



รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ การศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ จากมุมมองนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน

คณะผู้วิจัย

ศติยาพร จารุมณีรัตน์

ศิริชัย ศิลปอาชา

สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

พฤษภาคม 2548

รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ การศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ จากมุมมองนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน

คณะผู้วิจัย

1. นางสาวศุภิยาพร จารุมณีรัตน์
2. นายแพทย์ศิริชัย ศิลปอาชา

สังกัด

คณะอุตสาหกรรมบริการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
หอการค้าจังหวัดภูเก็ต

สนับสนุนโดย

สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

พฤษภาคม 2548

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยฉบับนี้ มีอาจเสร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี หากปราศจากความช่วยเหลือ แรงบันดาลใจ และการสนับสนุนจากปัจเจกบุคคลหลายท่าน รวมถึงหน่วยงานต่างๆ ปัจจัยบุคคลแรกที่มีความสำคัญอย่างยิ่งคือ รองศาสตราจารย์มนัส ชัยสวัสดิ์ ผู้เป็นแรงบันดาลใจและกระตุ้นให้นักวิจัยรุ่นใหม่ร่วมสร้างงานวิชาการเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม บุคคลอีกท่านที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่องานวิจัยฉบับนี้ คือ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง ผู้จัดการและผู้ประสานงานสำนักงานประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ผู้ที่มีวิสัยทัศน์อันกว้างไกลและเปิดโอกาส รวมทั้งสนับสนุนและให้กำลังใจแก่นักวิจัยหน้าใหม่ให้ได้มีโอกาสในการสรรค์สร้างผลงานที่มีประโยชน์ต่อสังคม นอกจากนี้ คณะที่มนักวิจัยขอขอบคุณนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการบริการและการท่องเที่ยว (หลักสูตรนานาชาติ) ที่เดินทางร่วมกับทีมวิจัยเพื่อแจกแบบสอบถาม

นอกจากนี้ หน่วยงานที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการจัดทำงานวิจัยฉบับนี้ คือ คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต และที่ขาดไม่ได้ คือ สำนักงานประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยในวิสัยทัศน์ที่เล็งเห็นความสำคัญของงานวิจัยมาโดยตลอด

คณะผู้จัดทำ

1 มีนาคม 2548

ชื่อเรื่องงานวิจัย	โครงการการศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ จากมุมมองนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน
คณะผู้จัดทำ	นางสาวตติยาพร จารุมณีรัตน์ นายแพทย์ศิริชัย ศิลปอาชา
แหล่งทุน	สำนักงานประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้วิเคราะห์และเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงาในทุกผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึง สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การเดินทาง (Accessibility) การบริการที่พัก (Accommodation) กิจกรรมสันทนาการ (Activity) สิ่งอำนวยความสะดวก (Destination facilities and amenity) ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวจัดเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ ที่ควรได้รับการศึกษา เพราะภาพลักษณ์หรือมโนภาพที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่ท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของทั้ง 3 จังหวัด (Tourist Destination Image) จัดเป็นปัจจัยที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและการเลือกเดินทางไปพักผ่อนหย่อนใจ

ผลจากการศึกษาชี้ให้เห็นว่าพื้นที่สามจังหวัดมีทั้งความแตกต่างและคล้ายคลึงของภาพลักษณ์ในแต่ละผลิตภัณฑ์ เช่น จังหวัดภูเก็ตมีความโดดเด่นในความหลากหลายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว แต่มีภาพลักษณ์ในเชิงลบในด้านความสงบของสถานที่ท่องเที่ยว สภาพสิ่งแวดล้อม รวมถึงความเหมาะสมต่อนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม ในขณะที่จังหวัดกระบี่มีจุดเด่นในด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ความสงบและความเป็นมิตรของผู้คน โดยมีจุดด้อยในด้านความสะดวกสบายของสถานที่ท่องเที่ยว และจังหวัดพังงามีจุดเด่นในด้านความสงบของสถานที่ท่องเที่ยว

เที่ยวเหมาะต่อการพักผ่อน แต่มีจุดด้อยในส่วนของความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมสันทนาการ นอกจากนี้ ทั้งสามจังหวัดต่างมีจุดด้อยที่คล้ายคลึงกันในส่วนของการท่องเที่ยวประเภทการเดินทางและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ดังนั้น งานวิจัยได้นำเสนอจุดยืนที่เหมาะสมของทั้งสามจังหวัด รวมถึงแผนการพัฒนาที่เหมาะสม เพื่อเป็นข้อมูลแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวของกลุ่มสามจังหวัด

คำหลัก: ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจ การเดินทาง การบริการที่พัก กิจกรรมสันทนาการ สิ่งอำนวยความสะดวก ภูเก็ต พังงา กระบี่ เจ้าบ้าน จุดยืนของแหล่งท่องเที่ยว

Research Topic	A comparative study of the image of tourism products from the perspectives of tourists and the host community: Phuket, Phang-Nga and Krabi
Research Team	Ms. Tatiyaporn Jarumaneerat Dr. Sirichai Silparcha M.D.
Funding Agency	Area-Based Tourism Research Centre for Sustainable Tourism Development The Thailand Research Fund

ABSTRACT

This study attempted to analyse and carry out a comparative study of the destination image of Phuket, Krabi and Phang Nga in every tourism product that included attractions, accessibility, accommodation, activity and destination facilities and amenity. Destination image is considered as one of the important mechanisms in tourism planning and marketing, as it is one of the important and highly influential factors in tourist-decision making process.

This study revealed many similarities and differences between destination images of these three provinces. Phuket is seen favourably in terms of its variety of tourism products offered to tourists. On the other hand, it is not seen positively as a relaxing and peaceful destination and suitable for all people, and many tourists voiced their concern over its environmental conditions. The favourable images of Krabi, however included the beauty of natural sceneries, the relaxing atmosphere and the friendliness of local people, while tourists viewed Krabi negatively in the cleanliness of

tourist attraction aspect. Similarly, Phang Nga is viewed favourably as a relaxing and peaceful destination, while its negative images are the readiness and availability of destination amenity and activity. In addition, the study also revealed that all three destinations shared the same negative images in the aspects of accessibility and destination amenity. Based on these results, several recommendations were thus made for all stakeholders involved in tourism planning of Phuket, Krabi and Phang Nga with regard to the positioning of three provinces as well as the planning implications.

Keywords: tourism product, tourist, tourist destination image, attraction, accessibility, accommodation, activity, destination facility and amenity, Phuket, Phang-Nga, Krabi, host, destination positioning

**การศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว
ของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ จากมุมมองนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน**

A comparative study of the image of tourism products from the perspectives
of tourists and the host community: Phuket, Phang-Nga and Krabi

บทสรุปย่อสำหรับผู้บริหาร

งานวิจัย การศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ จากมุมมองนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน มีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 ประเภทของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ จากมุมมองของเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ และ 2) เพื่อเสนอข้อแนะนำการสร้างภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน เพื่อพัฒนาจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก (World Class destination)

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงเวลาเดียว (Cross-sectional approach) ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ – มีนาคม 2547 เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในทั้ง 3 จังหวัดมากที่สุด (High Season) โดยผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปใช้ในกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยว จำนวน 600 ชุดที่ได้จากการใช้สูตรคำนวณ Yamanae โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจะแบ่งเป็นสองกลุ่มหลัก คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งแบ่งแยกได้ตามสัดส่วนพาหนะเดินทางและสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ นอกจากนี้ เพื่อได้ข้อมูลในส่วนของความคิดเห็นของเจ้าบ้าน ผู้วิจัยจะดำเนินการสอบถามความคิดเห็นของเจ้าบ้านโดยใช้วิธีการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (Focus group discussion) ทั้งหมด 3 กลุ่ม คือ กลุ่มภูเก็ต กลุ่มพังงา และกระบี่ โดยที่ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้เข้าร่วมการสนทนาอย่างชัดเจน และในการประมวลผลข้อมูล จะใช้วิธีโดยการใช่วิธีการวิเคราะห์ทางสถิติเชิงบรรยายและเปรียบเทียบ โดยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistics Package for Social Sciences หรือ SPSS)

ภาพลักษณ์ที่จังหวัดภูเก็ตมีความโดดเด่นส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับความหลากหลายในทุกๆ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เช่น ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่น่าดึงดูดใจนั้น นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่างเห็นพ้องว่าจังหวัดภูเก็ตมีความหลากหลายของสิ่งดึงดูดใจ ที่รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เชิงสังคมและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น แหล่งช้อปปิ้งที่ดี สวนสนุกที่น่าสนใจ เทศกาลและกิจกรรมที่น่าสนใจ ศิลปะและการแสดงพื้นเมืองที่น่าสนใจ วัด และสถานที่สำคัญทางศาสนาที่สวยงาม รวมถึงความสามารถในการติดต่อสื่อสารกับเจ้าบ้าน ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวก็สอดคล้องกับความคิดเห็นของเจ้าบ้านในจังหวัด ในด้านของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทการเดินทาง พบว่า ภาพลักษณ์ที่จังหวัดภูเก็ตมีความโดดเด่นกว่าจังหวัดกระบี่และจังหวัดพังงานั้น เกี่ยวข้องกับความสะดวกสบายในการเดินทางโดยเครื่องบิน ความสะอาดของสนามบินและสถานีขนส่ง ส่วนของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทสถานที่พัก พบว่า จังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นกว่าจังหวัดกระบี่และจังหวัดพังงาในด้านของความหลากหลายของที่พัก รวมถึงจำนวนของห้องพัก

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมสันทนาการนั้น พบว่า จังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์ในด้านบวกมากมายหลายประการ เช่น จำนวนกิจกรรมสันทนาการที่มากมาย กิจกรรมช้อปปิ้งที่ดี กิจกรรมการเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนและสุขภาพ และความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวต่อกิจกรรมกีฬา รวมถึงกิจกรรมทางน้ำ/ทะเล ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า จังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ผ่านการพัฒนาค่อนข้างมากและมีจุดเด่นในแง่ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับทุกคน (One destination for all)

ในด้านของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ พบว่า จังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์เชิงบวกว่ามีความหลากหลายของประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ความหลากหลายของร้านอาหาร และจำนวนร้านขายของที่ระลึกที่มากมาย นอกจากนี้ ภูเก็ตยังมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นกว่าทั้งสองจังหวัด ในส่วนของความพร้อมของการเป็นสถานที่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ หรือ MICE tourism เพราะจังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมกว่าทั้งสองจังหวัดในแง่ของสิ่งอำนวยความสะดวก ห้องพัก สถานที่จัดประชุม รวมถึงคุณภาพของบุคลากร ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ที่ทางจังหวัดภูเก็ตได้กำหนดไว้ว่า จะพัฒนาให้จังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมนานาชาติ

แต่ผลวิจัยพบว่าภาพลักษณ์ดังกล่าวของจังหวัดภูเก็ตที่ด้อยกว่าจังหวัดกระบี่และพังงาในแง่ของสภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังเสื่อมโทรมและไม่ได้รับการดูแลเท่าที่ควร ความสงบและบรรยากาศที่น่าพักผ่อนของแหล่งท่องเที่ยว ความเหมาะสมต่อคนทุกเพศ ทุกวัย และความเป็นมิตรของผู้คน ความปลอดภัยในการเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง ความรวดเร็วในการเดินทางในจังหวัดภูเก็ต สภาพถนนหนทาง ราคาค่าโดยสาร รวมถึงความสะอาดและการบริการของรถโดยสารประจำทาง และภาพลักษณ์ดังกล่าวก็สอดคล้องกับความคิดเห็นของชาวบ้าน แต่อย่างไรก็ตาม พบว่า นักท่องเที่ยวมองเห็นว่าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและอาหารและเครื่องดื่มมีราคาค่อนข้างสูง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวได้วิจารณ์ถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ห้องน้ำสาธารณะ ณ แหล่งท่องเที่ยวที่สกปรกและไม่เพียงพอ ซึ่งชาวบ้านก็มีความคิดเห็นสอดคล้องกับผลวิจัยดังกล่าว

ในส่วนของจังหวัดกระบี่ พบว่าภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทสิ่งดึงดูดใจของจังหวัดกระบี่ที่มีความโดดเด่นในสายตานักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับความสะดวกสบายทางธรรมชาติทางทะเล หาดทรายและทะเลที่สวยงาม ความสงบและบรรยากาศที่น่าพักผ่อน ผู้คนเป็นมิตร รวมถึงความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ทุกวัย ซึ่งชาวบ้านในจังหวัดกระบี่ต่างก็เห็นพ้องกับผลวิจัยดังกล่าว ภาพลักษณ์ด้านบวกอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวมีต่อจังหวัดกระบี่ ประกอบด้วย ความสะดวกในการเดินทางโดยเครื่องบิน สภาพถนนหนทางและความรู้สึกปลอดภัยขณะเดินทางในจังหวัดกระบี่ ในส่วนของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทที่พักนั้น พบว่า จังหวัดกระบี่มีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นในประเภทของที่พักมีความหลากหลาย รวมถึงบรรยากาศ ณ ที่พักที่น่าพักผ่อน

ในทางตรงกันข้าม นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่โดยเฉพาะบริเวณชายหาดมีขยะและสกปรก จากผลการวิจัย ภาพลักษณ์ของจังหวัดกระบี่ในด้านความสะดวกสบายของสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์กลับไม่โดดเด่นกว่าจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดพังงา ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ภาครัฐและเอกชนยังมิได้ดำเนินการที่เป็นรูปธรรมในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าในแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดกระบี่นั้นได้กำหนดให้จังหวัดกระบี่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ภาพลักษณ์อื่นๆ ที่จังหวัดกระบี่มีผลเชิงลบและควรได้รับการแก้ไขโดยด่วน คือ ความสะอาดของสถานที่ขนส่ง รวมถึงความสะดวกและการบริการของรถโดยสารประจำทาง และชาวบ้านได้สนับสนุนทั้งสองประเด็น นอก

จากนี้ จากข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากนักท่องเที่ยว พบว่า การจัดการระบบการขนส่งทางน้ำ โดยเฉพาะเรือหางยาว เป็นอีกหนึ่งปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วนจากภาครัฐและเอกชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับความหลากหลายของที่พักทั้งใน ด้านของประเภทและราคาของกระบี่ให้มากขึ้น เนื่องจากงานวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นว่าราคาห้องพักมีราคาแพง นอกจากนี้พบว่า จังหวัดกระบี่มีภาพลักษณ์ในด้านลบเกี่ยวกับกิจกรรมบันเทิงทางกลางคืน กิจกรรมจับจ่ายใช้สอย กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อน และสุขภาพ ความเหมาะสมในการเป็นสถานที่สำหรับกิจกรรมกีฬา เช่น กีฬาออล์ฟ ในแง่ของกิจกรรมบันเทิงทางกลางคืนนั้น เป็นที่น่าสังเกตว่า จังหวัดกระบี่กำลังมุ่งพัฒนาสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แต่ในขณะนี้ ภาพลักษณ์ดังกล่าวยังไม่มี ความชัดเจนในสายตา นักท่องเที่ยวมากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อจังหวัดภูเก็ต

ด้านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า จังหวัดกระบี่ ควรเร่งปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์ 2 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่หลากหลายและราคาที่เหมาะสม อีกประเด็นที่จังหวัดกระบี่ควรดำเนินแก้ไขโดยด่วน คือ ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับเหตุการณ์ที่ปรากฏในสื่อต่างๆ เช่น นักท่องเที่ยวจมน้ำ นักท่องเที่ยวโดนประทุษร้าย

ถึงแม้ว่า จังหวัดกระบี่ ไม่มีความโดดเด่นในด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิง MICE ซึ่งอาจเป็นผลจากการเก็บแบบสอบถามในครั้งนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อน แต่จากข้อมูลของเจ้าบ้าน พบว่า จังหวัดกระบี่มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านดังกล่าว ทั้งด้านลักษณะทางกายภาพ ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ การคมนาคมทางอากาศที่สะดวก รวมถึงกิจกรรมสันทนาการที่หลากหลาย ซึ่งในขณะนี้ จังหวัดกระบี่กำลังเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวเชิงรางวัล (Incentive travel) ที่มีขนาดเล็ก-กลาง

ส่วนของจังหวัดพังงา พบว่าภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทสิ่งดึงดูดใจที่จังหวัดพังงามีความโดดเด่นอย่างเห็นได้ชัด เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดกระบี่ คือ ความสงบของแหล่งท่องเที่ยวเหมาะต่อการพักผ่อน ไม่พลุกพล่าน เหมาะสมกับคนทุกเพศ ทุกวัย และมีสภาพป่าไม้และวนอุทยานที่ได้รับการดูแลอย่างดี ซึ่งก็สอดคล้องกับความเป็นจริงที่ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางไปจังหวัดพังงา โดยเฉพาะบริเวณหาดเขาหลักเพราะชื่นชอบกับความ

สงบเงียบของจังหวัดพังงา ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทการเดินทาง พบว่า ภาพลักษณ์ที่จังหวัดพังงาได้รับผลเชิงบวกเกี่ยวข้องกับสภาพถนนหนทางที่ดี ความรู้สึกลดภัยในการเดินทางภายในจังหวัด

ในทางตรงกันข้าม ภาพลักษณ์ที่จังหวัดพังงามีผลเชิงลบ คือ ไม่มีกิจกรรมบันเทิงทางกลางคืนที่น่าสนใจ ดังนั้น นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าความสะดวกสบายของสถานที่ขนส่งควรได้รับการแก้ไข ซึ่งปัญหาดังกล่าวก็สอดคล้องกับความคิดเห็นของเจ้าบ้านที่ระบุว่าประเทศไทยมีปัญหาการดูแลสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ห้องน้ำสาธารณะ นอกจากนี้ เจ้าบ้านได้เสนอแนะให้มีการปรับปรุงการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระบบคมนาคมขนส่งในจังหวัดให้มากขึ้น

นอกจากนี้ จังหวัดพังงามีภาพลักษณ์ที่ไม่โดดเด่นในด้านความหลากหลายของที่พัก การสื่อสารของพนักงานโรงแรม จำนวนห้องพักและราคาห้องพักที่ค่อนข้างสูง ในส่วนของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านกิจกรรมสันทนาการนั้น จังหวัดพังงาไม่มีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นในด้านดังกล่าว ถึงแม้ว่า จังหวัดพังงามีแหล่งท่องเที่ยวมากมายและมีกิจกรรมสันทนาการที่น่าสนใจ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวที่ถูกต้องอาจแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ นั้น จังหวัดพังงามีภาพลักษณ์ในเชิงลบเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มที่มีความหลากหลาย ความหลากหลายของร้านอาหาร คุณภาพของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก การบริการอื่นๆ แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้ ก็สอดคล้องกับความเป็นจริงที่การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงายังอยู่ในช่วงเริ่มต้น ดังนั้น สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อาจไม่เพียงพอเท่ากับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนามาเป็นระยะเวลานาน ดังตัวอย่างในจังหวัดภูเก็ต ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจหรือ MICE Tourism นั้น จังหวัดพังงามีภาพลักษณ์ที่ไม่โดดเด่นและแย่กว่าจังหวัดพังงา ซึ่งสิ่งดังกล่าวก็สอดคล้องกับความคิดเห็นของเจ้าบ้าน นอกจากนี้ โรงแรมในพื้นที่จังหวัดพังงานั้น มุ่งเน้นที่ตลาดนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวธุรกิจ

เป็นที่น่าสังเกตว่า เจ้าบ้านของทั้งสามจังหวัดต่างเห็นพ้องต่อภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของทั้งสามพื้นที่ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าพื้นที่ทั้งสามจังหวัดมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้าง

ข้างชัดเจน ซึ่งอาจเป็นผลสืบเนื่องจากการประชาสัมพันธ์ที่ดีของหน่วยงานรัฐและเอกชน แต่อย่างไรก็ตาม พบว่าภาพลักษณ์หลายประการยังไม่ชัดเจนในสายตานักท่องเที่ยวมากนักเท่าที่ควร ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากการดำเนินการของภาครัฐในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ที่ยังมีเป็นรูปธรรมมากนัก นอกจากนี้ พื้นที่ทั้งสามจังหวัดต่างมีภาพลักษณ์ด้านลบในส่วนที่เกี่ยวข้องผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทสิ่งอำนวยความสะดวกและการเดินทาง โดยเฉพาะสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ห้องน้ำสาธารณะ ป้ายบอกทาง สภาพสถานีขนส่ง ความสะอาดของรถโดยสารประจำทาง รวมถึงราคาค่าโดยสาร ราคาของสินค้า สภาพถนนหนทาง เป็นต้น ซึ่งเจ้าบ้านของทั้งสามจังหวัดต่างมีความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกันว่าซึ่งปัญหาดังกล่าวสืบเนื่องจากปัญหาการดูแลและบำรุงรักษาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึงผู้ประกอบการบางส่วนขาดจิตสำนึกที่ดี รวมทั้งภาครัฐมิให้ความสนใจเท่าที่ควรและไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องได้

งานวิจัยครั้งนี้ได้นำเสนอให้จังหวัดภูเก็ตควรเน้นจุดยืนของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Positioning) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และเพิ่มระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวพำนักในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวภายในพื้นที่ที่น่าสนใจ รวมถึงกิจกรรมสันทนาการอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวอาจไม่ทราบว่ามียูอยู่ในจังหวัดภูเก็ต เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในเขตอำเภอถลางและตึกโบราณแบบชิโนโปรตุกีสในเขตอำเภอเมืองภูเก็ต นอกจากนี้ จังหวัดภูเก็ตควรเน้นวางจุดยืนของจังหวัดในด้านอื่นๆ ที่จังหวัดมีความพร้อม เช่น ด้านการท่องเที่ยวเชิงการประชุม สัมมนา จัดนิทรรศการและการท่องเที่ยวเชิงรางวัล (MICE Tourism) และมุ่งเน้นการสร้างประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในจังหวัดภูเก็ตโดยการร่วมมือกันแก้ไขปัญหาค่าใช้จ่ายที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ในด้านลบที่จังหวัดภูเก็ตกำลังประสบอยู่ เช่น ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ความรุ่มรวยพลุกพล่านของแหล่งท่องเที่ยว ระบบคมนาคมขนส่งภายในจังหวัดที่ไม่เพียงพอ ปัญหาราคาค่าโดยสารที่ไม่แน่นอนและราคาแพง รวมถึงความปลอดภัยในการเดินทางภายในจังหวัด ปัญหาโสเภณีและ Sex Tourism นอกจากนี้ จังหวัดภูเก็ตควรวางจุดยืนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในทุกผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้งในการเดินทาง กิจกรรมสันทนาการ สถานที่ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

จุดยืนของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Positioning) ที่เหมาะสมของจังหวัดกระบี่ควรเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สวยงาม สงบและเหมาะสมกับคนทุกเพศ ทุกวัย และผู้คนเป็นมิตร มีที่พักที่หลากหลาย ราคาไม่แพง มีการคมนาคมขนส่งที่ดีและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ใหม่และมีการ

พัฒนาในระดับปานกลาง และเพื่อเป็นการสร้างและรักษาภาพลักษณ์ดังกล่าวให้ชัดเจนมากขึ้น ประเด็นที่หน่วยงานทุกฝ่ายควรให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ การรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัด จัดระบบกำจัดของเสียที่มีประสิทธิภาพ จัดทำการแบ่งแยกการใช้พื้นที่สาธารณะให้ถูกต้อง รวมถึงจัดระบบการจัดการเรือหางยาวบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหลัก รณรงค์ให้ผู้ประกอบการเรือหางยาวเพิ่มความสำคัญด้านความปลอดภัยในการเดินทางมากขึ้น โดยบังคับให้เรือหางยาวทุกลำมีเสื้อชูชีพบนเรือและฝึกอบรมการช่วยเหลือผู้ประสบภัยทางน้ำ/ทะเล

นอกจากนี้ควรมีการให้ข้อมูลและข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อประชาสัมพันธ์ จังหวัดกระบี่ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นและเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจนมากขึ้น นอกจากนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ข้อมูลเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีอยู่ในจังหวัดกระบี่ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ เช่น สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และโบราณคดีและแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพประเภทน้ำพุ น้ำร้อน น้ำเค็ม นอกจากนี้ จังหวัดกระบี่ควรศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านการท่องเที่ยวเชิงรางวัล (Incentive Travel) ในกลุ่มขนาดเล็ก-กลาง

จังหวัดพังงา ควรจะพัฒนาและมุ่งรักษาภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มคนที่ต้องการพักผ่อน ณ สถานที่ที่เงียบสงบ ไม่พลุกพล่าน และเหมาะสมกับกลุ่มคนทุกเพศ ทุกวัย เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นครอบครัว ในการรักษาภาพลักษณ์ดังกล่าว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการควบคุมการพัฒนาและการลงทุนที่ไม่เหมาะสม เช่น สถานบันเทิงเรีงรมย์ การก่อสร้างห้องพักที่มีจำนวนมากเกินไป และควบคุมกิจกรรมสันตนาการที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทำลายความสงบของแหล่งท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมเรือ Banana Boat เรือเจ็ตสกี เป็นต้น นอกจากนี้ ควรมีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมสันตนาการที่มีอยู่แล้วและแหล่งท่องเที่ยวที่น่าดึงดูดใจในจังหวัดพังงาแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดพังงา เช่น เกาะแก่งต่างๆ อ่าวพังงา วัดและสถานที่สำคัญทางศาสนาให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

นอกจากนี้ กลุ่มจังหวัดภูเก็ต กระบี่และพังงา ควรตระหนักถึงความสำคัญของการร่วมมือช่วยเหลือเกื้อกูล (Collaborative) มากกว่ามุ่งเน้นที่การแข่งขัน ร่วมกันแก้ไขปัญหาที่ทั้งสาม

จังหวัดประสบอยู่ อาทิ ระบบคมนาคมขนส่งภายในพื้นที่ที่ยังด้อยกว่ามาตรฐานเมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศที่ได้รับการพัฒนามากกว่า นอกจากนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกลุ่มสามจังหวัดควรศึกษาความเป็นได้ของการก่อสร้างระบบคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปในเขต 3 จังหวัดได้สะดวกและรวดเร็ว เช่น การศึกษาความเป็นไปได้ในการร่วมมือกับผู้ประกอบการรถโดยสารประจำทางในเขต 3 จังหวัด ในการจัดทำบัตรโดยสารแบบพิเศษ (Bus Pass) ที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้ในการเดินทางไปท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ดังกล่าวได้อย่างสะดวก โดยไม่จำเป็นต้องซื้อบัตรโดยสารแยก นอกจากนี้ หน่วยงานในบริเวณพื้นที่ทั้งสามจังหวัดควรร่วมมือกันยกระดับการบริการและคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ควรมีการศึกษาความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับการพัฒนา (Carrying Capacity) ของทั้งสามจังหวัด เพื่อศึกษาความต้องการที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านอื่นๆ เช่น ด้านที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อควบคุมมิให้เกิดปัญหาการก่อสร้างและพัฒนาสถานประกอบการที่มากเกินไปจนเกิดความแออัดและไม่เหมาะสม รวมทั้งผลักดันให้มีการจัดทำแผนการใช้พื้นที่ (Zoning) ในทั้งสามจังหวัด

ถึงแม้ว่า งานวิจัยในครั้งนี้ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้และให้ข้อมูลที่มีประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องได้ แต่ในอนาคตควรมีการจัดทำวิจัยเพิ่มเติมในหลายๆ ด้าน เช่น การศึกษาภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวแต่ละประเภทมีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพราะโดยทั่วไปนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อนหย่อนใจและกลุ่มที่เดินทางมาประชุม สัมมนา และนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มอาจมีมุมมองที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ควรมีการศึกษาภาพลักษณ์ก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวและหลังจากที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ เป็นระยะเวลาหนึ่ง เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังและประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ควรมีการศึกษาภาพลักษณ์ของแต่ละผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอย่างละเอียด เพื่อให้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากขึ้น

บทที่ 1

บทนำ

บทที่ 1 กล่าวถึงภาพรวมของงานวิจัยครั้งนี้ โดยมีเนื้อหาหลัก ดังนี้ ความเป็นมาของการงานวิจัย วัตถุประสงค์ คำถามหลักของงานวิจัย แนวทางการดำเนินงาน กลุ่มเป้าหมาย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลประโยชน์ของงานวิจัย และคำอธิบายของนิยามศัพท์ที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของเรื่อง

1.1.1 ความเป็นมา

ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติ เนื่องจากมีแหล่งธรรมชาติที่สวยงาม วัฒนธรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์ แต่ในขณะนี้การพัฒนาก่อให้เกิดปัญหาหลายประการ อาทิ ปัญหาการพัฒนาก่อให้เกิดความไร้ทิศทางและขาดความชัดเจนในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ซึ่งปัญหาดังกล่าวมีผลสืบเนื่องจากหลายสาเหตุด้วยกัน เช่น ขาดระบบข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในส่วนภูมิภาคที่มีประสิทธิภาพ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย 2546) และข้อมูลเบื้องต้นที่สำคัญ หรือ “เครื่องมือ” ในการวางแผนพัฒนาก่อให้เกิดความไร้ทิศทางในพื้นที่ ที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่รับผิดชอบด้านการตลาดและการพัฒนาก่อให้เกิดความไร้ทิศทางของจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ ควรทราบและเข้าใจอย่างถ่องแท้ คือภาพลักษณ์หรือมโนภาพที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของทั้ง 3 จังหวัด เพราะอ้างอิงถึงหลักจรรยาบรรณการท่องเที่ยวโลกขององค์การการท่องเที่ยวโลก ชุมชนเจ้าของบ้าน และผู้ประกอบการวิชาชีพท้องถิ่นควรที่จะให้ความคุ้นเคยและเคารพต่อ นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน และเรียนรู้ถึงวิถีชีวิต ธรรมเนียม ความคาดหวัง การศึกษาของนักท่องเที่ยว (World Tourism Organisation 2003 แปลโดยรศ. มนัส ชัยสวัสดิ์ และผศ. พิมพ์ภรณ์ สุวดีกุล 2546)

ภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourist Destination Image) หรือ ความเชื่อ ความคิด จินตนาการ ความคาดหวัง และความรู้สึกที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่นั้นๆ (Woodside and Lyonski 1989) เป็นปัจจัยที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและการเลือกเดินทางไปพักผ่อนหย่อนใจ (Chon และ Sparrowe 2000) ภาพลักษณ์แบ่งได้เป็นสองประเภท คือ ภาพลักษณ์เชิงความรู้

(cognitive/perceptual) และภาพลักษณ์เชิงความรู้สึก (affective) (Baloglu และ McCleary 1999)

งานวิจัยพบว่าภาพลักษณ์ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอก เช่น ข้อมูลข่าวสาร ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และปัจจัยภายใน อาทิ ลักษณะประชากร (demographic profile) และ แรงจูงใจ (motivation) ดังนั้น การศึกษาภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยว มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะข้อมูลดังกล่าวมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ ข้อมูลที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์ มีประโยชน์ต่อการวางแผนนโยบายการกำหนดทิศทางการพัฒนาของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะในจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ ซึ่งในขณะนี้กำลังประสบปัญหาหลายประการด้านการวางแผนนโยบาย การพัฒนาการท่องเที่ยว (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย 2546; ศูนย์ประสานงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น จังหวัดพังงา 2546)

นอกจากนี้ อ้างถึงหลักจรรยาบรรณการท่องเที่ยวโลก ขององค์การการท่องเที่ยวโลก กิจกรรมทางการท่องเที่ยวควรจะดำเนินไปในลักษณะที่กลมกลืนกับคุณลักษณะและประเพณี เคารพต่อกฎหมาย และธรรมเนียมการปฏิบัติของภูมิภาคและประเทศเจ้าของบ้าน (World Tourism Organisation 2003 แปลโดย รศ. มนัส ชัยสวัสดิ์และผศ. พิมพ์ภรณ์ สุวดีกุล 2546) ดังนั้นเจ้าบ้านควรจะเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ที่เจ้าบ้านมีต่อท้องถิ่นและภาพลักษณ์ที่เจ้าบ้านต้องการนำเสนอสู่สาธารณชน เพราะงานวิจัยพบว่าเจ้าบ้านอาจจะไม่พอใจต่อภาพลักษณ์ที่ถูกนำเสนอต่อสาธารณชน (Hall 1996)

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 ประเภทของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ จากมุมมองเจ้าบ้าน และนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ
- เพื่อเสนอข้อแนะนำการสร้างภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน เพื่อพัฒนาจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก (World Class destination)

1.3 คำถามหลักของการวิจัย

- นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ มีมุมมองและความคิดเห็นอย่างไรต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา
- ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใดมีภาพลักษณ์เชิงบวกและลบ
- เจ้าบ้านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัด
- อะไรคือ ปัญหา สาเหตุที่ก่อให้เกิดให้นักท่องเที่ยวมีมุมมองหรือภาพลักษณ์ในเชิงลบหรือไม่ตรงกับความเป็นจริง

1.4 แนวทางการดำเนินงาน

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายและขอบเขตการศึกษาคือ

- นักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ โดยที่นักท่องเที่ยวจะต้องท่องเที่ยวอยู่ในจังหวัด นั้น ๆ อย่างน้อยเป็นเวลา 1 วันเพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสที่จะใช้และมีประสบการณ์กับ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้ครบทุกองค์ประกอบ และจะต้องเป็นผู้ที่มีอายุมากกว่า 15 ปี
- ผู้รับผิดชอบ ผู้บริหาร หรือบุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของทั้งสามจังหวัด

1.5 วิธีการเก็บข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงเวลาเดียว (Cross-sectional approach) ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ – มีนาคม 2547 เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในทั้ง 3 จังหวัดมากที่สุด (High Season) โดยมีวิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปใช้ในกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยว จำนวน 600 ชุด ณ จุดคมนาคมหลักที่นักท่องเที่ยวใช้เดินทางไปยังบริเวณสามจังหวัด

การสอบถามความคิดเห็นของชาวบ้าน ผู้วิจัยจะดำเนินการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (Focus group discussion) ซึ่งเป็นการสนทนาที่มีบรรยากาศเป็น “การนั่งจับเข่าคุยกัน” เพื่อเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้เข้าร่วมสนทนากับนักวิจัย และเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้เข้าร่วมการสนทนา มีดังนี้

- เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต กระบี่ พังงา
- กำลังทำงานในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่
- มีอายุในการทำงานในพื้นที่ 3 จังหวัดเป็นเวลาอย่างน้อย 2 ปี
- มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ระบุไว้ในกรอบการวิจัยครั้งนี้
- กำลังดำรงตำแหน่งระดับรองผู้จัดการขององค์กรหรือเทียบเท่า เป็นอย่างน้อย

ผู้วิจัยจะจัดมีการสนทนากลุ่มแบบเจาะจงทั้งหมด 3 กลุ่ม คือ กลุ่มภูเก็ต กลุ่มพังงา และกลุ่มกระบี่ โดยแต่ละกลุ่มจะมีผู้เข้าร่วมสนทนาประมาณ 7-8 คน และสถานที่การจัดการสนทนาจะจัดขึ้นที่โรงแรมในสามจังหวัดดังกล่าว ในช่วงเดือนมีนาคม 2547 และในระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะทำการบันทึกบทสัมภาษณ์คำต่อคำและบันทึกในเทปบันทึกเพื่อใช้ในการรวบรวมและตรวจสอบข้อมูลต่อไป

1.6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ทราบถึงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใดที่มีความแตกต่างและคล้ายคลึงของของทั้ง 3 จังหวัด
- ทราบถึงภาพลักษณ์ใดที่นักท่องเที่ยวมีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของ 3 จังหวัด ในแง่บวกและแง่ลบ
- ทราบความคิดเห็นของชาวบ้านต่อภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัด
- ทราบถึงปัญหา สาเหตุที่ก่อให้เกิดนักท่องเที่ยวมีมุมมองหรือภาพลักษณ์ในเชิงลบหรือไม่ตรงกับความเป็นจริง
- เสนอแนวทาง และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ถูกต้อง

1.7 ประโยชน์ของงานวิจัย

- ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคีสามารถนำข้อมูลที่ได้ วางแผนการพัฒนากการท่องเที่ยวและกำหนดทิศทางการพัฒนากการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ในแนวทางที่ชัดเจน เพื่อพัฒนาสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก (World Class destination)
- พัฒนาและส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อพื้นที่
- นำเสนอภาพพจน์ที่ถูกต้องและสอดคล้องกับความต้องการของเจ้าบ้าน
- พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อแก้ไขภาพลักษณ์ด้านลบที่นักท่องเที่ยวมีต่อทั้ง 3 จังหวัด

1.8 นิยามศัพท์

- ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Product) หมายถึง ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวประสบตั้งแต่เวลาที่นักท่องเที่ยวออกเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวจนกระทั่งเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางกลับสู่ภูมิลำเนา ซึ่งประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก คือ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การเดินทาง (Accessibility) การบริการที่พัก (Accommodation) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) และกิจกรรมสันทนาการ (Activity) ซึ่งแต่ละผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบหรือคุณลักษณะ (Tourism Attributes) แตกต่างกันไป
- ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Image) หมายถึง ความรู้หรือความเชื่อที่นักท่องเที่ยวมีต่อคุณลักษณะของสถานที่ (perceptual/cognitive component) และความรู้สึกโดยรวมที่บุคคลมีต่อสถานที่นั้น (affective component)
- นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง ผู้คนที่เดินทางมาจากต่างถิ่นโดยมีจุดหมายในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และมีระยะเวลาพำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อย 1 วันและไม่เกิน 1 ปี
- เจ้าบ้าน (Host) หมายถึง ผู้รับผิดชอบ ผู้บริหาร หรือบุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยว

- สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) หมายถึง ผลสัมฤทธิ์ของการท่องเที่ยวที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวใดๆ มีความน่าสนใจและมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural attractions) แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built attractions) แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural attractions) และแหล่งท่องเที่ยวเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social attractions)
- การเดินทาง (Accessibility) หมายถึง ความรวดเร็วและความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าสู่สถานที่นั้น ซึ่งรวมถึงสาธารณูปโภคในส่วนของการคมนาคมขนส่งทางถนน ทางรถไฟ ทางเครื่องบิน ทางเรือ ความจุ ความรวดเร็ว ราคาและความหลากหลายของสาธารณูปโภคในการเดินทาง รวมทั้งกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการออกวีซ่าและการตรวจคนเข้าเมือง
- การบริการที่พัก (Accommodation) หมายถึง สถานที่ที่นักท่องเที่ยวใช้พำนักระหว่างการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เป็นต้น
- สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) คือหมายถึงการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานแก่นักท่องเที่ยว อาทิ สาธารณูปโภค น้ำ ไฟ โทรศัพท์ ห้องสุขา และสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องใช้ เช่น โรงพยาบาล ธนาคาร สำนักงานไปรษณีย์ และการบริการในกรณีฉุกเฉิน
- กิจกรรมสันทนาการ (Activity) หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถกระทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยว และช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว อาทิ กิจกรรมที่เกี่ยวกับการจับจ่ายใช้สอย กิจกรรมทางทะเล เช่น ดำน้ำ ว่ายน้ำ เป็นต้น
- จุดยืนของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Positioning) หมายถึง ความรู้และความรู้สึกที่นักท่องเที่ยวมีต่อลักษณะ ประเภทและคุณภาพของผลสัมฤทธิ์ของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ (Heath และ Wall 1992)

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 2 นำเสนอทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยเนื้อหาแบ่งเป็น 3 ประเด็นหลัก คือ แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในประเด็นแรก ได้มีการนำเสนอนิยามศัพท์ของภาพลักษณ์ รวมทั้งอธิบายความสำคัญของภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ในประเด็นถัดมา เสนอแนวคิดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้ง 5 ประเภท และในประเด็นสุดท้าย เน้นอภิปรายและเสนองานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทั่วไปและจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ หลังจาก ทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้เขียนนำเสนอกรอบการวิจัยของงานวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

ความคิดอ่านและมุมมองที่บุคคลมีต่อสภาพแวดล้อมรอบตัว สร้างขึ้นจากประสบการณ์ การเรียนรู้ ความรู้สึก ความเข้าใจ ซึ่งจากปัจจัยดังกล่าวนี้ ก่อให้เกิดสร้างภาพลักษณ์ที่มีต่อโลก และสิ่งรอบ ตัว ภาพลักษณ์มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อความรู้สึก ก่อให้เกิดแรงจูงใจให้กระทำการใดอย่างหนึ่ง (Cooper และคณะ) นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Destination image) มีความสำคัญอย่างยิ่ง ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะภาพลักษณ์เป็นจุดขายหลัก ซึ่งมักนำเสนอผ่านสื่อต่างๆ เช่น ภาพของสถานที่ ผู้คน การคมนาคมขนส่ง การเดินทาง และความสวยงามของสถานที่เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่นั้น (Buck 1993 อ้างโดย Law 1995) และภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นเอง จัดเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

2.1.1 นิยามศัพท์ของภาพลักษณ์

ผู้เขียนหลายท่านได้กำหนดคำนิยามของภาพลักษณ์ไว้หลากหลายด้วยกัน อาทิ Hunt ให้คำนิยามของภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวไว้ว่า คือ ความประทับใจหรือความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสถานที่ที่มีใช้ภูมิลำเนาของตน ('impressions that a person holds about a state in which they do not reside' (1971 cited in Gallarzaและคณะ 2002) Crompton (1979 cited in Gallarzaและคณะ 2002) ให้คำจำกัดความของภาพลักษณ์ว่าเป็น บทสรุปของความเชื่อ มโนคติ

และความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสถานที่ ในขณะที่ Gartner (1996) อธิบายว่า ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบที่มีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กัน คือ ความรู้ (cognitive) ความรู้สึก (affective) และ ภาวะการตัดสินใจ (conative) ซึ่ง ภาพลักษณ์เชิงความรู้ (cognitive/perceptual image) หมายถึง ความเชื่อและทัศนคติโดยรวมที่บุคคลมีต่อลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง ส่วนภาพลักษณ์เชิงความรู้สึก (affective) หมายถึง ความรู้สึกและคุณค่าที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่นั้น ซึ่งอาจแตกต่างกันอยู่กับแรงจูงใจ (motivation) หรือผลประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวต้องการจากการเดินทางไปท่องเที่ยว และ conative image นั้นหมายถึง การกระทำหรือการตัดสินใจของบุคคล ในการเดินทางไปสถานที่นั้น โดยสรุป ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ความรู้หรือความเชื่อที่นักท่องเที่ยวมีต่อคุณลักษณะของสถานที่ (perceptual/cognitive component) และความรู้สึกโดยรวมที่บุคคลมีต่อสถานที่นั้น (affective component) (Baloglu and McCleary 1999; Walmsley and Lewis 1993 อ้างโดย Walmsley and Young 1998) ซึ่งความรู้ ความเชื่อ (perceptual/cognitive component) หรือความรู้สึกโดยรวมที่บุคคลมีต่อสถานที่นั้น (affective component) ที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวใด อาจครอบคลุมถึงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้ง 5 ซึ่งประกอบด้วยสิ่งที่ดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (Amenity) ที่พัก (Accommodation) และกิจกรรมต่างๆ (Activity)

ดังนั้น ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Tourist Destination image) จัดเป็นปัจจัยที่สำคัญในกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อของนักท่องเที่ยว และมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค (Woodside and Lysonski 1989; Baloglu and Bringberg 1997; Baloglu and McCleary 1999; Echtner and Ritchie 1991; Selby and Morgan 1996; Gartner 1996) เนื่องจากการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวนั้น มักจะขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์และมโนภาพที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่นั้นๆ มากกว่าข้อมูลที่นักท่องเที่ยวได้รับ นอกจากนี้ บุคคลที่กำลังจะตัดสินใจเลือกเดินทางไปประเทศใด หรือสถานที่ใดนั้น มักมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานที่นั้นน้อยมากและไม่สามารถทดลองสินค้าก่อนได้ ดังนั้นนักท่องเที่ยวมักตัดสินใจโดยใช้มโนภาพหรือภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ถึงแม้ว่ามโนภาพดังกล่าวอาจไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง

2.1.2 ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

ดังที่กล่าวข้างต้น ภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยว นั้น เป็นปัจจัยที่สำคัญในกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ข้อมูลดังกล่าว นับว่ามีประโยชน์อย่างยิ่ง ทั้งในด้านการวางแผนการตลาดและการวางนโยบายที่เกี่ยวข้องต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็นและมุมมองที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่นั้นอย่างถ่องแท้ เพื่อที่จะได้นำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการสร้างจุดยืนของแหล่งท่องเที่ยว (Positioning) หรือ ความรู้และความรู้สึกที่นักท่องเที่ยวมีต่อลักษณะ ประเภทและคุณภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ (Heath และ Wall 1992) ที่แตกต่าง ชัดเจนและดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ เมื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวแล้ว หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถทราบถึงจุดเด่นและจุดด้อยของแหล่งท่องเที่ยว นั้น และนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการแก้ไขภาพลักษณ์ด้านลบที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยว นั้น ดังกรณีของกรุงนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา เมืองที่นำข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์มาใช้ในการวางแผนการตลาดนั้นอย่างประสบความสำเร็จ เนื่องจากหลังจากได้สอบถามนักท่องเที่ยวและผู้คนที่เกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อกรุงนิวยอร์ก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ตระหนักว่า ผู้คนมักมีความคิดเห็นหรือความรู้สึก ว่ากรุงนิวยอร์กเป็นเมืองที่สกปรก เต็มไปด้วยภัยอันตราย และหลังจากที่ทราบข้อมูลดังกล่าว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยว ได้ดำเนินการโครงการ 'I love New York' เพื่อแก้ไขภาพลักษณ์ด้านลบ ซึ่งผลจากการดำเนินการกลยุทธ์ดังกล่าว ทำให้นักท่องเที่ยวและผู้คนเปลี่ยนแปลงทัศนคติและความรู้สึกที่มีต่อเมืองนิวยอร์กในทางที่ดีขึ้น (Middleton 1994) นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก็ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของภาพลักษณ์ โดยได้ระบุในกลยุทธ์การดำเนินงานด้านการตลาดในปี 2547 ว่า จะดำเนินการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality destination) โดยสร้างและเผยแพร่ภาพลักษณ์ของประเทศไทยและมุ่งแก้ไขปัญหภาพลักษณ์ด้านลบเป็นหลัก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2547)

งานวิจัยด้านการศึกษาภาพลักษณ์ ยิ่งมีความสำคัญอย่างมากสำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพทางกายภาพโดยรวมคล้ายคลึงกัน เช่น จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ซึ่งมี

ทรัพยากรธรรมชาติและลักษณะทางกายภาพที่คล้ายคลึงกัน ดังนั้นหากผู้ประกอบการไม่ทราบข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อทั้ง 3 จังหวัด ผู้ประกอบการของทั้ง 3 จังหวัด อาจพยายามแข่งขันเพื่อแย่งชิงลูกค้ากลุ่มเดียวกัน และส่งผลให้จังหวัดพังงาและกระบี่ ขยายตัวเพื่อรองรับและเตรียมพร้อมต่อการแข่งขันกับจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นรู้จักและมีความพร้อมมากกว่า ในขณะที่ พบว่า จังหวัดพังงากำลังประสบปัญหาที่คล้ายคลึงอยู่ เช่น การบุกรุกที่ดินสาธารณะประโยชน์ การปลูกสิ่งก่อสร้างที่ทำลายทัศนียภาพธรรมชาติ การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่ไม่เหมาะสม ปัญหาสิ่งแวดล้อมต่างๆ เช่น เสียงอึกที่ก่อกวนจากสถานที่ก่อสร้าง ปัญหาการกำจัดขยะ (ศูนย์ประสานงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น จังหวัดพังงา 2546) ซึ่งปัญหาดังกล่าว สืบเนื่องจากสาเหตุหลายประการ อาทิ ผู้ประกอบการที่ขาดความรู้เกี่ยวกับความต้องการนักท่องเที่ยว นักลงทุนจากท้องถิ่นอื่นๆ ขาดวิสัยทัศน์ พยายามกวาดซื้อที่ดิน เพื่อสร้างอาคารที่พักอาศัย โรงแรมขนาดใหญ่ โดยมีได้คำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อชาวบ้าน นักท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย 2546; ศูนย์ประสานงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น จังหวัดพังงา 2546) และปัญหาดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปจังหวัดพังงาและกระบี่ไม่พึงพอใจและเลือกเดินทางไปสถานที่อื่น

