

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

บทคัดย่อ

242849

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ความคุ้นเคย ความคุ้มค่า ความผูกพันทางอารมณ์ และข้อมูลส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในเกาะช้าง จ.ตราด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมทั้งศึกษาแนวคิดจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ เพื่อพัฒนายุทธศาสตร์การสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนและการสร้างคุณค่าแห่งท้องถิ่นในเกาะช้างจังหวัดตราด

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

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพได้ใช้การสัมภาษณ์แบบกลุ่มและแบบเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย (1) ผู้ประกอบการกลุ่มที่พัก โรงแรม บริษัททัวร์ ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึกจำนวน 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

212349

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 (การซื้อปัจจัย

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

3. นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีการรู้จักแหล่งท่องเที่ยวในระดับค่อนข้างมาก มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในระดับดี มีความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับมาก มีความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับค่อนข้างคุ้นเคย มีความคิดเห็นต่อความคุ้มค่าจากแหล่งท่องเที่ยวในระดับค่อนข้างมาก มีความพึงพอใจโดยรวมต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับพึงพอใจ และมีความผูกพันทางอารมณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับค่อนข้างมาก

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

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้างของนักท่องเที่ยวต่างชาติ 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 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

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