

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วเพื่อเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน

The Tourism Image of Sa Kaeo Province as Frontier Tourism Destination

คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา*

Komsit Kianwatana

กฤติกา สายณะรัตรชัย

Krittika Sainaratchai

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Srinakharinwirot University

*komsit@gs.swu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้วเพื่อเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่า t-test และการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว รายการย่อยด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ มากที่สุด ($\bar{x} = 3.84$, S.D.= 0.779) รองลงมาคือ ด้านศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ($\bar{x} = 3.71$, S.D.= 0.714)
2. เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน พบว่าด้านเศรษฐกิจและการเมือง และด้านสิ่งแวดล้อมทางสังคมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว สระแก้ว เมืองท่องเที่ยวชายแดน

Abstract

This research is a mixed methods research. It is designed to study the tourism image of Sa Kaeo province as frontier tourism destination. The sample consists of 400 Thai tourists travelled to Sa Kaeo province. Questionnaires and interviews are tools employed to collect data. The results from both techniques are statistically analyzed in order to find mean (\bar{x}), standard deviation (S.D.), content analysis, and the test value “t” (t-test) in order to compare the tourism image of Sa Kaeo province between male and female. One-way analysis of variance: ANOVA was used to compare the tourism image of Sa Kaeo province among Thai respondents by age interval. The research results are as follows:

1. The natural resources image was the best tourism image type in the eye of the visitors visiting Sa Kaeo province ($\bar{x} = 3.70$, S.D.= 0.796), followed by the cultural history and art image ($\bar{x} = 3.71$, S.D.= 0.714) respectively.

2. Comparison tourism image of Sa Kaeo province of Thai respondents by gender, there was no significant difference between male and female at 0.05 levels.

3. Comparison tourism image of Sa Kaeo province of Thai respondents by educational interval, there was a significant difference at .05 levels in the political and economic image and social environment image.

Keywords : tourism image, Sa Kaeo, frontier tourism destination

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวได้รับการยอมรับในเรื่องความงดงามของศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว รวมไปถึงการมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะที่สวยงามกระจายอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศ สิ่งเหล่านี้ถือเป็นสิ่งดึงดูดของประเทศที่ทำให้ประเทศไทยมีชื่อเสียงระดับโลกในเรื่องการท่องเที่ยวและก่อให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงบวกในทัศนะของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งภาพลักษณ์มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการ การสร้างและการจัดการภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจและอยู่ในใจของนักท่องเที่ยวเป็นเป้าหมายหลักที่สำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืนของทุกธุรกิจการท่องเที่ยวเพราะภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเป็นพื้นฐานของการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ดียังส่งผลต่อความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว (Wiwat Jankingthong, 2014)

การท่องเที่ยวชายแดน เป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจและเรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศเพื่อนบ้าน ด้วยความแตกต่างทางด้านภูมิอากาศ ภูมิประเทศ ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมและวิถีชีวิตชาติพันธุ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจที่จะเดินทางเข้าไปเรียนรู้ศึกษาวัฒนธรรมพื้นถิ่นและชื่นชมความสุนทรีย์จากองค์ประกอบต่างๆ จึงเกิดเส้นทางการท่องเที่ยว

ชายแดนในพื้นที่ต่างๆ ที่ทางรัฐบาลของทั้ง 2 ประเทศ เปิดให้มีการผ่านแดนในรูปแบบต่างๆ ตามข้อตกลง (Delegation of the European Union to Thailand, 2017) เมื่อก้าวถึงเมืองชายแดน ประเทศไทย มีจุดแข็งด้านพื้นที่ที่กล่าวคือมีชายแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้านถึง 4 ประเทศ คือ กัมพูชา สปป.ลาว เมียนมาร์ และมาเลเซีย และหนึ่งในจังหวัดที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการท่องเที่ยวและการค้าชายแดนของภาคตะวันออกเฉียงใต้แก่ จังหวัดสระแก้ว ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 28 ของประเทศไทย ตั้งอยู่ริมชายแดนด้านตะวันออกของประเทศมีพรมแดนติดต่อกับราชอาณาจักรกัมพูชาทางทิศตะวันออก เป็นจังหวัดที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรด้านวัฒนธรรม มีประวัติความเป็นมายาวนานตั้งแต่สมัยทวารวดี โดยปรากฏหลักฐานร่องรอยของอารยธรรมโบราณกระจายอยู่ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งรวมวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีของชนพื้นเมืองหลายเผ่าพันธุ์ มีการติดต่อกับการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านเป็นเวลานาน มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ก่อเกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายกระจายอยู่ทุกอำเภอ (Sakaeo Provincial Center, 2016)

