

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

บทคัดย่อ

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

การวิจัยเชิงปริมาณได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่าง (1) แบบง่าย เพื่อให้ได้รายชื่อสถานประกอบการ ที่พัก โรงแรมที่ให้บริการนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวน 10 แห่ง (2) แบบโควตา โดยสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในสถานประกอบการแห่งละ 40 คน และ (3) แบบตามสะดวกจากนักท่องเที่ยวจนครบจำนวน 800 คน สถิติที่ใช้คือ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน และการทดสอบค่าที

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพได้ใช้การสัมภาษณ์แบบกลุ่มและแบบเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย (1) ผู้ประกอบการกลุ่มที่พักโรงแรม บริษัททัวร์ ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึกจำนวน 40 คน (2) พนักงานให้บริการ จำนวน 20 คน (3) ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำนวน 10 คน (4) ชุมชนในท้องถิ่น จำนวน 10 คน (5) นักท่องเที่ยว จำนวน 20 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 100 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

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 มีอาชีพเป็นผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ 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)

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีการรับรู้ในระดับในระดับดี 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. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้างของนักท่องเที่ยวไทย มีดังนี้ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ความคุ้มค่า ความผูกพันทางอารมณ์ การรับรู้ด้านอรรถาสัยไมตรีของชุมชนและคุณภาพการให้บริการ การแข่งขันด้านราคา และทรัพยากรทางวัฒนธรรม ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้างของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีดังนี้ ความผูกพันทางอารมณ์ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว การรับรู้ด้านการแข่งขัน

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

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีดังนี้ ความผูกพันทางอารมณ์ ความพึงพอใจโดยรวม การรับรู้ด้านอสังหาริมทรัพย์ของชุมชนและคุณภาพการให้บริการ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ความคุ้นเคย และการรู้จักแหล่งท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 การรับรู้ด้านทรัพยากรทางวัฒนธรรม และการรับรู้ด้านอาหาร/เครื่องดื่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามลำดับ

6. นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเกาะช้างมีการรับรู้ด้านทรัพยากรทางวัฒนธรรม สาธารณูปโภคการท่องเที่ยว และอาหาร/เครื่องดื่ม อสังหาริมทรัพย์ของชุมชนและคุณภาพการให้บริการ 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 อนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั้งที่มีอยู่เดิมและที่สร้างขึ้นใหม่อย่างมีคุณค่าและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาคุณภาพการให้บริการของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 5 ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพของชุมชนในท้องถิ่นเพื่อให้เกิดการพึ่งพาตนเองและสามารถแข่งขันได้ในธุรกิจการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 6 การสร้างการรับรู้ต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 7 การสร้างการรับรู้ในคุณค่าและความคุ้มค่าของแหล่งท่องเที่ยว