นอกจากนี้ ภาพลักษณ์หรือมโนภาพที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างความคาดหวังของนักท่องเที่ยว (Tourist expectation) และนักท่องเที่ยวจะพึงพอใจหรือไม่ต่อการเดินทางมาพักผ่อนหย่อนใจ ขึ้นอยู่ความคาดหวังและภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่นั้นๆ เพราะนักท่องเที่ยวจะเปรียบเทียบความคาดหวังและภาพลักษณ์ของสถานที่นั้นกับประสบการณ์จริงที่ได้ไปพักผ่อน ณ สถานที่นั้น ดังนั้นหากถ้านักท่องเที่ยวพบว่าประสบการณ์จริงเหมือนหรือเกินความคาดหวัง ภาพลักษณ์ของสถานที่นั้นๆ จะเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวพบว่าประสบการณ์จริงไม่ตรงกับข้อมูลหรือภาพลักษณ์ของสถานที่นั้นๆ ภาพลักษณ์ของสถานที่นั้นๆ ก็จะเปลี่ยนไปในทางที่แย่ลง และนักท่องเที่ยวจะให้ข้อมูลดังกล่าวแก่ผู้อื่น ทำให้ภาพลักษณ์ด้านลบเกี่ยวกับสถานที่นั้นๆ เป็นที่รู้จักกว้างขวางขึ้น

นอกจากนี้ อ้างถึงหลักจรรยาบรรณการท่องเที่ยวโลก ขององค์การการท่องเที่ยวโลก กิจกรรมทางการท่องเที่ยวควรจะดำเนินไปในลักษณะที่กลมกลืนกับคุณลักษณะและประเพณีเคารพต่อกฎหมาย และธรรมเนียมการปฏิบัติของภูมิภาคและประเทศเจ้าของบ้าน (World Tourism Organisation 2003 แปลโดยรศ. มนัส ชัยสวัสดิ์และผศ. พิมพาภรณ์ สุวัตติกุล 2546)

ดังนั้นเจ้าบ้านควรจะเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ที่เจ้าบ้านมีต่อท้องถิ่นและภาพลักษณ์ที่เจ้าบ้านต้องการนำเสนอสู่สาธารณชน เพราะงานวิจัยพบว่าเจ้าบ้านอาจจะไม่พอใจต่อภาพลักษณ์ที่ถูกนำเสนอต่อสาธารณชน (Hall 1996) เช่น งานวิจัยพบว่าสื่อโฆษณาต่างๆ พยายามนำเสนอภาพลักษณ์ของประเทศอังกฤษเป็นดินแดนที่เต็มไปด้วยปราสาท กระท่อม และภาพของชาวอังกฤษที่สวมกระโปรงพับจีบลายสกอตต์ ซึ่งชาวอังกฤษส่วนใหญ่มีความคิดรู้สึกขัดแย้งต่อภาพลักษณ์ที่สื่อต่างๆ นำเสนอ ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวอาจก่อให้เกิดแรงต่อต้านและความตึงเครียดระหว่างนักท่องเที่ยว เจ้าบ้าน และผู้ประกอบการ ดังนั้นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาภาพลักษณ์ ควรจะเปิดโอกาสให้เจ้าบ้านมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในภาพลักษณ์ที่ได้นำเสนอต่อสาธารณชน (Law 1995) นอกจากนี้ การเปิดโอกาสให้เจ้าบ้านแสดงความคิดเห็น เป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Hall 1995)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism products)

นักท่องเที่ยวมักสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งอาจจะเกี่ยวข้องกับสถานที่ผู้คน การคมนาคมขนส่ง การเดินทาง และความสวยงามของสถานที่น่าดึงดูดใจ หรือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หมายถึง ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวประสบตั้งแต่เวลาที่นักท่องเที่ยวออกเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวจนกระทั่งเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางกลับสู่ภูมิลำเนา ดังนั้น ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หมายถึง การรวมกันของ 3 องค์ประกอบหลัก คือ สิ่งดึงดูดใจ (attractions) สิ่งอำนวยความสะดวก (facilities) และ สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวนั้น (accessibility of the destination) (Medlik และ Middleton 1973 อ้างโดย Middleton 1994)

Middleton (1994) ให้ความเห็นว่าสิ่งดึงดูดใจ (attractions) คือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่เป็นปัจจัยหลักต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อของนักท่องเที่ยว และมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเกิดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อาจมีความแตกต่างกัน แต่โดยรวม สิ่งดึงดูดใจ สามารถแบ่งเป็น 4 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural attractions) แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built attractions) แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural attractions) และแหล่งท่องเที่ยวเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social attractions)

Middleton (1994) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวอาจเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ใดนั้น อาจเป็นผลสืบเนื่องจากสถานที่นั้นมีสิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ (Natural attractions) อาทิ ทิวทัศน์ที่สวยงาม ลักษณะภูมิประเทศ ชายหาด ทะเล อากาศ ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ และทรัพยากรธรรมชาติอื่นๆ หรือนักท่องเที่ยวอาจสนใจในแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built attractions) เช่น สิ่งก่อสร้าง สาธารณูปโภคการท่องเที่ยวต่างๆ อาทิ สถาปัตยกรรม สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ สวนสาธารณะ ศูนย์การจัดการประชุม ท่าเทียบเรือ โบราณสถาน และแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่จัดขึ้นเพื่อต้อนรับแขกนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ เช่นสวนสนุก สนามกอล์ฟ ห้างสรรพสินค้าต่างๆ ในขณะที่นักท่องเที่ยวบางส่วนอาจให้ความสนใจในสิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural attractions) ซึ่งรวมถึง ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม ศาสนาและศิลปะ ดนตรี นาฏศิลป์และการแสดงอื่นๆ ซึ่งสามารถพัฒนาให้เป็นเทศกาล งานรื่นเริงเฉลิมฉลองต่างๆ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวอาจให้ความสนใจต่อสิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social attractions) ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของชาวบ้าน ภาษาและโอกาสที่จะได้พบปะและเรียนรู้ความเป็นอยู่ของผู้คนในท้องถิ่น

ในปัจจุบัน พบว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศต่างๆ ได้กำหนดให้มีการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมาเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ อาทิ จากการทบทวนบทความ สื่อต่างๆ และกลยุทธ์ทางการตลาดที่จัดทำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) พบว่า ถึงแม้ว่าจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่นั้น ยังคงเน้นที่สิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เช่น หาดทรายและชายทะเล แต่ในขณะนี้ ทาง ททท. กำหนดให้เน้นการพัฒนาให้จังหวัดภูเก็ต เป็นศูนย์การประชุม สัมมนา การแสดงนิทรรศการ และแสดงสินค้านานาชาติ เนื่องจากพบว่าภูเก็ตมีศักยภาพที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวดังกล่าว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2547)

นอกจากนี้ สิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการต่างๆ (Destination facilities and services) จัดเป็นองค์ประกอบหลักของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเช่นกัน เนื่องจากหากปราศจากองค์ประกอบนี้ นักท่องเที่ยวอาจไม่มีโอกาสที่จะพักผ่อนหรือมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ณ แหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ และ Middleton (1994) ได้จำแนกสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการต่างๆ เป็น 7 ประเภท ซึ่งประกอบด้วย

1. ที่พัก เช่น โรงแรม อาคารห้องเช่า ค่าย หอพัก บ้านรับรอง

2. ร้านอาหาร ซึ่งครอบคลุมร้านอาหารทุกระดับตั้งแต่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ถึงร้านอาหารระดับห้าดาว
3. การคมนาคมขนส่ง ณ แหล่งท่องเที่ยว นั้น เช่น รถรับจ้าง รถโดยสารประจำทาง การบริการรถเช่า
4. กีฬาและกิจกรรมสันทนาการต่างๆ
5. สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น โรงเรียนสอนการแกะสลัก โรงเรียนสอนภาษา
6. ร้านค้าต่างๆ เช่น ร้านขายของ บริษัทบริการการท่องเที่ยว ร้านของที่ระลึก เป็นต้น
7. การบริการอื่นๆ อาทิ ร้านตัดผม การบริการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ร้านเช่าอุปกรณ์ดำน้ำดำน้ำดำน้ำ

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีความสำคัญเช่นกัน คือ การเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เพราะองค์ประกอบดังกล่าวมีผลอย่างยิ่งต่อค่าใช้จ่าย ความรวดเร็วและความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าสู่สถานที่นั้น ซึ่งรวมถึงสาธารณูปโภคในส่วนถนนหนทาง สนามบิน รถไฟ ท่าเทียบเรือ รวมถึง ความจุ ความรวดเร็ว ราคาและความหลากหลายของสาธารณูปโภคเหล่านี้ รวมทั้งกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการออกวีซ่าและการตรวจคนเข้าเมือง (Middleton 1994)

ผู้เขียนอีกหลายท่านที่กล่าวถึงองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว อาทิ Dickman (1996) เสนอว่า แหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (tourist destination and tourism product) จำเป็นต้องประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก หรือ องค์ประกอบ 5A คือ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (Amenity) ที่พัก (Accommodation) และกิจกรรมต่างๆ (Activity)

Dickman (1996) กล่าวว่า สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) จัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นสิ่งที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นซึ่งแหล่งท่องเที่ยวซึ่งสามารถแบ่งแยกเป็น สถานที่สำคัญทางศาสนา หาดทราย ชายหาด ภูเขา อุทยานแห่งชาติ เทศกาลต่างๆ หรือสถานที่ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ยอดนิยม และโดยทั่วไป แหล่งท่องเที่ยว

เที่ยวที่มีชื่อเสียงมักจะมีสิ่งดึงดูดใจมากกว่า 1 อย่าง อาทิ ภูเก็ตซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย เช่น หาดทราย กิจกรรมทางน้ำ สถานบันเทิงต่างๆ รวมทั้งสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ

ส่วนประกอบอื่นๆ ก็มีความสำคัญเช่นกัน อาทิ สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) เนื่องจากถึงแม้ว่า แหล่งท่องเที่ยวอาจมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แต่สิ่งเหล่านั้นอาจไร้ประโยชน์ หากนักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางไปยังสถานที่นั้นได้ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง หมายถึง การออกวีซ่า หนังสือเดินทางและเอกสารเดินทางที่เกี่ยวข้อง ความสะดวกในการเดินทางเข้า-ออกประเทศและแหล่งท่องเที่ยว สภาพของถนนหนทาง ความสะดวกสบายและความสะอาดของสนามบิน จำนวนเที่ยวบิน เป็นต้น (Dickman 1996)

นอกจากนี้ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (Amenity) ซึ่งหมายถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานต่อนักท่องเที่ยว อาทิ สาธารณูปโภคน้ำ ไฟ โทรศัพท์ ห้องสุขา และสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องใช้ เช่น โรงพยาบาล ธนาคาร สำนักงานไปรษณีย์ การบริการในกรณีฉุกเฉิน ก็มีความสำคัญเช่นกัน และในส่วนของที่พักรวม (Accommodation) แหล่งท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและการบริการและเหมาะสมต่อสถานที่ และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก นอกเหนือจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวควรจะต้องให้มีกิจกรรมต่างๆ (Activity) ที่นักท่องเที่ยวสามารถกระทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น เพื่อให้การท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยวน่าสนใจมากขึ้น และกิจกรรมต่างๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว อาทิ กิจกรรมที่เกี่ยวกับการจับจ่ายใช้สอย กิจกรรมทางทะเล เช่น ดำน้ำ วายน้ำ เป็นต้น (Dickman 1996)

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา ผู้เขียนจำนวนมากได้ให้ความสนใจงานวิจัยด้านภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว เพราะในช่วง ปี ค.ศ. 1973-2000 พบว่ามีงานวิจัยที่ศึกษาภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมากกว่า 142 ชิ้น (Pike 2000) ซึ่งงานวิจัยเหล่านั้นได้เน้นศึกษาในหลายประเด็น อาทิ อิทธิพลของภาพลักษณ์ต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว บทบาทของภาพลักษณ์ต่อพฤติ

กรรมของนักท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงของภาพลักษณ์ การกำเนิดและกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ การวัดและการประเมินภาพลักษณ์ และบทบาทของภาพลักษณ์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว (Pike 2000; Chon 1990)

อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนหลายท่าน อาทิ Gartner (1996) Echtner และ Ritchie (1991& 1993) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า งานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ขาดความชัดเจนและไม่มีหลักการที่เพียงพอ นอกจากนี้ หลักการวิจัยที่นิยมใช้ มักเน้นการใช้รายการหรือลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว (Attribute based) เป็นหลัก ในการศึกษาภาพลักษณ์ของสถานที่นั้น โดยใช้เครื่องมือวิจัย แบบ มาตราวัดลิเคิร์ต (Likert scale) หรือ Semantic differential scale เป็นหลัก ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามต้องเลือกตอบจากรายการที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ซึ่งผู้วิจัยได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Echtner และ Ritchie (1991& 1993) อธิบายว่าวิธีการดังกล่าวมีจุดบกพร่องหลายประการ เช่น รายการที่ระบุในแบบสอบถาม อาจไม่มีประสิทธิภาพและขาดรายละเอียดที่สอดคล้องกับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวนั้น นอกจากนี้ ในการใช้วิธีการแบบสอบถามอย่างเดียว อาจไม่สามารถศึกษาภาพลักษณ์ของสถานที่ได้อย่างถ่องแท้ เพราะมิได้เปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามบรรยายหรือพรรณนาภาพลักษณ์ได้มากเท่าที่ควร ดังนั้น Echtner และ Ritchie (1991& 1993) เสนอว่าหลักการวิจัยที่ใช้ในการศึกษาภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ควรใช้ระบบที่ชัดเจน (structured methodology) และ ระบบเปิด (unstructured methodologies) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้อธิบายและบรรยายภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวได้ทุกมิติ จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่างานวิจัยที่ใช้หลักการวิจัยทั้งสองแบบ มีจำนวนน้อยมาก เช่น งานวิจัยของ Echtner และ Ritchie (1991& 1993) และ Reilly (1990)

นอกจากนี้ จากงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า รายการคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมใช้ในการวัดภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้น อาจไม่ครอบคลุมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในทุกด้าน หรือไม่สอดคล้องกับลักษณะที่เป็นจริงของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ดังนั้นการกำหนดกรอบคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการศึกษาภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในทุกมิติ

2.3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีอยู่ค่อนข้างมาก แต่งานวิจัยที่ศึกษาภาพลักษณ์ของประเทศไทยและแหล่งท่องเที่ยวในประเทศมีจำนวนไม่มากนัก ซึ่งงานวิจัยส่วนใหญ่จะเน้นที่การศึกษาและวัดภาพลักษณ์ของประเทศไทยโดยรวม อย่างเช่น งานวิจัยของ Tapachai และ Waryszak (2000) และ งานวิจัยของ Rittichainuwatและคณะ (2001) และงานวิจัยดังกล่าวได้เน้นสอบถามนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยมีได้เปิดโอกาสให้เจ้าบ้านมีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัยศึกษาภาพลักษณ์

จากงานวิจัยดังกล่าว พบว่า นักท่องเที่ยวมักมีภาพลักษณ์ประเทศไทยในแง่บวก หลายประการ อาทิ รสชาติของอาหารไทย ความสวยงามทางสถาปัตยกรรม วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ความเป็นมิตรของคนไทย การเดินทางคมนาคมที่สะดวกสบาย แต่ในทางตรงกันข้าม นักท่องเที่ยวมักมีภาพลักษณ์ในแง่ลบที่เกี่ยวข้องสภาพแวดล้อม มลภาวะทางอากาศ และความแออัด ซึ่ง Tapachai และ Waryszak (2000) ได้ตั้งข้อสังเกตว่าสาเหตุที่นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์ด้านลบดังกล่าว อาจมีผลสืบเนื่องจากการที่นักท่องเที่ยวสรุปว่าเมืองต่างๆ ในประเทศไทย มีความคล้ายคลึงกับจังหวัดกรุงเทพฯ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรให้ความสำคัญต่อการศึกษภาพลักษณ์ของสถานท่องเที่ยวต่างๆ นอกเหนือจากภาพลักษณ์โดยรวมของประเทศและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบถึงความแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของประเทศ

ดังที่กล่าวมาข้างต้น ภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่นั้น ชี้ให้เห็นถึงจุดเด่นและจุดด้อยของสถานที่นั้น ซึ่งข้อมูลดังกล่าว มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวางทิศทางและจุดยืนของสถานที่นั้น ซึ่งจุดยืนดังกล่าวจำเป็นต้องมีความแตกต่างจากสถานที่อื่นๆ และการศึกษาภาพลักษณ์นั้นมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับสถานที่ที่มีลักษณะความคล้ายคลึงกัน อาทิจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ จากการทบทวนสื่อโฆษณาต่างๆ (Business day 2003; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2545 รายละเอียดที่ภาคผนวก) และแผนการตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2547 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2547) พบว่า ภาพลักษณ์ของทั้ง 3 จังหวัดที่นำเสนอผ่านสื่อต่างๆ จะเน้นที่หาดทราย ชายทะเล และกิจกรรมสันทนาการที่เกี่ยวกับทางน้ำ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่วนจังหวัดภูเก็ตจะเน้นที่กิจกรรมที่หลากหลาย เช่น สถานที่จับจ่ายใช้สอย

สถาบันเชิง และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ แต่อย่างไรก็ตาม ขณะนี้พบว่าจังหวัดพังงาและกระบี่กำลังประสบปัญหาหลายประการอยู่ เช่น การบุกรุกที่ดินสาธารณะประโยชน์ การปลูกสิ่งก่อสร้างที่ทำลายทัศนียภาพธรรมชาติ การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่ไม่เหมาะสม ปัญหาสิ่งแวดล้อมต่างๆ เช่น เสียงอึกที่ก่อกวนโครมจากสถานที่ก่อสร้าง ปัญหาการกำจัดขยะที่มีจำนวนมากขึ้น (ศูนย์ประสานงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น จังหวัดพังงา 2546) ซึ่งทั้งหมดนี้อาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจุดยืนและจุดขายของทั้ง 2 จังหวัดไปในทางที่ขัดแย้งกับภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อทั้ง 2 จังหวัด และขัดแย้งต่อภาพลักษณ์ที่สื่อต่างๆ นำเสนอต่อนักท่องเที่ยว

2.4 กรอบการวิจัย

กรอบการวิจัยที่ใช้เป็นพื้นฐานของงานวิจัยนี้ ผู้เขียนได้ดัดแปลงจากงานวิจัยของ Baloglu and McCleary (1999) Um and Crompton 1990 และ Chon (1990) ซึ่งกรอบการวิจัยดังกล่าวเน้นการศึกษาของภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องทั้ง 5 ประเภท (รายละเอียดแผนภูมิที่ 1)

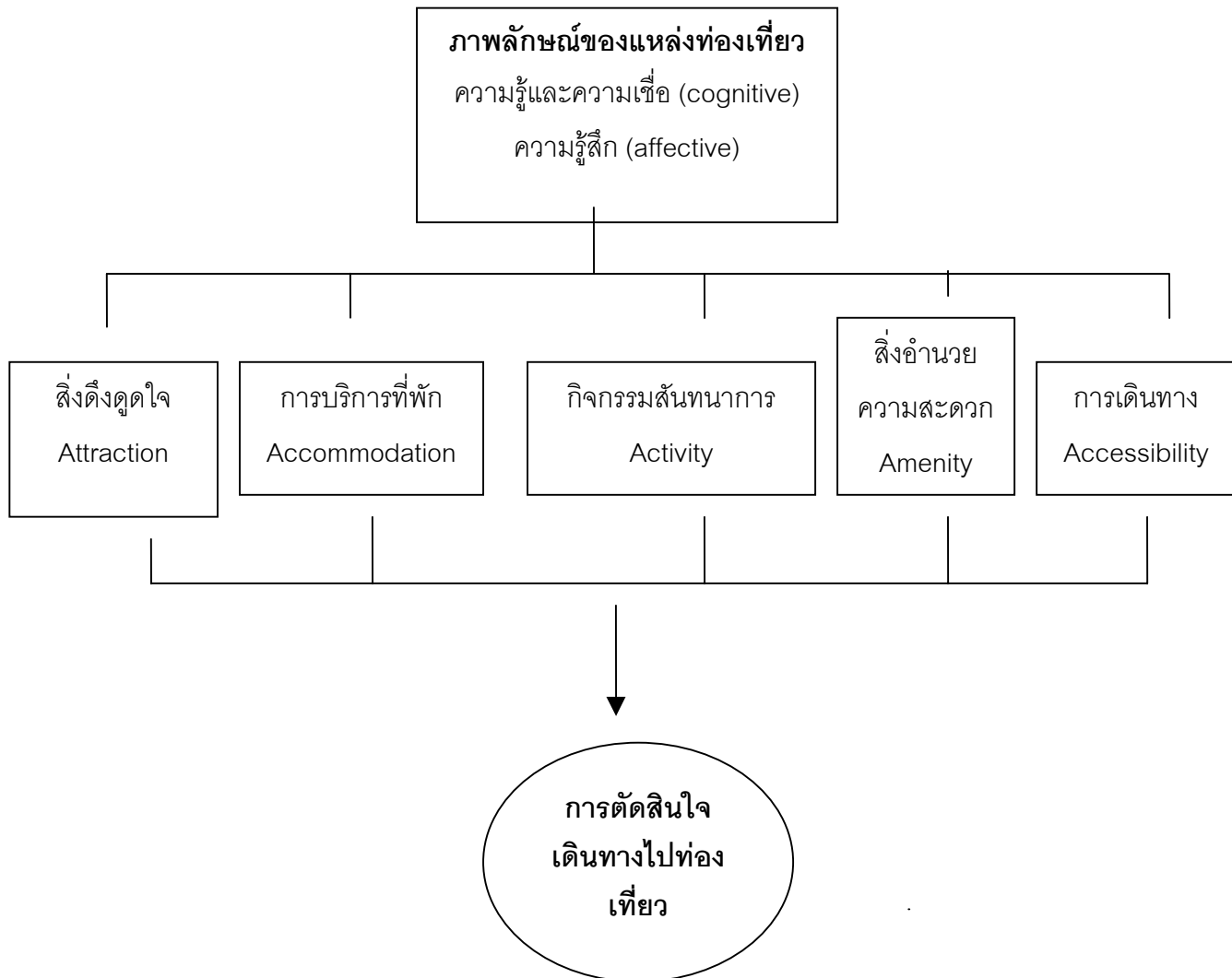
กรอบการวิจัย เน้นว่า ภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้น สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ความรู้หรือความเชื่อที่นักท่องเที่ยวมีต่อคุณลักษณะของสถานที่ (perceptual/cognitive component) และความรู้สึกโดยรวมที่บุคคลมีต่อสถานที่นั้น (affective component) สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยจะเน้นศึกษาภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องตามที่ Dickman (1996) และ Medlik และ Middleton (1973 อ้างโดย Middleton 1994) ได้กำหนดไว้ และนอกจากนี้ กรอบการวิจัยจะครอบคลุมถึงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจริงของทั้งสามจังหวัด เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์จริง ดังนั้น ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่รวบรวมอยู่ในกรอบการวิจัย ประกอบด้วยรายการดังต่อไปนี้

- สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)
 - สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ (Natural attractions)
 - สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built attractions)
 - สิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural attractions)
 - สิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social attractions)

- ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การแสดง นิทรรศการ และแสดงสินค้านานาชาติ (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition)
- การคมนาคมขนส่ง (Accessibility)
- การบริการที่พัก (Accommodation)
- กิจกรรมสันทนาการต่างๆ (Activity)
- สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (Destination facilities and amenity)
 - ร้านอาหาร
 - การคมนาคมขนส่ง ณ แหล่งท่องเที่ยว
 - สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ
 - ร้านค้าต่างๆ เช่น ร้านขายของ บริษัทบริการการท่องเที่ยว ร้านของที่ระลึก เป็นต้น
 - การบริการอื่นๆ อาทิ ร้านตัดผม การบริการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ร้านเช่าอุปกรณ์ ดำรวจท่องเที่ยว

แผนภูมิที่ 1

Conceptual Framework of destination image



บทที่ 3

ระเบียบการวิจัย

3.1 วิธีการศึกษา

กระบวนการศึกษาแบ่งเป็น 2 ประการ ประกอบด้วย การเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวและการสัมภาษณ์กลุ่มเจาะจงกับเจ้าบ้านในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1.1 ข้อมูลจากนักท่องเที่ยว

ตามที่ ผู้เขียนหลายท่าน อาทิ Gartner (1996) Echtner และ Ritchie (1991& 1993) ให้ข้อสังเกตว่า งานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ขาดความชัดเจนและไม่มีหลักการที่เพียงพอ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามต้องเลือกตอบจากรายการที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ และได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งวิธีดังกล่าวมีจุดบกพร่องหลายประการ เช่น รายการที่ระบุในแบบสอบถาม ไม่มีประสิทธิภาพและขาดรายละเอียดที่สอดคล้องกับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว นั้น

ดังนั้น ในช่วงแรกของการทำวิจัย ผู้วิจัยจะดำเนินการแจกแบบสอบถามแบบปลายเปิดเพื่อสอบถามความคิดเห็นที่นักท่องเที่ยวมีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้ง 5 รายการ ตามที่ระบุในกรอบการวิจัย โดยที่กลุ่มเป้าหมายคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทย จำนวน 30 คน โดยผู้วิจัยจะดำเนินการแจกแบบสอบถาม ณ บริเวณสนามบินจังหวัดภูเก็ต และหลังจากดำเนินการแจกแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้ผนวกกับข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นข้อมูลเบื้องต้น เพื่อจัดทำเป็น Tourism Product Attribute List ของแบบสอบถามสำหรับการดำเนินวิจัยในช่วงที่ 2 ต่อไป

หลังจากออกแบบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่สุ่มมาจำนวน 30 คน ก่อนที่จะนำไปใช้ในภาคสนามต่อไป

3.1.2 การสัมภาษณ์แบบเจาะจง (Focus Group discussion)

การประชุมกลุ่มเจาะจงกับเจ้าบ้านในบริเวณพื้นที่ 3 จังหวัด จัดขึ้นในระหว่างวันที่ 19-20 สิงหาคม 2547 ณ จังหวัดกระบี่และพังงา และในวันที่ 9 กันยายน 2547 ณ จังหวัดภูเก็ต ตามลำดับ โดยจุดประสงค์หลักในการจัดประชุมดังกล่าว เพื่อสอบถามเจ้าบ้านใน 2 ประเด็นหลักที่สำคัญ คือ

- เจ้าบ้านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัด
- อะไรคือ ปัญหา สาเหตุที่ก่อให้เกิดนักท่องเที่ยวมีมุมมองหรือภาพลักษณ์ในเชิงลบหรือไม่ ตรงกับความเป็นจริง

ผู้วิจัยได้จำกัดคำนิยาม 'เจ้าบ้าน' คือ ผู้รับผิดชอบ ผู้บริหาร หรือบุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของทั้งสามจังหวัด โดยที่ใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกผู้เข้าร่วมการสนทนาดังนี้

- เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต กระบี่ พังงา
- กำลังทำงานในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่
- มีอายุในการทำงานในพื้นที่ 3 จังหวัดเป็นเวลาอย่างน้อย 2 ปี
- มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ระบุไว้ในกรอบการวิจัยครั้งนี้
- กำลังดำรงตำแหน่งระดับรองผู้จัดการขององค์กรหรือเทียบเท่า เป็นอย่างน้อย

ดังเกณฑ์ข้างต้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการเชิญเจ้าบ้านในแต่ละจังหวัดตามรายชื่อในภาคผนวกที่ 8 และพบว่าเจ้าบ้านในจังหวัดพังงาและภูเก็ตให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี แต่ในจังหวัดกระบี่ มีผู้เข้าร่วมประชุมค่อนข้างน้อย เนื่องด้วยในช่วงเวลาดังกล่าว เจ้าบ้านหลายคน ติดภาระกิจไม่สามารถเข้าร่วมประชุมได้

3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ตารางที่ 3.1 สถานที่เก็บแบบสอบถาม

จังหวัด	สถานที่แจกแบบสอบถาม
ภูเก็ต	สนามบิน สถานีขนส่ง หาดป่าตอง วัดฉลอง หาดกะตะและกะรน แหลมพรหมเทพ บริเวณในตัวเมือง (ห้างสรรพสินค้าและแหล่งช้อปปิ้ง)
พังงา	สถานีขนส่ง ในตัวเมือง วัดสุวรรณคูหา อุทยานแห่งชาติเขาลึก หาดต่างๆ ในบริเวณตำบลเขาลึก เกาะปันหยี
กระบี่	สถานีขนส่ง ท่าเรือทับละมุ ในตัวเมือง อุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธารา อ่าวนาง อ่าวไร่เลย์ วัดถ้ำเสือ สุสานหอย

ในการเก็บข้อมูลภาคสนาม ซึ่งใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงเวลาเดียว (Cross-sectional approach) ในช่วงมีนาคม 2547 เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว

เที่ยวเดินทางเข้ามาในทั้ง 3 จังหวัดมากที่สุด (High Season) โดยมีวิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างเป็นบังเอิญ (Accidental sampling) ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดให้นักศึกษาแต่ละคน สอบถามพาหนะเดินทางที่นักท่องเที่ยวใช้ก่อนที่จะให้นักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ตรงตามโควตาที่กำหนดไว้ในกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปใช้ในกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยว จำนวน 600 ชุด ณ จุดคมนาคมหลักและแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ ดังแสดงในตารางที่ 3.1

3.2.1 ปัญหาในการเก็บข้อมูล

ปัญหาหลักในการเก็บข้อมูลให้ได้ตรงตามจำนวนที่กำหนด สืบเนื่องจากข้อมูลบางส่วนที่ได้จากหน่วยงานของรัฐ อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีความคลาดเคลื่อน ทำให้ทีมผู้วิจัยต้องใช้เวลามากกว่าที่คาดคะเนไว้ในการเก็บข้อมูลภาคสนาม เช่น จากการเก็บข้อมูลภาคสนาม พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางสู่จังหวัดภูเก็ตโดยรถส่วนตัวมีจำนวนค่อนข้างน้อยกว่าที่ระบุตามสถิติที่จัดเก็บโดยททท. ซึ่งเหตุดังกล่าวอาจมีผลมาจากสาเหตุอื่นๆ ด้วยเช่นกัน อาทิ ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลอาจจะเป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เดินทางเข้าสู่ภูเก็ตโดยเครื่องบิน

3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มเป้าหมายและขอบเขตการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ

- นักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ โดยที่นักท่องเที่ยวจะต้องท่องเที่ยวอยู่ในจังหวัด นั้น ๆ อย่างน้อยเป็นเวลา 1 วันเพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสที่จะใช้และมีประสบการณ์กับ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้ครบทุกองค์ประกอบ และจะต้องเป็นผู้ที่มีอายุมากกว่า 15 ปี
- ผู้รับผิดชอบ ผู้บริหาร หรือบุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของทั้งสามจังหวัด

ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สูตรการคำนวณหาจำนวนตัวอย่างของ Yamanae (1973) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ค่าความคาดเคลื่อน ในกรณีนี้ ใช้ร้อยละ 5 ฉะนั้น ค่า $e = 0.05$

ตารางที่ 3.2 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต กระบี่และพังงา ในปี 2544

จังหวัด	จำนวนนักท่องเที่ยว ในปี 2544	ร้อยละ
ภูเก็ต	3,656,859	70.52
กระบี่	1,133,383	21.86
พังงา	395,188	7.62
รวม	5,185,430	100

แหล่งที่มา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) สถิติการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ในที่นี้ จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดภูเก็ต กระบี่และพังงา ปี พ.ศ. 2544 มีดังแสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.3 จำนวนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

จังหวัด	จำนวนนักท่องเที่ยว ในปี 2544	ร้อยละ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
ภูเก็ต	3,656,859	70.52	282
กระบี่	1,133,383	21.86	88
พังงา	395,188	7.62	30
รวม	5,185,430	100	400

ฉะนั้น เมื่อแทนค่าในสูตร กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ต ในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คนและเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราส่วน จะได้จำนวนตัวอย่างดังแสดงในตารางที่ 3.3

$$n = \frac{5,185,430}{1+5,185,430 (0.05)^2}$$

$$n = 399.97 \text{ หรือประมาณ } 400 \text{ คน}$$

ตารางที่ 3.4 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ปรับเปลี่ยน

จังหวัด	จำนวนตัวอย่างที่คำนวณได้	จำนวนตัวอย่างที่ปรับเปลี่ยน
ภูเก็ต	282	300
กระบี่	88	200
พังงา	30	100
รวม	400	600

จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง จำนวนตัวอย่างในจังหวัดพังงาและกระบี่มีจำนวนค่อนข้างน้อย ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงปรับเพิ่มจำนวนตัวอย่างของทั้งสามจังหวัดที่คำนวณได้ดังตารางที่ 3.3 เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูลและสอดคล้องกับงบประมาณ ดังแสดงในตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.5 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (สัดส่วนชาวไทย: ชาวต่างประเทศ)

จังหวัด	จำนวนนักท่องเที่ยว ในปี 2544	ชาวไทย (ร้อยละ)	ชาวไทย (จำนวนกลุ่มตัวอย่าง)	ชาวต่างประเทศ (ร้อยละ)	ชาวต่างประเทศ (จำนวนกลุ่มตัวอย่าง)
ภูเก็ต	3,656,859	27.4	82	72.6	218
กระบี่	1,133,383	43.7	87	56.3	113
พังงา	395,188	55.0	55	45.0	45

ตารางที่ 3.5 แสดงถึงอัตราส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย:ชาวต่างประเทศ ซึ่งเป็นสองกลุ่มตัวอย่างหลักในการวิจัย โดยที่จำนวนแบบสอบถามที่ได้ดำเนินการแจกไปแล้วนั้น ขึ้นอยู่กับอัตราส่วนดังกล่าว

ตารางที่ 3.6 จำนวนกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดภูเก็ต แยกตามพาหนะเดินทาง

พาหนะเดินทาง	ภูเก็ต			
	ชาวไทย	ร้อยละ	ชาวต่างประเทศ	ร้อยละ
เครื่องบิน	393,313	39.25	1,369,721	51.60
รถโดยสาร	228,701	22.82	234,273	8.82
รถส่วนตัว	378,804	37.80	1,021,230	38.47
อื่นๆ	1,368	0.13	29,449	1.11
รวม	1,002,186	100.00	2,654,673	100.00

แหล่งที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) สถิติการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 3.7 จำนวนกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดพังงา แยกตามพาหนะเดินทาง

พาหนะเดินทาง	พังงา			
	ชาวไทย	ร้อยละ	ชาวต่างประเทศ	ร้อยละ
เครื่องบิน	0	0.00	0	0.00
รถโดยสาร	78,401	36.09	91,650	51.51
รถส่วนตัว	138,853	63.91	86,284	48.49
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00
รวม	217,254	100.00	177,934	100.00

แหล่งที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) สถิติการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 3.8 จำนวนกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดกระบี่ แยกตามพาหนะเดินทาง

พาหนะเดินทาง	กระบี่			
	ชาวไทย	ร้อยละ	ชาวต่างประเทศ	ร้อยละ
เครื่องบิน	20,855	4.21	38,403	6.02
รถโดยสาร	126,909	25.64	209,174	32.77
รถส่วนตัว	347,282	70.15	368,439	57.72
อื่นๆ	0	0.00	22,321	3.49
รวม	495,046	100.00	638,337	100.00

แหล่งที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) สถิติการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถาม ณ จุดคมนาคมหลักที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในสามจังหวัด ซึ่งจากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามพาหนะหลักที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทางมาทั้ง 3 จังหวัด ดังแสดงในตารางที่ 3.6-3.8

ตารางที่ 3.9 จำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละจังหวัด

พาหนะเดินทาง	จำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละจังหวัด					
	ภูเก็ต		พังงา		กระบี่	
	ชาวไทย	ชาวต่างประเทศ	ชาวไทย	ชาวต่างประเทศ	ชาวไทย	ชาวต่างประเทศ
เครื่องบิน	32	113	-	-	4	7
รถโดยสาร	19	19	20	23	22	37
รถส่วนตัว	31	84	35	22	61	65
อื่นๆ	-	2	-	-	-	4
รวม	82	218	55	45	87	113
รวมทั้งสิ้น	300		100		200	

ตารางที่ 3.9 แสดงถึงกลุ่มตัวอย่างในแต่ละจังหวัด ที่แบ่งแยกโดยยึดตามสัดส่วนพาหนะเดินทางที่ใช้และสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือหลักที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวและแนวคำถามในการสัมภาษณ์กลุ่มเจาะจง โดยกระบวนการในการออกแบบเครื่องมือ มีลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.4.1 กระบวนการออกแบบแบบสอบถาม

ช่วงที่ 1 การสำรวจข้อมูลเบื้องต้น

ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามแบบปลายเปิดเพื่อสอบถามความคิดเห็นที่นักท่องเที่ยวมีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้ง 5 รายการ ตามที่ระบุในกรอบการวิจัย (รายละเอียดดังภาคผนวกที่ 2) โดยผู้วิจัยได้มอบหมายให้นักศึกษาดำเนินการแจกแบบสอบถามและสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 30 คน ณ บริเวณสนามบินจังหวัดภูเก็ตและแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดภูเก็ต แต่ผู้วิจัยพบว่า ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลในช่วงที่ 1 ยังไม่สมบูรณ์ เนื่องจากในการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว นักศึกษาจำเป็นต้องใช้เวลาประมาณ 30-45 นาที/คน ทำให้นักท่องเที่ยวบางคนไม่ค่อยให้ความร่วมมือในการแสดงความคิดเห็น และในบางกรณี พบว่านักศึกษาผู้เก็บข้อมูลไม่สามารถบันทึกข้อมูลได้อย่างละเอียด ดังนั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจำนวน 15 ชุด ณ บริเวณแหล่งท่องเที่ยวหลักในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลเบื้องต้นในช่วงแรก (รายละเอียดในภาคผนวกที่ 3) ผสมกับข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นข้อมูลเบื้องต้น เพื่อจัดทำเป็น Tourism Product Attribute List ของแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (attractions) สามารถแบ่งเป็น 4 ประเภท คือ

- แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural attractions)
 - ทิวทัศน์ที่สวยงาม
 - ลักษณะภูมิประเทศ ภูเขา อุทยานแห่งชาติ

- ชายหาด ทะเล
- อากาศ
- ลักษณะทางกายภาพของสถานที่นั้น
- และทรัพยากรธรรมชาติอื่นๆ
- แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built attractions)
 - สิ่งก่อสร้าง
 - สถาปัตยกรรม
 - สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ โบราณสถาน
 - สวนสาธารณะ
 - ศูนย์การจัดการประชุม
 - ท่าเทียบเรือ
 - แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่จัดขึ้นเพื่อต้อนรับแขกนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ เช่นสวนสนุก สนามกอล์ฟ ห้างสรรพสินค้าต่างๆ สถานที่สำคัญทางศาสนา
 - สถานที่ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่โด่งดัง
- แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural attractions)
 - ประวัติศาสตร์
 - ขนบธรรมเนียม
 - ศาสนาและศิลปะ
 - ดนตรี นาฏศิลป์
 - และการแสดงอื่นๆ ซึ่งสามารถพัฒนาให้เป็นเทศกาล งานรื่นเริงเฉลิมฉลองต่างๆ
- แหล่งท่องเที่ยวเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social attractions)
 - วิถีชีวิตของชาวบ้าน
 - ภาษา
 - โอกาสที่จะได้พบปะและเรียนรู้ความเป็นอยู่ของผู้คนในท้องถิ่น
- ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว MICE

2. สิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการต่างๆ (Amenity)

ประกอบด้วย

- สาธารณูปโภคน้ำ
- ไฟ
- โทรศัพท์
- ห้องสุขา
- สิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องใช้ เช่น โรงพยาบาล ธนาคาร สำนักงานไปรษณีย์ การบริการในกรณีฉุกเฉิน
- ที่พัก เช่น โรงแรม อาคารห้องเช่า ค่าย หอพัก บ้านรับรอง
- ร้านอาหาร ซึ่งครอบคลุมร้านอาหารทุกระดับตั้งแต่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ถึงร้านอาหารระดับห้าดาว
- การคมนาคมขนส่ง ณ แหล่งท่องเที่ยว นั้น เช่น รถรับจ้าง รถโดยสารประจำทาง การบริการรถเช่า
- กีฬาและกิจกรรมสันทนาการต่างๆ
- สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น โรงเรียนสอนการแกะสลัก โรงเรียนสอนภาษา
- ร้านค้าต่างๆ เช่น ร้านขายของ บริษัทบริการการท่องเที่ยว ร้านของที่ระลึก เป็นต้น
- การบริการอื่นๆ อาทิ ร้านตัดผม การบริการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ร้านเช่าอุปกรณ์ ดำรวจท่องเที่ยว

3. การเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

- สาธารณูปโภคในส่วนของการคมนาคมทาง สนามบิน รถไฟ ท่าเทียบเรือ
- ความจุ
- ความรวดเร็ว
- ราคา
- และความหลากหลายของสาธารณูปโภค
- กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการออกวีซ่าและการตรวจคนเข้าเมือง
- การออกวีซ่า
- หนังสือเดินทางและเอกสารเดินทางที่เกี่ยวข้อง

- ความสะดวกในการเดินทางเข้า-ออกประเทศและแหล่งท่องเที่ยว
- สภาพของถนนหนทาง
- ความสะดวกสบาย
- ความสะอาดของสนามบิน
- จำนวนเที่ยวบิน

4. การบริการที่พัก (Accommodation)

- จำนวนที่พักที่เพียงพอ
- ความหลากหลายด้านราคาและการบริการ และเหมาะสมต่อสถานที่
- ที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก

5. กิจกรรมต่างๆ (Activity)

- กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจับจ่ายใช้สอย
- กิจกรรมทางทะเล เช่น ดำน้ำ ว่ายน้ำ เป็นต้น (Dickman 1996)

ช่วงที่ 2 การออกแบบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 การวัดภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 ประเภท ผู้ตอบแบบสอบถามต้องแสดงความคิดเห็นกับประโยคที่กล่าวถึงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในบริเวณศึกษา ตามมาตราวัดลิคเอร์ต (Likert scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับคือ
 - 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - 4 หมายถึง เห็นด้วย
 - 3 หมายถึง เฉยๆ
 - 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
 - 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

นอกจากนี้ แบบสอบถามประกอบด้วยคำถามแบบปลายเปิด เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถอธิบายและบรรยายภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวได้ทุกมิติ

- ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนตัว

ประกอบด้วยคำถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อาทิ อายุ เพศ ระดับการศึกษา แหล่งภูมิลำเนา

ช่วงที่ 3 การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

หลังจากได้ดำเนินการออกแบบแบบสอบถามเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทดสอบแบบสอบถามกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 30 คน ณ บริเวณแหล่งท่องเที่ยวหลักในจังหวัดภูเก็ต สนามบินภูเก็ตและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาและกระบี่ โดยที่ผู้วิจัยได้ใช้อีกโอกาสดังกล่าวในการสำรวจเส้นทางในจังหวัดพังงาและกระบี่ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการเก็บข้อมูลภาคสนามในบริเวณจังหวัดดังกล่าวต่อไป

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทดสอบแบบสอบถามกับกลุ่มอาจารย์ นักศึกษา และขอคำแนะนำจากผู้ประสานงานของสกว.ซึ่งหลังจากดำเนินการทดสอบแบบสอบถามเป็นที่เรียบร้อยแล้ว (แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ รายละเอียดภาคผนวกที่ 4) ผู้วิจัยได้แก้ไขบางส่วนของแบบสอบถามและเพิ่มเติมคำถามที่เกี่ยวข้องกับพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการเลือกผู้ตอบแบบสอบถามให้ได้ตามกลุ่มตัวอย่างในแต่ละจังหวัดตามที่กำหนดไว้ในตารางที่ 3.9

3.4.2 แนวคำถามในการสัมภาษณ์กลุ่มเจาะจง

ในการสร้างแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์แบบเจาะจง ผู้วิจัยคำนึงถึงโจทย์แนววิจัย ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้นำวัตถุประสงค์ของการวิจัยแต่ละข้อไป จำแนกแตกเป็นหัวข้อย่อย แล้วสร้างคำถาม ในการเรียงลำดับแนวคำถามในการสัมภาษณ์ คำถามที่ใช้ในช่วงแรกจะเป็นคำถามเบา คำถามหลักในช่วงกลาง และคำถามผ่อนคลายในช่วงสุดท้าย

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 การประมวลข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสอบถามนักท่องเที่ยว ได้นำมาบันทึกโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อการประมวลข้อมูล ซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistics Package for Social Sciences หรือ SPSS) โดยการแจกแจงความถี่ของทุกตัวแปร แล้วแสดงค่าร้อยละ สำหรับตัวแปรเชิงปริมาณที่วัดได้ (Quantitative variables) ใช้ค่าสถิติเชิงบรรยาย (Descriptive statistics)

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะจง บันทึกโดยทีมวิจัยและเทปบันทึกเสียง และทีมวิจัยได้ถอดเทปออกมาเป็นบทสนทนาคำต่อคำ หลังจากนั้น นักวิจัยได้อ่านบทบันทึกแล้วคัดเลือกประเด็นที่คิดว่าให้รายละเอียดของเหตุผลที่ดีที่สุดไว้ในแต่ละเรื่อง

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล มีวิธีการดังนี้

- การวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติต่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแต่ละรายการ (Tourism Product Attribute List) โดยใช้สถิติ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย มัชฌิมเลขคณิต (Arithmetic mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ SD) และ การวิเคราะห์และเปรียบเทียบความแตกต่างที่มีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ $p < 0.05$ ระหว่างภาพลักษณ์ของทั้งสามจังหวัด โดยใช้สถิติเชิงเปรียบเทียบ ANOVA (Analysis of Variance)
- การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มแบบเจาะจง โดยวิธี Content Analysis

บทที่ 4

การสรุปและการอภิปรายผลการศึกษา

จุดประสงค์หลักของบทที่ 4 คือ นำเสนอผลข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ รวมทั้งการอภิปรายผลการศึกษาเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตอบคำถามหลักของงานวิจัย โดยเนื้อหาของบทที่ 4 แบ่งเป็น 5 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของทั้งสามจังหวัด ค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต กระบี่และพังงา การศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของทั้งสามจังหวัด โดยใช้สถิติการวิจัยแบบ Analysis of Variance (ANOVA) เพื่อชี้ให้เห็นถึงภาพลักษณ์ ที่แตกต่างโดยมีนัยสำคัญทางสถิติ หลังจากนั้น มีการนำเสนอบทสรุปข้อมูลที่ได้การประชุมกลุ่มเจาะจงกับเจ้าบ้านในพื้นที่สามจังหวัด ในส่วนสุดท้าย คือการอภิปรายผลของภาพลักษณ์ ของทั้งสามจังหวัด ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการตอบคำถามหลักทั้งหมดของงานวิจัย

4.1 สรุปผลการเก็บข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

4.1.1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 4.1 ผู้ตอบแบบสอบถาม จังหวัดภูเก็ต

ข้อมูลส่วนตัว	ร้อยละ	ข้อมูลส่วนตัว	ร้อยละ
เพศ		อายุ	
ชาย	55	15-24 ปี	26
หญิง	45	25-34 ปี	33
สัญชาติ		35-44 ปี	20
ไทย	29	45-54 ปี	9
เอเซีย	10	55-64 ปี	10

ตารางที่ 4.1 ผู้ตอบแบบสอบถาม จังหวัดภูเก็ต (ต่อ)

ข้อมูลส่วนตัว	ร้อยละ	ข้อมูลส่วนตัว	ร้อยละ
สัญชาติ (ต่อ)		อายุ (ต่อ)	
ยุโรป	44	มากกว่า 64 ปีขึ้นไป	1
อเมริกันเหนือ	10	Missing value	1
ออสเตรเลียและโอเชียเนีย	5	พาหนะที่ใช้เดินทาง	
อื่นๆ	2	เครื่องบิน	53
		รถโดยสารประจำทาง	14
		อื่นๆ	33

