

หัวข้อสารนิพนธ์	การเปิดรับสื่อและความพึงพอใจในปัจจัยส่วนผสมการตลาด ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการท่องเที่ยวเกาะเต่า อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ชื่อผู้เขียน	นายธีระชัย คล้ายคลึง
สาขา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์ / มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร. สมควร กวียะ
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อและความพึงพอใจในปัจจัยส่วนผสมการตลาดของ
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการท่องเที่ยวเกาะเต่า อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อ

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อในปัจจัยส่วนผสมการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้
บริการท่องเที่ยวเกาะเต่า อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในปัจจัยส่วนผสมการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้
บริการท่องเที่ยวเกาะเต่า อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการ
เปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการท่องเที่ยวเกาะเต่า อำเภอเกาะพะงัน
จังหวัดสุราษฎร์ธานี

วิธีดำเนินการศึกษา เป็นการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและการศึกษาเชิงสำรวจ โดยใช้
แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการ
ท่องเที่ยวเกาะเต่า ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรศึกษา จำนวนทั้งสิ้น 200 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์
ข้อมูลครั้งนี้ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และ
สถิติวิเคราะห์ (Analytical Statistics) ได้แก่ การทดสอบไคสแควร์ (Chi - Square)

ผลการศึกษาปรากฏดังนี้

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุระหว่าง 36 - 45 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี
อาชีพรับจ้าง รายได้ระหว่าง 1,101 - 1,700 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ มีภูมิลำเนาที่มาจากทวีปยุโรป

(2)

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นครั้งที่ 2 และส่วนใหญ่เคยเข้ามาเที่ยวที่เกาะเต่า 1 ครั้งแล้ว ส่วนใหญ่เดินทางมาเกาะเต่าโดยรถโดยสาร รถรับจ้าง เนื่องจากมีราคาถูกและสะดวก มีบริการรับจ้างอยู่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว การเดินทางของนักท่องเที่ยว พบว่าส่วนใหญ่เดินทางตรงมาจากกรุงเทพฯ และเดินทางต่อจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้พาหนะที่หลากหลาย เช่น เรือ แพ รถโดยสารประจำทาง รถจักรยานยนต์ ฯลฯ ส่วนใหญ่ไม่เคยรู้จักเกาะเต่ามาก่อน เนื่องจากเคยได้ยินแต่ความสวยงามของเกาะเต่าจากการบอกต่อมากกว่า การประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ เลือกมาเที่ยวในช่วงฤดูร้อน ระหว่างเดือนมีนาคม – พฤษภาคม เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชอบนอนอนออบแดด นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเกาะเต่าจากสื่อการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และส่วนใหญ่ต้องการให้มีการปรับปรุงในเรื่องของการรักษาความปลอดภัยให้มากยิ่งขึ้นจากเดิมที่ได้อยู่แล้ว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเกี่ยวกับการพักผ่อนที่เกาะเต่า อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อแยกเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด และอยู่ในระดับน้อย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

พฤติกรรมมารับสื่อจากแต่ละสื่อ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อวิทยุ โทรทัศน์ นิตยสารการท่องเที่ยว สื่อเฉพาะกิจ ป้ายประกาศ แผ่นพับ ใบปลิว สติกเกอร์ติดรถยนต์ สื่อบุคคล ญาติพี่น้อง เจ้าหน้าที่บริษัททัวร์/นำเที่ยว สื่อใหม่ อินเทอร์เน็ต สื่อกิจกรรม การจัดกิจกรรมพิเศษหรือเทศกาลสำคัญประจำปี บริษัททัวร์แนะนำ ต่างก็มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมมาท่องเที่ยวเกาะเต่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดกรณีศึกษาเกาะเต่า อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการมาเที่ยวที่เกาะเต่า อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี