

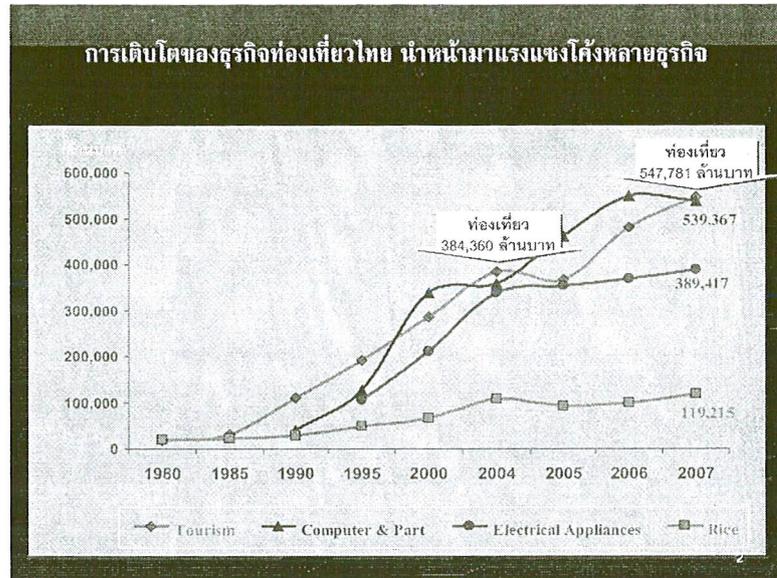
บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

การท่องเที่ยวถือเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศต่างๆ ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงและแปซิฟิกมีแนวโน้มที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม คาดว่าในช่วงปี พ.ศ. 2533-2553 ภูมิภาคนี้จะมีอัตราการเติบโตของการท่องเที่ยว ประมาณร้อยละ 6-7 ต่อปี สำหรับกลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ถือเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวแหล่งใหม่ ซึ่งแนวโน้มในการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีนักท่องเที่ยวคิดเป็นจำนวน 1 ใน 3 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และสถานที่พักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวที่รวมบริการทุกอย่างไว้ในสถานที่เดียวกันมีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ประเทศไทยยังคงเป็นประเทศเป้าหมายที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจที่จะเดินทางเข้ามาพักผ่อน เนื่องจากมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่น มีการเดินทางที่สะดวก สบาย ปลอดภัย และเป็นศูนย์กลางในหลายๆ ด้าน ได้แก่ ศูนย์กลางการบิน ศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย และศูนย์กลางสปา เป็นต้น (สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ด้วยการสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ภายใต้การกำกับของสำนักนายกรัฐมนตรี)

จากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทย ที่มุ่งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยจะต้องสามารถสร้างคุณค่าแหล่งท่องเที่ยว โดยมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน เพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับประชาชน และนำเงินตราเข้าสู่ประเทศได้อย่างมหาศาล ผลของการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศ และคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยการเพิ่มตลาดใหม่และตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีศักยภาพให้เข้ามาท่องเที่ยว และกระตุ้นนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น



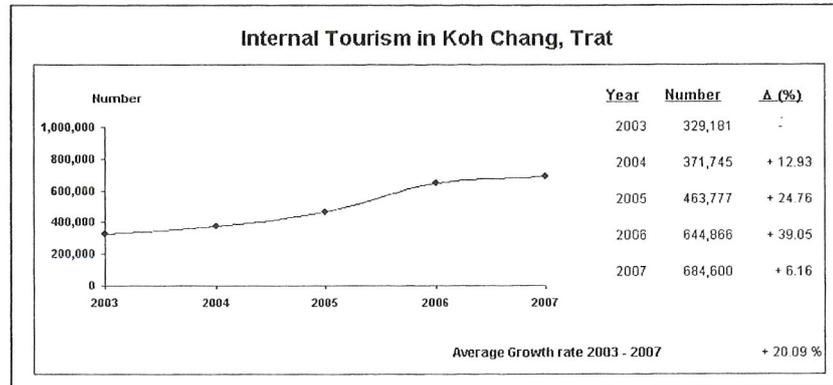
ภาพที่ 1.1 : การเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวไทย

ที่มา : จุริรัตน์ คงตระกูล, ฝ่ายวางแผนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (www.tat.or.th)

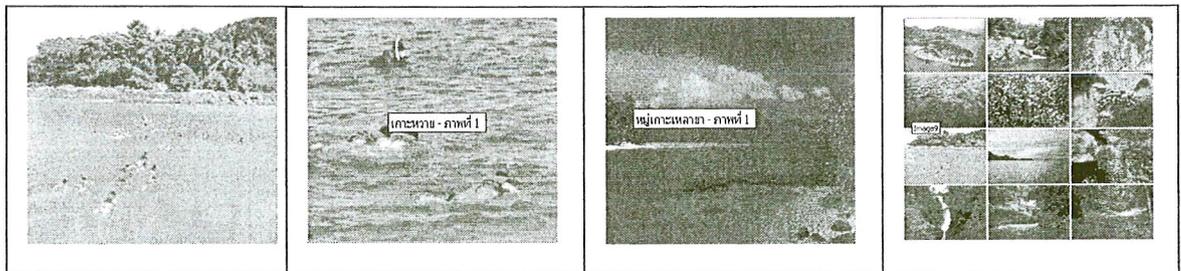
ถ้าพิจารณาถึงแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว จะเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจที่มีค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก ไม่ต้องใช้เวลาเดินทางนานมาก และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและยังคงลักษณะของธรรมชาติเอาไว้ได้อย่างมากไม่แพ้ชายฝั่งทะเลอื่นๆ คือภาคตะวันออกของประเทศไทย บริเวณอ่าวไทย คือจังหวัดตราด น่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เพราะจังหวัดตราด มีเกาะจำนวนมาก บริเวณรอบเกาะทั้งหลายจะมีหาดทรายที่ขาวสะอาดสวยงาม ชายหาดลาดลง ซึ่งมีความปลอดภัยและอยู่ในอ่าวไทย ซึ่งเหมาะแก่การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และการดำน้ำชมปะการัง และสัตว์น้ำใต้ทะเล

ในจำนวนเกาะต่างๆ ทั้งหมดของจังหวัดตราด เกาะช้างเป็นที่น่าสนใจสำหรับการท่องเที่ยวพักผ่อนเป็นอย่างยิ่ง

เกาะช้างเป็นเกาะที่ใหญ่เป็นอันดับสามของประเทศรองจากเกาะภูเก็ต และเกาะสมุย ที่เกาะช้าง นอกจากจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คือ มีทั้งน้ำตก ภูเขา ป่าไม้ สัตว์ป่า และหาดทรายที่ขาวสะอาดสวยงามแล้ว ยังมีวิถีชาวบ้านแบบดั้งเดิมที่น่าสนใจ เกาะช้างมีสภาพอากาศที่สามารถเที่ยวได้เกือบตลอดทั้งปี ดังนั้นจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมมาเที่ยวอย่างไม่ขาดสาย ดังภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.2 : กรมอุทยานแห่งชาติ (www.dnp.go.th)



เกาะช้าง

เกาะช้างเป็นอุทยานแห่งชาติทางทะเลในบริเวณอ่าวไทย จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2544-2550 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติทางทะเลมีอัตราการเติบโตสูงสุดในปี พ.ศ. 2547 หลังจากการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ต่อมาหลังจากเหตุการณ์ภัยพิบัติทางธรรมชาติสึนามิ ทำให้อัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติทางทะเลโดยรวมลดลงถึง 17% โดยเป็นผลจากการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในบริเวณชายฝั่งทะเลอันดามัน ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติทางทะเลชายฝั่งอ่าวไทย และบริเวณทะเลและเกาะในอ่าวไทยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นถึง 27% เมื่อผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิคลี่คลายลงทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอันดามันเพิ่มขึ้นและบริเวณอ่าวไทยลดลง (กรมอุทยานแห่งชาติ www.dnp.go.th) ซึ่งจะเห็นว่านักท่องเที่ยวจะสนใจกับอุทยานแห่งชาติทางทะเลมากกว่าแหล่งอื่นๆ จากสถิติพบว่า แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลของไทยอยู่ในอันดับที่ 7 รองจากการท่องเที่ยวมาราตรีซึ่งอยู่ในอันดับ 4 (www.jtr.sagepub.com)

