

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



242849



## รายงานการวิจัย

เรื่อง

ยุทธศาสตร์การพัฒนาศามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

และคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวในเกาะช้าง

จังหวัดตราด ประเทศไทย

โดย

รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปณิศา มีจินดา  
อาจารย์ ดร.จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์  
อาจารย์ ดร. อรทัย เลิศวรรณวิทย์  
อาจารย์นงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

2553

๒๐๐๒๔๗๒๐๖

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ



รายงานการวิจัย

เรื่อง



ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน  
และคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวในเกาะช้าง  
จังหวัดตราด ประเทศไทย

โดย

รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปณิศา มีจินดา  
อาจารย์ ดร.จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์  
อาจารย์ ดร. อรทัย เดิศวรรณวิทย์  
อาจารย์นงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

2553

# รายงานการวิจัย

## เรื่อง

### ยุทธศาสตร์การพัฒนาศามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน และคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวในเกาะช้าง จังหวัดตราด ประเทศไทย

#### โดย

รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์

พ.บ.ม. (พัฒนาการเศรษฐกิจ)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปณิศา มีจินดา

Ph.D. (Marketing)

อาจารย์ ดร. จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์

Ph.D. (Marketing)

อาจารย์ ดร. อรทัย เลิศวรรณวิทย์

Ph.D. (Marketing)

อาจารย์นงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร

บ.บ.ม. (การจัดการ)

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

2553

(งานวิจัยนี้ได้รับงบประมาณแผ่นดินประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2553)

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนและคุณค่าแห่งท้องถิ่นในเกาะช้าง จังหวัดตราด ประเทศไทย (Strategy Formulation for Developing Sustainable Destination Competitiveness and Equity for Tourism in Koh Chang, Trad Province, Thailand) สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความอนุเคราะห์และความร่วมมืออย่างดียิ่งจากท่านอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริโรจน์ ผลพันธิน และบุคลากรจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต คณะผู้วิจัยขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ชวณี ทองโรจน์ รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นริศาคำแก่น ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา คุณอุษณีย์ ชลเกตุ อำนวยการกองคลัง และบุคลากรของสำนักงานฝ่ายวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตที่ได้ให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวก ปรับปรุงและแก้ไขรายงานวิจัยฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ตลอดจนหลายท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือในงานวิจัยครั้งนี้ ซึ่งประกอบด้วย พลตรีหญิงจรัสพิมพ์ ธีรลักษณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานเลขาธิการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) อพท. ที่ให้ความร่วมมือในการตอบการสอบถามแบบเจาะลึก คุณศักดิ์ประเสริฐ เจริญประสิทธิ์ นายอำเภอเกาะช้าง คุณแหลมทอง มโนรัมย์ ปลัดอำเภอเกาะช้าง และเจ้าหน้าที่อำเภอเกาะช้างทุกท่าน คุณเฉลิม กลิ่นนันทนวล หัวหน้าอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง และเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้างทุกท่าน คุณศรัน จิรังศรี นายกเทศมนตรีตำบลเกาะช้าง และคณะผู้บริหารเทศบาลตำบลเกาะช้าง รวมทั้งชุมชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวตำบลเกาะช้าง คุณจักรกฤษณ์ สลักเพชร นายกองจัดการบริหารส่วนตำบลเกาะช้างได้ รวมทั้งชุมชนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในตำบลเกาะช้างได้ และคุณจาวรธรรม จินตกานนท์ นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดตราด ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องนี้ ตลอดจนขอขอบคุณรองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา ผู้ทรงคุณวุฒิ และอาจารย์เสาวลักษณ์สุนทร ที่ช่วยตรวจสอบ แก้ไข ปรับปรุงงาน ซึ่งทำให้ทีมงานวิจัยได้พัฒนางานวิจัยเรื่องนี้ตามคำแนะนำจนสามารถพัฒนางานวิจัยเรื่องนี้ให้มีคุณภาพสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

สุดท้ายนี้คณะผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามด้วยความเต็มใจที่ทำให้งานวิจัยนี้มีผลที่สอดคล้องกับข้อเท็จจริงและเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ชื่อผู้วิจัย รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์

มีนาคม 2553

## บทสรุปผู้บริหาร

### Executive Summary

**ชื่อโครงการ** ยุทธศาสตร์การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน และคุณค่าแห่งท้องถิ่นในเกาะช้าง จ.ตราด ประเทศไทย

Strategy Formulation for Developing Sustainable Destination Competitiveness and Equity for Tourism in Koh Chang, Trad Province, Thailand

