

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(7)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(13)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
สมมติฐานของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเกาะสมุย	7
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการตลาดท่องเที่ยว	14
ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	18
ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	31
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	31
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
วิธีการรวบรวมข้อมูล	32
การวิเคราะห์ข้อมูล	33
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	35
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	35
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูล เกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว	36
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ให้ความสำคัญ ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเกาะสมุย	43
ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว เกาะสมุย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	48
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	67
สรุปผลการวิจัย	68
อภิปรายผล	71
ข้อเสนอแนะ	75
บรรณานุกรม	77
ภาคผนวก	79
แบบสอบถาม	81
ประวัติผู้วิจัย	87

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ	36
4.2	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ	36
4.3	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพสมรส	37
4.4	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา	37
4.5	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	38
4.6	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ	38
4.7	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามครั้งที่เดินทาง	39
4.8	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามจุดประสงค์ของ การเดินทาง	39
4.9	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามข่าวสาร	40
4.10	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามพาหนะใน การเดินทาง	40
4.11	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง	41
4.12	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานที่พัก	41
4.13	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเหตุผลในการเที่ยว เกาะสมุย	42
4.14	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามช่วงเวลาในการ เดินทาง	42
4.15	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของ ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเกาะสมุย โดยรวมและราย ด้าน	43
4.16	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของ ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านผลิตภัณฑ์	44
4.17	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของ ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านราคา	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.18	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	46
4.19	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	47
4.20	การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเกาะสมุย จำแนกตามเพศ	48
4.21	การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเกาะสมุย จำแนกตามอายุ	49
4.22	การเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามอายุ	50
4.23	การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเกาะสมุย จำแนกตามสถานภาพสมรส	51
4.24	การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเกาะสมุย จำแนกตามระดับการศึกษา	52
4.25	การเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	54
4.26	การเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา	55
4.27	การเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.28	การเปรียบเทียบความคิดเห็นความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเกาะสมุย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	57
4.29	การเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	59
4.30	การเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	60
4.31	การเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	61
4.32	การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยว เกาะสมุย จำแนกตามอาชีพ	62
4.33	การเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	64
4.34	การเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ	65
4.35	การเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	66

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
2.1	รูปแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค ตามทฤษฎี เอส-อาร์ (S-R Theory)	20
2.2	การกระตุ้น-ตอบสนองของพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว	22
2.3	ลักษณะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว	23
2.4	โมเดลกระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน	25

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี