



ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และแนวทางการยกระดับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน: เกาะหมาก จังหวัดตราด

TOURIST SATISFACTION AND PROPOSITION ON ELEVATING SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT: KOH MAK, TRAT PROVINCE

อารยา สุนทรวิภาต¹ ลักษณ บุษมา² ธันนัท สังวาลย์³ กนกวิชต์ กาสาวพานิชย์⁴ พชร ปรีเปรมมโทย^{5*}

Araya Sunthornviphart¹ Luksamon Boonma² Thutchanan Sangwan³ Kanokrach Kasavapanich⁴

Patcharee Preepremmote⁵

^{1,2,3,4} สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และการค้าชายแดน คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี

⁵ สาขาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี

^{1,2,3,4} Major of Logistics and Cross-Border Trade Management, Faculty of Science and Arts, Burapha University, Chanthaburi Campus

⁵ Major of Business Administration, Faculty of Science and Arts, Burapha University, Chanthaburi Campus

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ (1) สำนวความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวบนเกาะหมากตามกรอบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC) (2) เสนอแนวทางการยกระดับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกาะหมาก ตามเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 513 ตัวอย่าง และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์ t-test และ ANOVA

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อภาพรวมของการจัดการท่องเที่ยวเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 (จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน) โดยมีความพึงพอใจกับมิติของประชาชนในพื้นที่มากที่สุด รองลงมา คือ กิจกรรมการท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน รถโดยสารสาธารณะ เรือโดยสาร บริษัทท่องเที่ยว ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม บริการสปาและนวดแผนไทย ความปลอดภัยโดยรวมบนเกาะหมาก และการซื้อสินค้าและของที่ระลึก ตามลำดับ โดยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อีกทั้งอายุส่งผลต่อค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

แนวทางการยกระดับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกาะหมาก ตามเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC) ที่ควรดำเนินการพัฒนา 6 ประเด็น ได้แก่ ความพร้อมระดับประชาชนในพื้นที่ ความพร้อมของแหล่งหรือกิจกรรมท่องเที่ยว ความพร้อมของการบริการการท่องเที่ยว ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว ราคาของสินค้าและบริการ และการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงข้อมูลทางด้านท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลต่อการเพิ่มความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว รวมไปถึงประชาชนในพื้นที่อีกด้วย

คำสำคัญ: ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, เกาะหมาก

* Corresponding author. E-mail address: patcharee_px@buu.ac.th ⁵

ABSTRACT

This Article aimed to study (1) surveying tourist satisfaction on Koh Mak following The Global Sustainable Tourism Council (GSTC) standard (2) proposition on elevating sustainable tourism development in accordance with GSTC standard. This research is quantitative research which collected data by survey from 513 samples. Statistics used to analyze data by percentage, mean, standard deviation and hypothesis testing by t-test and ANOVA.

The result of the study found that: the average of overall satisfaction of tourist is 3.88 (out of 5 rating scale). The highest satisfaction level is in local people dimension, tourist activities, accommodation, public vehicle, passenger ship, tour agency, restaurant, coastal tourist attraction (beaches and bays), cultural attraction, spa and Thai massage, overall safety, and goods and souvenir purchasing, respectively. There is a statistically significant difference in satisfaction between Thai and foreign tourists, which the same to age and satisfaction level at significance level of 0.01.

In order to elevate sustainable tourism development according to The Global Sustainable Tourism Council (GSTC), it was suggested that there should be development in 6 dimensions which are harmony of local people, readiness of tourist attraction and activity, preparedness of tour service, safety, price and public relation and ease of information access. These proposed development dimensions will increase both tourist satisfaction and local people satisfaction.

Keywords: Tourist Satisfaction, Sustainable Tourism, Koh Mak

บทนำ

ภาคตะวันออกมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย เนื่องจากมีพื้นที่ด้านหนึ่งเป็นทะเล และอีกด้านเป็นภูเขา ส่งผลให้ภาคตะวันออกมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม รวมถึงกลุ่มเกาะน้อยใหญ่หลายแห่ง โดยเกาะหมากเป็นเกาะที่ใหญ่เป็นอันดับสามในท้องทะเลตราด รองลงมาจากเกาะช้างและเกาะกูด ตั้งอยู่ระหว่างเกาะช้างกับเกาะกูด ห่างจากฝั่งประมาณ 38 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 9,500 ไร่ (องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก, 2562) เกาะหมากตั้งอยู่ตำบลเกาะหมาก อำเภอเกาะกูด จังหวัดตราด เกาะหมาก เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติสวยงาม เงียบสงบ ปลอดภัย และที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากสถิติศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ประเทศไทย (2562) พบว่า ในปี พ.ศ. 2562 มีนักท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะหมาก จำนวนทั้งสิ้น 146,875 คน ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 86.07 และนักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 13.93 อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. ได้ผลักดันให้เกาะหมากเป็นพื้นที่นำร่องในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามมาตรฐานจาก The Global Sustainable Tourism Council (GSTC) และได้รับเลือกให้เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 100 แห่งของโลกประจำปี 2565 (พรไพจิตร จูพัตน์, 2565) รวมถึงเป็นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco-Tourism) คาร์บอนต่ำ (Low carbon destination) ที่มีการรักษาสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อไปสู่เป้าหมายการเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างเป็นระบบ ผ่านหลายกิจกรรม อาทิ การกระตุ้นให้ประชาชนในเกาะหมากมีความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และพร้อมดูแลปกป้องถิ่นฐานบ้านเกิดของตนเอง พัฒนาและสนับสนุนการใช้พลังงานทดแทน เช่น การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ การเดินทางจากเดิมที่ใช้รถยนต์ รถมอเตอร์ไซด์ ก็เริ่มเปลี่ยนมาเป็นจักรยาน เปลี่ยนจากการเล่นกอล์ฟ มาเป็นเล่นจานลอน เป็นต้น กิจกรรมดังกล่าวล้วนสอดคล้องและสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

โลก (Global Sustainable Tourism Criteria: GSTC) ของสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Council) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562; สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2564) การพัฒนาดังกล่าวจะส่งผลดีในการสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นเกิดการหมุนเวียน เนื่องจากการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนก่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวกันมากขึ้น (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2562)

จากประเด็นข้างต้นจะเห็นได้ว่าการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นประเด็นที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ครอบคลุมทั้งในประเด็นของประชาชนในพื้นที่ สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ถือได้ว่าเป็นข้อมูลสำคัญในการเสนอแนะแนวทางการยกระดับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกาะหมาก ตามหลักเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (GSTC) หมวด A10 แหล่งท่องเที่ยวควรมีการตรวจสอบและรายงานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ประชาชนในพื้นที่ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้เกิดการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวของเกาะหมากได้อย่างต่อเนื่อง และนำไปสู่การสร้างรายได้ให้กับจังหวัดตราดอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวบนเกาะหมากตามกรอบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC)
2. เพื่อเสนอแนวทางการยกระดับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกาะหมาก ตามเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC)