#### สรุปโครงการวิจัย

นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยได้มุ่งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยจะต้องสามารถสร้างคุณค่าแห่งท้องถิ่นโดยมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ผลของการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศ และคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยการเพิ่มตลาดใหม่และตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีศักยภาพให้เข้ามาท่องเที่ยว และกระตุ้นนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น จากเหตุการณ์ภัยพิบัติทางธรรมชาติสึนามิ ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติทางทะเลชายฝั่งอ่าวไทย และบริเวณทะเลและเกาะในอ่าวไทยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นถึง 27% เมื่อผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิคลี่คลายลงทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอันดามันเพิ่มขึ้น และบริเวณอ่าวไทยลดลง จากข้อมูลดังกล่าวจึงเป็นแนวคิดสำหรับการวิจัยนี้ในการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนและคุณค่าแห่งท้องถิ่นของชายฝั่งทะเลอ่าวไทย โดยเฉพาะในจังหวัดตราดที่เกาะช้าง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามน่าสนใจ มีวิถีชีวิตที่หลากหลายน่าศึกษา ไม่แพ้ชายฝั่งทะเลอันดามัน ให้มีนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายสูงสุดในการสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่นควบคู่กับการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวนี้ให้คงความโดดเด่น สวยงาม ตลอดไปเพื่อการได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการรับรู้ต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ความคุ้นเคย ความคุ้มค่า ความผูกพันทางอารมณ์ และข้อมูลส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในเกาะช้าง จ.ตราด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ (2) ศึกษาแนวคิดจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในเกาะช้าง จ.ตราด (3) กำหนดยุทธศาสตร์การสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนและการสร้างคุณค่าแห่งท้องถิ่นในเกาะช้าง จ.ตราด

โดยงานวิจัยนี้จะใช้ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเกาะช้าง จ. ตราด จำนวนกลุ่มละ 400 คน รวมทั้งสิ้น 800 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เพื่อให้ได้รายชื่อสถานประกอบการ ที่พัก โรงแรม การสุ่มแบบโควตาโดยกำหนดจำนวนตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวนเท่าๆ กันในแต่ละสถานประกอบการ และสุ่มแบบตามสะดวก ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพได้ใช้การสัมภาษณ์แบบกลุ่มและแบบเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยผู้ประกอบการกลุ่มที่พัก โรงแรม บริษัททัวร์ ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก พนักงานให้บริการ ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ชุมชนในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว รวมทั้งสิ้น 100 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

### บทสรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 1** การรับรู้ต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ความคุ้นเคย ความคุ้มค่า ความผูกพันทางอารมณ์ และข้อมูลส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในเกาะช้าง จ.ตราด

1.1 การรับรู้ต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ความคุ้นเคย ความคุ้มค่า ความผูกพันทางอารมณ์ ความพึงพอใจ และความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในเกาะช้าง จ.ตราด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ดังตาราง

ประเด็นการรับรู้	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวต่างชาติ
1. ทรัพยากรที่มีอยู่เดิม		
1.1 ทรัพยากรธรรมชาติ	ค่อนข้างดี	ค่อนข้างดี
1.2 ทรัพยากรทางวัฒนธรรม	ค่อนข้างดี	ค่อนข้างดี
2. ทรัพยากรที่สร้างขึ้นใหม่		
2.1 ขอบเขตของกิจกรรม/กิจกรรมพิเศษ	ค่อนข้างดี	ค่อนข้างดี
2.2 สาธารณูปโภคการท่องเที่ยว	ค่อนข้างดี	ค่อนข้างดี
2.3 อาหาร/เครื่องดื่ม	ค่อนข้างดี	ดี
2.4 การช้อปปิ้ง	ปานกลาง	ค่อนข้างดี
3. ปัจจัยของสถานการณ์		
3.1 ทำเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	ค่อนข้างดี	ดี
3.2 การแข่งขันด้านราคา	ค่อนข้างดี	ดี
3.3 ความปลอดภัย	ค่อนข้างดี	ค่อนข้างดี

ประเด็นการรับรู้	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวต่างชาติ
3.4 ปัญหาเชิงนิเวศ	ค่อนข้างดี	ค่อนข้างดี
3.5 การปรับปรุงฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ	ค่อนข้างดี	ปานกลาง
4. ปัจจัยคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว		
4.1 การรู้จักแหล่งท่องเที่ยว	ค่อนข้างมาก	ค่อนข้างมาก
4.2 ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว	ดี	ดี
4.3 ความรักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว	มาก	มาก
4.4 ความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยว	ค่อนข้างคุ้นเคย	ค่อนข้างคุ้นเคย
4.5 ความคุ้มค่าจากแหล่งท่องเที่ยว	ค่อนข้างมาก	ค่อนข้างมาก
4.6 ความพึงพอใจโดยรวม	พึงพอใจ	พึงพอใจ
4.7 ความผูกพันทางอารมณ์	ค่อนข้างมาก	ค่อนข้างมาก

1.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความรักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้าง จ.ตราด ของนักท่องเที่ยว ดังตาราง

ประเด็นปัจจัย	ความพึงพอใจ		ความรักดี	
	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ
ทรัพยากรทางธรรมชาติ		✓	✓	
ทรัพยากรทางวัฒนธรรม	✓			✓
ขอบเขตของกิจกรรม/กิจกรรมพิเศษ		✓		
อาหาร/เครื่องดื่ม		✓		✓
อธยาศัยไมตรีของชุมชนและคุณภาพการให้บริการ	✓			✓
ทำเลที่ตั้ง			✓	
การแข่งขันด้านราคา	✓	✓		
ปัญหาเชิงนิเวศ		✓	✓	
การรู้จักแหล่งท่องเที่ยว			✓	✓
ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓
ความคุ้นเคย			✓	✓
ความคุ้มค่า	✓			
ความผูกพันทางอารมณ์	✓	✓		✓
ความพึงพอใจโดยรวม			✓	✓

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 2** ศึกษาแนวคิดจากบุคคล ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกลุ่มต่างๆ เพื่อพัฒนายุทธศาสตร์การสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนและการสร้างคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวในเกาะช้าง จ.ตราด

ผลการสัมภาษณ์จากตัวแทนกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวในเกาะช้างในทุกภาคส่วน ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน สรุปได้ดังนี้

### 2.1 การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเกาะช้าง

(1) การจัดการเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มากเกินไป และลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม เช่น มีระบบการจัดการขยะและบำบัดน้ำเสียที่ดี เป็นต้น

(2) ชาวบ้านยังไม่มีศักยภาพเพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้ ต้องสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการในการบริหารจัดการ

(3) การพัฒนาให้เกาะช้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ควรให้คนในชุมชนยังคงอาชีพเดิมไว้แต่สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ซึ่งควรได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ

(4) การอนุรักษ์และส่งเสริมหลายด้านร่วมกัน ด้านการท่องเที่ยวมีการส่งเสริม เช่น การทำโฮมสเตย์ ชมรมการนำเที่ยววัฒนธรรม เรือแจว เรือคายัค การเดินป่า ดูนกเงือก คำน้ำดูปะการัง ป่าชายเลน ชมหิ่งห้อย การไปตกหมึกสำหรับการเที่ยวชมวัฒนธรรม

### 2.2 ประเด็นปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยวเกาะช้าง

(1) กำหนดให้มีการออกใบอนุญาตในการก่อสร้างอาคารต่างๆ ให้มีระบบการบำบัดน้ำเสียและมีการใช้ถังบำบัดน้ำเสีย

(2) การรณรงค์ปลูกจิตสำนึกให้กับภาคทุกส่วนในการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว และจัดกิจกรรมการปลูกปะการังตามเกาะต่างๆ การร่วมมือกันระหว่างหมู่บ้านต่างๆ ในการกำหนดแนวเขตห้ามไม่ให้เรือประมงเข้ามาลากอวน รวมทั้งการขอความร่วมมือกับทางสมาคมท่องเที่ยวและผู้ประกอบการซึ่งอยู่ในท้องถิ่น

(3) การกำจัดขยะมีโรงคัดแยกขยะแทนการกำจัดแบบฝังกลบและมีโครงการทำความสะอาดชายหาดและถนน ทางองค์การบริหารส่วนตำบลร่วมกับเทศบาลมีระบบการจัดการโดยซื้อเครื่องผลิตถ่านอัดแท่ง การทำปุ๋ยอัดเม็ด และตั้งธนาคารขยะเพื่อคัดแยกขยะต่างๆ และทำปุ๋ยให้กับชุมชน

(4) การบุกรุกพื้นที่ที่มีมากจากนายทุนที่มาซื้อที่ดินและประกอบธุรกิจ และชาวบ้านบางส่วนได้ขายที่ดินและย้ายไปอยู่ที่อื่น

### 2.3 ประเด็นปัญหาด้านสังคม/วัฒนธรรมในการท่องเที่ยวเกาะช้าง

(1) ปัญหาเรื่องการควบคุมเกี่ยวกับสถานบันเทิง อยากให้มีการแบ่งแยกโซนนิ่งสถานบันเทิง และมีการควบคุมให้มากกว่านี้

(2) นักท่องเที่ยวจำนวนมากส่งผลต่อสภาพการจราจรที่หนาแน่นเพราะถนนแคบ

(3) มีความร่วมมือกันในการดำเนินโครงการจากภาคส่วนต่างๆ ทั้งบ้าน วัด โรงเรียน อำเภอ และผู้ประกอบการ โดยมีการประชุมร่วมกันทุกเดือนทำให้เกิดความใกล้ชิดและลดปัญหาความขัดแย้งระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับชุมชน

(4) มีบาร์เฮอเซจขึ้นซึ่งจะมีเรื่องการขายบริการตามมา ส่วนปัญหาเรื่องยาเสพติดก็ได้มีการป้องกันและรณรงค์โดยคัดเลือกคณะกรรมการเพื่อร่วมกันเฝ้าระวัง รวมถึงการประชุมแจ้งเรื่องยาเสพติดและการให้ความรู้กับชาวบ้าน

