

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : ABTC/ATR/00006

ชื่อโครงการ : จุดยืนภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: กรณีศึกษา
ประเทศฟิลิปปินส์

ชื่อนักวิจัย : นางสาวกุลวรา สุวรรณพิมล

E-mail Address : addy88th@yahoo.com

ระยะเวลาโครงการ : พฤศจิกายน 2550 – มิถุนายน 2552

การจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว และเป็นที่ยึดมั่นกันอย่างแพร่หลายทั่วโลก ผลจากการกระตุ้นการท่องเที่ยวโดยการรวมตัวกัน เพื่อประโยชน์ร่วมกันสูงสุดในกลุ่มประเทศอาเซียน วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อหาภาพลักษณ์ และจุดยืนของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งเป็นประเทศหนึ่งในกลุ่มประเทศอาเซียน และเพื่อวิเคราะห์หาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการท่องเที่ยวของประเทศฟิลิปปินส์ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ เก็บรวบรวมข้อมูลจากวรรณกรรม และการสัมภาษณ์กลุ่ม ผลของการศึกษา เพื่อหาภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของประเทศฟิลิปปินส์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการแข่งขันทางการตลาดมากยิ่งขึ้นในกลุ่มประเทศอาเซียน

คำสำคัญ กลุ่มประเทศอาเซียน, จุดยืนภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์, การท่องเที่ยวของประเทศฟิลิปปินส์

ABSTRACT

Project Code : ABTC/ATR/00006

Project Title : ASEAN Image Positioning: The Case Study of Philippines

Investigator : Suwanpimol K.

Phuket Rajabhat University

E-mail Address : addy88th@yahoo.com

Project Duration : November 2006 – June 2009

Tourism in ASEAN will be a focus of worldwide tourism since destinations in ASEAN countries have been increasing dramatically in world popularity. Their overall attractiveness is determined by their unique features which optimize the benefits within their tourism constraints. The objective of this study was to explore potential destination image and positioning of the Philippines, a nation among ASEAN countries, and to consider SWOT analysis of Philippine tourism. Extensive literature research and focus group interviews were employed as key research tools. The results provide significant insights into Philippine tourism and call for a more effective approach to market positioning of its attractions as a more competitive destination.

Key words: ASEAN, destination image and positioning, tourism in the Philippines