ดังตารางที่ 4.1 กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดภูเก็ต เป็นเพศหญิงร้อยละ 55 และเพศชายร้อยละ 45 โดยที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15-34 ปี ร้อยละ 59 ระหว่างอายุ 35-44 ปี ร้อยละ 20 และกลุ่มอายุระหว่าง 45-54 ปี และอายุมากกว่า 65 ปี เป็นร้อยละ 9 และ 10 ตามลำดับ

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวไทย จัดเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่สุดที่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ต ร้อยละ 44 และ 29 ตามลำดับ กลุ่มถัดมาคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันเหนือและชาวเอเชีย ร้อยละ 10 เท่ากัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นๆ เช่น กลุ่มประเทศออสเตรเลียและกลุ่มโอเชียเนีย คิดเป็นร้อยละ 5 เท่านั้น

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางสู่จังหวัดภูเก็ต โดยเครื่องบินร้อยละ 53 ในขณะที่นักท่องเที่ยวประมาณ 33 เปอร์เซ็นต์เดินทางโดยพาหนะอื่นๆ และเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง ร้อยละ 14

4.1.2 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดกระบี่

ตารางที่ 4.2 ผู้ตอบแบบสอบถาม จังหวัดกระบี่

ข้อมูลส่วนตัว	ร้อยละ	ข้อมูลส่วนตัว	ร้อยละ
เพศ		อายุ	
ชาย	50	15-24 ปี	33
หญิง	50	25-34 ปี	34
สัญชาติ		35-44 ปี	21
ไทย	43	45-54 ปี	8
เอเชีย	0.5	55-64 ปี	3.5
ยุโรป	42	มากกว่า 64 ปีขึ้นไป	0.5
อเมริกันเหนือ	10	Missing value	0.5
ออสเตรเลียและโอเชียเนีย	3.5	พาหนะที่ใช้เดินทาง	
อื่นๆ	1	เครื่องบิน	10
		รถโดยสารประจำทาง	31.5
		อื่นๆ	58.5

ดังตารางที่ 4.2 กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดกระบี่ สามารถแบ่งได้เป็นเพศหญิง และเพศชายในอัตราส่วนร้อยละ 50 เท่ากัน โดยที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 15-34 ปี ร้อยละ 67 กลุ่มถัดมาคือกลุ่มนักท่องเที่ยวระหว่างอายุ 35-44 ปี ร้อยละ 21 และอายุระหว่าง 45-54 ปี และอายุมากกว่า 65 ปี ร้อยละ 8 และ 3.5 ตามลำดับ นอกจากนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวยุโรป จัดเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่สุดที่เดินทางมาจังหวัดกระบี่

ร้อยละ 43 และ 42 ตามลำดับ กลุ่มถัดมาคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันเหนือ ร้อยละ 10 ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นๆ เช่น กลุ่มประเทศแถบเอเชีย ประเทศออสเตรเลียและกลุ่มโอเชียเนีย มีจำนวนทั้งหมด 10 คน ร้อยละ 5 เท่านั้น

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางสู่จังหวัดกระบี่ โดยพาหนะอื่นๆ เช่น รถส่วนตัว เรือ ร้อยละ 58.5 ในขณะที่นักท่องเที่ยวทั้งหมด ร้อยละ 31.5 เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง และ ร้อยละ 10 โดยเครื่องบิน

4.1.3 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดพังงา

ตารางที่ 4.3 ผู้ตอบแบบสอบถาม จังหวัดพังงา

ข้อมูลส่วนตัว	ร้อยละ	ข้อมูลส่วนตัว	ร้อยละ
เพศ		อายุ	
ชาย	46	15-24 ปี	22
หญิง	54	25-34 ปี	42
สัญชาติ		35-44 ปี	19
ไทย	43	45-54 ปี	13
เอเชีย	0	55-64 ปี	3
ยุโรป	42	มากกว่า 64 ปีขึ้นไป	0
อเมริกันเหนือ	3	พาหนะที่ใช้เดินทาง	
ออสเตรเลียและโอเชียเนีย	0	เครื่องบิน	0
		รถโดยสารประจำทาง	40
		อื่นๆ	60

จากตารางที่ 4.3 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในพื้นที่จังหวัดพังงามีทั้งหมด 100 คน เพศชาย 46 คน และเพศหญิง 54 คน โดยที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 15-34 ปี ร้อยละ 66 อายุระหว่าง 35-44 ปี ร้อยละ 19 และมีอายุมากกว่า 45 ปี ร้อยละ 16 เท่านั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในจังหวัดพังงา ร้อยละ 55 เป็นชาวไทย กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาจังหวัดพังงาส่วนใหญ่ เป็นชาวยุโรป ร้อยละ 42 นอกจากนี้ ร้อยละ 3 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด คือชาวอเมริกัน ในขณะที่ ไม่พบผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติที่เดินทางมาจากประเทศในแถบภูมิภาคอื่นๆ ในพื้นที่จังหวัดพังงา

4.2 สื่อและสิ่งพิมพ์ที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์

ตารางที่ 4.4 สื่อและสิ่งพิมพ์ที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต

สื่อและสิ่งพิมพ์	ใช่	ไม่ใช่	หมายเหตุ
คำแนะนำและคำบอกเล่าจากเพื่อนฝูงและญาติ	60	39.7	Missing value=0.3%
สื่อโฆษณา	33.3	66.3	
หนังสือแนะนำเที่ยว อินเทอร์เน็ต	33	66.7	Missing value=0.3%
บริษัทนำเที่ยว	29.3	70.3	Missing value=0.3%
รายงานข่าว บทความ	24.3	75.3	Missing value=0.3%
ประสบการณ์การท่องเที่ยวและรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	17.3	82.3	Missing value=0.3%

ตารางที่ 4.5 สื่อและสิ่งพิมพ์ที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของจังหวัดกระบี่

สื่อและสิ่งพิมพ์	ใช่	ไม่ใช่	หมายเหตุ
คำแนะนำและคำบอกเล่าจากเพื่อนฝูงและญาติ	68.5	31	Missing value = 0.5%
หนังสือแนะนำเที่ยว อินเทอร์เน็ต	38	62	
ประสบการณ์การท่องเที่ยวและรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	30	70	
สื่อโฆษณา	28	72	
รายงานข่าว บทความ	27	73	
บริษัทนำเที่ยว	13.5	86.5	

ตารางที่ 4.6 สื่อและสิ่งพิมพ์ที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของจังหวัดพังงา

สื่อและสิ่งพิมพ์	ใช่	ไม่ใช่
คำแนะนำและคำบอกเล่าจากเพื่อนฝูงและญาติ	55.6	44.4
หนังสือแนะนำเที่ยว อินเทอร์เน็ต	36.4	63.6
สื่อโฆษณา	28.3	71.7
ประสบการณ์การท่องเที่ยวและรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	26.3	73.7
รายงานข่าว บทความ	21.2	78.8
บริษัทนำเที่ยว	14.1	85.9

ดังแสดงในตารางที่ 4.4 นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดภูเก็ตจากคำแนะนำและคำบอกเล่าจากเพื่อนฝูงและญาติมากที่สุด ร้อยละ 60 ในขณะที่ สื่อโฆษณาต่างๆ หนังสือแนะนำเที่ยวและอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญเป็นอันดับ 2 และ 3 และในขณะที่ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีความสำคัญน้อยที่สุด

ในกรณีของจังหวัดกระบี่ (ตารางที่ 4.5) พบว่า เพื่อนและญาติมิตรเป็นแหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวได้รับมากที่สุดก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ รองลงมาคือหนังสือแนะนำเที่ยวและอินเทอร์เน็ต ประสบการณ์ท่องเที่ยวที่จังหวัดกระบี่และรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในทางตรงกันข้าม พบว่า บริษัทนำเที่ยวเป็นแหล่งข้อมูลที่มีความสำคัญต่ำที่สุด

ดังแสดงในตารางที่ 4.6 คำแนะนำและคำบอกเล่าจากเพื่อนฝูงและญาติเป็นสื่อข้อมูลที่นักท่องเที่ยวได้รับมากที่สุดก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา และหนังสือแนะนำเที่ยว อินเทอร์เน็ต สื่อโฆษณา มีความสำคัญรองลงมา สื่ออื่นๆ เช่น ประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาและรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว รายงานข่าว บทความ ก็มีความสำคัญเช่นกัน แต่บริษัทนำเที่ยวมีความสำคัญน้อยที่สุด

4.3 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ประเภทของที่พัที่มีความหลากหลาย	4.36	0.76
ล้อมรอบด้วยเกาะแก่งที่สวยงาม	4.31	0.80
ทัศนียภาพทางธรรมชาติที่สวยงาม	4.29	0.76
กิจกรรมสันทนาการทางทะเลมีความหลากหลาย	4.28	0.76
ชายหาดมีความสวยงาม	4.27	0.77
ประเภทของอาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย	4.26	0.77
จำนวนร้านขายของที่ระลึกที่เพียงพอ	4.25	0.79
ที่พักมีจำนวนที่เพียงพอ	4.24	0.82
รสชาติอาหารไทยที่อร่อย	4.23	0.92
ประเภทของร้านอาหารมีความหลากหลาย	4.21	0.86
ประเภทกิจกรรมพักผ่อนสันทนาการมีความหลากหลาย	4.20	0.73
ความสะดวกสบายของการเดินทางโดยเครื่องบิน	4.16	0.88
กิจกรรมสันทนาการมากมาย	4.14	0.73
ผู้คนเป็นมิตร	4.09	0.96
สถานที่พักรับรองอากาศดี น้ำพักผ่อน	4.03	0.79
สิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวที่ดี	4.01	0.80
รู้สึกปลอดภัยขณะที่กำลังท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	4.00	0.82
สถานที่พักให้บริการดี	3.98	0.78
สถานที่พักสะอาดและสะดวกสบาย	3.92	0.80
ความง่ายดายในการขอวีซ่า/เอกสารในการเดินทาง	3.89	0.92
สถานที่พักตั้งอยู่ไม่ไกลจากสถานที่ท่องเที่ยว	3.87	0.82
กิจกรรมบันเทิง สถานบันเทิงกลางคืนที่ดี	3.85	0.90

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต (ต่อ)

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ร้านอาหารสะอาด	3.85	0.84
สนามบิน/สถานีขนส่งสะอาดและสะดวกสบาย	3.79	0.86
พนักงานประจำโรงแรมและสถานที่พักมีประสิทธิภาพและสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี	3.78	0.85
อากาศสบาย	3.74	0.91
นักท่องเที่ยวสามารถหาศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวได้อย่างง่ายดาย	3.72	0.94
แหล่งช้อปปิ้งที่ดี	3.72	0.97
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อผู้คนทุกเพศ ทุกวัย	3.72	1.13
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อกิจกรรมกีฬา เช่น กีฬาอล์ฟ	3.69	0.86
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีหลายประเภท	3.69	0.96
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อการจัดกิจกรรมการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเชิงรางวัล	3.65	0.95
ระเบียบศุลกากรมีความยืดหยุ่นและง่ายต่อการเข้าใจ	3.64	0.91
กิจกรรมช้อปปิ้งที่ดี	3.64	0.95
ศิลปะและการแสดงพื้นเมืองที่น่าสนใจ	3.63	0.84
สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีสำหรับการจัดประชุม	3.60	0.92
เทศกาลและกิจกรรมที่น่าสนใจ	3.60	0.74
วัฒนธรรมพื้นเมืองและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ	3.59	0.89
แหล่งท่องเที่ยวที่สงบและสวยงาม	3.59	1.07
ราคาที่พักมีความเหมาะสม	3.57	1.08
รู้สึกปลอดภัยขณะที่เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง	3.55	0.92
ความรวดเร็วในการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว	3.54	0.96
วัดและสถานที่สำคัญทางศาสนาที่งดงาม	3.52	0.85
กิจกรรมสันทนาการที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่าที่มากมาย	3.50	0.93

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต (ต่อ)

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ตำรวจท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ และให้ความช่วยเหลือดี	3.49	0.94
สวนสนุกที่ดีเยี่ยม	3.47	0.88
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีคุณภาพดี สวยงาม	3.46	0.89
นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม	3.46	0.89
ระบบคมนาคมขนส่งมวลชน (เช่น รถรับจ้าง รถโดยสาร) ในแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ	3.45	0.96
ภูเขา ป่าไม้และวนอุทยานในแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามและได้รับการดูแลอย่างดี	3.44	0.86
ราคาอาหารเหมาะสม	3.44	1.13
ผู้คนพื้นเมืองไม่มีปัญหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว	3.42	1.09
นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้สัมผัส เรียนรู้วิถีชีวิตของคนพื้นเมือง	3.34	1.00
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมที่สวยงาม	3.32	0.89
รถรับจ้าง รถโดยสารให้บริการดีและมีความสะอาด	3.32	0.93
ถนนหนทาง และสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวมีสภาพดี	3.22	1.02
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีราคาไม่แพง	3.14	1.10
สถานที่ท่องเที่ยวยังไม่ถูกทำลายและบุกรุกด้วยกิจกรรมของนักท่องเที่ยว	2.92	1.02
ค่าโดยสารของรถรับจ้าง รถโดยสารมีราคาเหมาะสม	2.79	1.21

ตารางที่ 4.7 4.12 และ 4.17 แสดงถึงค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของทั้งสามจังหวัด โดยยึดตามมาตรวัดลิเคิร์ต (Likert scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับคือ

5 หมายถึง เห็นด้วย

3 หมายถึง เฉยๆ

4 หมายถึง เห็นด้วย

2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

4 หมายถึง เห็นด้วย

1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ในงานวิจัยการศึกษาภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว Cathy และคณะ (2004) ได้ใช้มาตรวัดลิเคิร์ต (Likert scale) ในการตรวจสอบภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว โดยตั้งเกณฑ์ไว้ว่าหากคุณลักษณะใดได้ค่าเฉลี่ย 3.50 ขึ้นไป แสดงว่าภาพลักษณ์มีความชัดเจนอย่างยิ่งในความ

ความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ในทางตรงกันข้าม คุณลักษณะใดมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.50-3.49 หรือช่วงที่ไม่มีความชัดเจน (Neutral zone) แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แน่ใจ รู้สึกคลุมเครือต่อในภาพลักษณ์นั้น ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้อิงเกณฑ์ดังกล่าวในการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของทั้งสามจังหวัด

4.3.1 ค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต

เมื่อยึดตามหลักเกณฑ์ข้างต้น ดังแสดงในตารางที่ 4.7 พบว่า คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต จำนวน 44 ประการที่มีคะแนนมากกว่า 3.50 ขึ้นไป และอีก 15 ประการมีคะแนนในช่วง 2.50-3.49 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตที่ชัดเจน ดังตารางที่ 4.7 พบว่า คุณลักษณะในจังหวัดภูเก็ตที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ที่พักมีความหลากหลาย (4.36) โดยลักษณะทางกายภาพทางทะเลที่สวยงาม ล้อมรอบด้วยเกาะแก่งที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ยรองลงมา (4.31 และ 4.29) ซึ่งสอดคล้องกับคำตอบจากคำถามปลายเปิดที่นักท่องเที่ยวระบุว่าเอกลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล และเป็นที่น่าสังเกตว่านักท่องเที่ยวจำนวนมากตอบว่าเกาะพีพี เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต (ภาคผนวกที่ 5)

นอกจากนี้ กิจกรรมทางทะเล ชายหาดมีความสวยงาม อาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย รวมทั้งจำนวนร้านขายของที่ระลึกที่เพียงพอ ความอร่อยของรสชาติอาหารไทย และประเภทของร้านอาหารมีความหลากหลายมีค่าเฉลี่ยค่อนข้างสูง ดังนั้นเมื่อพิจารณาจากผลวิจัย พบว่าคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 10 อันดับที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของจังหวัดภูเก็ต เกี่ยวข้องกับกิจกรรมสันทนาการ (Activity) การบริการที่พัก (Accommodation) และสิ่งดึงดูดใจที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ (Natural Attractions)

ในทางตรงกันข้าม ราคาค่าโดยสาร สภาพแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตยังไม่ถูกทำลาย และบุกรุกด้วยกิจกรรมของนักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีราคาไม่แพง สภาพถนนหนทางที่ดี รถรับจ้าง รถโดยสารให้บริการดีและมีความสะอาด แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ระหว่าง 2.79 –3.32 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวมีความคลุมเครือต่อคุณลักษณะอื่นๆ อาทิ นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้สัมผัสเรียนรู้วิถีชีวิตของคนพื้นเมือง ผู้

คนพื้นเมืองไม่มีปัญหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ราคาอาหารเหมาะสม ภูเขา ป่าไม้และวนอุทยานในเขตจังหวัดภูเก็ตมีความสวยงามและได้รับการดูแลอย่างดี ดังนั้น โดยสรุป คุณลักษณะๆ ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด มีความเกี่ยวข้องอย่างยิ่งต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านการคมนาคมขนส่ง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (Amenity) ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และราคา รวมทั้ง สภาพแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่เลื่องลือ ไม่ได้รับการดูแล

ตารางที่ 4.8 ภาพลักษณ์ของของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย
ล้อมรอบด้วยเกาะแก่งที่สวยงาม	4.37
รสชาติอาหารไทยที่อร่อย	4.36
กิจกรรมสันทนาการทางทะเลมีความหลากหลาย	4.33
ประเภทของที่พักรมีความหลากหลาย	4.33
ประเภทของอาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย	4.27
จำนวนร้านขายของที่ระลึกที่เพียงพอ	4.26
ประเภทของร้านอาหารมีความหลากหลาย	4.25
ทัศนียภาพทางธรรมชาติที่สวยงาม	4.25
ชายหาดมีความสวยงาม	4.24
ผู้คนเป็นมิตร	4.23
ที่พักมีจำนวนที่เพียงพอ	4.21
ประเภทกิจกรรมพักผ่อนสันทนาการมีความหลากหลาย	4.21
กิจกรรมสันทนาการมากมาย	4.18
ความสะดวกสบายของการเดินทางโดยเครื่องบิน	4.13
รู้สึกปลอดภัยขณะที่กำลังท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	4.09
สถานที่พักรมีบรรยากาศดี น่าพักผ่อน	4.08

ตารางที่ 4.8 ภาพลักษณ์ของของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จาก
มุมมองนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ต่อ)

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย
สถานที่พักให้บริการดี	4.04
ความง่ายดายในการขอวีซ่า/เอกสารในการเดินทาง	4.03
สิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวที่ดี	4.01
สถานที่พักผ่อนและสะดวกสบาย	3.97
สถานที่พักตั้งอยู่ไม่ไกลจากสถานที่ท่องเที่ยว	3.86
ร้านอาหารสะอาด	3.85
สนามบิน/สถานีขนส่งสะดวกและสะดวกสบาย	3.85
แหล่งช้อปปิ้งที่ดี	3.83
อากาศสบาย	3.82
ราคาอาหารเหมาะสม	3.8
กิจกรรมบันเทิง สถานบันเทิงกลางคืนที่ดี	3.78
ราคาที่พักมีความเหมาะสม	3.76
นักท่องเที่ยวสามารถหาศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวได้อย่างง่ายดาย	3.75
พนักงานประจำโรงแรมและสถานที่พักมีประสิทธิภาพและสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี	3.75
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อผู้คนทุกเพศ ทุกวัย	3.74
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีหลายประเภท	3.73
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อกิจกรรมกีฬา เช่น กีฬาอล์ฟ	3.73
ระเบียบศุลกากรมีความยืดหยุ่นและง่ายต่อการเข้าใจ	3.71
กิจกรรมสันทนาการที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่าที่มากมาย	3.68
ศิลปะและการแสดงพื้นเมืองที่น่าสนใจ	3.67
กิจกรรมช้อปปิ้งที่ดี	3.64
รู้สึกปลอดภัยขณะที่เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง	3.64
แหล่งท่องเที่ยวที่สงบและสวยงาม	3.64
วัฒนธรรมพื้นเมืองและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ	3.61

ตารางที่ 4.8 ภาพลักษณ์ของของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จาก
มุมมองนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ต่อ)

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย
ความรวดเร็วในการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว	3.58
ตำรวจท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ และให้ความช่วยเหลือดี	3.58
วัดและสถานที่สำคัญทางศาสนาที่งดงาม	3.55
นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม	3.52
ภูเขา ป่าไม้และวนอุทยานในแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามและได้รับการดูแลอย่างดี	3.51
เทศกาลและกิจกรรมที่น่าสนใจ	3.50
สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีสำหรับการจัดประชุม	3.50
ระบบคมนาคมขนส่งมวลชน (เช่น รถรับจ้าง รถโดยสาร) ในแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ	3.49
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อการจัดกิจกรรมการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเชิงรางวัล	3.48
สวนสนุกที่ดีเยี่ยม	3.42
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีคุณภาพดี สวยงาม	3.41
รถรับจ้าง รถโดยสารให้บริการดีและมีความสะอาด	3.40
นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้สัมผัส เรียนรู้วิถีชีวิตของคนพื้นเมือง	3.37
ถนนหนทาง และสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวมีสภาพดี	3.32
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีราคาไม่แพง	3.30
ผู้คนพื้นเมืองไม่มีปัญหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว	3.29
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมที่สวยงาม	3.25
ค่าโดยสารของรถรับจ้าง รถโดยสารมีราคาเหมาะสม	3.00
สถานที่ท่องเที่ยวยังไม่ถูกทำลายและบุกรุกด้วยกิจกรรมของนักท่องเที่ยว	2.88

ตารางที่ 4.9 ภาพลักษณ์ของของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จาก
มุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทย

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย
ประเภทของที่พักมีความหลากหลาย	4.45
ทัศนียภาพทางธรรมชาติที่สวยงาม	4.37
ชายหาดมีความสวยงาม	4.36
ที่พักมีจำนวนที่เพียงพอ	4.29
ความสะดวกสบายของการเดินทางโดยเครื่องบิน	4.24
ประเภทของอาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย	4.23
จำนวนร้านขายของที่ระลึกที่เพียงพอ	4.22
ล้อมรอบด้วยเกาะแก่งที่สวยงาม	4.16
ประเภทกิจกรรมพักผ่อนสันทนาการมีความหลากหลาย	4.15
กิจกรรมสันทนาการทางทะเลมีความหลากหลาย	4.14
ประเภทของร้านอาหารมีความหลากหลาย	4.12
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อการจัดกิจกรรมการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเชิง รางวัล	4.06
กิจกรรมบันเทิง สถานบันเทิงกลางคืนที่ดี	4.02
กิจกรรมสันทนาการมากมาย	4.02
สิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวที่ดี	4.00
รสชาติอาหารไทยที่อร่อย	3.93
สถานที่พักตั้งอยู่ไม่ไกลจากสถานที่ท่องเที่ยว	3.90
สถานที่พักมีบรรยากาศดี น่าพักผ่อน	3.88
พนักงานประจำโรงแรมและสถานที่พักมีประสิทธิภาพและสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี	3.86
สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีสำหรับการจัดประชุม	3.85
เทศกาลและกิจกรรมที่น่าสนใจ	3.84
ร้านอาหารสะอาด	3.83
สถานที่พักให้บริการดี	3.83

ตารางที่ 4.9 ภาพลักษณ์ของของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จาก
มุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทย (ต่อ)

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย
สถานที่พักผ่อนและสะดวกสบาย	3.80
รู้สึกปลอดภัยขณะที่กำลังท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	3.79
ผู้คนพื้นเมืองไม่มีปัญหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว	3.76
ผู้คนเป็นมิตร	3.73
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อผู้คนทุกเพศ ทุกวัย	3.67
นักท่องเที่ยวสามารถหาศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวได้อย่างง่ายดาย	3.65
สนามบิน/สถานีขนส่งสะดวกและสะดวกสบาย	3.65
กิจกรรมช้อปปิ้งที่ดี	3.62
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อกิจกรรมกีฬา เช่น กีฬาอล์ฟ	3.60
สวนสนุกที่ดีเยี่ยม	3.60
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีหลายประเภท	3.60
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีคุณภาพดี สวยงาม	3.57
อากาศสบาย	3.53
วัฒนธรรมพื้นเมืองและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ	3.53
วัฒนธรรมพื้นเมืองและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ	3.52
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมที่สวยงาม	3.51
ความง่ายดายในการขอวีซ่า/เอกสารในการเดินทาง	3.49
แหล่งท่องเที่ยวที่สงบและสวยงาม	3.47
ระเบียบสุภาพการมีความยืดหยุ่นและง่ายต่อการเข้าใจ	3.46
วัดและสถานที่สำคัญทางศาสนาที่งดงาม	3.45
กิจกรรมช้อปปิ้งที่ดี	3.44
ความรวดเร็วในการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว	3.44
ระบบคมนาคมขนส่งมวลชน (เช่น รถรับจ้าง รถโดยสาร) ในแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวน ที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ	3.36
รู้สึกปลอดภัยขณะที่กำลังท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	3.33

ตารางที่ 4.9 ภาพลักษณ์ของของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จาก
มุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทย (ต่อ)

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย
นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม	3.30
ตำรวจท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ และให้ความช่วยเหลือดี	3.29
นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้สัมผัส เรียนรู้วิถีชีวิตของคนพื้นเมือง	3.28
ภูเขา ป่าไม้และวนอุทยานในแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามและได้รับการดูแลอย่างดี	3.27
รถรับจ้าง รถโดยสารให้บริการดีและมีความสะอาด	3.13
ราคาที่พักมีความเหมาะสม	3.12
กิจกรรมสันทนาการที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่าที่มากมาย	3.07
สถานที่ท่องเที่ยวยังไม่ถูกทำลายและบุกรุกด้วยกิจกรรมของนักท่องเที่ยว	3.00
ถนนหนทาง และสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวมีสภาพดี	2.98
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีราคาไม่แพง	2.77
ราคาอาหารเหมาะสม	2.57
ค่าโดยสารของรถรับจ้าง รถโดยสารมีราคาเหมาะสม	2.29

เมื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในตารางที่ 4.8 และ 4.9 พบว่ามีความคล้ายคลึงกัน โดยจากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่าคุณลักษณะ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก ประกอบด้วย ลักษณะทางกายภาพที่ล้อมรอบด้วยเกาะแก่งที่สวยงาม รสชาติอาหารไทยที่อร่อย ประเภทของที่พักมีความหลากหลาย ทิวทัศน์ที่สวยงาม กิจกรรมสันทนาการทางทะเล อาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย รวมทั้งจำนวนร้านขายของที่ระลึกที่เพียงพอ และประเภทของร้านอาหารมีความหลากหลาย ผู้คนเป็นมิตร จำนวนห้องพักราคาที่เพียงพอ กิจกรรมพักผ่อนสันทนาการมีความหลากหลาย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.37- 4.18 แสดงให้เห็นว่าคุณลักษณะ ดังกล่าวมีความชัดเจนมากในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นสอดคล้องว่า จังหวัดภูเก็ตมีสถานที่พักที่หลากหลาย จำนวนห้องพักราคาที่เพียงพอ เดินทางโดยเครื่องบินมีความสะดวกสบาย อาหารและ

เครื่องดื่มมีความหลากหลาย จำนวนร้านขายของที่ระลึกที่เพียงพอ ลักษณะทางกายภาพที่ล้อมรอบด้วยเกาะแก่งที่สวยงาม ประเภทกิจกรรมพักผ่อนสันทนาการมีความหลากหลาย กิจกรรมทางทะเล ความหลากหลายของร้านอาหารและมีความเหมาะสมในการเป็นสถานที่จัดประชุมสัมมนา มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.45 - 4.06

ในส่วนของคุณลักษณะฯ ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 10 อันดับจากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยนั้น พบว่ามีความสอดคล้องกัน โดยคุณลักษณะฯ ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดระหว่าง 2.88- 3.49 ประกอบด้วย สภาพแหล่งท่องเที่ยวยังไม่ถูกทำลายและบุกรุกด้วยกิจกรรมของนักท่องเที่ยว ราคาค่าโดยสารที่เหมาะสม แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมที่สวยงาม ผู้คนพื้นเมืองไม่มีปัญหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ราคาของที่ระลึกที่เหมาะสม สภาพของถนนหนทางที่ดี โอกาสที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเรียนรู้วิถีชีวิตของคนพื้นเมือง รถโดยสารให้บริการดีและสะอาด ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีคุณภาพ สวนสนุกที่ดี ความเพียงพอของรถโดยสาร ความเหมาะสมในการเป็นสถานที่จัดประชุม และสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดประชุมที่ดี

จากมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า คุณลักษณะฯ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง (Accessibility) ภายในแหล่งท่องเที่ยว ทั้งในด้านราคา สภาพถนนหนทาง ความสะอาดและการให้บริการ ความปลอดภัย จำนวนและความเพียงพอมีค่าเฉลี่ยน้อยมาก นอกจากนี้ คุณลักษณะฯ ที่เกี่ยวข้องับสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) การบริการที่พัก (Accommodation) และการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (Amenity) มีค่าเฉลี่ยต่ำ ระหว่าง 2.29 –3.49 ประกอบด้วย สภาพแหล่งท่องเที่ยวยังไม่ถูกทำลายและบุกรุกด้วยกิจกรรมของนักท่องเที่ยว ภูเขา ป่าไม้และวนอุทยาน มีความสวยงามและได้รับการดูแลอย่างดี ความสงบของแหล่งท่องเที่ยว วัดและแหล่งสำคัญทางศาสนาที่สวยงาม แหล่งช้อปปิ้งที่ดี การบริการของตำรวจท่องเที่ยว ราคาของที่พัก รวมทั้งราคาของที่ระลึกที่เหมาะสม แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความขัดแย้งและคลุมเครือต่อภาพลักษณ์ของคุณลักษณะฯ นั้น

ตารางที่ 4.10 บทสรุปภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของจังหวัดภูเก็ต
จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
สิ่งดึงดูดใจ	ลักษณะทางกายภาพทางทะเลที่สวยงาม ล้อมรอบด้วยเกาะแก่งที่สวยงาม ทัศนียภาพที่สวยงาม ชายหาดมีความสวยงาม ความอร่อยของรสชาติอาหารไทย	ทัศนียภาพที่สวยงาม ล้อมรอบด้วยเกาะแก่งที่สวยงาม กิจกรรมทางทะเล ชายหาดมีความสวยงาม ความอร่อยของรสชาติอาหารไทย ผู้คนเป็นมิตร
การบริการที่พัก	ความหลากหลาย จำนวนที่เพียงพอ	
การเดินทางและการคมนาคม	ความสะดวกสบายของการเดินทาง โดยเครื่องบิน	-
กิจกรรมสันทนาการ	กิจกรรมทางทะเล ประเภทกิจกรรมพักผ่อนสันทนาการมีความหลากหลาย	
สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	อาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย จำนวนร้านขายของที่ระลึกที่เพียงพอ ประเภทของร้านอาหารมีความหลากหลาย	

ตารางที่ 4.11 บทสรุปภาพลักษณ์ที่มีผลเชิงลบของจังหวัดภูเก็ต
จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
สิ่งดึงดูดใจ	สภาพแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตยังไม่ถูกทำลายและบุกรุกด้วยกิจกรรมของนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมที่สวยงาม วัดและสถานที่สำคัญทางศาสนาที่สวยงาม ภูเขา ป่าไม้และวนอุทยานสวยงามและได้รับการดูแลอย่างดี	สภาพแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตยังไม่ถูกทำลายและบุกรุกด้วยกิจกรรมของนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมที่สวยงาม นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้สัมผัสเรียนรู้วิถีชีวิตของคนพื้นเมือง ผู้คนพื้นเมืองไม่มีปัญหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ภูเขา ป่าไม้และวนอุทยานสวยงามและได้รับการดูแลอย่างดี สวนสนุกที่ดี
การบริการที่พัก	ราคาของที่พัก	-
การเดินทางและการคมนาคม	ราคาค่าโดยสาร สภาพถนนหนทางที่ดี รถรับจ้าง รถโดยสารให้บริการดีและมีความสะอาด	
กิจกรรมสันทนาการ	-	
สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีราคาไม่แพง ราคาอาหารเหมาะสม คุณภาพของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ความเพียงพอของรถโดยสาร	
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอื่นๆ	-	ความเหมาะสมต่อการเป็นแหล่งจัดประชุม สัมมนา และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีสำหรับการจัดประชุม

ดังนั้น โดยสรุป ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตที่โดดเด่นและมีผลเชิงบวก จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ประกอบด้วย คุณลักษณะฯ ดังแสดงในตารางที่ 4.10 ในทางตรงกันข้าม ภาพลักษณ์ที่ไม่โดดเด่นและมีผลด้านลบจากมุมมองของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นั้น มีหลายประการด้วยกัน ดังสรุปในตารางที่ 4.11

4.3.2 ค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ทัศนียภาพทางธรรมชาติที่สวยงาม	4.53	0.56
ล้อมรอบด้วยเกาะแก่งที่สวยงาม	4.48	0.66
ประเภทของที่พักรมีความหลากหลาย	4.32	0.68
ชายหาดมีความสวยงาม	4.31	0.74
ผู้คนเป็นมิตร	4.31	0.73
รสชาติอาหารไทยที่อร่อย	4.28	0.90
กิจกรรมสันทนาการทางทะเลมีความหลากหลาย	4.28	0.73
สถานที่พักรมีบรรยากาศดี น่านั่งพักผ่อน	4.25	0.74
ประเภทของร้านอาหารมีความหลากหลาย	4.16	0.75
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อผู้คนทุกเพศ ทุกวัย	4.15	0.82
ที่พักมีจำนวนที่เพียงพอ	4.13	0.74
รู้สึกปลอดภัยขณะที่กำลังท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	4.06	0.69
จำนวนร้านขายของที่ระลึกที่เพียงพอ	4.03	0.86
ความสะดวกสบายของการเดินทางโดยเครื่องบิน	4.02	0.89
แหล่งท่องเที่ยวที่สงบและสวยงาม	4.00	0.78
สิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวที่ดี	3.98	0.79
กิจกรรมสันทนาการมากมาย	3.98	0.83

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ (ต่อ)

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ประเภทของอาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย	3.98	0.78
สถานที่พักให้บริการดี	3.96	0.76
สถานที่พักสะอาดและสะดวกสบาย	3.93	0.70
ประเภทกิจกรรมพักผ่อนสันทนาการมีความหลากหลาย	3.93	0.84
สถานที่พักตั้งอยู่ไม่ไกลจากสถานที่ท่องเที่ยว	3.92	0.76
พนักงานประจำโรงแรมและสถานที่พักมีประสิทธิภาพและสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี	3.90	0.78
ความง่ายตายในการขอวีซ่า/เอกสารในการเดินทาง	3.88	0.85
ความรวดเร็วในการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว	3.81	0.81
ร้านอาหารสะอาด	3.80	0.72
รู้สึกปลอดภัยขณะที่กำลังท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	3.76	0.81
นักท่องเที่ยวสามารถหาศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวได้อย่างง่ายดาย	3.74	0.90
ระเบียบสุภาพการมีความยืดหยุ่นและง่ายต่อการเข้าใจ	3.73	0.79
ผู้คนพื้นเมืองไม่มีปัญหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว	3.72	0.92
อากาศสบาย	3.70	0.86
กิจกรรมสันทนาการที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่าที่มากมาย	3.69	0.90
ราคาที่พักมีความเหมาะสม	3.64	0.97
ถนนหนทาง และสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวมีสภาพดี	3.62	0.87
ภูเขา ป่าไม้และวนอุทยานในแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามและได้รับการดูแลอย่างดี	3.57	0.84
ราคาอาหารเหมาะสม	3.55	1.01
สนามบิน/สถานีขนส่งสะอาดและสะดวกสบาย	3.53	0.87
ระบบคมนาคมขนส่งมวลชน (เช่น รถรับจ้าง รถโดยสาร) ในแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ	3.49	0.93
วัฒนธรรมพื้นเมืองและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ	3.48	0.84

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ (ต่อ)

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีหลายประเภท	3.48	0.97
รถรับจ้าง รถโดยสารให้บริการดีและมีความสะอาด	3.45	0.87
สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีสำหรับการจัดประชุม	3.44	0.82
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อการจัดกิจกรรมการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเชิงรางวัล	3.43	0.95
นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้สัมผัส เรียนรู้วิถีชีวิตของคนพื้นเมือง	3.43	0.84
ค่าโดยสารของรถรับจ้าง รถโดยสารมีราคาเหมาะสม	3.41	0.91
ตำรวจท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ และให้ความช่วยเหลือดี	3.39	0.74
นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม	3.39	0.88
วัดและสถานที่สำคัญทางศาสนาที่งดงาม	3.38	0.86
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีคุณภาพดี สวยงาม	3.38	0.90
วัฒนธรรมพื้นเมืองและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ	3.38	0.81
กิจกรรมบันเทิง สถานบันเทิงกลางคืนที่ดี	3.31	0.81
กิจกรรมช้อปปิ้งที่ดี	3.25	0.86
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีราคาไม่แพง	3.24	0.83
กิจกรรมช้อปปิ้งที่ดี	3.24	0.90
เทศกาลและกิจกรรมที่น่าสนใจ	3.16	0.78
สถานที่ท่องเที่ยวยังไม่ถูกทำลายและบุกรุกด้วยกิจกรรมของนักท่องเที่ยว	3.05	1.00
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมที่สวยงาม	3.02	0.83
สวนสนุกที่ดีเยี่ยม	2.93	0.86
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อกิจกรรมกีฬา เช่น กีฬาพาราลิมปิก	2.90	0.80

ตารางที่ 4.13 ภาพลักษณ์ของของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่
จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทย

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย
ทัศนียภาพทางธรรมชาติที่สวยงาม	4.59
ชายหาดมีความสวยงาม	4.41
ล้อมรอบด้วยเกาะแก่งที่สวยงาม	4.38
สถานที่พักมีบรรยากาศดี น่านอน	4.31
ประเภทของที่พักรมีความหลากหลาย	4.31
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อผู้คนทุกเพศ ทุกวัย	4.26
ผู้คนเป็นมิตร	4.21
กิจกรรมสันทนาการทางทะเลมีความหลากหลาย	4.14
ความสะดวกสบายของการเดินทางโดยเครื่องบิน	4.13
รสชาติอาหารไทยที่อร่อย	4.11
ประเภทของร้านอาหารมีความหลากหลาย	4.08
ที่พักมีจำนวนที่เพียงพอ	4.07
แหล่งท่องเที่ยวที่สงบและสวยงาม	4.05
ผู้คนพื้นเมืองไม่มีปัญหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว	4.03
พนักงานประจำโรงแรมและสถานที่พักรมีประสิทธิภาพและสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี	3.95
อากาศสบาย	3.93
กิจกรรมสันทนาการมากมาย	3.90
สถานที่พักรสะอาดและสะดวกสบาย	3.89
สถานที่พักรตั้งอยู่ไม่ไกลจากสถานที่ท่องเที่ยว	3.87
สถานที่พักรให้บริการดี	3.86
ประเภทของอาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย	3.85
สิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวที่ดี	3.84
จำนวนร้านขายของที่ระลึกที่เพียงพอ	3.83
รู้สึกปลอดภัยขณะที่กำลังท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	3.82

ตารางที่ 4.13 ภาพลักษณ์ของของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่
จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทย (ต่อ)

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย
ความเร็วในการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว	3.79
สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีสำหรับการจัดประชุม	3.74
นักท่องเที่ยวสามารถหาศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวได้อย่างง่ายดาย	3.72
รู้สึกปลอดภัยขณะที่กำลังท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	3.72
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อการจัดกิจกรรมการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเชิงรางวัล	3.71
ประเภทกิจกรรมพักผ่อนสันทนาการมีความหลากหลาย	3.71
ร้านอาหารสะอาด	3.69
ความง่ายในการขอวีซ่า/เอกสารในการเดินทาง	3.65
ภูเขา ป่าไม้และวนอุทยานในแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามและได้รับการดูแลอย่างดี	3.61
ถนนหนทาง และสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวมีสภาพดี	3.60
ระเบียบสุภาพการมีความยืดหยุ่นและง่ายต่อการเข้าใจ	3.55
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีคุณภาพดี สวยงาม	3.53
นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้สัมผัส เรียนรู้วิถีชีวิตของคนพื้นเมือง	3.46
วัดและสถานที่สำคัญทางศาสนาที่งดงาม	3.43
ระบบคมนาคมขนส่งมวลชน (เช่น รถรับจ้าง รถโดยสาร) ในแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ	3.42
วัฒนธรรมพื้นเมืองและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ	3.41
สนามบิน/สถานีขนส่งสะอาดและสะดวกสบาย	3.40
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีหลายประเภท	3.40
รถรับจ้าง รถโดยสารให้บริการดีและมีความสะอาด	3.38
สถานที่ท่องเที่ยวยังไม่ถูกทำลายและบุกรุกด้วยกิจกรรมของนักท่องเที่ยว	3.37
เทศกาลและกิจกรรมที่น่าสนใจ	3.33
วัฒนธรรมพื้นเมืองและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ	3.31
ราคาที่พักรู้สึกมีความเหมาะสม	3.31

ตารางที่ 4.13 ภาพลักษณ์ของของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่
จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทย (ต่อ)

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมที่สวยงาม	3.30
กิจกรรมบันเทิง สถานบันเทิงกลางคืนที่ดี	3.30
กิจกรรมสันทนาการที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่าที่มากมาย	3.29
ตำรวจท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ และให้ความช่วยเหลือดี	3.26
นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม	3.20
ค่าโดยสารของรถรับจ้าง รถโดยสารมีราคาเหมาะสม	3.10
กิจกรรมช้อปปิ้งที่ดี	3.07
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีราคาไม่แพง	3.07
ราคาอาหารเหมาะสม	3.06
กิจกรรมช้อปปิ้งที่ดี	3.03
สวนสนุกที่ดีเยี่ยม	2.92
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อกิจกรรมกีฬา เช่น กีฬาพาราลิมปิก	2.84

ตารางที่ 4.14 ภาพลักษณ์ของของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่
จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย
ล้อมรอบด้วยเกาะแก่งที่สวยงาม	4.56
ทัศนียภาพทางธรรมชาติที่สวยงาม	4.49
รสชาติอาหารไทยที่อร่อย	4.41
ผู้คนเป็นมิตร	4.39
กิจกรรมสันทนาการทางทะเลมีความหลากหลาย	4.39
ประเภทของที่พักรมีความหลากหลาย	4.33
รู้สึกปลอดภัยขณะที่กำลังท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	4.25
ชายหาดมีความสวยงาม	4.22
ประเภทของร้านอาหารมีความหลากหลาย	4.22
สถานที่พักรมีบรรยากาศดี น่านอน	4.20
จำนวนร้านขายของที่ระลึกที่เพียงพอ	4.18
ที่พักรมีจำนวนที่เพียงพอ	4.17
ประเภทกิจกรรมพักผ่อนสันทนาการมีความหลากหลาย	4.10
สิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวที่ดี	4.09
ประเภทของอาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย	4.07
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อผู้คนทุกเพศ ทุกวัย	4.06
กิจกรรมสันทนาการมากมาย	4.05
ความง่ายดายในการขอวีซ่า/เอกสารในการเดินทาง	4.04
สถานที่พักรให้บริการดี	4.04
กิจกรรมสันทนาการที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่าที่มากมาย	4.00
สถานที่พักรตั้งอยู่ไม่ไกลจากสถานที่ท่องเที่ยว	3.96
สถานที่พักรสะอาดและสะดวกสบาย	3.96
แหล่งท่องเที่ยวที่สงบและสวยงาม	3.96
ความสะดวกสบายของการเดินทางโดยเครื่องบิน	3.93

ตารางที่ 4.14 ภาพลักษณ์ของของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่
จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ต่อ)

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย
ราคาอาหารเหมาะสม	3.93
ร้านอาหารสะอาด	3.88
ราคาที่พักมีความเหมาะสม	3.88
พนักงานประจำโรงแรมและสถานที่พักมีประสิทธิภาพและสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี	3.87
ระเบียบศุลกากรมีความยืดหยุ่นและง่ายต่อการเข้าใจ	3.86
ความรวดเร็วในการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว	3.81
รู้สึกปลอดภัยขณะที่กำลังท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	3.79
นักท่องเที่ยวสามารถหาศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวได้อย่างง่ายดาย	3.75
ค่าโดยสารของรถรับจ้าง รถโดยสารมีราคาเหมาะสม	3.65
สนามบิน/สถานีขนส่งสะอาดและสะดวกสบาย	3.64
ถนนหนทาง และสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวมีสภาพดี	3.63
วัฒนธรรมพื้นเมืองและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ	3.61
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีหลายประเภท	3.55
ภูเขา ป่าไม้และวนอุทยานในแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามและได้รับการดูแลอย่างดี	3.54
ระบบคมนาคมขนส่งมวลชน (เช่น รถรับจ้าง รถโดยสาร) ในแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ	3.54
อากาศสบาย	3.53
นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม	3.53
รถรับจ้าง รถโดยสารให้บริการดีและมีความสะอาด	3.50
ตำรวจท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ และให้ความช่วยเหลือดี	3.49
ผู้คนพื้นเมืองไม่มีปัญหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว	3.48
นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้สัมผัส เรียนรู้วิถีชีวิตของคนพื้นเมือง	3.41
กิจกรรมช้อปปิ้งที่ดี	3.40

ตารางที่ 4.14 ภาพลักษณ์ของของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่
จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ต่อ)

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย
แหล่งช้อปปิ้งที่ดี	3.39
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีราคาไม่แพง	3.38
วัดและสถานที่สำคัญทางศาสนาที่งดงาม	3.35
วัฒนธรรมพื้นเมืองและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ	3.35
กิจกรรมบันเทิง สถานบันเทิงกลางคืนที่ดี	3.32
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีคุณภาพดี สวยงาม	3.26
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อการจัดกิจกรรมการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยว เชิงรางวัล	3.21
สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีสำหรับการจัดประชุม	3.19
เทศกาลและกิจกรรมที่น่าสนใจ	3.03
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อกิจกรรมกีฬา เช่น กีฬาอล์ฟ	2.95
สวนสนุกที่ดีเยี่ยม	2.93
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมที่สวยงาม	2.80
สถานที่ท่องเที่ยวยังไม่ถูกทำลายและบุกรุกด้วยกิจกรรมของนักท่องเที่ยว	2.80

ตารางที่ 4.13 และ 4.14 แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความคิดเห็นพ้องกันว่า จังหวัดกระบี่มีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นในความสวยงามของทัศนียภาพ หาดทรายสวยงาม ล้อมรอบด้วยเกาะแก่งที่สวยงาม ผู้คนเป็นมิตร มีที่พักที่หลากหลาย บรรยากาศ ณ ที่พักสงบและน่าพักผ่อน เหมาะสมกับคนทุกเพศ ทุกวัย มีกิจกรรมทางทะเลที่หลากหลาย รสชาติอาหารไทยอร่อย นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นว่าเดินทางโดยเครื่องบินไปยังจังหวัดกระบี่มีความสะดวกสบาย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรู้สึกปลอดภัยขณะที่เดินทางในจังหวัดกระบี่และร้านอาหารในจังหวัดมีความหลากหลาย

ในทางตรงกันข้าม ในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติภาพลักษณ์ของจังหวัดกระบี่หลายประการที่ไม่มีความชัดเจนและขัดแย้งกับความรู้สึกของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.80 –

3.49) เช่น สถาปัตยกรรมและตึกที่สวยงาม สภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ถูกบุกรุกโดยกิจกรรมการท่องเที่ยว สวนสนุกที่ดี แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อกิจกรรมกีฬา เทศกาลและกิจกรรมที่น่าสนใจ ความเหมาะสมในการเป็นสถานที่สำหรับการจัดการประชุม สัมมนา สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการจัดประชุมที่ดี ศิลปะและวัฒนธรรมพื้นบ้านที่น่าสนใจ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ที่สวยงามน่าสนใจ ราคาของที่ระลึกที่เหมาะสม แหล่งช้อปปิ้งที่ดี โอกาสที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตคนในท้องถิ่น การสื่อสารระหว่างคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว การบริการของตำรวจท่องเที่ยว นอกจากนี้ ภาพลักษณ์อื่นๆ ของจังหวัดกระบี่ที่ไม่โดดเด่นและมีผลในทางลบ จากมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วย วัดและสถานที่สำคัญทางศาสนาที่สวยงาม การคมนาคมภายในจังหวัดที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ ความหลากหลายของของที่ระลึก รถโดยสารที่สะอาดและให้บริการที่ดี ราคาห้องพักที่เหมาะสม กิจกรรมเดินป่าที่ดี กิจกรรมบันเทิงเริงรมย์ที่ดี เป็นต้น

**ตารางที่ 4.15 บทสรุปภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของจังหวัดกระบี่
จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ**

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวต่างชาติ
สิ่งดึงดูดใจ	ทัศนียภาพทางธรรมชาติที่สวยงาม ล้อมรอบด้วยเกาะที่สวยงาม ผู้คนเป็นมิตร หาดทะเลสวยงาม แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อผู้คนทุกเพศ ทุกวัย เมืองที่สงบและสวยงาม รสชาติอาหารไทยที่อร่อย	
สถานที่พัก	มีสถานที่พักหลากหลาย สถานที่พักมีบรรยากาศดีและน่าพักผ่อน จำนวนห้องพักในจังหวัดกระบี่เพียงพอ	

ตารางที่ 4.15 บทสรุปภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของจังหวัดกระบี่
จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
การเดินทางและการคมนาคม	ความสะดวกสบายในการเดินทางโดยเครื่องบิน	ความสะดวกสบายในการเดินทางโดยเครื่องบิน **รู้สึกปลอดภัยขณะที่เดินทางในจังหวัดกระบี่
กิจกรรมสันทนาการ	นักท่องเที่ยวสามารถสนุกสนานกับกิจกรรมทางน้ำ	
สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	ร้านอาหารมีหลายประเภท จำนวนร้านขายของที่ระลึกที่เพียงพอ	

ตารางที่ 4.16 บทสรุปภาพลักษณ์เชิงลบของจังหวัดกระบี่
จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวชาวไทย
สิ่งดึงดูดใจ	สวนสนุกที่ดี แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมที่สวยงาม สภาพสถานที่ท่องเที่ยวยังไม่ถูกทำลายและบุกรุกด้วยกิจกรรมของนักท่องเที่ยว เทศกาลและกิจกรรมพิเศษที่น่าสนใจ ศิลปวัฒนธรรมพื้นเมืองที่น่าสนใจ	สวนสนุกที่ดี แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมที่สวยงาม สภาพสถานที่ท่องเที่ยวยังไม่ถูกทำลายและบุกรุกด้วยกิจกรรมของนักท่องเที่ยว เทศกาลและกิจกรรมพิเศษที่น่าสนใจ ศิลปวัฒนธรรมพื้นเมืองที่น่าสนใจ

ตารางที่ 4.16 บทสรุปภาพลักษณ์เชิงลบของจังหวัดกระบี่
จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวชาวไทย
สิ่งดึงดูดใจ (ต่อ)	การสื่อสารกับคนในท้องถิ่น โอกาสที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตคนในท้องถิ่น วัดและสถานที่สำคัญทางศาสนาที่สวยงาม	การสื่อสารกับคนในท้องถิ่น โอกาสที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตคนในท้องถิ่น
สถานที่พัก	ความหลากหลายของห้องพัก ราคาห้องพักที่เหมาะสม	
การเดินทางและการคมนาคม	การคมนาคมภายในจังหวัดที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ รถโดยสารที่สะอาดและให้บริการที่ดี	-
กิจกรรมสันทนาการ	แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อกิจกรรมกีฬา กิจกรรมเดินป่าที่ดี กิจกรรมบันเทิงเริงรมย์ที่ดี	แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อกิจกรรมกีฬา
สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	แหล่งช้อปปิ้ง ราคาของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก แหล่งสถานบันเทิงเริงรมย์ คุณภาพและการออกแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก แหล่งช้อปปิ้งที่ดี การบริการของตำรวจท่องเที่ยวที่ดี	
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอื่นๆ	ความเหมาะสมในการเป็นสถานที่สำหรับการจัดการประชุม สัมมนา สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการจัดประชุมที่ดี	

ดังนั้น โดยสรุป ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ที่โดดเด่นและมีผลเชิงบวก ประกอบด้วย คุณลักษณะฯ ดังแสดงในตารางที่ 4.15 และในทางตรงกันข้าม ภาพ

ลักษณะของจังหวัดกระบี่ที่ไม่โดดเด่นและมีผลด้านลบจากมุมมองของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินั้น มีหลายประการด้วยกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.16

4.3.3 ค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดพังงา

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
รสชาติอาหารไทยที่อร่อย	4.41	0.81
ทัศนียภาพทางธรรมชาติที่สวยงาม	4.38	0.82
ผู้คนเป็นมิตร	4.27	0.85
กิจกรรมสันทนาการทางทะเลมีความหลากหลาย	4.21	0.87
ล้อมรอบด้วยเกาะแก่งที่สวยงาม	4.20	0.91
สถานที่พักมีบรรยากาศดี น่านั่งพักผ่อน	4.17	0.90
แหล่งท่องเที่ยวที่สงบและสวยงาม	4.17	0.89
ชายหาดมีความสวยงาม	4.13	0.99
รู้สึกปลอดภัยขณะที่กำลังท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	4.10	0.80
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อผู้คนทุกเพศ ทุกวัย	4.07	0.91
สถานที่พักตั้งอยู่ไม่ไกลจากสถานที่ท่องเที่ยว	4.05	0.82
ที่พักมีจำนวนที่เพียงพอ	3.98	1.06
ประเภทของอาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย	3.98	0.96
สถานที่พักให้บริการดี	3.92	0.88
ประเภทของที่พักมีความหลากหลาย	3.92	1.12
ประเภทของร้านอาหารมีความหลากหลาย	3.85	0.98
กิจกรรมสันทนาการที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่าที่มากมาย	3.81	0.89

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา (ต่อ)

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ภูเขา ป่าไม้และวนอุทยานในแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามและได้รับการดูแลอย่างดี	3.80	0.96
ผู้คนพื้นเมืองไม่มีปัญหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว	3.79	1.04
ร้านอาหารสะอาด	3.76	0.81
อากาศสบาย	3.76	1.00
ถนนหนทาง และสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวมีสภาพดี	3.74	0.94
สถานที่พักผ่อนและสะดวกสบาย	3.73	1.01
สิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวที่ดี	3.72	1.05
ราคาอาหารเหมาะสม	3.72	1.04
กิจกรรมสันทนาการมากมาย	3.69	0.94
ความเร็วในการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว	3.68	0.87
นักท่องเที่ยวสามารถหาศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวได้อย่างง่ายดาย	3.66	1.13
ประเภทกิจกรรมพักผ่อนสันทนาการมีความหลากหลาย	3.66	1.09
จำนวนร้านขายของที่ระลึกที่เพียงพอ	3.65	1.08
ราคาที่พักมีความเหมาะสม	3.62	1.02
ความง่ายดายในการขอวีซ่า/เอกสารในการเดินทาง	3.60	0.92
รู้สึกปลอดภัยขณะที่กำลังท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	3.55	0.95
พนักงานประจำโรงแรมและสถานที่พักมีประสิทธิภาพและสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี	3.54	0.98
ค่าโดยสารของรถรับจ้าง รถโดยสารมีราคาเหมาะสม	3.47	0.91
รถรับจ้าง รถโดยสารให้บริการดีและมีความสะอาด	3.43	0.80
ระเบียบศุลกากรมีความยืดหยุ่นและง่ายต่อการเข้าใจ	3.42	0.85
สถานที่ท่องเที่ยวยังไม่ถูกทำลายและบุกรุกด้วยกิจกรรมของนักท่องเที่ยว	3.38	1.13

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา (ต่อ)

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
วัฒนธรรมพื้นเมืองและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ	3.37	0.93
ระบบคมนาคมขนส่งมวลชน (เช่น รถรับจ้าง รถโดยสาร) ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีจำนวนที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ	3.36	0.88
ความสะดวกสบายของการเดินทางโดยเครื่องบิน	3.33	1.28
ตำรวจท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ และให้ความช่วยเหลือดี	3.31	0.93
สนามบิน/สถานีขนส่งสะดวกและสะดวกสบาย	3.31	0.99
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีหลายประเภท	3.29	1.11
นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้สัมผัส เรียนรู้วิถีชีวิตของคนพื้นเมือง	3.28	0.88
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีราคาไม่แพง	3.24	1.02
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อการจัดกิจกรรมการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเชิงรางวัล	3.21	1.11
วัดและสถานที่สำคัญทางศาสนาที่งดงาม	3.20	0.90
นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม	3.17	0.91
วัฒนธรรมพื้นเมืองและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ	3.17	0.95
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีคุณภาพดี สวยงาม	3.11	1.02
สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีสำหรับการจัดประชุม	3.01	0.99
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อกิจกรรมกีฬา เช่น กีฬาอล์ฟ	3.00	1.04
เทศกาลและกิจกรรมที่น่าสนใจ	2.99	0.94
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมที่สวยงาม	2.92	0.94
กิจกรรมบันเทิง สถานบันเทิงกลางคืนที่ดี	2.78	0.97
กิจกรรมช้อปปิ้งที่ดี	2.77	0.95
สวนสนุกที่ดีเยี่ยม	2.71	0.92
แหล่งช้อปปิ้งที่ดี	2.65	0.94

ดังตารางที่ 4.17 คุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดพังงาที่มีค่าเฉลี่ย 3.50 ขึ้นไป ทั้งหมด 34 ประการ โดยคุณลักษณะ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก ระหว่าง 4.41- 4.20 ประกอบด้วย รสชาติอาหารไทยที่อร่อย ทศนิยมภาพทางธรรมชาติที่สวยงาม ผู้คนเป็นมิตร กิจกรรมทางทะเลที่สนุกสนาน ลักษณะทางกายภาพที่ล้อมรอบด้วยเกาะที่สวยงาม นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวเห็นด้วยว่าภาพลักษณ์ของพังงา เป็นเมืองที่สงบและสวยงาม มีสถานที่พักที่บรรยากาศดี และน่าพักผ่อน มีชายหาดสวยงาม นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยขณะที่กำลังท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อผู้คนทุกเพศ ทุกวัย ดังนั้น โดยสรุป พบว่าภาพลักษณ์ของจังหวัดพังงาที่ชัดเจนเกี่ยวข้องกับสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติและทางสังคม ลักษณะทางกายภาพที่สวยงาม ความเป็นมิตรของผู้คน ความสงบของแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่พักและเหมาะสมต่อผู้คนทุกวัย และผลวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับผลจากคำถามปลายเปิดที่ระบุว่าเอกลักษณ์ของจังหวัดพังงา เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล เช่น เกาะสิมิลัน หาดเขาหลัก รวมถึงความสงบและบรรยากาศที่น่าพักผ่อนของจังหวัดพังงา (ภาคผนวกที่ 7)

ตารางที่ 4.18 ภาพลักษณ์ของของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา
จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทย

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย
ทัศนียภาพทางธรรมชาติที่สวยงาม	4.28
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อผู้คนทุกเพศ ทุกวัย	4.22
รสชาติอาหารไทยที่อร่อย	4.17
แหล่งท่องเที่ยวที่สงบและสวยงาม	4.17
สถานที่พักมีบรรยากาศดี น่านั่งพักผ่อน	4.13
สถานที่พักตั้งอยู่ไม่ไกลจากสถานที่ท่องเที่ยว	4.07
ผู้คนเป็นมิตร	4.06
กิจกรรมสันทนาการทางทะเลมีความหลากหลาย	4.04
ล้อมรอบด้วยเกาะแก่งที่สวยงาม	4.00
รู้สึกปลอดภัยขณะที่กำลังท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	3.91
ภูเขา ป่าไม้และวนอุทยานในแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามและได้รับการดูแลอย่างดี	3.87
ชายหาดมีความสวยงาม	3.87
ประเภทของอาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย	3.78
อากาศสบาย	3.76
ผู้คนพื้นเมืองไม่มีปัญหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว	3.74
ร้านอาหารสะอาด	3.72
สถานที่พักให้บริการดี	3.72
ประเภทของที่พักรมีความหลากหลาย	3.72
ที่พักมีจำนวนที่เพียงพอ	3.69
ประเภทของร้านอาหารมีความหลากหลาย	3.69
สถานที่ท่องเที่ยวยังไม่ถูกทำลายและบุกรุกด้วยกิจกรรมของนักท่องเที่ยว	3.67
ถนนหนทาง และสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวมีสภาพดี	3.60
กิจกรรมสันทนาการที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่าที่มากมาย	3.59
ความรวดเร็วในการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว	3.58

ตารางที่ 4.18 ภาพลักษณ์ของของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา
จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทย (ต่อ)

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย
กิจกรรมสันทนาการมากมาย	3.54
นักท่องเที่ยวสามารถหาศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวได้อย่างง่ายดาย	3.52
สถานที่พักผ่อนและสะดวกสบาย	3.44
พนักงานประจำโรงแรมและสถานที่พักมีประสิทธิภาพและสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี	3.39
ราคาที่พักมีความเหมาะสม	3.39
สิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวที่ดี	3.35
ราคาอาหารเหมาะสม	3.31
นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้สัมผัส เรียนรู้วิถีชีวิตของคนพื้นเมือง	3.30
รู้สึกปลอดภัยขณะที่กำลังท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	3.29
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อการจัดกิจกรรมการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเชิงรางวัล	3.28
จำนวนร้านขายของที่ระลึกที่เพียงพอ	3.28
ประเภทกิจกรรมพักผ่อนสันทนาการมีความหลากหลาย	3.26
ระบบคมนาคมขนส่งมวลชน (เช่น รถรับจ้าง รถโดยสาร) ในแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ	3.23
รถรับจ้าง รถโดยสารให้บริการดีและมีความสะอาด	3.21
ค่าโดยสารของรถรับจ้าง รถโดยสารมีราคาเหมาะสม	3.19
ความง่ายดายในการขอวีซ่า/เอกสารในการเดินทาง	3.16
ระเบียบศุลกากรมีความยืดหยุ่นและง่ายต่อการเข้าใจ	3.16
ตำรวจท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ และให้ความช่วยเหลือดี	3.15
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีคุณภาพดี สวยงาม	3.13
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีราคาไม่แพง	3.09
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีหลายประเภท	3.09

ตารางที่ 4.18 ภาพลักษณ์ของของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา
จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทย (ต่อ)

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย
วัดและสถานที่สำคัญทางศาสนาทั้งดงาม	3.07
วัฒนธรรมพื้นเมืองและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ	3.02
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมที่สวยงาม	2.98
สนามบิน/สถานีขนส่งสะดวกและสะดวกสบาย	2.98
นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม	2.94
สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีสำหรับการจัดประชุม	2.91
เทศกาลและกิจกรรมที่น่าสนใจ	2.91
วัฒนธรรมพื้นเมืองและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ	2.89
ความสะดวกสบายของการเดินทางโดยเครื่องบิน	2.83
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อกิจกรรมกีฬา เช่น กีฬาออล์ฟ	2.70
กิจกรรมบันเทิง สถานบันเทิงกลางคืนที่ดี	2.48
กิจกรรมช้อปปิ้งที่ดี	2.38
สวนสนุกที่ดีเยี่ยม	2.36
แหล่งช้อปปิ้งที่ดี	2.33

ตารางที่ 4.19 ภาพลักษณ์ของของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา
จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย
รสชาติอาหารไทยที่อร่อย	4.69
ผู้คนเป็นมิตร	4.53
ทัศนียภาพทางธรรมชาติที่สวยงาม	4.51
ชายหาดมีความสวยงาม	4.45
ล้อมรอบด้วยเกาะแก่งที่สวยงาม	4.43
กิจกรรมสันทนาการทางทะเลมีความหลากหลาย	4.42
ที่พักมีจำนวนที่เพียงพอ	4.33
รู้สึกปลอดภัยขณะที่กำลังท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	4.33
สถานที่พักมีบรรยากาศดี น่านอน	4.22
ประเภทของอาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย	4.22
ราคาอาหารเหมาะสม	4.20
สิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวที่ดี	4.18
แหล่งท่องเที่ยวที่สงบและสวยงาม	4.18
สถานที่พักให้บริการดี	4.16
ประเภทของที่พักมีความหลากหลาย	4.16
ประเภทกิจกรรมพักผ่อนสันทนาการมีความหลากหลาย	4.13
ความง่ายต่อการขอวีซ่า/เอกสารในการเดินทาง	4.11
จำนวนร้านขายของที่ระลึกที่เพียงพอ	4.09
สถานที่พักสะอาดและสะดวกสบาย	4.07
กิจกรรมสันทนาการที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่าที่มากมาย	4.07
ประเภทของร้านอาหารมีความหลากหลาย	4.04
สถานที่พักตั้งอยู่ไม่ไกลจากสถานที่ท่องเที่ยว	4.02
ถนนหนทาง และสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวมีสภาพดี	3.91
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อผู้คนทุกเพศ ทุกวัย	3.89

ตารางที่ 4.19 ภาพลักษณ์ของของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา
จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ต่อ)

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย
ราคาที่พักมีความเหมาะสม	3.89
กิจกรรมสันทนาการมากมาย	3.87
ผู้คนพื้นเมืองไม่มีปัญหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว	3.84
รู้สึกปลอดภัยขณะที่กำลังท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	3.84
นักท่องเที่ยวสามารถหาศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวได้อย่างง่ายดาย	3.82
วัฒนธรรมพื้นเมืองและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ	3.81
ค่าโดยสารของรถรับจ้าง รถโดยสารมีราคาเหมาะสม	3.81
ร้านอาหารสะอาด	3.80
ความสะดวกสบายของการเดินทางโดยเครื่องบิน	3.80
ความรวดเร็วในการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว	3.80
อากาศสบาย	3.76
ภูเขา ป่าไม้และวนอุทยานในแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามและได้รับการดูแลอย่างดี	3.72
ระเบียบสุภาพการมีความยืดหยุ่นและง่ายต่อการเข้าใจ	3.71
พนักงานประจำโรงแรมและสถานที่พักมีประสิทธิภาพและสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี	3.71
รถรับจ้าง รถโดยสารให้บริการดีและมีความสะอาด	3.69
สนามบิน/สถานีขนส่งสะอาดและสะดวกสบาย	3.68
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีหลายประเภท	3.53
ระบบคมนาคมขนส่งมวลชน (เช่น รถรับจ้าง รถโดยสาร) ในแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ	3.52
วัฒนธรรมพื้นเมืองและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ	3.51
ตำรวจท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ และให้ความช่วยเหลือดี	3.50
นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม	3.44
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีราคาไม่แพง	3.42

ตารางที่ 4.19 ภาพลักษณ์ของของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา
จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ต่อ)

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อกิจกรรมกีฬา เช่น กีฬาอล์ฟ	3.36
วัดและสถานที่สำคัญทางศาสนาที่งดงาม	3.36
กิจกรรมช้อปปิ้งที่ดี	3.29
นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้สัมผัส เรียนรู้วิถีชีวิตของคนพื้นเมือง	3.25
สวนสนุกที่ดีเยี่ยม	3.22
สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีสำหรับการจัดประชุม	3.15
กิจกรรมบันเทิง สถานบันเทิงกลางคืนที่ดี	3.14
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อการจัดกิจกรรมการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเชิงรางวัล	3.12
เทศกาลและกิจกรรมที่น่าสนใจ	3.10
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีคุณภาพดี สวยงาม	3.09
สถานที่ท่องเที่ยวยังไม่ถูกทำลายและบุกรุกด้วยกิจกรรมของนักท่องเที่ยว	3.00
กิจกรรมช้อปปิ้งที่ดี	2.98
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมที่สวยงาม	2.84

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่านักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่ม (แสดงในตารางที่ 4.18 และ 4.19) เห็นพ้องกันว่า ภาพลักษณ์ของจังหวัดพังงาที่โดดเด่น คือ ทัศนียภาพที่สวยงาม เหมาะสมกับคนทุกเพศ ทุกวัย ผู้คนเป็นมิตร อาหารไทยรสชาติอร่อย เป็นเมืองท่องเที่ยวที่สงบและน่าพักผ่อน มีกิจกรรมทางทะเลที่หลากหลาย ล้อมรอบด้วยเกาะแก่งที่สวยงาม บรรยากาศ ธรรมชาติ สถานที่พักผ่อนและมีบรรยากาศดี และนักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยขณะที่เดินทางในจังหวัดพังงา

ในขณะที่ นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่แน่ใจหรือคลุมเครือต่อภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดพังงา จำนวน 25 ประการ (ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.65 –2.92) โดยเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมช้อปปิ้ง สวนสนุก กิจกรรมบันเทิงและสถานบันเทิงกลางคืน แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมที่สวยงาม นอกจากนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าจังหวัดพังงามีเทศกาลและ

กิจกรรมพิเศษที่น่าสนใจ มีกิจกรรมสันตนาการทางกีฬา มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีสำหรับการจัดประชุม ผลลัพธ์ของที่ระลึกมีคุณภาพดีและสวยงาม และมีศิลปะและการแสดงพื้นเมืองที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.99- 3.17)

นอกจากคุณลักษณะฯ ดังกล่าวข้างต้น ในสายตานักท่องเที่ยวชาวไทย ภาพลักษณ์ของผลลัพธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดพังงาที่ไม่โดดเด่นและมีผลทางเชิงลบ (ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.33- 3.44) ประกอบด้วย สวนสนุกที่ดี แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกิจกรรมกีฬา ความสะดวกในการเดินทางโดยเครื่องบิน สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการจัดประชุม สัมมนา ความสะอาดของสนามบิน/สถานีขนส่ง ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมพื้นเมืองที่น่าสนใจ ผลลัพธ์ของที่ระลึกที่มีคุณภาพและสวยงาม การคมนาคมขนส่ง ณ แหล่งท่องเที่ยวที่ดีและมีความเหมาะสม รวมทั้งการบริการอื่นๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว อาทิ ดำรวจท่องเที่ยว ราคาที่พักและความสะอาดของที่พัก และทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของพนักงานในโรงแรม เป็นต้น นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ไม่เห็นด้วยต่อภาพลักษณ์สภาพแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาไม่ถูกทำลายและถูกอนุรักษ์โดยกิจกรรมการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.20 บทสรุปภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของจังหวัดพังงา
จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ
สิ่งดึงดูดใจ	รสชาติอาหารไทยที่อร่อย ทัศนียภาพทางธรรมชาติที่สวยงาม ผู้คนในจังหวัดมีความเป็นมิตร ลักษณะทางกายภาพที่ล้อมรอบด้วยเกาะที่สวยงาม เมืองที่สงบ และสวยงาม มีชายหาดสวยงาม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อผู้คนทุกเพศ ทุกวัย
สถานที่พัก	มีสถานที่พักที่บรรยากาศดีและน่าพักผ่อน
การเดินทางและการคมนาคม	มีความปลอดภัยขณะที่กำลังท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา และพังงา
กิจกรรมสันทนาการ	กิจกรรมทางน้ำ/ทะเลที่สนุกสนานและหลากหลาย
สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	-

ตารางที่ 4.21 บทสรุปภาพลักษณ์ที่มีผลเชิงลบของจังหวัดพังงา
จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวต่างชาติ
สิ่งดึงดูดใจ	สวนสนุกที่ดี แหล่งช้อปปิ้งที่ดี แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และ สถาปัตยกรรมที่สวยงาม เทศกาลและกิจกรรมพิเศษที่น่าสนใจ ศิลปะและการแสดงพื้นเมืองที่น่าสนใจ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมพื้นเมืองที่ น่าสนใจ	แหล่งช้อปปิ้งที่ดี แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และสถาปัตยกรรมที่สวยงาม เทศกาลและกิจกรรมพิเศษที่น่าสนใจ ศิลปะและการแสดงพื้นเมืองที่น่าสนใจ แหล่งท่องเที่ยวไม่ถูกทำลายและถูก บุกรุกโดยกิจกรรมการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.21 บทสรุปภาพลักษณ์ที่มีผลเชิงลบของจังหวัดพังงา
จากมุมมองนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวต่างชาติ
สถานที่พัก	ราคาที่พักและความสะอาดของที่พัก ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของ พนักงานในโรงแรม	-
การเดินทาง และการ คมนาคม	ความสะดวกในการเดินทางโดยเครื่องบิน ความสะอาดของสนามบิน/สถานีขนส่ง การคมนาคมขนส่งที่ดีและเหมาะสม	-
กิจกรรมสันท นาการ	กิจกรรมช้อปปิ้ง กิจกรรมบันเทิงและสถานบันเทิงกลางคืน กิจกรรมสันทนาการทางกีฬา แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกิจกรรม กีฬา	กิจกรรมช้อปปิ้ง กิจกรรมบันเทิงและสถานบันเทิง กลางคืน กิจกรรมสันทนาการทางกีฬา
สิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆ	ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีคุณภาพและ สวยงาม การบริการอื่นๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว อาทิ ตำรวจท่องเที่ยว	
ผลิตภัณฑ์การ ท่องเที่ยวอื่นๆ	สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีสำหรับการจัด ประชุม	

ดังนั้น โดยสรุป ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาที่โดดเด่นและมีผลเชิงบวก ประกอบด้วย คุณลักษณะฯ ดังแสดงในตารางที่ 4.20 และในทางตรงกันข้าม ภาพลักษณ์ของจังหวัดพังงาที่ไม่โดดเด่นและมีผลด้านลบจากมุมมองของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นั้น มีหลายประการด้วยกัน ดังสรุปในตารางที่ 4.21

4.4 การสรุปผลการศึกษเปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต กระบี่และพังงา

ตารางที่ 4.22 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสิ่งดึงดูดใจ

สิ่งดึงดูดใจ	ค่าเฉลี่ย			ค่า F	P Value	Post hoc Test (Tukey)
	ภูเก็ต	กระบี่	พังงา			
ภูเขา ป่าไม้และวนอุทยานในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและได้รับการดูแลอย่างดี	3.443	3.571	3.818	7.066	0.001	ภูเก็ต < พังงา ($p \leq 0.001$)
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมที่สวยงาม	3.324	3.015	2.929	11.171	0.000	
ชายหาดที่มีความสวยงาม	4.272	4.302	4.120	1.836	0.160	
ทัศนียภาพทางธรรมชาติที่สวยงาม	4.285	4.530	4.376	7.158	0.001	กระบี่ < ภูเก็ต ($p \leq 0.001$)
วัดและสถานที่สำคัญทางศาสนาที่งดงาม	3.519	3.376	3.214	4.936	0.007	พังงา < ภูเก็ต ($p \leq 0.008$)
อากาศสบาย	3.737	3.697	3.762	0.206	0.814	
รสชาติอาหารไทยที่อร่อย	4.233	4.277	4.400	1.289	0.276	
กิจกรรมบันเทิง สถานบันเทิงกลางคืนที่ดี	3.849	3.307	2.790	60.877	0.000	พังงา < กระบี่ < ภูเก็ต ($p \leq 0.000$)
สวนสนุกที่ดีเยี่ยม	3.474	2.926	2.725	36.293	0.000	
รู้สึกปลอดภัยขณะที่กำลังท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	4.003	4.054	4.099	0.654	0.520	

ตารางที่ 4.22 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสิ่งดึงดูดใจ (ต่อ)

สิ่งดึงดูดใจ	ค่าเฉลี่ย			ค่า F	P Value	Post hoc Test (Tukey)
	ภูเก็ต	กระบี่	พังงา			
ผู้คนเป็นมิตร	4.090	4.307	4.277	4.265	0.014	ภูเก็ต < กระบี่ ($p \leq 0.018$)
วัฒนธรรมพื้นเมืองและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ	3.590	3.480	3.374	2.506	0.082	
เทศกาลและกิจกรรมที่น่าสนใจ	3.598	3.161	3.000	29.077	0.000	พังงา < ภูเก็ต ($p \leq 0.000$) กระบี่ < ภูเก็ต ($p \leq 0.000$)
ผู้คนพื้นเมืองไม่มีปัญหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว	3.423	3.718	3.800	7.617	0.001	ภูเก็ต < กระบี่ ($p \leq 0.005$) ภูเก็ต < พังงา ($p \leq 0.004$)
สถานที่ท่องเที่ยวยังไม่ถูกทำลายและบุกรุกด้วยกิจกรรมของนักท่องเที่ยว	2.916	3.035	3.381	7.395	0.001	
กิจกรรมช้อปปิ้งที่ดี	3.718	3.244	2.762	43.063	0.000	พังงา < กระบี่ < ภูเก็ต ($p \leq 0.000$)
นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้สัมผัส เรียนรู้วิถีชีวิตของคนพื้นเมือง	3.347	3.425	3.260	1.084	0.339	

ตารางที่ 4.22 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสิ่งดึงดูดใจ (ต่อ)

สิ่งดึงดูดใจ	ค่าเฉลี่ย			ค่า F	P Value	Post hoc Test (Tukey)
	ภูเก็ต	กระบี่	พังงา			
แหล่งท่องเที่ยวที่สงบและสวยงาม	3.586	3.985	4.158	18.352	0.000	ภูเก็ต < กระบี่ ($p \leq 0.000$) ภูเก็ต < พังงา ($p \leq 0.000$)
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อผู้คนทุกเพศ ทุกวัย	3.717	4.141	4.079	12.202	0.000	ภูเก็ต < กระบี่ ($p \leq 0.000$) ภูเก็ต < พังงา ($p \leq 0.005$)
ล้อมรอบด้วยเกาะแก่งที่สวยงาม	4.312	4.478	4.192	5.137	0.006	กระบี่ > พังงา ($p \leq 0.008$)
วัฒนธรรมพื้นเมืองและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ	3.628	3.376	3.173	12.293	0.000	พังงา < ภูเก็ต ($p \leq 0.000$) กระบี่ < ภูเก็ต ($p \leq 0.004$)

4.4.1 การศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

เมื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างทางสถิติของค่าเฉลี่ยในแต่ละคุณลักษณะ (AVOVA) โดยใช้จังหวัดเป็นตัวแปรอิสระ (Independent variables) ดังแสดงในตารางที่ 4.22 พบว่าคุณลักษณะฯ ของสิ่งดึงดูดใจหลายประการมีความแตกต่างสำคัญเชิงสถิติระดับ $p < 0.05$ ประกอบด้วย ความสวยงามของธรรมชาติ ความสวยงามของเกาะแก่ง ความสงบและสวยงามของเมือง ความสวยงามและสภาพที่ได้รับการดูแลของภูเขา ป่าไม้และวนอุทยาน กิจกรรมบันเทิงและสถานบันเทิงกลางคืน วัดและสถานที่สำคัญทางศาสนาที่งดงาม แหล่งช้อปปิ้งที่ดี สวนสนุกที่ดีเยี่ยม เทศกาลและกิจกรรมที่น่าสนใจ ศิลปะและการแสดงพื้นเมืองที่น่าสนใจ ความเป็นมิตรของผู้คน การสื่อสารระหว่างชาวบ้านและนักท่องเที่ยว และ แหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมต่อผู้คนทุกเพศ ทุกวัย

จากการเปรียบเทียบความแตกต่างของ Post-hoc (Tukey) พบว่าค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะฯ ดังกล่าวข้างต้นมีความแตกต่างระหว่างจังหวัด เช่น เมื่อเปรียบเทียบระหว่างจังหวัดกระบี่และจังหวัดพังงาพบว่าภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับความสวยงามของเกาะแก่งมีความแตกต่างกัน โดยค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะฯ ดังกล่าวของจังหวัดกระบี่และจังหวัดพังงามีค่าเท่ากับ 4.48 และ 4.19 ตามลำดับ

นอกจากนี้ พบว่าภาพลักษณ์ของทั้ง 3 จังหวัด ในคุณลักษณะความสงบและสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว มีความแตกต่างที่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่ภาพลักษณ์ของภูเก็ตในคุณลักษณะฯ ดังกล่าว มีความแตกต่างกับจังหวัดพังงาและกระบี่ และมีค่าเฉลี่ยของในภาพลักษณ์ดังกล่าวน้อยกว่าทั้ง 2 จังหวัด (ค่าเฉลี่ยของจังหวัดภูเก็ต = 3.586 ค่าเฉลี่ยของจังหวัดกระบี่ = 3.985 ค่าเฉลี่ยของจังหวัดพังงา = 4.158) นอกจากนี้ พบว่า ภูเก็ตมีความแตกต่างโดยมีนัยสำคัญทางสถิติและมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าจังหวัดพังงาและกระบี่ ในคุณลักษณะฯ ของแหล่งช้อปปิ้งที่ดี สวนสนุกที่ดีเยี่ยม เทศกาลและกิจกรรมที่น่าสนใจ ศิลปะและการแสดงพื้นเมืองที่น่าสนใจ การสื่อสารระหว่างชาวบ้านและนักท่องเที่ยว แต่พบว่าภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ตในแง่ของความเหมาะสมต่อผู้คนทุกเพศ ทุกวัยมีความแตกต่างทางสถิติและมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าทั้งจังหวัดกระบี่และจังหวัดพังงา แต่ในขณะที่กิจกรรมบันเทิงและสถานบันเทิงกลางคืนระหว่าง 3 จังหวัดมีความแตกต่างทางสถิติโดยที่

ค่าเฉลี่ยของจังหวัดพังงามีค่าต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับอีก 2 จังหวัด (ค่าเฉลี่ยของจังหวัดพังงา = 2.79 ค่าเฉลี่ยของจังหวัดกระบี่ = 3.3 ค่าเฉลี่ยของจังหวัดภูเก็ต = 3.85)

ในขณะที่ภาพลักษณ์ของความเป็นมิตรของผู้คนในภูเก็ตมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าค่าเฉลี่ยของจังหวัดกระบี่อยู่ 0.21 แต่ภาพลักษณ์ของความสวยงามของทัศนียภาพของจังหวัดภูเก็ตและกระบี่มีความแตกต่างกันทางสถิติ โดยที่ค่าเฉลี่ยของจังหวัดกระบี่ (4.53) สูงกว่าค่าเฉลี่ยของจังหวัดภูเก็ต (4.29)

ความสวยงามและสภาพที่ได้รับการดูแลของภูเขา ป่าไม้และวนอุทยานในจังหวัดพังงา และภูเก็ตมีความแตกต่างเช่นกัน ซึ่งค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะฯ ดังกล่าวของจังหวัดภูเก็ตมีค่าน้อยกว่าค่าเฉลี่ยของจังหวัดพังงา ภาพลักษณ์ของคุณลักษณะฯ อื่นที่จังหวัดภูเก็ตมีความแตกต่างกับจังหวัดพังงา คือ วัดและสถานที่สำคัญทางศาสนาที่งดงาม โดยที่ค่าเฉลี่ยของภูเก็ตมากกว่าค่าเฉลี่ยของพังงาเท่ากับ 0.3

ตารางที่ 4.23 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวการเดินทาง

การเดินทาง	ค่าเฉลี่ย			ค่า F	P Value	Post hoc Test (Tukey)
	ภูเก็ต	กระบี่	พังงา			
ความสะดวกสบายของการเดินทางโดยเครื่องบิน	4.16	4.015	3.337	25.16	0.000	พังงา < ภูเก็ต ($p \leq 0.000$) พังงา < กระบี่ ($p \leq 0.000$)
ความง่ายตายในการขอวีซ่า/เอกสารในการเดินทาง	3.887	3.883	3.602	4.089	0.017	พังงา < ภูเก็ต ($p \leq 0.018$) พังงา < กระบี่ ($p \leq 0.031$)
ระบบคมนาคมขนส่งมวลชน (เช่น รถรับจ้าง รถโดยสาร) ในแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ	3.452	3.492	3.354	0.727	0.484	
ระเบียบศุลกากรมีความยืดหยุ่นและง่ายต่อการเข้าใจ	3.641	3.728	3.418	4.239	0.015	พังงา < กระบี่ ($p \leq 0.011$)
ถนนหนทาง และสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวมีสภาพดี	3.218	3.622	3.747	16.754	0.000	ภูเก็ต < กระบี่ ($p \leq 0.000$) ภูเก็ต < พังงา ($p \leq 0.000$)
สนามบิน/สถานีขนส่งสะอาดและสะดวกสบาย	3.792	3.543	3.32	11.804	0.000	พังงา < ภูเก็ต ($p \leq 0.000$) กระบี่ < ภูเก็ต ($p \leq 0.007$)
รถรับจ้าง รถโดยสารให้บริการดีและมีความสะอาด	3.321	3.455	3.45	1.664	0.190	
ความรวดเร็วในการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว	3.542	3.797	3.68	4.933	0.008	ภูเก็ต < กระบี่ ($p \leq 0.005$)
ค่าโดยสารของรถรับจ้าง รถโดยสารมีราคาเหมาะสม	2.795	3.415	3.49	26.996	0.000	ภูเก็ต < กระบี่ ($p \leq 0.000$) ภูเก็ต < พังงา ($p \leq 0.000$)
รู้สึกปลอดภัยขณะที่กำลังท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	3.552	3.751	3.541	3.436	0.033	ภูเก็ต < กระบี่ ($p \leq 0.039$)

4.4.2 การศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การเดินทาง (Accessibility)

เมื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างทางสถิติของค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวการเดินทาง (ตารางที่ 4.23) พบว่ามีความแตกต่างสำคัญเชิงสถิติระดับ $p < 0.05$ ในคุณลักษณะฯ หลายประการ อาทิ การเดินทางโดยเครื่องบิน ความรู้สึกปลอดภัยขณะที่เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง ความรวดเร็วในการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว สภาพถนนหนทางและสาธารณูปโภค ความเหมาะสมของค่าโดยสารของรถรับจ้างและรถโดยสาร ความสะอาดและบริการของรถรับจ้างและรถโดยสาร ความสะอาดและสะดวกสบายของสนามบิน/สถานีขนส่ง การขอวีซ่า/เอกสารในการเดินทางเข้าสู่จังหวัดและประเทศ และความยืดหยุ่นและง่ายต่อการเข้าใจของระเบียบศุลกากร

จากการเปรียบเทียบความแตกต่างของ Post-hoc (Tukey) พบว่ามีความแตกต่างระหว่าง 3 จังหวัด ในหลายภาพลักษณ์ เช่น นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการเดินทางโดยเครื่องบินเข้าสู่จังหวัดพังงาแตกต่างกับจังหวัดภูเก็ตและกระบี่ ซึ่งค่าเฉลี่ยของจังหวัดพังงาน้อยกว่าทั้ง 2 จังหวัด (พังงา = 3.34 กระบี่=4.01 ภูเก็ต =4.16) นอกจากนี้ค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะฯ ของการขอวีซ่า/เอกสารในการเดินทางเข้าสู่จังหวัดพังงาแตกต่างอย่างมีความสำคัญทางสถิติและน้อยกว่าจังหวัดทั้ง 2 จังหวัด (พังงา = 3.6 กระบี่=3.88 ภูเก็ต=3.89) และภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับความยืดหยุ่นและง่ายต่อการเข้าใจของระเบียบศุลกากร พบว่าค่าเฉลี่ยของจังหวัดพังงามีความแตกต่างและน้อยกว่าจังหวัดกระบี่เท่ากับ 0.4

นอกจากนี้ ภูเก็ตมีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างและน้อยกว่าจังหวัดกระบี่ ในคุณลักษณะฯ ของความรู้สึกปลอดภัยขณะที่เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง (กระบี่=3.75 ภูเก็ต = 3.55) ความรวดเร็วในการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว (กระบี่=3.8 ภูเก็ต = 3.54) ในขณะที่ค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะฯ ของจังหวัดภูเก็ตมีความแตกต่างและน้อยกว่าทั้งจังหวัดพังงาและกระบี่หลายประการ เช่น สภาพถนนหนทางและสาธารณูปโภค (ภูเก็ต =3.22 พังงา = 3.75 กระบี่=3.62) ความเหมาะสมของค่าโดยสารของรถรับจ้างและรถโดยสาร (ภูเก็ต =2.79 พังงา = 3.49 กระบี่=3.41) แต่ภูเก็ตมีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างและสูงกว่าทั้ง 2 จังหวัดในด้านความสะอาดและสะดวกสบายของสนามบิน/สถานีขนส่ง (ภูเก็ต =3.79 พังงา = 3.32 กระบี่=3.54)

ตารางที่ 4.24 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวการบริการที่พัก

การบริการที่พัก	ค่าเฉลี่ย			ค่า F	ค่า P	Post-hoc test (Tukey)
	ภูเก็ต	กระบี่	พังงา			
สถานที่พักตั้งอยู่ไม่ไกลจากสถานที่ท่องเที่ยว	3.872	3.920	4.050	1.855	0.157	
สถานที่พักสะอาดและสะดวกสบาย	3.923	3.925	3.733	2.348	0.096	
ที่พักมีจำนวนที่เพียงพอ	4.236	4.130	3.990	3.421	0.033	พังงา < ภูเก็ต ($p \leq 0.030$)
สถานที่พักมีบรรยากาศดี น้ำพักอุ่น	4.027	4.245	4.178	4.842	0.008	ภูเก็ต < กระบี่ ($p \leq 0.007$)
สถานที่พักให้บริการดี	3.977	3.960	3.911	0.261	0.770	
พนักงานประจำโรงแรมและสถานที่พักมีประสิทธิภาพและสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี	3.782	3.905	3.554	5.697	0.004	พังงา < กระบี่ ($p \leq 0.002$)
ราคาที่พักมีความเหมาะสม	3.572	3.640	3.624	0.286	0.751	
ที่พักมีความหลากหลาย	4.365	4.320	3.911	12.425	0.000	พังงา < ภูเก็ต ($p \leq 0.000$) พังงา < กระบี่ ($p \leq 0.000$)

4.4.3 การศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การบริการที่พัก (Accommodation)

ดังแสดงในตารางที่ 4.24 พบว่า มีความแตกต่างสำคัญเชิงสถิติระดับ $p < 0.05$ ในค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวการบริการที่พัก ดังนี้ ความหลากหลายของสถานที่พัก ความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษของพนักงานประจำโรงแรมและสถานที่พักที่ดีและมีประสิทธิภาพ บรรยากาศที่ดีและน่าพักผ่อนของสถานที่พัก จำนวนห้องพักที่เพียงพอ ซึ่งในส่วนประเภทของที่พักมีความหลากหลาย พบว่า ค่าเฉลี่ยของจังหวัดพังงาแตกต่างและน้อยกว่าทั้ง 2 จังหวัด (พังงา = 3.91 กระบี่=4.32 ภูเก็ต =4.36) และในส่วนภาพลักษณ์ของคุณลักษณะ ฯ ประสิทธิภาพของพนักงานในโรงแรมในการสื่อสารภาษาอังกฤษของพนักงานประจำโรงแรมและสถานที่พักนั้น พบมีความแตกต่างโดยมีนัยทางสถิติระหว่างจังหวัดพังงาและจังหวัดกระบี่ ซึ่งจังหวัดพังงามีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าจังหวัดกระบี่ในคุณลักษณะฯ ดังกล่าว (พังงา = 3.55 กระบี่=3.90) นอกจากนี้ ค่าเฉลี่ยของจังหวัดภูเก็ตในส่วนของคุณลักษณะห้องพักมีค่าแตกต่างและสูงกว่าจังหวัดพังงา (พังงา = 3.99 ภูเก็ต =4.23) แต่ภาพลักษณ์ของคุณลักษณะฯ บรรยากาศที่ดีและน่าพักผ่อนของสถานที่พักนั้น พบมีความแตกต่างทางสถิติระหว่างจังหวัดกระบี่และจังหวัดภูเก็ต ซึ่งค่าเฉลี่ยของจังหวัดกระบี่สูงกว่าจังหวัดภูเก็ตเท่ากับ 0.3

4.4.4 การศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกิจกรรมสันทนาการ (Activity)

ตารางที่ 4.25 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกิจกรรมสันทนาการ

กิจกรรมสันทนาการ	ค่าเฉลี่ย			ค่า F	ค่า P	Post-hoc test (Tukey)
	ภูเก็ต	กระบี่	พังงา			
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อกิจกรรมกีฬา เช่น กีฬาออล์ฟ	3.694	2.903	3.000	56.135	0.000	กระบี่ < ภูเก็ต ($p \leq 0.000$) พังงา < ภูเก็ต ($p \leq 0.000$)
แหล่งข้อปิ้งที่ดี	3.635	3.244	2.670	42.763	0.000	พังงา < กระบี่ < ภูเก็ต ($p \leq 0.000$)
กิจกรรมสันทนาการที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่าที่มากมาย	3.498	3.685	3.810	5.305	0.005	พังงา < ภูเก็ต ($p \leq 0.009$)
กิจกรรมสันทนาการมากมาย	4.138	3.985	3.703	11.161	0.000	พังงา < ภูเก็ต ($p \leq 0.000$) พังงา < กระบี่ ($p \leq 0.012$)
กิจกรรมพักผ่อนสันทนาการมีความหลากหลาย	4.195	3.930	3.663	16.963	0.000	พังงา < ภูเก็ต ($p \leq 0.000$) พังงา < กระบี่ ($p \leq 0.024$) กระบี่ < ภูเก็ต ($p \leq 0.002$)
กิจกรรมทางทะเลมีความหลากหลาย	4.277	4.282	4.218	0.270	0.763	
นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม	3.456	3.387	3.170	3.857	0.022	พังงา < ภูเก็ต ($p \leq 0.016$)

เมื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างทางสถิติของภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกิจกรรมสันทนาการ (ตารางที่ 4.25) พบว่า มีความแตกต่างทางสถิติในคุณลักษณะฯ หลายประการ เช่น กิจกรรมสันทนาการที่มากมาย กิจกรรมสันทนาการที่เกี่ยวข้องกับการเดินป่า การเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม กิจกรรมข้อปิ้ง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนและสุขภาพ และความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวในการจัดกิจกรรมกีฬา

ภาพลักษณ์ของพังงาในส่วนของคุณลักษณะ ๙ กิจกรรมสันทนาการมากมาย พบว่ามีความแตกต่างทางสถิติ โดยมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าจังหวัดกระบี่และภูเก็ต แต่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า พังงามีกิจกรรมทางปามากกว่าจังหวัดภูเก็ต ในทางตรงกันข้าม ภาพลักษณ์ของภูเก็ตในส่วนของการช้อปปิ้ง (ภูเก็ต = 3.63 พังงา = 2.67 กระบี่ = 3.24) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนและสุขภาพ (ภูเก็ต = 4.19 พังงา = 3.66 กระบี่ = 3.93) และความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวต่อกิจกรรมกีฬา (ภูเก็ต = 3.69 พังงา = 3.00 กระบี่ = 2.90) มีความแตกต่างและมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าจังหวัดพังงาและกระบี่ นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ของภูเก็ตมีความแตกต่างและชัดเจนกว่าจังหวัดพังงาในส่วนของกรเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม (ภูเก็ต = 3.46 พังงา = 3.17)

4.4.5 การศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)

ตารางที่ 4.26 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสิ่งอำนวยความสะดวก

สิ่งอำนวยความสะดวก	ค่าเฉลี่ย			ค่า F	ค่า P	Post-hoc test (Tukey)
	ภูเก็ต	กระบี่	พังงา			
ร้านอาหารสะอาด	3.846	3.792	3.762	0.525	0.592	
นักท่องเที่ยวสามารถหาศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวได้อย่างง่ายดาย	3.724	3.735	3.673	0.146	0.864	
ตำรวจท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ และให้ความช่วยเหลือดี	3.493	3.395	3.309	1.843	0.159	
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีคุณภาพดี สวยงาม	3.458	3.375	3.099	5.786	0.003	
สิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวที่ดี	4.007	3.985	3.73	4.244	0.015	พังงา < ภูเก็ต ($p \leq 0.013$) พังงา < กระบี่ ($p \leq 0.036$)
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีราคาไม่แพง	3.145	3.235	3.228	0.574	0.563	

ตารางที่ 4.26 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสิ่งอำนวยความสะดวก (ต่อ)

