

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ RDG61T0129

ชื่อโครงการ แนวทางการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่ทางทะเลในกลุ่มทะเลอันดามัน ประเทศไทย

ชื่อนักวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไพฑูรย์ มนต์พานทอง

หน่วยงาน สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ระยะเวลาโครงการ 15 ก.ย.2561 ถึง 14 พ.ย.2562

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1) เพื่อสำรวจฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ของท้องถิ่นในกลุ่มทะเลอันดามันของประเทศไทยที่สามารถยกระดับศักยภาพของพื้นที่สู่การท่องเที่ยวทางน้ำ 2) เพื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องและส่งผลกระทบต่อารออกแบบประสบการณ์กิจกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มทะเลอันดามันของประเทศไทย 3) เพื่อจำแนกกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวตามคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ คุณลักษณะทางจิตวิทยา คุณลักษณะทางพฤติกรรม และตามลักษณะของภูมิศาสตร์ 4) เพื่อสำรวจปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อารได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวพื้นที่ทางทะเลในกลุ่มทะเลอันดามัน ประเทศไทย 5) เสนอแนวทางการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่ทางทะเลในกลุ่มทะเลอันดามันของประเทศไทย โดยการศึกษาในครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมระหว่างระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้เครื่องมือในการศึกษามีเครื่องมือเป็นแบบสอบถาม โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มทะเลอันดามัน โดยมีพื้นที่ที่ทำการศึกษาประกอบด้วย 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต กระบี่และพังงา ดังนั้นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เที่ยงตรงและไม่มีอคติ ผู้วิจัยจึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย โดยแบ่งเป็นพื้นที่ คือ ภูเก็ตจำนวน 200 คน กระบี่ 200 คน และพังงา 200 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 600 คน ส่วนระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยใช้วิธีการประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) จากหน่วยงานภาครัฐทั้งส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น หน่วยงานภาคเอกชน ผู้ประกอบการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มทะเลอันดามันของประเทศไทยทั้ง 3 พื้นที่ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ จากแบบสอบถามใช้การสรุปผลเป็นค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้การวิเคราะห์การจัดกลุ่ม (Cluster Analysis) เพื่อจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยจำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว และใช้การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์แก่นสาระ

ผลจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าการสำรวจและประชุมกลุ่มย่อยด้านฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ของท้องถิ่นในกลุ่มทะเลอันดามันของประเทศไทยที่สามารถยกระดับศักยภาพของพื้นที่สู่การท่องเที่ยวทางน้ำ พบว่าจำนวนแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ทะเลอันดามัน สามารถจำแนกและจัดประเภทแหล่งท่องเที่ยวได้เป็น 10

ประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวประเภทเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวประเภททางศิลปะวิทยาการ แหล่งท่องเที่ยวประเภททางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวประเภททางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภททางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวประเภทเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก แหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะ และแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ โดยใช้หลักเกณฑ์การแบ่งแหล่งท่องเที่ยวตามหลักเกณฑ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ของท้องถิ่นในพื้นที่ทะเลกลุ่มอันดามัน ประกอบด้วยจังหวัดภูเก็ต จังหวัดกระบี่ และจังหวัดกระบี่ที่สามารถยกระดับศักยภาพของพื้นที่สู่การท่องเที่ยวทางน้ำ สามารถจำแนกได้เป็น 6 ประเภท ได้แก่ กิจกรรมที่เกิดกระบวนการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วม กิจกรรมเชิงกีฬา กิจกรรมเพื่อสุขภาพและความงาม กิจกรรมบันเทิงและงานอีเว้นท์ต่างๆ กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน และกิจกรรม CSR เป็นต้น ทั้งนี้สำหรับอัตลักษณ์ของกลุ่มทะเลอันดามันมีอัตลักษณ์ร่วมกันทั้งสามพื้นที่ในเรื่องของ อาหาร ทะเล วิถีชีวิต และความหลากหลายของเชื้อชาติ

ด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในกลุ่มทะเลอันดามันของประเทศไทยมีเพียง เมื่อนำผลการศึกษาดังกล่าวมาสังเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องและส่งผลต่อการออกแบบประสบการณ์กิจกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มทะเลอันดามันของประเทศไทยสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในกลุ่มทะเลอันดามันทางตรงของประเทศไทย ประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้ กฎระเบียบและข้อบังคับ ตลอดจนมาตรฐานและความปลอดภัยในทุกมิติ การบริการการท่องเที่ยว ทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยว การนำเที่ยวและผู้ให้บริการ ได้แก่ บริษัทนำเที่ยว, มัคคุเทศก์, บริษัทเรือ, พนักงานขับเรือ การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และท่าเรือ 2) ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในกลุ่มทะเลอันดามันทางอ้อมของประเทศไทย ประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้ โครงสร้างพื้นฐาน โรงแรมที่พัก การเดินทางเข้าถึง กฎหมาย นโยบาย และหน่วยงานภาครัฐ

ด้านการจำแนกกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวพื้นที่ทะเลอันดามัน โดยสามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่ กลุ่มที่ 1 เจ้าของธุรกิจเพศหญิง กลุ่มที่ 2 เจ้าของธุรกิจเพศชาย เป็นกลุ่มเพศชาย และกลุ่มที่ 3 กลุ่มพนักงานบริษัทเพศชาย ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวพื้นที่ทางทะเลในกลุ่มทะเลอันดามันของประเทศไทย สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม จากการศึกษาเชิงคุณภาพ ได้แก่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เหมือนกันทั้ง 3 จังหวัด (ปัจจัยรอง) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เหมือนกันทั้ง 2 จังหวัด (ปัจจัยสนับสนุน) และปัจจัยที่ส่งผลต่อการได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน (ปัจจัยอื่นๆ)