จากการวิเคราะห์ศักยภาพ (SWOT Analysis) ของจังหวัดสระแก้วที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชายแดนนั้นได้ระบุไว้ว่าจังหวัดสระแก้วมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและหลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (อุทยานแห่งชาติ ป่า เขา น้ำตก การท่องเที่ยวผจญภัย) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถานและศาสนสถาน การท่องเที่ยวประเพณีและวิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การแพทย์แผนไทย การบริการด้านสุขภาพ นอกจากนี้ยังมีจุดแข็งทางการค้าชายแดน ได้แก่จังหวัดสระแก้วที่เป็นจุดพักสินค้า ตลาดค้าส่งค้าปลีกสินค้าทุกชนิดสู่กลุ่มประเทศอินโดจีน โดยมีจุดผ่านแดนถาวร 1 จุด และจุดผ่อนปรน 3 จุด นอกจากนี้ยังมียังมีย่านการค้าชายแดนและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวรู้จักกันดี คือ ตลาดโรงเกลือ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว เป็นตลาดสินค้ามือสองที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ (Sakaeo Provincial Center, 2016)

ด้วยความสำคัญของการท่องเที่ยวชายแดนและภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวข้างต้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วเพื่อเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน เพื่อให้พัฒนาภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วที่โดดเด่นที่แตกต่างจากสถานที่อื่น ซึ่งจะเป็นจุดขายทางธุรกิจที่สามารถแข่งขันได้และตอบโจทย์ด้านการพัฒนาท่องเที่ยวไทยต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้วเพื่อเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน
2. เพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว จำแนกตามเพศและระดับการศึกษา

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว
2. ทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วเพื่อเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน

ขอบเขตของการวิจัย

ด้านพื้นที่ การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะพื้นที่จังหวัดสระแก้ว โดยสถานที่เก็บรวบรวมข้อมูลในจังหวัดสระแก้ว ได้แก่ ตลาดโรงเกลือ ปราสาทศก๊กอ้อม อุทยานแห่งชาติปางสีดาและละลุ

ด้านประชากร นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว จำนวน 400 คน

ด้านเวลา การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยและเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่ทำงานเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วในช่วงระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2560

ด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เน้นทำการศึกษาองค์ประกอบภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อให้เข้าใจถึงภาพลักษณ์ที่เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวประเมินต่อสถานที่หรือประเมินต่อสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้นๆ โดยภาพลักษณ์สถานที่จะมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยระยะที่ 1 : การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยด้วยแบบสอบถาม

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กลุ่มตัวอย่างมาจากประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจากข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2557 จำนวน 675,451 คน โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากขนาดประชากรโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 399.76 ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ 400 คน ในการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

2. เครื่องมือ

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป แบบสอบถามภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว และข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

2.2 การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังต่อไปนี้

ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาและการท่องเที่ยวชายแดนของจังหวัดสระแก้วเพื่อสร้างแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 5 ท่าน พิจารณาค่าความตรงของแบบสอบถามด้วยวิธีตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาด้วยวิธีหาความสอดคล้องระหว่างรายการกับวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence: IOC) และนำค่าดัชนีที่คำนวณได้มาเทียบเกณฑ์ที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป เพราะถือว่าค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ (Rovinelli & Hambleton, 1977) โดยแบบสอบถามฉบับนี้มีค่า IOC เท่ากับ 0.89

นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่มีคุณสมบัติคล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม ด้วยวิธีหาค่า Cronbach's Alpha Coefficient โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ค่า Cronbach's Alpha Coefficient ตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป เพราะถือว่าค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ (Nunnally & Bernstein, 1994)

โดยแบบสอบถามฉบับนี้ ค่า Cronbach's Alpha Coefficient เท่ากับ 0.89 ได้หลังจากนั้นนำมาปรับปรุงด้านสำนวนภาษาให้ชัดเจน ตลอดจนรูปแบบการจัดพิมพ์แบบสอบถามเพื่อให้เหมาะสมก่อนนำแบบสอบถามนี้ไปใช้ในการวิจัยต่อไป

3. พื้นที่ที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยการเก็บแบบสอบถามด้วยทีมงานในพื้นที่ที่ได้เลือกแบบเจาะจง คือ ตลาดโรงเกลือ ปราสาทศักดิ์ก๊อกรม อุทยานแห่งชาติปางสีดาและละลุ โดยการเก็บข้อมูลเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเลือกเฉลี่ยระหว่างเพศชายและเพศหญิง และนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม ลงรหัสข้อมูลและนำข้อมูลไปวิเคราะห์ผล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ดังต่อไปนี้

4.1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามภาพลักษณ์การท่องเที่ยวการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่า t-test และการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: ANOVA) โดยนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

4.2 ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์ความคิดเห็นในประเด็นที่เหมือนกันหรือสอดคล้องกัน ทำการแจกแจงความถี่ และนำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นรายชื่อพร้อมความถี่

การวิจัยระยะที่ 2 : การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยด้วยแบบสัมภาษณ์

1) การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชายแดน และภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว เพื่อร่างแบบสัมภาษณ์ และนำแบบสัมภาษณ์ไปปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างแบบสัมภาษณ์ให้มีความตรงตามเนื้อหา

2) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เพื่อใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วทั้ง 5 ท่าน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครนายก (นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว) จำนวน 2 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญจากวิทยาลัยชุมชนสระแก้ว จำนวน 1 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญจากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสระแก้ว จำนวน 2 ท่าน ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (Individual Depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการบันทึกเสียงการสัมภาษณ์และจดบันทึกตามประเด็นหลักในการสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์เรื่องภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วเพื่อเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.00 ช่วงอายุระหว่าง 20–30 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.00 มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.00 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.50 เป็นนิสิต/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 46.00

2. ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วในการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 5.34$, S.D.= 0.568) และเมื่อพิจารณารายย่อยต่างๆ พบว่ามีข้อแตกต่างกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว รายการย่อยด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ มากที่สุด ($\bar{x} = 3.84$, S.D.= 0.779) และผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว รายการย่อยด้านเศรษฐกิจและการเมือง น้อยที่สุด ($\bar{x} = 3.32$, S.D. = 0.763) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วของผู้ตอบแบบสอบถาม

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติ	3.84	0.778	มาก
2. ด้านโครงสร้างทั่วไป	3.47	0.631	มาก
3. ด้านโครงสร้างด้านการท่องเที่ยว	3.49	0.752	มาก
4. ด้านนันทนาการ	3.32	0.746	ปานกลาง
5. ด้านศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์	3.71	0.714	มาก
6. ด้านเศรษฐกิจและการเมือง	3.30	0.763	ปานกลาง
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ	3.61	0.784	มาก
8. ด้านสิ่งแวดล้อมทางสังคม	3.50	0.706	มาก
9. ด้านบรรยากาศของสถานที่	3.65	0.719	มาก
รวม	3.54	0.568	มาก

3. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศและระดับการศึกษา ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

องค์ประกอบภาพลักษณ์ ทางการท่องเที่ยว	เพศ (N = 400)				t	P
	ชาย		หญิง			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติ	3.84	0.750	3.84	0.804	0.05	0.959
2. ด้านโครงสร้างทั่วไป	3.50	0.647	3.45	0.617	0.74	0.461
3. ด้านโครงสร้างด้านการท่องเที่ยว	3.50	0.708	3.47	0.790	0.41	0.681
4. ด้านนันทนาการ	3.33	0.755	0.31	0.741	0.27	0.789
5. ด้านศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์	3.69	0.680	3.73	0.742	-0.55	0.580
6. ด้านเศรษฐกิจและการเมือง	3.30	0.750	3.29	0.775	0.01	0.994
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ	3.55	0.782	3.66	0.784	0.19	0.189
8. ด้านสิ่งแวดล้อมทางสังคม	3.44	0.729	3.55	0.685	-1.49	0.137
9. ด้านบรรยากาศของสถานที่	3.89	0.746	3.71	0.692	-1.64	0.102
คะแนนเฉลี่ยรวม	3.53	0.561	3.56	0.576	-0.51	0.608

*p > .05 ($t_{\infty} = \pm 1.96$)

ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมทุกด้านโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.02$, S.D.= 0.453) เมื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาในภาพรวมพบว่า มีการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า มีการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วของผู้ตอบแบบสอบถามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจและการเมือง และด้านสิ่งแวดล้อมทางสังคม ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

องค์ประกอบภาพลักษณ์ ทางการท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา (N = 400)								F-test	P
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		รวม			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติ	3.85	0.754	3.85	0.791	3.70	0.783	3.84	0.779	0.51	0.602
2. ด้านโครงสร้างทั่วไป	3.55	0.580	3.45	0.652	3.31	0.618	3.47	0.631	2.12	0.122
3. ด้านโครงสร้าง ด้านการท่องเที่ยว	3.58	0.764	3.47	0.738	3.24	0.892	3.49	0.752	2.65	0.072

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

องค์ประกอบภาพลักษณ์ ทางการท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา (N = 400)								F-test	P
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		รวม			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
4. ด้านนันทนาการ	3.24	0.746	3.40	0.743	2.99	0.675	3.32	0.746	5.10	0.602
5. ด้านศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์	3.63	0.719	3.76	0.687	3.66	0.887	3.71	0.714	1.38	0.122
6. ด้านเศรษฐกิจและการเมือง	3.26	0.739	3.35	0.755	3.98	0.857	3.30	0.763	3.39	0.072
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ	3.57	0.762	3.64	0.789	3.48	0.838	3.61	0.784	0.76	0.006
8. ด้านสิ่งแวดล้อมทางสังคม	3.44	0.686	3.57	0.719	3.20	0.591	3.50	0.706	4.25	0.253
9. ด้านบรรยากาศของสถานที่	3.65	0.747	3.67	0.707	3.48	0.695	3.65	0.719	0.934	0.035*
รวม	3.53	0.517	3.57	0.584	3.34	0.610	3.54	0.568	2.34	0.097

*p < .05 ($F_{2,417} = 3.01$)

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาในภาพรวมทุกด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.02$, S.D. = 0.453) เมื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมพบว่ามีการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า มีการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วของผู้ตอบแบบสอบถามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจและการเมือง และด้านสิ่งแวดล้อมทางสังคม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการจดบันทึกและบันทึกด้วยเครื่องเสียงมาวิเคราะห์การพัฒนาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วเพื่อเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ มีประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

1. ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วมีความโดดเด่นเรื่องการเป็นแหล่งจับจ่ายใช้สอย แหล่งขายสินค้าของที่ระลึกโดยเฉพาะสินค้ามือสองและสินค้าลอกเลียนแบบ การเป็นเขตพื้นที่อุตสาหกรรม การมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลายและการเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดนไทย-กัมพูชา

2. ภาพลักษณ์ด้านท่องเที่ยวอื่น ๆ ของจังหวัดสระแก้ว เช่น ด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมนั้นมีอยู่ แต่ขาดความโดดเด่นของสถานที่ การจัดการสถานที่ และการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการขาดการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านเทคนิคการเล่าเรื่องราว (Storytelling) เช่น เส้นทางตามรอยตามรอยพ่อ เส้นทางตามรอยสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เป็นต้น

