

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสถานะสภาพสังคม ภูมิศาสตร์ มรดกทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมประเพณี สิ่งอำนวยความสะดวก ในเรื่อง ของสถานที่พักผ่อน ร้านอาหาร แหล่งบันเทิง และการจัดประชุมนานาชาติ ซึ่งล้วนเป็น แรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวเมืองไทยเพิ่มสูงขึ้นทุกปี การสร้าง ความพึงพอใจใน การบริการในแหล่งท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยว ถือว่าเป็นเรื่องสำคัญ ภาครัฐและ เอกชน จึงควรร่วมมือกัน อนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติให้อยู่สภาพที่เอื้ออำนวยต่ออุตสาหกรรม ท่องเที่ยว (สุมาลี อัสวจิตรกุล, 2551) ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มากมาย ซึ่งในแต่ละปีนั้น ประเทศสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกได้เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะแหล่ง ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงาม เช่น ภูเขา น้ำตก สวนธรรมชาติ ชายหาด รวมไปถึงเกาะ และ หมู่เกาะน้อยใหญ่ เป็นต้น เกาะภูเก็ต เป็นเกาะที่มีขนาดใหญ่ที่สุด รองลงมาคือ เกาะช้าง จังหวัด ตราด เกาะช้างเป็นเกาะทางฝั่งตะวันออกของประเทศที่มีหมู่เกาะน้อยใหญ่มากมาย

เกาะช้างเป็นเกาะที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของประเทศ รองจากภูเก็ต โดยมีพื้นที่ 650 ตาราง กิโลเมตร ซึ่งเป็นเกาะที่มีชื่อเสียงโด่งดังอันดับต้นของทะเลตะวันออก ด้วยความงดงามของ ธรรมชาติอันหลากหลายบนเกาะแห่งนี้ ไม่ว่าจะเป็นหาดทราย ทะเล น้ำตก ป่าดิบชื้นอันอุดม สมบูรณ์ และวิถีชีวิต อันเรียบง่ายของชุมชนชาวประมงเกาะช้าง การตั้งถิ่นฐานของชุมชนบนเกาะช้าง พบว่า มีมาก่อน พ.ศ. 2440 โดยคนจีนใช้เป็นที่พักพิงคลื่นลมในฤดูมรสุมของเรือสำเภาจากเมือง จีน และชาวนวนที่อพยพหนีสงครามมาตั้งถิ่นฐานยังบริเวณนี้ ต่อมาฝรั่งเศสได้เข้ามาตั้งอาณานิคม ทำการยึด จันทบุรีไว้ จนกระทั่งพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงทำสนธิสัญญายก เมืองพระตะบอง เสียมราฐ ศรีโสภณ และเมืองประจันตคีรีเขต (เกาะกง) เมื่อครั้งยึดเมืองตราดต่อ จากเมืองจันทบุรีจาก ฝรั่งเศสจากนั้นชาวไทย ชาวมลายู ตลอดจนผู้คนบนฝั่งเมืองตราด แห่มาอพยพ เข้ามายัง จันทบุรี ระยอง แกลง ฯลฯ ต่างทยอยเข้ามาตั้งหลักแหล่งทำมาหากินบนเกาะช้างมากขึ้น ซึ่งจะตั้งถิ่นฐานตาม ความเหมาะสมของ สภาพภูมิศาสตร์ กล่าวคือ บริเวณชุมชนสลักเพชร สลักคอกและบางเบ้า ที่มีลักษณะเป็นอ่าวเอื้ออำนวยต่อการทำประมง และหลบคลื่นลมมรสุมและ

บริเวณที่ราบชายฝั่งซึ่งเหมาะแก่ การทำเกษตรกรรม ได้แก่ ชุมชนเจ๊กแป๊ะ บ้านด่านเก่า บ้านด่านใหม่ คลองสน หาดทรายขาวและคลองพร้าวซึ่งชุมชนดังกล่าวจะมีวิถีชีวิตอันมีมิตรไมตรี โอบอ้อมอารี เรียบง่ายเป็นในลักษณะการเคารพนับถือกันแบบระบบเครือญาติ (สมชาย เฑาะพรหมพันธุ์, 2546)

การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของเกาะช้างได้รับความสนใจจากหน่วยงานหลาย ฝ่าย ของประเทศทั้งทางภาครัฐและเอกชน ซึ่งเกาะช้างมีทรัพยากรต่าง ๆ ที่อุดมสมบูรณ์ สามารถ เติบโต และขยายการลงทุนในหลาย ๆ ด้านได้ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นควรกระทำควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่สวยงามของอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง จังหวัดตราด โดยที่อุทยาน แห่งชาติหมู่เกาะช้าง จังหวัดตราด มีลักษณะภูมิประเทศที่หลากหลาย และสวยงาม ซึ่งประกอบ ไปด้วย ภูเขา น้ำตก ท่าเรือ ชายหาดและปะการัง เป็นต้น มีความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติ เหมาะแก่การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยว การค้าทางบก การค้าขายทางน้ำ ฯลฯ ซึ่ง อุตสาหกรรมที่สำคัญของ เกาะช้างคือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวทั้ง ภายในและภายนอกประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ความสวยงามทางธรรมชาติ ก่อปรกับความสะดวกสบาย ทั้งการเดินทาง การโดยสาร ที่พักอาศัย สถานที่รับประทานอาหาร กิจกรรมทางน้ำที่หลากหลาย ฯลฯ ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยหนุนนำให้นักท่องเที่ยวทั้งภายในและ ภายนอก ประเทศมีความสนใจต่อการเดินทางมายังอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง จังหวัดตราด

ประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้างนั้นมีมากมายหลาย ประการ เช่น การพัฒนาการท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง จังหวัดตราด การส่งเสริม และพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคม การพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานหรือที่จำเป็นสำหรับ ท้องถิ่น ฯลฯ จากการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะช้างได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ควบคู่กับความเจริญ ของเกาะช้างที่เด่นชัด คือ จากเดิมพัฒนาการความเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ของเกาะช้างมีลักษณะ เปลี่ยนแปลงอย่างค่อยเป็นค่อยไปตามธรรมชาติ แต่หลังจากที่รัฐบาลของ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร ได้ดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในด้าน ต่าง ๆ อย่างรวดเร็วไม่ว่าจะเป็นทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน ในเกาะช้าง เช่น ปัญหาเรื่องที่ดิน และการบุกรุกพื้นที่ป่าในเขตอุทยานฯ และเขตกองทัพเรือ การถม ดินลงทะเล การปลูกสร้างสิ่งล่วงล้ำ ลำน้ำ มีทั้งที่ตั้งใจและบุกรุกโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ปัญหาเกี่ยวกับ มลภาวะ และปัญหาความขัดแย้งต่าง ๆ (จุตินันท์ ขวัญเนตร, 2550) ด้วยเหตุผลทั้งหลายเหล่านี้จึง เป็นที่มาของความสนใจในการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยในการตัดสินใจ เลือกเที่ยวอุทยานแห่งชาติ หมู่เกาะช้าง จังหวัดตราด ในประเด็นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย และเพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทาง ในการปรับปรุง พัฒนา อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง จังหวัดตราดต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง จังหวัดตราด
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

สมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานของงานวิจัยนี้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเที่ยวอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเที่ยวอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเที่ยวอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเที่ยวอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกัน
5. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเที่ยวอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา: การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยในการตัดสินใจเที่ยวอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง จังหวัดตราด

สำหรับตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพและรายได้
2. ตัวแปรตาม (Kotler, 2002) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product), ด้านราคา (Price), ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion), ด้านการจัดจำหน่าย (Place or Distribution)

ขอบเขตด้านพื้นที่: การวิจัยครั้งนี้มีประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน และพื้นที่ที่ใช้ในวิจัย คือ บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในบริเวณเกาะช้าง จังหวัดตราด

ความคิดเห็น หมายถึง สภาพการนึกคิดบางอย่าง ที่ส่งผลมาจากความรู้สึกรู้หรือการรับรู้ของบุคคลที่ผ่านมาในอดีต เช่น ประสบการณ์ ภูมิความรู้ อารมณ์ นำมาเพื่อใช้ในการพิจารณาบางอย่าง เบื้องต้นนั้นส่งผลให้เกิดกระบวนการตัดสินใจบางอย่างภายในใจของบุคคลว่ามีความชอบ ไม่ชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งไม่สามารถระบุได้ชัดเจนทุกครั้งได้ว่าถูกต้องหรือไม่ถูกต้อง หลังจากนั้นจึงมีการแสดงออกหรือไม่แสดงออกก็ได้ ซึ่งความคิดเห็นนั้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามการรับรู้ที่เปลี่ยนไปตามกาลเวลา

การท่องเที่ยว หมายถึง การที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเดินทางไปยังสถานที่อื่นใด ที่ไม่ใช่ที่พักอาศัยของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้น ๆ ประจำ โดยเดินทางไปพักอาศัยเป็นการชั่วคราว ซึ่งอาจจะเป็นภายในหรือนอกประเทศของตนก็ได้ ซึ่งเมื่อไปถึงแล้วบุคคลเหล่านั้นจะประกอบกิจกรรมใด ๆ เพื่อเป็นการพักผ่อน บันทึกลง ฯลฯ เป็นเหตุผลหลัก

อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง หมายถึง อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง จังหวัดตราด ซึ่งตั้งอยู่
ภาคตะวันออกของประเทศไทย

กระบวนการตัดสินใจ หมายถึง ขั้นตอนที่คุณหรือกลุ่มบุคคลเลือกที่จะดำเนินการหรือไม่ดำเนินการใด ๆ ซึ่งมีผลมาจากการรับรู้ ความรู้ ประสบการณ์ ความพึงพอใจ ความเชื่อ ฯลฯ ในอดีตของคุณ อาจจะเป็นสิ่งที่ดีที่สุดหรือไม่เป็นก็ได้ ทั้งนี้ทั้งนั้น ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ หรือปัจจัยใด ๆ ที่จะส่งต่อการดำเนินการเลือก ซึ่งก็คือ การตัดสินใจ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ หมายถึง สิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกที่จะมา หรือไม่มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง จังหวัดตราด ตามส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน (Marketing Mix) (Kotler, 2002) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product), ด้านราคาผลิตภัณฑ์ (Price), ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion), ด้านการจัดจำหน่าย (Place or Distribution)

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการทั้งที่มีตัวตนหรือไม่มีตัวตน ซึ่งหมายถึงทั้งรูปธรรมและนามธรรม ที่ผู้ขายเสนอขายต่อลูกค้า โดยที่ลูกค้าแต่ละรายจะมีความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน ดังนั้นสินค้าหรือบริการที่ดีนั้นจะต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการ

หลาย ๆ ด้านของลูกค้าหลาย ๆ กลุ่มให้ได้ความพึงพอใจสูงสุดหรือให้ได้มากที่สุด เพื่อลูกค้าจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการได้ ผลลัพธ์ประกอบไปด้วย ผลลัพธ์หลักที่ให้ประโยชน์ต่อลูกค้าโดยตรงเช่น อาหาร ห้องพักในโรงแรม สินค้าของใช้ต่าง ๆ ฯลฯ รูปลักษณะสินค้าเป็นลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 และตราสินค้าคือสัญลักษณ์หรือตัวอักษรที่มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการสื่อสารไปยังลูกค้า โดยจะบอกแนวคิดในตัวผลิตภัณฑ์ จุดเด่นและลักษณะของตัวผลิตภัณฑ์

ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของสินค้าหรือบริการในรูปตัวเงิน ราคาคือต้นทุนของลูกค้าในการแลกเปลี่ยน โดยที่การตั้งราคาสินค้าให้เหมาะสมนั้นมีความจำเป็นมาก เพราะวิธีการตั้งราคาสินค้าแต่ละแบบจะสามารถส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของลูกค้าได้ โดยที่ลูกค้าแต่ละรายจะมีทัศนคติในการรับรู้ราคาที่แตกต่างกัน บางรายชอบราคาถูกแต่ได้ของที่ดี บางรายพิจารณาคุณค่าของผลิตภัณฑ์จากตัวเงิน เช่น ถ้าราคาแพงก็แสดงว่าเป็นของที่มีคุณภาพ เป็นต้น หรือบางรายมีรสนิยมชอบราคาสูงกว่ามูลค่าหรือประโยชน์ใช้สอยที่ได้รับจริงของผลิตภัณฑ์ โดยที่วิธีการกำหนดราคานั้นมีหลายประการ เช่น การตั้งราคาโดยการกำหนดส่วนลด การตั้งราคาเชิงจิตวิทยา การตั้งราคาเพื่อส่งเสริมการขาย การตั้งราคาตามคู่แข่ง ฯลฯ โดยที่การกำหนดราคานั้นจะแตกต่างกันไปตามผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการ คู่แข่ง สภาพแวดล้อม สถานที่เสนอขายผลิตภัณฑ์ สภาพการณ์นั้น ๆ

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง วิธีการหรือกิจกรรมทั้งหลายที่จะทำให้เกิดการบรรลุเป้าหมายทางการตลาด คือสามารถจำหน่ายสินค้าหรือบริการตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ซึ่งจะเป็นการเสนอขายปกติหรือต้องการเพิ่มการขายให้มากขึ้น โดยชักนำให้ลูกค้าเกิดความต้องการ จึงทำให้ลูกค้ามีแนวโน้มในการที่จะตัดสินใจหรือตัดสินใจบริโภคสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ทั้งที่ลูกค้ามีเหตุผลหรือเจตนา หรืออาจไม่มีเหตุผลหรือไม่มีเจตนาที่จะซื้อสินค้าหรือบริการก็ได้ ซึ่งวิธีการส่งเสริมการตลาดนั้นมีมากมายหลายประการ ยกตัวอย่างเช่น การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ การบอกกล่าวแบบปากต่อปาก การตลาดทางตรง การจัดช่วงลดราคา การให้ของแถม การลดราคาตามอัตราก้าวหน้าหรือลดราคาตามจำนวนผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้น ฯลฯ

การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) หมายถึง กิจกรรมที่ทำให้สินค้าหรือบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปสู่ตลาดหรือลูกค้า เช่น การนำอาหารหรือสินค้าของใช้ทั่วไปบนฝั่งไปจำหน่ายที่เกาะต่าง ๆ ฯลฯ หรืออาจเป็นการเคลื่อนย้ายลูกค้ามาบริโภคสินค้าหรือบริการก็ได้ เช่น การย้ายลูกค้าบนฝั่งไปท่องเที่ยวบนเกาะซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ ฯลฯ ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าได้บริโภคสินค้าหรือ

บริการตามความต้องการของตน โดยที่ช่องทางการจัดจำหน่ายจะประกอบด้วย ผู้ผลิต ผู้บริโภคนและพ่อค้าคนกลาง คือ ผู้ค้าปลีก ผู้ค้าส่ง ตัวแทนจัดจำหน่าย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเที่ยวอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง จังหวัดตราด
2. ทำให้ทราบถึงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง จังหวัดตราด จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
3. เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนา อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง จังหวัดตราด