ทั้งนี้ในการนำเสนอแนวทางการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่ทางทะเลในกลุ่มทะเลอันดามันของประเทศไทย ได้แก่ แนวทางที่ 1 การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อยกระดับมูลค่าฐานทรัพยากรทางการท่องเที่ยวพื้นที่ทางทะเลในกลุ่มทะเลอันดามันของประเทศไทย แนวทางที่ 2 พัฒนาสื่อการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวพื้นที่ทางทะเลในกลุ่มทะเลอันดามันของประเทศไทย แนวทางที่ 3 พัฒนานักเล่าเรื่องเพื่อส่งเสริมการมีประสบการณ์ผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวพื้นที่ทางทะเลในกลุ่มทะเลอัน

น้ำมันของประเทศไทย และแนวทางที่ 4 การพัฒนากลไกการจัดการการท่องเที่ยวแบบองค์รวมเพื่อสนับสนุนการ
ออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวพื้นที่ทางทะเลในกลุ่มทะเลอันดามันของประเทศไทย

คำสำคัญ (Keyword) การออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำ
การท่องเที่ยวทางทะเลกลุ่มทะเลอันดามัน

ABSTRACT

Project Code	RDG61T0129
Project Name	Guidelines of Tourism Experience Design through Marine Activities in Andaman Sea Cluster, Thailand
Researcher	Assist.professor Paithoon Monpanthong, Ph.D.
Organization	School of Tourism Management, The National Institute of Development and Administration
Project Duration	15 September 2018 to 14 November 2019

The purposes of this research are 1) to explore tourism resource base based on local identities in the Andaman Sea of Thailand which can enhance potentiality of this area for marine tourism, 2) to study on supply chain which affects tourism experience design in the Andaman Sea of Thailand, 3) to classify tourist market by using demographic attribute, psychological attribute, behavioral attribute, and geographical attribute, 4) to explore factors which affect the marine tourism experience in the Andaman Sea of Thailand, 5) to find out the guidance for tourism experience design through tourism activities in the Andaman Sea of Thailand. Mixed method was used in this study. For the quantitative research method, the questionnaire was used to collect data from the sample of foreign tourists visiting the Andaman Sea. The study area consisted of 3 provinces: Phuket, Krabi, and Phang-Nga. In order to get accurate and Unbiased information, the sample group was divided by area as follows: 200 people in Phuket, 200 people in Krabi and 200 people in Phang-Nga (600 people in total). For the qualitative research method, using focus group from both central and local governments, private sector, and entrepreneurs related to tourism management in the Andaman Sea of Thailand in 3 areas then analyzed data by summarizing the results from the questionnaire as percentage, frequency, average, and standard deviation, using cluster analysis to classify tourists by tourists' nationality, using regression analysis and using thematic analysis.

The results revealed that the survey and focus group on tourism resource base based on local identities in the Andaman Sea can enhance the potentiality of this area for marine tourism. The number of tourist attractions in the Andaman Sea can be classified by using the criteria of

the Tourism Authority of Thailand into 10 categories as follows: eco-tourism attraction, arts and sciences educational attraction, historical attraction, natural attraction, cultural attraction, natural hot springs attraction, beach attraction, waterfalls attraction, island attraction, and cave attraction. Tourism activities based on local identities in the Andaman sea area consisting of Phuket, Krabi, and Phang-Nga which can enhance the potential of the area for marine tourism can be classified into 6 activities as follows: participatory learning activities, sports activities, health and beauty activities, entertainment activities and events, leisure activities, and CSR activities. As for the identity of the Andaman Sea, there are common identities in all three areas of seafood, lifestyle and ethnic diversity. According to the identities, all 3 provinces share common identities in food, sea, lifestyle, and ethnic diversity.

Regarding the tourism supply chain in the Andaman Sea, after synthesizing quantitative and qualitative research, it was found that the tourism supply chain affecting the tourism experience design in the Andaman Sea could be classified as follows: 1) Direct tourism supply chain in the Andaman Sea consisting of rules and regulations including standards and safety in all dimensions, tourism services, tourism resources and activities, tourism service providers such as tour company, guide, boat company, boat driver, etc., tourist attraction management , and pier. 2) Indirect tourism supply chain in the Andaman Sea consisting of Infrastructure, accommodation, accessibility, laws, policies, and government agencies

Classification of tourist market in the Andaman Sea area could be divided as follows: group 1: Gen-Y women who passionate in culture, group 2: Single men who love various activities, group 3: Reclusive Gen-Y men. For the factors affecting marine tourism experience in the Andaman Sea could be divided into 4 factors, which are (1) the key factors from quantitative results such as feelings and thoughts, actions, and connections, from the qualitative results, which are (2) secondary factors affecting the same tourism experience in all 3 provinces (3) supporting factors affecting the same tourism experience in 2 provinces (4) other factors affecting different tourism experiences in each province.

Therefore, guidelines for tourism experience design through marine tourism activities in the Andaman Sea could be divided into 4 guidelines, which are guideline 1: the development of creative tourism activities to enhance the value of tourism resources in the Andaman Sea in Thailand, guideline 2: the development of marketing media to promote the marine tourism in the

Andaman Sea, guideline 3: the development of storytellers to encourage experience through marine tourism in the Andaman Sea, and guideline 4: the development of holistic tourism management mechanism to support marine tourism experience design in the Andaman Sea.

Keywords: Tourism Experience Design, Water-Based Tourism Activity,
Marine Tourism in the Andaman Sea