#### 2.4 ประเด็นด้านเศรษฐกิจในการท่องเที่ยวเกาะช้าง

(1) การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนยังอยู่ในระดับน้อยมาก การประกอบธุรกิจของชาวบ้านจะเป็นธุรกิจเล็กๆ ส่วนคนต่างพื้นที่จะเป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่กว่า

(2) มีแผนนโยบายการพัฒนาอาชีพของชาวบ้านในพื้นที่ เช่น หมู่บ้านชาวประมง การตั้งกลุ่มทำเกษตร การพัฒนาคุณภาพผลไม้ พืชผลการเกษตร โดยการสร้างความเข้าใจให้ชาวบ้าน หาวิธีเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการซื้อวัตถุดิบและการขนส่ง

#### 2.5 ประเด็นด้านคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะช้าง

(1) การพัฒนาเกาะช้างให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ในระดับสากล ซึ่งต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐจึงจะสามารถดึงนักท่องเที่ยวชั้นดีเข้ามา

(2) การสร้างภาพลักษณ์ควรเน้นเรื่องความเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ทำทุกอย่างให้กลมกลืนกับธรรมชาติ ให้มีการพัฒนาแบบมีทิศทางค่อยเป็นค่อยไป และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

#### 2.6 ประเด็นด้านการบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้าง

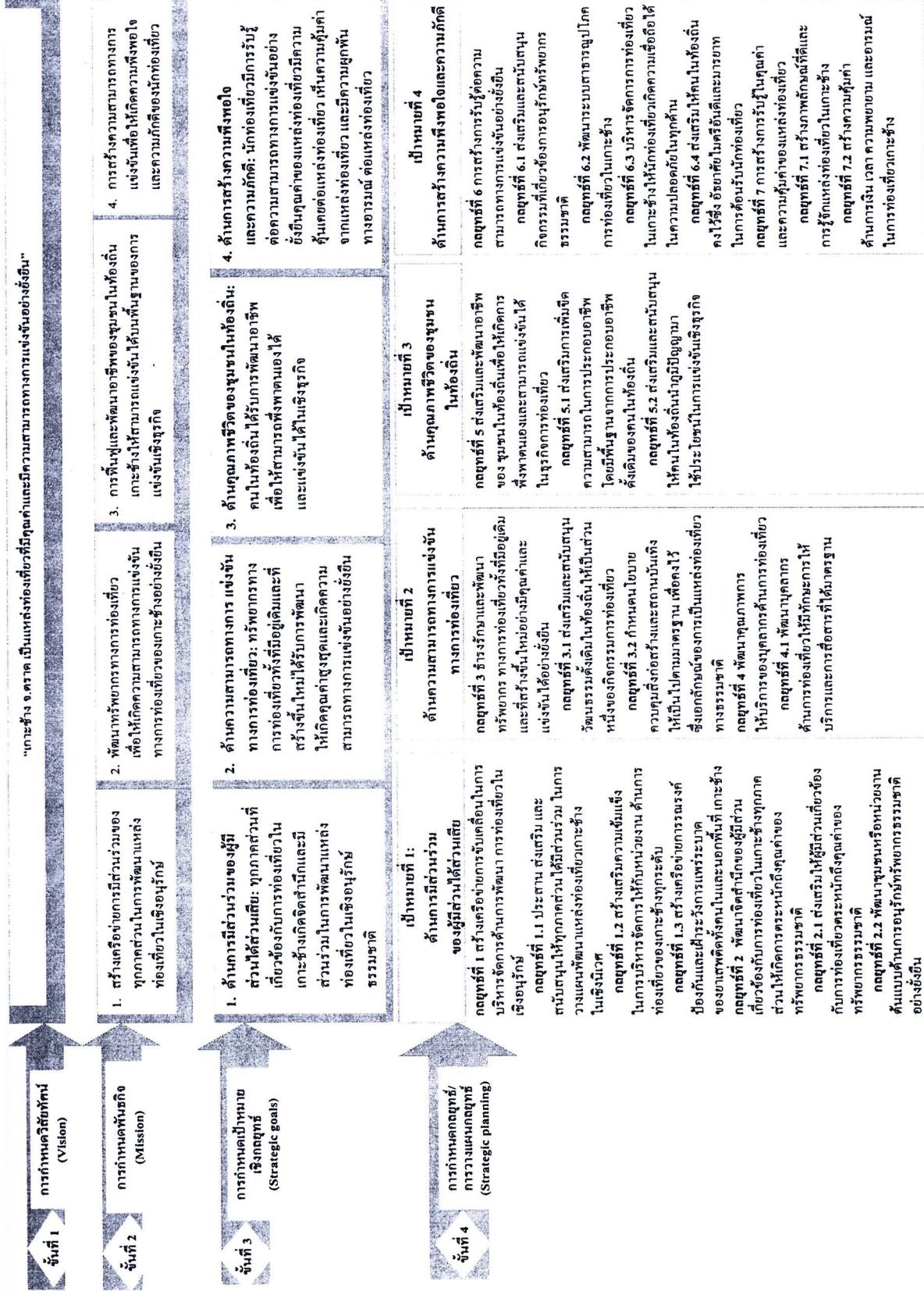
(1) ควรมีการขยายถนนให้กว้างขึ้นเพราะนักท่องเที่ยวเดินทางลำบาก ควรมีป้ายสัญลักษณ์จราจรตลอดเส้นทาง การให้บริการรถโดยสารที่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว ค่าอาหารมีราคาแพงเกินไป และคุณภาพการให้บริการของพนักงานและรถโดยสาร

