

| | |
|-----------------------|-----------------------------|
| รศ.ดร.สารภี วรรณตรง | รองอธิการบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา |
| ดร.เสาวณิต รัตนรวมการ | คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย |

คณะกรรมการฝ่ายจัดทำรูปเล่ม

| | |
|-----------------------|-----------------------------|
| นายชัยยศ อุไรล้ำ | นายสำเร็จ สาคเรศ |
| นายธนาพล แจ้งสว่างศรี | นายอรรถพล ศรีปิดตา |
| นายคงคม จันทสุข | นายชุตติพร ไวรวิจันกุล |
| นางวฤนดา เผ่าศิริ | นางธนินทร์ธร ทองแมน |
| นางสาววัลลภา ตรีแก้ว | นางสาวจันทร์ทิพย์ ถนัดเพิ่ม |
| นางสาวน้องนาง ผูกดวง | นางสาวโสภา วงศ์ภักดี |
| นางสาวศรินทิพย์ สนทอง | นางสาวภัทริยากุล แก่นแก้ว |
| นางสาวกนิษฐา ชิมทอง | นางสาวสุภาวดี มีศิริ |

อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
TOURISM DESTINATION IDENTITY OF AMPHUR HUA HIN, CHANGWAT PRACHUAP
KHIRI KHAN

พิทักษ์ ศิริวงศ์¹, ภาณุวัฒน์ สุขจิตต์², จิรศักดิ์ สุวจนพงศ์³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีวิทยาปรากฏการณ์วิทยา เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการค้นคว้าจากเอกสาร ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ นักท่องเที่ยว จำนวน 25 คน ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวได้ให้ความหมายถึงหัวหินว่าหัวหินเป็นเมืองที่เงียบสงบมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายมีเทศกาลต่างๆ มีชายหาดสวยงาม มีการผสมผสานระหว่างความเก่าและความใหม่ เหมาะสำหรับการมาเที่ยวเป็นครอบครัว เป็นเมืองสำหรับการเล่นกอล์ฟ เป็นสถานที่ที่มีพระราชวังและมีตลาดที่หลากหลายลักษณะความเป็นตัวตนของหัวหินคือเป็นเมืองที่ใครๆรู้จัก เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เก่าแก่ เหมาะสำหรับการพักผ่อนเดินทางสะดวก เป็นสถานที่สำหรับจัดกิจกรรมสำคัญระดับชาติและระดับนานาชาติ มีอาหารทะเลที่อร่อยบุคลิกภาพของหัวหิน เป็นเมืองที่ไม่วุ่นวายสบาย เพลิดเพลินและมีบุคลิกภาพที่อบอุ่น มีความคุ้มค่าในการท่องเที่ยวสัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นหัวหินคือความเป็นเมืองเก่าติดทะเล ป้ายสถานีรถไฟสถาปัตยกรรมที่ย้อนยุค ชายหาดที่สวยงาม เมืองแห่งดนตรีแจ๊ส ด้านวัฒนธรรมความเป็นหัวหินพบว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ทันสมัยนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมมาพักผ่อน อาหารทะเล และ บรรยากาศที่โรแมนติก

คำสำคัญ : อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว,

ABSTRACT

This research aims to study Tourism Destination Identity of Amphur Hua Hin, Changwat Prachuap khiri khan Data were collected based on phenomenology methodology, in-depth interviews, non-participant observation and document with 25 key informants. The research revealed that the social construction of meaning of Hua Hin were : peaceful, several tourist attraction, festival, beautiful beach, integration between oldness and freshness be appropriate for family tourism the city of golf course, palace and market several Brand Character of Hua Hin is acquainted oldness Tourism be appropriate chill out convenient travel this place is take important event and celebrate ocean food is delicious personality of Hua Hin is tranquilly city enjoy genial and value of travelling the symbol of Hua Hin is oldness city attend ocean train station signboard former times architecture beautiful beach the city is jazz music the culture of Hua Hin tourist attraction is modern thai tourists and foreign tourists be in flavor of relax seafood and romantic atmosphere

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิทักษ์ ศิริวงศ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

²นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

³นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

Keywords: Tourism Destination Identity

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีการเจริญเติบโต ขยายตัวอย่างรวดเร็วไปทั่วทุกทวีปของโลก โดยมีระบบการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น การบริการข้อมูลข่าวสาร การบริการคมนาคมขนส่ง การบริการอำนวยความสะดวกผ่านเข้า-ออกระหว่างประเทศ การบริการบริษัทนำเที่ยว การบริการมัคคุเทศก์ การบริการสถานที่พักผ่อน การบริการภัตตาคารร้านอาหาร การบริการสินค้าของที่ระลึก การบริการบันเทิง และระบบการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยเข้ามาทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมโยงอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางไปสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวตามที่ประสงค์ ผลของการที่ได้ใช้บริการอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมทั้งการไปสัมผัสแหล่งท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถบอกได้ว่าได้รับความประทับใจและพึงพอใจมากน้อยเพียงใด ทุกประเทศที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่างก็ปรารถนาที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในความนิยมของนักท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์มหาศาลจากปฏิภณลูกโซ่ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวสามารถที่จะช่วยขยายผล ชักชวนให้เกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอันเป็นที่มาของรายได้เข้าสู่ประเทศ

การท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญในการนำเม็ดเงินเข้ามาสู่เมืองหรือแหล่งท่องเที่ยว ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้เมืองที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามต่างแข่งขันกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนให้เป็นที่รู้จักและจดจำของนักท่องเที่ยว เพื่อขยายชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวให้โด่งดังจนทุกคนรู้จักกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปต้องการความสะดวกสบาย และเครื่องอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานค่อนข้างสูง ส่งผลให้ต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น และมีต้นทุนในการท่องเที่ยวที่สูง (กนกพร ศิริโรจน์, 2545)

แหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว ซึ่ง ปีเตอร์ (Peter, 1969) อ้างถึงใน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, (2545) ได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยวเป็น 4 ประเภท ดังนี้คือ

1. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Culture Attractions) เป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่างๆ (Traditional Attractions)
2. แหล่งท่องเที่ยวตามสภาพธรรมชาติ (Scenic Attractions) ซึ่งแสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่างๆ ของภูมิประเทศ
3. แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง (Entertainment Attractions)
4. แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว (Specific Attractions)

เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวสวยงามทั้งแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นโบราณสถาน หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทำให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศนิยมมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก และรายได้จากการท่องเที่ยวก็เป็นรายได้อันดับหนึ่งของประเทศไทย เป็นสาเหตุให้มีเงินไหลเวียนเข้าประเทศจำนวนมาก การท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญควรคู่แก่การอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาให้มากยิ่งขึ้น

อัตลักษณ์ (identity) เป็นความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองว่า “ฉันคือใคร” ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองเห็นและการที่คนอื่นมองเรา อัตลักษณ์ต้องการความตระหนัก (awareness) ในตัวเราและพื้นฐานของการเลือกบางอย่าง นั่นคือเราจะต้องแสดงตนหรือยอมรับอย่างตั้งใจกับอัตลักษณ์ที่เราเลือก ความสำคัญของการแสดงตนก็คือ การระบุได้ว่าเรามีอัตลักษณ์เหมือนกลุ่มหนึ่งและมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างไร และ “ฉันเป็นใคร” ในสายตาคนอื่น (นันทนัย ประสานนาม, 2550)

อัตลักษณ์นั้นไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นลอยๆ ตามธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการสร้างของวัฒนธรรมในช่วงเวลาหนึ่ง และวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งที่ก่อสร้างทางสังคม (social construct) นอกจากนี้วัฒนธรรมก็ไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งหรือตายตัว หากแต่มีรูปแบบเป็นวงจรที่เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” (circuit of culture) ดังนั้นอัตลักษณ์ทั้งหลายจึงมีกระบวนการถูกผลิต (produced) ให้เกิดขึ้น สามารถถูกบริโภค (consumed) และถูกควบคุมจัดการ

(regulated) อยู่ในวัฒนธรรมเหล่านั้น และทั้งนี้ยังมีการสร้างความหมายต่างๆ (creating meanings) ผ่านทางระบบต่างๆ ของการสร้างภาพตัวแทน (symbolic systems of representation) (ฉลาดชาย รมิตานนท์ 2550)

หัวหินเป็นสถานที่ท่องเที่ยวตากอากาศแห่งหนึ่งของประเทศไทย เป็นที่รู้จักกันแพร่หลายมาแต่อดีตกาล และได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา โดยที่หัวหินมีสภาพทางธรรมชาติชายหาด/ทะเลที่เงียบสงบ สวยงาม มีความลาดชันต่ำเหมาะแก่การเล่นน้ำทะเล และมีเส้นทางคมนาคมเข้าถึงสะดวก ทั้งทางรถยนต์ รถไฟ และยังมีท่าอากาศยานหัวหินอยู่ในพื้นที่ ประกอบด้วยหัวหินมีระยะทางที่ไม่ห่างไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก คืออยู่ห่างออกไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ประมาณ 232 กิโลเมตร สภาพภูมิอากาศเหมาะแก่การท่องเที่ยว โดยเฉพาะนอกฤดูฝน เป็นช่วงที่อากาศค่อนข้างร้อนและแห้งแล้ง ท้องฟ้ากระจ่าง ไม่มีเมฆฝน ทำให้ไม่รู้สึกอึดอัด โดยมีลมตะวันออกเฉียงใต้ที่พัดเข้าสู่ฝั่งในช่วงตอนบ่ายและเย็นช่วยทำให้อากาศสดชื่นและเกิดคลื่นตามชายฝั่งพอประมาณ ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการเล่นน้ำทะเล ทำให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวกันเป็นจำนวนมาก โดยในปี พ.ศ. 2553 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาถึง 14,149,841 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย 7,902,627 คน นักท่องเที่ยวชาวยุโรป 4,059,988 นักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน 853,381 คน (กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553)

การสร้างอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการจดจำและประทับใจกับการที่ได้มาแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวที่ได้มาสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามเกิดการบอกปากต่อปากจนเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป การสร้างอัตลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญมากในการทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นมีสิ่งที่ไม่เหมือนใคร ทำให้เกิดเอกลักษณ์ของตัวเอง เป็นเสน่ห์ที่หาไม่ได้จากที่ไหน

เมืองหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมมาท่องเที่ยวเนื่องจากที่เมืองหัวหินมีบรรยากาศที่ดี มีความเป็นธรรมชาติปนกับบรรยากาศเมือง ทำให้บรรยากาศที่ได้ไม่เหมือนกับที่ไหน เป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของเมืองหัวหิน อีกทั้งการเพิ่มและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นมาอยู่เรื่อยๆ ทำให้นักท่องเที่ยวที่เคยได้มาสัมผัส เมื่อกลับมาเที่ยวอีกครั้งก็จะได้เห็นสิ่งใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่เพิ่มมากขึ้น แต่ยังคงบรรยากาศของความเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นธรรมชาติและตัวเมือง ที่เข้ากันได้ดี เป็นการพัฒนาโดยที่ไม่ลบกลิ่นไอของความเป็นหัวหิน

หัวหินเป็นเมืองหนึ่งที่มีการสร้างอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเนื่องจากนักท่องเที่ยวนิยมมาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ทำให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง การสร้างสร้างอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจที่ได้มา เป็นการเพิ่มเสน่ห์ของเมืองหัวหินที่สำคัญ ดังนั้นเมืองหัวหินจึงเป็นเมืองที่เหมาะสมในการเก็บข้อมูล

ด้วยเหตุดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ในการศึกษาถึงอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ว่ามีอัตลักษณ์อย่างไร อัตลักษณ์ดังกล่าวถูกสร้าง และมีการให้ความหมายอย่างไรในสายตาของนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการจัดการ การวางแผนเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและ เพื่อการพัฒนาหัวหินให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงต่อไป

ขอบเขตและวิธีการศึกษา

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการศึกษาคือแหล่งท่องเที่ยวภายในอำเภอหัวหิน ได้แก่ ตลาดน้ำสามพันนาม หาดหัวหิน ตลาดซิเคตา เพลินวาน และบริเวณตลาดไต้รุ่ง เป็นต้น

ขอบเขตด้านเวลา

ได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วง พฤศจิกายน – ธันวาคม และทำการสรุปผลในช่วง ธันวาคม – มกราคม

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีวิทยาปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) ในการสำรวจข้อมูลโดยวิธีการให้บุคคลอธิบายเรื่องราวและประสบการณ์ต่างๆ ที่ได้ประสบมา โดยมีฐานความคิดว่า มนุษย์รู้ดีในสิ่งที่ตนเองมีประสบการณ์มาก่อน โดยสนใจศึกษาว่า มนุษย์แต่ละคนได้ผ่านประสบการณ์ชีวิตมาอย่างไรบ้าง และมีปรากฏการณ์อะไรที่สะสมให้เขาสร้างโลกความจริงของเขาอย่างไร ความจริงในที่นี้เป็นเพียงความนึกคิดของแต่ละบุคคล สิ่งใดที่เขาตีความว่าสำคัญ สิ่งนั้นคือความจริงสำหรับเขา ดังนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษาในเนื้อหาว่าบุคคลเหล่านั้นได้รับประสบการณ์อะไรและตีความกับสถานการณ์นั้นอย่างไร

ขั้นตอน และวิธีการวิจัย มีดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือห้องเที่ยวภายในตัวเมืองหัวหินโดยเลือกสัมภาษณ์ ระดับสภานักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาเที่ยวอำเภอหัวหินจำนวน 25 คน รวมถึงการศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ประกอบการวิจัย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

2.1 แนวคำถามในการสัมภาษณ์ระดับลึกที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา

2.2 สมุดจดบันทึกภาคสนาม ใช้บันทึกข้อมูลในระหว่างการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว

2.3 เครื่องบันทึกเสียงใช้สำหรับบันทึกเสียงผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้ศึกษาได้ขออนุญาตในการบันทึกเทปก่อน

ก่อน

2.4 ผู้วิจัย ในฐานะที่เป็นเครื่องมือที่สำคัญของการวิจัยเพราะเป็นผู้ที่ต้องใช้วิจารณญาณในการเก็บข้อมูลภาคสนามความหมายของอัตลักษณ์เมืองหัวหิน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นผู้วิจัยพิจารณาเลือกพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการ โดยวางแผนกำหนดระยะเวลาเก็บข้อมูลเป็นเวลา 3 เดือน ผู้วิจัยเก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกร่วมกับวิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และวิธีการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารจากผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งสะท้อนถึงทัศนะ ความรู้สึกนึกคิด มุมมองและความหมายอย่างแท้จริง ประกอบกับการเก็บข้อมูลทุติยภูมิโดยรวบรวมจากเอกสาร วารสาร เว็บไซต์ และแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจในการสรุปและวิเคราะห์ผลการวิจัย

4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยวิธีการตรวจสอบแบบ 3 เสา (Triangulation) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกัน (Methodological Triangulation) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร มาพิจารณาร่วมกันว่าข้อมูลนั้นมีความสอดคล้องกันหรือไม่ การตรวจสอบด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยพิจารณาว่าข้อมูลที่ได้นั้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลที่ผู้วิจัยสังเกตได้และจดบันทึกไว้หรือไม่ ทั้งนี้ผู้วิจัยสังเกตพฤติกรรมระหว่างการสัมภาษณ์ว่าสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้รับการสัมภาษณ์หรือไม่ และนำข้อมูลที่ได้รับการสัมภาษณ์ไปตรวจสอบกับผู้รู้จักคุ้นเคยกับผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อประเมินผลและพิจารณาถึงน้ำหนักของความน่าเชื่อถือจากข้อมูลที่จะนำไปใช้

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ ตามแนวทางของการวิจัยเชิงคุณภาพ และนำเสนอผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว อำเภอหัวหิน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก แบบไม่เป็นทางการ และการสังเกต โดยมีวัตถุประสงค์ศึกษาเพื่อศึกษาถึงอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว อำเภอหัวหิน ดังนี้

1. การให้ความหมายถึงหัวหิน (Brand Meaning) จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวได้ให้ความหมายของหัวหินไว้ดังนี้

1.1 หัวหินเป็นเมืองที่เจียบสงบ เนื่องจากหัวหินเป็นเมืองที่ติดทะเล และอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติต่าง ๆ เช่น ภูเขา น้ำตก พื้นที่ป่าอนุรักษ์ เป็นต้น เมื่อนักท่องเที่ยวได้เดินทางมาท่องเที่ยวทำให้เกิดความสบายใจ รู้สึกสงบ

1.2 หัวหินเป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย มีสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวหลายๆกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเป็นครอบครัวหรือคู่รัก หรือเดินทางมาเที่ยวคนเดียว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีสถานบันเทิง มีแหล่งสำหรับเล่นกีฬา มีตลาดนัด เป็นต้น

1.3 หัวหินเป็นเมืองที่มีการจัดเทศกาลที่หลากหลาย เป็นเมืองที่มีการจัดเทศกาลต่างๆตลอดทั้งปี โดยเฉพาะเทศกาลที่เกี่ยวกับดนตรีจะมีชื่อเสียงมาก เช่น เทศกาลแจ๊ส เฟสติวล (Hua-Hin Jazz Festival) , เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติหัวหิน (Hua-Hin International Film Festival) เทศกาลอาหารหัวหิน (Hua-Hin Food Festival)

1.4 หัวหินเป็นเมืองที่มีชายหาดสวยงาม ชายหาดของหัวหินมีความสะอาด และมีโขดหินสวยงาม ทราชมความนุ่มละเอียดย

1.5 หัวหินเป็นเมืองที่มีการผสมผสานระหว่างความเก่าและความใหม่ เป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวอันยุคต่างๆ เช่น ตลาดน้ำ เฟลินวาน อยู่ร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีความทันสมัย เช่น ตลาดจ๊กจั่น (Cicada Market) สวนน้ำ หัวหิน (Black Mountain Hua Hin)

1.6 หัวหินเป็นเมืองที่เหมาะสมสำหรับการมาเที่ยวเป็นครอบครัว เป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับทั้งผู้ใหญ่และเด็ก มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น เช่น ชายหาดหัวหิน ตลาดน้ำสามพันนาม ตลาดน้ำหัวหิน เฟลินวาน ปางช้าง เป็นต้น

1.7 หัวหินเป็นเมืองสำหรับการเล่นกอล์ฟ หัวหินเป็นเมืองที่มีสนามกอล์ฟชั้นนำและทันสมัยในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นจำนวนมากและหลากหลาย เช่น แบล็คเมาท์เทน กอล์ฟ คลับ หัวหิน (Black Mountain Golf Club, Hua Hin) บันหยัน กอล์ฟ คลับ หัวหิน (The Banyan Golf Club Hua Hin) รอยัลหัวหิน กอล์ฟคอร์ส (Royal Hua Hin Golf Course)ให้นักท่องเที่ยวที่ได้เลือกสรรคสนามกอล์ฟในแบบที่ชอบ

1.8 หัวหินเป็นเมืองที่มีพระราชวัง โดยจะมี 2 พระราชวัง คือ พระราชวังมฤคทายวัลและพระราชวังไกรกัณฑ์ ซึ่งทั้ง 2 พระราชวังเป็นพระราชวังที่สวยงามและเก่าแก่

1.9 หัวหินเป็นเมืองแห่งตลาดที่หลากหลายทั้งเป็นตลาดที่สร้างขึ้น ตลาดนัด ตลาดสินค้าทำมือได้แก่

1.9.1 ตลาดโต้รุ่งหัวหิน ทุกเย็นมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติแวะเวียนไปเสมอเพราะเป็นแหล่งรวมแผงอาหารนานาชาติ ทั้งอาหารไทย อาหารทะเล ขนมไทย โรตีสานก แป้งสดๆ ให้เลือกสรร นอกจากนั้นยังมีของที่ระลึกจำหน่ายมากมายอีกด้วย

1.9.2 ตลาดจ๊กจั่น(The Cicada Market)เป็นศูนย์กลางในการพบกันระหว่างผู้ชมกับศิลปินผู้สร้างสรรค์งานศิลปะ และเป็นศูนย์รวมของสินค้าทำมือ(Hand made)ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว

1.9.3 ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ออกแบบมาให้เหมือนกับตลาดน้ำของเมืองไทยสมัยก่อนและมีอาหารไทยที่หลากหลาย เช่น ก๋วยเตี๋ยวเรือ ผัดไท เป็นต้น

1.10 หัวหินเป็นเมืองเก่าอันยุค เพราะเป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงอันยุคและเป็นเมืองที่มีการสร้างภาพลักษณ์ให้ดูเป็นเมืองเก่า เช่น ตลาดน้ำ ป้ายสถานีรถไฟ พระราชวังมฤคทายวัล

2. อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2.1 ลักษณะความเป็นตัวตน (Brand Character) ของหัวหิน

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่าหัวหินมีลักษณะความเป็นตัวตนคือเป็นเมืองที่ใครๆรู้จักเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เก่าแก่ เหมาะสำหรับการพักผ่อนหรือการฟื้นฟูจิตใจ เป็นเมืองที่มีการผสมผสานระหว่างยุคใหม่

และยุคเก่าอย่างลงตัว ทำให้เกิดเป็นลักษณะความเป็นตัวตนที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เป็นเมืองที่เดินทางสะดวกอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ เป็นสถานที่สำหรับจัดกิจกรรมสำคัญระดับชาติและระดับนานาชาติ เช่น หัวหินมินิมาราธอน เทศกาลดนตรีแจ๊ส เทศกาลบอลรูมนานาชาติ เป็นต้น เป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการลิ้มลองอาหารที่หลากหลายโดยเฉพาะ อาหารทะเล อีกทั้งยังเป็นเมืองที่ได้รับคำแนะนำในการมาท่องเที่ยวจากคนรอบด้าน

2.2 บุคลิกภาพ (Brand Personality) ของหัวหิน

หัวหินเป็นเมืองที่มีบุคลิกภาพที่ให้ความรู้สึกที่ไม่วุ่นวายแม้ว่าจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากเป็นเมืองที่เมื่อมาเที่ยวแล้วนักท่องเที่ยวมีความรู้สึกสบายเพลิดเพลินและมีบุคลิกภาพที่อบอุ่น ให้ความรู้สึกที่ดีต่อผู้ที่มาเยือน ทำให้นักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางมาพักผ่อนเมืองหัวหินอยู่เรื่อยๆ ไม่ขาดสายและบุคลิกที่อบอุ่นนั้นทำให้เหมาะสมกับการเดินทางมาพักผ่อนเป็นครอบครัว มีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว

2.3 สัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นหัวหิน (Brand Symbol)

หัวหินเป็นเมืองเก่าย้อนยุคและติดทะเล สัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นหัวหินได้เด่นชัด คือ ป้ายสถานีรถไฟ สถาปัตยกรรมที่ย้อนยุค ชายหาดที่สวยงาม เป็นเมืองแห่งดนตรีแจ๊ส ซึ่งเป็นสิ่งที่มีชื่อเสียงของหัวหินและเป็นสิ่งแรกที่นักท่องเที่ยวจะนึกถึง เมื่อพูดถึงหัวหิน

2.4 วัฒนธรรมความเป็นหัวหิน (Brand Culture)

เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ทันสมัยเป็นแหล่งที่นักท่องเที่ยวที่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมมาพักผ่อนในวันหยุด มีอาหารทะเลมีความสดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ย้อนยุค เป็นเมืองที่มีบรรยากาศโรแมนติก

สรุป และอภิปรายผล

จากการศึกษาข้างต้นสามารถสรุปผลได้ดังนี้ การให้ความหมายถึงหัวหินพบว่า หัวหินเป็นเมืองที่เงียบสงบมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายมีการจัดเทศกาลต่างๆ มีชายหาดสวยงาม มีการผสมผสานระหว่างความเก่าและความใหม่ เหมาะสำหรับการมาเที่ยวเป็นครอบครัวเป็นเมืองสำหรับการเล่นกอล์ฟ เป็นสถานที่ที่มีพระราชวังและมีตลาดที่หลากหลายลักษณะความเป็นตัวตนของหัวหินพบว่า เป็นเมืองที่ใครๆรู้จัก เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เก่าแก่เหมาะสำหรับการพักผ่อน เป็นเมืองที่มีการผสมผสานระหว่างยุคใหม่และยุคเก่าอย่างลงตัว เป็นเมืองที่เดินทางสะดวกอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ เป็นสถานที่สำหรับจัดกิจกรรมสำคัญระดับชาติและระดับนานาชาติ เป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการลิ้มลองอาหารที่หลากหลายบุคลิกภาพ ของหัวหินเป็นเมืองที่ให้ความรู้สึกไม่วุ่นวายสบายเพลิดเพลินและมีบุคลิกภาพที่อบอุ่น ให้ความรู้สึกที่ดีต่อผู้ที่มาเยือนมีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวสัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นหัวหิน คือเป็นเมืองเก่าติดทะเล ป้ายสถานีรถไฟที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว มีสถาปัตยกรรมที่ย้อนยุค ชายหาดที่สวยงาม เป็นเมืองแห่งดนตรีแจ๊ส วัฒนธรรมความเป็นหัวหินพบว่า เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ทันสมัยนักท่องเที่ยวที่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมมาพักผ่อน อาหารทะเลมีความสด บรรยากาศโรแมนติก

จากการศึกษาพบว่าถึงแม้ว่าหัวหินเป็นเมืองท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยว แต่ปัญหาบางประการที่ผู้มีส่วนรับผิดชอบต้องคำนึงถึงได้แก่ ปัญหาเรื่องระบบการขนส่ง การขาดรถโดยสารประจำทาง ทำให้เกิดธุรกิจรถแท็กซี่นอกระบบราคาแพงที่ขาดการจัดระบบ รวมทั้งการควบคุมราคาให้ได้มาตรฐานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ปัญหาการถือครองที่ดิน และการเข้ามาประกอบอาชีพของชาวต่างชาติ เป็นการแย่งอาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ ปัญหาการขาดการจัดระบบโซนเพื่อแบ่งพื้นที่ใช้สอยให้เป็นสัดส่วน เช่น ส่วนที่อยู่อาศัย ส่วนธุรกิจบันเทิง ส่วนของโรงแรม เป็นต้น รวมทั้งการสนับสนุนในการสร้างรูปแบบของที่ระลึกที่แสดงถึงอัตลักษณ์ความเป็นหัวหินให้มากขึ้นเพื่อเป็นการส่งเสริมอาชีพ และการพยายามสร้างตราสินค้าการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเป็นประชาคมอาเซียนด้วยวิธีการจัดการเชิงกลยุทธ์อย่างเป็นระบบและเท่าทันการเปลี่ยนแปลงของตลาดการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอจากการวิจัย

1.1 จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่าหัวหินเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ขาดการจัดการระบบการแบ่งพื้นที่ใช้ประโยชน์ของเมืองอย่างเป็นระบบ เช่น พื้นที่สำหรับสถานบันเทิง พื้นที่สำหรับที่อยู่อาศัย พื้นที่สำหรับเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ พื้นที่สาธารณะ ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจึงควรมีการวางแผนในการจัดการอย่างเป็นระบบเพื่อสร้างในหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง

1.2 จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่าหัวหินยังขาดการจัดการระบบรถบริการสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวที่ไม่มีรถส่วนตัวความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว และมีค่าใช้จ่ายสูง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาจัดระบบอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในหัวหิน

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาถึงแนวทางในการจัดระบบการคมนาคมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอหัวหิน

2.2 ควรมีการศึกษาเพื่อวางนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของหัวหินให้รองรับการการเข้าเป็นประชาคมอาเซียน

เอกสารอ้างอิง

- กนกพร ศิริโรจน์. (2545). กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ : กรณีศึกษา สถานที่พักแรม ถนนข้าวสาร. กรุงเทพมหานคร งานวิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- ฉลาดชาย รมิตานนท์ (2550)“อัตลักษณ์ วัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลง.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.soc.cmu.ac.th/~wsc/data/Identity28_3_05.pdf
- สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ข้อมูลสถิติ แหล่งที่มา <http://123.242.133.66/tourism/th/home/tourism.php?id=5>
- นัทธนี ประสานนาม. (2550). เพศชาติพันธุ์ และปัญหาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ ในภาพยนตร์เรื่อง Touch of Pink. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.midnightuniv.org/midnight2545/document95248.html>
- Peter. (1969). การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). คู่มือแนวทางการจัดการที่พัก สัมผัสวัฒนธรรมชนบท. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.