

FACTORS INFLUENCING THE PROMOTION AND TOURISM MARKETING CAMPAIGN AND ORGANIZATIONAL PERFORMANCE OF SMALL ENTERPRISE IN CHANG ISLAND COMMUNITY, TRAD PROVINCE

Patcharin Sukpol ^{1*}, Surat Supichayangkool¹, Teerarat Wongtana – anek, ¹ Danai Kristhanin¹

¹Graduated School Of Commerce, Burapha University, Chon Buri 20131, Thailand

ABSTRACT

The research objective was to study factors influencing the promotion and tourism marketing campaign and organizational performance of small enterprise in the Chang Island Community, Trad Province. The sample group consisted of 141 people who were entrepreneurs of the hotels, resorts, restaurants, beverage shops, travel companies, and travel agencies. 78.33 % of all the questionnaires were returned. The tool for data collection was questionnaires questioning about personal information of the small enterprise entrepreneurs and community involvement and community affects, community attachment, attitude toward tourism promotion and marketing campaign, and organizational performance. The data were analyzed through SPSS PC Windows. The statistics used for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, multiple Linear Regression Analysis, and Multiple Regression was used for the test of Mediation Effects .

The findings revealed that the mean of community involvement was at the moderate level. The community affects was at the high level. The community attachment was at the high level. The attitude toward tourism promotion and marketing campaign was at the high level. In addition, organizational performance was at the high level.

From the testing of hypotheses at the significance level of 95 %, it was found that community involvement, community affects, community attachment were correlated with the attitude toward tourism promotion and marketing campaign, concerning knowledge, feeling, and behavior. It was also found that the attitude toward tourism promotion and marketing campaign was correlated with organizational performance concerning financial and non financial aspects. It was also found that community involvement; community affects, the community attachment was correlated with organizational performance depending on the attitude toward tourism promotion and marketing campaign.

Keywords: Community involvement, community affects, community attachment, tourism promotion and marketing campaign, organizational performance

*Corresponding author : E-mail address : patchalin_sukpol@hotmail.com

ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมและรณรงค์ทางการตลาดท่องเที่ยว และผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการขนาดย่อม ในชุมชนอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด

พัชรินทร์ สุขผล¹, สุรติ สุพิชญางกูร¹, อีรารัตน์ วงศ์ณะเอนก¹, ดนัย วิสวานันท์¹

¹วิทยาลัยพณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี 20131, ประเทศไทย

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมและรณรงค์ทางการตลาดท่องเที่ยวและผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการขนาดย่อมในชุมชน อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือผู้ประกอบการขนาดย่อมในท้องถิ่นที่อาศัยอยู่บนเกาะช้าง จังหวัดตราด ประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม สถานที่พักอื่น ๆ ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านขายเครื่องดื่ม บริษัททัวร์ และตัวแทนการท่องเที่ยว จำนวน 141 ราย คิดเป็น 78.33% ของแบบสอบถามทั้งหมด เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS for Window โดยมีสถิติที่เลือกใช้ดังนี้ ค่าความถี่, ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน, Multiple regression analysis และ Mediation effects using multiple regression ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมต่อชุมชนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางการตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ความผูกพันต่อชุมชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทักษะการส่งเสริมการตลาดและการรณรงค์ทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และผลการดำเนินงานขององค์กร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า การมีส่วนร่วมต่อชุมชน การตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชน ความผูกพันต่อชุมชน มีความสัมพันธ์กับทักษะการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวและการรณรงค์ทางการตลาด ด้านความรู้ ความเข้าใจ ด้านความรู้สึก ด้านพฤติกรรม พบว่า ทักษะการส่งเสริมการตลาดและการรณรงค์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานขององค์กรด้านการเงิน และที่ไม่ใช่ด้านการเงิน พบว่า การมีส่วนร่วมต่อชุมชน การตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชน ความผูกพันต่อชุมชน มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานขององค์กร โดยขึ้นอยู่กับทักษะการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวและการรณรงค์ทางการตลาด

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วมต่อชุมชน, การตระหนักถึงผลกระทบของ การท่องเที่ยวต่อชุมชน, ความผูกพันต่อชุมชน, ทักษะการส่งเสริมการตลาด, ผลการดำเนินงานขององค์กร

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บทบาทอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและมีบทบาทอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจ โดยมีมูลค่าถึงหนึ่งในสามของการค้าบริการรวมของโลก การท่องเที่ยวเป็นตัวกลางที่ก่อให้เกิดการแพร่สะพัดของรายได้ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ (วัลยา โอฬารัตน์มณี และอารัญ บุญชัย, 2546)

เกาะช้าง เป็นพื้นที่แรกที่ถูกเลือกให้เป็นพื้นที่เพื่อพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามนโยบายรัฐบาล เนื่องจากมีสภาพธรรมชาติที่สวยงามโดดเด่น มีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศ และสิ่งแวดล้อม รวมทั้ง มีวิถีชีวิตชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังเกาะช้าง เกิดการขยายตัวด้านธุรกิจบริการเกี่ยวโยงกับการท่องเที่ยวหลายประเภท อาทิเช่น การสร้างที่พัก การให้บริการร้านอาหาร เช่ารถ และเรือทัศนจรตลอดจนธุรกิจนำเที่ยวทางทะเล ทำให้วิถีชีวิตของประชาชนบนเกาะช้างเปลี่ยนแปลงไป (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2545) ประกอบกับการมุ่งเน้นพัฒนา เกาะช้างให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับนานาชาติ หากเป็นการพัฒนาที่ขาดการควบคุม ย่อมส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้ง วิถีชีวิตชุมชนเกาะช้างได้

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมและรณรงค์ทางการตลาดท่องเที่ยวและผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการขนาดย่อมในชุมชนอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด เพื่อให้ผู้ประกอบการขนาดย่อมเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว รับรู้ได้ถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น รวมทั้งมีความผูกพันต่อชุมชน และเพื่อเป็นแนวทางในการจัดโครงการรณรงค์และพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับลักษณะและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งนำไปใช้เป็นแนวทางให้เกิดประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในการวางแผนการตลาด กำหนดกลยุทธ์ กิจกรรม และ

วางแผนสื่อสารการตลาดได้อย่างเหมาะสมและทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากที่สุด จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของเกาะช้างต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมต่อชุมชน การตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชน ความผูกพันต่อชุมชนของผู้ประกอบการขนาดย่อมในชุมชนอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด
2. เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานขององค์กรและทัศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการรณรงค์ทางการตลาดของผู้ประกอบการขนาดย่อมในชุมชนอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมต่อชุมชน การตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชน ความผูกพันต่อชุมชนของผู้ประกอบการขนาดย่อมในชุมชนอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราดกับทัศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการรณรงค์ทางการตลาด
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมต่อชุมชน การตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชน ความผูกพันต่อชุมชนของผู้ประกอบการขนาดย่อมในชุมชนอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราดกับผลการดำเนินงานขององค์กร โดยขึ้นอยู่กับทัศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการรณรงค์ทางการตลาด

สมมติฐานของการวิจัย

1. การมีส่วนร่วมต่อชุมชนมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการรณรงค์ทางการตลาด
2. การตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการรณรงค์ทางการตลาด
3. ความผูกพันต่อชุมชนมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการรณรงค์ทางการตลาด
4. ทัศนคติเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการรณรงค์ทางการตลาดมีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

5. การมีส่วนร่วมต่อชุมชนมีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรโดยขึ้นอยู่กับทัศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการรณรงค์ทางการตลาด

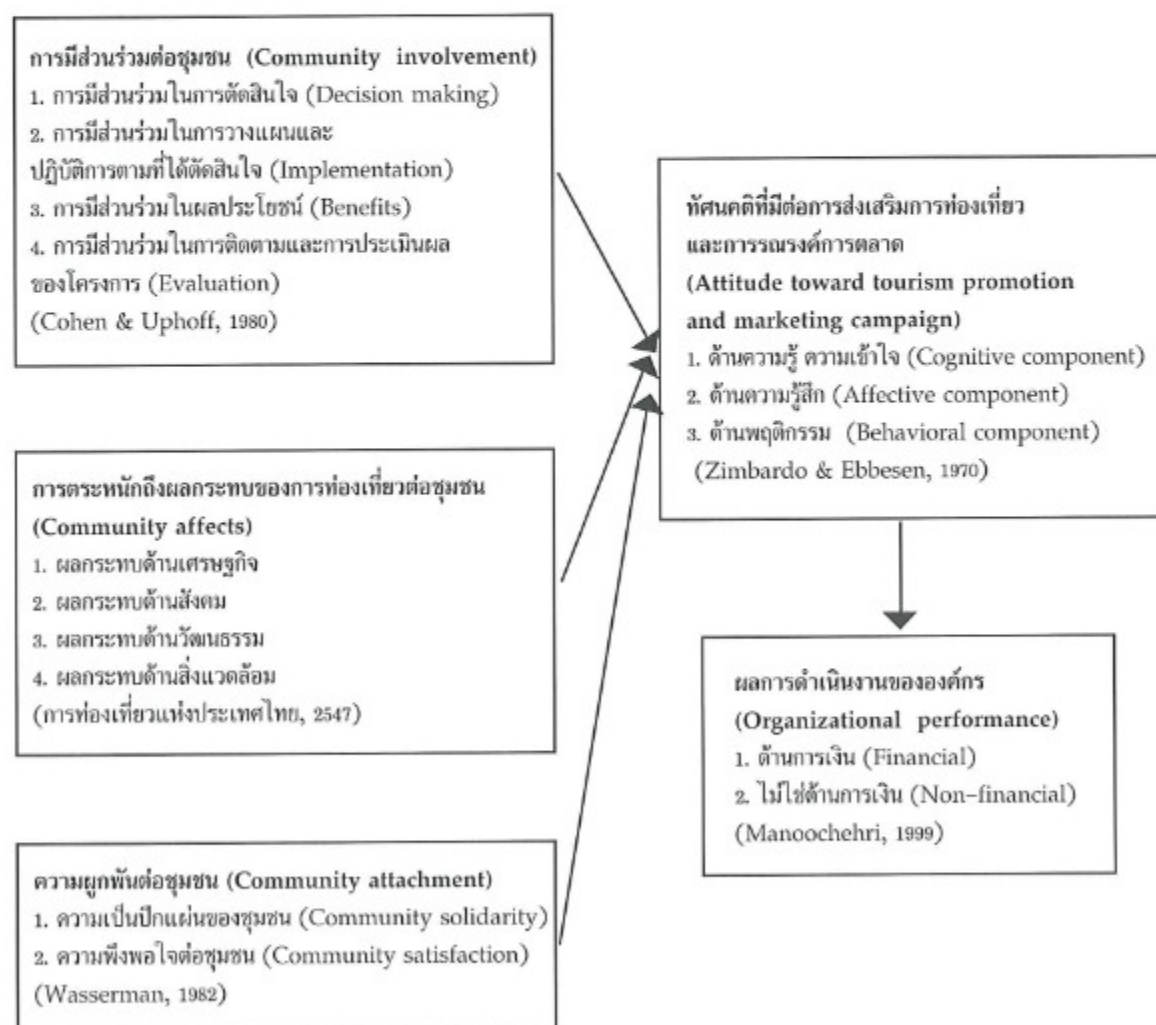
6. การตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนมีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรโดยขึ้นอยู่กับทัศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการรณรงค์ทางการตลาด

7. ความผูกพันต่อชุมชนมีผลต่อผลการดำเนินงาน

ขององค์กรโดยขึ้นอยู่กับทัศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการรณรงค์ทางการตลาด

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมและรณรงค์ทางการตลาดท่องเที่ยวและผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการขนาดย่อมในชุมชนอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด มีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการมีส่วนร่วมต่อชุมชน การตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชน ความผูกพันของชุมชน ทักษะที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ทางธรรมชาติ ผลการดำเนินงานขององค์กรของผู้ประกอบการขนาดย่อมในท้องถิ่นสามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับลักษณะและความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. เป็นแนวทางในการกำหนดแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวให้แก่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. เป็นแนวทางให้แก่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการตลาด กำหนดกลยุทธ์กิจกรรม และวางแผนสื่อสารการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย
4. จะทำให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ด้านการท่องเที่ยว สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและวางแผนงานด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวมากขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

1. ด้านเนื้อหา ผู้วิจัยทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมและอนุรักษ์ทางการตลาดท่องเที่ยว และผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการขนาดย่อมในชุมชนกิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด
2. ผู้วิจัยมุ่งศึกษากลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการขนาดย่อมในท้องถิ่นที่อาศัยอยู่บนเกาะช้าง จังหวัดตราด ประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม สถานที่พักอื่น ๆ ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านขายเครื่องดื่ม บริษัททัวร์ และตัวแทนการท่องเที่ยว

ทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมและแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมต่อชุมชน

Cohen and Uphoff (1980) ได้เสนอแนวคิดเบื้องต้นในการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมไว้ว่าการมีส่วนร่วมมี 4 ชนิด คือ

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision making) ตัดสินใจว่าจะทำอะไร และทำอะไร ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ ร่วมในการคิดถึงปัญหา และสาเหตุของปัญหา โดยระบุความต้องการของชุมชน จนเกิดโครงการ ดำเนินการตัดสินใจและตัดสินใจดำเนินการ โดยองค์กรชุมชน ซึ่งการมีส่วนร่วมต่าง ๆ เกิดจากแนวคิด 3 ประการคือ

1.1 ความสนใจและความกังวลห่วงใยร่วมกัน
ในสภาพปัญหาที่เผชิญร่วมกัน

1.2 ความเดือดร้อนและความไม่พึงพอใจร่วมกัน ที่มีต่อสถานการณ์ที่เป็นอยู่ขณะนั้นผลักดันให้มุ่งสู่การรวมกลุ่มวางแผนดำเนินการร่วมกัน

1.3 การตกลงใจร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงชุมชนไปในทิศทางที่พึงปรารถนาและต้องมีความเข้มแข็งมากพอที่จะทำให้เกิดความคิดริเริ่มการกระทำที่จะสนองความต้องการ

2. การมีส่วนร่วมในการวางแผนและปฏิบัติการตามที่ได้ตัดสินใจ (Implementation) ประกอบด้วย การร่วมเสียสละในการพัฒนาการสนับสนุนทรัพยากรด้านต่าง ๆ การบริหารงานกิจกรรม และประสานงานขอความร่วมมือ

3. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ประกอบด้วยผลประโยชน์ทางด้านวัตถุ ผลประโยชน์ทางด้านสังคม และผลประโยชน์ทางด้านส่วนบุคคล

4. การมีส่วนร่วมในการติดตามและการประเมินผลของโครงการ (Evaluation) โดยการติดตามการมีส่วนร่วม การให้ความร่วมมือ และทำการประเมินความสำเร็จของงานต่าง ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับการตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชน

1. ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนท้องถิ่นด้านเศรษฐกิจ คือ การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจ เกิดการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยว เกิดการสร้างสรรค้อชีพและการจ้างงาน เกิดการนำรายได้สู่ชุมชน เกิดการกระจายรายได้สู่ภูมิภาค เกิดการเพิ่มรายได้ต่อหัว เกิดการกระตุ้น

การผลิต เกิดการช่วยแก้ปัญหาตุลาการชำระเงินระหว่างประเทศ

2. ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนท้องถิ่นด้านสังคม คือ การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการเปลี่ยนแปลงแผนการประกอบอาชีพ เกิดการสร้างสรรคความเจริญทางสังคม เกิดการช่วยยกมาตรฐานการครองชีพ เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างครอบครัว เกิดการสร้างสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน เกิดสร้างความสามัคคี เกิดป้องกันการอพยพย้ายถิ่น เกิดการเสริมสร้างการศึกษา เกิดการเสริมสร้างความปลอดภัย

3. ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนท้องถิ่นด้านวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการใช้วัฒนธรรมของเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเกิดการสร้างความรักความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรม เกิดการช่วยฟื้นฟูสืบทอดวัฒนธรรม เกิดการสร้างความรักความหวงแหนและความภูมิใจของวัฒนธรรมประเพณี เกิดการร่วมมือร่วมใจช่วยอนุรักษ์ วัฒนธรรม เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอันดีระหว่างชุมชนท้องถิ่นเกิดการส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายงานศิลปวัฒนธรรมแก่ชุมชนท้องถิ่น

4. ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนท้องถิ่นด้านสิ่งแวดล้อม คือ การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการสร้างความตระหนักถึงคุณค่าสิ่งแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่น เกิดการช่วยรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมเกิดการช่วยฟื้นฟูและเสริมคุณค่าของสิ่งแวดล้อมในชุมชนท้องถิ่น เกิดการพัฒนาและปรับปรุงสิ่งแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่น เกิดการค้นคว้าหาแนวทางรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547)

แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อชุมชน

Wasserman (1982) แบ่งความผูกพันต่อชุมชนออกเป็น 2 มิติ คือ

1. ความเป็นปึกแผ่นของชุมชน (Community solidarity) หมายถึง ทศนคติและความรู้สึกของผู้อยู่อาศัยที่มีต่อกันแต่ละคนในชุมชนทั้งหมด

2. ความพึงพอใจต่อชุมชน (Community satisfaction) หมายถึง ทศนคติและความรู้สึกของผู้อยู่อาศัยที่มีต่อย่านที่อยูอาศัยและชุมชนของตนเอง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

Zimbardo and Ebbesen (1970) แยกองค์ประกอบของ ทัศนคติ ได้ 3 ประการคือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ (The cognitive component) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคล ที่เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทั่วไปทั้งที่ชอบ และไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้ หรือคิดว่าสิ่งใดดี มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่า สิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติ ที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The affective component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวเนื่องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The behavioral component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจาก องค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร

การวัดผลการดำเนินงานสามารถใช้ดัชนีด้านการเงิน (Financial measurement) และไม่ใช่ด้านการเงิน (Non-financial measurement (Manoochehri, 1999) ซึ่งการเลือกเกณฑ์ที่จะนำมาใช้พิจารณาจากคุณลักษณะขององค์กร คุณลักษณะอุตสาหกรรม และสภาพแวดล้อม (Medori & Steeple, 2000) พิจารณาอัตราความสำเร็จจากเป้าหมายที่ตั้งไว้ และ ความพึงพอใจจากผลตอบแทน ประกอบด้วย

1. ด้านการเงิน: ยอดขาย (Sale) ผลกำไร (Net Profit) ผลตอบแทนจากการลงทุน (Return of Investment)

2. ไม่ใช่ด้านการเงิน: คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า (Service quality and customer

satisfaction) การแข่งขัน (Competitive environment: market share, brand awareness, etc) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human resource management) ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ประกอบด้วย ข้อร้องเรียนจากลูกค้า จำนวนลูกค้าประจำ จำนวนคู่แข่ง ความหลากหลายในการให้บริการ การมีส่วนร่วมของพนักงานในการบริหาร จำนวนพนักงานที่ลาออก จำนวนพนักงานที่งานที่ขาดงาน การมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือชุมชน การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณการศึกษา (Quantitative research) โดยการสำรวจ (Survey research method) และวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 141 ชุด กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการขนาดย่อมในท้องถิ่นที่อาศัยอยู่บนเกาะช้าง จังหวัดตราด ประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม สถานที่พักอื่น ๆ ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านขายเครื่องดื่ม บริษัททัวร์ และตัวแทนการท่องเที่ยว โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่, ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน, Multiple ในการสร้างแบบสอบถามได้ให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ทำการตรวจสอบ โดยมีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ที่มีค่าตั้งแต่ 0.5 – 1.0 ตามเกณฑ์ของ Rorinelli and Hambleton (1977) หลังจากนั้นได้นำไปทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability analysis) ตามเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) โดยใช้ค่า Cronbach's alpha ที่เกิน 0.60 (Cronbach, 1951; Nunnally, 1978) เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลมาแล้วได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ซึ่ง Snell and Dean (1992) ใช้หลัก 2-stage rule (Nunnally, 1978) และดูค่า Loading (Hair, 1995)

เพื่อที่จะแบ่งกลุ่ม ตัวแปร กลุ่มตัวแปรการมีส่วนร่วมต่อชุมชนมี 4 ด้าน 22 ข้อคำถาม หลังวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) เหลือ 3 ด้านโดยตัดข้อคำถามไป 9 ข้อ จึงเหลือ 13 ข้อคำถาม กลุ่มตัวแปรการตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชน มี 4 ด้าน 20 ข้อคำถาม หลังวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) ผ่านเกณฑ์และจัดอยู่ในกลุ่มที่ถูกต้อง กลุ่มตัวแปรความผูกพันต่อชุมชนมี 2 ด้าน 11 ข้อคำถาม หลังวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) ผ่านเกณฑ์ และจัดอยู่ในกลุ่มที่ถูกต้อง กลุ่มตัวแปรทัศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ธรรมชาติมี 3 ด้าน 15 ข้อคำถาม หลังวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) มี 3 ด้านเท่าเดิมแต่ตัดข้อคำถามไป 3 ข้อคำถาม ดังนั้นจึงมี 12 ข้อคำถาม และกลุ่มตัวแปรผลการดำเนินงานขององค์กรมี 2 ด้าน 10 ข้อคำถาม หลังวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) ผ่านเกณฑ์ และจัดอยู่ในกลุ่มที่ถูกต้อง

การทดสอบการกระจายของข้อมูลว่าเป็นแบบปกติหรือไม่ Normal Curve และใช้ทฤษฎีแนวโน้มเข้าสู่ศูนย์กลาง (Central limit theorem) ของ Bartz (1999) ซึ่งในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถจะนำวิเคราะห์สถิติ Multiple Regression ได้นั้น ควรจะมีกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำต่อจำนวนตัวแปรต้นในอัตราส่วน 5: 1 (Hair et al., 1998) ดังนั้น ในงานวิจัยครั้งนี้ตัวแปรต้นมีทั้งหมด 10 ตัว คิดเป็น 1: 14.1 และใช้หลักเกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำของ Tabachnick and Fidell (1996) ที่สามารถหาได้จากสมการ $50 + 8k$ ซึ่ง k คือ ตัวแปรต้น ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำคือ 130 ตัวอย่าง ส่วนการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression analysis) จะทำการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Testing Multicollinearity) โดยพิจารณาจากค่า Tolerance ถ้าค่าน้อยกว่า 0.1 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น (Menard, 1996) และพิจารณาจากค่า VIF ถ้าค่ามากกว่า 10 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น (Myers, 1990)

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 180 ชุด ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาเป็นจำนวน 155 ชุด และได้คัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์สามารถใช้ในการประมวลผลทั้งสิ้นจำนวน 141 ชุด คิดเป็น 78.33% ของแบบสอบถามทั้งหมด

ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมต่อชุมชน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การมีส่วนร่วมต่อชุมชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($= 3.15$, $SD = 0.75$) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ การมีส่วนร่วมต่อชุมชนในผลประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($= 3.36$, $SD = 0.89$) รองลงมา คือ การมีส่วนร่วมต่อชุมชนในการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($= 3.12$, $SD = 0.94$) และ ลำดับที่ 3 การมีส่วนร่วมต่อชุมชนในการติดตามและประเมินผลของโครงการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($= 2.96$, $SD = 0.87$)

ข้อมูลเกี่ยวกับการตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($= 3.60$, $SD = 0.63$) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ การตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($= 3.67$, $SD = 0.75$) รองลงมา คือ การตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($= 3.60$, $SD = 0.79$) ลำดับที่ 3 การตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวด้านสังคม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($= 3.58$, $SD = 0.67$) และลำดับที่ 4 การตระหนักถึงผล

กระทบของการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($= 3.53$, $SD = 0.83$)

ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อชุมชน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ความผูกพันต่อชุมชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($= 3.99$, $SD = 0.62$) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ความผูกพันต่อชุมชนด้าน ความเป็นปึกแผ่นของชุมชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($= 4.01$, $SD = 0.71$) รองลงมา คือ ความผูกพันต่อชุมชนด้านความพึงพอใจต่อชุมชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($= 3.97$, $SD = 0.64$)

ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการส่งเสริม

การท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ทางธรรมชาติ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ทัศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ทางธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($= 3.84$, $SD = 0.59$) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ด้านความรู้สึกรัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($= 4.09$, $SD = 0.73$) รองลงมา คือ ด้านความรู้ ความเข้าใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($= 3.92$, $SD = 0.62$) และลำดับที่ 3 ด้านพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($= 3.49$, $SD = 0.82$)

ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผลการดำเนินงานขององค์กร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($= 3.46$, $SD = 0.55$) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ไม่ใช่ด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($= 3.61$, $SD = 0.69$) รองลงมา คือ ด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($= 3.31$, $SD = 0.63$)

การสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน ที่	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	ตัวแปรแทรกซ้อน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1	การมีส่วนร่วมต่อชุมชน	ทัศนคติที่มีต่อการ ส่งเสริมการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์ทาง การตลาด	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H ₀)
1.1	การมีส่วนร่วมต่อชุมชน	ด้านความรู้ ความเข้าใจ	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H ₀)
1.2	การมีส่วนร่วมต่อชุมชน	ด้านความรู้สึก	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H ₀)
1.3	การมีส่วนร่วมต่อชุมชน	ด้านพฤติกรรม	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H ₀)
2	การตระหนักถึง ผลกระทบของ การท่องเที่ยวต่อชุมชน	ทัศนคติที่มีต่อการ ส่งเสริมการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์ทาง การตลาด	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H ₀)
2.1	การตระหนักถึง ผลกระทบของ การท่องเที่ยวต่อชุมชน	ด้านความรู้ ความเข้าใจ	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H ₀)
2.2	การตระหนักถึง ผลกระทบของ การท่องเที่ยวต่อชุมชน	ด้านความรู้สึก	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H ₀)
2.3	การตระหนักถึง ผลกระทบของ การท่องเที่ยวต่อชุมชน	ด้านพฤติกรรม	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H ₀)
3	ความผูกพันต่อชุมชน	ทัศนคติที่มีต่อการ ส่งเสริมการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์ทาง การตลาด	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H ₀)
3.1	ความผูกพันต่อชุมชน	ด้านความรู้ ความเข้าใจ	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H ₀)

สมมติฐาน ที่	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	ตัวแปรแทรกซ้อน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
3.2	ความผูกพันต่อชุมชน	ด้านความรู้สึก	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho)
3.3	ความผูกพันต่อชุมชน	ด้านพฤติกรรม	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho)
4	ทัศนคติที่มีต่อการ ส่งเสริมการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์ทาง การตลาด	ผลการดำเนินงาน ขององค์กร	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho)
4.1	ทัศนคติที่มีต่อการ ส่งเสริมการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์ทาง การตลาด	ด้านการเงิน	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho)
4.2	ทัศนคติที่มีต่อการ ส่งเสริมการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์ทาง การตลาด	ไม่ใช่ด้านการเงิน	-	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho)
5	การมีส่วนร่วมต่อชุมชน	ผลการดำเนินงาน ขององค์กร	ทัศนคติที่มีต่อการ ส่งเสริมการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์ทาง การตลาด	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho)
6	การตระถึงผลกระทบ ของการท่องเที่ยวต่อ ชุมชน	ผลการดำเนินงาน ขององค์กร	ทัศนคติที่มีต่อการ ส่งเสริมการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์ทาง การตลาด	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho)
7	ความผูกพันต่อชุมชน	ผลการดำเนินงาน ขององค์กร	ทัศนคติที่มีต่อการ ส่งเสริมการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์ทาง การตลาด	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho)

อภิปรายผลการวิจัย

การมีส่วนร่วมต่อชุมชนมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ทางธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Kwon (2008) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติเกี่ยวกับตลาดการท่องเที่ยวรวมถึงกลยุทธ์การพัฒนา ผลการศึกษาพบว่าการมีส่วนร่วมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ทางธรรมชาติสามารถแสดงถึงทัศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ทางธรรมชาติ ประชนชนมีความผูกพันต่อชุมชนในระดับสูงก็มักจะมีการเข้าไปมีส่วนร่วมต่อการวางแผนและการตลาดการท่องเที่ยวที่เน้นชุมชนมากขึ้นด้วย ทำให้เกิดทัศนคติเชิงบวกต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวตามมา สอดคล้องกับ Inbakaran and Jackson (2005) ได้ศึกษาเรื่อง ภาวการณ์ตลาดท่องเที่ยว: ทำอย่างไรให้เป้าหมายและทัศนคติของชุมชนที่อยู่ต่อการท่องเที่ยวดีขึ้น ในรัฐวิกตอเรีย ประเทศออสเตรเลีย ผลการศึกษาพบว่า สามารถจัดเป็นกลุ่ม (Cluster) ได้ 4 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมและเป็นอาสาสมัครในการส่งเสริมการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น มีทัศนคติด้านบวกต่อการท่องเที่ยว ไม่มีทัศนคติด้านลบใดๆ ต่อการท่องเที่ยว กลุ่มที่ 2 ไม่มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวน้อยที่สุด มีทัศนคติด้านลบต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก กลุ่มที่ 3 ไม่มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นกลุ่มที่ให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวน้อย ไม่มีด้านบวกหรือลบต่อการท่องเที่ยว กลุ่มที่ 4 กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นอันดับที่ 2 รองจากกลุ่มที่ 1 ส่วนใหญ่อาศัยอยู่บริเวณแหล่งท่องเที่ยว มีส่วนร่วมและเป็นอาสาสมัครในการท่องเที่ยวระดับสูง สอดคล้องกับ กฤตยากร นวลศรี (2544) ศึกษาเรื่องการศึกษาผลจากการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวในทัศนคติของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว กรณีศึกษา: เกาะพีพี อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ประชากรที่ศึกษาได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยตรง (Direct participant) หรือเป็นการเข้ามามีส่วนร่วม

ในการใช้แรงงานในการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวในส่วนของการผลิตและบริการ สอดคล้องกับ อีรพัฒน์ ตื้อตัน (2546) ศึกษาเรื่องระดับความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมของประชาชนและความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมของประชาชน ที่อาศัยอยู่ในเขต และนอกเขตพื้นที่รับผิดชอบ ต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่วนอุทยานม่อนพระยาแช่ ตำบลพิชัย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่จะมีระดับทัศนคติที่เห็นด้วยมากที่สุด และมีระดับการมีส่วนร่วมสูงกว่า ผู้ที่อาศัยอยู่นอกเขต ด้านความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและอยู่นอกเขต ด้านความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและการมีส่วนร่วม พบว่า ทัศนคติในด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และสอดคล้องกับ ศิริวรรณ วัชรพงศ์ (2546) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตห้ามล่าสัตว์ป่าถ้ำผาทำผล ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ประชาชนท้องถิ่นมีความต้องการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้ง 4 ขั้นตอน ได้แก่ การระบุปัญหาและสาเหตุของปัญหา การวางแผนการดำเนินงาน การลงทุนและปฏิบัติงาน และการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานในระดับสูง สอดคล้องกับ อมร วงศ์วรรณ (2550) ศึกษาเรื่องทัศนคติของประชาชนและนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว กรณีศึกษาเกาะลันตาใหญ่ อำเภอลันตา จังหวัดกระบี่ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ด้านนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวและด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนจากการพัฒนาการท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านแนวคิดต่อนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว

มีต่อส่งเสริมการตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ทางธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ วิจิตร ชัยศรี (2537) ศึกษาเรื่องทัศนคติของประชาชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ประชาชน

ส่วนใหญ่ไม่มีความคิดเห็นต่อผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยว กล่าวคือประชาชนส่วนใหญ่มีความไม่แน่ใจว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวจะทำให้ประชาชนได้รับประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจมากขึ้น ถึงแม้จะมีการสร้างงาน สร้างอาชีพ แต่ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวมีอาชีพที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวน้อยมาก ผลทางด้านสังคม ประชาชนมีความเห็นว่า แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของหญิงบริการ สถานเริงรมย์ และปัญหา การลักลอบขายมนุษย์ น่าจะโดยตรงส่วนหนึ่งมาจากการท่องเที่ยว สำหรับทางด้านวัฒนธรรม ประชาชนส่วนใหญ่ยังให้ความสำคัญและเข้าร่วมกิจกรรมตามประเพณีตามที่มีมาแต่ดั้งเดิม สอดคล้องกับ อีรวดี จำเริญ (2549) ศึกษาเรื่องผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนเวียงกุมกาม อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นจึงเป็นด้านลบมากกว่าด้านบวก กล่าวคือ ผลกระทบด้านเศรษฐกิจพบว่า เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ ชุมชนมีทางเลือกในการประกอบอาชีพมากขึ้นแต่เกิดปัญหาความขัดแย้งด้านผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ปัญหาการกระจายรายได้ที่ไม่ทั่วถึงและปัญหาที่เกิดจากฤดูกาลท่องเที่ยว ผลกระทบด้านสังคม เกิดปัญหาความขัดแย้งด้านผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างไม่เหมาะสม เช่น การจัดงานรื่นเริงภายในบริเวณ โบราณสถานโดยบริษัทนำเที่ยว หรือการแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของนักท่องเที่ยว ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือช่วยในการสร้างความตระหนักในการดูแลอนุรักษ์โบราณสถาน เวียงกุมกาม และยังช่วยพัฒนาปรับปรุงสาธารณูปโภคในแก่ชุมชน แต่การท่องเที่ยวทำให้เกิดปัญหามลพิษทางเสียง ฝุ่น และขยะ และสอดคล้องกับ นิจดา เตชะเจริญวิกุล (2545) ศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจบริเวณชายแดนไทยพม่า อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาปัจจัยทางกฎหมาย ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางการเมือง ปัจจัยทางกายภาพ ทุกปัจจัยมีผลกระทบต่อธุรกิจบริเวณชายแดนไทยพม่า อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

ความผูกพันต่อชุมชนมีผลทางบวกต่อทัศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการณรงค์ทางการตลาด

ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Kwon (2008) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติเกี่ยวกับตลาดการท่องเที่ยวรวมไปถึงกลยุทธ์การพัฒนา ซึ่งผลการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการณรงค์ทางการตลาดสามารถแสดงถึงทัศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการณรงค์ทางการตลาด ประชาชนมีความผูกพันต่อชุมชนในระดับสูงก็มักจะมีการเข้าไปมีส่วนร่วมต่อการวางแผนและการตลาดการท่องเที่ยวที่เน้นชุมชนมากขึ้นด้วย ทำให้เกิดทัศนคติเชิงบวกต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวตามมา ความผูกพันต่อชุมชนส่งผลต่อวัฒนธรรมท้องถิ่นและประเพณี ทัศนคติต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการณรงค์ทางการตลาด และสอดคล้องกับแนวคิดปริยานุช วิริยราชวัลลภ (2536) ที่ว่า คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนเป็นเวลานาน จะสามารถพัฒนาความสัมพันธ์ในชุมชนได้ดีกว่าคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนเป็นเวลาสั้น

ทัศนคติเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการณรงค์ทางการตลาดมีผลทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ณัฏฐวี จัดแจ้ง (2548) ศึกษาเรื่องการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวท้องถิ่นกรณีศึกษา: องค์การบริหารส่วนตำบลป่าตอง อำเภอแม่จันจังหวัดเชียงราย ซึ่งผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยต่อการให้ความสำคัญกับการจัดการในธุรกิจการท่องเที่ยวว่ามีบทบาทต่อการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวท้องถิ่น กล่าวคือ หากมีการจัดการการวางแผนที่ดีและถูกต้อง รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ สามารถเพิ่มศักยภาพให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีระบบระเบียบ และเป็นการจัดสรรงบประมาณที่ไม่สิ้นเปลือง

การมีส่วนร่วมต่อชุมชนมีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร โดยขึ้นอยู่กับทัศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการณรงค์ทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับ McShane and Von Glinow (2000) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการต้องมีความรู้และทักษะที่ได้จากการเรียนรู้รวมถึงค่านิยม บุคลิกภาพและคุณลักษณะอื่น ๆ ที่ทำให้บุคคลแต่ละคนมีผลการปฏิบัติงานสูงกว่าบุคคลอื่น ๆ ซึ่งจะเห็นได้จากพฤติกรรมที่แต่ละบุคคลแสดงออก

การตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนมีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร โดยขึ้นอยู่กับทัศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการรณรงค์ทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ประเสริฐ เสาะสนธิ์ (2552) ศึกษาเรื่องสมรรถนะของผู้ประกอบการและประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจบริการเรือแคโรยบนเส้นทางน้ำในเขตชายฝั่งทางภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งผลการศึกษาพบว่า การดำเนินธุรกิจให้ยั่งยืนต้องสามารถปรับโครงสร้างธุรกิจให้สอดคล้องและเหมาะสมกับยุคสมัยและต้องประสานให้ได้รับประโยชน์ร่วมกัน ทั้งด้านสังคม สิ่งแวดล้อม ลูกค้า ผู้ให้บริการ รวมถึงบุคลากรในองค์กร และมีการผูกมิตรกันเพื่อสนับสนุนกัน และสอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่ได้กล่าวไว้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่น ซึ่งจะส่งผลดีให้แก่ท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่นขึ้น นอกจากนี้ ประชาชนสามารถสัมผัสได้ไม่ว่าการเปลี่ยนแปลงของสาธารณูปโภค และสาธารณสุขที่จะได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้นเมื่อมีการท่องเที่ยว อาจมีการเปลี่ยนไปประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ประชาชนในท้องถิ่นต่างคิดว่าควรมีการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักวัฒนธรรมของท้องถิ่นด้วยและอธิบายถึงความเป็นมาเพื่อให้นักท่องเที่ยวยอมรับในความเป็นท้องถิ่น

ความผูกพันต่อชุมชนมีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร โดยขึ้นอยู่กับทัศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการรณรงค์ทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ปรียานุช วิริยราชวัลลภ (2539) ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านสี จังหวัดลพบุรี ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยผลประโยชน์ที่ได้รับจากชุมชน สามารถอธิบายระดับความผูกพันได้ กล่าวคือ คนที่ได้รับผลประโยชน์จากชุมชนมาก จะมีแนวโน้มที่มีความผูกพันต่อชุมชนมากตามไปด้วย ซึ่งเป็นไปตามแนวทฤษฎีการแลกเปลี่ยนที่พูดถึงการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ ระหว่างกันของบุคคลกับองค์กร

ทางสังคมซึ่งในที่นี้คือชุมชน ถ้าคนในชุมชนรู้สึกว่าได้ผลประโยชน์จากชุมชนมาก เขาก็จะยังคงอยู่ในชุมชนนั้นต่อไป ความผูกพันต่อชุมชนของเขา ก็จะสูงกว่าคนที่ได้รับผลประโยชน์จากชุมชนน้อย และสอดคล้องกับแนวความคิดที่ว่าคนที่มีความสัมพันธ์กับเพื่อนบ้าน และญาติในชุมชน และมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนเป็นอย่างมากก็จะมีทัศนคติและความรู้สึกในทางที่ดีต่อชุมชน

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

1. การมีส่วนร่วม ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการบริการและการจัดการพื้นที่ที่มีสาเหตุมาจากกิจกรรมดังกล่าว ถูกกำหนดและควบคุมโดยส่วนกลางหรือหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง จึงควรสนับสนุนให้ผู้ประกอบการและประชาชนในท้องถิ่นได้เข้ามา มีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการรณรงค์ทางการตลาด เพื่อให้ทราบถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมจากการพัฒนา และการจัดโครงการการรณรงค์ เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและเข้าร่วมโครงการ เพราะเมื่อได้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกัน อาจทำให้เกิดการกระตุ้นให้เข้าใจถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น

2. การตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชน ภาครัฐควรวางแผนและมีการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง และควรส่งเสริมให้ชุมชน มีการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง เพื่อให้เกิดความรู้สึก รัก ห่วงแหน และเห็นคุณค่าของทรัพยากร รัฐมีหน้าที่ให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนในการจัดกิจกรรมภายในท้องถิ่น เพื่อกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นได้ตระหนักถึงความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อเป็นการสร้างจิตสำนึก สร้างความรู้ ความเข้าใจ และพฤติกรรมที่ดีมากยิ่งขึ้น รวมถึงมีการจัดการการท่องเที่ยว กระตุ้นให้เกิดความเข้มแข็งในการจัดการการท่องเที่ยวสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community based tourism) เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

3. ความผูกพันต่อชุมชน รัฐควรจัดกิจกรรมให้ผู้ประกอบการขนาดย่อมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนชุมชน ทำให้ผู้ประกอบการมีความรักชุมชนมากขึ้นไม่ได้หวังแต่ผลประโยชน์ส่วนตน และการสร้างความผูกพันนั้นจะส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจในระยะยาว

4. ทศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการณรงค์ทางการตลาด หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่ารัฐหรือเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ต้องทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดมากขึ้น ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวมากขึ้น

5. ผลการดำเนินงานขององค์กร ภาครัฐควรเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นในกิจกรรมการณรงค์ทางการตลาดที่ทางภาครัฐจัดขึ้น มีการสื่อประชาสัมพันธ์ถึงโครงการที่จัดขึ้นให้ได้ทราบอย่างทั่วถึงและมีการโฆษณาให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ แต่ภาครัฐก็ควรจะมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการมีการตระหนักถึงผลกระทบและเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว เพื่อที่จะได้เป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

1. การมีส่วนร่วมต่อชุมชน ผู้ประกอบการและประชาชนในท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการณรงค์ทางการตลาด เพื่อผลประโยชน์ของธุรกิจ และจะได้รับทราบข้อปัญหาทางแก้ไขร่วมกัน และยังเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

2. การตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชน ผู้ประกอบการในท้องถิ่นควรตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว เพื่อให้เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่นที่เปลี่ยนแปลงไปพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น

3. ความผูกพันต่อชุมชน ผู้ประกอบการควรรักษา

ความผูกพันที่มีต่อชุมชนไว้ เพื่อผลประโยชน์ที่จะได้รับ และจะเป็นการสร้างรายได้ในระยะยาว