สิ่งอำนวยความสะดวก	ค่าเฉลี่ย			ค่า F	ค่า P	Post-hoc test (Tukey)
	ภูเก็ต	กระบี่	พังงา			
จำนวนร้านขายของที่ระลึกที่เพียงพอ	4.246	4.03	3.644	18.452	0	พังงา < ภูเก็ต ($p \leq 0.000$) พังงา < กระบี่ ($p \leq 0.001$) กระบี่ < ภูเก็ต ($p \leq 0.018$)
ราคาอาหารเหมาะสม ค่ำค่า	3.443	3.542	3.703	2.25	0.106	
อาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย	4.256	3.975	3.98	8.997	0	กระบี่ < ภูเก็ต ($p \leq 0.000$) พังงา < ภูเก็ต ($p \leq 0.009$)
ร้านอาหาร ณ แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	4.209	4.163	3.861	6.533	0.002	พังงา < ภูเก็ต ($p \leq 0.001$) พังงา < กระบี่ ($p \leq 0.010$)
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีหลายประเภท	3.693	3.485	3.277	7.369	0.001	พังงา < ภูเก็ต ($p \leq 0.001$)

ดังแสดงในตารางที่ 4.26 พบว่ามีความแตกต่างที่มีนัยสำคัญทางสถิติในส่วนของภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสิ่งอำนวยความสะดวก ในคุณลักษณะฯ อาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย ความหลากหลายของประเภทร้านอาหาร ตั้งแต่ร้านอาหารหรู ร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด ร้านขายของที่ระลึกจำนวนมาก คุณภาพและความสวยงามของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ประเภทของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว

ภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต พบว่ามีความแตกต่างทางสถิติและมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่า จังหวัดพังงาและจังหวัดกระบี่ ในคุณลักษณะฯ อาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย (ภูเก็ต =4.26 พังงา = 3.975 กระบี่=3.98) และร้านขายของที่ระลึกจำนวนมาก (ภูเก็ต =4.24 พังงา = 3.64 กระบี่=4.03) นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ของภูเก็ตด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก มีความแตกต่างและสูงกว่าจังหวัดพังงา (ภูเก็ต =3.69 พังงา = 3.27)

ในส่วนของจังหวัดพังงา พบว่า ภาพลักษณ์ของคุณลักษณะประเภทของร้านอาหารใน จังหวัดภูเก็ต ตั้งแต่ร้านอาหารหรู ร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด (ภูเก็ต =4.21 พังงา = 3.86 กระบี่=4.16) คุณภาพและความสวยงามของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ภูเก็ต =3.46 พังงา = 3.1 กระบี่=3.37) และสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว (ภูเก็ต =4.006 พังงา = 3.73 กระบี่=3.98) แตกต่างและมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าจังหวัดภูเก็ตและกระบี่

4.4.6 การศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอื่นๆ

ตารางที่ 4.27 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอื่นๆ

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอื่นๆ	ค่าเฉลี่ย			ค่า F	ค่า P	Post-hoc test (Tukey)
	ภูเก็ต	กระบี่	พังงา			
แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อการจัดกิจกรรมการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเชิงรางวัล	3.648	3.421	3.198	8.631	0.00	พังงา < ภูเก็ต ($p \leq 0.000$) กระบี่ < ภูเก็ต ($p \leq 0.032$)
สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีสำหรับการจัดประชุม	3.604	3.432	3	16.403	0.00	พังงา < ภูเก็ต ($p \leq 0.000$) พังงา < กระบี่ ($p \leq 0.000$)

ในส่วนของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอื่นๆ (ตารางที่ 4.27) พบว่ามีความแตกต่างทางสถิติของคุณลักษณะฯ ความเหมาะสมต่อการจัดกิจกรรมการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเชิงรางวัล และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีสำหรับการจัดประชุม โดยที่ภาพลักษณ์ของภูเก็ตด้านความเหมาะสมต่อการจัดกิจกรรมการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเชิงรางวัลสูงกว่าทั้ง 2 จังหวัด (ภูเก็ต = 3.65 พังงา = 3.198 กระบี่ = 3.42) และภาพลักษณ์ของพังงาในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีสำหรับการจัดประชุมมีความแตกต่างและค่าเฉลี่ยน้อยกว่าจังหวัดภูเก็ตและกระบี่ (พังงา = 3.0 ภูเก็ต = 3.6 กระบี่ = 3.4)

4.5 สรุปผลการประชุมกลุ่มเจาะจง (Focus group discussion)

การประชุมกลุ่มเจาะจงกับเจ้าบ้านในบริเวณพื้นที่ 3 จังหวัด จัดขึ้นในระหว่างวันที่ 19-20 สิงหาคม 2547 ณ จังหวัดกระบี่และพังงา และในวันที่ 9 กันยายน 2547 ณ จังหวัดภูเก็ต ตามลำดับ โดยจุดประสงค์หลักในการจัดประชุมดังกล่าว เพื่อสอบถามเจ้าบ้านใน 2 ประเด็นหลักที่สำคัญ คือ

- เจ้าบ้านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัด
- อะไรคือ ปัญหา สาเหตุที่ก่อให้เกิดนักท่องเที่ยวมีมุมมองหรือภาพลักษณ์ในเชิงลบหรือไม่ตรงกับความเป็นจริง

ผู้วิจัยได้จำกัดคำนิยาม 'เจ้าบ้าน' คือ ผู้รับผิดชอบ ผู้บริหาร หรือบุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของทั้งสามจังหวัด โดยที่ใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกผู้เข้าร่วมการสนทนาดังนี้

- เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต กระบี่ พังงา
- กำลังทำงานในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่
- มีอายุในการทำงานในพื้นที่ 3 จังหวัดเป็นเวลอย่างน้อย 2 ปี
- มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ระบุไว้ในกรอบการวิจัยครั้งนี้
- กำลังดำรงตำแหน่งระดับรองผู้จัดการขององค์กรหรือเทียบเท่า เป็นอย่างน้อย

ดังเกณฑ์ข้างต้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการเชิญเจ้าบ้านในแต่ละจังหวัดตามรายชื่อในภาคผนวกที่ 8 และพบว่าเจ้าบ้านในจังหวัดพังงาและภูเก็ตให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี แต่ในจังหวัดกระบี่ มีผู้เข้าร่วมประชุมค่อนข้างน้อย เนื่องด้วยในช่วงเวลาดังกล่าว เจ้าบ้านหลายคน ติดภาระกิจไม่สามารถเข้าร่วมประชุมได้

4.5.1 ผลการประชุมกลุ่มเจาะจงของจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 4.28 สรุปภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต

ภาพลักษณ์ของคุณลักษณะ 5 อันดับแรก	ภาพลักษณ์ของคุณลักษณะ ที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด
● ประเภทของที่พักรมีความหลากหลาย ● ลักษณะทางกายภาพทางทะเลที่สวยงาม ● ล้อมรอบด้วยเกาะแก่งที่สวยงาม ● กิจกรรมทางทะเล ● ชายหาดมีความสวยงาม	● ราคาค่าโดยสาร ● สภาพแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ยังไม่ถูกทำลายและบุกรุกด้วยกิจกรรม ของนักท่องเที่ยว ● ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีราคาไม่แพง ● สภาพถนนหนทางที่ดี ● รถรับจ้าง รถโดยสารให้บริการดีและมีความสะอาด

เจ้าบ้านของจังหวัดภูเก็ตมีความคิดเห็นสอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อจังหวัดกระบี่ โดยเฉพาะคุณลักษณะ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรกและคุณลักษณะที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 5 อันดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.28

นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมประชุมได้ตั้งข้อสังเกตว่า ภาพลักษณ์ที่จังหวัดพังงาและจังหวัดกระบี่ไม่มีความโดดเด่น เช่น จังหวัดพังงาขาดแหล่งชอปปิง จังหวัดกระบี่ไม่มีสวนสนุก มิได้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของทั้งสองจังหวัด เพราะจุดดังกล่าวไม่ใช่จุดขายของทั้งสองจังหวัด แต่ในทางตรงกันข้าม ภาพลักษณ์ที่จังหวัดภูเก็ตมีค่าเฉลี่ยค่อนข้างน้อย อาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต เช่น ภาพลักษณ์ที่ราคาค่าโดยสารแพง สภาพแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังถูกทำลาย ราคาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ดังนั้น เจ้าบ้านในจังหวัดภูเก็ต เสนอให้มีการดำเนินการแก้ไขปัญหาโดยด่วน

ผู้เข้าร่วมประชุมอีกท่านหนึ่ง เสนอว่า ภาพลักษณ์ด้านลบที่ภูเก็ตกำลังประสบ เป็นสิ่งที่มักจะเกิดขึ้นเมื่อเกิดการพัฒนาขึ้น และ ปัญหาต่างๆ ย่อมหลีกเลี่ยงได้ยาก และสถานการณ์ที่จังหวัดพังงากำลังประสบนั้น มีส่วนคล้ายคลึงกับสภาพของจังหวัดภูเก็ตเมื่อ 20 ปีที่แล้ว ดังนั้น ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในสามจังหวัด ควรให้ความสำคัญกับการวางแผนที่ดี เพื่อป้องกันมิให้จังหวัดพังงาและกระบี่ประสบกับปัญหาดังเช่นที่จังหวัดภูเก็ตกำลังเผชิญอยู่

4.5.1.1 ภาพลักษณ์ของสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ของจังหวัดภูเก็ต

ผู้เข้าร่วมประชุมมีความคิดเห็นสอดคล้องกับภาพลักษณ์หลายด้านที่จังหวัดภูเก็ตมีความแตกต่างและโดดเด่นกว่าจังหวัดพังงาและจังหวัดกระบี่ ที่ประกอบด้วยแหล่งช้อปปิ้งที่ดี สวนสนุกที่ดีเยี่ยม เทศกาลและกิจกรรมที่น่าสนใจ ศิลปะและการแสดงพื้นเมืองที่น่าสนใจ วัดและสถานที่สำคัญทางศาสนาที่งดงาม การสื่อสารระหว่างชาวบ้านและนักท่องเที่ยว และกิจกรรมบันเทิงและสถานบันเทิงกลางคืน โดยที่ผู้เข้าร่วมประชุม ได้ตั้งข้อสังเกตว่า ความหลากหลายในทุกๆ ด้าน เป็นจุดเด่นและจุดขายของจังหวัดภูเก็ต

นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมประชุมเห็นด้วยต่อผลงานวิจัยที่ระบุว่าภาพลักษณ์ของความสงบและสวยงามของจังหวัดภูเก็ตดีกว่ากับจังหวัดพังงาและกระบี่ ซึ่งทำให้ในสายตานักท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ตอาจไม่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม เช่น กลุ่มผู้สูงอายุที่รักความสงบ หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นครอบครัว นอกจากนี้ผู้เข้าร่วมประชุม ได้ตั้งข้อสังเกตว่า สาเหตุที่ทำให้เป็นเช่นนี้ เนื่องจากการดูแลที่ไม่ทั่วถึงของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการขาดความรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม รวมทั้งปัญหาในการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

4.5.1.2 ภาพลักษณ์ของการเดินทาง (Accessibility) ของจังหวัดภูเก็ต

ผู้เข้าร่วมประชุมมีความคิดเห็นตรงกับผลงานวิจัยที่ระบุว่า ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวการเดินทางของจังหวัดภูเก็ตหลายประการดีกว่าจังหวัดกระบี่และจังหวัดพังงา ประกอบด้วย ความรู้สึกปลอดภัยขณะเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง (กระบี่=3.75 ภูเก็ต = 3.55) ความรวดเร็วในการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว (กระบี่=3.8 ภูเก็ต = 3.54) สภาพถนนหนทางและสาธารณูปโภค (ภูเก็ต =3.22 พังงา = 3.75 กระบี่=3.62) ความเหมาะสมของค่าโดยสาร

ของรถรับจ้างและรถโดยสาร (ภูเก็ต = 2.79 พังงา = 3.49 กระบี่ = 3.41) เจ้าบ้านได้ยอมรับว่า ปัญหาต่างๆ เหล่านี้ ล้วนเป็นปัญหาที่จังหวัดภูเก็ต กำลังประสบอยู่ทั้งสิ้น

ในด้านภาพลักษณ์ของความปลอดภัยในขณะที่เดินทางในจังหวัดภูเก็ตนั้น ผู้เข้าร่วมประชุมยอมรับว่าสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง เช่น ปัญหาการแย่งชิงนักท่องเที่ยว การพูดจาที่ไม่สุภาพของคนขับรถ ปัญหาการลักทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ทำร้ายร่างกายนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้เข้าร่วมประชุมได้ชี้แจงว่าปัญหาดังกล่าวเป็นผลสืบเนื่องจากพนักงานขับรถตึกบางคนโดยเฉพาะผู้ที่เช่ารถจากผู้ประกอบการ ขาดความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ความเชี่ยวชาญในเส้นทางเนื่องจากมิได้เป็นชาวภูเก็ต ไม่มีใบอนุญาตขับรถโดยสารประจำทาง ขาดการดูแลตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่ตำรวจ และมุ่งเน้นในการสร้างรายได้มากเกินไป ดังบทสนทนาต่อไปนี้

ผู้เข้าร่วมประชุม: ปัญหาอยู่ว่าตึกๆเนี่ยข่มขืนนักท่องเที่ยว ทำร้ายร่างกายนักท่องเที่ยว พนักงานท่องเที่ยวไปทำอนาจาร ปรากฏว่า3คดีที่เกิดขึ้นจับได้แค่1คดี อีก2คดีจับไม่ได้ เพราะว่ามันมีปัญหาว่าตึกๆพวกนี้เนี่ยมันปล่อยเช่า เจ้าของตึกๆเองเนี่ย ถ้าเค้าทำเองเนี่ย เท่าที่ผมรู้จักผมอยู่ป่าตองมาก็15ปี อย่างน้อยที่อยู่ที่ป่าตองก็คลุกกับพวกตึกๆเนี่ยเยอะมาก แต่ก่อนรู้จักเกือบทุกคนถ้าพูดได้เลย คนที่เป็นเจ้าของเองเนี่ยไม่มีปัญหา ปัญหาคือเจ้าของจะขับเช่า ส่วนบ้ายแล้วแต่เค้าจะทำแบบไหน พวกที่มาเช่าเนี่ยคือใครก็ได้ เป็นคนจังหวัดอะไรก็ได้ ทำอะไรก็ได้ ใบขับขี่ขนส่งก็ไม่มี ใบขับขี่รับจ้างก็ไม่มีแล้วก็มี..... วันนั้นผมไปเสนอที่ผู้ว่าCEOไปเสนอบอกว่า ตำรวจไปตั้งด่านตรวจมอเตอร์ไซด์ ไปตั้งด่านตรวจเข้มขัด ตั้งด่านตรวจหมวกกันน็อค ไม่เคยเห็นตรวจตึกๆแม้แต่ครั้งเดียวอย่างน้อยที่ผมบอกว่ามีเรื่องทำร้ายกับนักท่องเที่ยว ตีหัวนักท่องเที่ยว ทะเลาะกับนักท่องเที่ยว ไม่เข้าใจกันอะไรพวกนี้ซึ่งมีปัญหากันมาตลอด ซึ่งพวกเนี่ยจะเอาเปรียบนักท่องเที่ยวที่บอกว่า 100บาท ไปต่งนี้100บาทแต่พอถึงเวลาจริงๆก็คนละ100 คนละ100บาทเป็น400บาททั้งที่ควรจะได้แค่100เดียว เดียวนี้ที่ป่าตองไปสวนสัตว์200เนี่ยนะฮะ เค้าบอกว่าสวนสัตว์ ภูเก็ตเก็บฝรั่งเท่าไร คนละ200กว่าบาท ซึ่งเค้าบอกว่าไม่เป็นไร ไม่เป็นไรOK เพราะฉะนั้นตรงเนี่ยคือตรงเนี่ยที่บอกว่าผู้โดยสารแพง

พยายามจุดกระชากลากถูเพราะมันมีattractอย่างอื่นที่ อย่างที่บอกอะ
ครบตรงนี้เป็นปัญหาตัวนี้

ด้านภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าการเดินทางในจังหวัดภูเก็ต ไม่รวดเร็วเท่าที่ควร เมื่อเปรียบเทียบกับการเดินทางในจังหวัดพังงาและจังหวัดกระบี่ ผู้เข้าร่วมประชุมให้เหตุผลว่า อาจมีผลสืบเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตตั้งอยู่ห่างไกลกัน เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดกระบี่และจังหวัดพังงา ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวหลัก อยู่ไม่ไกลกันมากนัก ทำให้ใช้เวลาในการเดินทางน้อยกว่า และนอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่พักผ่อนอยู่ในบริเวณเขาหลัก จังหวัดพังงา มักใช้เวลาส่วนใหญ่พักผ่อนอยู่ในโรงแรมและเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกใช้เวลาในการเดินทางไม่มากนัก และนอกจากนี้ การจราจรในจังหวัดภูเก็ตซึ่งหนาแน่นกว่าทั้งสองจังหวัด อาจเป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกใช้เวลาในการเดินทางในจังหวัดภูเก็ต

ด้านราคาค่ารถโดยสารประจำทางในจังหวัดภูเก็ตที่นักท่องเที่ยวเห็นว่ามีราคาค่อนข้างแพงนั้น ผู้เข้าร่วมประชุมมีความคิดเห็นตรงกัน เช่น ราคาค่าโดยสารรถแท็กซี่มีเตอร์ที่มีราคาแพงและผู้ขับรถแท็กซี่ไม่สนใจที่จะให้บริการในเขตเมืองภูเก็ต เนื่องจากรายได้ที่ต่ำกว่าค่าบริการที่รถตุ๊กตุ๊กได้และเมื่อเปรียบเทียบกับค่าบริการที่บริเวณสนามบินที่สามารถตั้งราคาได้ โดยไม่ต้องอิงกับระยะทางที่ระบุตามมิเตอร์ และปัญหาผู้มีสิทธิพลตามบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหลักซึ่งบังคับมิให้รถแท็กซี่ให้บริการในจุดต่างๆ ดังบทสนทนาต่อไปนี้

ผู้เข้าร่วมประชุม 1: เรามีปัญหาอยู่ปัญหานี้ซึ่งผมเคยเข้าประชุมเรื่องนี้ เค้แก้ปัญหาโดยเค้เอาออกtaxi meterเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือก แล้วtaxiที่ออกมาเป็นtaxi meter แต่ผู้โดยสารจ่ายราคาไม่ใช่meter แล้วเดี๋ยวนี้taxi 90%จอดสนามบินนะ ไม่มีวนในเมือง ไม่มีจอดในเมืองแล้วเดี๋ยวนี้ไปสนามบิน

นักวิจัย: แล้วเกิดขึ้นอะไรระหว่างทางล่ะคะ ถึงทำให้สิ่งที่เราหวังมันไม่เกิดขึ้น ว่าทำไมtaxi meterถึงไม่เปิดmeter มันอยู่ที่ไหนล่ะคะปัญหา

ผู้เข้าร่วมประชุม 1: ปัญหามันอยู่ที่คนอีกจาดาร้อน นี่เรื่องจริงนะ เพราะtaxi meter 3กม.แรก 45บาท กม.ถัดไปกม.ละ7บาทๆๆ แต่ว่าถ้าเรียกตุ๊กๆ 1คันไปไหนได้100

บาท ขึ้นเลย ทั้งที่ 3 กม.เหมือนกัน ใช้น้ำมันได้ 45 แต่ใช้นี้ได้ 100 นิ่ง ใช้นี้ติดแอร์อย่างดีแต่ได้น้อยมาก ตึกๆ ไม่มีแอร์ ขับรถพูดไม่รู้เรื่อง โวยวายแต่ได้ 100 นิ่ง ในระยะทางที่เท่ากัน เค้าเกิดอิจฉาว่าเราก็เรียกได้ไง เค้าติดแอร์ เค้าเรียกเท่าตึกๆ โดยไม่ใช้ meter แต่ว่าขออนุญาตในนาม taxi meter แต่ไม่ใช้ เพราะว่าถือว่ารายได้น้อยกว่าเยอะ คือเค้าเจตนาที่จะให้ยุบตึกๆ ให้ตึกๆ มี meter เค้าจะทำอย่างนั้นหมดเลยแต่ปรากฏว่าถึงเวลาโดนล้างท่อ พอไปยินยอมให้กับตึกๆ taxi ก็โวยวาย meter โวยวาย ้วย! สนามบินค่าโดยสารแค่ 180 บาทเอง ผู้ว่าก็ทำหนังสือถึงกรมการขนส่งทางบกขอเพิ่มค่า taxi เพิ่มอีก 80 บาท พอเห็นรายได้ดีขึ้นมากก็ไปจอดสนามบินหมดเลย

ผู้เข้าร่วมประชุม 2: มันอาจจะบวกรื่องของ พูดตรงๆ ก็คือมาเพียตามหาดต่างๆ รีเปล่าที่ meter ก็ไปรับไม่ได้ ลำบาก.... แต่ว่าสถานการณ์บังคับเค้ารีเปล่าว่าไม่ไหนไม่ได้..... นะเลยต้องไปจอดสนามบิน ถ้าอยู่ในเมืองไปไหนก็ไม่เกิน 45 บาท เพราะไปไหนก็ไม่เกิน 3 กม. อะ ไปตามหาดก็โดนเพื่อนเค้าทุบหัว เอา ไปแถวลากูน่าก็ไม่ให้เข้ารับแขกมันก็มีอยู่นะ

นอกจากนี้ เจ้าบ้านเห็นด้วยว่าเป็นปัญหาอื่นๆ ที่จังหวัดภูเก็ตกำลังประสบอยู่ มีหลายประการ อาทิ สภาพถนนหนทางและสาธารณูปโภค การขาดระบบขนส่งมวลชนที่ดี ปัญหาด้านการสื่อสารในภาษาอังกฤษของพนักงานขับรถโดยสารประจำทาง และความไม่เพียงพอของรถโดยสารประจำทางในจังหวัดภูเก็ต เป็นต้น

4.5.1.3 ภาพลักษณ์ของการบริการที่พัก (Accommodation) ของจังหวัดภูเก็ต

ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของสถานที่พัก เจ้าบ้านเห็นด้วยกับผลวิจัยที่ระบุว่าจังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์โดดเด่นในด้านความหลากหลายและจำนวนห้องพักที่เพียงพอ แต่เจ้าบ้านบางคนแย้งว่าในฤดูกาลท่องเที่ยว ราคาห้องพักในจังหวัดภูเก็ตมีราคาค่อนข้างสูงและจำนวนห้องพักอาจไม่เพียงพอกับความต้องการ ทำให้ในสายตาของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดภูเก็ตมีความเหมาะสมกับกลุ่มตลาดที่มีรายได้สูงหรือกลุ่ม High End

4.5.1.4 ภาพลักษณ์ของกิจกรรมสันทนาการ (Activity) ของจังหวัดภูเก็ต

เจ้าบ้านในจังหวัดภูเก็ตมีความคิดสอดคล้องกับผลวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าจังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์เชิงบวกที่ระบุว่าจังหวัดภูเก็ตมีความหลากหลายในด้านผลิตภัณฑ์กิจกรรมสันทนาการ เช่น กิจกรรมสันทนาการด้านการเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม กิจกรรมช้อปปิ้ง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนและสุขภาพ และมีความเหมาะสมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา แต่เจ้าบ้านเสนอว่า จังหวัดภูเก็ตควรพัฒนากิจกรรมสันทนาการมากขึ้น โดยเฉพาะกิจกรรมสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงรางวัล (Incentive travel) เช่น กิจกรรมเสริมการทำงานเป็นกลุ่ม (Teambuilding) กิจกรรมกีฬาที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าว ซึ่งขณะนี้จังหวัดกระบี่กำลังพัฒนาศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงรางวัลและเป็นที่สนใจมากขึ้นในสายตาของบริษัทนำเที่ยวดังกล่าว

เจ้าบ้านเพิ่มเติมว่าจังหวัดภูเก็ตควรพัฒนากิจกรรมสันทนาการเชิงการเยี่ยมชมสถานที่ประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมอย่างจริงจัง เพราะจังหวัดภูเก็ตมีสถาปัตยกรรมตึกเก่าแบบชิโนโปรตุกีสที่สวยงาม ซึ่งในขณะนี้ยังไม่มีการพัฒนาและประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง โดยที่มีบริษัทนำเที่ยวบางบริษัทเท่านั้นที่ได้ดำเนินการการท่องเที่ยวดังกล่าว แต่ยังไม่เป็นที่แพร่หลายในหมู่นักท่องเที่ยวมากนัก ดังนั้น เจ้าบ้านเสนอให้มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมสันทนาการดังกล่าว รวมทั้งจัดทำเอกสารภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพื่อแจกจ่ายให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งขณะนี้ เทศบาลนครภูเก็ตได้ดำเนินการไปแล้ว แต่ยังมีได้แจกจ่ายให้เป็นที่แพร่หลาย แต่เจ้าบ้านอีกคนซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในจังหวัดภูเก็ต ชี้แจงว่าปัญหาในการจัดกิจกรรมสันทนาการด้านดังกล่าว นั้น เป็นประเด็นที่ทางหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดได้พูดคุยมานาน แต่สาเหตุที่ยังไม่มีการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมนั้น เป็นผลมาจากสาเหตุหลายประการดังบทสนทนาข้างล่าง ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ เช่น การขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญที่สามารถบูรณะตึกโบราณ ค่าแรงในการบูรณะที่ค่อนข้างแพง การจราจรในบริเวณย่านตึกโบราณที่ค่อนข้างหนาแน่นไม่สะดวกต่อการจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ การจัดเส้นทางเดินเยี่ยมชมที่เป็นไปได้ยาก และการขาดแคลนมัคคุเทศก์ที่มีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ทางประวัติศาสตร์พื้นเมืองของจังหวัดภูเก็ต

ผู้เข้าร่วมประชุม:

ขออนุญาตเรื่องประเด็นนี้ด้วย พอตีผมทำอยู่มานานพอควรนะนะ
หลายท่านอาจจะไม่ทราบ มันมีอุปสรรคเยอะไม่ใช่บ่อยนะฮะ ประการ
แรกเรื่องชิโนโปรตุกีสเนี่ย มันมีอยู่เส้นเดียวคือถ.กลางนะครับ ถ.กลาง
ความจริงแล้วเราต้องการให้มี ห่วงาก็ก็ดี อนุรักษ์ คราวนี้ มันมีปัญหา
ค่อนข้างมาก ประการแรก ช่าง ก่อน ช่างที่จะมาปั้นปูน หรือกระเบื้องที่
โบราณแล้วที่เป็นกากกล้วย เดียวนี้ก็ไม่มีขาย การที่จะให้เจ้าของบ้าน
เค้าเนี่ยบำรุงรักษา แต่วสดุไม่มีให้เค้า เค้าก็ทำไม่ได้ แล้วเค้าจะหา
กระเบื้องนี้ได้ที่ไหน 2. เวลาจะปั้นปูนสมัยนี้เนี่ย หาช่างปั้นปูนที่จะมาปั้น
แบบเนี่ยะไม่มี ส่วนมากก็เป็นฉาก เป็นเหลี่ยม เป็นอะไรมากกว่าที่จะ
มาปั้นพวกที่เสียเวลา ถ้าจะให้เค้าปั้นก็ต้องให้ค่าแรงเค้าเพิ่มเป็นหลาย
เท่า เพราะงานแค่น้อยลง ประการถัดมาก็คือ เจ้าของตึกแถวเนี่ยเนี่ย
การที่จะเปิดให้ห่วงงาก็ก็ต้องมีปัญหาเรื่องมอเตอร์ไซด์เนี่ย พนักงานเค้า
จะจอดที่ไหน รถเค้าจะจอดอย่างไร การค้าของเค้าที่เคยรูล้ำมาแล้วจะ
ถอยอย่างไร ตรงนี้มันมีของมันเยอะทีเดียว ถัดมาในเรื่องที่ว่า ทวีร์ประวัติ
ศาสตร์มันไม่แรงไอนะครับ แต่เค้าก็พยายามทำกันมาก บ้านคุณประชา
ก็เปิดเข้าไปดู บ้านคุณสิทธิก็ดี หรือว่า ที่เราทำมาสำเร็จ ก็คือ ศาลเจ้า
แสงธรรม ซึ่งรกร้างไป 30-40 ปีที่แล้ว เราได้ทำจนกระทั่งศาลเจ้ารกร้าง
ซึ่งอายุเกือบ 100 ปีเนี่ยค่อนข้างจะสวยงาม บนคานก็ยังมียูปลักษณ์ ผงักก็
มีรูปวาดโบราณนะฮะ ตรงนี้มีเพียงแต่ว่า แต่ก่อนนี้ถูกปิดตาย เมื่อเราไป
ฟื้นฟูก็มีตรอกเดินเข้าไปได้ ตรงนี้ก็ถือว่าเป็นจุดหนึ่ง แต่ว่าการเดิน tour
เนี่ยค่อนข้างยาก เพราะต้องเดินเข้าไปทางพังงา ถัดมาก็คือ จราจร
เพราะเดี๋ยวนี้ทวีร์เนี่ยจะชอบมาในเมือง เรื่องใหญ่ ยิ่งถ้าบอกว่ามาเป็น
group เล็กเลย ไม่รู้จะจอดรถที่ไหน มันต้องมีที่จอดรถให้เค้า ถ้าคุณจอด
กลางถนนเพื่อให้คนลงเดินถ.กลางเนี่ย ผมว่าโดนด่ากันทั้งเมืองแน่นอน
เพราะฉะนั้นในเรื่องของอุปสรรคการทำทวีร์ประวัติศาสตร์ในเขตเมือง
ค่อนข้างมีมาก เว้นแต่จะทำ routing ให้รถมีที่จอดแล้วเป็นรถขนาดเล็ก
จอดได้ มีที่จอด แล้วให้เค้าเดินทวีร์ไล่ตั้งแต่ พุดจิงๆแล้วถ้าทำสำเร็จ
ในเรื่องของสถานที่ตำรวจพรหมเทพ ถ้าเราเอาสถานที่ตำรวจตรงนี้
เนี่ยทำโบราณหมด แม้แต่ตำรวจก็ใส่ชุดตำรวจนะครับ คือเป็นจุดเริ่มต้น

ให้เห็นว่าเราอนุรักษ์ตั้งแต่ตรงนี้ สถานีดำรงจโบราณได้เดินมาจนถึงถ. กลาง มาดูถึงปูนปั้นทั้งหลายแหล่ ไปถึงศาลเจ้าแสงธรรม เดินทะลุไปถึง ทางด้านบ้านคุณประชา มันก็จะเป็น routing ที่สมบูรณ์ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น มันก็ต้องวาง concept ให้ได้ก่อนแล้วก็พัฒนาตามนี้ เรื่องงบประมาณ มันไม่น่าจะมีปัญหา แต่ปัญหามันมีรายละเอียด ที่เป็นอุปสรรคค่อนข้าง มากนะฮะ ส่วนเรื่องประวัติศาสตร์เขตกลางเนี่ย ก็ถือว่า เนื่องจากเรามี พื้นที่ว่างเปล่าทางประวัติศาสตร์เยอะ แต่ว่าไม่ได้รับการสนใจหรือเหลียว แลเพราะว่าแต่ก่อนส่วนกลางเนี่ย...ถือว่าเป็นเรื่องราวของประวัติศาสตร์ ท้องถิ่น ก็ต้องให้ท้องถิ่นยอมรับกันเองก่อน เค้าไม่สามารถมาก้าวล่วง ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นได้ ไซ้ใหม่ฮะ ฉะนั้นเรื่องของกาพื้นที่แห่งท้อง เทียวทางประวัติศาสตร์ ตอนนี้เนี่ยถือว่าเป็นอีก agenda หนึ่งที่ต้องหยิบ ยกมา แต่สุดท้ายก็คือเรื่องคน เรื่องของมัคคุเทศก์ เพราะว่ามัคคุเทศก์ ของภูเก็ต ถ้าบอกว่าจะให้ทำทัวร์ประวัติศาสตร์ หาได้น้อยราย เพราะ ว่าต้องใช้ภาษามาก ต้องมีความรู้ ต้องค้นคว้า กับทำทัวร์ปกติเนี่ย การที่ ทำทัวร์ทางทะเล ทำทัวร์ทางธรรมชาติเนี่ย มันไม่จำเป็นต้องบรรยายมาก แต่ถ้าจะต้องทำทัวร์ประวัติศาสตร์ จะต้องใช้ความสามารถเฉพาะตัวสูง ต้องมีความรู้ ข้อมูลมาก ภาษาก็ต้องดี นี่คืออุปสรรคหลายอย่างในการ ทำทัวร์ประวัติศาสตร์ แต่ก็ถือว่ามันเป็นเรื่องคุณภาพอย่างหนึ่งของการ ท่องเที่ยวที่ควรจะต้องมี ก็ต้องใช้เวลาผลักดันกัน

นักวิจัย:

ถ้าเกิดว่าเราทำให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของทุกคน ไม่ เฉพาะที่จะต้องซื้อทัวร์เท่านั้น ทำได้ไหมคะ อย่างเช่นให้เค้าเดินดูเองแต่ เจ้าบ้านเสนอว่า จังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพในการพัฒนากิจกรรมสันทนา การด้านการเยี่ยมชมสถานที่ประวัติศาสตร์ และทุกภาคีควรให้ความสนใจและร่วมมือกันพัฒนาในด้านต่างๆ อาทิ จัดทำเอกสารแผ่นพับ การ วางแผนเส้นทางการเยี่ยมชมที่ชัดเจนและน่าสนใจ รวมทั้งเปิดโอกาสให้ คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม เช่น จัดฝึกอบรมการเป็นมัคคุเทศก์ให้แก่ผู้สูงวัย ในท้องถิ่นที่สนใจ เนื่องจากกลุ่มคนดังกล่าวมีความรู้และประสบการณ์ที่ สามารถถ่ายทอดให้แก่นักท่องเที่ยวได้ ดังเช่นบทสนทนาต่อไปนี้

ผู้เข้าร่วมประชุม: คือทำได้ แต่ว่าต้องพร้อม product เราต้องมี อย่างที่ผมเรียนว่า อย่างสถานีตำรวจโบราณ ไหลมาถึงถ.กลาง ถ้าเรามีหอออกที่ดี มีการตกแต่งแล้วมันน่าชม ไล่ไปถึงคือเราทำ map แผนที่ให้เค้าเดินได้ ก็คือการท่องเที่ยวที่ individual ที่ไม่ต้องมาด้วยบริษัททัวร์ แต่เรามีแผนพับแล้วแสดงให้เห็นว่า เค้าจะได้ routing เนี่ย เป็นท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เนี่ยก็เดินไปได้ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น product เราต้องพร้อม เราต้องทำตรึงก่อน ถ้าบอกให้เค้าไปตอนนี้เนี่ย เค้าก็ไม่เห็นอะไรเท่าไร เค้าก็เห็นว่าไปแล้วก็ไม่มีความประโยชน์อะไร เสียเวลา ผมว่าผมยังชมบางเมืองที่เคยไปนะ สะแหล่งประวัติศาสตร์เนี่ยเค้าให้คนแก่พาเดินนะ โดยคนแก่เนี่ยเค้าอยู่กับประวัติศาสตร์มา เพราะฉะนั้นเค้าก็จะอธิบาย คนแก่เค้าจะทำเวอร์เลยว่า วันนี้ช่วง 10 โมงเช้า คนนี้มาเวอร์ บ่าย 2 ก็อีกคนนึงมาอยู่เวอร์นะ สะ แล้วรายได้จากทัวร์เนี่ย คนแก่เค้าก็ได้ไปเลย ก็จะทำให้คนแก่ของท้องถิ่นมารักท้องถิ่นแล้วก็พยายามจะให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว แต่มันก็มีปัญหาอีกของเค้าคือเรื่องของภาษา เมืองน่ารักๆแบบนี้มีเยอะในโลก คือเป็นเมืองเล็กๆ เอาคนแก่มาใช้ทั้ง...เอาเค้ามาทำเค้าก็ภูมิใจถึงอดีตของตัวเอง ประวัติศาสตร์ของเมืองของตัวเอง พาเดินเที่ยวมีรายได้ก็ต่างหาก

4.5.1.5 ภาพลักษณ์ของสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการต่างๆ (Amenity) ของจังหวัดภูเก็ต

ถึงแม้ว่าเจ้าบ้านเห็นด้วยกับภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ตด้านผลิตภัณฑ์สิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการต่างๆ ที่โดดเด่นกว่าจังหวัดพังงาและกระบี่ในหลายๆ ด้าน เช่น อาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย ประเภทของร้านอาหารในจังหวัดภูเก็ต ตั้งแต่ร้านอาหารหรู ร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด ร้านขายของที่ระลึกจำนวนมาก คุณภาพและความสวยงามของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ประเภทของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว นั้น แต่เจ้าบ้านแย้งว่าจังหวัดภูเก็ตควรพัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ในหลายด้าน อาทิ ห้องน้ำสาธารณะตามแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เพียงพอและขาดการดูแลรักษา ติดตั้งโทรศัพท์วงจรปิดตามแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น เจ้าหน้าที่ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่ประสบภัย รวมไปถึงบอกทางที่ชัดเจนและสับสนที่ระบุระยะทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว

เที่ยวต่างๆ และมีใช้ศัพท์หรือคำอธิบายที่ชัดเจน เช่น ควรใช้คำว่า Beach แทนที่คำว่า Hadd เพื่อมิให้เกิดความสับสนในหมู่นักท่องเที่ยว

4.5.1.6 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอื่นๆ

ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านการจัดการประชุม สัมมนา นิทรรศการและการท่องเที่ยวเชิงรางวัลนั้น (MICE) เจ้าบ้านมีความคิดเห็นสอดคล้องกับผลวิจัยที่ระบุว่าจังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์ในด้านความพร้อมและความเหมาะสมต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตแตกต่างและโดดเด่นกว่าจังหวัดพังงาและจังหวัดกระบี่ ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นจริงที่ภูเก็ตมีโรงแรม สถานที่จัดประชุมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียบพร้อมกว่าทั้งสองจังหวัด

แต่ในขณะนี้ จังหวัดภูเก็ตกำลังเผชิญกับปัญหาหลายประการ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวดังกล่าว เช่น ความล่าช้าของการก่อสร้างศูนย์การประชุมนานาชาติซึ่งยังมีความขัดแย้งเรื่องสถานที่ตั้ง การขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้และเชี่ยวชาญในการจัดกิจกรรมสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงรางวัล (Incentive Travel) การสูญเสียตลาดดังกล่าวให้แก่จังหวัดกระบี่ และการขาดแคลนข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว MICE

4.5.2 ผลการประชุมกลุ่มเจาะจงของจังหวัดกระบี่

ตารางที่ 4.29 สรุปภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่

ภาพลักษณ์ของคุณลักษณะฯ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	ภาพลักษณ์ของคุณลักษณะฯ ที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด
● กระบี่มีทัศนียภาพทางธรรมชาติที่สวยงาม ● ล้อมรอบด้วยเกาะที่สวยงาม ● มีสถานที่พักหลากหลาย ● ผู้คนในจังหวัดกระบี่มีความเป็นมิตร ● กระบี่มีหาดทะเลสวยงาม	● นักท่องเที่ยวสามารถสนุกสนานกับกิจกรรมกีฬา ● กระบี่มีสวนสนุกที่ดี ● มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมที่สวยงาม ● สภาพแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ยังไม่ถูกทำลายและถูกรุกด้วยกิจกรรมของนักท่องเที่ยว ● มีเทศกาลและกิจกรรมพิเศษที่น่าสนใจ

จากการประชุม เจ้าบ้านของจังหวัดกระบี่มีความคิดเห็นสอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อจังหวัดกระบี่ โดยเฉพาะคุณลักษณะฯ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรกและคุณลักษณะที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 5 อันดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.29

4.5.2.1 ภาพลักษณ์ของสิ่งดึงดูดใจของจังหวัดกระบี่

ในส่วนของภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งดึงดูดใจ (Tourist Attractions) พบว่าเจ้าบ้านมีพอใจและเห็นด้วยกับผลวิจัยที่ระบุว่ากระบี่มีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นในแง่ของความสวยงามของทัศนียภาพที่สวยงามและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สงบและน่าพักผ่อน ซึ่งเจ้าบ้านยังเสริมว่าจุดดังกล่าวเป็นจุดเด่นที่สำคัญของจังหวัดกระบี่ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังจังหวัดกระบี่ โดยเฉพาะสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ เช่น ทะเล อ่าวนาง หาดไร่เลย์ เกาะลันตา ซึ่งมีความงดงามและ

สามารถคงสภาพทางธรรมชาติได้เป็นอย่างดี และเจ้าบ้านเน้นว่า จังหวัดกระบี่ได้มุ่งเน้นที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เงียบสงบและรักษาสภาพความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยเฉพาะทะเล เกาะแก่งและหาดทราย ซึ่งในขณะนี้ ทางจังหวัดได้จัดทำแผนพัฒนาและวางนโยบายที่เกี่ยวข้องไปแล้ว ดังที่ผู้เข้าร่วมประชุม กล่าวว่า

ผู้เข้าร่วมประชุม: ถูกใจ แต่ว่าข้อที่หนึ่งเราต้องถามต่อไปว่า สิ่งที่เราตั้งวัตถุประสงค์ไว้แล้ว เราก็มุ่งหน้าไปเราก็ผ่านไปแล้ว 60%คือว่าเรา Visual product ของเราเนี่ย ถูกที่เราอยากได้ครึ่งหนึ่ง เราไม่วุ่นวาย บ้านเราเป็น Relax resort เป็นที่ที่เราก็ Relax นะคะ พูดถึงว่าเราไม่มี Nightlife เราก็ไม่อยากจะให้มี

นอกจากนี้ เจ้าบ้านของจังหวัดกระบี่ กล่าวว่า จุดเด่นอีกประการของจังหวัดกระบี่ คือ จังหวัดมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากมายกว่าจังหวัดพังงา ดังนั้น หากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่แห่งใดโดนทำลาย ธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่สามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ มาแทนที่ ซึ่งแตกต่างจากจังหวัดพังงาที่มีเขาหลักเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักเพียงแห่งเดียวเท่านั้น ดังผู้เข้าร่วมประชุมกล่าวว่า

ผู้เข้าร่วมประชุม: แต่จะบอกว่าถ้าพังงาไม่ระวัง คือมันอยู่ในระหว่างของกระแสใครก็ไปเขาหลัก เขาหลัก เขาหลัก เขาหลักเมื่อสามปีที่แล้วไม่มีอะไรเลย ตอนนั้นเขาหลักที่ไปต้นไม้ไม่เหลือสักต้นแล้ว บนเบียดสุดติด ติด ติด ที่อ่าวนางก็กำลังจะเป็นไซ้ใหม่ เมื่อก่อนนพรัตน์ธาราเราไม่มีเลยนะ เมื่อมีตึกหัวก็เริ่มมีตึกหาง มีตึกตรงกลาง แต่พังงาไม่ใช่ ไม่ใช่ค่อยเริ่มนะ สามารถจะสร้างแบบปั๊บบๆ ให้เป็นตึกแถวนะ เป็นโรงแรมตึกแถวติดๆ กันนะ เพราะนั้นอีกหน่อยนะพังงาก็จะไม่ต้นไม้ให้ดู ถ้าเสียเรื่องพังงานะ พังงามีเขาหลักที่เดียว ของเราถ้าปัญหาเราก็มีพีพีช่วย เรามีอ่าวนางช่วย เราเกิดคลองม่วง เราเกิดลันตา เราเกิดไถ่เลย์ เรามีแต่ละจุด แต่ละจุด แต่เขาหลัก ONCE นะ ถ้ามีสิ่งไม่ดีเกิดขึ้นที่เขาหลักมันจบเลย

ในส่วนของคุณลักษณะฯ ของแหล่งข้อบ่งชี้ที่ดีที่ภูเก็ตมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าจังหวัดกระบี่นั้น ทางเจ้าบ้านก็ยอมรับว่าจังหวัดกระบี่ได้ตระหนักถึงความสำคัญของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวดังกล่าว ซึ่งในขณะนี้ จังหวัดกระบี่มีการวางแผนในการพัฒนาแหล่งข้อบ่งชี้ที่เน้นจำหน่ายและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน ดังที่ผู้เข้าร่วมประชุมกล่าวว่า

ผู้เข้าร่วมประชุม: แต่บางอย่างที่เราอยากทำคือทำข้อปึงเซ็นเตอร์ในศูนย์
หัตถกรรมเราอยากจะทำและเรากำลังทำ....

นอกจากนี้ เจ้าบ้านมีความคิดเห็นสอดคล้องกับผลของงานวิจัยที่ระบุว่าจังหวัดกระบี่มีภาพลักษณ์ที่แตกต่างและด้อยกว่าจังหวัดภูเก็ตในด้านของกิจกรรมบันเทิงและสถานบันเทิงกลางคืน แต่เจ้าบ้านเห็นว่า จังหวัดกระบี่ไม่ควรจะมุ่งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในด้านดังกล่าว ในทางตรงกันข้าม จังหวัดกระบี่ ควรจะเน้นจุดเด่นของจังหวัดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามและเงียบสงบเหมาะสมกับคนทุกเพศทุกวัย และควรปล่อยให้จังหวัดภูเก็ตพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในด้านดังกล่าวแทน ซึ่งหากจังหวัดกระบี่สามารถคงสภาพดังกล่าวได้ จะทำให้สร้างความแตกต่างของจังหวัดกระบี่ในสายตานักท่องเที่ยวได้ ดังที่ผู้เข้าร่วมประชุม กล่าวว่า

ผู้เข้าร่วมประชุม: เราทำยุทธศาสตร์สามจังหวัดของเรา กระป๋อง ภูเก็ต พังงา เราจำเป็นต้องขายสินค้าที่ไม่เหมือนใครที่ๆคุณบอกว่า คุณจะมี Nightlife คุณจะมีความเจริญวิวัฒนาการ คุณต้องไปภูเก็ต

ดังที่นักท่องเที่ยว เสนอแนะว่าให้มีมาตรการดูแลความสะอาดบนชายหาดในจังหวัดกระบี่ นั้น เจ้าบ้านเห็นด้วยว่าจังหวัดกระบี่กำลังประสบกับปัญหาดังกล่าวจริง โดยเฉพาะบริเวณหาด นพรัตน์ธารา ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องของการใช้พื้นที่สาธารณะผิดวัตถุประสงค์ และขาดมาตรการดูแล การจัดการเรือหางยาว ดังบทสนทนาต่อไปนี้

ผู้เข้าร่วมประชุม 1: แต่ว่าไม่มีกติกาเลย

ผู้เข้าร่วมประชุม 2: แต่ที่ตรงนั้นสำหรับสันติภาพและการท่องเที่ยวตามชายหาดอะไรต่างๆ

เราก็บอกเขาไว้ เราก็พูดนะพูดจนเหนื่อยแต่ปัญหาก็คือว่าพื้นที่เหล่านั้นนะ คุณใช้พื้นที่ผิวดัตถุประสงค์

ผู้เข้าร่วมประชุม 1: สันทนากการนี้ไม่มีนะบนปีชเนี่ยที่อ่าวนางไม่มี

ผู้เข้าร่วมประชุม 2: แล้วมันจะลามไปถึงไฉ่เลย พอลามไปถึงที่ไฉ่เลยนี้ทะเลก็จะไม่เป็นทะเลเลย

ผู้เข้าร่วมประชุม 1: เรื่องความสะอาดก็มาจากตรงนี้นะ

ผู้เข้าร่วมประชุม 2: เสน่ห์ของไฉ่เลยก็จะมี

ผู้เข้าร่วมประชุม 1: เพราะฉะนั้นเวลาจะทำความสะอาดอะไรนั้นก็กลายเป็นเรื่องน้ำมันจากเรือที่มันขึ้นมา เรื่องของ Space ที่มันไม่ Open เรือจอดเต็มทั้งวันทั้งคืน

นอกจากนี้ เจ้าบ้านแนะนำว่าควรมีการผลักดันให้จังหวัดกระบี่สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด และประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นว่า เกาะพีพี และเกาะลันตาคือแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ มีใช้ทรัพยากรของจังหวัดอื่น ดังที่ผลวิจัยระบุว่านักท่องเที่ยวเห็นว่าเกาะพีพี เป็นส่วนหนึ่งของจังหวัดภูเก็ต และเจ้าบ้านในจังหวัดกระบี่เห็นว่าควรมีการแบ่งงบประมาณจากจังหวัดอื่นๆ ที่ใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติร่วมกับจังหวัดกระบี่ มาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

4.5.2.2 ภาพลักษณ์ของการเดินทาง (Accessibility) ของจังหวัดกระบี่

ถึงแม้ว่า เจ้าบ้านมีความคิดเห็นสอดคล้องกับผลวิจัยที่ระบุว่าภาพลักษณ์ของจังหวัดกระบี่ดีกว่าจังหวัดภูเก็ตในแง่ของความรู้สึกปลอดภัยขณะที่เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง (ค่าเฉลี่ยของกระบี่=3.75 ค่าเฉลี่ยของภูเก็ต = 3.55) สภาพถนนหนทางและสาธารณูปโภค (ค่าเฉลี่ยของภูเก็ต = 3.22 ค่าเฉลี่ยของพังงา = 3.75 ค่าเฉลี่ยของกระบี่=3.62) และความเร็วในการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยของกระบี่=3.8 ค่าเฉลี่ยของภูเก็ต = 3.54) ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดกระบี่ตั้งอยู่ไม่ไกลกันมาก และสภาพการจราจรที่ไม่ติดขัด แต่เจ้า

บ้านมีความคิดเห็นว่าจะควรที่จะปรับปรุงสาธารณูปโภคที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางให้ดีขึ้น เช่น ขยายถนนให้เป็นถนน 4 หรือ 6 ช่องทางเดินรถ เพิ่มป้ายบอกทาง เน้นความปลอดภัยของรถโดยสารประจำทางและคุณภาพของพนักงานขับรถ

นอกจากนี้ เจ้าบ้านเห็นว่าค่าโดยสารของรถรับจ้างและรถโดยสารในจังหวัดกระบี่ค่อนข้างแพง ซึ่งขัดแย้งกับผลของงานวิจัย แต่เจ้าบ้านมีความคิดเห็นตรงกับภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีความสะดวกและสะดวกสบายของสนามบิน/สถานีขนส่งที่จังหวัดกระบี่ดีกว่าจังหวัดภูเก็ต โดยเฉพาะสถานีขนส่งของจังหวัดกระบี่ที่ยังไม่ได้รับการปรับปรุง สกปรก และขาดสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน ซึ่งมีผลจากหลายสาเหตุ อาทิ ปัญหางบประมาณ รัฐไม่ให้ความสำคัญให้เกิดการลงทุนแก่ภาคเอกชน ดังที่ผู้เข้าร่วมประชุมกล่าวว่า

ผู้เข้าร่วมประชุม: เพราะฉะนั้นสถานีรถทัวร์เราก็ไม่ดีพออีก ทะเลาะกันไม่จบไม่สิ้น รัฐบาลก็ไม่มีเงินพอที่จะสร้าง Station ดีสำหรับบัส ถ้าคุณจะมาได้ก็คือใช้บัส. ซึ่งดูแล้วไม่รู้ว่าจะได้งบมาแล้วยัง พุดกันจนทะเลาะกันจะตายแล้ว ไม่รู้มันติดคอขวดเรื่องอะไร บัสเรายังเป็น Facility ที่ไม่ Up standard นะคะ จะด้วยกฎหมายไม่เอื้อหรือว่าคนลงทุนไม่มีที่ก็ไม่รู้เหมือนกันเถียงกันมาร้อยปีแล้ว ที่นี้กฎหมายไม่เอื้อก็หมายความว่ารัฐบาลคิดแต่จะเอาใจตรงนี้เขามีส่วนเสียถ้าเกิดมันไม่เวิร์คนะ เขาเจ๊งนะ แล้วรัฐบาลค่อยไปเอาปีสิบห้า

นอกจากนี้ จังหวัดกระบี่มีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างเด่นในส่วนการเดินทางโดยเครื่องบิน แต่เจ้าบ้านเสนอให้มีการเพิ่มเที่ยวบินไปยังจังหวัดกระบี่ของสายการบินราคาต่ำ (Low cost Airlines) เช่น สายการบินนกแอร์ เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยว กระจายจำนวนนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ซึ่งจะส่งผลดีให้กับการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ด้วยเช่นกัน ซึ่งในปัจจุบัน สายการบินต่างๆ กับมุ่งเน้นที่จะเพิ่มเที่ยวบินไปยังจังหวัดที่มีจำนวนเที่ยวบินที่ค่อนข้างสูงอยู่แล้ว เช่น จังหวัดภูเก็ต

ดังผลวิจัยระบุว่า นักท่องเที่ยวเสนอให้มีการปรับปรุงระบบการจัดการของเรือหางยาว ซึ่งในขณะนี้ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า เรือหางยาวไม่เป็นระเบียบ ไม่มีความปลอดภัยในการเดิน

ทางโดยเรือหางยาว ราคาค่าโดยสารเรือหางยาวแพงนั้น เจ้าบ้านมีความคิดเห็นสอดคล้องกับผลวิจัยดังกล่าว ซึ่งก่อให้เกิดปัญหามากมายเช่น เสียงรบกวนของเรือหางยาว ความสกปรกบนชายหาดจากน้ำมันของเรือหางยาว การแย่งชิงลูกค้า การรบกวนนักท่องเที่ยว และปัญหาดังกล่าวมีผลจากการขาดกฎระเบียบและการบังคับใช้กฎหมายของภาครัฐ

4.5.2.3 ภาพลักษณ์ของการบริการที่พัก (Accommodation) ของจังหวัดกระบี่

ผู้เข้าร่วมประชุมเห็นด้วยกับภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวซึ่งระบุว่าสถานที่พักของจังหวัดกระบี่มีบรรยากาศที่ดีและน่าพักผ่อน และในส่วนของจำนวนที่พัก ผู้เข้าร่วมประชุมเห็นด้วยว่าจังหวัดกระบี่มีจำนวนห้องพักที่เพียงพอ โดยเฉพาะในเขตอ่าวนาง นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมประชุม ได้เสริมว่าในขณะนี้ โรงแรมที่ตั้งอยู่ใกล้บริเวณชายหาดหรือทะเล จะต้องมีความสูงไม่เกิน 6 เมตร ซึ่งจะส่งผลดีต่อทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

4.5.2.4 ภาพลักษณ์ของกิจกรรมสันทนาการ (Activity) ของจังหวัดกระบี่

ในส่วนของกิจกรรมสันทนาการ ผู้เข้าร่วมประชุมไม่ขัดแย้งกับผลวิจัยที่ระบุว่าจังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์ที่เด่นกว่าจังหวัดกระบี่ ด้านความหลากหลายของกิจกรรมสันทนาการ อาทิ กิจกรรมช้อปปิ้ง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนและสุขภาพ และความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวต่อกิจกรรมกีฬา แต่ในอนาคต ทางจังหวัดกระบี่ จะดำเนินการพัฒนาแหล่งช้อปปิ้งให้มากขึ้น โดยเน้นที่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้าน และจะดำเนินการของบประมาณจากภาครัฐเพื่อขยายสนามกอล์ฟลิคไนท์ที่มีอยู่จากเดิมเป็นสนามกอล์ฟขนาด 18 หลุม ดังที่ผู้เข้าร่วมประชุมกล่าวว่า

ผู้เข้าร่วมประชุม: แล้วเราก็กำลังติดต่อเรื่องของลิคไนท์ว่าอยากให้เขาขยาย คือเราไม่ใหญ่พอที่จะมีสนามกอล์ฟหลาย ๆ สนามกอล์ฟเหมือนภูเก็ต เพราะฉะนั้นเราก็กอยากให้รัฐบาลมองเห็นว่าสามารถที่จะ Utilize ศักยภาพที่รัฐบาลมีอยู่แล้วอยู่แล้ว บูรณาการให้เกิดศักยภาพในการท่องเที่ยวร่วมกัน ก็คือของบให้ขยายลิคไนท์ที่มี 9 หลุม มี 18 หลุม แค่นี้กอล์ฟคอร์ทของเราก็คิดว่าเราน่าจะทำได้แล้วในเริ่มต้นนะค่ะ

ด้านกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนและสุขภาพ เช่น สปานั่น ผู้เข้าร่วมประชุมกล่าวว่า ภาครัฐได้ผลักดันพัฒนาจังหวัดกระบี่ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งก็ได้รับการต้อนรับค่อนข้างดีจากหน่วยงานภาคเอกชน แต่ผู้เข้าร่วมประชุมได้ตั้งข้อสังเกตว่า ในการพัฒนาให้จังหวัดกระบี่เป็นแหล่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหรือสปานั้น ภาครัฐและภาคเอกชนควรตระหนักถึงความพร้อมและความรู้ของคนท้องถิ่นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านดังกล่าว เพราะในขณะนี้ชาวบ้านอาจมีความเข้าใจไม่ถูกต้องว่า สปาคืออะไรหรือมีความแตกต่างอย่างไรกับการนวดแผนโบราณ นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมประชุมกล่าวว่า คนในท้องถิ่นอาจไม่พร้อมต่อการทำงานในธุรกิจในด้านดังกล่าว เนื่องด้วย ผู้คนส่วนใหญ่ในจังหวัดกระบี่ นับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งมีข้อห้ามให้ผู้หญิงแตะเนื้อต้องตัวผู้ชาย รวมทั้งความพร้อมของผู้ประกอบการ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่ภาครัฐและเอกชนควรให้ความสำคัญ ดังนั้นภาครัฐและผู้ประกอบการควรจัดสัมมนาหรือฝึกอบรมแก่ชาวบ้านและผู้ประกอบการเพื่อเตรียมความพร้อม

ผู้เข้าร่วมประชุมได้ตระหนักว่า ในขณะนี้ จังหวัดภูเก็ต กำลังพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสปาเช่นกัน ดังนั้น เจ้าบ้านของจังหวัดกระบี่ กล่าวว่า สปาในจังหวัดกระบี่ ควรมีเอกลักษณ์และสร้างมีจุดขายที่ชัดเจน โดยอาจจะเปิดโอกาสให้ผู้เชี่ยวชาญมาดำเนินการเปิดธุรกิจสปานำร่องให้เป็นตัวอย่างแก่ผู้ประกอบการอื่นๆ หรืออาจจะเน้นเป็นสปาขนาดเล็ก-กลางที่สามารถรับรองนักท่องเที่ยวได้ไม่เกิน 80 คน/วัน และสร้างบรรยากาศให้ร่มรื่น ไม่ควรเป็นสปาที่ตั้งอยู่ในตึกอาคารพาณิชย์ ดังเช่นผู้เข้าร่วมประชุมกล่าวว่า

ผู้เข้าร่วมประชุม 1: ถ้ายูจะทำ ยูเอา WORLD CLASS SPA มารับสัมปทานไปเลยพี่ว่านะ สัมปทานให้โรงแรมไหนที่มี CHAIN SPA ดีและแน่ใจว่าเขาเป็น EXPERTIST ทางนี้แหละ มาเป็นแม่แบบให้เราสักพักหนึ่ง ยกที่ดินตรงนั้นให้เขามา DEVELOP เป็นสปา WORLD นะ WORLD IMAGE ของเขาสามมุติเราเอาสามโรง เราบอกว่าชีวาสมดี มีชื่อของชีวาสมแล้ว ถ้าเราพูดถึง INTERNATIONAL CHAIN ที่เป็นสปา MEDERAL SPA สมมุติ หรือเปียร์ DEVARANA SPA บอกเขาไปเลยว่าสิบปีเราจะให้ยูทำที่นี้แหละให้ดี EDUCATE คนจะที่เหมือนเขาไปเที่ยวโรมานีเยเคลียร์เรื่องหน้าตาโคลน ถ้าเขามากระบี่เขาต้องการมีทริป เราต้องการขายแบบนั้น เพราะฉะนั้นอย่าคิดว่าชาวบ้านเราจะไม่ได้ประโยชน์

ผู้เข้าร่วมประชุม 2: นั่นคือสิ่งที่เราฝันถึงตรงนั้น ไม่ใช่ว่าแบบคนทั้งโลกนี้เขามา

ผู้เข้าร่วมประชุม 1: มาโรมาเนียเขาคิดอะไร

ผู้เข้าร่วมประชุม 2: เออ...แบบก่อนคนทั่วไปจะโรมาเนีย

ผู้เข้าร่วมประชุม 1: ไปเดดซีเขาคิดอะไร ถ้าไปเซคเขาคิดอะไร

ผู้เข้าร่วมประชุม 2: มากระบี่มาสปาย่างนี้

ผู้เข้าร่วมประชุม 1: ไปอังกฤษไปเมืองบาร์เขาคิดอะไร อย่างนี้ เข้าใจไหม

ผู้เข้าร่วมประชุม 2: เราต้องการอย่างนั้น

ผู้เข้าร่วมประชุม 1: ว่าเขาทำให้ได้อย่างนั้นได้อย่างไร

นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมประชุมยอมรับว่า กิจกรรมสันทนาการบนชายหาดในจังหวัดกระบี่ไม่เพียงพอและหลากหลาย แต่อย่างไรก็ตาม เจ้าบ้านระบุว่ากิจกรรมสันทนาการบางประเภทไม่เหมาะสมสำหรับจังหวัดกระบี่ เช่น การละเล่น Banana Boat และ Sea Walker

4.5.2.5 ภาพลักษณ์ของสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการต่างๆ (Amenity) ของจังหวัดกระบี่

เจ้าบ้านในจังหวัดกระบี่ยอมรับว่าควรมีการเร่งปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยที่ระบุว่าภาพลักษณ์ของภูเก็ต ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างและมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าจังหวัดกระบี่ ในคุณลักษณะฯ อาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย และร้านขายของที่ระลึกจำนวนมาก นอกจากนี้ เจ้าบ้านกล่าวว่าจังหวัดกระบี่ควรปรับปรุงการให้บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งให้ความสำคัญต่อความสะดวกของห้องน้ำสาธารณะ ณ บริเวณแหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น อ่าวนาง หาดนพรัตน์ธารา หาดไร่เลย์ เป็นต้น

4.5.2.6 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอื่น ๆ

ด้านภาพลักษณ์ของความเหมาะสมในการสถานที่จัดกิจกรรมการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเชิงรางวัล เจ้าบ้านของจังหวัดกระบี่ยอมรับว่าภูเก็ตโดดเด่นกว่าจังหวัดกระบี่ แต่ผู้เข้าร่วมประชุมให้ความเห็นว่า ในขณะนี้ จังหวัดกระบี่มีศักยภาพที่จะรองรับความต้องการของตลาดการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเชิงรางวัลและการจัดนิทรรศการ เนื่องจาก จังหวัดมีสนามบินและจำนวนห้องพักที่เพียงพอ แต่เจ้าบ้านยอมรับว่าจังหวัดกระบี่ควรสร้างความแตกต่างจากจังหวัดภูเก็ตโดยมุ่งเน้นพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงรางวัล การจัดกิจกรรมเป็นกลุ่ม (Team Building) และงานประชุมที่มีผู้เข้าร่วมประชุม ประมาณ 200 คน ที่ต้องการพักผ่อนและสนุกเพลิดเพลินกับกิจกรรมสันทนาการต่างๆ อาทิ การพายเรือแคนู หลังสิ้นสุดการประชุม นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมประชุมแนะนำว่าควรมีการศึกษาวิจัยด้านดังกล่าวให้มากขึ้น

4.5.3 ผลการประชุมกลุ่มเจาะจงของจังหวัดพังงา

จากการประชุม เจ้าบ้านในจังหวัดพังงามีความคิดเห็นโดยส่วนใหญ่สอดคล้องกับผลวิจัย แต่ได้ตั้งข้อสังเกตไว้ 2 ประการเกี่ยวกับขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่างและเก็บข้อมูล ประการแรกคือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 25-34 ปี ซึ่งอาจไม่ตรงกับข้อมูลที่ทางผู้ประกอบการตั้งข้อสังเกตไว้ เนื่องจากจากประสบการณ์พบว่านักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพังงาส่วนใหญ่มีอายุ 35 ปีขึ้นไปและกลุ่มครอบครัว ดังนั้นข้อมูลที่ได้ อาจมีการเบี่ยงเบน ดังที่ผู้เข้าร่วมประชุมกล่าวว่า

ผู้เข้าร่วมประชุม: คือที่ผมบอกว่าตัวเนี่ยอาจจะทำให้ข้อมูลไม่เป็นจริง ที่ว่าไม่เป็นจริงเนี่ย เพราะว่าตลาดหลักของที่นี่เนี่ยเราเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่อายุ 35up มากกว่าที่จะเป็นกลุ่ม 25-30ปี เนี่ยเป็นความรู้สึกนะฮะ ฉะนั้นในการตอบคำถามของกลุ่มวัยรุ่นกับของผู้สูงอายุมันจะมีค่าเบี่ยงเบนทางคำตอบในเรื่องของความรู้สึกต่อธรรมชาติหรือต่อแหล่ง shopping เนี่ยมันจะมาก

ข้อสังเกตประการที่ 2 เกี่ยวข้องสภาพการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา ที่แบ่งแยกเป็น 2 พื้นที่หลัก คือบริเวณเขาหลัก และอ่าวพังงาและเกาะแก่งต่างๆ ซึ่งพื้นที่ทั้งสองแห่งนี้จะมีความแตกต่างกันอย่างได้ชัด ทั้งกลุ่มเป้าหมาย ลักษณะของผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ดังนั้นผลจากการเก็บสอบถามอาจสอดคล้องกับบางพื้นที่ แต่ขัดแย้งกับพื้นที่อื่น ดังที่ผู้เข้าร่วมประชุมกล่าวว่า

นักวิจัย: แสดงให้เห็นว่าอย่างเขาหลักกับพังงาตลาดคนละตลาดกัน

ผู้เข้าร่วมประชุม: คนละอันกัน

นักวิจัย: อย่างในพังงาเนี่ยจะเป็นตลาดนักท่องเที่ยว

ผู้เข้าร่วมประชุม: นักท่องเที่ยวนะไม่ว่า แล้วส่วนใหญ่มาจากภูเก็ตซะเยอะ มาหลักเขาหลักเนี่ยน้อยใช้ไหมฮะ คือตลาดหลักของพังงาคือภูเก็ต

ผู้เข้าร่วมประชุมต่างมีความคิดเห็นด้วยกับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดพังงาที่เด่นที่สุด 5 อันดับแรก ซึ่งประกอบด้วย รสชาติอาหารไทยที่อร่อย ทัศนียภาพทางธรรมชาติที่สวยงาม ผู้คนในจังหวัดมีความเป็นมิตร กิจกรรมทางน้ำที่สนุกสนาน ลักษณะทางกายภาพที่ล้อมรอบด้วยเกาะที่สวยงาม นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมประชุมยังมีความเห็นพ้องกับความคิดเห็นที่นักท่องเที่ยวมีต่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดพังงาที่คลุมเครือและมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ที่รวมถึง กิจกรรมช้อปปิ้ง สวนสนุก แหล่งช้อปปิ้งที่ดี กิจกรรมบันเทิงและสถานบันเทิงกลางคืน และแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมที่สวยงาม

4.5.3.1 ภาพลักษณ์ของสิ่งดึงดูดใจของจังหวัดพังงา

ในส่วนของสิ่งดึงดูดใจ (Tourist Attractions) เจ้านายในจังหวัดพังงามีความคิดเห็นตรงกับผลวิจัยที่ระบุว่าพังงามีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นในแง่ของความสวยงามของทัศนียภาพที่สวยงาม และแหล่งท่องเที่ยวมีความสงบและน่าพักผ่อน นอกจากนี้เจ้านายยังเสริมว่าสิ่งดังกล่าวเป็นจุดเด่นที่สำคัญที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังจังหวัดพังงา โดยเฉพาะบริเวณตำบลเขาหลัก ดังที่ผู้เข้าร่วมประชุมกล่าวว่า

ผู้เข้าร่วมประชุม: ผมว่าที่พอใจมากก็น่าจะเป็นที่พักที่เป็นลักษณะของresort ความเป็น resortของเขาหลักจะมากกว่าที่ภูเก็ตอย่างเห็นได้ชัดเจนซะ แล้วที่สำคัญก็คือเรามีชายหาด ที่ยาวแล้วก็ไม่มีถนนผ่าหน้าหน้าซะ ใต้ตัวนี้ก็เป็นส่วนหนึ่ง แล้วก็ในเรื่องของ ตลาดยุโรปบางประเทศ ซึ่งตลาดเยอรมันกับกลุ่มScan ใขณะที่นี้เน้นในลักษณะของ long haul ที่เล่าให้ฟังไปจะเลือกเขาหลักเป็นอันดับแรก เหนือกว่าภูเก็ต เหนือกว่ากระบี่ด้วยซ้ำไป แต่ตัวเลขส่วนใหญ่คนยังไม่ค่อยรู้กันแต่ที่ผมรู้เนี่ยเพราะเราได้คุยกับ agentเอง และagentก็จะมีตัวเลขให้ดูว่าเวลาเชกbook เนี่ย book เขาหลักเต็มแล้วค่อยไปที่อื่น ใต้ตัวนี้ทำให้เรารู้ว่าสินค้าที่เป็นresort คัดชายหาดของบ้านเราเนี่ยคือจุดเด่นของสินค้า

แต่เจ้าบ้านได้เสริมว่า ในขณะนี้ จังหวัดพังงากำลังประสบปัญหาด้านการดูแลสุขภาพทางธรรมชาติ หลายประการ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดพังงา เช่น การถมแอ่งน้ำทางธรรมชาติเพื่อสร้างโรงแรมในบริเวณเขาหลัก ความเสื่อมโทรมของอ่าวพังงาซึ่งสืบเนื่องจากขาดหน่วยงานที่รับผิดชอบทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งสถาบันการเงินขาดความเข้าใจในการพัฒนาและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกต้อง ส่งผลให้มีการก่อสร้างอาคารตึกแถวที่ขัดต่อลักษณะภูมิประเทศ และในส่วนของเกาะปันหยี ได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ขาดแผนพัฒนารองรับ ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาตามมาหลายประการ อาทิ ความสกปรกของแหล่งท่องเที่ยว การเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ เจ้าบ้านในจังหวัดพังงายังเสริมว่าอนาคตของการพัฒนาของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาขึ้นอยู่กับความร่วมมือของภาครัฐและเอกชน ความเข้มแข็งของการบริหารงานของผู้บริหารบ้านเมืองทั้งระดับประเทศ จังหวัดและท้องถิ่น และการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การปล่อยน้ำเสียสู่ทะเล การตรวจสอบระบบบำบัดน้ำเสียของโรงแรม การวางรั้วในพื้นที่ชายหาดและการประกอบการเช่าเรือเจ็ตสกี ดังที่ผู้เข้าร่วมประชุมกล่าวว่า

ผู้เข้าร่วมประชุม: คือตรงนี้จริงๆของพังงาก็อยากจะเรียนไว้ว่าปัญหาต่างๆเนี่ยเราได้ทำทุกอย่างเนี่ยเพื่อเสนอไปให้จังหวัดได้รับทราบ และจังหวัดก็ได้ประกาศตาม ที่สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวแล้วก็ได้ร่วมกันปรึกษาหารือออกมา ของเรา

จะเห็นได้ว่าด้านการท่องเที่ยวหรือว่าชายหาดเรายังให้ความสำคัญกับแขกค่อนข้างมากแล้วส่วนหนึ่งที่มีการปิกนิก ตั้งเตียงชายหาด อะไรต่ออะไรอย่างเนี่ย เราก็ได้ประกาศห้ามโดยเด็ดขาดแม้แต่เรือที่ลากสกีวอเตอร์ ลากเจ็ทสกีในมลภาวะทางเสียงในทะเลเราก็ไม่ให้มีในประกาศของผู้ว่าค่อนข้างชัดเจน แต่บังเอิญประกาศเนี้ยมันต้องให้อบต.เป็นผู้ประกาศ ที่นี้ซึ่งทำให้อบต.ซึ่งมีการเลือกตั้งมาจากบุคคลในท้องถิ่นเนี่ย โดนบีบจากคนในท้องถิ่นบางส่วน ซึ่งความจริงคนในท้องถิ่นที่ไปประกอบธุรกิจด้านนี้ไม่ถึง5% แต่อีก 95% เนี่ยกำลังมีประโยชน์กับการท่องเที่ยวส่วนอื่น ทำให้ทางผู้ว่าราชการจังหวัดก็ทำให้ผู้ที่มิอำนาจก็ดีไม่ค่อยที่จะกล้าเข้าไปแต่ต้องให้มันชัดเจนมากนัก

นอกจากนี้ เจ้านายในจังหวัดพังงาได้กล่าวถึงแผนการสร้าง land bridge ของรัฐบาลว่า อาจส่งผลกระทบร้ายแรงต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาและขัดต่อภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับทัศนียภาพที่สวยงามและความสงบของแหล่งท่องเที่ยว ดังผู้เข้าร่วมประชุมกล่าวว่า

ผู้เข้าร่วมประชุม: เราบอกว่าเรามียุทธศาสตร์วิสัยทัศน์จังหวัดพังงาว่าจะต้องกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศชั้นนำในเอเชีย พอมีคนไปขงท่านนายกหน้อยจะต้องทำLand bridgeจะมาโผล่ตรงท่าทับละมุ ผมถามว่ามันสวนทางกับสิ่งที่รัฐบาลส่งสัญญาณให้ภาคธุรกิจภาคเอกชนไม่ว่า การท่องเที่ยวบอกว่าจะต้องเพิ่มเป็น 20 ล้านภายในปี2008 ไม่รู้ว่าตัวเลขนี้ของทราบริยัง 20ล้านคนนะจากปีที่แล้ว10.3หรือ10.5ล้านคนจะเพิ่มให้เป็น20ล้านคน แต่ถ้าเกิดว่าชาวคราวที่ว่ารัฐบาลจะทำLand bridgeขึ้นมาเมื่อไหร่เนี่ยออกไปสู่สายตาของนักท่องเที่ยวเนี่ย อย่าว่าแต่แสนล้านนะนะ ตอนนีแสนล้านบาทต่อปีนะ ผมคิดว่าตัวเลขนี้ต่อไปนักท่องเที่ยวชาวยุโรปเค้าก็จะไม่มาที่นี่อีกแล้วนะครับ

4.5.3.2 ภาพลักษณ์ของการเดินทาง (Accessibility) ของจังหวัดพังงา

ผู้เข้าร่วมประชุมได้มีความคิดเห็นพ้องด้วยผลวิจัยที่ระบุว่า ความสะอาดและสะดวกสบายของสถานีขนส่ง ที่จังหวัดพังงาด้อยกว่าจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดกระบี่ ซึ่งปัญหาดังกล่าว สืบเนื่อง

จากสาเหตุหลายประการ เช่น ห้องน้ำไม่สะอาดที่มีผลสืบเนื่องจากการขาดผู้ดูแลและงบประมาณด้านการบำรุงรักษา นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมประชุม เสนอให้มีการปรับปรุงการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เช่น การระบุราคาตามระยะทางที่ชัดเจน เวลาที่ใช้ในการเดินทาง ป้ายบอกจุดหมายปลายทางบนรถโดยสารประจำทาง การให้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีขนส่งและการพัฒนาทักษะการสื่อสารของบุคลากรที่ทำงาน ณ สถานีขนส่ง ซึ่งในปัจจุบันนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถโดยสารประจำทางในจังหวัดพังงายังประสบปัญหาดังกล่าว เช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเขาหลัก จำเป็นต้องเดินทางไปยังสถานีขนส่ง อำเภอตะกั่วป่า และเดินทางย้อนกลับมาเขาหลัก ซึ่งในความเป็นจริง นักท่องเที่ยวสามารถสามารถลงรถได้ระหว่างทาง หากพนักงานบนรถให้ข้อมูลที่ดีขึ้น

นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมประชุม เสนอให้มีการพัฒนาระบบขนส่งเชื่อมระหว่างภูเก็ตและพังงาที่ดีขึ้น เช่นการสร้างรถรางเชื่อมจากท่าอากาศยานภูเก็ตไปยังจังหวัดพังงา ซึ่งใช้งบประมาณน้อยกว่าสร้าง Land Bridge หรือ ถนน 4 เลน และช่วยลดการใช้พลังงานไฟฟ้า

ปัญหาด้านการเดินทางที่ผู้เข้าร่วมประชุม ให้ความสนใจและอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของจังหวัดพังงา คือ การดูแลท่าเรือต่างๆ ในจังหวัดพังงา ในขณะนี้ มีปัญหาเรื่องความสะดวก ไม่มีระเบียบ ขาดหน่วยงานที่ดูแลและระบบที่ชัดเจน มีการแย่งชิงลูกค้าตั้งแต่ทางเข้าหรือบริเวณถนนทางเข้า ซึ่งปัญหาเหล่านี้ สามารถแก้ไขได้ หากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนร่วมมือจัดระบบที่ถูกต้องและเป็นธรรมสำหรับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

4.5.3.3 ภาพลักษณ์ของการบริการที่พัก (Accommodation) ของจังหวัดพังงา

เจ้าบ้านมีความคิดเห็นสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่ระบุว่าพังงามีภาพลักษณ์ที่เด่นในส่วนของการที่พักที่มีบรรยากาศดีและน่าพักผ่อน และไม่ขัดแย้งกับผลวิจัยที่ชี้ให้เห็นว่าพังงามีความหลากหลายและจำนวนที่พักน้อยกว่าภูเก็ต นอกจากนี้ยังเสริมว่าการเพิ่มเติมจำนวนห้องพักในพื้นที่จังหวัดพังงา ยกเว้นเขตเขาหลักอาจทำไม่ได้ง่ายนักและอาจไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องด้วยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในบริเวณอำเภอเมือง จังหวัดพังงาเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากจังหวัดใกล้เคียง เช่น จังหวัดภูเก็ต และไม่นิยมค้างคืนที่จังหวัดพังงา นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมประชุม เสนอให้รัฐบาลยื่นมือมาช่วยเหลือในด้านการยกเว้นภาษีให้กับนักลงทุนที่สนใจสร้าง

โรงแรมในตัวเมืองจังหวัดพังงาเป็นกรณีพิเศษ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดการลงทุนและลดความเสี่ยงด้านการลงทุน

ในส่วนของโรงแรมในบริเวณเขาหลัก ผู้เข้าร่วมประชุม กล่าวถึงการก่อสร้างโรงแรมระดับห้าดาวขนาดใหญ่ ในบริเวณเขาหลักที่อาจก่อให้เกิดปัญหา เช่น การเดินทางเข้ามาของกลุ่มตลาดเอเชีย เช่น จีน ไต้หวัน เพื่อสร้างรายได้และเติมห้องพักรให้เต็ม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปซึ่งนิยมความเงียบสงบ ไม่พอใจและเลือกที่จะไม่เดินทางมายังเขาหลัก ซึ่งปัญหาดังกล่าวนี้ ส่อให้เห็นว่านักลงทุนที่ไม่ใช่คนท้องถิ่น ขาดความเข้าใจกับการท่องเที่ยวในบริเวณเขาหลัก ดังผู้เข้าร่วมประชุมกล่าวว่า

ผู้เข้าร่วมประชุม: ตอนนี้เรายังไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวอย่างถ่องแท้ชัดเจนในทุกหมู่เหล่า..... ตามสายตาที่ผมเป็นนักธุรกิจ ที่ดูคนอื่นลงธุรกิจ เนี่ยมันสามารถชี้ได้ว่าอันนี้ถูก อันนี้ไม่ถูก อันนี้ไปรอด อันนี้ไปไม่รอด แสดงว่าความนักลงทุนที่มาลงทุนในเขาหลักเนี่ยบางคนแทบจะไม่รู้เรื่อง การท่องเที่ยวเลย ยังไม่รู้เลยว่านักท่องเที่ยวต้องการอะไร บางคนมาถึงบ๊อบบี้ lobby 5,000 ตารางเมตร ทำเหมือนกับที่จอร์จทาวน์บีนขึ้นเทียบเรืออย่างดี แต่ไม่ใช่นักท่องเที่ยวในกลุ่มเหล่านี้ที่ต้องการ แต่ถ้าคุณทำตลาด 5 ดาว มันก็ไม่ใช่ตลาดของพวกเราแต่เขาทำได้เขาไปรอดนะผมอยากเรียนว่าถึงแม้เขาจะทำ 5 ดาวแต่การตลาดเค้าต้องเปลี่ยนไป เค้าต้องเล่นตลาดจีน ตลาดญี่ปุ่น ตลาดฮ่องกงอะไรเข้ามา

ด้านภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษของพนักงานประจำโรงแรมและสถานที่พักที่ดีและมีประสิทธิภาพ ซึ่งจังหวัดพังงามีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าจังหวัดกระปีนั้น ผู้เข้าร่วมประชุมได้เสนอความเห็นว่ ขณะนี้การท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา โดยเฉพาะเขาหลัก กำลังประสบปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพ จำนวนบุคลากรไม่เพียงพอต่อจำนวนโรงแรมที่เพิ่มขึ้น แต่ผู้เข้าร่วมประชุม มิได้กังวลเกี่ยวกับทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของบุคลากร เนื่องจาก พบว่านักท่องเที่ยวมิได้ให้ความสำคัญกับจุดดังกล่าวมากนัก แต่จะให้ความสำคัญกับทัศนคติและความเป็นมิตรของผู้ให้บริการมากกว่า ดังเช่นบทสนทนา ดังต่อไปนี้

- นักวิจัย: จุดนี้เป็นปัญหาใหม่ครับกับการจัดการกับนักท่องเที่ยวว่าภาษา
 ผู้เข้าร่วมประชุม 1 : มีๆ มันมีอย่างนี้ ระดับโรงแรมอะนะถ้าระดับธรรมดาแขกเค้าไม่
 mindเท่าไร แต่ถ้าระดับสูงขึ้นมาเค้าจะเนี้ยแล้ว ถ้ามาแบบ
 พวกทัวร์พวกกรุ๊ปเนี้ยถ้าคุณมาบริการโดยที่ภาษาคุณไม่แม่นเนี
 ย Ok ถ้าระดับธรรมดาเนี้ยไม่เป็นไร อย่างมาห้องราคา
 500,700,800เค้าไม่mindเท่าไร
- ผู้เข้าร่วมประชุม 2: อันนี้ไม่มีปัญหา เจ้าของทำได้ทุกอย่าง
- นักวิจัย: แล้วตอนนี้ที่ว่ามีปัญหาขาดแคลนบุคลากรที่ทำงานในโรงแรมเนี้ย
- ผู้เข้าร่วมประชุม 3 ขาดแคลนเยอะครับ เยอะมาก
- นักวิจัย: ปัญหามันมาจากไหนคะ
- ผู้เข้าร่วมประชุม 1: การขยายตัวอย่างรวดเร็ว

4.5.3.4 ภาพลักษณ์ของกิจกรรมสันตนาการ (Activity) ของจังหวัดพังงา

ผู้ร่วมประชุมเสนอว่ากิจกรรมสันตนาการของจังหวัดพังงาควรคงสภาพแบบเดิม คือนั้น
 การพักผ่อนหย่อนใจ เพราะจากประสบการณ์พบว่า นักท่องเที่ยวไม่ค่อยสนใจกิจกรรมสันตนาการ
 ใหม่ๆ อาทิ เทศกาล แต่จะให้ความสำคัญกับการไปพักผ่อนหย่อนใจที่ชายหาด

ในส่วนของกิจกรรมใช้สอย (Shopping) นั้น ไม่ใช่กิจกรรมหลักและเป้าหมายของจังหวัด
 พังงา แต่ถ้าจะมีพัฒนาในด้านดังกล่าว ควรพัฒนาให้เป็นขนาดเล็ก เน้นความเป็นพื้นบ้าน ร้านค้า
 ไม่ควรเป็นตึกแถวหรืออาคารพาณิชย์ และเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผล
 ประโยชน์ นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมหัตถกรรมพื้นบ้านให้แก่คน
 ในท้องถิ่น เพื่อสืบต่อวัฒนธรรมและสร้างรายได้ให้กับชาวบ้าน

4.5.3.5 ภาพลักษณ์ของสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการต่างๆ (Amenity) ของ จังหวัดพังงา

ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทสิ่งอำนวยความสะดวกที่จังหวัดพังงามีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ รสชาติอาหารที่อร่อย ซึ่งเจ้าบ้านได้ตั้งข้อสังเกตว่า นอกจากรสชาติอาหารที่อร่อยนั้น นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขากลาง ยังมีความประทับใจของคุณภาพของการบริการ และราคาอาหารที่เป็นธรรม

ในคุณลักษณะฯ อาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย ร้านขายของที่ระลึกจำนวนมาก ประเภทของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีความแตกต่าง ความหลากหลายของประเภทของร้านอาหารในจังหวัดภูเก็ต ตั้งแต่ร้านอาหารหรู ร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด คุณภาพและความสวยงามของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวที่จังหวัดพังงามีผลค่าเฉลี่ยต่ำกว่าจังหวัดภูเก็ตนั้น เจ้าบ้านในจังหวัดพังงาได้มีความคิดเห็นขัดแย้งแต่อย่างใด และเพิ่มเติมว่าควรมีการปรับปรุงด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวและการบริการของตำรวจท่องเที่ยว

ด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนั้น เจ้าบ้านเห็นว่าควรมีการผลักดันจากทางภาครัฐให้มีการฝึกสอน อบรมคนในท้องถิ่นให้สืบสานภูมิปัญญาพื้นบ้าน เพื่อส่งเสริมให้มีการผลิตของที่ระลึกที่มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดพังงา ซึ่งขณะนี้ยังเป็นปัญหาที่สำคัญ ดังกล่าวโดยเจ้าบ้านว่า

ผู้เข้าร่วมประชุม: คือผมว่าโดยพื้นฐานแล้วเนี่ยคนพังงาเองเรื่องฝีมืออะ โดยพื้นฐานจริงๆ แล้วสมัยก่อนโบราณมันมีทำหมวก ทำเสื้อทำสาตแต่เดี๋ยวนี้อายุคนนั้นหมดเดี๋ยวนี้อะ ไม่มี คือเราผมว่ามันอาจจะมาจากหน่วยของราชการไม่ได้เข้ามาส่งเสริมในตัวนี้ แล้วก็สถาบันการศึกษาในพื้นที่ก็ไม่ได้มีการฝึกหัดเด็กรุ่นหลัง เนี่ยผมว่าเป็นข้อมูลเบื้องต้นว่า เพราะเหตุใดจึงจริงๆ เรามีวัตถุดิบ มีทั้งกระจุ๊ดแบบพัลลว มีไม้ไผ่ มีดินมีทรายลักษณะที่เป็นของฝากนี้ได้แต่เราไม่มีหน่วยงาน ไม่มีวิทยากร ไม่มีสถาบันที่จะมาtrainเกี่ยว

กับในเรื่องนี้ให้ชาวบ้านเค้ามีอาชีพเพิ่มขึ้น ถ้าเรามีการฝึกการtrain มีการ
นี้ให้ชาวบ้านเค้ามีอาชีพเค้าก็คงทำเค้าก็มีรายได้

แต่เจ้าบ้านบางคนแย้งว่าการฝึกอบรมคนในท้องถิ่นงานหัตถกรรม อาจไม่เป็นผล เนื่องจาก
จากไม่ใช่บุคลิกของชาวจังหวัดพังงา ดังกล่าวว่า

ผู้เข้าร่วมประชุม: แต่ที่คุณประเสริฐเสนอว่าต้องอบรมต้องเรียนอะไรอย่างเนี้ยอะนะ
จังหวัดพังงาอบรมซัก 50 ปีก็ทำไม่ได้ เพราะมันไม่ได้อยู่ในจิตวิญญาณ
ของความเป็นศิลปินหรือความเป็นนักผลิตอะไรพวกนี้มันไม่มี

แต่อย่างไรก็ตาม เจ้าบ้านที่เข้าร่วมประชุมต่างเห็นพ้องว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์
ด้านการจับจ่ายใช้สอยไม่ใช่จุดขายหรือเป้าหมายของการท่องเที่ยวของจังหวัดพังงา เนื่องจากนัก
ท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา มุ่งเน้นในการพักผ่อน และไม่นิยมจับจ่ายใช้สอย
เนื่องจากเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพังงาแล้วหลายครั้ง ดังที่ผู้เข้าร่วม
ประชุมกล่าวว่า

ผู้เข้าร่วมประชุม: ส่วนใหญ่ที่มาที่นี่ก็คือต้องการเป็นพักผ่อนจริงๆ แล้วก็นักท่องเที่ยวกลุ่ม
ที่มาเขาหลักเนี่ยซื้อน้อยนะ พวกเยอรมันยุโรปเนี่ยซื้อน้อย ไม่ค่อยซื้อของ
ถ้าซื้อก็ซื้อเสื้อผ้าใส่แล้วก็ทิ้ง ซื้อรองเท้าทิ้ง แล้วก็กลับไปซื้อน้อย
เปอร์เซ็นต์ถ้าเทียบกับตลาดเอเชียก็น้อยกว่ามาก และที่สำคัญนักท่องเที่ยว
เหล่าเนี่ยเป็นกลุ่มที่มาซ้ำ ให้อพวกมาซ้ำเนี่ยมันไม่ค่อยซื้อ

4.5.3.6 ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอื่น ๆ

ในส่วนของการจัดประชุม สัมมนาและการท่องเที่ยวเชิงรางวัล หรือ การท่องเที่ยวเชิง
MICE นั้น ถึงแม้ว่าจังหวัดพังงาจะมีภาพลักษณ์ในเชิงลบ และผู้เข้าร่วมประชุมมีความเห็นพ้อง
ตรงกับผลงานวิจัย แต่เห็นว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไม่เหมาะสมกับจังหวัดพังงา ทั้งในแง่ของความ
พร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกของห้องประชุมและจำนวนห้องพัก และสนับสนุนให้จังหวัดภูเก็ต
ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมมากกว่า มุ่งพัฒนาในด้านดังกล่าว พร้อมยังเสนอให้มีการ

ร่วมมือที่ดีระหว่างจังหวัดภูเก็ตและพังงา เพื่อกระจายผลประโยชน์ให้ทั้งสองจังหวัดเช่น ควรสร้าง ศูนย์ประชุมนานาชาติ บริเวณหาดไม้ขาว จังหวัดภูเก็ต เพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมสามารถเดินทางมาพักผ่อนที่พังงาได้อย่างสะดวกสบาย หลังจากเสร็จสิ้นการประชุม

4.6 การอภิปรายภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต

ดังผลวิจัย ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตนั้น มีทั้งส่วนประกอบที่เป็น ความรู้ที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยว และความรู้สึกทั้งเชิงบวกและลบ ซึ่งสอดคล้องกับกรอบ วิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่ อธิบายว่าภาพลักษณ์มักมีองค์ประกอบ 2 ประการ คือส่วนที่เป็น ความรู้ (Cognitive) และความรู้สึก (Affective) นอกจากนี้ งานวิจัยชิ้นนี้แสดงให้เห็นว่า งานวิจัย ด้านภาพลักษณ์ควรใช้หลักวิจัยที่มีระบบชัดเจน เช่น การใช้มาตราวัดลิเคิร์ต (Likert scale) และ เสริมด้วยการใช้คำถามปลายเปิด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนมากขึ้น ซึ่งสนับสนุนหลักการที่ Echtner และ Ritchie (1993) เสนอไว้ ตัวอย่างเช่น จากการใช้ มาตราวัดลิเคิร์ต (Likert scale) พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าจังหวัดภูเก็ตมีได้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สงบและน่าพักผ่อน ซึ่งตรงกับผล จากผลของคำถามปลายเปิดที่นักท่องเที่ยวตอบว่า จังหวัดภูเก็ตสวยงาม พลุกพล่าน

ในการตอบคำถามหลักของการวิจัยข้อที่ 1 และข้อที่ 2 ที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต จากมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาตินั้น และภาพลักษณ์ในเชิงบวกและลบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตนั้น ผลวิจัยชี้ให้เห็นว่าภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ตที่มีความโดดเด่นส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับความหลากหลายในทุกๆ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เช่น ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่น่าดึงดูดใจนั้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่างเห็นพ้องว่าจังหวัดภูเก็ตมีความหลากหลายของสิ่งดึงดูดใจ ที่รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เชิงสังคมและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น แหล่งช้อปปิ้งที่ดี สวนสนุกที่น่าสนใจ เทศกาลและกิจกรรมที่น่าสนใจ ศิลปะและการแสดงพื้นเมืองที่น่าสนใจ วัดและสถานที่สำคัญทางศาสนาที่สวยงาม รวมถึงความสามารถในการติดต่อสื่อสารกับเจ้าบ้าน แต่เป็นที่น่าสนใจที่ ภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ตใน สายตานักท่องเที่ยว คือเกาะพี พี ซึ่งขัดแย้งกับความเป็นจริง ดังนั้น สะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยว ยังมีภาพลักษณ์ที่ไม่ชัดเจนเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดกระบี่ แต่อย่างไรก็ตาม จุดดังกล่าวอาจส่งผลดีให้แก่ทั้งจังหวัดภูเก็ต กระบี่และพังงา หากทั้งสามจังหวัดร่วมมือกัน

ด้านประชาสัมพันธ์และออกแบบการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงทั้งสามจังหวัด เพื่อสร้างความเข้มแข็งในการต่อสู้กับคู่แข่งในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

ความหลากหลายในแง่ของแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ณ จังหวัดภูเก็ตนั้น ย่อมเป็นสิ่งที่มักจะเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว (Tourist Destination) ที่ได้รับการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของตลาด ความต้องการของลูกค้า การต่อสู้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ทวีคูณมากขึ้น ดังที่ Butler (1980 อ้างโดย Heath and Wall 1992) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวมีวัฏจักรและผ่านการเปลี่ยนแปลงตามเวลา ซึ่งวัฏจักรของแหล่งท่องเที่ยว หรือ Tourist Destination Development Model สามารถแบ่งได้เป็น 6 ระยะคือ การค้นพบ (Exploration) การมีส่วนร่วมของเจ้าบ้าน (Involvement) การพัฒนา (Development) การพัฒนาสู่ความแข็งแกร่ง (Consolidation) การชบเซา (Stagnation) และการเสื่อมลงหรือการฟื้นตัว (Decline/Rejuvenation) ซึ่งลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเมื่อผ่านแต่ละระยะของวัฏจักรจะมีลักษณะที่แตกต่างกันไป เช่น เมื่อแหล่งท่องเที่ยวใดก็ตามที่เพิ่งได้รับการค้นพบ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวก็มีจำกัด แต่เมื่อแหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักมากขึ้น เช่น จังหวัดภูเก็ต การพัฒนาในด้านต่างๆ ย่อมมีมากขึ้น และเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ผลิตรายการการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจก็มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อตอบสนองกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากและหลากหลายมากขึ้น

ถึงแม้ว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ เห็นพ้องว่าจังหวัดภูเก็ตมีทัศนียภาพที่สวยงาม หาดทรายสวย ล้อมรอบด้วยเกาะแก่งที่สวยงาม แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดกระบี่และจังหวัดพังงา แต่ผลวิจัยพบว่าภาพลักษณ์ดังกล่าวของจังหวัดภูเก็ต ด้อยกว่าทั้งสองจังหวัด ซึ่งอาจมีผลจากภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ตในแง่ของสภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังเสื่อมโทรมและไม่ได้รับการดูแลเท่าที่ควร ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นเพิ่มเติมที่นักท่องเที่ยวตอบในคำถามปลายเปิด และผลดังกล่าวก็มีความสอดคล้องกับผลการสำรวจความคิดเห็นของหนังสือนิตยสาร National Geographic Traveler ที่ได้ดำเนินการสอบถามผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประกอบการ รวมถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้ประเมินแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด 115 แห่งทั่วโลกในด้านคุณภาพของสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศวิทยา ความสมบูรณ์ของสภาพสังคมและวัฒนธรรม สภาพของสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรม ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ความเหมาะสมของการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและโอกาสใน

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยผู้เข้าร่วมการศึกษาจะต้องให้คะแนนจาก 1 –10 โดยที่ 1 หมายถึงความหายนะ และ 10 หมายถึงน่าสรรเสริญและน่าส่งเสริม (หนังสือพิมพ์ Phuket Gazette 2547)

ผลจากการสำรวจดังกล่าวพบว่า ภูเก็ตได้รับคะแนน 43 จากคะแนนเต็ม 100 โดยที่ จังหวัดภูเก็ตถูกจัดอันดับที่ 113 และอยู่ในหมวดของแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังน่าเกลียด (Getting Ugly Destinations) ดังนั้นหากภาพลักษณ์ด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ยังได้รับการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ภาครัฐและเอกชนควรให้ความสำคัญมากขึ้นในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานภาครัฐอย่างจริงจัง ซึ่งขณะนี้ หน่วยงานภาครัฐในจังหวัดภูเก็ต เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต ได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง รวมถึงดำเนินการจัดประชาพิจารณ์กับผู้คนในท้องถิ่น เพื่อสอบถามถึงความคิดเห็นในการพัฒนาท้องถิ่นที่ถูกต้องและเหมาะสม รวมทั้ง ทางจังหวัดภูเก็ต ได้มีการผลักดันให้เกิดการจัดการแบ่งเขตการพัฒนา (Zoning) ซึ่งหากภาครัฐเล็งเห็นถึงผลกระทบ ต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยวและดำเนินการแก้ไขอย่างจริงจัง ปัญหาต่างๆ ที่เป็นผลกระทบจากการท่องเที่ยวก็สามารถได้รับการแก้ไขได้

จากงานวิจัย คำตอบเพิ่มเติมของคำถามหลักการวิจัยข้อที่ 2 ที่มุ่งหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ ภาพลักษณ์ ที่มีผลเชิงบวกและเชิงลบ คือ ผลกระทบการท่องเที่ยวสิ่งดึงดูดใจของจังหวัดภูเก็ตที่มีภาพลักษณ์ในเชิงลบ เกี่ยวข้องกับความสงบและบรรยากาศที่น่าพักผ่อนของแหล่งท่องเที่ยว ความเหมาะสมต่อคนทุกเพศ ทุกวัย และความเป็นมิตรของผู้คน ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความ คิดเห็นว่าจังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่พลุกพล่านเต็มไปด้วยผู้คน และไม่เหมาะสมต่อนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม ซึ่งอาจจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นครอบครัว และผลดังกล่าวก็ สอดคล้องกับข้อมูลที่นักท่องเที่ยวตอบในส่วน of คำถามปลายเปิดของแบบสอบถาม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าประเด็นดังกล่าว เป็นปัญหาที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเร่งแก้ไขโดยด่วน เช่น ปัญหาเรื่อง การค้าประเวณี การบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง การแบ่งแยกพื้นที่ให้เหมาะสม (Zoning) เช่น ในขณะนี้ จังหวัดภูเก็ตกำลังจัดทำแผนการพัฒนาจังหวัดและการแบ่งแยกเขตพื้นที่ โดยแบ่งแยกพื้นที่ของจังหวัดภูเก็ต เป็น 6 หมวด ซึ่งประกอบด้วย เขตเทคโนโลยีสารสนเทศ เขตการท่องเที่ยว เขตการค้าและอุตสาหกรรม เขตอนุรักษ์ เขตที่พักอาศัย และเขต Marine โดยจะจัดให้มีการพัฒนาที่ ถูกต้อง เช่น หาดป่าตองจะจัดให้อยู่ในเขตการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นแหล่งบันเทิงและกิจกรรม

สันทนาการ (Phuket Gazette 2547) นอกจากนี้การให้ข้อมูลที่ถูกต้องเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและแก้ไขภาพลักษณ์ด้านลบผ่านทุกสื่อ เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจัดทำแผ่นพับและสื่อโฆษณา และการสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งผลวิจัยได้ชี้ให้เห็นว่าคำบอกเล่าจากเพื่อนฝูงและญาติมิตรเป็นแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mok and Armstrong (1996) Gartner (1996) และ Kotler, Bowen and Makens (1999)

ในด้านของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทการเดินทาง พบว่า ภาพลักษณ์ที่จังหวัดภูเก็ตมีความโดดเด่นกว่าจังหวัดกระบี่และจังหวัดพังงานั้น เกี่ยวข้องกับความสะดวกสบายในการเดินทางโดยเครื่องบิน ความสะอาดของสนามบินและสถานีขนส่ง ซึ่งภาพลักษณ์ทั้งสองของจังหวัดภูเก็ต เป็นสิ่งที่ไม่สามารถปฏิเสธได้ เนื่องด้วยจังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนามาก่อนทั้งสองจังหวัด และนักท่องเที่ยวมักใช้จังหวัดภูเก็ตเป็นจุดเชื่อมต่อในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง และในขณะนี้ จำนวนเที่ยวบินและสายการบินที่บินสู่จังหวัดภูเก็ตมีจำนวนเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ทางจังหวัดได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของสภาพสถานีขนส่ง โดยมีการวางแผนขยายและก่อสร้างสถานีขนส่งโดยสารจังหวัดภูเก็ตแห่งที่ 2 โดยมีงบประมาณถึง 38,000,000 บาท (สำนักงานจังหวัดภูเก็ต 2547)

แต่อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์ที่จังหวัดภูเก็ตที่มีผลเชิงลบในด้านการเดินทางประกอบด้วยหลายประการ ซึ่งควรได้รับการแก้ไขโดยด่วน เช่น ความปลอดภัยในการเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง ความรวดเร็วในการเดินทางในจังหวัดภูเก็ต สภาพถนนหนทาง ราคาค่าโดยสาร รวมถึงความสะอาดและการบริการของรถโดยสารประจำทาง และภาพลักษณ์ดังกล่าวก็สอดคล้องกับความคิดเห็นของเจ้าบ้านและผลการวิจัยที่ดำเนินการโดยผู้ประกอบการโรงแรมในเขตหาดป่าตองจำนวน 8 แห่ง ที่พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในแง่ลบเกี่ยวกับคนขับรถตุ๊กตุ๊ก รถแท็กซี่คิดราคาค่าโดยสาร (หนังสือพิมพ์ภูเก็ตออนไลน์ 2547) ดังนั้น ภาพลักษณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า จังหวัดภูเก็ตยังขาดระบบขนส่งมวลชนภายในแหล่งท่องเที่ยวที่ดีและเหมาะสม ซึ่งเป็นสิ่งที่ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญ เนื่องจากการคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว ถือเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง (Dickman 1996) ถึงแม้ว่าในขณะนี้ภาครัฐในจังหวัดภูเก็ตได้เล็งเห็นของสำคัญของสาธารณูปโภคด้านการคมนาคม โดยทางจังหวัดได้วางแผนให้มีการติดตั้งป้ายแนะนำแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 ข้างทางหลวง ปรับปรุงทางหลวง

ผ่านย่านชุมชน และก่อสร้างที่จอดรถและติดตั้งแผนที่แหล่งท่องเที่ยว (สำนักงานจังหวัดภูเก็ต 2547) แต่ภาครัฐควรให้ความสำคัญในการแก้ไขปัญหาในด้านอื่นๆ ด้วยเช่นกัน อาทิ การพัฒนาระบบขนส่งมวลชนในจังหวัดที่ดี ประชาสัมพันธ์ในคนในท้องถิ่นใช้รถโดยสารประจำทาง แก้ไขปัญหาการติดขัด ควบคุมราคาค่าโดยสารให้เหมาะสม และจัดการอบรมการบริการให้แก่พนักงานขับรถโดยสารประจำทางเพื่อปรับปรุงทัศนคติในการให้บริการ เป็นต้น

ส่วนของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทการบริการที่พัก พบว่า จังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นกว่าจังหวัดกระบี่และจังหวัดพังงาในด้านของประเภทของที่พักมีความหลากหลาย รวมถึงจำนวนของห้องพัก ซึ่งภาพลักษณ์ทั้งสองประเด็นมีความสอดคล้องกับความเป็นจริง เพราะในขณะนี้ จำนวนห้องพักในจังหวัดภูเก็ต มีมากกว่า 31,000 ห้อง (Phuket Gazette 2547) ตั้งแต่โรงแรมระดับหรู-โรงแรมราคาประหยัด แต่อย่างไรก็ตาม จำนวนห้องพักและโรงแรมในจังหวัดภูเก็ตมีจำนวนเพิ่มขึ้นมาก ซึ่งอาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวมองว่าจังหวัดภูเก็ตพลุกพล่านและไม่สงบ ดังนั้น ควรมีการศึกษาความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับการพัฒนา (Carrying Capacity) ของจังหวัดภูเก็ตในด้านจำนวนห้องพักที่เหมาะสมและควรมีการบังคับใช้กฎบังคับการก่อสร้างโรงแรมใหม่

ถึงแม้ว่า ผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ดำเนินการโดยหนังสือนิตยสาร Conde Nast Traveler ได้ระบุว่าโรงแรม JW Marriott และราชาธิปไตย จะได้รับเลือกให้เป็นหนึ่งใน 100 โรงแรมที่ดีที่สุดในโลก (Phuket Gazette 2547) แต่ภาพลักษณ์ของสถานที่พักในแง่ความสงบและสวยงาม รวมถึงบรรยากาศที่ดีของจังหวัดภูเก็ต กลับไม่โดดเด่นกว่าโรงแรมในจังหวัดกระบี่ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าอาจเป็นผลกระทบจากปัญหาภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ตว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่วุ่นวายและพลุกพล่าน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่าราคาของที่พักในจังหวัดภูเก็ตค่อนข้างสูง ซึ่งปัญหานี้ สามารถแก้ไขได้หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัทจัดนำเที่ยว ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายของประเภทและราคาของที่พักที่มีอยู่ในจังหวัดภูเก็ต

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมสันทนาการนั้น พบว่า จังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์ในด้านบวกมากมายหลายประการ เช่น จำนวนกิจกรรมสันทนาการที่มากมาย กิจกรรมข้อปึงที่ดี กิจกรรมการเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ

การพักผ่อนและสุขภาพ และความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวต่อกิจกรรมกีฬา รวมถึงกิจกรรมทางน้ำ/ทะเล ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า จังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ผ่านการพัฒนาค่อนข้างมากและมีจุดเด่นในแง่ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับทุกคน (One destination for all) ภาครัฐและเอกชนได้ตระหนักถึงจุดดังกล่าวเช่นกัน สะท้อนให้เห็นได้จากความพยายามที่จะปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวและสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใหม่ อาทิ แผนปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ถนนสายการค้าเก่าเมืองภูเก็ต ซึ่งรวมถึงบริเวณถนนกลาง ถนนกระบี่ และถนนเยาวราช (สำนักงานจังหวัดภูเก็ต 2547) นอกจากนี้ องค์การบริหารส่วนจังหวัด ได้วางแผนให้มีการพัฒนาหมู่บ้านไทยใหม่และสวนประวัติศาสตร์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในจังหวัดภูเก็ต (Phuket Gazette 2547)

ในด้านของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ พบว่า จังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์เชิงบวกหลายประการ เช่น ความหลากหลายของประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ความหลากหลายของร้านอาหาร และจำนวนร้านขายของที่ระลึกที่มากมาย ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับความเป็นจริง และสนับสนุนวัฏจักรของแหล่งท่องเที่ยว (Tourist Destination Development Model) ที่ระบุว่าแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักมักมีการพัฒนาในด้านต่างๆ มากกว่าแหล่งท่องเที่ยวที่เพิ่งได้รับการค้นพบหรืออยู่ในช่วงแรกของการพัฒนา แต่อย่างไรก็ตาม พบว่า นักท่องเที่ยวมองเห็นว่าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและอาหารและเครื่องดื่มมีราคาค่อนข้างสูง ซึ่งประเด็นดังกล่าวสามารถแก้ไขได้หากมีการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแหล่งจำหน่ายใช้สอยที่มีราคาย่อมเยา รวมถึงร้านอาหารที่มีหลากหลายตั้งแต่ร้านอาหารระดับหรู-ร้านอาหารราคาย่อมเยา นอกจากนี้ ในส่วนของราคาสินค้าของที่ระลึก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องควบคุมการตั้งราคาที่เป็นจริงและรณรงค์ให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อสร้างความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวได้วิจารณ์ถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ห้องน้ำสาธารณะ ณ แหล่งท่องเที่ยวที่สกปรกและไม่เพียงพอ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับประเด็นดังกล่าวให้มากขึ้น

นอกจากนี้ ภูเก็ตยังมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นกว่าทั้งสองจังหวัด ในส่วนของความพร้อมของการเป็นสถานที่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ หรือ MICE tourism เพราะจังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมกว่าทั้งสองจังหวัดในแง่ของสิ่งอำนวยความสะดวก ห้องพัก สถานที่จัดประชุม รวมถึงคุณภาพของบุคลากร ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ที่ทางจังหวัดภูเก็ตได้

กำหนดไว้ว่า จะพัฒนาให้จังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมนานาชาติ (สำนักงานจังหวัดภูเก็ต 2547) ซึ่งหากจังหวัดภูเก็ตสามารถผลักดันให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ย่อมที่จะได้ผลประโยชน์อย่างมหาศาล เพราะจากการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เช่นผู้เข้าร่วมประชุม สัมมนา รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงรางวัล จัดเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ สามารถนำรายได้สู่ประเทศเป็นจำนวนมาก เพราะโดยเฉลี่ย นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว มีการใช้จ่ายประมาณ 7000 บาทต่อคนต่อวัน มากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปที่มีการใช้จ่ายประมาณ 3000 บาทต่อคนต่อวัน (ศิริพรรณ 2547) แต่อย่างไรก็ตาม ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ภูเก็ตเป็นเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิง MICE คือ การผลักดันให้มีการก่อสร้างศูนย์ประชุมนานาชาติในจังหวัดภูเก็ต เพราะในขณะนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและหน่วยงานอื่นๆ ในจังหวัดยังมิสามารถหาข้อยุติในเรื่องสถานที่ตั้งของศูนย์ประชุมดังกล่าวได้ (Phuket Gazette 2547)

4.7 การอภิปรายภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่

ผลการวิจัยได้ให้ข้อมูลที่สำคัญในการตอบคำถามหลักของการวิจัยข้อ 1) นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ มีมุมมองและความคิดเห็นอย่างไรต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงาและ 2) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใดมีภาพลักษณ์เชิงบวกและลบ โดยที่ผลวิจัยชี้ให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ที่มีภาพลักษณ์โดดเด่นและมีผลเชิงลบ มีอยู่หลายประการ เช่นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทสิ่งดึงดูดใจนั้น ภาพลักษณ์ของจังหวัดกระบี่ที่มีความโดดเด่นในสายตานักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับความสวยงามทางธรรมชาติทางทะเล หาดทรายและทะเลที่สวยงาม ความสงบและบรรยากาศที่น่าพักผ่อน ผู้คนเป็นมิตร รวมถึงความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ทุกวัย ซึ่งเจ้าบ้านในจังหวัดกระบี่ต่างก็เห็นพ้องกับผลวิจัยดังกล่าว แต่นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ โดยเฉพาะบริเวณชายหาดมีขยะและสกปรก ดังนั้น ประเด็นที่เจ้าบ้านและหน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง คือการรักษาและอนุรักษ์ความสวยงามของแหล่งธรรมชาติทางทะเล และการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งขณะนี้ เจ้าบ้านและหน่วยงานของภาครัฐต่างตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ ดังสะท้อนได้จากแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดกระบี่ ในช่วงปี 2547-2550 ที่กำหนดให้จังหวัดกระบี่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว

เที่ยวเชิงอนุรักษ์และประวัติศาสตร์ โดยมีการวางแผนที่จะพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว
อนุรักษ์ ป่าไม้ ทรัพยากรธรรมชาติและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม (สำนักงานจังหวัดกระบี่ 2547)

นอกจากนี้ แผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดกระบี่กำหนดให้จังหวัดเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว
เชิงประวัติศาสตร์นั้น จากผลการวิจัย ภาพลักษณ์ของจังหวัดกระบี่ในด้านความสวยงามของ
สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์กลับไม่โดดเด่นกว่าจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดพังงา ซึ่งสะท้อนให้
เห็นว่า ภาครัฐและเอกชนยังมิได้ดำเนินการที่เป็นรูปธรรมในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว
ให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว และเมื่อศึกษาแผนการดำเนินงานที่จังหวัดได้วางแผนไว้ พบว่าได้การ
วางแผนในการก่อสร้างอุทยานประวัติศาสตร์และโบราณคดี ณ จังหวัดกระบี่ (สำนักงานจังหวัด
ภูเก็ต 2547) แต่ประเด็นอื่นๆ ที่เจ้าบ้านควรให้ความสำคัญมากขึ้น คือการให้ข้อมูลข่าวสารและ
ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวด้านดังกล่าวเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้ชัดเจนขึ้นในสายตานักท่องเที่ยว
ทั้งชาวไทยและต่างชาติ

ในด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านการเดินทาง พบว่าภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อ
จังหวัดกระบี่นั้นมีทั้งเชิงบวกและลบ ความสะดวกในการเดินทางโดยเครื่องบิน สภาพถนนหนทาง
และความรู้สึกปลอดภัยขณะเดินทางในจังหวัดกระบี่ เป็นภาพลักษณ์ด้านบวกที่นักท่องเที่ยวมีต่อ
จังหวัดกระบี่ แต่สิ่งที่เจ้าบ้านและหน่วยงานทุกภาคควรให้ความสำคัญและได้รับการแก้ไขโดยด่วน
คือ ความสะอาดของสถานที่ขนส่ง รวมถึงความสะอาดและการบริการของรถโดยสารประจำทาง
และทั้งสองประเด็นก็ได้รับการสนับสนุนจากเจ้าบ้านที่เข้าร่วมให้ข้อมูลในการจัดทำวิจัยในครั้งนี้
นอกจากนี้ จากข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากนักท่องเที่ยว พบว่า การจัดการระบบการขนส่งทางน้ำ
โดยเฉพาะเรือหางยาว ควรเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่ได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วนจากภาครัฐและเอกชน
โดยการผลักดันให้มีการแบ่งเขตการพัฒนาและการใช้พื้นที่ให้ถูกต้องเหมาะสมวัตถุประสงค์
(Zoning) และควรรณรงค์ให้ผู้ประกอบการเล็งเห็นถึงความสำคัญของความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
มากขึ้น โดยจัดหาเสื้อชูชีพและอุปกรณ์ปฐมพยาบาลไว้ในเรือ

ในส่วนของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทการบริการที่พักนั้น พบว่า จังหวัดกระบี่มีภาพ
ลักษณ์ที่โดดเด่นในประเภทของที่พักมีความหลากหลาย รวมถึงบรรยากาศ ณ ที่พักที่น่าพักผ่อน
ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ทางจังหวัดกระบี่มีความพร้อมของที่จะรองรับการขยายตัวของอุตสาห
กรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ จากข้อมูลที่ได้จากเจ้าบ้าน พบว่า ทางจังหวัดได้ให้ความสำคัญใน

การวางผังพื้นที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น อ่าวนาง เกาะลันตาใหญ่ หนองทะเลและเกาะศรีบอยา และหนึ่งในประเด็นที่ได้รับความสำคัญคือการดูแลทัศนียภาพบริเวณดังกล่าวไม่ให้มีตึกสูงที่อาจจะทำลายทัศนียภาพที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ดังตัวอย่างที่พบได้ ณ บริเวณหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต (สำนักงานจังหวัดกระบี่ 2547) ซึ่งหากรัฐให้ความสำคัญและบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง การท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ สามารถพัฒนาสู่ความยั่งยืนได้

แต่อย่างไรก็ตาม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับความหลากหลายของที่พักทั้งในด้านของประเภทและราคามากขึ้น เนื่องจากงานวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นว่าราคาห้องพักมีราคาแพง ซึ่งอาจเป็นผลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยอาจจะเดินทางมาพักผ่อนในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่ทางโรงแรมส่วนใหญ่ได้ขยับราคาห้องพักให้สูงขึ้น เพื่อตอบสนองกับความต้องการที่ทวีคูณในช่วงดังกล่าว นอกจากนี้ ควรมีการศึกษาความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับการพัฒนา (Carrying Capacity) เพื่อศึกษาถึงจำนวนห้องพักที่เหมาะสมในจังหวัดกระบี่ เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาของจำนวนห้องพักที่มีมากเกินไปจนความเป็นจริง ดังเช่น ปัญหาที่จังหวัดภูเก็ตกำลังประสบอยู่ ที่มีผู้เข้าพักเพียงแค่ 57% ของจำนวนห้องพักทั้งหมด 31,000 ห้องที่มีอยู่ในเกาะจังหวัดภูเก็ต (Phuket Gazette 2547)

ด้านกิจกรรมสันทนาการ พบว่า จังหวัดกระบี่มีภาพลักษณ์ในด้านลบ เกี่ยวกับกิจกรรมบันเทิงทางกลางคืน กิจกรรมจับจ่ายใช้สอย กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนและสุขภาพ ความเหมาะสมในการเป็นสถานที่สำหรับกิจกรรมกีฬา เช่น กีฬาออล์ฟ ในแง่ของกิจกรรมบันเทิงกลางคืนนั้น หากจังหวัดกระบี่ให้การสนับสนุนในด้านดังกล่าว อาจส่งผลกระทบและขัดแย้งต่อภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อจังหวัดกระบี่ในแง่ของความสงบและเหมาะสมกับคนทุกเพศ ทุกวัย ซึ่งอาจมีผลกระทบระยะยาวต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกระบี่

เป็นที่น่าสังเกตว่า จังหวัดกระบี่กำลังมุ่งพัฒนาสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แต่ในขณะนี้ ภาพลักษณ์ดังกล่าวยังไม่มี ความชัดเจนในสายตานักท่องเที่ยวมากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อจังหวัดภูเก็ต ซึ่งอาจเป็นผลจากการให้ข้อมูลและประชาสัมพันธ์กิจกรรมด้านดังกล่าว ดังนั้น ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญมากขึ้นในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ในด้านดังกล่าวให้โดดเด่นมากขึ้น นอกจากนี้ ในขณะนี้ ทั้งจังหวัดกระบี่และจังหวัดภูเก็ต ต่างมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนั้น จังหวัดกระบี่ควรมุ่งสร้างแตกต่างของ

กิจกรรมสันตนาการในด้านดังกล่าว เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้น ด้วยการเน้นที่จุดเด่นของจังหวัด เช่น แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เป็นต้น

นอกจากนี้ ภาครัฐควรตระหนักถึงหลักจรรยาบรรณการท่องเที่ยวโลก ขององค์การการท่องเที่ยวโลก กิจกรรมทางการท่องเที่ยวควรดำเนินไปในลักษณะที่กลมกลืนกับคุณลักษณะและประเพณี เคารพต่อกฎหมาย และธรรมเนียมการปฏิบัติของภูมิภาคและประเทศเจ้าของบ้าน (World Tourism Organisation 2003 แปลโดยรศ. มนัส ชัยสวัสดิ์และผศ. พิมพาภรณ์ สุวดีกุล 2546) ดังนั้น ภาครัฐควรเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นแสดงความคิดเห็น รวมทั้งมีส่วนร่วมในการเลือกแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของเจ้าบ้านและคนในท้องถิ่น เพื่อหลีกเลี่ยงการต่อต้านและความตึงเครียดที่อาจเกิดขึ้นระหว่างนักท่องเที่ยว เจ้าบ้าน และผู้ประกอบการ หากคนในท้องถิ่นรู้สึกขัดแย้งต่อภาพลักษณ์ที่สื่อต่างๆ นำเสนอ (Law 1995)

ด้านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า จังหวัดกระบี่ ควรเร่งปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์ 2 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่หลากหลายและราคาที่เหมาะสม ซึ่งจากข้อมูลที่ได้จากเจ้าบ้าน พบว่า ขณะนี้ ภาครัฐกำลังดำเนินแก้ไข เช่น ผลักดันให้มีการสร้างผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดกระบี่ อีกประเด็นที่จังหวัดกระบี่ ควรดำเนินแก้ไขโดยด่วน คือ ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับเหตุการณ์ที่ปรากฏในสื่อต่างๆ เช่น นักท่องเที่ยวจมน้ำ นักท่องเที่ยวโดนประทุษร้าย แต่อย่างไรก็ตาม ขณะนี้ พบว่า จังหวัดกระบี่กำลังปรับปรุงและพัฒนาเครือข่ายช่วยเหลือนักท่องเที่ยวทางทะเล โดยวางแผนให้มีการจัดตั้งศูนย์วิทยุ รถ เรือตรวจการณ์ รถพยาบาลและอุปกรณ์ช่วยชีวิต อุปกรณ์สื่อสารต่างๆ ฝึกอบรมอาสาสมัคร โครงการ Life Guard and Beach Guard เป็นต้น (สำนักงานจังหวัดภูเก็ต 2547)

ถึงแม้ว่า จังหวัดกระบี่ ไม่มีความโดดเด่นในด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิง MICE ซึ่งอาจเป็นผลจากการเก็บแบบสอบถามในครั้งนี้ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อน แต่จากข้อมูลของเจ้าบ้าน พบว่า จังหวัดกระบี่มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านดังกล่าว ทั้งด้านลักษณะทางกายภาพ ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ การคมนาคมทางอากาศที่สะดวก รวมถึงกิจกรรมสันตนาการที่หลากหลาย ซึ่งในขณะนี้ จังหวัดกระบี่กำลังเป็น

ที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวเชิงรางวัล (Incentive travel) ที่มีขนาดเล็ก-กลาง (Diethelm Travel 2003)

4.8 การอภิปรายภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดพังงา

ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทสิ่งดึงดูดใจที่จังหวัดพังงามีความโดดเด่นอย่างเห็นได้ชัด เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดกระบี่ คือความสงบของแหล่งท่องเที่ยวเหมาะต่อการพักผ่อน ไม่พลุกพล่านเหมาะสมกับคนทุกเพศ ทุกวัย และมีสภาพป่าไม้และวนอุทยานที่ได้รับการดูแลอย่างดี ซึ่งก็สอดคล้องกับความเป็นจริงที่ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางไปจังหวัดพังงา โดยเฉพาะบริเวณหาดเขาหลักเพราะชื่นชอบกับความสงบเงียบของจังหวัดพังงา และในทางตรงกันข้าม ภาพลักษณ์ที่จังหวัดพังงามีผลเชิงลบ คือ ไม่มีกิจกรรมบันเทิงทางกลางคืนที่น่าสนใจ ดังนั้น จังหวัดพังงาควรจะได้รื้อรองถึงจุดยืนที่จังหวัดควรจะพัฒนา ซึ่งหากจังหวัดพังงามุ่งที่จะพัฒนาสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวของครอบครัวที่เงียบสงบและเหมาะสมกับคนทุกเพศ ทุกวัย ภาครัฐควรให้มีกฎเกณฑ์บังคับการเปิดสถานบันเทิงเรณีย์ให้อยู่ในจำนวนที่เหมาะสม

ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทการเดินทาง พบว่า ภาพลักษณ์ที่จังหวัดพังงาได้รับผลเชิงบวกประกอบด้วยสภาพถนนหนทางที่ดี ความรู้สึกปลอดภัยในการเดินทางภายในจังหวัด ซึ่งสิ่งดังกล่าวก็สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง เนื่องจากถนนภายในจังหวัดพังงาได้รับการปรับปรุงและขยายเป็นถนน 4 เลนส์ แต่ในทางตรงข้าม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าปัญหาความสะดวกของสถานีขนส่งควรได้รับการแก้ไข ซึ่งปัญหาดังกล่าวก็สอดคล้องกับความคิดเห็นของเจ้าบ้านที่ระบุว่าประเทศไทยมีปัญหาการดูแลสถานีขนส่ง รวมถึงสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ห้องน้ำสาธารณะ นอกจากนี้ เจ้าบ้านได้เสนอแนะให้มีการปรับปรุงการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระบบคมนาคมขนส่งในจังหวัดให้มากขึ้น

นอกจากนี้ จังหวัดพังงามีภาพลักษณ์ที่ไม่โดดเด่นในด้านความหลากหลายของที่พัก การสื่อสารของพนักงานโรงแรม จำนวนห้องพักและราคาห้องพักที่ค่อนข้างสูง แต่อย่างไรก็ตาม จังหวัดพังงาโดยเฉพาะในเขตพื้นที่หาดเขาหลัก ควรตระหนักถึงความสำคัญของการคงรักษาภาพลักษณ์ที่โดดเด่นในความเงียบสงบและไม่พลุกพล่าน และศึกษาความต้องการห้องพักในเขตพื้นที่ เพราะในขณะนี้ เป็นที่น่ากังวลว่า การพัฒนาในเขตเขาหลักเป็นไปอย่างรวดเร็วและอาจจะกำลัง

ประสบปัญหาจำนวนห้องพักที่เกินความต้องการ ซึ่งได้มีการคาดการณ์ว่า จำนวนห้องพักอาจมีจำนวนเพิ่มขึ้นถึง 10,000 ห้อง ในช่วงระยะเวลา 3 ปี (Thai Visa 2547) นอกจากนี้ ปัจจัยที่ว่าฤดูกาลท่องเที่ยวในเขตเขาหลักนั้น สามารถแบ่งเป็น 2 ช่วงอย่างชัดเจน คือช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวซึ่งมีระยะเวลา 6 เดือน และอีก 6 เดือนเป็นช่วง Low Season นั้นอาจส่งผลให้ปัญหาจำนวนห้องพักที่เกินความต้องการทวีคูณขึ้น ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการศึกษาความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับการพัฒนา (Carrying Capacity) และควบคุมการลงทุนที่ไม่เหมาะสมในพื้นที่ นอกจากนี้ อีกหนึ่งประเด็นที่ควรได้รับการแก้ไขคือ การพัฒนานุเคราะห์ที่ทำงานอยู่ในโรงแรมของจังหวัดพังงา โดยเฉพาะทักษะในการสื่อสารภาษาอังกฤษ

ในส่วนของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านกิจกรรมสันทนาการนั้น จังหวัดพังงาไม่มีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นในด้านดังกล่าว ถึงแม้ว่า จังหวัดพังงามีแหล่งท่องเที่ยวมากมายและมีกิจกรรมสันทนาการที่น่าสนใจ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวที่ถูกต้องอาจแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ และในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ นั้น จังหวัดพังงามีภาพลักษณ์ในเชิงลบเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย ความหลากหลายของร้านอาหาร คุณภาพของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก การบริการอื่นๆ แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้ ก็สอดคล้องกับความเป็นจริงที่การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงายังอยู่ในช่วงเริ่มต้น ดังนั้น สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อาจไม่เพียงพอเท่ากับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนามาเป็นระยะเวลานาน ดังตัวอย่างในจังหวัดภูเก็ต แต่อย่างไรก็ตาม จังหวัดพังงาควรตระหนักว่า หากจังหวัดพังงาปล่อยให้จังหวัดพังงาพัฒนากลายเป็นจังหวัดภูเก็ต อาจส่งผลกระทบอย่างยิ่งต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดพังงา เนื่องจากจุดขายของจังหวัด ณ ขณะนี้ คือความเงียบสงบและบรรยากาศที่น่าพักผ่อน ดังนั้น หากจังหวัดพังงาปล่อยให้มีการลงทุนที่ไม่เหมาะสม อาจทำให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางไป ณ แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจหรือ MICE Tourism นั้น จังหวัดพังงามีภาพลักษณ์ที่ไม่โดดเด่นและแย่กว่าจังหวัดพังงา ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของเจ้าบ้าน นอกจากนี้ โรงแรมในพื้นที่จังหวัดพังงานั้น มุ่งเน้นที่ตลาดนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้น สิ่งอำนวยความสะดวกของห้องประชุม สัมมนา จึงไม่เพียงพอในจังหวัดพังงา แต่จังหวัดพังงาอาจเพิ่มรายได้จาก MICE Tourism หากศูนย์ประชุมนานาชาติ ณ จังหวัดภูเก็ตได้เปิดดำเนินการ

เพราะนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประชุมอาจสนใจที่จะเดินทางมาพักผ่อนในเขตจังหวัดพังงาหลังเสร็จสิ้นการประชุม

4.9 เจ้าบ้านและภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

การอภิปรายในส่วนนี้ เป็นการตอบคำถามหลักของการวิจัยข้อ 3) เจ้าบ้านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัด และข้อ 4) อะไรคือ ปัญหา สาเหตุที่ก่อให้เกิดนักท่องเที่ยวมีมุมมองหรือภาพลักษณ์ในเชิงลบหรือไม่ตรงกับความเป็นจริง

เป็นที่น่าสังเกตว่า เจ้าบ้านของทั้งสามจังหวัดต่างเห็นพ้องต่อภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของทั้งสามพื้นที่ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าพื้นที่ทั้งสามจังหวัดมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างชัดเจน ซึ่งอาจเป็นผลสืบเนื่องจากการประชาสัมพันธ์ที่ดีของหน่วยภาครัฐและเอกชน เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่ชัดเจน โดยมีการตั้งงบประมาณแต่ละปีเพื่อดำเนินงานด้านดังกล่าว นอกจากนี้ สาเหตุอีกประการที่ทำให้นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านมีความคิดเห็นสอดคล้องกัน คือ ภาพลักษณ์ที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อต่างๆ ตรงกับสภาพความเป็นจริงของพื้นที่ทั้งสามจังหวัด

แต่อย่างไรก็ตาม พบว่าภาพลักษณ์หลายประการยังไม่ชัดเจนในสายตานักท่องเที่ยวมากนักเท่าที่ควร ทั้งที่เป็นภาครัฐพยายามสร้างจุดยืนในด้านนั้น อาทิ ตามแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดกระบี่กำหนดให้จังหวัดเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์นั้น จากผลการวิจัย ภาพลักษณ์ของจังหวัดกระบี่ในด้านความสวยงามของสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์กลับไม่โดดเด่นกว่าจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดพังงา ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ภาครัฐและเอกชนยังมิได้ดำเนินการที่เป็นรูปธรรมในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว และเมื่อศึกษาแผนการดำเนินงานที่จังหวัดได้วางแผนไว้ พบว่าได้การวางแผนในการก่อสร้างอุทยานประวัติศาสตร์และโบราณคดี ณ จังหวัดกระบี่ (สำนักงานจังหวัดภูเก็ต 2547) นอกจากนี้ การให้ข้อมูลที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพนั้น มีความสำคัญอย่างยิ่งในการแก้ไขภาพลักษณ์ด้านลบ เช่น จังหวัดภูเก็ตควรให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับแหล่งจับจ่ายใช้สอยที่มีราคาเหมาะสม รวมถึงร้านอาหารที่มีหลากหลาย

หลายตั้งแต่ร้านอาหารระดับหรู-ร้านอาหารราคาย่อมเยา เพื่อแก้ไขภาพลักษณ์ด้านลบเกี่ยวกับราคาของสินค้าที่จังหวัดกำลังประสบอยู่

นอกจากนี้ พื้นที่ทั้งสามจังหวัดต่างมีภาพลักษณ์ด้านลบในส่วนที่เกี่ยวข้องผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทสิ่งอำนวยความสะดวกและการเดินทาง โดยเฉพาะสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ห้องน้ำสาธารณะ ป้ายบอกทาง สถานีสถานี่ขนส่ง ความสะอาดของรถโดยสารประจำทาง รวมถึงราคาค่าโดยสาร ราคาของสินค้า สภาพถนนหนทาง เป็นต้น ซึ่งเจ้าบ้านของทั้งสามจังหวัดต่างมีความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกันว่าซึ่งปัญหาดังกล่าวสืบเนื่องจากปัญหาการดูแลและบำรุงรักษาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึงผู้ประกอบการบางส่วนขาดจิตสำนึกที่ดี รวมทั้งภาครัฐไม่ให้ความสำคัญเท่าที่ควรและไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องได้

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

เนื้อหาของบทที่ 5 แบ่งเป็น 2 ส่วนหลัก ในส่วนแรก คือการนำเสนอบทสรุปของงานวิจัยทั้งหมด โดยมุ่งเน้นประเด็นที่สำคัญของผลงานวิจัยที่ตอบคำถามหลักของงานวิจัย หลังจากนั้น ได้มีการนำเสนอข้อเสนอแนะในการวางจุดยืนของทั้งสามจังหวัด รวมทั้งข้อเสนออื่นๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในสามจังหวัด รวมถึงข้อจำกัดของงานวิจัยชิ้นนี้ รวมถึงงานวิจัยที่ควรมีการจัดทำในอนาคต

5.1 บทสรุป

ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในหมู่ชาวต่างชาติ เนื่องจากมีแหล่งธรรมชาติที่สวยงาม วัฒนธรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์ แต่ในขณะนี้การพัฒนาการท่องเที่ยวกำลังประสบปัญหาหลายประการ อาทิ ปัญหาการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ไร้ทิศทางและขาดความชัดเจนในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ซึ่งปัญหาดังกล่าวมีผลสืบเนื่องจากหลายสาเหตุด้วยกัน เช่น ขาดระบบข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในส่วนภูมิภาคที่มีประสิทธิภาพ และข้อมูลเบื้องต้นที่สำคัญ หรือ “เครื่องมือ” ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ ที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่รับผิดชอบด้านการตลาดและการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ ควรทราบและเข้าใจอย่างถ่องแท้ คือภาพลักษณ์หรือมโนภาพที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของทั้ง 3 จังหวัด ภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourist Destination Image) หรือ ความเชื่อ ความคิด จินตนาการ ความคาดหวัง และความรู้สึกที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่นั้นๆ เป็นปัจจัยที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและการเลือกเดินทางไปพักผ่อนหย่อนใจ เพราะนักท่องเที่ยวมักเลือกเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนในสายตานักท่องเที่ยวและแตกต่างจากสถานที่อื่น

งานวิจัยการศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ จากมุมมองนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ทั้งสองประการได้ โดยในวัตถุประสงค์ที่ 1 ที่มุ่งศึกษาและเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 ประเภทของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ จากมุมมองของเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยว

เที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ที่ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การคมนาคมขนส่ง (Accessibility) การบริการที่พัก (Accommodation) กิจกรรมสันทนาการต่างๆ (Activity) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (Destination facilities and amenity) นั้น พบว่าภาพลักษณ์ที่จังหวัดภูเก็ตมีความโดดเด่นส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับหลากหลายในทุกๆ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เช่น ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่น่าดึงดูดใจนั้น นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่างเห็นพ้องว่าจังหวัดภูเก็ตมีความหลากหลายของสิ่งดึงดูดใจ ที่รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เชิงสังคมและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น แหล่งช้อปปิ้งที่ดี สวนสนุกที่น่าสนใจ เทศกาลและกิจกรรมที่น่าสนใจ ศิลปะและการแสดงพื้นเมืองที่น่าสนใจ วัดและสถานที่สำคัญทางศาสนาที่สวยงาม รวมถึงความสามารถในการติดต่อสื่อสารกับเจ้าบ้าน ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวก็สอดคล้องกับความคิดเห็นของเจ้าบ้านในจังหวัด

เมื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของทั้งสามจังหวัด พบว่าภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ตหลายประการมีความแตกต่างโดยมีนัยสำคัญทางสถิติ เช่น ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทการเดินทาง พบว่า ภาพลักษณ์ที่จังหวัดภูเก็ตมีความโดดเด่นกว่าจังหวัดกระบี่และจังหวัดพังงานั้น เกี่ยวข้องกับความสะดวกสบายในการเดินทางโดยเครื่องบิน (ค่าเฉลี่ยจังหวัดภูเก็ต = 4.160 ค่าเฉลี่ยจังหวัดกระบี่ = 4.015 ค่าเฉลี่ยจังหวัดพังงา = 3.337) ความสะอาดของสนามบินและสถานีขนส่ง (ค่าเฉลี่ยจังหวัดภูเก็ต = 3.792 ค่าเฉลี่ยจังหวัดกระบี่ = 3.543 ค่าเฉลี่ยจังหวัดพังงา = 3.320) ส่วนของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทสถานที่พัก พบว่า จังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นกว่าจังหวัดกระบี่และจังหวัดพังงาในด้านของความหลากหลายของที่พัก รวมถึงจำนวนของห้องพัก (ค่าเฉลี่ยจังหวัดภูเก็ต = 4.365 ค่าเฉลี่ยจังหวัดกระบี่ = 4.320 ค่าเฉลี่ยจังหวัดพังงา = 3.911) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมสันทนาการนั้น พบว่า จังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์ในด้านบวกมากมายหลายประการ เช่น จำนวนกิจกรรมสันทนาการที่มากมาย กิจกรรมช้อปปิ้งที่ดี กิจกรรมการเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนและสุขภาพ และความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวต่อกิจกรรมกีฬา รวมถึงกิจกรรมทางน้ำ/ทะเล ในด้านของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ พบว่า จังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์เชิงบวกกว่ามีความหลากหลายของประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ความหลากหลายของร้านอาหาร และจำนวนร้านขายของที่ระลึกที่มากมาย นอกจากนี้ ภูเก็ตยังมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นกว่าทั้งสองจังหวัด ในส่วนของความพร้อมของการเป็นสถานที่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ หรือ MICE tourism เพราะจังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมกว่าทั้งสองจังหวัดในแง่ของสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวก ห้องพัก สถานที่จัดประชุม รวมถึงคุณภาพของบุคลากร ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ที่ทางจังหวัดภูเก็ตได้กำหนดไว้ว่า จะพัฒนาให้จังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมนานาชาติ ความโดดเด่นของจังหวัดภูเก็ตในภาพลักษณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า จังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ผ่านการพัฒนาค่อนข้างมากและมีจุดเด่นในแง่ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับทุกคน (One destination for all)

แต่เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์ของทั้งสามจังหวัด พบว่าคุณลักษณะของจังหวัดภูเก็ตที่มีความแตกต่างและมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าจังหวัดกระบี่และพังงาโดยมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ สภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังเสื่อมโทรมและไม่ได้รับการดูแลเท่าที่ควร ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นเพิ่มเติมที่นักท่องเที่ยวตอบในคำถามปลายเปิดที่นักท่องเที่ยวจำนวนมากมีความคิดเห็นว่าจังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่วุ่นวาย พลุกพล่าน และไม่เหมาะสมต่อนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม ซึ่งอาจจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นครอบครัว นอกจากนี้ จังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์เชิงลบในส่วนของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทการเดินทางประกอบหลายประการ เช่น ความปลอดภัยในการเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง ความรวดเร็วในการเดินทางในจังหวัดภูเก็ต สภาพถนนหนทาง ราคาค่าโดยสาร รวมถึงความสะดวกและการบริการของรถโดยสารประจำทาง และภาพลักษณ์ดังกล่าวก็สอดคล้องกับความคิดเห็นของชาวบ้าน นอกจากนี้พบว่า นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการเดินทางที่ระมัดระวังและอาหารและเครื่องดื่มค่อนข้างสูง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวได้พิจารณาวิจารณ์ถึงมาตรฐานและความสะดวกของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ห้องน้ำสาธารณะ ณ แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของชาวบ้าน

ในส่วนของจังหวัดกระบี่ พบว่าภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทสิ่งดึงดูดใจของจังหวัดกระบี่ที่มีความโดดเด่นในสายตานักท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.53 - 4.31 ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับความสะดวกทางธรรมชาติทางทะเล หาดทรายและทะเลที่สวยงาม ความสะดวกและบรรยากาศที่น่าพักผ่อน ผู้คนเป็นมิตร รวมถึงความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ทุกวัย ซึ่งชาวบ้านในจังหวัดกระบี่ต่างก็เห็นพ้องกับผลวิจัยดังกล่าว ในด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านการเดินทาง ความสะดวกในการเดินทางโดยเครื่องบิน สภาพถนนหนทางและความรู้สึกปลอดภัยขณะเดินทางในจังหวัดกระบี่ เป็นภาพลักษณ์ด้านบวกที่นักท่องเที่ยวมีต่อจังหวัดกระบี่ ในส่วนของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทที่พักนั้น พบว่า จังหวัดกระบี่มีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นในความหลากหลายของที่พัก รวมถึงบรรยากาศ ณ ที่พักที่น่าพักผ่อน

ในทางตรงกันข้าม นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ โดยเฉพาะบริเวณชายหาดมีขยะและสกปรก จากผลการวิจัย ภาพลักษณ์ของจังหวัดกระบี่ในด้านความสวยงามของสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์กลับไม่โดดเด่นกว่าจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดพังงา ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ภาครัฐและเอกชนยังมิได้ดำเนินการที่เป็นรูปธรรมในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ พบว่าจังหวัดกระบี่มีภาพลักษณ์ในด้านลบ เกี่ยวกับกิจกรรมบันเทิงทางกลางคืน กิจกรรมจับจ่ายใช้สอย กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนและสุขภาพ ความเหมาะสมในการเป็นสถานที่สำหรับกิจกรรมกีฬา เช่น กีฬาออล์ฟ เป็นที่น่าสังเกตว่า จังหวัดกระบี่กำลังมุ่งพัฒนาสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แต่ในขณะนี้ ภาพลักษณ์ดังกล่าวยังไม่มีความชัดเจนในสายตา นักท่องเที่ยวมากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อจังหวัดภูเก็ต ด้านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า จังหวัดกระบี่ ควรเร่งปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์ 2 ด้าน คือ ความหลากหลายและราคาของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก อีกประเด็นที่จังหวัดกระบี่ควรดำเนินแก้ไขโดยด่วน คือ ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับเหตุการณ์ที่ปรากฏในสื่อต่างๆ เช่น นักท่องเที่ยวจมน้ำ นักท่องเที่ยวโดนประทุษร้าย

ถึงแม้ว่า จังหวัดกระบี่ ไม่มีความโดดเด่นในด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสัมมนาประชุม และการท่องเที่ยวเชิงรางวัล (MICE Tourism) ซึ่งอาจเป็นผลจากการเก็บแบบสอบถามในครั้งนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อน แต่จากข้อมูลของเจ้าบ้าน พบว่า จังหวัดกระบี่มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านดังกล่าว ทั้งด้านลักษณะทางกายภาพ ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ การคมนาคมทางอากาศที่สะดวก รวมถึงกิจกรรมสันทนาการที่หลากหลาย ซึ่งในขณะนี้ จังหวัดกระบี่กำลังเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวเชิงรางวัล (Incentive travel) ที่มีขนาดเล็ก-กลาง

ส่วนของจังหวัดพังงา พบว่าภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทสิ่งดึงดูดใจที่จังหวัดพังงามีความโดดเด่นอย่างเห็นได้ชัด เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดกระบี่ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ คือความสงบของแหล่งท่องเที่ยวเหมาะต่อการพักผ่อน ไม่พลุกพล่าน เหมาะสมกับคนทุกเพศ ทุกวัย และมีสภาพป่าไม้และวนอุทยานที่ได้รับการดูแลอย่างดี ซึ่งก็สอดคล้องกับ

ความเป็นจริงที่ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางไปจังหวัดพังงา โดยเฉพาะบริเวณหาดเขาหลัก เพราะชื่นชอบกับความสงบเงียบของจังหวัดพังงา ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทการเดินทางพบว่า ภาพลักษณ์ที่จังหวัดพังงาได้รับผลเชิงบวกเกี่ยวข้องกับสภาพถนนหนทางที่ดี ความรู้สึกปลอดภัยในการเดินทางภายในจังหวัด

ในทางตรงกันข้าม ภาพลักษณ์ที่จังหวัดพังงาแตกต่างและด้อยกว่าจังหวัดภูเก็ต คือ กิจกรรมบันเทิงทางกลางคืนที่น่าสนใจ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าความสะดวกของสถานีขนส่งควรได้รับการแก้ไข ซึ่งปัญหาดังกล่าวก็สอดคล้องกับความคิดเห็นของชาวบ้านที่ระบุว่าประเทศไทยมีปัญหาการดูแลสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ห้องน้ำสาธารณะ นอกจากนี้ เจ้าบ้านได้เสนอแนะให้มีการปรับปรุงการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระบบคมนาคมขนส่งในจังหวัดให้มากขึ้น

นอกจากนี้ จังหวัดพังงามีภาพลักษณ์ที่ไม่โดดเด่นในด้านความหลากหลายของที่พัก การสื่อสารของพนักงานโรงแรม จำนวนห้องพักและราคาห้องพักที่ค่อนข้างสูง ในส่วนของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านกิจกรรมสันทนาการนั้น จังหวัดพังงาไม่มีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นในด้านดังกล่าว ถึงแม้ว่า จังหวัดพังงามีแหล่งท่องเที่ยวมากมายและมีกิจกรรมสันทนาการที่น่าสนใจ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวที่ถูกต้องอาจแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่จังหวัดพังงามีค่าเฉลี่ยแตกต่างทางสถิติและด้อยกว่าจังหวัดภูเก็ต คือความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่มที่มีจำหน่าย ณ แหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของร้านอาหาร คุณภาพของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก การบริการอื่นๆ แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้ ก็สอดคล้องกับความเป็นจริงที่การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงายังอยู่ในช่วงเริ่มต้น ดังนั้น สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อาจไม่เพียงพอเท่ากับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนามาเป็นระยะเวลานาน ดังตัวอย่างในจังหวัดภูเก็ต ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจหรือ MICE Tourism นั้น จังหวัดพังงามีภาพลักษณ์ที่ไม่โดดเด่นและแย่กว่าจังหวัดพังงา ซึ่งสิ่งดังกล่าวก็สอดคล้องกับความคิดเห็นของชาวบ้าน นอกจากนี้ โรงแรมในพื้นที่จังหวัดพังงานั้น มุ่งเน้นที่ตลาดนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ

เป็นที่น่าสังเกตว่า เจ้าบ้านของทั้งสามจังหวัดต่างเห็นพ้องต่อภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของทั้งสามพื้นที่ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าพื้นที่ทั้งสามจังหวัดมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้าง

ข้างชัดเจน ซึ่งอาจเป็นผลสืบเนื่องจากการประชาสัมพันธ์ที่ดีของหน่วยภาครัฐและเอกชน แต่อย่างไรก็ตาม พบว่าภาพลักษณ์หลายประการยังไม่ชัดเจนในสายตานักท่องเที่ยวมากนักเท่าที่ควร ทั้งที่เป็นภาครัฐพยายามสร้างจุดยืนในด้านนั้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ภาครัฐและเอกชนยังมิได้ดำเนินการที่เป็นรูปธรรมในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ฯ ดังกล่าวให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ พื้นที่ทั้งสามจังหวัดต่างมีภาพลักษณ์ด้านลบในส่วนที่เกี่ยวข้องผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทสิ่งอำนวยความสะดวกและการเดินทาง โดยเฉพาะสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ห้องน้ำสาธารณะ บ้ายบอทาง สภาพสถานีขนส่ง ความสะอาดของรถโดยสารประจำทาง รวมถึงราคาค่าโดยสาร ราคาของสินค้า สภาพถนนหนทาง เป็นต้น ซึ่งเจ้าบ้านของทั้งสามจังหวัดต่างมีความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกันว่าซึ่งปัญหาดังกล่าวสืบเนื่องจากปัญหาการดูแลและบำรุงรักษาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึงผู้ประกอบการบางส่วนขาดจิตสำนึกที่ดี รวมทั้งภาครัฐมิให้ความสนใจเท่าที่ควรและไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องได้

5.2 ข้อเสนอแนะการวางจุดยืน (Positioning) ของจังหวัดภูเก็ต

จังหวัดภูเก็ตควรเน้นเสนอความหลากหลายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เนื่องจากมีความพร้อมและศักยภาพทั้งด้านสภาพทางกายภาพและสังคมที่มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวที่น่าดึงดูดใจทางธรรมชาติ วัฒนธรรม สังคมและแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นมา เช่น วัด ตึกโบราณ สวนสนุก นอกจากนี้ ดังที่ระบุข้างต้นว่า แหล่งท่องเที่ยวนั้นย่อมผ่านวัฏจักร และในขณะนี้ จังหวัดภูเก็ตกำลังอยู่ในช่วงที่สำคัญที่จำเป็นต้องมีกลยุทธ์ที่ชัดเจนเพื่อยืนยันเอกลักษณ์และรักษาความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติไว้ Heath and Wall (1992) ได้เสนอแนวทางไว้หลายประการ เช่น ขยายระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยว โดยการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวภายในพื้นที่ที่น่าสนใจ รวมถึงกิจกรรมสันทนาการอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวอาจไม่ทราบว่ามิได้อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตที่มีความพร้อมและควรได้รับการสนับสนุน คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในเขตอำเภอกลางและตึกโบราณแบบชิโนโปรตุกีสในเขตอำเภอเมืองภูเก็ต ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานจังหวัดภูเก็ต การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัทนำเที่ยวต่างๆ ควรให้จัดทำแผ่นพับหรือเอกสารต่างๆ เพื่อแจกจ่ายแก่นักท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดทำเส้นทางในการเดินเยี่ยมชมตึกโบราณ (Walking Tour) ในเขตอำเภอเมืองภูเก็ต

นอกจากนี้ จังหวัดภูเก็ตควรเน้นวางจุดยืนของจังหวัดในด้านอื่นๆ ที่จังหวัดมีความพร้อม เช่น ด้านการท่องเที่ยวเชิงการประชุม สัมมนา จัดนิทรรศการและการท่องเที่ยวเชิงรางวัล (MICE Tourism) เพราะจากการวิจัย พบว่าจังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์ในด้านดังกล่าวที่ค่อนข้างโดดเด่นกว่าจังหวัดกระบี่และจังหวัดพังงา และมีความพร้อมในด้านกายภาพมากกว่า ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือร่วมใจผลักดันให้มีการจัดตั้งศูนย์ประชุมนานาชาติในจังหวัดภูเก็ตอย่างเร่งด่วน ซึ่งในขณะนี้ ยังคงประสบปัญหาในการเลือกสถานที่ตั้งของศูนย์ประชุมดังกล่าว นอกจากนี้ ควรมีการเร่งแก้ไขปัญหาด้านการจราจร เตรียมความพร้อมด้านสาธารณูปโภค และศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวเพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าว

ตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดภูเก็ต กระบี่และพังงาที่กำหนดให้มีการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดในด้านการท่องเที่ยวขึ้น โดยมีแผนจัดตั้งสำนักงานการตลาด (Marketing Unit) เพื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มสามจังหวัดปีละ 4 ครั้ง งานต่างๆ เช่น Road show และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศอย่างน้อยปีละ 4 ครั้งนั้น (สำนักงานจังหวัดภูเก็ต 2547) แต่อย่างไรก็ตาม ภาครัฐและเอกชนควรตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในจังหวัดภูเก็ต เพราะประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวประสบจริงมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวขึ้น มากกว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออื่นๆ นอกจากนี้ คำแนะนำของนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการสร้างภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ตในสายตาของบุคคลอื่นๆ ที่กำลังตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยว (Mok and Armstrong 1996)

ดังนั้น เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันแก้ไขปัญหาที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ในด้านลบที่จังหวัดภูเก็ตกำลังประสบอยู่ เช่น ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ความวุ่นวายพลุกพล่านของแหล่งท่องเที่ยว ระบบคมนาคมขนส่งภายในจังหวัดที่ไม่เพียงพอ ปัญหาราคาค่าโดยสารที่ไม่แน่นอนและราคาแพง รวมถึงความปลอดภัยในการเดินทางภายในจังหวัด ปัญหาโสเภณี รวมถึงเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และมีการบังคับกฎหมายอย่างเคร่งครัด ซึ่งในขณะนี้ ภาครัฐได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาแล้ว เช่น การออกกฎหมายห้ามการเล่นเจ็ตสกีในบริเวณชายหาดในจังหวัดภูเก็ต และอีกปัญหาที่หน่วยงานทุกฝ่ายควรให้ความสำคัญเป็นอันดับ

แรก คือปัญหาระบบคมนาคมภายในจังหวัด ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและทรัพย์สิน และราคาค่าโดยสารที่เป็นธรรมและมีเกณฑ์ที่แน่นอน

นอกจากนี้ จังหวัดภูเก็ตควรประชาสัมพันธ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะดวกสบายในด้านการเดินทาง มีกิจกรรมสันทนาการมากมาย ทั้งกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬา การพักผ่อนและกิจกรรมเชิงสุขภาพ (สปา) กิจกรรมทางทะเล/น้ำ มีสถานที่ทางประวัติศาสตร์ที่สวยงามและน่าสนใจ เป็นต้น และมีที่พักมากมาย หลากหลายด้านราคาและระดับ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เพียบพร้อม เช่นร้านอาหาร แหล่งจับจ่ายใช้สอยที่มากมาย และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีคุณภาพดีและมากมาย

5.3 ข้อเสนอแนะการวางจุดยืน (Positioning) ของจังหวัดกระบี่

จุดยืนของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Positioning) ที่เหมาะสมของจังหวัดกระบี่ควรเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สวยงาม สงบและเหมาะสมกับคนทุกเพศ ทุกวัย และผู้คนเป็นมิตร มีที่พักที่หลากหลาย ราคาไม่แพง มีการคมนาคมขนส่งที่ดีและเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และเพื่อเป็นการสร้างและรักษาภาพลักษณ์ดังกล่าวให้ชัดเจนมากขึ้น ประเด็นที่หน่วยงานทุกฝ่ายควรให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ การรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัด เช่น หาดไร่เลย์ อ่าวนาง เกาะพีพี เป็นต้น รวมถึงจัดระบบกำจัดของเสียที่มีประสิทธิภาพ แบ่งแยกการใช้พื้นที่สาธารณะให้ถูกต้อง รวมถึงมีจัดระเบียบเรือหางยาวบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหลักที่ชัดเจน โดยจัดพื้นที่ (Zoning) สำหรับเรือหางยาวโดยเฉพาะ นอกจากนี้ ควรรณรงค์ให้ผู้ประกอบการเรือหางยาวเพิ่มความสำคัญด้านความปลอดภัยในการเดินทางมากขึ้น โดยบังคับให้เรือหางยาวทุกลำมีเสื้อชูชีพบนเรือและฝึกอบรมการช่วยเหลือผู้ประสบภัยทางน้ำ/ทะเล

การให้ข้อมูลและข่าวสารต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์จังหวัดกระบี่ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นผ่านสื่อต่างๆ เป็นอีกปัจจัยที่สำคัญในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของจังหวัดกระบี่ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ข้อมูลเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีอยู่ในจังหวัดกระบี่ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ เช่น สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีและแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพประเภทน้ำพุ น้ำร้อน น้ำเค็มที่จังหวัด กำหนดให้มีการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัด ซึ่งหากทราบข้อมูลมากขึ้น นักท่องเที่ยว

อาจให้ความสนใจและขยายเวลาพำนักในจังหวัดกระบี่ซึ่งจะส่งผลดีให้แก่ธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่โดยรวม

นอกจากนี้ ควรมีการศึกษาความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับการพัฒนา (Carrying Capacity) ของจังหวัดกระบี่ เพื่อศึกษาความต้องการที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านอื่นๆ เช่น ด้านที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อควบคุมมิให้เกิดปัญหาการก่อสร้างและพัฒนาสถานประกอบการที่มากเกินไปจนความต้องการหรือสถานประกอบการที่ไม่เหมาะสม เช่น บาร์ ไนท์คลับ เจกเซ่นปัญหาที่แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ กำลังประสบ และจังหวัดกระบี่ควรศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการวางจุดยืนของการท่องเที่ยวในด้านการท่องเที่ยวเชิงรางวัล (Incentive Travel) ในกลุ่มขนาดเล็ก-กลาง เพราะจังหวัดกระบี่มีความพร้อมทั้งด้านกายภาพ กิจกรรมสันทนาการที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าว เช่น กิจกรรมสันทนาการทางทะเล/น้ำ กิจกรรม Team-Building รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เพียงพอและการคมนาคมขนส่งทางอากาศที่สะดวกขึ้น

5.4 ข้อเสนอแนะการวางจุดยืน (Positioning) ของจังหวัดพังงา

จังหวัดพังงา ควรจะพัฒนาและมุ่งรักษาภาพลักษณ์ของจังหวัดในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มคนที่ต้องการพักผ่อน ณ สถานที่ที่เงียบสงบ ไม่พลุกพล่าน และเหมาะสมกับกลุ่มคนทุกเพศ ทุกวัย เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นครอบครัว และเพื่อรักษาภาพลักษณ์ดังกล่าวไว้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการควบคุมการพัฒนาที่ไม่เหมาะสม เช่น สถานบันเทิงเรียมย์ การก่อสร้างห้องพักรวมที่มีจำนวนมากเกินไป และควบคุมกิจกรรมสันทนาการที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทำลายความสงบของแหล่งท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมเรือ Banana Boat เรือเจ็ตสกี เป็นต้น

นอกจากนี้ จากผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของจังหวัดพังงาในแง่กิจกรรมสันทนาการมีผลในเชิงลบ ถึงแม้ว่า ในความเป็นจริง จังหวัดพังงามีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมายและมีกิจกรรมสันทนาการที่หลากหลาย ดังนั้น ควรมีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมสันทนาการที่มีอยู่แล้วแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดพังงา รวมแหล่งท่องเที่ยวที่น่าดึงดูดใจในจังหวัดพังงา เช่น เกาะแก่งต่างๆ อ่าวพังงา วัดและสถานที่สำคัญทางศาสนาให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ควรผลักดันให้มีการจัดทำแผนการใช้พื้นที่ (Zoning) รวมถึงการศึกษา ความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับการพัฒนา (Carrying Capacity) ของการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาในทุกมิติ เพื่อดำเนินการวางแผนการท่องเที่ยวที่เหมาะสมและก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนในจังหวัดพังงา และรวมทั้งแก้ไขปัญหาความสะอาดและความสะอาด สบายของสถานี่ขนส่งในจังหวัดพังงาอย่างเร่งด่วน

5.5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

หน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงกลุ่มผู้ประกอบการและเจ้าบ้าน ควรตระหนักถึงความสำคัญของการร่วมมือช่วยเหลือเกื้อกูล (Collaborative) มากกว่ามุ่งเน้นที่การแข่งขัน เพราะโดยลักษณะทางกายภาพที่มีความคล้ายคลึงกันและภูมิประเทศที่ใกล้เคียงกันของทั้งสามจังหวัด หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะก่อให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกัน อาทิ การออกแบบแพ็คเกจทัวร์ ที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่ทั้งสามจังหวัดได้ในช่วงที่พำนักอยู่ในประเทศไทย และร่วมกันแก้ไขปัญหาที่ทั้งสามจังหวัดประสบอยู่ อาทิ ระบบคมนาคมขนส่งภายในพื้นที่ที่ยังด้อยกว่า นอกจากนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกลุ่มสามจังหวัดควรศึกษาความเป็นได้ของการก่อสร้างระบบคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปในเขต 3 จังหวัดได้สะดวกและรวดเร็ว รวมถึงศึกษาความเป็นไปได้ในการร่วมมือกับผู้ประกอบการรถโดยสารประจำทางในเขต 3 จังหวัด ในการจัดทำบัตรโดยสารแบบพิเศษ (Bus Pass) ที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้ในการเดินทางไปท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ดังกล่าวได้อย่างสะดวก โดยไม่จำเป็นต้องซื้อบัตรโดยสารแยก นอกจากนี้ หน่วยงานในพื้นที่ทั้งสามจังหวัดควรร่วมมือกันยกระดับการบริการและคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว อาทิ การให้บริการข้อมูลข่าวสารตามแหล่งท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะและถังขยะ ณ บริเวณแหล่งท่องเที่ยว และความสะอาดของสถานี่ขนส่งของทั้งสามจังหวัด

การพัฒนาบุคลากรที่ทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งทางด้านทัศนคติในการให้บริการ ทักษะการสื่อสารโดยภาษาอังกฤษ ก็เป็นอีกหนึ่งประเด็นที่ควรได้รับความสำคัญและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวและผู้มาเยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

5.6 งานวิจัยในอนาคต

ถึงแม้ว่า งานวิจัยในครั้งนี้ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้และให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ แต่ในอนาคตควรมีการจัดทำวิจัยเพิ่มเติมในหลายๆ ด้าน เช่น การศึกษาภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวแต่ละประเภทมีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพราะโดยทั่วไปนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อนหย่อนใจและกลุ่มที่เดินทางมาประชุม สัมมนา และนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มอาจมีมุมมองที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ควรมีการศึกษาภาพลักษณ์ก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวและหลังจากที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ เป็นระยะเวลาหนึ่ง เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังและประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ควรมีการศึกษาภาพลักษณ์ของแต่ละผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอย่างละเอียด เพื่อให้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Baloglu, S. and Brinberg, D. (1997) 'Affective images of tourist destination', Journal of Travel Research, vol. 35, no.4, pp.11-15.
- Baloglu, S. and McCleary, K.W. (1999) 'A model of destination image formation', Annals of Tourism Research, vol. 26, no.4, pp.868-897.
- Business Day (2002) Phuket Travellers Guide 2002-3. Business Day: Bangkok.
- Cathy H.C.H., Kara W., and Soo K. K. (2004) 'Image assessment for a destination with limited comparative advantages', Tourism Management, vol.25, pp.121-126.
- Chon, K. (1990) 'The role of destination image in tourism: A review and discussion', The Tourist Review, vol. 45, no. 2, pp.2-9.
- Chon, K. and Sparrowe, R.T (2000) Welcome to Hospitality: An Introduction. 2nd Edition, Thomson Learning: USA.
- Dickman, S. (1996) Tourism: An introductory text. 2nd edition, Hodder Education: Australia.
- Diethelm Travel (2003) 'Diethelm Travel's Thailand Tourism Review 2003: Event Industry Talk' available at <http://www.bangkokpost.net/tourism2003/industry.html> accessed on 21 ตุลาคม 2004.
- Echtner, C.M. and Ritchie, J.R.B. (1991) 'The meaning and measurement of destination image', Journal of Tourism Studies, vol. 2, no. 2, pp.2-12.

Echtner, C.M. and Ritchie, J.R.B. (1993) 'The measurement of destination image: an empirical assessment', Journal of Travel Research, vol. 31, no. 4, pp.3-13.

Gallaza, M.G., Saura, I.G. and Garcia, H.C. (2002) 'Destination image towards a conceptual framework', Annal of Tourism Research, vol.29, no.1, pp.57-78.

Gartner, W.C. (1996) Tourism development: Principles, Processes, and Policies. Van Nostrand Reinhold: USA.

Hall, C.M. (1996) Introduction to tourism in Australia. 2nd Edition, Longman: Melbourne.

Heath, E. and Wall, G. (1992) Marketing Tourism Destinations: A Strategic Planning Approach. John Wiley: USA.

Kotler, P., Bowen, J. and Makens, J. (1999) Marketing for Hospitality and Tourism. Second edition, Prentice Hall: USA.

Law, E. (1995) Tourist destination management: Issues, analysis and policies. Routledge: New York.

Middleton, V.T.C. (1994) Marketing in Travel and Tourism. Butterworth Heinemann: Oxford.

Mok, C. and Armstrong, R. (1996) "Sources of information used by Hong Kong and Taiwanese leisure travellers", Australian Journal of Hospitality Management, vol. 3, no. 1, pp.31-35.

- Pike, S. (2002) 'Destination image analysis- a review of 142 papers from 1973-2000', Tourism Management, vol. 23, no. 5, pp. 541-549.
- Reilly, M.D. (1990) 'Free elicitation of descriptive adjectives for tourism image assessment', Journal of Travel Research, vol. 28, no. 4, pp.21-26.
- Rittichainuwat, B.N., Qu, H. and Brown, T.J. (2001) 'Thailand's international travel image: most favorable' Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, vol. 42, no. 2, pp. 82-95.
- Selby, M. and Morgan, N.J. (1996) 'Reconstructing place image: A case study of its role in destination market research', Tourism Management, vol. 17, no. 4, pp. 287-294.
- Tapachai, N. and Waryszak, R. (2000) 'An examination of the role of beneficial image in tourist destination selection', Journal of Travel Research, vol. 39, no. 1, pp.37-44.
- Thai Visa Thailand Expat Forum (2547) 'Andaman land boom-prices skyrocketing' available at http://www.thaivisa.com/index.php?514&backPID=10&tt_news=728 accessed on 23 ตุลาคม 2004.
- Um, S. and Crompton, J.L. (1990) 'Attitude determinants in tourism destination choice' Annals of Tourism Research, vol. 17, no. 3, pp.432-448.
- Walmsley, D.J. and Young, M. (1998) 'Evaluative images and tourism: The use of personal constructs to describe the structure of destination images', Journal of Travel Research, vol. 36, no. 3, pp.65-69.
- Woodside, A.G. and Lysonski, S. (1989) 'A general model of traveler destination choice', Journal of Travel Research, vol. 27, no. 4, pp. 8-14.

World Tourism Organisation (2003) The Global Code of Ethics for Tourism. แปลโดย รศ. มนัส ชัยสวัสดิ์ และผศ. พิมพาภรณ์ สุวัตติกุล (2546).

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2547) แผนการตลาดการท่องเที่ยว ปี 2547. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย: กรุงเทพมหานคร.

ศิริพรรณ เปลี่ยนสกุล (2547) 'MICE หนึ่งในตลาดท่องเที่ยวที่อนาคตสดใส' จาก <http://www.scb.co.th/LIB/th/article/ktb/data/k8-37.html> วันที่ 21 ตุลาคม 2547

ศูนย์ประสานงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น จังหวัดพังงา (2546) เขาลัก ต.คึกคัก อ.ตะกั่วป่า จ.พังงา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย: พังงา.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (2546) 'ชะตากรรมเขาลัก อนาคตภูเก็ต 2' Today Post 7 เมษายน 2546

สำนักงานจังหวัดกระบี่ (2547) 'ผู้ว่าราชการจังหวัดกระบี่เสนอ 6 โครงการที่สำคัญเพื่อขอรับงบประมาณเร่งด่วนต่อนายกรัฐมนตรีที่มาตรวจเยี่ยมจังหวัดกระบี่โครงการรัฐบาลพบประชาชน ครั้งที่ 5' จาก <http://203.151.46.10/anda/krabi/rela/question.ASP?ID=1472&CAT=act> accessed on 9 กันยายน 2004.

สำนักงานจังหวัดกระบี่ (2547) 'ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดกระบี่ ปี 2547-2550' จาก <http://www.krabi.go.th/men/y7.htm> accessed on 9 กันยายน 2004.

สำนักงานจังหวัดภูเก็ต (2547) 'เป้าประสงค์ของกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน' จาก http://www.phuket.go.th/data/CEO/Strategy/Cluster_Goal.htm accessed on 9 กันยายน 2004.

สำนักงานจังหวัดภูเก็ต (2547) 'ยุทธศาสตร์การพัฒนাজังหวัดภูเก็ต' จาก

<http://www.phuket.go.th/data/CEO/Phuket/strategy.htm> accessed on 9 กันยายน 2004.

สำนักงานจังหวัดภูเก็ต (2547) 'วิสัยทัศน์กลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน' จาก

http://www.phuket.go.th/data/CEO/Strategy/Cluster_ActionPlan.htm accessed on 9 กันยายน 2004.

หนังสือพิมพ์ Phuket Gazette (2547) 'First round of zoning hearings completed' available

at <http://www.phuketgazette.com/news/index.asp?fromsearch=yes&id=3377> accessed on 23 ตุลาคม 2004.

หนังสือพิมพ์ Phuket Gazette (2547) 'Government accepts Phuket getting ugly judgement'

<http://www.phuketgazette.com/news/index.asp?fromsearch=yes&id=3490> accessed on 23 ตุลาคม 2004.

หนังสือพิมพ์ Phuket Gazette (2547) 'New Twist in expo center saga' available at

<http://www.phuketgazette.com/news/index.asp?id=3792> accessed on 18 November 2004.

หนังสือพิมพ์ Phuket Gazette (2547) 'OrBorJor sets up planning board' available at

<http://www.phuketgazette.com/news/index.asp?fromsearch=yes&id=3561> accessed on 23 ตุลาคม 2004.

หนังสือพิมพ์ Phuket Gazette (2547) 'Tourism leaders agree Phuket getting ugly' available

at <http://www.phuketgazette.com/news/index.asp?fromsearch=yes&id=3487> accessed on 23 ตุลาคม 2004.

หนังสือพิมพ์ Phuket Gazette (2547) 'Warning to Kho Lak: don't overbuild' available at <http://www.phuketgazette.com/news/index.asp?fromsearch=yes&id=3619> accessed on 23 ตุลาคม 2004.

หนังสือพิมพ์ภูเก็ตออนไลน์ (2547) '8 โรงแรมสำรวจนักท่องเที่ยวพบป่าต้องเริ่มเสื่อม แต่ขาดคนแก้ไข' หนังสือพิมพ์ภูเก็ตออนไลน์. ฉบับที่ 40 ประจำวันที่ 16-31 กรกฎาคม 2547 หน้า4-5.

ภาคผนวก

ภาคผนวกที่ 1

ข้อมูลโดยย่อภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ ที่สื่อต่างๆ นำเสนอ

● จังหวัดภูเก็ต

Phuket is blessed with magnificent coves and bays, powdery, palm-fringed white beaches, sparkling island-dotted seas, sincerely hospitable people, superb accommodations and seafood, delightful turn-of-the-century Sino-Portuguese architecture; numerous sporting and leisure opportunities; a lush tropical landscape – all of which combine to create a delightful ambience for truly memorable holidays (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2545).

(ภูเก็ต ได้ชื่อว่าเป็นไข่มุกแห่งอันดามัน เมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลก ในด้านความสวยงามของทิวทัศน์ และหาดทราย น้ำทะเลสีฟ้าใส พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวครบครัน ที่พักที่มีระดับ อาหารทะเลรสชาติอร่อย สถาปัตยกรรมแบบชิโน-โปรตุเกส กิจกรรมสันทนาการและกีฬา และเกาะที่สวยงาม)

● จังหวัดพังงา

เมืองที่สงบเรียบง่ายเรียบง่าย เป็นอำเภอที่มีภูเขารูปลักษณะสวยงามแปลกตาตลอดเส้นทาง ภูเขาเหล่านี้มีต้นไม้เขียวครึ้มขึ้นปกคลุม ทำให้ดูชุ่มชื้นและเย็นสบาย มีถนนหนทางที่สะอาด ดึงดูดนักท่องเที่ยวยังเป็นดึกดำบรรพ์ ๆ ที่ไม่บดบังความสวยงามของทิวทัศน์ธรรมชาติ เป็นเมืองที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่ต้องการความเรียบง่ายในการพักผ่อนอยู่กับธรรมชาติไม่มีแสงสี และก่อนจะเข้าถึงตัวเมืองพังงาจะมองเห็น “เขารูปช้าง” สูงตระหง่านแต่ไกล ถือเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัด

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2545)

● จังหวัดกระบี่

Krabi is distinguished by mountains, hills, and plains; and there are more than 30 small islands off the coast. The still pristine jungles include white mangrove and mangrove forests (Business Day 2002, p.35).

(เอกลักษณ์ของจังหวัดกระบี่ ประกอบด้วย ภูเขา บริเวณที่ราบ เกาะแก่งมากกว่า 30 เกาะ นอกจากนี้ จังหวัดกระบี่ยังเต็มไปด้วยป่าชายเลนที่สวยงามและไม่ยังถูกบุกรุก)

ภาคผนวกที่ 2

Preliminary Questionnaire

A comparative study of the image of tourist products from the perspectives of tourists
and the host community: Phuket, Phang-Nga and Krabi

Dear Respondents,

This research, funded by the Thailand Research Fund, aims to study the image of tourism products in Phuket, Phang-Nga, and Krabi as perceived by tourists. The findings will help the tourism bodies at local and national levels to design new tourism products and also improve the existing tourism products to be suitable and meet with the expectation of tourists.

The purpose of this questionnaire is to obtain preliminary information on the tourism products in these three provinces that tourists could think of. The data obtained will be used as a useful input in designing a final questionnaire for the above research. All information provided by respondents will be kept confidential and are to be used for this research purpose only.

Please accept my appreciation for your time in filling out this questionnaire. If you have any questions, please do not hesitate to contact me at 06-593 2650.

Yours truly,

Tatitaporn Jarumaneerat

Researcher

Lecturer - Faculty of Service Industries

Prince of Songkla University, Phuket Campus

Preliminary Questionnaire

A comparative study of the image of tourist products from the perspectives of tourists
and the host community: Phuket, Phang-Nga and Krabi

Part 1: Information about the respondent

What is your nationality?

.....

How long did you stay (do you plan to stay) in Phuket, Pang Nag, Krabi?

.....

Part 2: Information about the tourism product images of Phuket, Pang Nga and Krabi

1. Please list tourist attractions in Phuket, Phang Nga and Krabi that you can think of.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. How do you describe transportation to Phuket, Phang Nga, and Krabi in terms of its convenience, variety, price, and availability?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. How would you describe accommodation within these three provinces in terms of its convenience, variety, price, and availability?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. In your opinion, what are leisure activities that tourists could do while they are at Phuket, Phang Nga and Krabi?

[illegible]

5. What do you think about the following amenities available at Phuket, Phang Nga and Krabi?

- Restaurants

[illegible]

- Retail outlets such as shops, tour operators, souvenir shops

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- Other services such as hairdressing, tourist information, shops for rental facilities,
and police tourists

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

[illegible]

ภาคผนวกที่ 3

ข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากแบบสอบถาม

คำถาม: Please list tourist attractions in Phuket, Phang Nga and Krabi that you can think of.

Tourist attractions
● Beaches-related
● Billiard
● James Bond island
● Crowded at JB island
● Friendly people
● Patong
● Crowded at Patong
● Island
● Interesting country
● Kamala
● Karon
● Karon-many buildings
● Kata
● Kata and Karon- nice and quiet
● Khaolak
● Privacy at Khoalak
● Samui
● Samui and Samet

Tourist Attractions (continued)
● Krabi and Phang- Nga underdeveloped
● Lanta
● Nai harn
● Nightlife
● Nightlife at Patong
● Panyee island
● Foreigner and Thai girl
● Phi Phi island
● Phi Phi island (quiet)
● Promthep cape
● Phuket town
● Yao Noi island
● YaoYai island
● Raya island
● Shopping centre
● Similan island
● Surin island
● Tao island
● Ya nui Beach

คำถาม: How do you describe transportation to Phuket, Phang Nga, and Krabi in terms of its convenience, variety, price, and availability?

Transportation	
● Air- very convenient	● Good security at the airport
● Airplane- good price	● Good taxi
● Airport- good service	● Good VIP bus
● All inclusive price	● Limousine- nice driver
● Annoyed tuk tuk driver	● No traffic jam
● Boat-convenience & cheap	● Normal price
● By foot	● Nothing to do at the airport
● Cheap and competitive price	● Ok mini bus
● Cheap and convenient bus	● Ok motorbike
● Cheap rental motorbike	● Ok taxi
● Comfortable boats	● Overall, Ok
● Comfortable train	● Own transportation
● Convenience	● Pacific world
● Dangerous and slow train	● Poor and difficult service
● Do not use tuk tuk	● Reasonable price by rental motorbike
● Easy to access	● Safe, slow and polite driver
● Expensive limousine	● Taxi
● Expensive sometimes	● Taxi- nice driver, safe and cheap
● Expensive taxi	● Taxi-convenience, friendly driver and polite
● Competitive charge for taxi	● Terrible and traffic
● Expensive tuk tuk	● Too fast tuk tuk
● Fast service	● Traffic jam, but better than BKK
● Good and cheap tuk tuk	● tuk tuk
● Good flight	● Tuk Tuk- easy to find, but not frequently
● Good hotel limousine	● Tuk Tuk- good safe
● Convenient limousine	● Value for money
● Good road	

• Variety
• Very curvy roads

คำถาม: How would you describe accommodation within these three provinces in terms of its convenience, variety, price, and availability?

Accommodation
• 3-star hotel
• 5-star hotels
• Annoying staff
• Apartment-cheap, secure, clean
• Bungalow- good and new
• Bungalow in Khaolak
• Big hotels and resorts in Patong
• Cheap
• Good air-conditioned
• Clean
• Convenience
• Safe
• Close to tourist attractions
• Comfortable room
• Convenience
• Different prices
• English illiterate staff
• Expensive
• Expensive (top hotel_
• Far from the beach
• Friendly and helpful staff
• Staff always try to sell something
• Good accommodation

• Very good
• Expensive- boat
• Good beachfront hotel
• Good decoration
• Good range of hotels
• Good service
• Poor salon
• Guesthouse
• Hotel
• Inn
• Less luxury
• Less nice in Phi Phi island
• Local style
• Mansion
• Many 5-star hotels
• Many facilities
• Many hotels in different locations
• Many hotels near roads
• More relaxing at Kon Lanta
• No 3 meals
• No TV program in English
• No variety
• No variety at Lanta
• Noisy
• Quiet and peaceful
• Reasonable price
• Resort
• Too many brand names
• Unique from one hotel to another
• Value for money

• Variety of accommodation	• Very nice service
• Very good atmosphere	• Wonderful

คำถาม : In your opinion, what are leisure activities that tourists could do while they are at Phuket, Phang Nga and Krabi?

Leisure activities	• Jungle activity
• Bars	• Laying down on the beach
• Beach	• Long tail boat
• Billiard	• Long tail boat at Patong
• Bowling	• Long tail boat to Phang Nga
• Bush walking	• Massage
• Buggy Jump	• No thief
• Canoeing	• Relaxing
• Confusing night life	• Riding
• Cooking practice	• Riding motorbike
• Cruising	• Rock climbing
• Cycling	• Salon
• Dancing	• Scuba diving
• Diving	• Shopping
• Diving in Simian and Suring islands	• Sightseeing
• Drinking	• Snorkelling
• Driving around	• Snorkelling at PP island
• Eating	• Spa
• Fishing	• Sport
• Go to party	• Staying at rooms
• Golfing	• Sunbathing
• Horse riding	• Surfing
• Jet skiing	• Swimming

• Thai boxing	• Visiting temples
• Trekking	• Walking on the beach
• Visiting beaches and islands	• Watching movies

คำถาม What do you think about the following amenities available at Phuket, Phang Nga and Krabi?

Restaurants	Restaurants (continued)
● A bit spicy, but good	● Good variety
● A lot of restaurants	● Small restaurants are better
● Availability	● Inexpensive and good seafood
● Average price	● International
● Big shops must be expensive	● International food at more expensive restaurants
● Cheap	
● Clean	● Local restaurants are very good,
● Delicious and tasty	● No variety
● Different levels of price	● Many kinds
● Difficult to find a good restaurant	● Mosquito protectors provided
● Dirty kitchen	● Nice service
● Expensive food	● Normal price
● Expensive seafood	● Not clean (outside the hotel)
● Not nice	● Not so good
● Fast service	● Not so spicy
● Fresh seafood	● Prices depend on places
● Fresh vegetables and fruits	● Seafood
● Fresh	● Shops on street
● Spicy Thai food	● Thai food
● Good food	● Too spicy food and oily
● Good restaurants and good ambience	● Value for money
● Good style and unique	● Variety of food
● Good Thai food	

Retail outlets
● All in one shop

• Availability (many products and many shops)	• More local product is needed
• Beautiful	• No necessary product like UV
• Big C	• No taste in airport
• Cannot attract tourists to buy	• No variety
• Do not need a tour operator	• Normal price
• Easy to bargain	• Not for Thais
• Easy to buy (local shop)	• Not polite
• Expensive	• Not so good tour operator
• Fashion	• Not value for money
• FIT	• Ocean
• Give information	• Overcharge for foreigner
• Good product	• Painting
• Good tour operator	• Prefer big shops as
• Inexpensive souvenir	• Prefer own arrangement
• Leather carving	• Small shop
• Mainly local products	• Smart suit in tailor shop
• Many activities	• Too few retail outlets
• Many massage shops with the same prices	• Too many specialised shops
	• Unique
	• Variety of products

Other services	● Good info at the hotel
● A lot of car rental	● Good map and tourist info
● A lot of sign boards	● Good police tourists
● Activities	● Good shops
● All touristic services are provided	● Good tourist police
● Ask from local and friends	● Ineffective tourist police
● Attractive signboards	● Inexpensive rented motorbikes
● Brochures	● Informative signboards, but not so attractive
● Cant find tourist info	● Internet- cheaper
● Cheap and good service at salon	● No information source
● Clean and cheap dental shop	● Shop for rented- a little bit expensive
● Do not use other service	● Shop for rented- Not good service
● Easy to find tourist info	● Thai massage
● Easy to find travel agents	● Tourist info is unnecessary
● Expensive air ticket	● Unsafe
● Expensive taxi	● Useful info from travel agents
● Feel safe	● Variety
● Good car rental service	● Very cheap tailor made cloth
● Good info	

Other comments
● Disturbed by Muslim society
● Good organisation by the government
● Jellyfish in the sea
● Just focus on convenience, nice place
● Many buildings
● Nice and friendly local people
● Nice small bungalow
● Old foreigners with Thai female
● Patong is no longer beautiful
● Police corruption
● Price and brand are not important
● Prostitute and child abuse problem
● Too many people
● Too many umbrellas on the beach
● Uncleaned beach



A comparative study of the image of tourism products from the perspectives of tourists and the host community: Phuket, Phang-Nga and Krabi

Part A: What do you think about Phuket?

1. Please indicate your level of agreement or disagreement with each of these statements about Phuket by **circling the most appropriate number**. For example, if you strongly agree that Phuket has beautiful natural sceneries, circle 5, if you disagree circle 2.

	Strongly disagree (1)	Disagree (2)	Neither agree nor disagree (3)	Agree (4)	Strongly agree (5)
A. Attractions					
Phuket has beautiful natural sceneries.	1	2	3	4	5
Phuket has many beautiful beaches.	1	2	3	4	5
Phuket is surrounded by many beautiful islands.	1	2	3	4	5
Phuket is a relaxing and peaceful destination.	1	2	3	4	5
Natural attractions in Phuket have not been exploited by touristic activity.	1	2	3	4	5
The climate in Phuket is comfortable.	1	2	3	4	5
Mountains and national parks in Phuket are beautiful and well protected.	1	2	3	4	5
Phuket offers excellent nightlife and entertainment facilities.	1	2	3	4	5
Phuket has beautiful architecture and historical buildings.	1	2	3	4	5
Temples and religious-related sites in Phuket are beautiful and fascinating.	1	2	3	4	5
Phuket offers good bargain shopping	1	2	3	4	5
Theme parks in Phuket are excellent.	1	2	3	4	5
Local culture and history are interesting.	1	2	3	4	5
There are many interesting special events and festivals in Phuket.	1	2	3	4	5
Local art and performances are wonderful.	1	2	3	4	5
Local people are friendly.	1	2	3	4	5
Thai food is delicious.	1	2	3	4	5
There is no difficulty when communicating with local people.	1	2	3	4	5

	Strongly disagree (1)	Disagree (2)	agree nor disagree	Agree (4)	Strongly agree (5)
There is plenty of opportunity for tourists to learn about lifestyle of local people.	1	2	3	4	5
You feel safe when traveling to Phuket.	1	2	3	4	5
Phuket is a destination suitable for all people.	1	2	3	4	5
B. Accessibility					
It is easy and convenient to travel by air to Phuket from your country.	1	2	3	4	5
It is safe to travel in local public transportation.	1	2	3	4	5
It is quick to get around Phuket.	1	2	3	4	5
Roads and local infrastructures are in good conditions.	1	2	3	4	5
Fares of local public transportation (buses, Tuk-Tuk) are charged at a reasonable rate.	1	2	3	4	5
Local transportation provides good service and clean facilities.	1	2	3	4	5
Public transportations in Phuket are sufficient and efficient.	1	2	3	4	5
Facilities at the airport/local bus terminal are comfortable and clean.	1	2	3	4	5
It is easy to obtain visas and entry permits to travel to Thailand and Phuket.	1	2	3	4	5
Custom regulations are flexible and easy to understand.	1	2	3	4	5
C. Accommodation					
There is variety of accommodations provided in Phuket.	1	2	3	4	5
Prices of accommodation in Phuket are value for money.	1	2	3	4	5
Accommodations are clean and comfortable.	1	2	3	4	5
Staff at accommodation facilities are professional and able to communicate in English well.	1	2	3	4	5
Accommodations in Phuket have good and relaxing atmosphere.	1	2	3	4	5
Accommodations in Phuket offer good service.	1	2	3	4	5
Accommodations are located nearby tourist attractions.	1	2	3	4	5
There are enough accommodations in Phuket.	1	2	3	4	5

	Strongly disagree (1)	Disagree (2)	Neither agree nor disagree (3)	Agree (4)	Strongly agree (5)
D. Activity					
Phuket offers a plenty of leisure activities.	1	2	3	4	5
Tourists can enjoy a variety of water-related activities (swimming, diving, fishing, snorkeling, etc.) while they are at Phuket.	1	2	3	4	5
Phuket offers many wilderness activities, e.g. bush walking, trekking.	1	2	3	4	5
Tourists can enjoy visiting historical and architectural sites.	1	2	3	4	5
Shopping in Phuket is excellent.	1	2	3	4	5
Phuket offers a variety of relaxing activities, e.g. massage, spa, etc.	1	2	3	4	5
Phuket is an attractive destination for sporting activity such as golf.	1	2	3	4	5
E. Amenity					
Restaurants in Phuket are clean.	1	2	3	4	5
There are variety of food and drinks available in Phuket.	1	2	3	4	5
Prices of food are value for money.	1	2	3	4	5
There is variety of restaurants ranging from fine dining to fast food restaurants in Phuket.	1	2	3	4	5
There are many souvenir shops in Phuket.	1	2	3	4	5
Souvenir products in Phuket are good quality with unique design.	1	2	3	4	5
There is variety of souvenir products.	1	2	3	4	5
Souvenir products are inexpensive and value for money.	1	2	3	4	5
Phuket provides good supporting services for tourists, e.g. car rental services, travel agents, tour operators, banks, hairdressing, post office, currency exchange, hospital, and emergency services.	1	2	3	4	5
It is easy to find information centers in Phuket.	1	2	3	4	5
Tourist police are efficient and helpful making you feel safe while traveling in Phuket.	1	2	3	4	5
F. Others					
Phuket is an excellent destination for business-related activities, e.g. meetings, incentive trips.	1	2	3	4	5
Phuket has excellent meeting and convention facilities.	1	2	3	4	5

2. Please list any unique things/features/tourist attractions of Phuket that you can think of.

3. Other comments

Part B Personal information

1. Gender ☐ Male ☐ Female

2. Age ☐ 15 - 24 years old ☐ 25 - 34 years old
☐ 35 - 44 years old ☐ 45 - 54 years old
☐ 55 - 64 years old ☐ Over 64 years old

3. Nationality ☐ Thai ☐ Other Asians
☐ European ☐ North American
☐ Australian and Oceania ☐ Others

4. How did you hear about Phuket? (Tick more than one answer)
☐ Advertising (e.g. television, print media, brochures, radios, magazines)
☐ Travel agents and tour wholesalers
☐ Reports, news, and editorial articles in newspapers, magazines and other printed media
☐ Travel guidebooks and Internet
☐ Friends and relatives
☐ Past visits Travel-related television shows

5. How did you come to Phuket?

☐ By plane ☐ By buses
☐ Other transports e.g. rental cars, group tour buses, private cars

***** Thank you very much for your co-operation. Have a nice day. *****

ภาคผนวกที่ 5

แหล่งท่องเที่ยว/สิ่งต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต

คำตอบของนักท่องเที่ยว	จำนวนครั้งที่ตอบ
Patong	55
Beach	52
Sea	37
Nightlife	22
Phi Phi Island	13
Phuket Fantasea	13
Snorkling/diving	13
Islands	12
Friendly people	10

ข้อเสนอแนะอื่นๆ จังหวัดภูเก็ต

คำตอบของนักท่องเที่ยว	จำนวนครั้งที่ตอบ
Expensive - food	15
Excellent holiday for tourists	12
Bad attitude/rude of Tuk Tuk driver	8
Bad road	7
Expensive - local transport	7
Friendly people	7
Beautiful tourist attractions	6
Good food	5
Crowded	5
Sex tourism	4
Expensive - souvenir	4
Dirty at tourist attractions	4
Traffic jam	4

ภาคผนวกที่ 6

แหล่งท่องเที่ยว/สิ่งต่าง ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดกระบี่	
คำตอบของนักท่องเที่ยว	จำนวนครั้งที่ตอบ
เกาะพีพี	47
อ่าวพระนาง	24
เกาะต่างๆ	24
ชายหาด	22
หาดไร่เลย์	19
ทะเล	18
เหมาะสมสำหรับการปีนไต่เขา	15
สุสานหอย	13
ผู้คนเป็นมิตร	12
เกาะลันตา	12

ภาคผนวกที่ 6 (ต่อ)

ข้อเสนอแนะอื่นๆ จังหวัดกระบี่	
คำตอบของนักท่องเที่ยว	จำนวนครั้งที่ตอบ
ขยะบนชายหาด	15
สภาพถนนหนทางไม่ดี	5
ป้ายบอกทางไม่เพียงพอ	4
ผู้คนเป็นมิตร	3
เรือหางยาวไม่เป็นระเบียบ/แพง	6
รถบัสไม่สะอาดและช้า	3
อาหารราคาแพง	3
ราคารถโดยสารแพง	3
แหล่งท่องเที่ยวยังไม่ถูกทำลาย	3
อากาศร้อน	3
ปัญหาสื่อสารกับคนท้องถิ่น	3
ราคาของแพง	3
เดินทางลำบาก	3
ความปลอดภัยในการเดินทาง (เช่น เรือหางยาว)	3

ภาคผนวกที่ 7

แหล่งท่องเที่ยว/สิ่งต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดพังงา

คำตอบของนักท่องเที่ยว	จำนวนครั้งที่ตอบ
เกาะสิมิลัน	15
กิจกรรมสันทนาการทางน้ำ เช่น Diving Snorkeling Canoeing วายน้ำ	11
ภูเขาสวยงาม	10
เขาหลัก	8
ชายหาด	7
เจียบสงบ	7
เขาตะปู	7

ข้อเสนอแนะอื่นๆ จังหวัดพังงา

คำตอบของนักท่องเที่ยว	จำนวนครั้งที่ตอบ
ปรับปรุงถนนหนทางเข้าแหล่งท่องเที่ยว	5
ผู้คนเป็นมิตร	4
จำนวนห้องพักไม่พอ	4
กำจัดขยะบนชายหาด	3
เพิ่มการดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว	3
รักษาสภาพของสถานที่ท่องเที่ยว	3

ภาคผนวกที่ 8 รายชื่อผู้เข้าร่วมการสัมมนากลุ่มเจาะจง จังหวัดภูเก็ต กระบี่และพังงา

วันที่ 19 สิงหาคม 2547 ณ โรงแรมมาริไทม์ ปาร์ค แอนด์ สปา รีสอร์ท จังหวัดกระบี่

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
คุณญารณณ์ เจนเนอร์	ตัวแทนประธานชมรมสปาจังหวัดกระบี่
คุณสมภพ สุดเมื่อน	ตัวแทนประธานชมรมท่องเที่ยวอ่าวนาง
คุณสุบินท์ ฉายะบุระกุล	อดีตนายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่
คุณลลิตา พันธุ์วิชาติกุล	นายกสมาคมโรงแรม จังหวัดกระบี่

วันที่ 20 สิงหาคม 2547 ณ โรงแรมเขาหลักเบย์ฟรอนท์ จังหวัดพังงา

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
คุณประเสริฐ การขยัน	ผู้จัดการ โรงแรมเขาหลักกรีนบีช รีสอร์ท
คุณธวัช นิระนาทวโรดม	กรรมการสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดพังงา
คุณกฤษ ศรีฟ้า	ที่ปรึกษาสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดพังงา
คุณบุญชู กาจกุล	โรงแรมภูเขาหลัก
คุณยรรยง ช่อเพชร	ผู้จัดการ โรงแรมเขาหลักลาгуน่า

วันที่ 9 กันยายน 2547 ณ โรงแรมเมโทรโพล จังหวัดภูเก็ต

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
คุณชาญ วงศ์ลัยตานนท์	กรรมการผู้จัดการ บริษัทภูเก็ตเจ็ททัวร์
คุณภคิน รักแตงาม	เลขานุการ สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต
คุณกฤษฎา ต้นสกุล	ผู้จัดการทั่วไป โรงแรมรอยัลปาล์มบีช
คุณสรายุทธ มัลลัม	อุปนายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต
คุณกนกพร จันทผล	ตัวแทนสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคใต้ เขต 4
คุณไพฑูรย์ มนต์พานทอง	Assistant Operations Manager บริษัท ซีทัวร์ จำกัด
นายแพทย์ศิริชัย ศิลปอาชา	รองประธานหอการค้าจังหวัดภูเก็ต
อาจารย์สายฝน ยวนแหล	คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
อาจารย์นารี วีระกิจ	คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์