

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้าพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยได้มีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นจำนวนทั้งสิ้น 480 คน ผลจากการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี สรุปผลได้ดังนี้

#### การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

จากการวิจัยในครั้งนี้สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง รองลงมา คือ ผู้ชาย ส่วนใหญ่มีอายุ 21–30 ปี รองลงมา คือ อายุ 31–40 ปี อายุ 41–50 ปี อายุต่ำกว่า 21 ปี อายุ 51–60 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ มัธยม ปริญญาโท และอื่น ๆ ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท รองลงมาคือ เจ้าของกิจการ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ นักเรียน/นักศึกษา อื่น ๆ และพ่อบ้าน/แม่บ้าน ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท รองลงมาคือ รายได้ต่อเดือน 20,001–40,000 บาท รายได้ต่อเดือนสูงกว่า 80,000 บาท และ รายได้ต่อเดือน 40,001–80,000 บาท ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรป รองลงมาคือ ทวีปออสเตรเลีย ทวีปเอเชีย ทวีปอเมริกา ทวีปแอฟริกา และทวีปอเมริกาใต้ ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด รองลงมาคือ สมรส หย่าร้าง/แยกกันอยู่ และหม้าย ตามลำดับ

#### การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงัน

จากการวิจัยในครั้งนี้สรุปได้ว่า ปัจจัยทางการตลาดโดยรวมมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันอยู่ในระดับสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการจัดจำหน่าย ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันอยู่ในระดับสำคัญมาก และนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง

ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ท ในเกาะสมุยและเกาะพะงันอยู่ในระดับสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องความสะอาดและสุขอนามัยของโรงแรมและรีสอร์ท มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี และมีการให้บริการที่ดีสำหรับลูกค้า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากในเรื่องที่พักมีชายหาดและเล่นน้ำทะเล มีสภาพวิวสวยตามธรรมชาติของทำเลที่ตั้งที่โดดเด่น โรงแรม/รีสอร์ทที่มีภาพลักษณ์ที่ดี ชื่อเสียงของโรงแรม/รีสอร์ท การออกแบบตกแต่งห้องพักและสภาพแวดล้อมไว้อย่างสวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าไว้ครบครัน ที่พักมีชายหาดส่วนตัว กิจกรรมเสริมสำหรับลูกค้าในโรงแรมและรีสอร์ท (เช่น บริการอินเทอร์เน็ต ศูนย์ออกกำลังกาย มุมบันเทิง ฯลฯ) และมีการออกแบบตัวอาคารไว้อย่างสวยงาม นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญปานกลางในเรื่องร้านค้าและสถานบริการต่าง ๆ คอยให้บริการลูกค้าในโรงแรมและรีสอร์ท (เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านตัดผม ฯลฯ)

ปัจจัยทางการตลาดด้านราคามีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันอยู่ในระดับสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องอัตราค่าบริการห้องพักมีความเหมาะสม และอัตราค่าบริการอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากในเรื่องการตั้งราคาที่สอดคล้องกับคุณภาพของโรงแรม/รีสอร์ท มีระดับราคาห้องพักให้ลูกค้าเลือกใช้บริการหลายระดับ การกำหนดราคาค่าเดินทางมาที่พักมีความเหมาะสม และการกำหนดราคาค่าที่พักในโปรแกรมจัดนำเที่ยวมีความเหมาะสม

ปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันอยู่ในระดับสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากในเรื่องมีบริการข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการหาที่พักทางเว็บไซต์ การอำนวยความสะดวกในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวจากท่าเรือ/สนามบินถึงที่พัก มีระบบการจองห้องพักผ่านทางอินเทอร์เน็ต และมีระบบการให้บริการจองห้องพักผ่านบริษัททัวร์หรือตัวแทนขายห้องพัก

ปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากในเรื่องการจัดรายการส่งเสริมการขายดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการในเทศกาลต่าง ๆ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญปานกลางในเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มลูกค้าผ่านสื่อโฆษณา อาทิเช่น Internet โทรศัพท์ ป้ายโฆษณา ฯลฯ การมอบสิทธิพิเศษอื่น ๆ และข้อเสนอที่น่าสนใจให้ลูกค้าในการใช้บริการที่พักและบริการ และการสมัครเป็นสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลด/สิทธิพิเศษ

### การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเกาะสมุยและเกาะพะงัน

จากการวิจัยในครั้งนี้สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาเกาะสมุย/เกาะพะงัน 2-5 คน รองลงมาคือ มาคนเดียว 6-10 คน และมากกว่า 10 คน ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพราะความงดงามตามธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือ ต้องการหาประสบการณ์ใหม่ในการท่องเที่ยว เป็นแหล่งพักผ่อนตากอากาศที่มีชื่อเสียง ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวจากเพื่อนแนะนำ รองลงมาคือ โฆษณาของโรงแรม (ในเว็บไซต์) นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว บริษัททัวร์ และป้ายโฆษณากลางแจ้ง ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการมาท่องเที่ยวช่วงเดือน กรกฎาคม-กันยายน รองลงมาคือ ตุลาคม-ธันวาคม เมษายน-มิถุนายน และมกราคม-มีนาคม ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมทำกิจกรรมพูลมูนปาร์ตี้ รองลงมาคือ อาบแดด ดำน้ำ ล่องเรือ และ สปา/นวดแผนไทย กีฬา (กอล์ฟ และ ว่ยนน้ำ) ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในเกาะสมุยและเกาะพะงันเป็นระยะเวลามากกว่า 4 วัน รองลงมาคือ 3 วัน 4 วัน 2 วัน และ 1 วัน ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีงบประมาณในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในเกาะสมุยและเกาะพะงัน ประมาณ 5,001-10,000 บาท รองลงมาคือ มากกว่า 20,000 บาท 10,001-20,000 บาท 2,500-5,000 บาท และน้อยกว่า 2,500 บาท ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแนวโน้มกลับมาเยี่ยมชมเกาะสมุยและเกาะพะงันอีก

### การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวถึงผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในเกาะสมุยและเกาะพะงัน

จากการวิจัยในครั้งนี้สรุปได้ว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวถึงผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากในเรื่องสภาพแวดล้อมในเกาะสมุย/เกาะพะงันเหมาะสมต่อการมาพักผ่อนและท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติในเกาะสมุย/เกาะพะงันอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ และความสะอาดของชายฝั่งทะเล และน้ำทะเลอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมดีแล้วต่อการมาท่องเที่ยวพักผ่อน นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลางในเรื่องการมาท่องเที่ยวที่เกาะสมุยและเกาะพะงัน มีส่วนช่วยในการรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

### การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลทั่วไปแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อปัจจัยทางการตลาดในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันแตกต่างกัน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

### เพศ

1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าไว้ครบครันแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านราคาโดยรวมในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านราคาในเรื่องการกำหนดราคาค่าที่พักใน โปรแกรมจัดนำเที่ยวมีความเหมาะสมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
5. นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านราคาในเรื่องการกำหนดราคาค่าเดินทางมาที่พัที่มีความเหมาะสมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
6. นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
7. นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
8. นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการสมัครเป็นสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลด/สิทธิพิเศษแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
9. นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการมอบสิทธิพิเศษอื่น ๆ และข้อเสนอที่น่าสนใจให้ลูกค้าในการใช้บริการที่พักและบริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



กิจกรรมเสริมสำหรับลูกค้าในโรงแรมและรีสอร์ท (เช่น บริการอินเทอร์เน็ต ศูนย์ออกกำลังกาย มุมบันเทิง ฯลฯ) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าไว้ครบครันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องที่พักมีชายหาดและเล่นน้ำทะเลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านราคาโดยรวมในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านราคาในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการกำหนดราคาค่าเดินทางมาที่พักรวมความเหมาะสมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

9. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

10. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องมีระบบการให้บริการจองห้องพักผ่านบริษัททัวร์หรือตัวแทนขายห้องพักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

11. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องมีระบบการจองห้องพักผ่านทางอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

12. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องมีบริการข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการหาที่พักทางเว็บไซต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

13. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่อง

การอำนวยความสะดวกในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวจากท่าเรือ/สนามบินถึงที่พักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

14. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

15. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการจัดรายการส่งเสริมการขายดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการในเทศกาลต่าง ๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

16. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการสมัครเป็นสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลด/สิทธิพิเศษแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

17. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการมอบสิทธิพิเศษอื่น ๆ และข้อเสนอที่น่าสนใจให้ลูกค้าในการใช้บริการที่พักและบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

18. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มลูกค้าผ่านสื่อโฆษณา อาทิเช่น Internet โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา ฯลฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### อาชีพ

1. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องชื่อเสียงของโรงแรม/รีสอร์ทแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องโรงแรม/รีสอร์ทที่มีภาพลักษณ์ที่ดีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการออกแบบตกแต่งห้องพักและสภาพแวดล้อมไว้อย่างสวยงามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องกิจกรรมเสริมสำหรับลูกค้าในโรงแรมและรีสอร์ท (เช่น บริการอินเทอร์เน็ต ศูนย์ออกกำลังกาย มุมบันเทิง ฯลฯ) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าไว้ครบครันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องมีการออกแบบตัวอาคารไว้อย่างสวยงามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องที่พักมีชายหาดและเล่นน้ำทะเลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

9. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องที่พักมีชายหาดส่วนตัวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

10. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องมีสภาพวิวสวยตามธรรมชาติของทำเลที่ตั้งที่โดดเด่นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

11. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านราคาโดยรวมในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

12. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

13. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องมีระบบการจองห้องพักรับผ่านทางอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

14. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องมีบริการข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการหาที่พักทางเว็บไซต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

15. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการอำนวยความสะดวกในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวจากท่าเรือ/สนามบินถึงที่พักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

16. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

17. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการมอบสิทธิพิเศษอื่น ๆ และข้อเสนอที่น่าสนใจให้ลูกค้าในการใช้บริการที่พักและบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

18. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มลูกค้าผ่านสื่อโฆษณา อาทิเช่น Internet โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา ฯลฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### รายได้ต่อเดือน

1. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องชื่อเสียงของโรงแรม/รีสอร์ทแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องโรงแรม/รีสอร์ทที่มีภาพลักษณ์ที่ดีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการ

ออกแบบตกแต่งห้องพักและสภาพแวดล้อมไว้อย่างสวยงามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องร้านค้าและสถานบริการต่าง ๆ คอยให้บริการลูกค้าในโรงแรมและรีสอร์ท (เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านตัดผม ฯลฯ) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าไว้ครบครันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องมีการออกแบบตัวอาคารไว้อย่างสวยงามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องที่พักมีชายหาดและเล่นน้ำทะเลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

9. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านราคาโดยรวมในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

10. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านราคาในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการตั้งราคาที่สอดคล้องกับคุณภาพของโรงแรม/รีสอร์ทแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

11. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านราคาในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการกำหนดราคาที่พักในโปรแกรมจัดนำเที่ยวมีความเหมาะสมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

12. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านราคาในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการกำหนดราคาเดินทางมาที่พักรมีความเหมาะสมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

13. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

14. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องมีบริการข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการหาที่พักทางเว็บไซต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

15. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการอำนวยความสะดวกในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวจากท่าเรือ/สนามบินถึงที่พักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

16. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

17. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการจัดรายการส่งเสริมการขายดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการในเทศกาลต่าง ๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

18. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการสมัครเป็นสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลด/สิทธิพิเศษแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

19. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการมอบสิทธิพิเศษอื่น ๆ และข้อเสนอที่น่าสนใจให้ลูกค้าในการใช้บริการที่พักและบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

20. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มลูกค้าผ่านสื่อโฆษณา อาทิเช่น Internet โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา ฯลฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### ภูมิลำเนา

1. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการออกแบบตกแต่งห้องพักและสภาพแวดล้อมไว้อย่างสวยงามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องร้านค้าและสถานบริการต่าง ๆ คอยให้บริการลูกค้าในโรงแรมและรีสอร์ท (เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านตัดผม ฯลฯ) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
5. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องกิจกรรมเสริมสำหรับลูกค้าในโรงแรมและรีสอร์ท (เช่น บริการอินเตอร์เน็ต ศูนย์ออกกำลังกาย มุมบันเทิง ฯลฯ) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
6. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าไว้ครบครันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
7. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องมีการออกแบบตัวอาคารไว้อย่างสวยงามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
8. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านราคาโดยรวมในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
9. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านราคาในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องมีระดับราคาห้องพักให้ลูกค้าเลือกใช้บริการหลายระดับแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

10. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านราคาในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการกำหนดราคาค่าที่พักในโปรแกรมจัดนำเที่ยวมีความเหมาะสมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

11. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านราคาในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการกำหนดราคาค่าเดินทางมาที่พักรมีความเหมาะสมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

12. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

13. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องมีระบบการจองห้องพักผ่านทางอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

14. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องมีบริการข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการหาที่พักทางเว็บไซต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

15. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการอำนวยความสะดวกในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวจากท่าเรือ/สนามบินถึงที่พักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

16. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

17. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการจัดรายการส่งเสริมการขายดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการในเทศกาลต่าง ๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

18. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการสมัครเป็นสมาชิกเพื่อใช้เป็นส่วนลด/สิทธิพิเศษแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

19. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการ

มอบสิทธิพิเศษอื่น ๆ และข้อเสนอที่น่าสนใจให้ลูกค้าในการใช้บริการที่พักและบริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

20. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิฐานะแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการ โฆษณาประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มลูกค้าผ่านสื่อโฆษณา อาทิเช่น Internet โทรศัพท์ ป้ายโฆษณา ฯลฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### สถานภาพสมรส

1. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทาง การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องมีการ ออกแบบตัวอาคารไว้อย่างสวยงามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทาง การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องที่พัก มีชายหาดส่วนตัวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านราคาโดยรวมในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทาง การตลาดด้านราคาในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องอัตรา ค่าบริการห้องพักมีความเหมาะสมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลทั่วไปแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในเกาะสมุยและเกาะพะงันแตกต่างกัน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

#### เพศ

1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในเกาะสมุยและเกาะพะงันไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### อายุ

1. นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในเกาะสมุยและเกาะพะงันไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### ระดับการศึกษา

1. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในเกาะสมุยและเกาะพะงันไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องการมาท่องเที่ยวที่เกาะสมุย/เกาะพะงัน มีส่วนช่วยในการรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### อาชีพ

1. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในเกาะสมุยและเกาะพะงันไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### รายได้ต่อเดือน

1. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในเกาะสมุยและเกาะพะงันไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องทรัพยากรธรรมชาติในเกาะสมุย/เกาะพะงันอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### ภูมิลำเนา

1. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในเกาะสมุยและเกาะพะงันไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในเกาะสมุยและเกาะพะงันในเรื่องสภาพแวดล้อมในเกาะสมุย/เกาะพะงันเหมาะสมต่อการมาพักผ่อนและท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### สถานภาพสมรส

1. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในเกาะสมุยและเกาะพะงัน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### อภิปรายผล

ผลการวิจัยปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายผลได้ดังนี้

#### การอภิปรายผลข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในโรงแรมและรีสอร์ทส่วนมากอยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนปลายและช่วงวัยผู้ใหญ่ที่มีความสนใจมาท่องเที่ยวที่เกาะสมุยและเกาะพะงัน แต่นักท่องเที่ยวกลุ่มคนสูงวัยยังมีอยู่น้อยมาก โดยนักท่องเที่ยวมีรายได้จากการประกอบอาชีพที่เพียงพอต่อการเดินทางมาพักผ่อนตากอากาศในสถานที่ท่องเที่ยวเมืองไทย จะสังเกตได้ว่านักท่องเที่ยวที่เลือกมาท่องเที่ยวพักผ่อนตากอากาศที่เกาะสมุยและเกาะพะงันมีรายได้ต่อเดือนที่หลากหลายระดับในสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการมาท่องเที่ยวที่เกาะสมุยและเกาะพะงันนั้น นักท่องเที่ยวไม่จำเป็นต้องมีสถานภาพทางเศรษฐกิจที่ดีมาก บ่งบอกถึงกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวที่หลากหลายระดับมีกำลังความสามารถในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี นักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะสมุยและเกาะพะงันนั้นมาจากทวีปยุโรปเป็นส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มลูกค้าที่แสวงหารูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจสำหรับลูกค้ากลุ่มที่มาจากทวีปยุโรป ถือเป็นกลุ่มตลาดที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการให้บริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจต่อผู้บริโภค

การอภิปรายผลข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงัน

#### ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงัน โดยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องการออกแบบตกแต่งห้องพักและสภาพแวดล้อมไว้อย่างสวยงาม ความสะอาดและสุขอนามัยของโรงแรมและรีสอร์ทมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี และมีการให้บริการที่ดีสำหรับลูกค้า ความสะอาดของห้องพักที่นักท่องเที่ยวเข้ารับบริการถือเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุดและระบบรักษาความปลอดภัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจก็เช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณี ปัญญามูลวงษา (2542 : บทคัดย่อ) ได้

ศึกษาเรื่อง “ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักตากอากาศในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน” โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการให้บริการที่สุภาพเป็นกันเองต่อลูกค้า มีระบบรักษาความปลอดภัย และงานวิจัยของมาลี โชคเจริญเลิศ (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดโรงแรมไทยและโรงแรมต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในกรุงเทพมหานคร” พบว่าโรงแรมต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในไทยใช้ส่วนประสมทางการตลาดในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ คือ การสร้างบรรยากาศและการตกแต่ง

### **ด้านราคา**

ปัจจัยทางการตลาดด้านราคามีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงัน โดยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องค่าบริการที่พัก รวมถึงค่าอาหารที่มีความเหมาะสมผลที่ลูกค้ายินดีจ่ายเพื่อการบริโภคสินค้าและบริการอย่างเป็นธรรมชาติ จากงานวิจัยของ กนกพร สิริโรจน์ (2545 : บทคัดย่อ) เรื่อง “กระบวนการตัดสินใจเลือกสถานที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ : กรณีศึกษาสถานที่พักแรม ถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร” แสดงให้เห็นถึงปัจจัยราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพของสถานที่พักมีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักมากที่สุด

### **ด้านการจัดจำหน่าย**

ปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงัน โดยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากในเรื่องข้อมูลที่พกจากแหล่งข้อมูลที่เข้าถึงง่ายโดยเฉพาะอย่างยิ่งทางอินเทอร์เน็ต จากงานวิจัยของ กฤษฎี กาญจนกิตติ (2546 : บทคัดย่อ) เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” ได้พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของผู้ใช้บริการชาวต่างประเทศนิยมใช้สื่อสารสนเทศมากที่สุด

### **ด้านการส่งเสริมการตลาด**

ปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงัน โดยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญที่สุดในเรื่องการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการด้วยรายการส่งเสริมการขายในช่วงเทศกาลที่สำคัญต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มาลี โชคเจริญเลิศ (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดโรงแรมไทยและโรงแรมต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในกรุงเทพมหานคร” พบว่าโรงแรมได้ใช้ส่วนประสมทางการตลาดในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการจัดกิจกรรมบริการสังคม การกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาพักผ่อน การจัดรายการในช่วงงานเทศกาลพิเศษ

### การอภิปรายผลข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเกาะสมุยและเกาะพะงัน

นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาพักที่โรงแรมและรีสอร์ทเป็นกลุ่มเล็กเพียง 2-5 คน หรือมาท่องเที่ยวตามลำพัง โดยมีเหตุผลว่าต้องการชมความงดงามของธรรมชาติและค้นหาประสบการณ์ใหม่ในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวรู้จักเกาะสมุยและเกาะพะงันจากคำแนะนำของเพื่อน สำหรับช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวกลางปีตั้งแต่เดือนกรกฎาคมไปถึงปลายปี โดยมาเพื่อทำกิจกรรมฟูลมูนปาร์ตี้ อาบแดด ดำน้ำดูปะการัง เนื่องจากนักท่องเที่ยวเดินทางพักผ่อนตากอากาศมีกิจกรรมหลายอย่างที่ น่าสนใจ จึงทำให้ระยะเวลาในการพักอยู่อาศัยใช้เวลามากกว่า 4 วัน หรืออย่างน้อยที่สุดประมาณ 3 วัน จึงจะเดินทางกลับ ซึ่งจำเป็นต้องเตรียมงบประมาณในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนมากกว่า 5,000 บาทต่อวันเป็นอย่างน้อย นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการหาโอกาสเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก

### การอภิปรายผลข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวถึงผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในเกาะสมุยและเกาะพะงัน

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวถึงผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในเกาะสมุยและเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี นักท่องเที่ยวเห็นว่าสภาพแวดล้อมในเกาะสมุยและเกาะพะงันยังมีความเหมาะสมต่อการมาพักผ่อนและท่องเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวควรตระหนักถึงการมีส่วนร่วมในการรักษาสภาพแวดล้อม ช่วยกันรักษาความสะอาดและการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติให้คงอยู่ต่อไป

### การอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐาน

#### สมมติฐานข้อที่ 1

##### เพศ

นักท่องเที่ยวหญิงให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของราคาค่าที่พักและค่าเดินทางมาที่พัก การสมัครเป็นสมาชิกเพื่อส่วนลดและสิทธิพิเศษมากกว่านักท่องเที่ยวชาย

##### การศึกษา

นักท่องเที่ยวในระดับการศึกษาที่ต่างกันให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการรับส่งนักท่องเที่ยวจากท่าเรือหรือสนามบินมาถึงที่พัก การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้า

##### อาชีพ

นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพต่างกันให้ความสำคัญกับความมีชื่อเสียงของโรงแรมและรีสอร์ท การออกแบบตกแต่งของห้องพักที่สวยงาม การหาข้อมูลที่พักผ่านทางเว็บไซต์ การมอบสิทธิพิเศษและข้อเสนอที่น่าสนใจในการเข้าพัก การใช้สื่อโฆษณาเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้า

### รายได้ต่อเดือน

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวก มีชายหาด ราคาที่พักที่เหมาะสมที่รวมอยู่ใน โปรแกรมจัดนำเที่ยว รายการส่งเสริมการขายที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ในช่วงเทศกาลสำคัญๆ

### ภูมิลาเนา

นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลานเนาต่างกันให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้า ราคา ค่าที่พักที่เหมาะสมที่รวมอยู่ใน โปรแกรมจัดนำเที่ยว การอำนวยความสะดวกในการรับส่งนักท่องเที่ยว จากท่าเรือหรือสนามบินถึงที่พัก การมอบสิทธิพิเศษและข้อเสนอที่น่าสนใจดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยมี งานวิจัยของกฤษฎี กาญจนกิตติ (2546 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” ได้พบว่าผู้ใช้บริการชาวไทยให้ความสำคัญกับอัตราค่าที่พัก แต่ผู้ใช้บริการชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับสภาพของห้อง

### สถานภาพสมรส

นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันให้ความสำคัญกับการออกแบบตัวอาคาร ที่พักมี ชายหาดส่วนตัว การส่งเสริมการตลาด

### สมมติฐานข้อที่ 2

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่างกันในเรื่องการมีส่วนร่วมในการ รักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเมื่อมาท่องเที่ยวที่เกาะสมุยและเกาะพะงัน เนื่องจากการศึกษาช่วยสร้าง ความตระหนักในการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชน บ่งบอกถึงคุณภาพของนักท่องเที่ยวที่ ให้ความร่วมมือในการดูแลรักษาความสะอาดและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังจะเห็นได้ว่า ความขัดแย้งระหว่างสิ่งแวดล้อมกับการท่องเที่ยวที่มีสาเหตุอยู่หลายประการรวมถึงการ ขาดการศึกษา (ชูลิทธิ ชูชาติ, 2546 : 180)

นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่างกันในเรื่องทรัพยากรธรรมชาติ ในเกาะสมุยและเกาะพะงันยังอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ ซึ่งมีความขัดแย้งกับผลการวิจัยของสุมาลี สุขเขตต์ (2549 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยาที่มีต่อการพักรีสอร์ทเชิงอนุรักษ์” เมื่อเปรียบเทียบรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีผลต่อ ความต้องการพักรีสอร์ทเชิงอนุรักษ์ไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลานเนาต่างกันมีความคิดเห็นต่างกันในเรื่องความเหมาะสมของสภาพ แวดล้อมในการพักผ่อนและท่องเที่ยวที่เกาะสมุยและเกาะพะงัน แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวในแต่ละ ทวีปมีมุมมองในเรื่องของสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยวไม่เหมือนกัน

## ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีข้อเสนอแนะจากการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่นิยมมาพักก่อนที่เกาะสมุยและเกาะพะงันให้ความสำคัญกับราคา ในการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ท ดังนั้นการกำหนดราคาค่าที่พักรวมถึงอัตราค่าอาหารและเครื่องดื่มควรมีความเหมาะสม ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมควรให้ความสำคัญกับการกำหนดราคาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม โดยพิจารณาถึงความคุ้มค่าที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้บริการในการเข้าพักโรงแรมและรีสอร์ทอย่างสมเหตุสมผล เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาเยี่ยมชมอีกครั้ง และสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวจากคำแนะนำของเพื่อน

2. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวนั้น อาจส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมในเกาะสมุยและเกาะพะงัน อันก่อให้เกิดผลเสียในระยะยาวของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐควรมีมาตรการควบคุมให้สถานประกอบการ โรงแรมและรีสอร์ทที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาและการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติด้วยมาตรการที่เป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่ายร่วมกัน

## ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์การดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยศึกษารูปแบบการดำเนินธุรกิจการโรงแรมและรีสอร์ทของผู้ประกอบการในสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ในประเทศต่างๆ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการบริหารธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาธุรกิจและการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมว่าควรเป็นไปในทิศทางใด