4. ทศนคติที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการณรงค์ทางการตลาด (Tourism promotion and marketing campaign) การที่จะทำให้ผลการดำเนินงานขององค์กรมีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น ผู้ประกอบการควรจัดกิจกรรมทางการตลาดหรือเข้าร่วมโครงการรณรงค์ของภาครัฐ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ และเป็นการส่งเสริมการขายให้กับธุรกิจ มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อสามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับลักษณะและความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งนำไปใช้เป็นแนวทางให้เกิดประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในการวางแผนการตลาด กำหนดกลยุทธ์ กิจกรรมและวางแผนสื่อสารการตลาดได้อย่างเหมาะสม

5. ผลการดำเนินงานขององค์กร ผู้ประกอบการควรจะร่วมกันสร้างแนวคิด หรือกิจกรรมอันเป็นประโยชน์เพื่อความเติบโตและความก้าวหน้าของธุรกิจ และส่งผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การที่ธุรกิจจะเติบโตและมีความยั่งยืน ผู้ประกอบการควรมีส่วนร่วมในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการรณรงค์ การส่งเสริมการท่องเที่ยว มีการตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวและสร้างความผูกพันให้กับชุมชน สิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะกรณีคนที่อาศัยอยู่ในชุมชน อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด ดังนั้น ผลการศึกษาจึงอาจจะใช้ได้เฉพาะชุมชนเท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรนำเอารูปแบบการศึกษาในครั้งนี้ไปศึกษากับชุมชนอื่น ๆ เพื่อทดสอบหาความสัมพันธ์ และเพื่อจะได้ทราบว่าผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับการวิจัยครั้งนี้หรือไม่ หรือใช้ได้กับชุมชนอื่นหรือไม่

2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการท่องเที่ยว

ภาพลักษณ์ของเกาะช้าง การกลับมาเยี่ยมเยือนและการแนะนำบอกต่อของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว

3. ศึกษาถึงแหล่งศักยภาพของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในการรองรับการท่องเที่ยวในอนาคต เพื่อการพัฒนาและการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.). (2547).

สวรรค์ตะวันออกตรวด. ตรวด: สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลาง เขต 5.

ณัฐวิจิตร จัดแจง. (2548). การส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวท้องถิ่นกรณีศึกษา: องค์การบริหารส่วนตำบลป่าตอง อำเภอแม่จันจังหวัดเชียงราย.

วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

ธีรพัฒน์ ตื้อตัน. (2546). ความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่วนอุทยานม่อนพระยาแช่ ตำบลพิชัย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรป่าไม้ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธีรวิทย์ จำเดิม. (2549). ผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนเวียงกุมกาม อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นิจดา เตชะเจริญวิกุล. (2545). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจบริเวณชายแดนไทยพม่า อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ปรียานุช วิริยราชวัลลภ. (2539). ความผูกพันต่อชุมชนกรณีศึกษา: ชุมชนบ้านชี จังหวัดลพบุรี. วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยามหาบัณฑิต, สาขาวิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ประเสริฐ เสาะสนธิ. (2552). การศึกษาสมรรถนะของผู้ประกอบการและประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจบริการเรือแคเรนยกลบนลัดทางน้ำในเขตชายฝั่งทางภาคตะวันออกของประเทศไทย. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

วิจิตรา ชัยศรี. (2536). ทศนคติของประชาชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว: ศึกษาเฉพาะกรณีของจังหวัดแม่ฮ่องสอน วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิตการวิเคราะห์และวางแผนทางสังคม, คณะพัฒนาสังคม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

วิลยา โอฬารรัตน์มณี และอารัญ บุญชัย. (2546). ท่องเที่ยว: บทบาทการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย. วารสารเศรษฐกิจและสังคม, 40(5), 7-11.

ศิริวรรณ วัชรพงศ์. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตห้ามล่าสัตว์ป่าถ้ำผาทำพล อำเภอเนินมะปรางจังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทรัพยากร, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อมร วงศ์วรรณ. (2550). ทศนคติของประชาชนและนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาเกาะลันตาใหญ่ อำเภอลันตา จังหวัดกระบี่. รายงานการศึกษานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

Bartz, A. E. (1999). Basic Statistical Concept. New Jersey: Prentice-Hall.

- Cohen, M. J., & Uphoff, N. T. (1980). Participation's place in rural development: Seeking clarity through specificity. *World Development*, 8(3), 213-215.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of test. *Psychometrika*, 16, 297-334.
- Hair, J. F. (1995). *Multivariate data analysis with readings*. (4th ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham R., & Black W. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Inbakaran, R.J., & Jackson, N. (2005). Marketing regional tourism: How better to target and address community attitudes to tourism. *Journal of Vacation Marketing*, 11(14), 323-339.
- Kwon, J. (2008). *Factor Influencing Residents' Attitudes Toward Tourism Marketing as a Development Strategy*. Doctor of philosophy department of Community, Agriculture, Recreation, and Resource Studies partial fulfillment of the requirements. Michigan State University.
- Manoochehri. (1999). The road to manufacturing excellence: Using performance Measure to become world-class, *Industrial Management*, (March/ April), 7-13.
- McShane, S. L., & Von Glinow, M.A. (2000). *Organizational Behavior*. Boston. MA: McGraw-Hill.
- Medori, & Steeple. (2000). A framework for auditing and enhancing performance measurement systems. *International Journal of Operations and Production Management*, 20(5), 520-533.
- Menard, S. (1995). *Applied logistic regression analysis*. Sage University paper series on qualitative applications in the social sciences, 07-106. Thousands Oaks, CA: Sage.
- Murry, G. (1996). A synthesis of six exploratory-based firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20(4), 41-60.
- Myers, R. (1990). *Classical and modern regression with applications* (2nd ed.). Boston, MA: Duxbury.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Rocinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1997). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Snell, S., & Dean, J.W. (1992). Integrated Manufacturing and Human Resource Management: A Human Capital Perspective. *Academy of Management Journal*, 35, 467-504.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (1996). *Using multivariate statistics* (3rd ed.). New York: Harper Collins.