

บทคัดย่อ

หัวหน้าโครงการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์
Email psiwarit@gmail.com
ระยะเวลาดำเนินการ 1 มิถุนายน 2559 – 31 พฤษภาคม 2560

การศึกษาการสร้างตราสินค้าทางการท่องเที่ยวเกาะพะงันจังหวัดสุราษฎร์ธานีอย่างยั่งยืน วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี การรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานีในมุมมองของนักท่องเที่ยว กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี และพัฒนาแนวทางการสร้างตราสินค้าทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยอาศัยระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี และนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยอาศัยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลได้รวมทั้งสิ้น จำนวน 426 ตัวอย่าง แบ่งออกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 132 ตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 294 ตัวอย่าง โดยในการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเกาะพะงัน ผู้วิจัยใช้วิธีการ Projective Technique ในการค้นหาการให้คุณค่าของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำนวน 40 คน

โดยกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเกาะพะงันได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องมาเยี่ยมชม คนท้องถิ่นเป็นมิตร และมีอัยาศยดี ชื่อเสียงระดับโลกของงาน Full Moon Party หาดทรายขาวสวยยามพระจันทร์เต็มดวง โดยผู้วิจัยกำหนดอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเกาะพะงัน คือ ความหลากหลาย จิตวิญญาณแห่งพะงัน และธรรมชาติที่ผ่านการนำเสนอตามพื้นที่โซนการท่องเที่ยวทั้ง 5 โซน และสามารถกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเกาะพะงันว่า “เกาะแห่งพลังมนตราจากจันทรา” และกำหนดแบบแผนการสร้างคุณค่า “มนต์เสน่ห์แห่งพระจันทร์หลากสีที่เกาะพะงัน” โดยในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารตราสินค้าทางการท่องเที่ยวเกาะพะงัน ผู้วิจัยมุ่งเน้นในการดำเนินงานเพื่อสร้างการรับรู้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเกาะพะงันในด้านบวก โดยประยุกต์ใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เพื่อแก้ปัญหาภาพลักษณ์ด้านลบของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้วยการเสริมแรงภาพลักษณ์ด้านบวกอย่างต่อเนื่อง

Abstract

Head of Project Assistant Professor Siwarit Pongsakornrungrungsilp, Ph.D.
Email psiwarit@gmail.com
Duration 1 June 2016 – 31 May 2017

The study of the Creation of Sustainable Tourism Brand of Koh Phangan, Suratthani Province aimed to study the tourism market structure of Koh Phangan, Suratthani, to study perceptions toward image of Koh Phangan tourism in tourist perspective, to develop tourism product positioning and identity of Koh Phangan, Suratthani, and to develop guidelines for creating sustainable tourism brand of Koh Phangan, Suratthani. This study employed mixed method to collect the data from Koh Phangan tourism stakeholders, domestic and international tourists. Questionnaires were used to collect the data with 426 samples: 132 Thais and 294 international tourists. In analyzing tourism product positioning and Koh Phangan tourism identity, this project employed the projective technique to search for tourist value from 40 international and domestic tourists.

The findings about tourist perception toward tourism image at Koh Phangan are the richness of nature destination, destination where tourists around the world would like to visit, friendly local people, world class reputation of Full Moon Party, and white sand beach during full moon. Koh Phangan tourism identity can be identified by ‘variety’, ‘Spirit of Phangan’, and ‘Nature’ which are presented through 5 destination zones of Koh Phangan. Moreover, tourism product positioning of Koh Phangan is ‘the Island of Power, Energized by the Moon, and can develop value proposition of tourism in Koh Phangan as ‘Mantras of Colormoon at Koh Phangan’. These data were employed to develop Koh Phangan tourism brand communication strategy in order to improve tourism image by creating tourist perception toward positive tourism image of Koh Phangan. By adapting online social network to communicate with targeted tourists, the brand communication strategy is developed for improving negative image of Koh Phangan, Suratthani, by reinforcing positive image, continuously.