

อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

อารีรัตน์ ทิพย์พันธ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาบริหารธุรกิจ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

พ.ศ. 2552

FOREIGN TOURIST DEMANDS IN KOH SAMUI

AREERAT THIPPHAN

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of
the Requirements for the Degree of Master of Business Administration**

Graduate School

Suratthani Rajabhat University

2009

อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

อารีรัตน์ ทิพย์พันธ์

วิทยานิพนธ์นี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2552

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการสอบ

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทวรรณ ช่างคิด)

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุณีย์ ล่องประเสริฐ)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นवलวิ แสงชัย)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทวรรณ ช่างคิด)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นवलวิ แสงชัย)

.....กรรมการ
(นายภานุ วรมิตร)

.....กรรมการและเลขานุการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิตย์ หทัยวิวงศ์ สุขศรี)

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชูศักดิ์ เอกเพชร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
ชื่อผู้วิจัย นางสาวอารีรัตน์ ทิพย์พันธ์
ชื่อปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา 2552

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

- | | |
|---|---------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทวรรณ ช่างคิด | ประธานกรรมการ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นวลฉวี แสงชัย | กรรมการ |

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย จำนวน 400 ราย และเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS ด้วยสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ โดยหาค่า ไคสแควร์

สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย ส่วนใหญ่เป็น เพศชาย อายุระหว่าง 25 - 34 ปี จบการศึกษานุปริญญา มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ สถานภาพโสด ภูมิลำเนาอยู่ที่ยุโรป จำนวนวันพำนัก 7 - 9 วัน มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 40,001 - 60,000 USD/ปี มาท่องเที่ยวเกาะสมุยกับเพื่อน และมาท่องเที่ยวเกาะสมุยครั้งแรก วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยวเพื่อพักผ่อนเดินทางโดยเครื่องบิน ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว พบว่า ด้านฤดูกาลท่องเที่ยวสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านคุณภาพของการบริการ ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และด้านราคา ตามลำดับ ผลการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย พบว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อรายได้มีความสำคัญมากที่สุด ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคลกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลยกเว้นเพศ มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ทุกชนิด

ABSTRACT

Thesis Title	Foreign Tourist Demands in Koh Samui	
Student's Name	Miss Areerat Thippun	
Degree Sought	Master of Business Administration	
Major	Business Administration	
Academic Year	2009	
Thesis advisors	1. Assist. Prof. Dr. Nuntawan Changkit	Chairperson
	2. Assist. Prof. Dr. Nuanchawee Seangchai	Committee

The purpose of this research was to investigate the foreign tourist demands in Koh Samui, factors affecting the foreign tourist demands, and the correlations between the foreigners' tourist demands and their personal factors. The questionnaire used as the instrument was conducted to the sample population drawn by means of accidental random sampling method, consisting of 400 foreign tourists vacationing in Koh Samui. SPSS for WINDOWS was used to analyze frequency, percentage, mean, standard deviation, One-Way ANOVA, and Chi-Square.

The research result revealed that most of the respondents were single male with the age ranging from 25 to 34. They held bachelor's degree, and they owned their business. Their domicile was in Europe, and their staying duration in Koh Samui ranged from 7 to 9 days. Their annual incomes ranged from US\$ 40,000 to 60,000. They came to Koh Samui with their friends, and it was their first time in Koh Samui with the intention to relax. They acquired the information from the internet and flew to Koh Samui. The results on the factors that specified the demand of the foreign tourists were as follows: the tourist season was the most important, then the service quality, the social, the economic, and the price respectively. The demand factor of annual income was shown to be the most important. The results from the correlation between the tourist demands and personal factors revealed that all personal factors, except sex, were found to be correlated with all tourist demands.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทวรรณ ช่างคิด ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นวลฉวี แสงชัย กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำปรึกษาชี้แนะแนวทาง ปรับปรุงแก้ไขวิทยานิพนธ์ ในส่วนที่บกพร่องมาโดยตลอด ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ชูศักดิ์ เอกเพชร รองศาสตราจารย์ สุนิษฐ์ ล่องประเสริฐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศาโรช เนติธรรมกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์อาชิ ครูศากยวงศ์ ที่ได้กรุณาชี้แนะข้อบกพร่องจนมีความสมบูรณ์ พระคุณของอาจารย์จะอยู่ในความทรงจำของผู้วิจัยตลอดไป

ขอขอบพระคุณ นายภานุ วรมิตร ที่กรุณาแนะนำการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และชี้แนะแนวทางในการทำวิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่ห้องสมุดกลางสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี และสภาวิจัยแห่งชาติที่กรุณาช่วยเหลือ ด้านการค้นคว้าอย่างดียิ่ง เจ้าหน้าที่ห้องประชาสัมพันธ์เพื่อค้นคว้างานวิจัยภายในและต่างประเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ที่ให้ความช่วยเหลือและแนะนำการทำวิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณ คุณปู่ คุณพ่อ คุณแม่ พี่ ๆ น้อง ๆ และเพื่อน ๆ M.B.A. รุ่น 3 และท่านอื่น ๆ ที่คอยให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจ ให้การทำวิทยานิพนธ์ให้สำเร็จสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอโน้มรำลึกถึงพระคุณครู อาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้ ผู้วิจัย หากคุณความดีที่พึงมีในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้ บิดา มารดา และครูอาจารย์

อารีรัตน์ ทิพย์พันธ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
สมมติฐานการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวของอำเภอเกาะสมุย พ.ศ. 2541 - 2550	8
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	13
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	29
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	37
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	37
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	38
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
การวิเคราะห์ข้อมูล	40

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	42
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	42
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	43
5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	94
สรุปผลการวิจัย.....	94
อภิปรายผล	97
ข้อเสนอแนะ	97
บรรณานุกรม.....	100
ภาคผนวก.....	103
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	104
ภาคผนวก ข คำอธิบายจำแนกของแบบสอบถาม.....	117
ภาคผนวก ค รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม	122
ประวัติผู้ทำวิทยานิพนธ์	124

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของเกาะสมุย พ.ศ. 2541-2550	12
4.1 ความถี่และจำนวนร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ โดยรวม.....	47
4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์	48
4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย โดยรวม	50
4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย	50
4.6 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อราคา	52
4.7 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อรายได้.....	57
4.8 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น	62
4.9 ผลสรุปการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับอุปสงค์ การท่องเที่ยวเกาะสมุย	67
4.10 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านราคากับอุปสงค์การท่องเที่ยว เกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อราคา.....	68
4.11 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านเศรษฐกิจ กับ อุปสงค์ การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อราคา.....	69
4.12 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านคุณภาพของการบริการกับ อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคา.....	70
4.13 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านสังคมกับอุปสงค์การท่องเที่ยว เกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคา	71
4.14 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์อิทธิพลด้านฤดูกาลกับอุปสงค์ การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคา.....	72
4.15 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านรวมกับอุปสงค์การท่องเที่ยว เกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคา	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.16 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านราคากับอุปสงค์การท่องเที่ยว เกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อรายได้	74
4.17 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านเศรษฐกิจกับอุปสงค์ การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อรายได้	75
4.18 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านคุณภาพของการบริการกับ อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อรายได้	76
4.19 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านสังคมกับอุปสงค์การท่องเที่ยว เกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อรายได้	77
4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์อิทธิพลด้านฤดูกาลท่องเที่ยวกับ อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อรายได้	78
4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านรวมกับอุปสงค์การท่องเที่ยว เกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อรายได้	79
4.22 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านราคากับอุปสงค์การท่องเที่ยว เกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง	80
4.23 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านเศรษฐกิจกับอุปสงค์ การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง	81
4.24 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านคุณภาพของการบริการกับ อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง	82
4.25 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านสังคม กับ อุปสงค์การท่องเที่ยว เกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง	83
4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์อิทธิพลด้านฤดูกาลท่องเที่ยว กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น ที่เกี่ยวข้อง	84
4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านรวมกับอุปสงค์การท่องเที่ยว เกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง	85

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านราคากับอุปสงค์การท่องเที่ยว เกาะสมุยด้านรวม.....	86
4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านเศรษฐกิจกับอุปสงค์ การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านรวม.....	87
4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านคุณภาพของการบริการกับ อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านรวม.....	88
4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านสังคมกับอุปสงค์การท่องเที่ยว เกาะสมุยด้านรวม.....	89
4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์อิทธิพลด้านฤดูกาลท่องเที่ยวกับ อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านรวม.....	90
4.33 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านรวมกับอุปสงค์การท่องเที่ยว เกาะสมุยด้านรวม.....	91
4.34 สรุปผลความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยกำหนดอุปสงค์กับอุปสงค์การท่องเที่ยว เกาะสมุย	92

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
2.1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย พ.ศ.2541-2550	13
2.2 เส้นอุปสงค์สินค้าต่อรายได้กรณีสินค้าปกติ	15
2.3 เส้นอุปสงค์สินค้าต่อรายได้กรณีสินค้าด้อย	15
2.4 เส้นอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่กำลังพิจารณา กรณีเส้นที่ใช้ประกอบกัน	16
2.5 เส้นอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่กำลังพิจารณา กรณีสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้	16
2.6 การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์	19
2.7 การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์	19
2.8 ความสำคัญของอุปสงค์การท่องเที่ยว	21
2.9 คุณภาพของการบริการในแหล่งท่องเที่ยว	25
2.10 ผลลัพธ์ที่เป็นไปได้จากการให้บริการ	26

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมโดยรวมของประเทศ ซึ่งการขยายตัวหรือหดตัวของอุตสาหกรรมดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อตัวแปรด้านต่าง ๆ ในระบบเศรษฐกิจและสังคม ทำให้ทุก ๆ ประเทศสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ที่สำคัญของอุตสาหกรรมไทย เห็นได้จากการรณรงค์ทางการตลาดอย่างเข้มข้นและต่อเนื่อง นับตั้งแต่โครงการ “ปีท่องเที่ยวไทย” พ.ศ. 2530 “Amazing Thailand” พ.ศ. 2542 “Unseen Thailand” พ.ศ. 2547 จนถึง “เที่ยวไทยคลิกครั้ง เศรษฐกิจไทยคลิก” พ.ศ. 2552 ความสำคัญของการท่องเที่ยวประเทศไทยได้ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจนจากการมีบทบาทสำคัญที่ช่วยให้ประเทศไทยผ่านพ้นวิกฤติทางเศรษฐกิจของอาเซียน นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา จากมุมมองของรัฐบาลไทย การท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญในด้านเศรษฐกิจ เห็นได้จากการสนับสนุนงบประมาณ และภาระงานที่มีตัวชี้วัดจากรายได้จากการท่องเที่ยว รัฐบาลใช้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์หลักของการพัฒนาประเทศ โดยตั้งอยู่บนสมมติฐานที่สำคัญสองประการ คือ การท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่มีส่วนช่วยกระตุ้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มุ่งเน้นการใช้แรงงานเป็นหลัก ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ภาคแรงงาน ตามรายงานบัญชีประชาชาติ (Nation Account Data) และบัญชีการท่องเที่ยวไทย (Thai Tourism Satellite Accounts) พบว่ารายได้เฉลี่ยทั้งทางตรงและทางอ้อมที่มาจากนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทย ในระหว่างปี พ.ศ. 2541 - 2548 คิดเป็นผลผลิตมวลรวมประชาชาติ 6.55 แสนล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550)

สำหรับภาคใต้ สถานที่ท่องเที่ยวทางทะเล ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามได้แก่ ทะเลฝั่งอันดามันและฝั่งอ่าวไทย ทะเลฝั่งอันดามันที่เป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยว ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต กระบี่และพังงา ซึ่งจังหวัดภูเก็ตได้รับการขนานนามว่า ไข่มุกแห่งอันดามัน ส่วนอันดามันแห่งอ่าวไทย ได้แก่ เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เกาะสมุยจัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลที่ได้รับความนิยม และเป็นที่ยอมรับจากนักท่องเที่ยว ทำให้แนวโน้มอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยมีอัตราการขยายตัวที่ต่อเนื่อง ซึ่งอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยว คือ ความต้องการของนักท่องเที่ยว

ที่ประสงค์จะเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยนั่นเอง โดยสถิติของนักท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2549 จำนวนนักท่องเที่ยวรวม 1,021,444 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 150,483 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 890,961 คน ในปี พ.ศ. 2550 มีนักท่องเที่ยวรวม 1,051,337 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 153,538 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 897,799 คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการเติบโตของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากกว่าชาวไทย ทั้งนี้เนื่องมาจากเกาะสมุยเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่มีความสวยงาม มีความสะดวกสบาย ประกอบกับการมีสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ อย่างเช่น สนามกอล์ฟและสปา ซึ่งกำลังเป็นที่นิยม จึงทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาเที่ยวอย่างมากมาย ส่งผลให้สถานการณ์การท่องเที่ยวเกาะสมุยมีแนวโน้มการเติบโตที่ดี หรืออุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยขยายตัวเพิ่มขึ้นนั่นเอง โดยนักท่องเที่ยวหลักของเกาะสมุยเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศเยอรมัน อังกฤษ ออสเตรเลีย และญี่ปุ่น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550)

อย่างไรก็ตาม ตลาดท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียและภูมิภาคอื่น ๆ ทั่วโลก มีการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้นการศึกษาด้านอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจึงเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นอย่างมาก เนื่องจากการศึกษาดังกล่าวสามารถบอกถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยสามารถบอกได้ว่าปัจจัยใดบ้างที่มีความสำคัญในการกำหนดจำนวนอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และในแต่ละปัจจัยนั้นมีอิทธิพลต่ออุปสงค์อย่างไร ซึ่งถ้าแต่ละปัจจัยเกิดการเปลี่ยนแปลงแล้วจะมีผลกระทบต่ออุปสงค์ในขนาดและทิศทางใด การศึกษาดังกล่าวจึงเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้การศึกษาทางด้านอุปสงค์ยังมีประโยชน์ในการจัดการทางด้านอุปทานให้มีความสอดคล้องกับสภาพอุปสงค์ที่เกิดขึ้นจริงได้ ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยเรื่อง อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ความสำคัญของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสำคัญของการวิจัย ดังนี้

1. ทำให้ทราบถึงอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
3. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
4. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการตัดสินใจลงทุน หรือดำเนินการทางด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการและเป็นแนวทางการกำหนดแผนงานด้านการท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประโยชน์สูงสุด

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาวิจัยเฉพาะอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประกอบด้วย อุปสงค์ต่อราคา อุปสงค์ต่อรายได้ และอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง
2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยเท่านั้น โดยสถานที่เก็บข้อมูลคือ หาดเฉวง หาดละไม หาดบางรักษ์ อ่าวหน้าทอน น้ำตกหน้าเมือง หินตาหินยาย และ ศูนย์ฝึกยิงสมุย
3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ขอบเขตของประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยว เกาะสมุย พ.ศ. 2550 จำนวน 897,799 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550)

3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามานะ (Yamane, อ้างถึงใน พิสนุ ฟองศรี, 2549 : 112) จากประชากรทั้งหมดตามข้อ 3.1 ซึ่งจะได้ตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

4. ระยะเวลาสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ในช่วงระยะเวลาระหว่างเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552 ซึ่งเป็นข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย ในช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษาเท่านั้น

5. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

5.1 ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

5.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส สัญชาติ ภูมิลำเนา จำนวนวันพำนัก และรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี

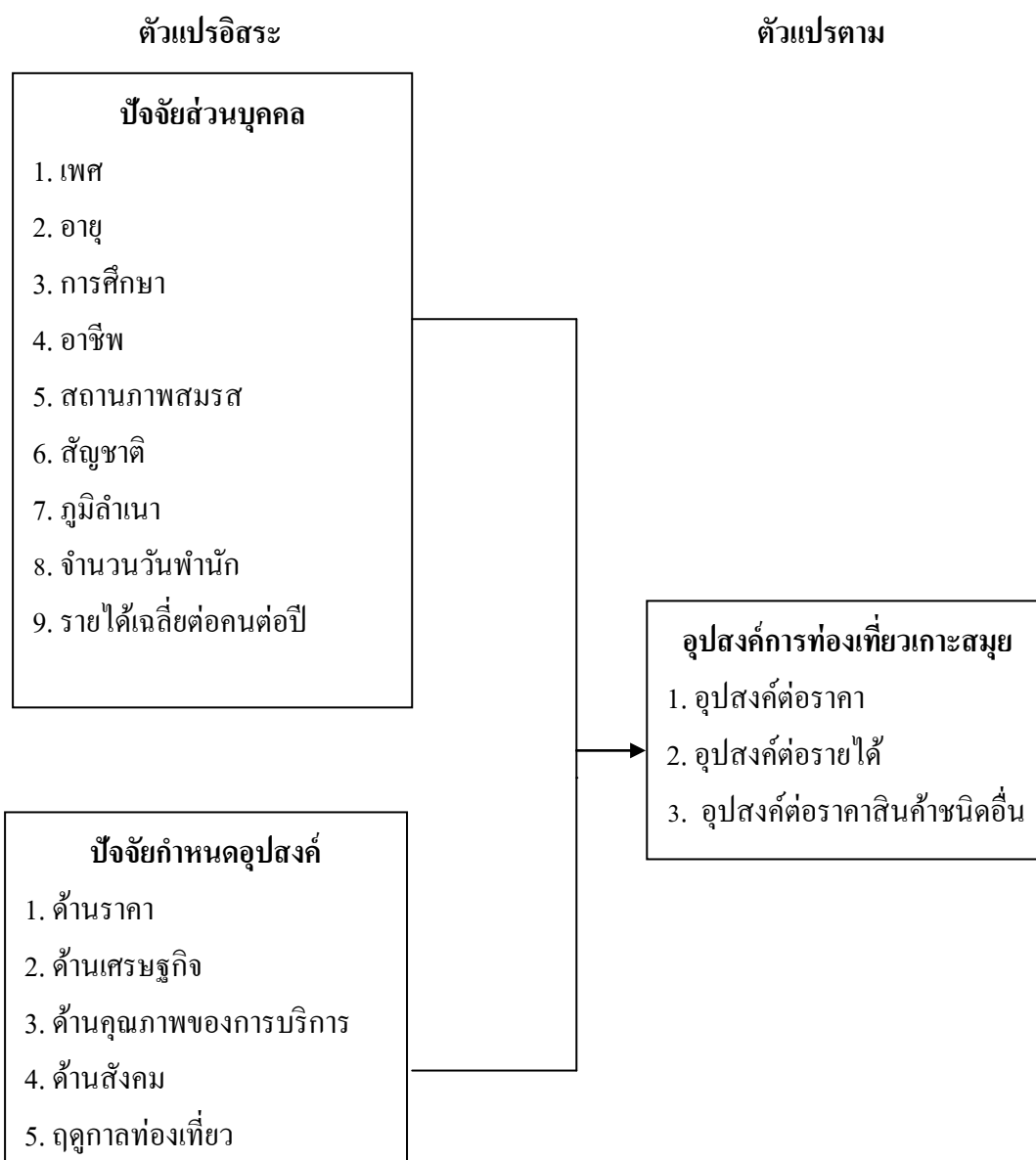
5.1.2 ปัจจัยกำหนดอุปสงค์ ได้แก่ ด้านราคา ด้านเศรษฐกิจ ด้านคุณภาพของการบริการ ด้านสังคม และฤดูกาลท่องเที่ยว

5.2 ตัวแปรตาม ประกอบด้วย

5.2.1 อุปสงค์ต่อราคา อุปสงค์ต่อรายได้ และอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาทฤษฎี แนวคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น ซึ่งสามารถนำมาเป็นแนวทางในการสรุปและสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ดังแสดงกรอบแนวคิดในภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยเรื่อง อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยต่างกัน
2. ปัจจัยกำหนดอุปสงค์มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย

นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้มีความเข้าใจความหมายของคำต่าง ๆ ตรงกับวัตถุประสงค์และประเด็นปัญหาที่ต้องการจะศึกษา จึงได้กำหนดคำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ไว้ ดังนี้

อุปสงค์ (Demand) ปริมาณของสินค้าและบริการซึ่งผู้ซื้อประสงค์จะซื้อ ณ ราคาสินค้าและบริการนั้น ในเวลาและสถานที่ที่กำหนดให้

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติ ไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้หรือทำงานประจำ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวก่อให้เกิดปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เดินทางกับธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ภาครัฐดูแลการท่องเที่ยว และชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว

อุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand) หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปใช้บริการซื้อสินค้ายังสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวในที่นี้คือ เกาะสมุย โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการ มีความสามารถและเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการ ที่กำหนดไว้ในระยะเวลานั้น ๆ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศใดประเทศหนึ่ง ซึ่งไม่ใช่ถิ่นที่อยู่ของบุคคลนั้น ในการศึกษาครั้งนี้หมายถึงเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยในช่วงเดือนมกราคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง คุณลักษณะส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์และการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด อาชีพ สถานภาพสมรส สัญชาติ ภูมิลำเนา จำนวนวันพำนัก และรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี

ปัจจัยด้านราคา หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเกาะสมุยต่อครั้ง ได้แก่ ค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าพาหนะในการเดินทาง ค่าซื้อสินค้าของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิง

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ หมายถึง รายรับของนักท่องเที่ยว อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และอัตราเงินเฟ้อ

ปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ การเข้าถึงลูกค้า (Access) ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง การให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนโยน (Courtesy) แสดงถึงความมีน้ำใจ จริงใจ ยินดีต้อนรับมีความเป็นกันเอง และความมีอัธยาศัยไมตรีของชาวเกาะสมุยที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ปัจจัยด้านสังคม หมายถึง ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชาวเกาะสมุย ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ และสาธารณูปโภคอื่น ๆ เช่น ห้องน้ำ ที่ทิ้งขยะ

ปัจจัยด้านฤดูกาลท่องเที่ยว หมายถึง ลักษณะภูมิอากาศ ลักษณะภูมิประเทศของเกาะสมุยและวันหยุดช่วงเทศกาลของนักท่องเที่ยว

อุปสงค์ต่อราคา หมายถึง ความเหมาะสมของราคาสินค้า/บริการ ราคาแพคเกจทัวร์ การลดพิเศษเพื่อส่งเสริมการขาย จัดให้มีบริการทางการเงินที่สะดวก

อุปสงค์ต่อรายได้ หมายถึง งบประมาณสำหรับการท่องเที่ยว รายได้พิเศษของนักท่องเที่ยวและความสวยงามของเกาะสมุย

อุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง หมายถึง ราคาห้องพักเฉลี่ยถูกกว่าที่อื่น ในแบบเดียวกัน ราคาค่าพาหนะเดินทางถูกกว่าที่อื่นและได้รับความสะดวกในการใช้จ่ายสูงกว่า

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งจากเอกสาร ตำรา วารสาร บทความ ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งจะนำเสนอตามหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวของอำเภอเกาะสมุย พ.ศ. 2541 - 2550
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับอุปสงค์
 - 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านเศรษฐกิจ
 - 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการในแหล่งท่องเที่ยว
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวของอำเภอเกาะสมุย พ.ศ. 2541 - 2550

เกาะสมุย ตั้งอยู่ในบริเวณอ่าวไทย อยู่ในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี ห่างจากสุราษฎร์ธานี ไปทางทิศตะวันออกประมาณ 84 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 247 ตารางกิโลเมตร มีประชากรทั้งหมด 52,492 คน (กรมการปกครอง. 1 มีนาคม 2550) ปัจจุบันเกาะสมุย เป็นที่รู้จักของคนไทย และชาวต่างชาติ เพราะทัศนียภาพและบรรยากาศเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างยิ่ง แต่ละปีมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางมาท่องเที่ยวชมความงามธรรมชาติชายหาดที่มีอยู่รอบเกาะสมุย แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ และมีชื่อเสียงของเกาะสมุย ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวดังจะกล่าวต่อไปนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2550)

ชายหาดด้านตะวันออก ประกอบด้วย

หาดเฉวง เป็นหาดอันดับหนึ่งของเกาะสมุย เป็นสวรรค์ของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบธรรมชาติและสีสนับยามค่ำคืน เป็นศูนย์รวมของที่พักรูกระดับ และสถานบันเทิงทุกรูปแบบ การเดินทางห่างจากท่าเรือเฟอร์รี่ประมาณ 22 กิโลเมตร

หาดละไม เป็นรองหาดเฉวงในเรื่องสีสนับและความคึกคัก แต่ได้เปรียบในบรรยากาศที่ค่อนข้างเงียบสงบ ค่าครองชีพที่ถูกลงกว่า และที่โดดเด่นเป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติ ก็คือ บาร์บีช หลายสิบแห่งที่อยู่บริเวณตอนกลางของถนนหาดละไม ซึ่งก็สร้างสีสนับชีวิตยามค่ำคืน การเดินทางห่างจากท่าเรือเฟอร์รี่ประมาณ 18 กิโลเมตร

อ่าวหน้าทอน เป็นเสมือนหน้าบ้านของเกาะสมุย เพราะมีท่าเทียบเรือรับ - ส่งนักท่องเที่ยว อันเป็นจุดสิ้นสุดการเดินทางทั้งภายในเกาะและการเดินทางต่อไปยังเกาะต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น เกาะพะงัน วนอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะอ่างทอง เกาะเต่า และเกาะนางยวน หน้าทอนเป็นศูนย์รวมของหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ ตลอดจนบริษัทเอกชน ธนาคาร ร้านค้าและตลาด

อ่าวคลังงาม เป็นหาดที่สวยงามที่สุดและมีความเป็นส่วนตัวมาก มีโรงแรมระดับห้าดาวเล็ก ที่นี่เป็นที่ตั้ง เพราะค่อนข้างเงียบสงบ เป็นจุดชมพระอาทิตย์ตกดินที่สวยงามที่สุดของเกาะ การเดินทาง ห่างจากหน้าทอนประมาณ 10 กิโลเมตร

ชายหาดด้านเหนือ ประกอบด้วย

หาดเชิงมน ชายหาดที่นี่ไม่ลึกมากนักจึงเหมาะแก่การเล่นน้ำ ที่ตั้งและการเดินทาง อยู่ทางตอนเหนือของเกาะใกล้หาดบางรักย์ ห่างจากหาดเฉวงประมาณ 4 กิโลเมตร และห่างจากหน้าทอนราว 25 กิโลเมตร

หาดบางรักย์ (หาดพระใหญ่) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เรียกหาดนี้ว่า หาดพระใหญ่ เพราะอยู่บริเวณเดียวกับพระพุทธรูปใหญ่ อันเป็นศาสนสถานที่สำคัญของเกาะสมุย เหมาะสำหรับเล่นน้ำ และพักผ่อน โดยเฉพาะผู้ที่มาเป็นครอบครัวและคู่รักที่ต้องการความเป็นส่วนตัว ที่ตั้งและการเดินทาง อยู่ทางทิศเหนือของเกาะ ห่างจากหาดเฉวงประมาณ 4 กิโลเมตร และสนามบิน 1 กิโลเมตร

หาดบ่อผุด ชายหาดที่ทอดตัวโค้งตามแนวอ่าวด้านเหนือของเกาะ น้ำทะเลที่ค่อนข้างสงบ เหมาะสำหรับการเล่นกีฬาทางน้ำอย่างวอเตอร์สกี แต่ไม่เหมาะที่จะเล่นน้ำ เพราะอยู่ใกล้หมู่บ้านชาวประมงและท่าเรือ ที่ตั้งและการเดินทาง อยู่บริเวณชายฝั่งด้านเหนือของเกาะไม่ไกลจากหาดบางรักย์

หาดแม่น้ำ อยู่ห่างจากหาดบ่อผุด 2 กิโลเมตร มีหาดทรายขาวสะอาด บรรยากาศสบาย ๆ เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นครอบครัวและคู่อันนิมุนที่ต้องการเพิ่มความโรแมนติก ความเงียบสงบเหมาะสำหรับว่ายน้ำและอาบแดดที่ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย ที่ตั้งและการเดินทาง อยู่ทางเหนือของเกาะห่างจากหน้าทอนประมาณ 12 กิโลเมตร

หาดบางปอ แนวปะการังที่มีอยู่เกือบตลอดแนวของหาด ทำให้ที่นี่เหมาะแก่การดำน้ำ ด้วยสนอร์เกิ้ลอย่างยิ่ง ที่ตั้งและการเดินทางอยู่ด้านเหนือของเกาะไม่ไกลจากหาดแม่น้ำ อยู่ห่างจากหน้าทอนประมาณ 5 กิโลเมตร

ชายหาดด้านใต้ ประกอบด้วย

อ่าวพังกา ไม่เหมาะแก่การเล่นน้ำเนื่องจากเป็นหาดเลนและน้ำตื้นมาก แต่การได้ดื่มด่ำกับบรรยากาศยามอาทิตย์ลับขอบฟ้า เป็นจุดชมพระอาทิตย์ตกที่สวยงามที่สุดบนเกาะ ที่ตั้งและการเดินทางอยู่ทางทิศใต้ของอ่าวคลังงามห่างจากหน้าทอนประมาณ 13 กิโลเมตร

อ่าวท้องกรูด จากบริเวณอ่าวท้องกรูดสามารถมองเห็นเกาะเตนได้อย่างชัดเจน เนื่องจากอยู่ใกล้กับเกาะเตน ซึ่งขึ้นชื่อว่าเป็นแหล่งตกปลาที่เยี่ยมยอดแห่งหนึ่งของเกาะสมุย และยังเป็นจุดขึ้นเรือข้ามฝากไปยังเกาะเตนและเกาะมัสสุม ที่ตั้งและการเดินทาง อยู่ทางตอนใต้ของเกาะ ห่างจากอ่าวพังกา 2 กิโลเมตร

อ่าวแหลมเส็ดและหาดนาเทียน แนวปะการังและความเงียบสงบเป็นจุดเด่นของที่นี่เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการความเป็นส่วนตัวและชอบดำน้ำด้วยสนอร์เกิ้ล ที่ตั้งและการเดินทางอยู่ทางทิศใต้ของบ้านหัวถนน โดยมีระยะห่างประมาณ 3 กิโลเมตร

น้ำตกหินลาด ไหลจากคลองลึปะใหญ่ผ่านโขดหินที่ลดหลั่นกันลงสู่พื้นราบ ร่มรื่นด้วยต้นไม้ใหญ่ มีแอ่งน้ำสามารถลงเล่นน้ำได้ ที่ตั้งและการเดินทาง อยู่ห่างจากท่าเรือหน้าทอน ไปทางใต้ประมาณ 3 กิโลเมตร

น้ำตกหน้าเมือง 1 มีต้นกำเนิดจากภูเขาใหญ่ใจกลางเกาะ ไหลผ่านเทือกเขาไหลลงสู่พื้นที่ราบ ลักษณะเป็นน้ำตกจากหน้าผาสูงชันประมาณ 30 - 40 เมตร ความกว้างของหน้าผาประมาณ 20 เมตร กรมป่าไม้จัดให้เป็นวนอุทยาน น้ำตกหน้าเมืองมีเนื้อที่ประมาณ 10 ไร่ ที่ตั้งและการเดินทาง จากตลาดหน้าทอนใช้เส้นทางสายหลัก ประมาณ 11 กิโลเมตร จากทางเข้ามีป้ายบอกเข้าไปอีก 1 กิโลเมตร ถึงน้ำตก

น้ำตกหน้าเมือง 2 น้ำตกแห่งนี้มีขนาดใหญ่และเงียบสงบ มีความสวยงามไม่แพ้ น้ำตกหน้าเมือง 1 เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการสัมผัสธรรมชาติในรูปแบบของการเดินป่า ที่ตั้งและการเดินทาง ปากทางเข้าอยู่ห่างจากแห่งแรกราว 100 เมตร

หินตาหินยาย ปรากฏการณ์ธรรมชาติของหินแกรนิตที่ถูกกัดเซาะโดยน้ำทะเลและความร้อน ที่ตั้งและการเดินทาง ห่างจากหาดละไมประมาณ 1 กิโลเมตร

สิ่งที่น่าสนใจอื่น ๆ ประกอบด้วย

ศูนย์ลึงสมุย ชมการแสดงของลิงและสุนัขสงครามได้ทุกวัน อยู่บริเวณทางเข้าหมู่บ้านเขาพระใกล้สามแยกบ่อผุด

สวนผีเสื้อสมุย ตั้งอยู่บนเนินติดทะเลทางใต้ บริเวณอ่าวแหลมเส็ด เป็นศูนย์รวมของผีเสื้อหลากหลายชนิด ต้นไม้และดอกไม้บานาพันธุ์รวมทั้งพืชสมุนไพรชนิดต่าง ๆ และยังเป็นจุดชมทิวทัศน์ความงามของทะเลทางใต้ของเกาะ

ฟาร์มงู ชมการแสดงระหว่างคนกับงู ตะขาบ แมลงป่อง และสัตว์มีพิษอื่น ๆ อยู่บริเวณบ้านพังกา

ฟาร์มจระเข้ ตั้งอยู่ภายในแคมป์ช้าง บริษัทหน้าเมือง ซาฟารีปาร์ค มีการแสดงจระเข้ วันละ 2 รอบ เวลา 11.00 น. และ 14.00 น.

สมุยอะควาเรียม เป็นพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำของเอกชนตั้งอยู่บริเวณแหลมเส็ด เป็นศูนย์รวมของปลาและสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลเขตร้อนพร้อมกับแสดงการโชว์ของเสือและนก

การเดินทางไปเกาะสมุย

รถโดยสารมีบริการรถโดยสารปรับอากาศ และรถโดยสารธรรมดาจากกรุงเทพฯ เดินทางโดยตรงถึงเกาะสมุย โดยคิดราคารวมทั้งค่ารถและค่าเรือเฟอร์รี่ ใช้เวลาเดินทางประมาณ 13 ชั่วโมง

เครื่องบิน บริษัท บางกอกแอร์เวย์ เปิดบริการเที่ยวบินไป - กลับ กรุงเทพฯ - เกาะสมุย ทุกวัน ใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมง 20 นาที นอกจากนี้ยังมีเที่ยวบิน กรุงเทพฯ - หัวหิน - เกาะสมุย และอุตะเกา - เกาะสมุย และการบินไทย เปิดบริการเที่ยวบินไป - กลับ สุวรรณภูมิ - เกาะสมุย 2 เที่ยวบินต่อวัน นอกจากนี้ยังมีเที่ยวบินจากประเทศสิงคโปร์ และฮ่องกง เข้าสนามบินเกาะสมุย อีกทั้งสายการบินไฟเออร์ แอร์ไลน์ สายการบินต้นทุนต่ำของมาเลเซีย เปิดบริการเส้นทางปีนัง - สมุย ด้วยเรือโดยสาร

1. เรือด่วน ของบริษัทส่งเสริมแทรเวลเซ็นเตอร์ ออกจากท่าเรือท่าทอง ถนนปากน้ำตาปี (ห่างจากตัวเมืองประมาณ 5 กิโลเมตร) ไปยังท่าเรือหน้าทอน เกาะสมุยวันละ 2 เที่ยว เวลา 08.00 น. และ 14.30 น. ใช้เวลาเดินทาง 2 ชั่วโมง 30 นาที

2. เรือเฟอร์รี่ ของบริษัท สมุยเฟอร์รี่ ออกจากท่าเรือคอนสัก (ห่างจากตัวเมืองประมาณ 6 กิโลเมตร) ไปยังท่าเรือเฟอร์รี่ อ่าวท้องยางเกาะสมุย ทุกวัน วันละ 8 เที่ยว ใช้เวลาเดินทาง 1 ชั่วโมง 30 นาที

3. เรือซีทราน ของบริษัทซีทรานเฟอร์รี่ จำกัด เรือออกจากท่าเรือคอนสักไปยังท่าเรือหน้าทอนทุก 1 ชั่วโมง เริ่มเวลา 06.00 น. - 17.00 น. ทุกวัน

4. เรือนอน ติดต่อกันได้ที่ท่าเทียบเรือบ้านดอน เรือออกเวลา 23.00 น. ถึงเกาะสมุยเวลา 05.00 น.