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะหมาก จังหวัดตราด มีจำนวนทั้งสิ้น 146,875 คน ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 86.07 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 13.93 (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562) โดยในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างอ้างอิงตามสูตรของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ค่าความคาดเคลื่อนร้อยละ 5) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำสำหรับนักท่องเที่ยวจำนวน 399 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันการสูญหายของข้อมูล คณะผู้วิจัยจึงวางแผนเก็บข้อมูลสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งสิ้นจำนวน 500 ตัวอย่าง ซึ่งใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) จากสัดส่วนของประชากรนักท่องเที่ยวของเกาะหมาก จึงกำหนดสัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 80 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอีกร้อยละ 20 จากนั้นจึงใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีหลักการในการสร้างเครื่องมือ ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ และวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ดังนี้

2.1 การสร้างเครื่องมือ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ชาวไทยและชาวต่างชาติ และประชาชนในพื้นที่ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนสำคัญได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และเหตุผลที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยว ส่วนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่ เรือโดยสาร รถโดยสารสาธารณะ สถานที่พักแรม ร้านอาหาร บริการสปาและนวดแผนไทย การซื้อสินค้าและของที่ระลึก แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ความปลอดภัย บริษัทนำเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งได้ออกแบบสอบถามเป็นมาตรวัดค่าแบบ 5 ระดับ ตั้งแต่ น้อยที่สุด (ค่าเท่ากับ 1) จนถึงมากที่สุด (ค่าเท่ากับ 5) และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการท่องเที่ยวของพื้นที่ ในส่วนนี้จะเปิดคำถามปลายเปิด ให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ

2.2 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ประกอบด้วย การตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรง และความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยกระบวนการต่าง ๆ ดังนี้

1) คุณภาพด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ผู้ดำเนินงานนำแบบสอบถามและแบบ สัมภาษณ์ที่ดำเนินการเสร็จแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญอย่างน้อย 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงทั่วไป และ ความครอบคลุมของคำถามเมื่อเทียบกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา นิยามและตัวแปรที่ต้องการวัด ตลอดจนความ เหมาะสมของการใช้ถ้อยคำและจำนวนข้อคำถามในแต่ละประเด็น ความสอดคล้องของรูปแบบการถามและรูปแบบของ การตอบ และนำผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับประเด็นของหลักของ เนื้อหา (Index of Item Objective Congruence: IOC) เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงแบบสอบถามให้เหมาะสมก่อนดำเนินการ เก็บรวบรวมข้อมูล พบว่ามีค่ามากกว่า 0.5 แสดงให้เห็นว่าประเด็นคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการดำเนิน โครงการ

2) คุณภาพด้านความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวนอย่างน้อย 30 ตัวอย่าง และหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีการของ Cronbach (1990) ซึ่งกำหนดว่า ค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.41-0.70 แสดงว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับปาน กลาง แต่หากมีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.71-1.00 แสดงว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับสูง (เกียรติสุดา ศรีสุข, 2552) ซึ่งจากการวิเคราะห์คุณภาพด้านความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม จำนวน 30 ตัวอย่าง พบว่า โดยภาพรวมของ แบบสอบถามนักท่องเที่ยว มีค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.892 ซึ่งให้เห็นว่า แบบสอบถามดังกล่าวมีความ เชื่อมั่นในระดับสูง ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า เป็นแบบสอบถามที่น่าเชื่อถือ เหมาะสมกับการนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างต่อไป ทั้งนี้เมื่อแยกพิจารณาตามมิติความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แบบสอบถามดังกล่าวก็ยังคงมี ความเชื่อมั่นในระดับสูง และเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเช่นกัน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ในพื้นที่เกาะหมาก โดยการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล มีการชี้แจงข้อคำถามและประเด็นต่าง ๆ ให้กับผู้ตอบแบบสอบถามอย่างละเอียด แบบสอบถามจัดทำเป็น 2 ภาษา คือ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อการเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งแบบสอบถาม ภาษาอังกฤษดำเนินการแปลโดยผู้เชี่ยวชาญ และผ่านการตรวจสอบถูกต้องของเนื้อหาและไวยากรณ์เรียบร้อยแล้ว อีกทั้งเน้นเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่ได้ใช้บริการทางการท่องเที่ยวเรียบร้อยแล้ว เพื่อให้ได้ข้อมูลคำตอบที่สมบูรณ์ และสามารถใช้ในการประเมินความพึงพอใจได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางสถิติ เพื่อประมวลผลทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย

4.1 การวิเคราะห์ร้อยละ (Percentage) สำหรับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง และเหตุผลในการตัดสินใจมาเที่ยว เป็นต้น

4.2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในภาพรวม ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าต่ำสุด (Min) ค่าสูงสุด (Max) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในมิติต่าง ๆ ที่ดำเนินการประเมินระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

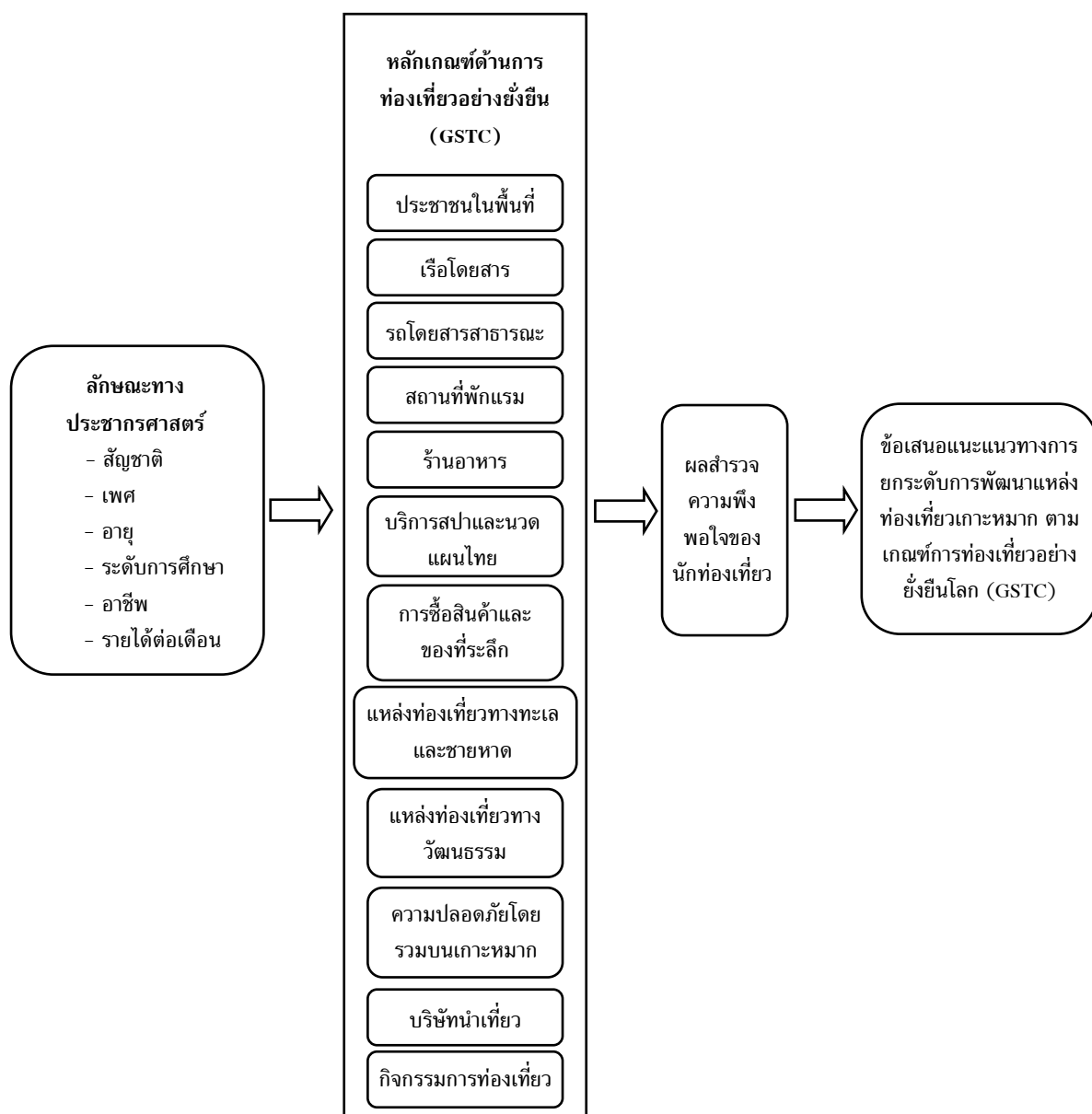
4.3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจจำแนกตามกลุ่ม ใช้สถิติเชิงอ้างอิงหรือสถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้การวิเคราะห์ t-test ในกรณีที่จำแนกกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม เช่น การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจโดยการแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ และใช้การ

วิเคราะห์ ANOVA ในกรณีที่แบ่งกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป เช่น การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในมิติต่างๆ โดยแบ่งตามระดับรายได้ หรือค่าใช้จ่ายที่ใช้ต่อวัน เป็นต้น ซึ่งขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและข้อจำกัดของข้อมูลที่ได้

4.4 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะต่างๆ นำมาวิเคราะห์และนำเสนอผลในลักษณะของความเรียง และจำแนกตามประเด็นที่สำคัญๆ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบการวิจัยนี้ได้นำหลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (GSTC) เป็นกรอบหลักในการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะหมาก จังหวัดตราด โดยแบ่งตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สัญชาติ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน และนำผลการสำรวจมาใช้ในการจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการยกระดับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกาะหมาก ตามเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก รายละเอียดดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

การสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 80.12 และนักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 19.88 ซึ่งสัดส่วนของนักท่องเที่ยวเป็นไปตามโควตาของกลุ่มตัวอย่าง (Quota Sampling) ที่ได้กำหนดไว้ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-29 ปี และอายุระหว่าง 30-37 ปี ซึ่งชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มหลักของพื้นที่เกาะหมาก เป็นนักท่องเที่ยวในกลุ่มเจนเนอเรชั่น (Generation) Y และ Z โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้สูง มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		จำนวน (ราย)	สัดส่วน (ร้อยละ)
สัญชาติ	ไทย	411	80.12
	ต่างชาติ	102	19.88
	ทั้งหมด	513	100.00
เพศ	ชาย	204	39.77
	หญิง	306	59.65
	อื่น ๆ	3	0.58
	ทั้งหมด	513	100.00
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	24	4.68
	21-29 ปี	213	41.52
	30-37 ปี	136	26.51
	38-45 ปี	72	14.04
	46-53 ปี	31	6.04
	54-60 ปี	21	4.09
	60 ปีขึ้นไป	16	3.12
	ทั้งหมด	513	100.00
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	8	1.56
	มัธยมศึกษา/ปวช	52	10.14
	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	24	4.68
	ปริญญาโท	327	63.74
	ปริญญาโท	91	17.74
	ปริญญาเอก	11	2.14
	ทั้งหมด	513	100.00
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	62	12.09
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	56	10.92
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	15	2.92
	พนักงานเอกชน	204	39.77
	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	112	21.83
	รับจ้างทั่วไป	14	2.73
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	10	1.95
	ข้าราชการบำนาญ	5	0.97
	เกษตรกร	6	1.17
	อื่น ๆ	29	5.65
	ทั้งหมด	513	100.00

ตารางที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		จำนวน (ราย)	สัดส่วน (ร้อยละ)
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	59	11.50
	10,001–20,000 บาท	108	21.05
	20,001–30,000 บาท	76	14.81
	30,001–40,000 บาท	62	12.09
	40,001–50,000 บาท	49	9.55
	50,001 บาท ขึ้นไป	157	30.60
	ไม่ระบุ	2	0.39
	ทั้งหมด	513	100.00

1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวบนเกาะหมาก

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อภาพรวมของการจัดการท่องเที่ยว คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 (จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน) โดยเมื่อพิจารณาจำแนกตามรายมิติ ชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจกับมิติของประชาชนในพื้นที่มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยว สถานที่พักแรม รถโดยสารสาธารณะ เรือโดยสาร บริษัทท่องเที่ยว และร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม บริการสปาและนวดแผนไทย ความปลอดภัยโดยรวมบนเกาะหมาก และการซื้อสินค้าและของที่ระลึก ตามลำดับ ซึ่งเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ ทั้ง 12 มิติ ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่ เรือโดยสาร รถโดยสารสาธารณะ สถานที่พักแรม ร้านอาหาร บริการสปาและนวดแผนไทย การซื้อสินค้าและของที่ระลึก แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ความปลอดภัย บริษัทนำเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว มีระดับค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ จำแนกตามรายมิติ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมและจำแนกตามรายมิติ

มิติของความพึงพอใจ	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std. Deviation)
ระดับความพึงพอใจโดยภาพรวม	1.00	5.00	3.88	0.56
1. ประชาชนในพื้นที่	2.33	5.00	4.26	0.58
1.1 ประชาชนในพื้นที่ที่มีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว	3.00	5.00	4.32	0.62
1.2 ประชาชนในพื้นที่ที่มีความซื่อสัตย์ ไม่เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว	2.00	5.00	4.19	0.66
1.3 ประชาชนในพื้นที่สามารถให้ข้อมูล ชี้แนะ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี	1.00	5.00	4.26	0.71
2. เรือโดยสาร	2.33	5.00	3.95	0.61
2.1 ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (เช่น หาจุดเข้ารับบริการได้ง่าย มีป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำการให้บริการ)	1.00	5.00	3.85	0.81
2.2 ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก	1.00	5.00	3.87	0.78
2.3 พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร	2.00	5.00	4.15	0.74
2.4 พนักงานสามารถให้ข้อมูล ชี้แนะ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี	1.00	5.00	4.05	0.79
2.5 ความปลอดภัยของยานพาหนะ (เช่น สภาพเรือ ระดับความเร็วในการขับเคลื่อน ความพร้อมของอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย; เสื้อชูชีพ ห่วงยาง)	1.00	5.00	4.03	0.81
2.6 ความเหมาะสมของราคา	1.00	5.00	3.74	0.81

ตารางที่ 2 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมและจำแนกตามรายมิติ (ต่อ)

มิติของความพึงพอใจ	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std. Deviation)
3. รถโดยสารสาธารณะ	2.17	5.00	3.96	0.61
3.1 ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (เช่น หาจุดเข้ารับบริการได้ง่าย มีป้ายแนะนำการให้บริการ)	1.00	5.00	3.87	0.75
3.2 ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก	1.00	5.00	3.87	0.79
3.3 พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร	1.00	5.00	4.15	0.71
3.4 พนักงานสามารถให้ข้อมูล ชี้แนะ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี	2.00	5.00	4.10	0.69
3.5 ความปลอดภัยของยานพาหนะ (เช่น สภาพรถ ระดับความเร็ว ความพร้อมของอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย; เข็มขัดนิรภัย หมวกกันน็อค)	1.00	5.00	3.90	0.83
3.6 ความเหมาะสมของราคา	1.00	5.00	3.86	0.82
4. สถานที่พักผ่อน	1.43	5.00	4.02	0.63
4.1 ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (เช่น หาจุดเข้ารับบริการได้ง่าย มีป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำการให้บริการ)	1.00	5.00	4.04	0.78
4.2 ความหลากหลายของประเภทสถานที่พักผ่อน (เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮสเทล โฮมสเตย์)	2.00	5.00	4.06	0.75
4.3 สภาพภายในสถานที่พัก (เช่น ความใหม่ ความสะอาด แสงสว่างเพียงพอ กลิ่น)	1.00	5.00	4.02	0.75
4.4 สิ่งอำนวยความสะดวก (เช่น อินเทอร์เน็ตไร้สาย ทีวี ตู้เย็น น้ำดื่ม)	1.00	5.00	3.88	0.84
4.5 พนักงานสามารถให้ข้อมูล ชี้แนะ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี	1.00	5.00	4.19	0.72
4.6 ความปลอดภัยของสถานที่ (เช่น ทางหนีไฟ ความพร้อมของอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย; ดัชนีเพลิง กล้องรักษาความปลอดภัย)	1.00	5.00	3.96	0.86
4.7 ความเหมาะสมของราคา	1.00	5.00	3.98	0.78
5. ร้านอาหาร	2.00	5.00	3.89	0.63
5.1 ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (เช่น หาจุดเข้ารับบริการได้ง่าย มีป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำการให้บริการ)	1.00	5.00	3.90	0.79
5.2 ความหลากหลายของประเภทร้านอาหาร (เช่น ร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ด ร้านอาหารบรรยากาศสบายๆ บริการอย่างรวดเร็ว คาเฟ่ ผับ ร้านอาหารเต็มรูปแบบในบรรยากาศสบายๆ บุฟเฟต์ ร้านอาหารหรู)	1.00	5.00	3.81	0.84
5.3 สภาพภายในร้านอาหาร (เช่น ความใหม่/เก่า ความสะอาด แสงสว่างเพียงพอ กลิ่น)	2.00	5.00	3.86	0.79
5.4 คุณภาพของอาหาร (เช่น หน้าตาของอาหาร รสชาติ)	2.00	5.00	4.02	0.73
5.5 พนักงานสามารถให้ข้อมูล ชี้แนะ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี	2.00	5.00	4.07	0.72
5.6 ความปลอดภัยของสถานที่ (เช่น ทางหนีไฟ ความพร้อมของอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย; ดัชนีเพลิง กล้องรักษาความปลอดภัย)	1.00	5.00	3.84	0.82
5.7 ความเหมาะสมของราคา	2.00	5.00	3.85	0.76

ตารางที่ 2 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมและจำแนกตามรายมิติ (ต่อ)

มิติของความพึงพอใจ	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std. Deviation)
6. บริการสปาและนวดแผนไทย	1.83	5.00	3.70	0.69
6.1 ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (เช่น หาจุดเข้ารับบริการได้ง่าย มีป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำการให้บริการ)	2.00	5.00	3.65	0.79
6.2 ความหลากหลายของสถานบริการ (เช่น ตั้งอยู่ในพื้นที่โรงแรม ตั้งแยกออกมา เรียกผู้ให้บริการมาบริการได้ถึงที่พัก)	1.00	5.00	3.74	0.75
6.3 สภาพภายในสถานบริการ (เช่น ความใหม่/เก่า ความสะอาด แสงสว่างเพียงพอ กลิ่น)	1.00	5.00	3.67	0.78
6.4 คุณภาพของบริการ (เช่น หายจากอาการเมื่อย เหนื่อยล้า ผิวเนียน กระชับ)	2.00	5.00	3.72	0.76
6.5 พนักงานสามารถให้ข้อมูล ชี้แนะ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี	2.00	5.00	3.74	0.73
6.6 ความปลอดภัยของสถานที่ (เช่น ทางหนีไฟ ความพร้อมของอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย; ถังดับเพลิง กล้องเฝ้าระวัง ประจำบ้าน)	1.00	5.00	3.65	0.80
6.7 ความเหมาะสมของราคา	1.00	5.00	3.66	0.79
7. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1.00	5.00	3.55	0.76
7.1 ความสะดวกในการหาซื้อสินค้า (เช่น หาร้านง่าย มีป้ายบอกทาง)	1.00	5.00	3.54	0.86
7.2 ความหลากหลายของประเภทสินค้า	1.00	5.00	3.47	0.86
7.3 คุณภาพสินค้า	1.00	5.00	3.57	0.79
7.4 พนักงานสามารถให้ข้อมูล ชี้แนะ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี	1.00	5.00	3.63	0.82
7.5 ความเหมาะสมของราคา	1.00	5.00	3.55	0.84
8. แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด	1.00	5.00	3.87	0.74
8.1 ความสะดวกในการเข้าถึง (เช่น มีป้ายบอกทาง ป้ายให้ข้อมูล การท่องเที่ยว มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ยานพาหนะในการรับ-ส่ง)	1.00	5.00	3.85	0.87
8.2 มีความสวยงาม และความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ไม่เสื่อมโทรม	1.00	5.00	4.25	0.77
8.3 สิ่งอำนวยความสะดวก (เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำสาธารณะ)	1.00	5.00	3.83	0.87
8.4 จุดทิ้งขยะ	1.00	5.00	3.55	1.02
9. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	1.25	5.00	3.74	0.75
9.1 ความสะดวกในการเข้าถึง (เช่น มีป้ายบอกทาง ป้ายให้ข้อมูล การท่องเที่ยว มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ยานพาหนะในการรับ-ส่ง)	1.00	5.00	3.80	0.80
9.2 มีความสวยงาม และความสมบูรณ์ ไม่เสื่อมโทรม	1.00	5.00	3.83	0.83
9.3 สิ่งอำนวยความสะดวก (เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำสาธารณะ)	1.00	5.00	3.74	0.83
9.4 จุดทิ้งขยะ	1.00	5.00	3.61	0.93
10. ความปลอดภัยโดยรวมบนเกาะหมาก	1.00	5.00	3.58	0.82
10.1 มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยอย่างทั่วถึง	1.00	5.00	3.71	0.86
10.2 มีสถานพยาบาลและเจ้าหน้าที่ดูแลประจำ	1.00	5.00	3.56	0.91
10.3 มีจุดแจ้งเหตุด่วน เหตุร้าย	1.00	5.00	3.47	0.94

ตารางที่ 2 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมและจำแนกตามรายมิติ (ต่อ)

มิติของความพึงพอใจ	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std. Deviation)
11. บริษัทนำเที่ยว	2.00	5.00	3.89	0.68
11.1 โปรแกรมนำเที่ยวมีความเหมาะสม (เช่น จำนวนวัน เวลา สถานที่)	1.00	5.00	3.80	0.74
11.2 ความหลากหลายของกิจกรรมที่บริษัทนำเสนอสื่อ (เช่น พายเรือคายัค ดำน้ำ ชมป่าชายเลน)	2.00	5.00	3.84	0.80
11.3 พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร	2.00	5.00	4.00	0.78
11.4 พนักงานสามารถให้ข้อมูล ชี้แนะ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี	2.00	5.00	3.96	0.77
11.5 ความปลอดภัยระหว่างการเข้าร่วมกิจกรรม	2.00	5.00	3.90	0.74
11.6 ความเหมาะสมของราคา	2.00	5.00	3.86	0.78
12. กิจกรรมการท่องเที่ยว	2.50	5.00	4.05	0.65
12.1 ความสะดวกในการเข้าถึง (เช่น ใช้บริการจากทางโรงแรม/ที่พัก บริษัทนำเที่ยว บริษัทเอกชน ชาวบ้าน หน่วยงานภาครัฐ)	2.00	5.00	4.05	0.73
12.2 ความหลากหลายของกิจกรรม	1.00	5.00	3.89	0.82
12.3 พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร	2.00	5.00	4.19	0.75
12.4 พนักงานสามารถให้ข้อมูล ชี้แนะ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี	2.00	5.00	4.16	0.74
12.5 ความปลอดภัยระหว่างการเข้าร่วมกิจกรรม	2.00	5.00	4.07	0.73
12.6 ความเหมาะสมของราคา	2.00	5.00	3.98	0.79

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจจำแนกตามกลุ่มของนักท่องเที่ยว โดยใช้สถิติเชิงอ้างอิงหรือสถิติอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้การวิเคราะห์ t-test เพื่อวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจโดยการแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ พบว่า ค่าเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (ตารางที่ 2) โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจเท่ากับ 4.02 ซึ่งสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจเท่ากับ 3.84 และจากการพิจารณาค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจจำแนกตามกลุ่มของนักท่องเที่ยว โดยการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามเพศ อายุ และระดับรายได้ ด้วยการวิเคราะห์ ANOVA พบว่า อายุส่งผลต่อค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเมื่อพิจารณาโดยภาพรวมของการจัดการท่องเที่ยว ชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.10 รองมา ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 21-29 ปี มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 38-45 ปี มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 30-37 ปี มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ตามลำดับ ในขณะที่เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจจำแนกกลุ่มตามเพศ และระดับรายได้ ด้วยค่าสถิติ F พบว่า ค่าเฉลี่ยดังกล่าวไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวม และรายมิติ จำแนกตามลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

มิติของความพึงพอใจ	จำแนกตามสัญชาติ		จำแนกตามเพศ		จำแนกตามอายุ		จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	
	ค่าสถิติ t	Sig. (2-tailed)	ค่าสถิติ F	Sig.	ค่าสถิติ F	Sig.	ค่าสถิติ F	Sig.
ระดับความพึงพอใจโดยรวม	-94.589**	0.000	0.388	0.678	3.255**	0.004	1.141	0.352
1. ประชาชนในพื้นที่	-107.606**	0.000	1.371	0.255	1.601	0.145	1.92	0.364
2. เรือโดยสาร	-87.932**	0.000	0.706	0.494	2.130*	0.049	0.229	0.950
3. รถโดยสารสาธารณะ	-75.200**	0.000	1.898	0.151	2.545*	0.020	1.025	0.402
4. สถานที่พักผ่อน	-90.651**	0.000	1.367	0.256	2.182*	0.043	0.731	0.600
5. ร้านอาหาร	-89.112**	0.000	1.418	0.243	2.775*	0.012	1.753	0.121
6. บริการสปาและนวดแผนไทย	-58.727**	0.000	2.277	0.104	2.982**	0.008	0.972	0.435
7. การซื้อสินค้าและของที่ระลึก	-55.813**	0.000	1.789	0.169	2.225*	0.040	0.854	0.512
8. แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด	-71.799**	0.000	0.485	0.616	4.792**	0.000	0.663	0.652
9. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	-60.497**	0.000	0.133	0.876	5.021**	0.000	1.499	0.189
10. ความปลอดภัยโดยรวมบนเกาะหมาก	-58.106**	0.000	0.620	0.538	2.783*	0.011	1.590	0.162
11. บริษัทนำเที่ยว	-54.392**	0.000	0.696	0.405	0.747	0.613	0.560	0.731
12. กิจกรรมการท่องเที่ยว	-78.124**	0.000	0.319	0.727	1.398	0.215	0.953	0.447

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. แนวทางการยกระดับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกาะหมาก จังหวัดตราด ตามเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC)