3. ปัญหาด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว ได้แก่ การขาดความเชื่อมโยงของเส้นทางท่องเที่ยว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งห่างไกลกัน การคมนาคมเชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งไม่มีความสะดวก นอกจากนี้จังหวัดสระแก้วขาดขนส่งสาธารณะที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วไม่ชัดเจน ไม่มีอัตลักษณ์เป็นของตนเอง ทางจังหวัดสระแก้ว ควรชูอัตลักษณ์พื้นถิ่นให้มากขึ้นเพื่อแข่งขันกับจังหวัดอื่นๆ

4. การปรับภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้วที่ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน ได้แก่ การปรับภาพลักษณ์เรื่องสินค้าผลิตภัณฑ์ซึ่งจะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ทางลบของจังหวัด ปัญหาด้านความยากจนของคนในท้องถิ่น

อภิปรายผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้วเพื่อเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วในการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 5.34$, S.D.= 0.568) และเมื่อพิจารณารายย่อยต่างๆ พบว่ามีข้อแตกต่างกันโดยผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว รายการย่อยด้านทรัพยากรทางธรรมชาติมากที่สุด ($\bar{x} = 3.84$, S.D.= 0.779) และผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว รายการย่อยด้านเศรษฐกิจและการเมือง น้อยที่สุด ($\bar{x} = 3.32$, S.D.= 0.763) เนื่องจากจังหวัดสระแก้วทรัพยากรทางธรรมชาติทั้งป่าไม้และสัตว์ที่หลากหลายและอุดมสมบูรณ์ ในพื้นที่จังหวัดสระแก้วมีอุทยานแห่งชาติในเขตพื้นที่ของจังหวัดจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ อุทยานแห่งชาติปางสีดาและอุทยานแห่งชาติตาพระยา จึงทำให้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ มีความโดดเด่นกว่าด้านอื่นๆ สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ที่สรุปได้ว่า “ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วมีความโดดเด่นเรื่องการเป็นแหล่งจับจ่ายใช้สอยแหล่งขายสินค้าของที่ระลึกโดยเฉพาะสินค้ามือสองและสินค้าลอกเลียนแบบ การเป็นเขตพื้นที่อุตสาหกรรม การมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลายและการเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดนไทย-กัมพูชา” และสอดคล้องกับแนวคิดที่กล่าวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ (Natural Attractions) ถือเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด เพราะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติอาจจะสวยงามหรือแปลกประหลาด เช่น น้ำตก น้ำพุร้อน ถ้ำ ชายหาด ฝั่งทะเล ปะการัง และอุทยานแห่งชาติ เป็นต้น (Wanna Wongwanit, 2003) ในทางตรงข้ามด้านเศรษฐกิจและการเมืองนั้น จังหวัดสระแก้วถือเป็นจังหวัดที่ประสบปัญหาความยากจน คนช่วงวัยแรงงานมักจะเดินทางไปทำงานต่างถิ่น จึงทำให้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วด้านเศรษฐกิจและการเมืองมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้นทางภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ และเร่งปรับปรุงภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจและการเมืองเพื่อพัฒนาจังหวัดสระแก้วเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดนต่อไป และสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดสระแก้ว พ.ศ. 2561–2564 (Sakaeo Provincial Center, 2016) ที่พบว่าปัญหาด้านการมีงานทำและรายได้ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาประชาชนที่มีรายได้น้อย ที่มีหนี้สินและมีปัญหาในการส่งใช้เงินกู้ยืมและสมควรได้รับการช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 48.78 รองลงมาเป็นปัญหาประชาชนที่มีรายได้น้อยขาดแคลนทุนประกอบอาชีพเพื่อยังชีพและสมควรได้รับการช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 28.89

และปัญหาประชาชนในวัยทำงานที่ไม่มีงานทำหรือไม่ประกอบอาชีพมากกว่า 6 เดือนในรอบ 1 ปี (ไม่นับรวมผู้ที่จบการศึกษาในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา) คิดเป็นร้อยละ 22.34

ตอนที่ 2 การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว จำแนกตามเพศ และระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมทุกด้านโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.02$, S.D.= 0.453) เมื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาในภาพรวมพบว่ามี การรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากผลการวิจัยสามารถวิเคราะห์ได้ว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วมีความชัดเจนอย่างมาก ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศและการศึกษาต่างกันรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในภาพรวมไปในทิศทางเดียวกัน แต่เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ด้านได้แก่ ด้านเศรษฐกิจและการเมือง และด้านสิ่งแวดล้อมทางสังคม โดยสามารถอธิบายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันสามารถรับรู้ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจและการเมือง และด้านสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่แตกต่างกัน เนื่องจากระดับการศึกษาส่งผลให้พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการเปรียบเทียบทัศนคติและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพัททากับหัวหินของนักท่องเที่ยวชาวไทย (Jareerat Daosuay, 2012) ที่กล่าวว่ากลุ่มที่มีการศึกษาสูงย่อมมีความรู้และอาศัยความรู้ต่างๆ มาใช้ในการพิจารณาในด้านการรับรู้และความคุ้มค่าต่างๆ ได้มากกว่า จึงเห็นจุดเด่น-ด้อยที่ชัดเจน สอดคล้องกับแนวความคิดทฤษฎีการแบ่งส่วนตลาด (Parama Satawatin, 2003) ที่กล่าวว่าระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวกับความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ (Swarbrooke & Horner, 1999) ที่ได้ระบุไว้ว่าการศึกษาเป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการเดินทาง คนที่มีการศึกษาในระดับอุดมศึกษาจะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าคนที่มีการศึกษาสูงสุดเพียงแค่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และคนที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าคนที่มีการศึกษาสูงสุดเพียงแค่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ระดับการศึกษาส่งผลให้พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงส่วนมากต้องการแสวงหาความรู้จากการเดินทาง เช่น การไปท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติ แหล่งวัฒนธรรม ซึ่งตรงกันข้ามกับคนที่มีความรู้ น้อยส่วนมากมักจะมองว่าการท่องเที่ยวเป็นโอกาสที่จะให้พวกเขาได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากชีวิตประจำวัน

ข้อเสนอแนะ

1. ภาครัฐควรเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัดด้วยการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์ของจังหวัด รวมทั้งประชาสัมพันธ์ผ่านเทคนิคการเล่าเรื่องราว (Storytelling)
2. ภาครัฐควรเร่งขอความร่วมมือกับภาคเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อปรับภาพลักษณ์การเป็นแหล่งค้าขายสินค้าผิดกฎหมาย และปัญหาด้านความยากจนของคนในท้องถิ่น

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ได้อนุมัติทุนอุดหนุนการวิจัยครั้งนี้

References

- Delegation of the European Union to Thailand. (2017). **Thailand's Border with its Neighbours**. Retrieved April 24, 2017, from http://eeas.europa.eu/delegations/thailand/index_th.htm
- Jareerat Daosuy. (2012). A Comparison of Satisfaction and Tourists' Attitudes towards Tourism Products, Attraction Image, and Their Traveling Behavior between Pattaya and Huahin. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*, 7(2), 57–68.
- Nunnally, J. C. & Bernstein, I. H. (1994). **Psychometric Theory**. 3rd ed. New York: McGraw–Hill.
- Parama Satawatin. (2003). **Principles of Communication Arts**. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Rovinelli, R. J. & Hambleton, R. K. (1977). On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-referenced Test Item Validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2(1), 49–60.
- Sakaeo Provincial Center. (2016). **Strategic Plan of Sa Kaeo Province**. Retrieved July 18, 2017, from http://www.sakaeo.go.th/strategy/plan_strategy.php.
- Sakaeo Provincial Center. (2016). **Sa Kaeo Province Development Plan (2018 – 2021)**. Retrieved May 8, 2017, from <http://www.sakaeo.go.th>
- Swarbrooke, J. & Horner, S. (1999). **Consumer Behavior in Tourism**. New Delhi: Butterworth–Heinemann.
- Wanna Wongwanit. (2003). **Tourism Geography**. 2nd ed. Bangkok: Wirat Education.
- Wiwat Jankingthong. (2014). Destination Image in Thailand. *Silpakorn University Journal*, 34(1), 31–50.
- Yamane, T. (1973). **Statistic: An Introductory Analysis**. Tokyo: Harper International Edition.