(2) การท่องเที่ยวในเกาะช้างเป็นไปในลักษณะของต่างคนต่างทำ ขาดความร่วมมือกันในการประชาสัมพันธ์ เช่น ข้อมูลในเว็บไซต์ของเกาะช้างยังไม่เป็นปัจจุบัน

(3) ระบบสาธารณูปโภคสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอ

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 3** บูรณาการการวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพออกมาเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนและคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวในเกาะช้าง จ.ตราด

คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากเก็บรวบรวมตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 มาบูรณาการเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนและคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวในเกาะช้าง จ.ตราด ดังนี้



หัวข้อวิจัย	ยุทธศาสตร์การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน และคุณค่าแห่งท้องถิ่นในเกาะช้าง จ.ตราด ประเทศไทย
ผู้ดำเนินการวิจัย	รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปณิศา มีจินดา ดร.จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ ดร.อรทัย เลิศวรรณวิทย์ อาจารย์นงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร
ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา
หน่วยงาน	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ปีการศึกษา	2553

#### บทคัดย่อ

242849

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ความคุ้นเคย ความคุ้มค่า ความผูกพันทางอารมณ์ และข้อมูลส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในเกาะช้าง จ.ตราด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมทั้งศึกษาแนวคิดจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ เพื่อพัฒนายุทธศาสตร์การสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนและการสร้างคุณค่าแห่งท้องถิ่นในเกาะช้าง จังหวัดตราด

การวิจัยเชิงปริมาณได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่าง (1) แบบง่าย เพื่อให้ได้รายชื่อสถานประกอบการ ที่พัก โรงแรมที่ให้บริการนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 10 แห่ง (2) แบบโควตา โดยสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในสถานประกอบการแห่งละ 40 คน และ (3) แบบตามสะดวกจากนักท่องเที่ยวจนครบจำนวน 800 คน สถิติที่ใช้คือ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน และการทดสอบค่าที

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพได้ใช้การสัมภาษณ์แบบกลุ่มและแบบเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย (1) ผู้ประกอบการกลุ่มที่พัก โรงแรม บริษัททัวร์ ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก จำนวน 40 คน (2) พนักงานให้บริการ จำนวน 20 คน (3) ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 10 คน (4) ชุมชนในท้องถิ่น จำนวน 10 คน (5) นักท่องเที่ยว จำนวน 20 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 100 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

242849

## ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเกาะช้างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25-34 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานทางการค้า มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน 15,000-29,999 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเกาะช้างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25-34 ปี สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นผู้เชี่ยวชาญมีอาชีพ มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน 125,000 บาทขึ้นไป และมีภูมิลำเนาอยู่ในแถบยุโรป

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้ในระดับค่อนข้างดี ในด้านทรัพยากรที่มีอยู่เดิม (ทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรทางวัฒนธรรม) ด้านทรัพยากรที่สร้างขึ้นใหม่ (ขอบเขตของกิจกรรม/กิจกรรมพิเศษ สาธารณูปโภคการท่องเที่ยว อาหาร/เครื่องดื่ม) ด้านปัจจัยของสถานการณ์ (ทำเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว การแข่งขันด้านราคา ความปลอดภัย ปัญหาเชิงนิเวศ การปรับปรุงฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ) และมีการรับรู้ในระดับปานกลาง ในด้านทรัพยากรที่สร้างขึ้นใหม่ (การช้อปปิ้ง)

นักท่องเที่ยวดังกล่าวมีการรับรู้ในระดับในระดับดี ในด้านทรัพยากรที่สร้างขึ้นใหม่ (อาหาร/เครื่องดื่ม) ด้านปัจจัยของสถานการณ์ (ทำเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว การแข่งขันด้านราคา) มีการรับรู้ในระดับค่อนข้างดี ในด้านทรัพยากรที่มีอยู่เดิมในเกาะช้าง (ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรม) ด้านทรัพยากรที่สร้างขึ้นใหม่ (ขอบเขตของกิจกรรม/กิจกรรมพิเศษ สาธารณูปโภคการท่องเที่ยว การช้อปปิ้ง) ด้านปัจจัยของสถานการณ์ (ความปลอดภัย ปัญหาเชิงนิเวศ และมีการรับรู้ในระดับปานกลาง ในด้านปัจจัยของสถานการณ์ (การปรับปรุงฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ)

3. นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีการรู้จักแหล่งท่องเที่ยวในระดับค่อนข้างมาก มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในระดับดี มีความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับมาก มีความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับค่อนข้างคุ้นเคย มีความคิดเห็นต่อความคุ้มค่าจากแหล่งท่องเที่ยวในระดับค่อนข้างมาก มีความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับพึงพอใจ และมีความผูกพันทางอารมณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับค่อนข้างมาก

4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้างของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีดังนี้ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ความคุ้มค่า ความผูกพันทางอารมณ์ การรับรู้ด้านอรรถาธิบายไมตรีของชุมชนและคุณภาพการให้บริการ การแข่งขันด้านราคา และทรัพยากรทางวัฒนธรรม ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้างของนักท่องเที่ยวดังกล่าว มีดังนี้ ความผูกพันทางอารมณ์ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว การรับรู้ด้านการแข่งขัน

242849

ด้านราคา ปัญหาเชิงนิเวศ ขอบเขตของกิจกรรม/กิจกรรมพิเศษ ทรัพยากรธรรมชาติ และการรับรู้ด้านอาหาร/เครื่องดื่ม ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้างของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีดังนี้ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจโดยรวม และการรับรู้ด้านทำเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 การรับรู้ด้านทรัพยากรธรรมชาติ การรู้จักแหล่งท่องเที่ยว ความคุ้นเคย และปัญหาเชิงนิเวศน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้างของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีดังนี้ ความผูกพันทางอารมณ์ ความพึงพอใจโดยรวม การรับรู้ด้านอรรถาธิบายไมตรีของชุมชนและคุณภาพการให้บริการ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ความคุ้นเคย และการรู้จักแหล่งท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 การรับรู้ด้านทรัพยากรทางวัฒนธรรม และการรับรู้ด้านอาหาร/เครื่องดื่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามลำดับ

6. นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเกาะช้างมีการรับรู้ด้านทรัพยากรทางวัฒนธรรม สาธารณูปโภคการท่องเที่ยว และอาหาร/เครื่องดื่ม อรรถาธิบายไมตรีของชุมชนและคุณภาพการให้บริการ ทำเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว การแข่งขันด้านราคา ความปลอดภัย และการปรับปรุงฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ การรู้จักแหล่งท่องเที่ยว ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ความคุ้มค่าจากแหล่งท่องเที่ยว และความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีการรับรู้ด้านการช้อปปิ้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การพัฒนายุทธศาสตร์การสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนและการสร้างคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวในเกาะช้าง จังหวัดตราด โดยกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงาน ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 สร้างเครือข่ายการขับเคลื่อนในการบริหารจัดการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาจิตสำนึกของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเกาะช้างทุกภาคส่วนให้เกิดการตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ

กลยุทธ์ที่ 3 ธำรงรักษาและพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั้งที่มีอยู่เดิมและที่สร้างขึ้นใหม่อย่างมีคุณค่าและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาคุณภาพการให้บริการของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 5 ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพของชุมชนในท้องถิ่นเพื่อให้เกิดการพึ่งพาตนเองและสามารถแข่งขันได้ในธุรกิจการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 6 การสร้างการรับรู้ต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 7 การสร้างการรับรู้ในคุณค่าและความคุ้มค่าของแหล่งท่องเที่ยว

<b>Research Title</b>	Strategy Formulation for Developing Sustainable Destination Competitiveness and Equity for Tourism in Koh Chang, Trad Province, Thailand)
<b>Researcher</b>	Assoc. Prof. Sirivan Serirat Asst. Prof. Dr. Panisa Mechinda Dr. Jirawat Anuwichanont Dr. Aurathai Lertwannawit Nongluck Popichit, Lecturer
<b>Research Consultant</b>	Associate Professor Supada Sirikudta
<b>Organization</b>	Suan Dusit Rajabhat University
<b>Academic Year</b>	2010

**ABSTRACT****242849**

The purpose of this research is to study the perception toward destination sustainable competitiveness equity, familiarity, perceived value, attachment and personal characteristics affecting Thai and international tourists' satisfaction and loyalty toward Koh Chang, Trad Province. Including collect stakeholders' opinion for developing strategy destination sustainable competitiveness and equity for tourism in Koh Chang, Trad Province.

This research is quantitative and qualitative. The quantitative research is conducted using questionnaires from 400 samples of Thai tourists and 400 samples of international tourists through the simple random sampling, quota sampling and convenience sampling. The statistical methods employed in this study include the analysis of Multiple regression analysis and Independent Sample t-test.

The qualitative research is conducted through five series of focus group/depth interview through purposive sampling with stakeholders including 40 resident/hotel, travel agent, restaurant and souvenir store' s entrepreneur, 20 service providers, 10 government officers, 10 communities, and 20 tourists

According to the research findings:

1. Most of Thai tourists are female, aged between 25-34 years old, single, have bachelor degree and commercial personnel. Their average household incomes are between

242849

15,000-29,999 Baht. Most of them come from Bangkok. Regarding international tourists, most of them are female, age between 25-34 years old. They are married, got bachelor degree, professional, have averaged income 125,000 Baht and over. Most of them come from Europe.

2. Thai tourists' perception in fairly good level toward endowed resources (natural resources and cultural/heritage), created resources (range of activities/special events, tourism infrastructure, food and beverage), situational factors (destination location, price competitiveness, safety, ecology problems, natural resource development). And fair level toward created resources (shopping).

International tourists' perception in good level toward created resources (food and beverage), situational factors (destination location and price competitiveness). Fairly good level toward endowed resources (natural resources and cultural/heritage), created resources (range of activities/special events, tourism infrastructure and shopping), situational factors (safety, ecology problems). And fair level toward situational factors (natural resource development).

3. Thai and International tourists' destination awareness in much level, good level image and loyalty, somewhat familiarity, fairly good toward perceived value and attachment, and quite satisfaction toward destination.

4. The antecedent factors toward Thai tourists' satisfaction are destination image, perceived value, attachment, community's hospitality and service quality, price competitiveness, and cultural/heritage, respectively at statistical significant level of .01.

The antecedent factors toward international tourists' satisfaction are destination attachment, image, price competitiveness, ecology problems, range of activities/special events, natural resources, food and beverage, respectively at statistical significant level of .01.

5. The antecedent factors toward Thai tourists' loyalty are destination image, overall satisfaction, and location at statistical significant level of .01. Natural resources, destination awareness, familiarity and ecology problems at statistical significant level of .05, respectively.

The antecedent factors toward international tourists' loyalty are destination attachment, overall satisfaction, community's hospitality and service quality, image, familiarity, and destination awareness at statistical significant level of .01. Cultural/heritage and food and beverage at statistical significant level of .05, respectively.

242849

6. Thai and International tourists different in perceived toward cultural/heritage, tourism infrastructure, food and beverage, community's hospitality and service quality, location, price competitiveness, safety, natural resource development, destination awareness and image, perceived value, and overall satisfaction at statistical significant level of .01 and different in shopping statistical significant level of .05.

Strategy Formulation for Developing Sustainable Destination Competitiveness and Equity for Tourism in Koh Chang, Trad Province, Thailand:

Strategy 1 Building network toward management in ecotourism development

Strategy 2 Building tourism stakeholders' consciousness toward value of natural resources

Strategy 3 Maintaining and developing tourism resources, both endowed and created resources as a valuable and sustainable competitiveness

Strategy 4 Developing tourism personnel's service quality

Strategy 5 Supporting and career development of local communities to achieve self-reliance and competitiveness in the tourism business

Strategy 6 Building perception toward sustainable competitiveness

Strategy 7 Building perception toward destination equity and perceived value

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	(1)
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร.....	(2)
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(8)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(11)
สารบัญ.....	(14)
สารบัญตาราง.....	(16)
สารบัญภาพ.....	(18)
<b>บทที่ 1</b> ความเป็นมาและความสำคัญ.....	<b>1</b>
วัตถุประสงค์.....	5
กรอบแนวคิด.....	6
สมมติฐานการวิจัย.....	7
ขอบเขตการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์.....	9
ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	12
<b>บทที่ 2</b> แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	<b>14</b>
พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมกรบริโภค.....	16
การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน.....	17
ปัจจัยคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว.....	18
ความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยว.....	24
ความคุ้มค่าที่รับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยว.....	27
ความผูกพันทางอารมณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยว.....	29
ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว.....	30
ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว.....	31
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว.....	34
แผนกลยุทธ์ และการบริหารเชิงกลยุทธ์.....	39

แหล่งท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด.....	39
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....</b>	<b>46</b>
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	46
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	49
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	59
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัย.....</b>	<b>62</b>
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ.....	62
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	110
<b>บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>134</b>
สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ.....	134
สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	148
การอภิปรายผล.....	166
การประยุกต์ใช้ทางการบริหารและข้อเสนอแนะ.....	164
งานวิจัยที่คาดว่าจะดำเนินการต่อไป.....	170
<b>เอกสารอ้างอิง.....</b>	<b>173</b>
<b>ภาคผนวก</b>	
ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม/แบบสัมภาษณ์.....	183
ภาคผนวก ข. รูปภาพกิจกรรมการดำเนินการวิจัย.....	199
ภาคผนวก ค. ประวัติคณะผู้ดำเนินการวิจัย.....	201

## สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 2.1	ปัจจัยสู่ความสำเร็จของกลุ่มที่เกี่ยวข้อง.....	35
ตารางที่ 3.1	จำนวนประชากรนักท่องเที่ยวของเกาะช้าง จ.ตราด .....	47
ตารางที่ 3.2	จำนวนกลุ่มตัวอย่างของสถานประกอบการที่พักโรงแรมของ เกาะช้าง จ.ตราด .....	48
ตารางที่ 4.1	ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเกาะช้าง จ.ตราด .....	62
ตารางที่ 4.2	จำนวนครั้งการท่องเที่ยวเกาะช้าง จ.ตราด ของนักท่องเที่ยว.....	65
ตารางที่ 4.3	สาเหตุ/ความสำคัญที่นักท่องเที่ยวเลือกท่องเที่ยวที่เกาะช้าง จ.ตราด .....	66
ตารางที่ 4.4	พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาะช้าง จ.ตราด ของนักท่องเที่ยว.....	67
ตารางที่ 4.5	สิ่งที่นักท่องเที่ยวนึกถึงเป็นอันดับแรกเมื่อได้ยินชื่อเกาะช้าง จ.ตราด.....	69
ตารางที่ 4.6	ผลประโยชน์หรือคุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจาก การท่องเที่ยวเกาะช้าง จ.ตราด.....	70
ตารางที่ 4.7	ลักษณะที่โดดเด่นของเกาะช้างที่เหนือกว่าเกาะที่เป็นคู่แข่งกันอื่นๆ.....	71
ตารางที่ 4.8	ระดับความชอบของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเกาะช้าง จ.ตราด.....	72
ตารางที่ 4.9	ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเกาะช้าง จ.ตราด.....	73
ตารางที่ 4.10	กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำขณะที่พำนักในเกาะช้าง จ.ตราด.....	74
ตารางที่ 4.11	แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวใช้มากที่สุดในการวางแผนเดินทาง มาเกาะช้าง จ.ตราด .....	75
ตารางที่ 4.12	ชนิดของการโฆษณาเกาะช้างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ของนักท่องเที่ยว.....	76
ตารางที่ 4.13	การประเมินการโฆษณาเกาะช้างที่นักท่องเที่ยวได้เห็น.....	77
ตารางที่ 4.14	ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเว็บไซต์ที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลเกาะช้าง.....	78
ตารางที่ 4.15	บุคคลที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุดในการตัดสินใจ เดินทางมาเกาะช้าง .....	79
ตารางที่ 4.16	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านทรัพยากรที่มีอยู่เดิม: ทรัพยากรธรรมชาติ .....	80
ตารางที่ 4.17	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านทรัพยากรที่มีอยู่เดิม: ทรัพยากรทางวัฒนธรรม .....	81
ตารางที่ 4.18	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านทรัพยากรที่สร้างขึ้นใหม่: ขอบเขตของกิจกรรม/กิจกรรมพิเศษ.....	82

ตารางที่ 4.19	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านทรัพยากรที่สร้างขึ้นใหม่: สาธารณูปโภคการท่องเที่ยว.....	83
ตารางที่ 4.20	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านทรัพยากรที่สร้างขึ้นใหม่: การซื้อปลีก.....	85
ตารางที่ 4.21	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านทรัพยากรที่สร้างขึ้นใหม่: อาหาร/เครื่องดื่ม.....	86
ตารางที่ 4.22	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านปัจจัยสนับสนุน: ทัศนคติไม่ตรีของชุมชน และคุณภาพการให้บริการ.....	87
ตารางที่ 4.23	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านปัจจัยของสถานการณ์: ทำเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว.....	88
ตารางที่ 4.24	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านปัจจัยของสถานการณ์: การแข่งขันด้านราคา.....	89
ตารางที่ 4.25	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านปัจจัยของสถานการณ์: ความปลอดภัย.....	90
ตารางที่ 4.26	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านปัจจัยของสถานการณ์: ปัญหาเชิงนิเวศน์.....	91
ตารางที่ 4.27	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านปัจจัยของสถานการณ์: การปรับปรุงพื้นที่ทรัพยากรธรรมชาติ.....	92
ตารางที่ 4.28	การรู้จักแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว.....	94
ตารางที่ 4.29	ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว.....	95
ตารางที่ 4.30	ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว.....	96
ตารางที่ 4.31	ความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว.....	97
ตารางที่ 4.32	ความคุ้มค่าจากแหล่งท่องเที่ยวในเกาะช้าง.....	98
ตารางที่ 4.33	ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมของนักท่องเที่ยว.....	99
ตารางที่ 4.34	ความผูกพันทางอารมณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว.....	100
ตารางที่ 4.35	ปัญหาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกาะช้าง.....	101
ตารางที่ 4.36	ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกาะช้าง.....	102
ตารางที่ 4.37	การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะช้าง.....	104
ตารางที่ 4.38	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้าง ของนักท่องเที่ยว.....	106
ตารางที่ 4.39	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้างของนักท่องเที่ยว.....	108

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 การเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวไทย.....	2
ภาพที่ 1.2 กรมอุทยานแห่งชาติ.....	3
ภาพที่ 1.3 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
ภาพที่ 2.1 แสดงโมเดลกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	17
ภาพที่ 2.2 แสดงถึงปัจจัยที่เสริมความสามารถทำให้ยั่งยืน.....	37
ภาพที่ 2.3 แสดงแผนที่ท่องเที่ยวเกาะช้าง.....	41