จากข้อเสนอแนะที่ได้จากแบบสอบถามซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด สามารถสรุปแนวทางการยกระดับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกาะหมาก เพื่อให้สอดคล้องกับเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC) ได้เป็น 6 ประเด็นที่สำคัญ ได้แก่ ความพร้อมของประชาชนในพื้นที่ ความพร้อมของแหล่งหรือกิจกรรมท่องเที่ยว ความพร้อมของการบริการ การท่องเที่ยว ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว ราคาของสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยว รายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 สรุปประเด็นแนวทางการยกระดับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกาะหมาก จังหวัดตราด

ประเด็น	รายละเอียด
ประเด็นที่ 1 ความพร้อมของประชาชนในพื้นที่	1) ควรมีการจัดกิจกรรมหรือหลักสูตรอบรมเพื่อเพิ่มทักษะทางด้านต่าง ๆ ให้กับประชาชนในพื้นที่ เช่น ด้านการสื่อสารทางด้านภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ๆ ด้านคุณภาพในการให้บริการ เพื่อรองรับความหลากหลายและความต้องการของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4 สรุปประเด็นแนวทางการยกระดับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกาะหมาก จังหวัดตราด (ต่อ)

ประเด็น	รายละเอียด
ประเด็นที่ 2 ความพร้อมของแหล่งหรือกิจกรรมท่องเที่ยว	1) ส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย เพื่อกระตุ้นความสนใจให้นักท่องเที่ยว เช่น กีฬาท้าทาย (Extreme Sport) ดิสกอล์ฟ (Disc Golf) และเนื่องจากสภาพพื้นที่ที่เป็นเกาะ จึงทำให้ฤดูท่องเที่ยวของเกาะหมากจำกัดอยู่ในช่วงเดือนตุลาคม จนถึง เดือนพฤษภาคมของทุกปี ควรหากิจกรรมในร่มเพื่อรองรับหน้ามรสุม หรือการท่องเที่ยวนอกฤดู เช่น การสอนนักท่องเที่ยวทำอาหาร เรียนรู้วัฒนธรรมการกินและความเป็นอยู่ของชุมชนเกาะหมาก การประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้จากเศษขยะที่ได้จากการคัดแยก 2) ควรมีการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มีความสมบูรณ์ พร้อมรองรับนักท่องเที่ยว 3) ปรับปรุงแพ็คเกจการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
ประเด็นที่ 3 ความพร้อมของการบริการการท่องเที่ยว	1) จัดให้มีบริการรถขนส่งสาธารณะประจำทางรอบเกาะ 2) จัดรถบดและเรือโดยสารให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว 3) เพิ่มจำนวน และความชัดเจนของป้ายบอกทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ บนเกาะ 4) เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ บนเกาะและท่าเรือ เช่น ตู้ ATM ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านค้าสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง ร้านขายของที่ระลึก ห้องน้ำสาธารณะ ที่จอดรถ และสัญญาณอินเทอร์เน็ต เป็นต้น 5) ควรเพิ่มมาตรการในการรักษาความสะอาดในทุก ๆ บริเวณภายในเกาะ รวมถึงการเพิ่มจุดทิ้งขยะ มาตรการในการคัดแยกขยะ 6) ประสานงานกับผู้ประกอบต่าง ๆ ให้มีการเปิดเช่ารถจักรยานให้กับนักท่องเที่ยว
ประเด็นที่ 4 ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว	1) ควรมีมาตรการในการควบคุมจำนวนผู้โดยสาร และตรวจเช็คความพร้อมของยานพาหนะรวมถึงอุปกรณ์ป้องกันความปลอดภัยให้พร้อมใช้อยู่เสมอ 2) ควรมีจุดแจ้งเหตุด่วน เหตุร้าย และจุดบริการนักท่องเที่ยวตลอด 24 ชั่วโมง 3) ปรับปรุงเส้นทางการคมนาคมภายในเกาะ โดยเฉพาะถนนที่เป็นหลุมเป็นบ่อ 4) ควรมีมาตรการในการรักษาความสะอาดของสถานที่พักผ่อน ร้านอาหาร เพื่อสุขภาพอนามัยที่ดีของผู้ใช้บริการ 5) ควรมีป้ายเตือนให้ระวังลื่นทะเล หรือสัตว์ที่มีพิษในบริเวณที่มีความเสี่ยง พร้อมทั้งทั้งวิธีการปฐมพยาบาลเบื้องต้นหากโดนสัตว์มีพิษทำร้าย
ประเด็นที่ 5 ราคาของสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	1) ควรมีนโยบายในการควบคุมและตรวจสอบอัตราค่าบริการของเรือโดยสาร รถโดยสารสาธารณะ สถานที่พักผ่อน ร้านอาหาร รวมถึงสินค้าและบริการด้านต่าง ๆ บนเกาะให้มีความเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ
ประเด็นที่ 6 การประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยว	1) จัดทำข้อมูล แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ๆ ที่นักท่องเที่ยวไม่ควรพลาด พร้อมทั้งเส้นทางการท่องเที่ยวภายในเกาะ ในรูปแบบออนไลน์ ในลักษณะของ QR CODE ไว้ตามจุดต่าง ๆ เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึง 2) กำหนดนโยบายในการประชาสัมพันธ์ โดยนำจุดเด่นและเอกลักษณ์ของเกาะหมาก เช่น ความเงียบสงบ ความสวยงามของธรรมชาติ บรรยากาศดี ทะเลสวย รวมถึงประชาชนในพื้นที่ที่คอยต้อนรับและให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเป็นอย่างมาก มาสร้างเป็นเรื่องราว (Content Marketing) และเผยแพร่ลงในอินเทอร์เน็ตหรือสื่อโซเชียลมีเดีย ผ่านทางผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) บนสื่อโซเชียล

