

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	(1)
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร.....	(2)
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(8)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(11)
สารบัญ.....	(14)
สารบัญตาราง.....	(16)
สารบัญภาพ.....	(18)
บทที่ 1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
วัตถุประสงค์.....	5
กรอบแนวคิด.....	6
สมมติฐานการวิจัย.....	7
ขอบเขตการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์.....	9
ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	12
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
พฤติกรรมกระตุ้นใจซื้อและพฤติกรรมกรบริโภค.....	16
การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน.....	17
ปัจจัยคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว.....	18
ความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยว.....	24
ความคุ้มค่าที่รับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยว.....	27
ความผูกพันทางอารมณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยว.....	29
ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว.....	30
ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว.....	31
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว.....	34
แผนกลยุทธ์ และการบริหารเชิงกลยุทธ์.....	39

แหล่งท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด.....	39
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	46
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	46
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	49
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	59
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
บทที่ 4 ผลการวิจัย	62
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ.....	62
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	110
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	134
สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ.....	134
สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	148
การอภิปรายผล.....	166
การประยุกต์ใช้ทางการบริหารและข้อเสนอแนะ.....	164
งานวิจัยที่คาดว่าจะดำเนินการต่อไป.....	170
เอกสารอ้างอิง	173
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม/แบบสัมภาษณ์.....	183
ภาคผนวก ข. รูปภาพกิจกรรมการดำเนินการวิจัย.....	199
ภาคผนวก ค. ประวัติคณะผู้ดำเนินการวิจัย.....	201

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 2.1	ปัจจัยสู่ความสำเร็จของกลุ่มที่เกี่ยวข้อง.....	35
ตารางที่ 3.1	จำนวนประชากรนักท่องเที่ยวของเกาะช้าง จ.ตราด	47
ตารางที่ 3.2	จำนวนกลุ่มตัวอย่างของสถานประกอบการที่พักโรงแรมของ เกาะช้าง จ.ตราด.....	48
ตารางที่ 4.1	ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเกาะช้าง จ.ตราด.....	62
ตารางที่ 4.2	จำนวนครั้งการท่องเที่ยวเกาะช้าง จ.ตราด ของนักท่องเที่ยว.....	65
ตารางที่ 4.3	สาเหตุ/ความสำคัญที่นักท่องเที่ยวเลือกท่องเที่ยวที่เกาะช้าง จ.ตราด.....	66
ตารางที่ 4.4	พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาะช้าง จ.ตราด ของนักท่องเที่ยว.....	67
ตารางที่ 4.5	สิ่งที่นักท่องเที่ยวนึกถึงเป็นอันดับแรกเมื่อได้ขึ้นชื่อเกาะช้าง จ.ตราด.....	69
ตารางที่ 4.6	ผลประโยชน์หรือคุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจาก การท่องเที่ยวเกาะช้าง จ.ตราด.....	70
ตารางที่ 4.7	ลักษณะที่โดดเด่นของเกาะช้างที่เหนือกว่าเกาะที่เป็นคู่แข่งอื่นๆ.....	71
ตารางที่ 4.8	ระดับความชอบของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเกาะช้าง จ.ตราด.....	72
ตารางที่ 4.9	ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเกาะช้าง จ.ตราด.....	73
ตารางที่ 4.10	กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำขณะที่พำนักในเกาะช้าง จ.ตราด.....	74
ตารางที่ 4.11	แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวใช้มากที่สุดในการวางแผนเดินทาง มาเกาะช้าง จ.ตราด	75
ตารางที่ 4.12	ชนิดของการโฆษณาเกาะช้างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ของนักท่องเที่ยว.....	76
ตารางที่ 4.13	การประเมินการโฆษณาเกาะช้างที่นักท่องเที่ยวได้เห็น.....	77
ตารางที่ 4.14	ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเว็บไซต์ที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลเกาะช้าง.....	78
ตารางที่ 4.15	บุคคลที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุดในการตัดสินใจ เดินทางมาเกาะช้าง.....	79
ตารางที่ 4.16	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านทรัพยากรที่มีอยู่เดิม: ทรัพยากรธรรมชาติ.....	80
ตารางที่ 4.17	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านทรัพยากรที่มีอยู่เดิม: ทรัพยากรทางวัฒนธรรม.....	81
ตารางที่ 4.18	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านทรัพยากรที่สร้างขึ้นใหม่: ขอบเขตของกิจกรรม/กิจกรรมพิเศษ.....	82

ตารางที่ 4.19	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านทรัพยากรที่สร้างขึ้นใหม่: สาธารณูปโภคการท่องเที่ยว.....	83
ตารางที่ 4.20	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านทรัพยากรที่สร้างขึ้นใหม่: การซื้อปิ้ง.....	85
ตารางที่ 4.21	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านทรัพยากรที่สร้างขึ้นใหม่: อาหาร/เครื่องดื่ม.....	86
ตารางที่ 4.22	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านปัจจัยสนับสนุน: ทัศนคติไม่ตรีของชุมชน และคุณภาพการให้บริการ.....	87
ตารางที่ 4.23	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านปัจจัยของสถานการณ์: ทำเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว.....	88
ตารางที่ 4.24	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านปัจจัยของสถานการณ์: การแข่งขันด้านราคา.....	89
ตารางที่ 4.25	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านปัจจัยของสถานการณ์: ความปลอดภัย.....	90
ตารางที่ 4.26	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านปัจจัยของสถานการณ์: ปัญหาเชิงนิเวศน์.....	91
ตารางที่ 4.27	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้านปัจจัยของสถานการณ์: การปรับปรุงฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ.....	92
ตารางที่ 4.28	การรู้จักแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว.....	94
ตารางที่ 4.29	ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว.....	95
ตารางที่ 4.30	ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว.....	96
ตารางที่ 4.31	ความคุ้นเคยต่อแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว.....	97
ตารางที่ 4.32	ความคุ้มค่าจากแหล่งท่องเที่ยวในเกาะช้าง.....	98
ตารางที่ 4.33	ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมของนักท่องเที่ยว.....	99
ตารางที่ 4.34	ความผูกพันทางอารมณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว.....	100
ตารางที่ 4.35	ปัญหาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกาะช้าง.....	101
ตารางที่ 4.36	ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกาะช้าง.....	102
ตารางที่ 4.37	การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะช้าง.....	104
ตารางที่ 4.38	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้าง ของนักท่องเที่ยว.....	106
ตารางที่ 4.39	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะช้างของนักท่องเที่ยว.....	108

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 การเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวไทย.....	2
ภาพที่ 1.2 กรมอุทยานแห่งชาติ.....	3
ภาพที่ 1.3 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
ภาพที่ 2.1 แสดงโมเดลกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	17
ภาพที่ 2.2 แสดงถึงประสิทธิภาพสามารถทำให้อย่างอื่น.....	37
ภาพที่ 2.3 แสดงแผนที่ท่องเที่ยวเกาะช้าง.....	41