

ชื่อภาคนิพนธ์: ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการ
แหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่

ผู้วิจัย: สาวิณี สงสุข รหัสนักศึกษา :012340044

หลักสูตร: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.อภิเทพ แซ่โล้ว

ปีการศึกษา: 2557

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน-พืพีเล จังหวัดกระบี่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่ จำนวน 400 ราย โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถามใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยหาค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและร้อยละ การทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยสถิติ t-test และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียวด้วยสถิติ One Way ANOVA (F-test) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ข้อมูลพื้นฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี ภูมิลำเนาภาคใต้ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 10,000 - 25,000 บาท

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่ ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้แก่ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว และลักษณะการมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเกาะพีพีดอน พืพีเล จังหวัดกระบี่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ : ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ, พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ส่วนประสมทางการตลาด

Title: Factors Affecting Thai Tourists' Satisfaction Towards The Tourist Source Management Phi Phi Don Island And Phi Phi Lay Island, Krabi Province

Researcher: Sawinee Songsuk **Student ID:**012340044

Degree: MBA (General Management);

Advisor: Dr. Apitep Seakow

Academic year: 2014

Abstract

This Research aims to study the marketing mix factors (7P's) affecting Thai tourists' satisfaction towards tourist source management Phi Phi Don Island and Phi Phi Lay Island, Krabi Province. The target groups used were 400 Thai tourists touring Phi Phi Don Island and Phi Phi Lay Island, Krabi Province, as gathered by the sets of questionnaire based upon accidental sampling. The outcomes were analyzed by statistics to find mean, frequency, standard deviation, and percentage. The hypothesis testing used t-test, One Way ANOVA, F-test, and Pearson product moment correlation coefficient at the statistic significance level of 0.05.

According to basic data, most of tourists were female, aged 21-30 years, having their domicile in south region, completing the bachelor's degree, with single status, being private company employees, and having average incomes in the amount of 10,000 - 25,000 Baht.

According to the Study, different demographic factor on occupation affected Thai tourists' satisfaction towards tourist source management Phi Phi Don Island and Phi Phi Lay Island, Krabi Province, in the different manner at the statistic significance level of 0.05; factors on tourists' behaviors, namely, different touring objective and different touring nature affected Thai tourists' satisfaction towards tourist source management Phi Phi Don Island and Phi Phi Lay Island, Krabi Province, in the different level at the statistic significance level of 0.05; and marketing mix factors (7P's) affected Thai tourists' satisfaction towards tourist source management Phi Phi Don Island and Phi Phi Lay Island, Krabi Province, in the different statistic significance level of 0.05.

Keywords: Factor's Affecting Satisfaction, Tourists' Behaviors, Marketing Mixes.