อภิปรายผล

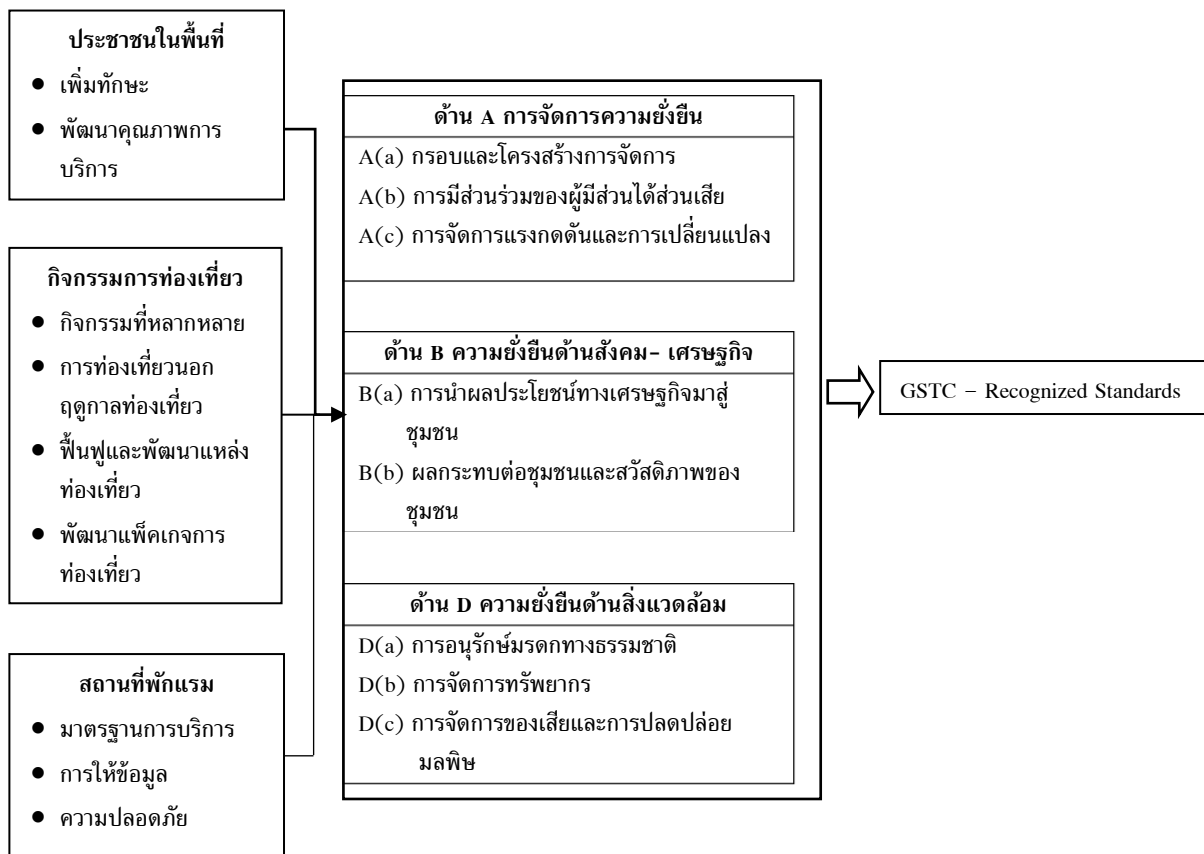
การสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวบนเกาะหมาก ตามกรอบการท่องเที่ยวยั่งยืนโลก (GSTC) ทั้ง 12 มิติ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดในมิติที่ 1 ประชาชนในพื้นที่ ทั้งนี้เป็นเพราะชุมชนเกาะหมากมีความเข้มแข็ง มีสมรรถนะเด่นในการจัดการการท่องเที่ยว ประชาชนในพื้นที่ที่มีความเป็นมิตร ซื่อสัตย์ ไม่เอารัดเอาเปรียบ สามารถให้ข้อมูล ชี้แนะ หรือตอบข้อซักถามนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลกลน กเกียรติศักดิ์ชัย และ ชื่นชนก โควินท์ (2563) ที่ศึกษาจุดเด่นของสมรรถนะหรือความสามารถของคนในชุมชนเกาะหมากต่อการผลักดันและพัฒนาการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ พบว่าชุมชนบนเกาะหมากมีความเข้มแข็งของชุมชน สามารถทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำเสนอและเสนอแนะเกี่ยวกับกฎระเบียบและข้อปฏิบัติ ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียมและประเพณีของชุมชนให้กับผู้มาเยือนและนักท่องเที่ยวได้

รองลงมาได้แก่ มิติที่ 12 กิจกรรมการท่องเที่ยว เพราะเกาะหมากมีการจัดกิจกรรมที่เหมาะสม กิจกรรมมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว กิจกรรมมีความคุ้มค่าเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศระพงษ์ พลธานี และอุมาพร บุญเพชรแก้ว (2560) ตามด้วยมิติที่ 4 สถานที่พักแรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิคมศม อักษรประดิษฐ์ และธีรศักดิ์ อุ่นอารมย์เลิศ (2560) ที่ได้ศึกษากระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Tourism) กรณีศึกษาพื้นที่เกาะหมาก จังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อที่พักแรมในระดับมาก ในประเด็นสถานที่พักแรมมีความสะอาด และถูกสุขลักษณะ กิจกรรมต่างๆ ที่สถานที่พักจัดให้เป็นกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือเป็นการส่งเสริมการตลาดการใช้พลังงาน สภาพแวดล้อมของสถานที่พักแรมมีความกลมกลืนเข้ากับธรรมชาติ และมิติที่ 3 รถโดยสารสาธารณะ มิติที่ 2 เรือโดยสาร มิติที่ 11 บริษัทท่องเที่ยว มิติที่ 5 ร้านอาหาร มิติที่ 8 แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด มิติที่ 9 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มิติที่ 6 บริการสปาและนวดแผนไทย มิติที่ 10 ความปลอดภัยโดยรวมบนเกาะหมาก และมิติที่ 7 การซื้อสินค้าและของที่ระลึก ตามลำดับ

แนวทางการยกระดับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกาะหมาก ตามเกณฑ์การท่องเที่ยวยั่งยืนโลก (GSTC) สามารถเสนอได้ 6 ประเด็น ได้แก่ ความพร้อมของประชาชนในพื้นที่ ความพร้อมของแหล่งหรือกิจกรรมท่องเที่ยว ความพร้อมของการบริการการท่องเที่ยว ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว ราคาของสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยส่วนใหญ่ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกาะหมาก อาทิ อุมาพร บุญเพชรแก้ว และคณะ (2561) และอิสระพงษ์ พลธานี และอุมาพร บุญเพชรแก้ว (2560) ซึ่งได้เสนอแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยการสร้างกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชุมชน รวมถึงการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลที่สำคัญกับนักท่องเที่ยวมากขึ้น

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากงานวิจัยนี้ ชี้ให้เห็นว่า 3 มิติที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่ กิจกรรมการท่องเที่ยวและสถานที่พักแรม เป็นแนวทางที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของเกาะหมากตามเกณฑ์ของสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับโลก (GSTC) ครอบคลุมทั้งด้าน A การจัดการความยั่งยืน ด้าน B ความยั่งยืนด้านสังคม-เศรษฐกิจ และด้าน D ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ได้ดังภาพที่ 2 ซึ่งจะพัฒนาการท่องเที่ยวของเกาะหมากไปสู่การรับรองมาตรฐานได้ (GSTC-Recognized Standards) ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ ได้แก่ 1) เพื่อสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวบนเกาะหมาก และ 2) เพื่อเสนอแนวทางการยกระดับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกาะหมาก ตามเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์จึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถาม จากนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 80.12 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 19.88 ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-29 ปี และอายุระหว่าง 30-37 ปี ซึ่งชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มหลักของพื้นที่เกาะหมาก เป็นนักท่องเที่ยวในกลุ่มเจนเนอเรชั่น (Generation) Y และ Z โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้สูง มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้การวิเคราะห์ t-test และ ANOVA

จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อภาพรวมของการจัดการท่องเที่ยว คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 (จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน) โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจกับมิติของประชาชนในพื้นที่มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยว สถานที่พักแรม รถโดยสารสาธารณะ เรือโดยสาร บริษัทท่องเที่ยว และร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม บริการสปาและนวดแผนไทย ความปลอดภัยโดยรวมบนเกาะหมาก และการซื้อสินค้าและของที่ระลึก ตามลำดับ นอกจากนั้นเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจจำแนกตามกลุ่มของนักท่องเที่ยว ชี้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับความพึงพอใจสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุด ในขณะที่เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจจำแนกกลุ่มตามเพศ และระดับรายได้ ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นอกจากนี้ จากผลการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจ และข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว สามารถทำให้การวิจัยเสนอแนวทางการยกระดับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกาะหมาก ตามเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC) นั้น แบ่งเป็น 6 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นที่ 1 ความพร้อมของประชาชนในพื้นที่ ควรมีการจัดกิจกรรมหรือหลักสูตรอบรม เพื่อเพิ่มทักษะทางด้านต่าง ๆ ให้กับประชาชนในพื้นที่ ประเด็นที่ 2 ความพร้อมของแหล่งหรือกิจกรรมท่องเที่ยว ควรส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย เพื่อกระตุ้นความสนใจให้แก่นักท่องเที่ยว พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มีความสมบูรณ์ และปรับปรุงแพ็คเกจการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ประเด็นที่ 3 ความพร้อมของการบริการการท่องเที่ยว ควรจัดให้มีบริการรถขนส่งสาธารณะประจำทางรอบเกาะ จัดรถบัสและเรือโดยสารให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพิ่มจำนวน และความชัดเจนของป้ายบอกทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ บนเกาะ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ประเด็นที่ 4 ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว ควรมีมาตรการในการควบคุมจำนวนผู้โดยสาร ปรับปรุงเส้นทางคมนาคมภายในเกาะ และมีมาตรการในการรักษาความสะอาดของสถานที่พักผ่อน ร้านอาหาร เพื่อสุขอนามัยที่ดีของผู้ใช้บริการ ประเด็นที่ 5 ราคาของสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรมีนโยบายในการควบคุมอัตราค่าบริการต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ประเด็นที่ 6 การประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงข้อมูลทางการท่องเที่ยว ควรจัดทำข้อมูล แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว พร้อมทั้งเส้นทางท่องเที่ยวภายในเกาะ ในรูปแบบออนไลน์ ในลักษณะของ QR CODE ไว้ตามจุดต่าง ๆ เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึง ตลอดจนกำหนดนโยบายในการประชาสัมพันธ์ โดยนำจุดเด่นและเอกลักษณ์ของเกาะหมาก และเผยแพร่ลงในอินเทอร์เน็ตหรือโซเชียลมีเดีย ผ่านทางผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) บนโซเชียลมีเดีย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมฝึกอบรมเพื่อพัฒนาและยกระดับทักษะด้านภาษา และการบริการให้กับประชาชนในพื้นที่ ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายและรองรับในทุกฤดูกาลเพื่อกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยว ตลอดจนการยกระดับการให้บริการของสถานที่พักผ่อน สปา และนวดแผนไทย อีกทั้งควรผลักดันมาตรการความปลอดภัยโดยรวมบนเกาะหมากเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรมีนโยบายในการควบคุมและตรวจสอบอัตราค่าบริการ ราคาของสินค้าและของที่ระลึก เพื่อทำให้การท่องเที่ยวเกาะหมากมีความยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากในปี พ.ศ. 2564 ได้มีการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก เวอร์ชัน 2.0 (GSTC Criteria for Destinations 2.0) ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาตามเกณฑ์ GSTC (v2.0) และศึกษาให้ครอบคลุมทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้าน A การจัดการความยั่งยืน ด้าน B ความยั่งยืนด้านสังคม-เศรษฐกิจ ด้าน C ความยั่งยืนด้านวัฒนธรรม และด้าน D ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวบนเกาะหมากให้เป็นไปตามเกณฑ์ จะช่วยยกระดับการท่องเที่ยวเกาะหมากเกิดความยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กมลกนก เกียรติศักดิ์ชัย และชินชนก โควินท์. (2563). สมรรถนะของคนในชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำในพื้นที่เกาะหมาก จังหวัดตราด. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 14(2) 16-30.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). *ภาคตะวันออกประเทศไทย*. สืบค้น 5 มกราคม 2565. จาก <https://thai.tourismthailand.org/Destinations/%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%84%E0%B8%95%E0%B8%B0%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%81/4>.
- เกียรติสุดา ศรีสุข. (2552). *ระเบียบวิธีการวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). เชียงใหม่: ครองช้าง.
- นิคมศม อักษรประดิษฐ์. (2558). *กระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Tourism) กรณีศึกษาพื้นที่เกาะหมาก จังหวัดตราด*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- พรไพลิน จุลพันธ์. (2565). “เกาะหมาก” ขึ้นแท่น “แหล่งท่องเที่ยวยั่งยืน” 100 แห่งของโลก. สืบค้น 3 ตุลาคม 2565. จาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/business/1030142>.
- ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *สถิตินักท่องเที่ยวเกาะหมากและอื่น ๆ*. สืบค้น 3 ตุลาคม 2565. จาก https://intelligencecenter.tat.or.th/wp-login.php?redirect_to=https%3A%2F%2Fintelligencecenter.tat.or.th%2Farticles%2F702&reauth=1.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2564). *เกาะหมากกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและความยั่งยืนให้กับพื้นที่ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล*. สืบค้น 3 ตุลาคม 2565. จาก <https://www.depa.or.th/th/article-view/kohmak-technology>.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2562). *การท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเรื่องใกล้ตัวกว่าที่คิด*. สืบค้น 3 ตุลาคม 2565. จาก <https://www.tatreviewmagazine.com/article/community-based-tourism/>.
- องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก. (2562). *ข้อมูลทั่วไปของเกาะหมาก*. สืบค้น 5 มกราคม 2565. จาก <https://kohmaktrat.com/>.
- อิสระพงษ์ พลธานี และอุมาพร บุญเพชรแก้ว (2560). องค์ประกอบศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล เกาะหมาก จังหวัดตราด, *วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์*, 12(24), 95-102.
- อุมาพร บุญเพชรแก้ว, อิสระพงษ์ พลธานี, กมลวรรณ อยู่คา, ปลิดา ฐัฒนภรณ์, ปิยะวรรณ มาก่อเกียรติ, ยูธิกา ด่านภูวงศ์ และ อติติยา ตรีภดี. (2561). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนเกาะหมาก จังหวัดตราด. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 11(3), 2686-2703.