จากตัวเลขสถิติดังกล่าวจึงเป็นแนวคิดสำหรับการวิจัยนี้ ซึ่งมีความมุ่งหวังในการสร้างแนวทางในการสร้างคุณค่าแหล่งท่องเที่ยว (Destination Equity) ของชายฝั่งทะเลอ่าวไทย โดยเฉพาะในจังหวัดตราดที่เกาะช้าง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามน่าสนใจ มีวิถีชีวิตที่

หลากหลายนำศึกษา ไม่แพ้ชายฝั่งทะเลอันดามัน ให้มีนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายสูงสุดในการพัฒนาความยั่งยืนของการสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่นควบคู่กับการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวนี้ให้คงความโดดเด่น สวยงาม ตลอดไปเพื่อการได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ตลอดทั้งการศึกษาปัญหาต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว

ในงานวิจัยเรื่องนี้จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวพอใจและเกิดความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวซ้ำ ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ประกอบด้วย การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความสามารถทางการแข่งขันที่ยั่งยืนของเกาะช้าง ในด้านการคงความงามของทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่เดิม และทรัพยากรที่สร้างขึ้นใหม่ที่ไม่มีเกิดปัญหามลภาวะ และไม่เกิดปัญหาสังคมจะต้องได้รับการร่วมมือจากชุมชน โดยการเป็นเจ้าบ้านที่ให้การต้อนรับที่ดีรวมทั้งนักท่องเที่ยวจะต้องมีความปลอดภัย ทั้งในด้านการเดินทางทางบก-ทางน้ำและพบแต่ความสะอาด ความงามของแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากนี้ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต้องสร้างคุณค่าในแหล่งท่องเที่ยว โดยต้องคงความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การสื่อสารการตลาดเพื่อให้รู้จักแหล่งท่องเที่ยว และการสร้างภาพลักษณ์ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่งดงามที่มีปะการังที่งดงาม มีหมู่เกาะมากมาย น้ำทะเลและหาดทรายที่สะอาด จูงใจต่อการลงเล่นน้ำ การสร้างความคุ้นเคยที่ดีต่อปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ การตั้งราคาโดยผู้ประกอบการธุรกิจต้องคำนึงถึง ประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับที่คุ้มค่าจากค่าใช้จ่ายและจากการใช้เวลาและความพยายามของนักท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้จะส่งผลให้เกิดความผูกพันทางอารมณ์ที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจ การบอกต่อที่ดีและการตัดสินใจท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต

อนึ่งจากการรวบรวมแนวคิดของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการ พนักงานตัวแทนของรัฐ และชุมชน ซึ่งเป็นการมองต่างมุม และเป็นการระดมความคิดเห็นของกลุ่ม จะนำไปสู่การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม หรือ โครงการต่างๆ หาวิธีการให้เกิดความยั่งยืน ไม่ทำลายวัฒนธรรมดั้งเดิม อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสร้างสาธารณูปโภคที่ดี โดยเน้นรักษาระบบนิเวศให้เกิดความยั่งยืน สวยงาม และดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ เหล่านี้ก็จะส่งผลต่อเศรษฐกิจของคนในท้องถิ่น โดยถือหลักเกณฑ์กระจายรายได้ไปยังคนในท้องถิ่น โดยยึดหลักให้ความสมดุลทั้งด้านสังคม-วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และเศรษฐกิจของคนในท้องถิ่นด้วย

ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณค่า เพื่อการได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนนั้นผู้วิจัยมุ่งเน้นด้านการจัดการด้านต่างๆ ในลักษณะองค์รวม ได้แก่ ด้านทรัพยากรธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ด้านสังคม ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านกิจกรรม ด้านสาธารณูปโภค ปัญหา

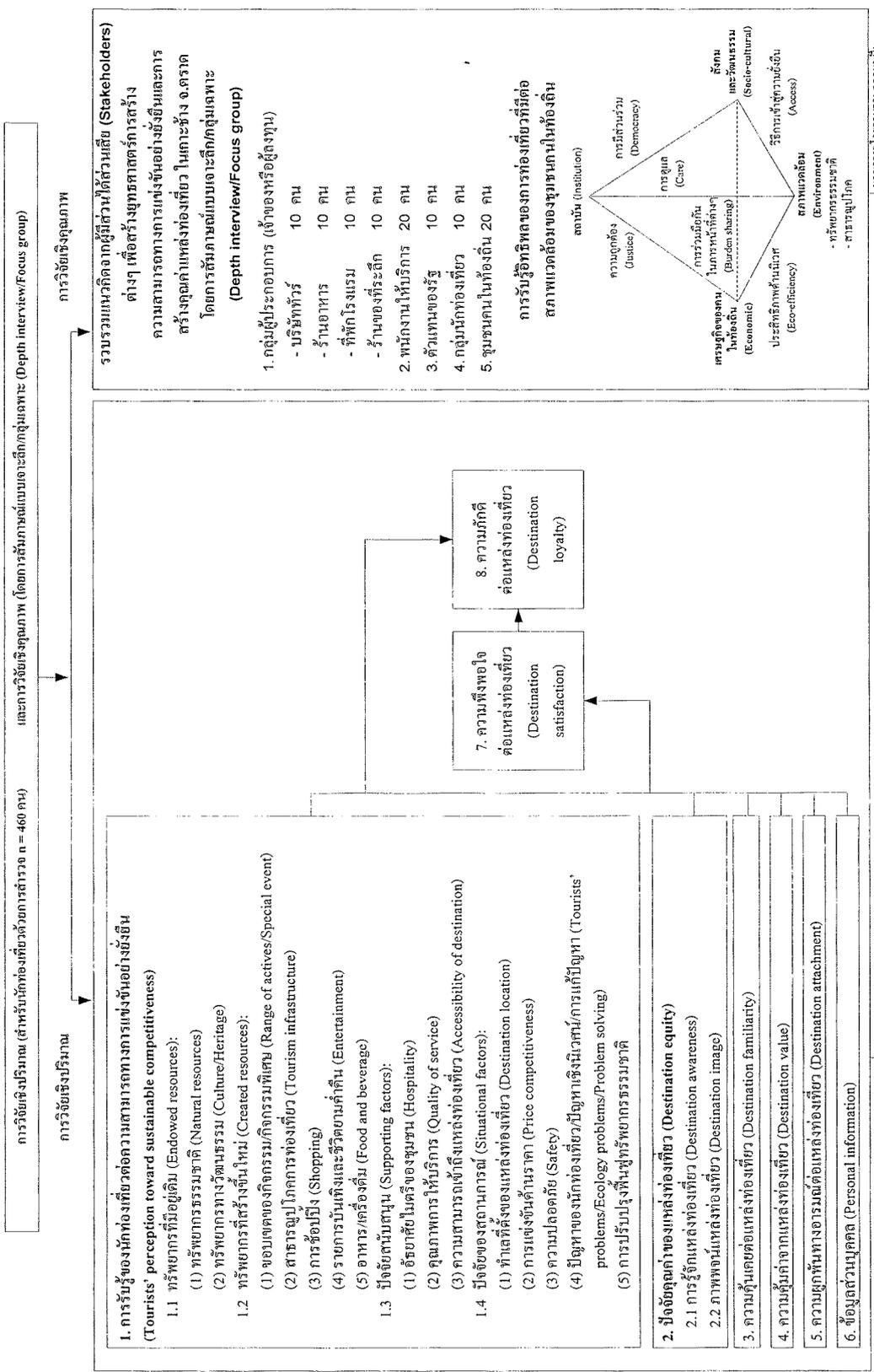
นักท่องเที่ยวและปัญหาเชิงนิเวศน์ การสร้างคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย ความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ลักษณะการทำงานและภาพลักษณ์ วิจารณ์ญาณและความรู้สึกที่ดีของนักท่องเที่ยว ผลสะท้อนจากแหล่งท่องเที่ยวด้านความภักดีอย่างมากต่อแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยว การรับรู้ของชุมชน/คนในท้องถิ่น ด้านสภาพแวดล้อม ประกอบด้วย ทรัพยากรทางธรรมชาติ และสาธารณูปโภค ด้านเศรษฐกิจของคนในท้องถิ่น และด้านสถาบัน เพื่อการวางยุทธศาสตร์การพัฒนาศามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน และการสร้างคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวที่เกาะช้าง จังหวัดตราด

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาการรับรู้ต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ปัจจัยคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยว ความคุ้มค่าจากแหล่งท่องเที่ยว ความผูกพันทางอารมณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในเกาะช้าง จ.ตราดของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ
2. เพื่อศึกษาแนวคิดจากบุคคล ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ในกลุ่มต่างๆ เพื่อพัฒนายุทธศาสตร์การสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนและการสร้างคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวในเกาะช้าง จังหวัดตราด
3. บูรณาการการวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพออกมาเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาศามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนและคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวในเกาะช้าง จังหวัดตราด

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนและคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวในภาคชียง จังหวัดตราดประเทศไทย (Strategy Formulation for Developing Destination Sustainable Competitiveness and Equity in Koh Chang, Trad Province, Thailand)



สมมติฐานการวิจัย

Ha1: การรับรู้ต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน (ทรัพยากรที่มีอยู่เดิม ทรัพยากรที่สร้างขึ้นใหม่ ปัจจัยสนับสนุน และปัจจัยของสถานการณ์) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

Ha2: ปัจจัยคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว (การรู้จักแหล่งท่องเที่ยว และภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว (พฤติกรรมการบอกต่อเชิงบวกและความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

Ha3: ความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว (พฤติกรรมการบอกต่อเชิงบวกและความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

Ha4: ความคุ้มค่าจากแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว (พฤติกรรมการบอกต่อเชิงบวกและความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

Ha5: ความผูกพันทางอารมณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว (พฤติกรรมการบอกต่อเชิงบวกและความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

Ha6: ความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว (พฤติกรรมการบอกต่อเชิงบวกและความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

Ha7: การรับรู้ต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน (ทรัพยากรที่มีอยู่เดิม ทรัพยากรที่สร้างขึ้นใหม่ ปัจจัยสนับสนุน และปัจจัยของสถานการณ์) ปัจจัยคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว (การรู้จักแหล่งท่องเที่ยว และภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว) ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว ความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยว ความคุ้มค่าจากแหล่งท่องเที่ยว ความผูกพันทางอารมณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยวิธีการสำรวจ (Survey method) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth interview) การสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ (Focus group) ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเกาะช้าง จังหวัดตราด ประเทศไทย

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเกาะช้าง จังหวัดตราด ประเทศไทย โดยใช้การคำนวณหาขนาดตัวอย่างจากสูตรกรณีทราบจำนวนประชากร (Yamane, 1970, pp. 886 - 887) โดยกำหนดให้ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ได้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติกลุ่มละ 400 คน รวมเป็น 800 คน

1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

(1) การสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็น (Probability sampling) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) ซึ่งใช้วิธีการจับฉลากรายชื่อสถานประกอบการ ที่พักโรงแรมที่ให้บริการนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติในเกาะช้าง จำนวน 10 แห่ง จากทั้งหมด 64 แห่ง (ที่มา: www.ที่พักเกาะช้าง.net) คิดเป็นร้อยละ 16 เปอร์เซ็นต์

(2) การสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ดังนี้

(2.1) วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในแต่ละสถานประกอบการที่พัก โรงแรมที่เป็นตัวอย่างที่สุ่มได้ 10 แห่งๆ ละเท่าๆ กัน คือ 40 คน จะได้นักท่องเที่ยวรวมกลุ่มละ 400 คน

(2.2) วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience sampling) โดยเก็บแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่พักในโรงแรมที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 10 แห่งๆ ละ 40 คน/กลุ่ม จะได้นักท่องเที่ยวกลุ่มละ 400 คน รวมทั้งหมด 800 คน

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

1. ศึกษานโยบายและกลยุทธ์จากเอกสารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ เกี่ยวกับการสร้างคุณค่าให้แหล่งท่องเที่ยวและการสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Sustainability)

2. ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth interview) / การสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ (Focus group) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด ดังนี้

(2.1) ผู้ประกอบการ จำนวน 4 กลุ่ม คือ กลุ่มที่พักโรงแรม กลุ่มบริษัททัวร์ กลุ่มร้านอาหาร กลุ่มร้านของที่ระลึก

(2.2) พนักงานให้บริการ

(2.3) ผู้บริหารหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

(2.4) ชุมชนในท้องถิ่น

ผลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก/สัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ นำไปกำหนดยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันที่ยั่งยืน และการสร้างคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวในเกาะช้าง จังหวัดตราด

2. ตัวแปรที่ศึกษา ตัวแปรที่ศึกษาในการวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย

2.1 ตัวแปรอิสระ คือ (1) การรับรู้ต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย ทรัพยากรที่มีอยู่เดิม ทรัพยากรที่สร้างขึ้นใหม่ ปัจจัยสนับสนุน ปัจจัยของสถานการณ์ (2) ปัจจัยคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การรู้จักแหล่งท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ แหล่งท่องเที่ยว (3) ความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยว (4) ความคุ้มค่าจากแหล่งท่องเที่ยว (5) ความผูกพันทางอารมณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยว (6) ข้อมูลส่วนบุคคล

2.2 ตัวแปรตาม คือ (1) ความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยว (2) ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว

นิยามศัพท์

1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง กลยุทธ์ในการแก้ไขปรับปรุงพัฒนาข้อได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด ซึ่งเป็นสิ่งที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบข้อได้เปรียบนั้นได้ ประกอบด้วย ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่เดิม ทรัพยากรที่มีการสร้างขึ้นใหม่ ปัจจัยสนับสนุน ปัจจัยของสถานการณ์

2. ทรัพยากรที่มีอยู่เดิม หมายถึง ทรัพยากรทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมที่มีอยู่แล้ว ในแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้าง ประกอบด้วย

2.1 ทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง ทรัพยากรที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติที่มีอยู่แล้วในแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้าง เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก

2.2 ทรัพยากรทางวัฒนธรรม หมายถึง อิทธิพลขั้นพื้นฐานที่มีอำนาจในการจูงใจนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้าง เช่น ประเพณี ลักษณะทางสถาปัตยกรรม อาหาร งานศิลปะ ดนตรี งานฝีมือ การละเล่น ประวัติศาสตร์ ฯลฯ

3. ทรัพยากรที่สร้างขึ้นใหม่ หมายถึง สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งมีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้าง ประกอบด้วย

3.1 ขอบเขตของกิจกรรม/กิจกรรมพิเศษ หมายถึง ส่วนประสมของกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น การกีฬา สิ่งบันเทิง หรือกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นเป็นกรณีพิเศษในแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้าง

3.2 สาธารณูปโภคการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นที่เป็นสาธารณูปโภคที่อำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เช่น ระบบขนส่งเรือเฟอร์รี่ รถโดยสารบนเกาะ ระบบธนาคาร ที่พักอาศัย ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว ฯลฯ

3.3 การช้อปปิ้ง หมายถึง พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้างของนักท่องเที่ยว

3.4 รายการบันเทิงและชีวิตยามค่ำคืน หมายถึง รูปแบบ มีสถานบันเทิงยามราตรี เช่น บาร์ ผับ ไนต์คลับ คาราโอเกะ โชว์ต่างๆ ซึ่งมีจำนวนเพียงพอและเป็นดึงดูดใจนักท่องเที่ยวและมีความแปลกใหม่

3.5 อาหาร/เครื่องดื่ม หมายถึง ความหลากหลายของอาหาร/เครื่องดื่ม ความมีรสชาติดี ความแปลก แตกต่าง ราคาไม่แพง และมีคุณภาพมีคุณค่าทางโภชนาการ

4. ปัจจัยสนับสนุน หมายถึง ปัจจัยที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในเกาะช้าง ประกอบด้วย อัยยาศัยไมตรีของชุมชน

4.1 อัยยาศัยไมตรีของชุมชน หมายถึง ความเป็นมิตรของประชาชนในท้องถิ่น และทัศนคติของชุมชนต่อนักท่องเที่ยวเกาะช้าง เช่น อัยยาศัยไมตรี ความมีน้ำใจ ความซื่อสัตย์ ความสามารถในการสื่อสารของคนในท้องถิ่น ฯลฯ

4.2 คุณภาพของการให้บริการ หมายถึง คุณภาพการให้บริการของธุรกิจการท่องเที่ยวในเกาะช้าง เช่น ที่พัก ภัตตาคาร/ร้านอาหาร บริการขนส่ง ทัวร์แทนการท่องเที่ยว ฯลฯ

5. ปัจจัยของสถานการณ์ หมายถึง การปฏิบัติการและการทำงานของธุรกิจการท่องเที่ยวใน เกาะช้างที่แข่งขันด้านต่างๆ ประกอบด้วย ท่าเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว การแข่งขันด้านราคา ความปลอดภัย ปัญหาของนักท่องเที่ยว/ปัญหาเชิงนิเวศ/การแก้ปัญหา การปรับปรุงฟื้นฟู ทรัพยากรธรรมชาติ

5.1 ท่าเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ระยะทางและเวลาที่ใช้ในการเดินทาง จากแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้างไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ฯลฯ

5.2 การแข่งขันด้านราคา หมายถึง ความคุ้มค่าของเงินในการท่องเที่ยวเกาะช้าง อัตราการแลกเปลี่ยน ราคาตัวเครื่องบินจากประเทศของนักท่องเที่ยว ราคาที่พัก ราคาแพ็คเกจ ทัวร์ของแหล่งท่องเที่ยวและราคาของการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบกับราคา ดังกล่าวของแหล่งท่องเที่ยวคู่แข่ง

5.3 ความปลอดภัย หมายถึง ระดับของความปลอดภัย อาชญากรรมในแหล่ง ท่องเที่ยวเกาะช้าง

5.4 ปัญหาของนักท่องเที่ยว/ปัญหาเชิงนิเวศ/การแก้ปัญหา หมายถึง ความสะอาด ปราศจากขยะมูลฝอยบริเวณบนเกาะ บริเวณชายหาด น้ำทะเล และสภาพของปะการังบริเวณชายฝั่ง ทะเล

5.5 การปรับปรุงฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง การแก้ไขปรับปรุง ทรัพยากรธรรมชาติในเรื่องต่างๆ ต่อไปนี้ การรณรงค์ให้มีการคัดแยกขยะ การรณรงค์ไม่ให้เก็บ หรือทำลายปะการัง หิน ทราบ เปลือกหอย การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม เช่น การ ปลูกไม้ดอกไม้ประดับ เป็นต้น

6. การสร้างคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง การสร้างคุณสมบัติต่างๆ ของแหล่ง ท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ ในเกาะช้าง ประกอบด้วย การสร้างให้เกิดการรู้จักแหล่ง ท่องเที่ยว และการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว

6.1 การสร้างให้เกิดการรู้จักแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง การระลึกถึงตราและความจำ ได้ในแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้าง เช่น เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

6.2 การสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความผูกพัน ความเชื่อถือได้ และ ความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้าง เช่น เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ น่าชื่นชม น่าตื่นเต้น มีความงดงาม และเป็นที่ผ่อนคลายอารมณ์

7. ความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง การรับรู้ของนักท่องเที่ยว โดยมีความผูกพัน ทางอารมณ์และทำให้เกิดการดึงดูดใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้าง เช่น ระดับความคุ้นเคยต่อแหล่ง ท่องเที่ยวเกาะช้าง

8. ความคุ้มค่าจากแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ประโยชน์ซึ่งผู้บริโภคได้รับสำหรับราคาที่จ่ายไป โดยเป็นความคุ้มค่าต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้าง เช่น ความคุ้มค่าของราคาเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ

9. ความผูกพันทางอารมณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความสัมพันธ์ด้านอารมณ์และสัญลักษณ์ซึ่งบุคคลสร้างขึ้นมาต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวเกาะช้าง เช่น แนวโน้มที่จะมาท่องเที่ยวเกาะช้างอีกในอนาคต

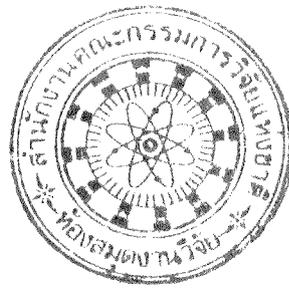
10. ความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดจากการรับรู้ที่มากกว่าความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้าง เช่น ความคุ้มค่ากับเวลาและความพยายาม และความพอใจโดยตรงต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้าง

11. ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง แนวโน้มความตั้งใจอย่างลึกซึ้งที่จะซื้อซ้ำและให้การสนับสนุนตราสินค้าที่พอใจ โดยมีการใช้บริการอย่างสม่ำเสมอในอนาคต เช่น การบอกเล่าสิ่งที่ดีเกี่ยวกับเกาะช้าง การแนะนำบุคคลอื่นให้มาท่องเที่ยวเกาะช้าง แนวโน้มการมาท่องเที่ยวเกาะช้างในอนาคต

12. การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง ความยั่งยืนต่อสภาพแวดล้อม สังคม และมรดกทางวัฒนธรรม และส่งผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจของชุมชนในเกาะช้าง

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เมื่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้างมีคุณค่าในสายตานักท่องเที่ยว ย่อมนำมาซึ่งการท่องเที่ยวซ้ำ การบอกต่อ ส่งผลให้ชุมชน ผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีรายได้จากการท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้เกิดความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน กล่าวคือ ทำให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรม การพัฒนาทรัพยากรที่สร้างขึ้นใหม่ ไม่ว่าจะเป็นสาธารณูปโภคการท่องเที่ยว คุณภาพการให้บริการ ความปลอดภัย ประเด็นปัญหาของนักท่องเที่ยวที่ลดลง และมีการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติที่ดีขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้เกิดคุณค่าในแหล่งท่องเที่ยว ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเกาะช้างเป็นที่รู้จัก มีภาพลักษณ์ที่ดี ทำให้นักท่องเที่ยวมีความคุ้นเคย เกิดความคุ้มค่า เกิดความผูกพันทางอารมณ์ เกิดความพึงพอใจโดยรวม และมีความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในที่สุด อีกทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มพนักงานที่ให้บริการ ภาครัฐ และกลุ่มชุมชนในท้องถิ่น เหล่านี้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลด้านสังคม วัฒนธรรมอันดีงามด้วย ปัจจัยเหล่านี้ถือว่าการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ ทำให้ส่งผลด้านเศรษฐกิจสำหรับผู้ประกอบการ และส่งผลทวีคูณต่อเศรษฐกิจของประเทศด้วย



ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะได้นำข้อมูลผลการวิจัยไปกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อสร้างการแข่งขันเพื่อสร้างให้แหล่งท่องเที่ยวในเกาะช้างจังหวัดตราด มีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนและมีคุณค่าในสายตานักท่องเที่ยว
2. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการสร้างคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อื่นๆ