การเดินทางบนเกาะสมุย

มีรถสองแถวและรถแท็กซี่วิ่งบริการรอบเกาะผ่านสถานที่ต่าง ๆ เช่น ท่าเรือหน้าทอน ท่าเรือเฟอร์รี่ ตลอดจนหาดต่าง ๆ

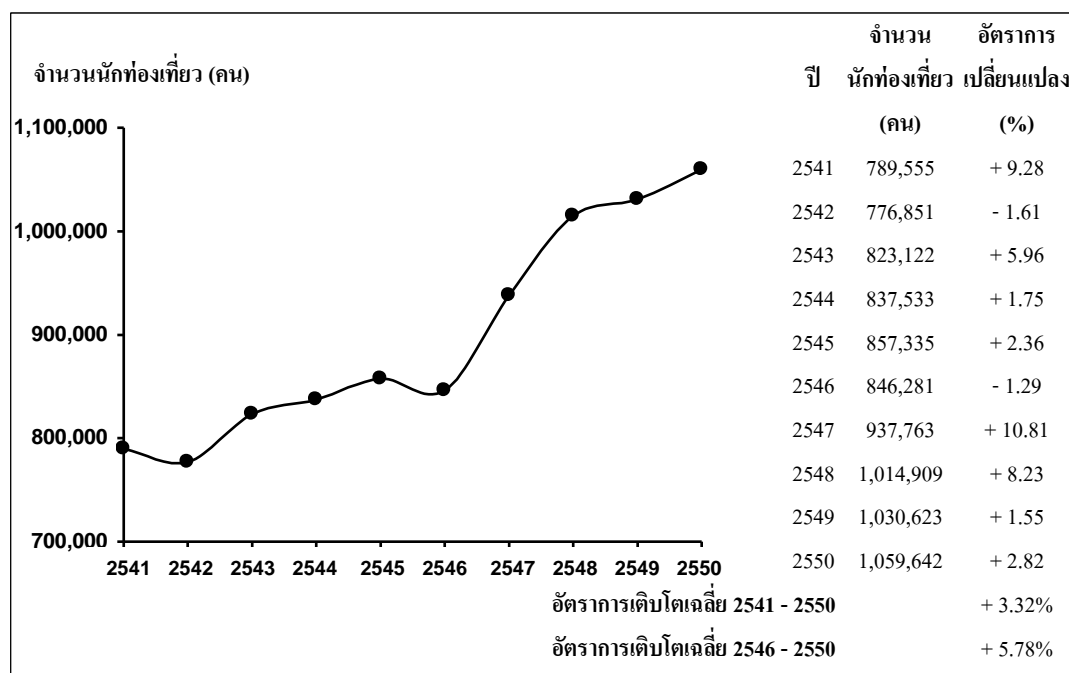
จากความรู้พื้นฐานของอำเภอเกาะสมุย อัญมณีแห่งอ่าวไทย เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลที่ได้รับความนิยม และเป็นที่ยอมรับจากนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะหาดเฉวง ซึ่งเป็นสวรรค์ของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบธรรมชาติ และหลงใหลในสีสันยามค่ำคืน นอกเหนือจากชายหาดแล้ว เกาะสมุยยังมีจุดชมพระอาทิตย์ตกดินที่สวยงามที่สุดมีพระพุทธรูปองค์ใหญ่ อันเป็นศาสนสถานที่สำคัญ มีน้ำตกที่เย็นฉ่ำ มีหินตาหินยายที่เป็นปรากฏการณ์จากธรรมชาติ และยังมีสิ่งที่น่าสนใจอื่น ๆ อีกมากมายไม่แพ้กับฝั่งอันดามันจึงทำให้เกาะสมุยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและมีแนวโน้มอัตรา

การขยายตัวที่ดีของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ดังตารางที่ 2.1 และภาพที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของเกาะสมุย พ.ศ. 2541 - 2550

พ.ศ.	จำนวน นักท่องเที่ยว	วันพักเฉลี่ย ของนักท่องเที่ยว (วัน)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/ คน/วัน(บาท)	รายได้รวม (ล้านบาท)
2541	637,759	4.97	2,744.34	10,020.27
2542	634,750	5.50	2,519.47	8,795.77
2543	687,529	4.58	2,866.86	9,046.71
2544	708,618	4.48	2,950.70	9,367.38
2545	725,405	4.55	2,934.11	9,678.26
2546	692,407	4.47	2,904.72	8,995.84
2547	770,384	4.58	2,924.13	10,318.82
2548	850,827	4.57	3,022.92	11,754.41
2549	870,961	4.91	3,072.84	13,146.36
2550	897,799	4.82	3,053.73	13,214.89

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2550



ภาพที่ 2.1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย พ.ศ. 2541 - 2550
ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2550

จากตารางและภาพที่ 2.1 แสดงให้เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยมีจำนวนเพิ่มขึ้น โดยปี พ.ศ. 2550 มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นหากเทียบกับปี 2549 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.82 สำหรับการเดินทางแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ย 4.82 วัน การใช้จ่ายแต่ละวันประมาณ 3,053.73 บาท ก่อให้เกิดรายได้จากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวน 13,214.89 ล้านบาท

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับอุปสงค์

ทฤษฎีอุปสงค์ เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงปริมาณความต้องการของผู้บริโภค ในการที่จะเลือกซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ รวมทั้งปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้บริโภค ซึ่งสามารถอธิบายถึงอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่นี้จะอธิบายเป็นหัวข้อตามลำดับ ดังนี้

ความหมายของอุปสงค์

ภราดร ปรีดาศักดิ์. (2549 : 36) ให้ความหมายของอุปสงค์สำหรับสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งว่า หมายถึง จำนวนของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นที่ผู้บริโภคประสงค์จะซื้อในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ ที่ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น

นราทิพย์ ชุตินวงศ์. (2544 : 25) ให้ความหมายของอุปสงค์ คือ ความต้องการ (Want) บวกด้วยอำนาจซื้อ (Purchasing Power) หากขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งไปแล้ว ไม่ถือว่าเป็นอุปสงค์

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ อุปสงค์ หมายถึง ปริมาณความต้องการบริโภค บริการที่มีผู้ต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่าง ๆ กัน ของบริการชนิดนั้น ภายในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยบริการคือ ความต้องการท่องเที่ยวเกาะสมุย ผู้ต้องการซื้อบริการ คือ นักท่องเที่ยว และต้องเป็นอุปสงค์ที่มีประสิทธิผล (Effective Demand) ประกอบด้วย 2 ส่วนที่สำคัญ คือ

1. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อ (Willingness to Pay) คือ การที่ผู้บริโภคมีความยินดีที่จะยอมเสียสละเงินหรือทรัพย์สินที่ตนมีอยู่เพื่อแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เหล่านั้นมาเพื่อใช้ในการบำบัดความต้องการของตน

2. ความสามารถที่จะซื้อหรืออำนาจซื้อ (Purchasing Power or Ability to Pay) ถือว่าเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญ คือ ไม่ว่าบุคคลนั้นจะมีความอยากได้หรือความต้องการในสินค้าหรือบริการมากน้อยเพียงใดก็ตาม ถ้าปราศจากความสามารถที่จะซื้อหรือจัดหาแล้ว การซื้อขายจริง ๆ จะไม่เกิดขึ้น (นันทวรรณ ช่างคิด. 2549 : 39)

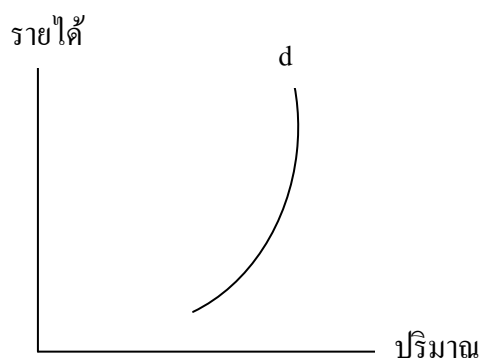
จากนิยามข้างต้น สามารถแบ่งอุปสงค์ตามปัจจัยหลักได้เป็น 3 ชนิด คือ อุปสงค์ต่อราคา อุปสงค์ต่อรายได้ และ อุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่กำลังพิจารณาอยู่ ซึ่งอุปสงค์แต่ละชนิด มีลักษณะ ดังนี้

1. อุปสงค์ของสินค้าต่อราคา (Price Demand) เป็นความต้องการสินค้าและบริการ ณ ระดับราคาต่าง ๆ (โดยปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องคงที่) เส้นอุปสงค์เป็นเส้นลาดลงจากซ้ายไปขวา เนื่องจากความสัมพันธ์ของราคาสินค้าและปริมาณอุปสงค์เป็นไปในทางตรงกันข้าม เรียกว่า กฎของอุปสงค์ (Law of Demand) โดยทั่ว ๆ ไปเมื่อกล่าวถึง อุปสงค์ จะหมายถึง อุปสงค์ต่อราคา

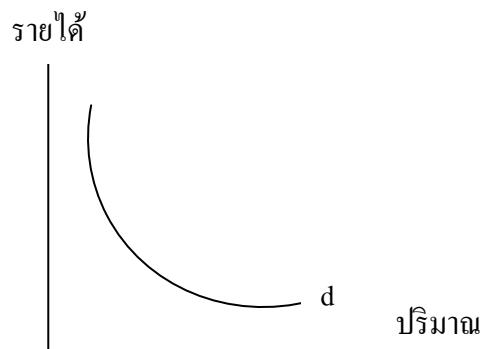
2. อุปสงค์ต่อรายได้ (Income Demand) เป็นความต้องการซื้อสินค้า ณ ระดับรายได้ต่าง ๆ กัน (โดยใช้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่) ความสัมพันธ์ระหว่างการซื้อสินค้าและรายได้มี 2 ลักษณะ

2.1 สินค้าปกติ (Superior or Normal Goods) คือ สินค้าทั่วไป ซึ่งผู้บริโภคจะซื้อมากขึ้น เมื่อรายได้มากขึ้น และเมื่อรายได้ลดลงจะซื้อน้อยลง ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และอุปสงค์จึงเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เส้นอุปสงค์มีความชันเป็นบวก ดังภาพที่ 2.2

2.2 สินค้าด้อย (Inferior Goods) หรือสินค้าด้อยคุณภาพ ซึ่งผู้บริโภคจะทำการบริโภคเฉพาะเมื่อตนมีรายได้ต่ำเท่านั้น และเมื่อใดที่ตนมีรายได้สูงขึ้นก็จะหันไปบริโภคสินค้าชนิดอื่นที่มีคุณภาพดีกว่าแทน ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และอุปสงค์จึงเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม ดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.2 เส้นอุปสงค์สินค้าต่อรายได้
กรณีสินค้าปกติ



ภาพที่ 2.3 เส้นอุปสงค์สินค้าต่อรายได้
กรณีสินค้าด้อย

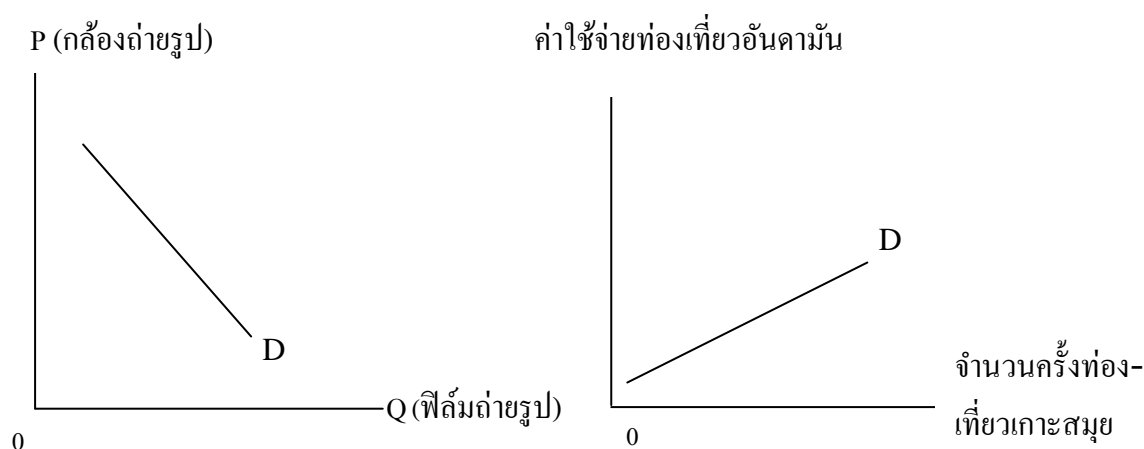
ที่มา: นันทวรรณ ช่างคิด. 2549 : 40

3. อุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่กำลังพิจารณา (Cross Demand) หรือที่เรียกกันว่าอุปสงค์ไขว้ หมายถึง จำนวนสินค้าที่มีผู้ต้องการเสนอซื้อในขณะใดขณะหนึ่ง ณ ระดับต่าง ๆ กัน ของราคาสินค้าชนิดหนึ่งที่เกี่ยวข้องกัน โดยกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่ การศึกษาลักษณะความสัมพันธ์ของราคาและจำนวนเสนอซื้อ ในกรณีนี้จะคาบเกี่ยวในระหว่างสินค้า 2 ชนิดด้วยกัน ซึ่งอาจแยกออกได้ ดังนี้

3.1 สินค้าที่ใช้ประกอบกัน (Complementary Goods) เช่น ปากกาและหมึก กล้องถ่ายรูปและฟิล์ม เป็นต้น ความสัมพันธ์ของจำนวนเสนอซื้อสินค้าชนิดหนึ่งกับราคาของสินค้าอีกชนิดหนึ่งจะเป็นในทิศทางตรงกันข้าม (Inversely Related) กล่าวคือ ถ้าสินค้าสองชนิดที่ใช้ประกอบกันซึ่งเรากำลังพิจารณาอยู่คือ สินค้า A และ B เมื่อราคาสินค้า B ลดลงต่ำ จำนวนเสนอซื้อสินค้า B จะเพิ่มขึ้น แต่เมื่อ B ต้องใช้ประกอบกับ A จำนวนการเสนอซื้อสินค้า A ก็จะเพิ่มขึ้นด้วย ดังภาพที่ 2.4

3.2 สินค้าที่ใช้แทนกันได้ (Substitute Goods) เช่น สบู่และครีมอาบน้ำ การท่องเที่ยวทะเลฝั่งอันดามันและการท่องเที่ยวทะเลฝั่งอ่าวไทย เป็นต้น ความสัมพันธ์ของจำนวนเสนอซื้อสินค้าชนิดหนึ่งกับราคาสินค้าอีกชนิดหนึ่งในกรณีนี้จะเป็นในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้า

ราคาสินค้า B ลดต่ำลง จำนวนเสนอซื้อสินค้า B จะเพิ่มขึ้น และส่วนหนึ่งของจำนวนเสนอซื้อสินค้า B ที่เพิ่มขึ้นนี้เป็นผลมาจากการที่สินค้า B สามารถใช้แทนสินค้า A ได้ ผู้ที่เคยซื้อสินค้า A บางคน จะหันมาซื้อสินค้า B แทนสินค้า A เมื่อราคาสินค้า B ลดลงในขณะที่ราคาสินค้า A ไม่เปลี่ยนแปลง ความสัมพันธ์ของจำนวนเสนอซื้อสินค้า A และราคาสินค้า B จึงเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (Directly Related) ดังภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.4 เส้นอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่กำลังพิจารณา กรณีสินค้าที่ใช้ประกอบกัน

ภาพที่ 2.5 เส้นอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่กำลังพิจารณา กรณีสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้

ที่มา : นันทวรรณ ช่างคิด. 2549 : 41

จากภาพที่ 2.5 สินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้ กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวของฟิตเนสลดต่ำลง จะทำให้นักท่องเที่ยวของเกะสมุยเพิ่มขึ้น ซึ่งผลมาจาก เกะสมุยเป็นสินค้าที่สามารถทดแทนกันได้กับฟิตเนส

จากการอธิบายถึงชนิดของอุปสงค์ทั้ง 3 ชนิด ก็เพื่อให้สามารถแยกพิจารณาลักษณะความสัมพันธ์ของตัวกำหนดอุปสงค์ต่าง ๆ ออกจากกันได้อย่างชัดเจน และได้นำมาใช้ในการศึกษาวิจัยนี้ศึกษาครั้งนี้

ปัจจัยกำหนดปริมาณอุปสงค์ (Demand Determinant)

อุปสงค์ในสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง จะมากจะน้อยเพียงใดไม่ได้ขึ้นอยู่กับราคาสินค้าและบริการชนิดนั้นเพียงอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งหากมีการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยเหล่านี้ก็ทำให้อุปสงค์เปลี่ยนแปลงไปด้วย ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ (รัตน สหายคณิต และ ชลดา จามรกุล. 2549 : 53) มีดังนี้

1. รายได้ของผู้บริโภค เมื่อรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้บริโภคจ่ายซื้อสินค้าและบริการเปลี่ยนแปลงไปด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรายได้จะมีผลกระทบต่อปริมาณการซื้อเพียงใดย่อมแล้วแต่ชนิดของสินค้าและบริการ ปกติการเปลี่ยนแปลงรายได้ของผู้บริโภคจะมีผลกระทบต่อปริมาณการซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็นในการดำรงชีพน้อย แต่จะกระทบต่อปริมาณการซื้อสินค้าและบริการฟุ่มเฟือยมาก ทั้งนี้เพราะไม่ว่าผู้บริโภคจะมีรายได้มากหรือน้อยเพียงใด ก็จะต้องซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ ซึ่งเมื่อสินค้าดังกล่าวเพียงพอแล้วแม้จะมีรายได้เพิ่มก็จะไม่ซื้อสินค้าและบริการนั้นเพิ่มขึ้นอีก ซึ่งตรงกันข้ามกับกรณีของสินค้าฟุ่มเฟือย เช่น เครื่องสำอาง เครื่องประดับ การบริการ การท่องเที่ยว ฯลฯ เป็นต้น

2. ระดับราคาสินค้าและบริการชนิดอื่น ปริมาณสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคจะซื้อเพิ่มขึ้นหรือลดลงนอกจากจะถูกกำหนดโดยราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้น ระดับรายได้ของผู้บริโภค ยังถูกกำหนดโดยราคาของสินค้าและบริการชนิดอื่นที่มีความสัมพันธ์กัน เช่น ถ้าราคาของน้ำมันเบนซินสูงขึ้น เจ้าของรถยนต์อาจหันมาใช้แก๊สแทนก็ได้ หรือ ค่าบริการทางการท่องเที่ยวทางทะเลของฝั่งอันดามันมีราคาสูงขึ้น นักท่องเที่ยวอาจหันมาซื้อบริการทางการท่องเที่ยวทางทะเลของฝั่งอ่าวไทย เช่น เกาะสมุย เพิ่มขึ้นก็ได้

3. รสนิยมของผู้บริโภค รสนิยมเป็นปัจจัยที่สำคัญมากอย่างหนึ่งต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ สินค้าและบริการบางอย่างแม้จะมีราคาถูกมาก แต่ถ้าไม่เป็นที่พอใจของผู้บริโภค เขาก็จะไม่ซื้อสินค้าและบริการชนิดนั้น รสนิยมของบุคคลโดยทั่วไปจะแตกต่างกันไปตาม อายุ อาชีพ ขนบธรรมเนียมประเพณี ระดับการศึกษาและบุคลิกส่วนตัว โดยปกติรสนิยมในสินค้าและบริการต่าง ๆ จะเปลี่ยนไปตามกาลเวลา ถ้าสินค้าและบริการชนิดใดกำลังอยู่ในสมัยนิยม อุปสงค์ของสินค้าและบริการชนิดนั้นจะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าสินค้าและบริการชนิดใดล้าสมัย อุปสงค์ของสินค้าและบริการชนิดนั้นจะลดลง ดังนั้นนักธุรกิจจึงมักต้องปรับปรุงสินค้าและบริการของตนให้อยู่ในสมัยนิยมตลอดเวลาเพื่อไม่ให้อุปสงค์ลดลง

4. การคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต เป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้อุปสงค์ของสินค้าและบริการเปลี่ยนแปลงไป เช่น ถ้าผู้บริโภคคาดคะเนว่าราคาน้ำมันพืชจะสูงขึ้นในสัปดาห์หน้า เขาก็จะรีบซื้อน้ำมันพืชเพิ่มขึ้นตั้งแต่เดี๋ยวนี้ อุปสงค์ของน้ำมันพืชในสัปดาห์นี้จึงเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้าม

ถ้าผู้บริโภคคาดคะเนว่าราคาน้ำมันพืชจะลดลงในอนาคต เขาก็จะชะลอการซื้อน้ำมันพืชไว้ก่อน อุปสงค์ของน้ำมันพืชในสัปดาห์นี้จึงลดลง

5. ขนาดและโครงสร้างของประชากร การเปลี่ยนแปลงในขนาดและโครงสร้างของประชากรจะมีผลทำให้อุปสงค์ของสินค้าและบริการเปลี่ยนแปลงไป โดยปกติ ถ้าจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นอุปสงค์ของสินค้าและบริการแทบทุกชนิดย่อมเพิ่มขึ้น แต่ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับลักษณะโครงสร้างของประชากรด้วย ถ้าการเปลี่ยนแปลงในจำนวนประชากรทำให้โครงสร้างของประชากรเปลี่ยนแปลงไป ก็อาจมีผลทำให้อุปสงค์ของสินค้าและบริการบางชนิดเพิ่มขึ้น บางชนิดลดลงได้ เช่นถ้าประชากรส่วนที่เป็นเด็กเพิ่มขึ้น แต่ส่วนที่เป็นคนชราลดลง ก็จะทำให้อุปสงค์ของสินค้าและบริการของเด็กเพิ่มขึ้น และอุปสงค์ของสินค้าและบริการของคนชราลดลง เป็นต้น

6. ปัจจัยอื่น ๆ นอกจากปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้นแล้ว การที่ผู้บริโภคจะมีอุปสงค์ของสินค้าและบริการมากน้อยเพียงใดยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ เช่น อุปนิสัยในการใช้จ่าย และการออมทรัพย์ของผู้บริโภค อัตราดอกเบี้ยในท้องตลาด ฤดูกาล การโฆษณา หรือแม้กระทั่งนโยบายของรัฐ ก็อาจมีส่วนในการกระตุ้นหรือลดอุปสงค์ต่อสินค้าและบริการชนิดหนึ่ง ๆ ได้

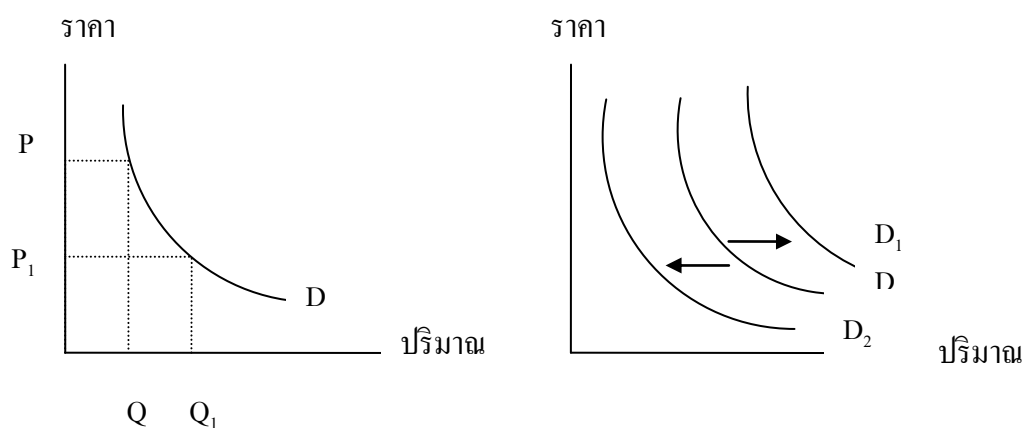
จากการศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์สรุปว่า ได้นำตัวแปรที่เกี่ยวกับรายได้ของผู้บริโภค ระดับราคาสินค้าและบริการ ปัจจัยด้านอิทธิพลของฤดูกาล มาใช้ในกรอบแนวคิด

การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ (Change in Demand) มี 2 ลักษณะ (อาทิ ครุสภาทฤษฎี, 2549 : 70 - 72) ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ (Changes in Quantity Demand) คือ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นการเปลี่ยนแปลงในปริมาณสินค้าที่ประสงค์จะซื้อซึ่งอาจเพิ่มขึ้นหรือลดลงอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของสินค้านั้น ส่วนปัจจัยอื่น เช่น รายได้ และรสนิยม คงที่ แสดงว่าการเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์เป็นการเคลื่อนที่จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งบนเส้นอุปสงค์เดียวกัน (Move Along)

2. การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์ (Changes in Demand) คือ เป็นการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์ในขณะที่ราคาสินค้าและบริการยังคงเท่าเดิม การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ ยกเว้นราคาสินค้า ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่ รายได้และรสนิยม โดยที่ราคาสินค้ายังคงเท่าเดิม ผลของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้เส้นอุปสงค์ทั้งเส้นเปลี่ยนแปลงเลื่อน (Shift) ไปจากเดิม หากอุปสงค์เปลี่ยนแปลงไปเพิ่มขึ้น แสดงว่าเส้นอุปสงค์เลื่อนไปทางขวามือของเส้นอุปสงค์เดิม

การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ทั้ง 2 ลักษณะแสดงด้วยภาพ 2.6 และ 2.7



ภาพที่ 2.6 การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ ภาพที่ 2.7 การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์
ที่มา : อาชิ ครูศากยวงศ์. 2549 : 70

จะเห็นได้ว่า ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ ล้วนมีอิทธิพลต่อปริมาณซื้อของผู้บริโภค ซึ่งอิทธิพลและปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ โดยจะมีอิทธิพลต่อจำนวนอุปสงค์ในสินค้าและบริการของผู้บริโภค แต่ส่งผลในระดับที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละคน ในการศึกษาครั้งนี้จะนำความรู้เกี่ยวกับอุปสงค์ที่นำมากล่าวข้างต้น กำหนดเป็นตัวแปรตาม เพื่อหาความสัมพันธ์ของอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ความหมายของอุปสงค์การท่องเที่ยว

จากความหมายของคำว่า “อุปสงค์” ที่ได้กล่าวถึงแล้วนั้นสะท้อนให้เห็นว่าอุปสงค์ของบุคคลที่มีต่อสินค้าและบริการใด ๆ จะต้องเริ่มต้นจากความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการใด ๆ ในช่วงเวลาหนึ่ง นอกจากนี้การที่อุปสงค์จะเกิดขึ้นได้นั้นยังต้องขึ้นอยู่กับความสามารถของบุคคลในการได้มาซึ่งสินค้าและบริการนั้นด้วย ซึ่งความสามารถดังกล่าวนี้จะถูกกำหนดโดยราคาของตัวสินค้าและบริการ ตลอดจนรายได้อุปสงค์ของบุคคลนั้น

นิรันดร ทัพไทย. (2548 : 101) ได้ให้ความหมายของอุปสงค์ในการท่องเที่ยวว่า หมายถึงจำนวนประชาชนจากประเทศ หรือสถานที่หนึ่งที่มีความสนใจในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวไปยังประเทศหรือสถานที่ท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่ง และบุคคลเหล่านั้นมีความสามารถ (Ability) ที่จะเดินทางไปยังประเทศหรือสถานที่นั้นได้

จลองศรี พิมพ์สมพงษ์. (2550 : 19) อธิบายว่า อุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand) หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ หรือบริโภคผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของตน โดยนักท่องเที่ยว จะต้องมีความต้องการ มีอำนาจซื้อ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดในเวลานั้น ๆ ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงย่อมหมายถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลง ของอุปสงค์การท่องเที่ยวด้วย

ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว

Goeldner. (2000 อ้างถึงใน นิรันดร ทวีไชย. 2548 : 101 - 102) กล่าวว่าอุปสงค์ของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่หนึ่ง ถูกกำหนดโดยปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ

1. ความชอบหรือความโน้มเอียง (Propensity) ของบุคคลที่จะเดินทางเพื่อการ ท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยผลัก (Push Factor) นั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ 3 ประการ ได้แก่

1.1 ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychographics) ซึ่งเป็นตัวกำหนดแรงจูงใจของบุคคล ให้เดินทางหรือไม่เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวใด ๆ

1.2 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (Demographics) อันได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคลต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว เช่น เพศ อายุ อาชีพ ฯลฯ ตลอดจนสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม

1.3 ปัจจัยที่เกี่ยวกับประสิทธิผลทางการตลาด (Marketing Effectiveness) คือ ความสำเร็จทางการตลาดที่สถานที่ท่องเที่ยวสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มายังแหล่งท่องเที่ยวได้

2. แรงต้านทาน (Resistance) หรืออุปสงค์ที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัย ดึงหรือปัจจัยต้าน (Pull Factor) อุปสรรค หรือแรงต้านการเดินทางท่องเที่ยวของบุคคลนั้น ถูกกำหนด จากปัจจัยต่าง ๆ 5 ประการ ได้แก่

2.1 ปัจจัยข้อจำกัดทางด้านเศรษฐกิจของประเทศที่เป็นถิ่นฐานของนักท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทางจากถิ่นฐานของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว

2.2 ปัจจัยข้อจำกัดทางด้านวัฒนธรรม หมายถึง ความแตกต่างทางวัฒนธรรม ระหว่างประเทศที่เป็นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวกับประเทศที่นักท่องเที่ยวต้องการเดินทาง

2.3 ปัจจัยค่าใช้จ่ายของการบริการ หมายถึง ค่าใช้จ่ายของการบริการในแหล่ง ท่องเที่ยว เช่น ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่าเดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ

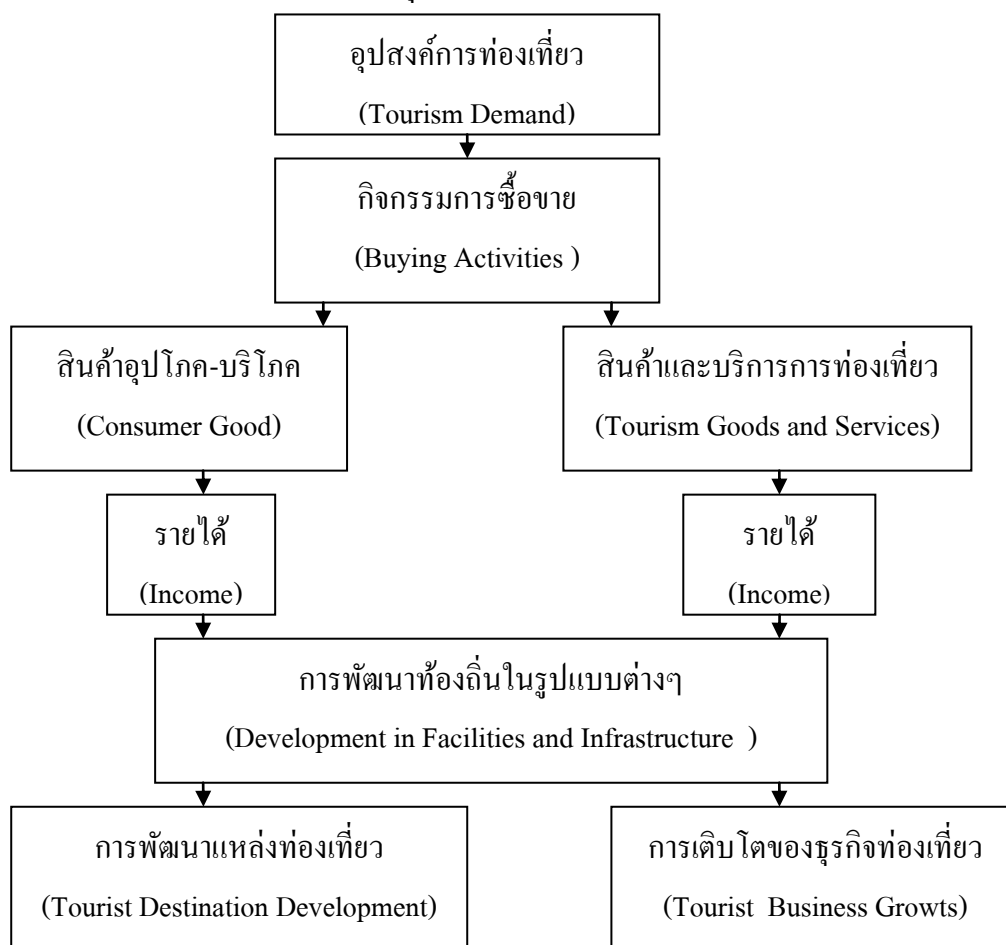
2.4 ปัจจัยคุณภาพของการบริการในแหล่งท่องเที่ยว ถ้าแหล่งท่องเที่ยวเตรียม บริการ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยวมากเพียงใดก็จะยิ่งช่วยลดแรง ต้านทานของการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น

2.5 ปัจจัยอิทธิพลของฤดูกาล การที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งขึ้นอยู่กับระยะเวลาที่เหมาะสม และแผนการท่องเที่ยวได้วางไว้

จากการศึกษาปัจจัยข้างต้นสรุปได้ว่า ได้นำปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งเป็นลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ปัจจัยข้อจำกัดทางด้านเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทางจากถิ่นฐานของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยค่าใช้จ่ายของการบริการ ปัจจัยอิทธิพลของฤดูกาล มาใช้ในกรอบแนวคิด

ความสำคัญของอุปสงค์การท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2550 : 19) กล่าวว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวเป็นตัวผลักดันสำคัญที่ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าทั่วไป และสินค้าการท่องเที่ยวอย่างอื่น โดยเฉพาะธุรกิจย่อยที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว สายการบิน การช่วยเพิ่มการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นแบบต่าง ๆ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวมากขึ้น ดังภาพที่ 2.8



ภาพที่ 2.8 ความสำคัญของอุปสงค์การท่องเที่ยว

ที่มา : ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. 2550 : 19

ความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่น โดยเฉพาะในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคต่าง ๆ จะเป็นสิ่งจูงใจให้นักลงทุนสนใจมาลงทุนทางธุรกิจมากขึ้น ทั้งประชาชนและนักลงทุนต่างก็พยายามให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวมากขึ้นเพื่อผลทางรายได้ และรายได้จากการท่องเที่ยวก็สามารถกระจายรายได้ไปสู่ผู้ประกอบการอาชีพในธุรกิจย่อยในลักษณะทวีคูณ (Multiplier - Effect) อันก่อให้เกิดการเพิ่มรายได้และนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น อำเภอเกาะสมุย หลังจากที่อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น นักลงทุนสนใจมาลงทุนทางธุรกิจมากขึ้น ส่งผลให้เกาะสมุยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน นักการตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องใช้กิจกรรมการตลาดเป็นเครื่องมือในการผลักดันให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากขึ้น พยายามให้อุปสงค์การท่องเที่ยวคงที่ หรือเพิ่มขึ้น ดังนั้นกิจกรรมการตลาดจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ในการท่องเที่ยว

สมชัย ธรรมสวยดี. (2546 : 31) กล่าวว่า วิชา อุปสงค์การท่องเที่ยวไม่ได้มีลักษณะที่อยู่หนึ่งแต่มีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาทั้งในด้านจำนวน และรูปแบบของการท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ในการท่องเที่ยวมีสาเหตุมาจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ เช่น การเพิ่มขึ้นของอายุเฉลี่ย ปัจจัยทางจิตวิทยา เช่น การเปลี่ยนแปลงในแบบแผนการดำเนินชีวิต (Life Style) ปัจจัยทางเทคโนโลยี เป็นต้น การติดตามแนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงในอุปสงค์ของการท่องเที่ยว จะช่วยให้นักการตลาดเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้นักการตลาดตัดสินใจ และวางแผนได้อย่างถูกต้อง

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยว (Elasticity)

นิภาภัทร จันทรวงศ์. (2545 : 12 - 13) ได้อธิบายว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยว หมายถึง ลักษณะความยืดหยุ่นของปริมาณความต้องการ ที่อาจเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว และมีขนาดกว้าง โดยลักษณะนี้อาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างระดับราคา หรือภาวะการณ์ผันผวนทางเศรษฐกิจของการตลาด ทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงความต้องการซื้อสินค้าและบริการ อุปสงค์การท่องเที่ยวโดยทั่วไปจะมีลักษณะยืดหยุ่นสูง เนื่องมาจากปัจจัยสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. ความสามารถทดแทนได้ของสินค้าอื่น หรือแม้แต่สินค้าการท่องเที่ยวประเภทเดียวกันต่อตัวสินค้าการท่องเที่ยว (The Possibility to be Substituted) หากสินค้าการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่ไม่สามารถหาสินค้าอื่นมาทดแทนได้แล้ว ผู้บริโภคก็จะต้องอุปโภคและบริโภคนั้นๆ การท่องเที่ยวโดยไม่มีสิทธิ์เลี้ยง แต่ในข้อเท็จจริงแล้วสินค้าและบริการท่องเที่ยวเป็นสินค้าและบริการ

ไร้รูป (Intangible Goods) ตัวสินค้าจะปรากฏในรูปของความรู้สึก ความพึงพอใจ ความสนุกสนาน ตื่นเต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสามารถหาได้จากสินค้าชนิดอื่น

2. ขนาดของความจำเป็นที่จะแข่งขันกับสินค้าชนิดอื่น ถึงแม้ว่าความต้องการที่จะอุปโภคบริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยวในปัจจุบันจะมีขีดสูงขึ้น และมีแนวโน้มที่จะเป็นความต้องการมากยิ่งขึ้น ๆ ขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากสภาพของสิ่งแวดล้อมบีบบังคับ แต่สินค้าและบริการนี้ยังไม่อาจจัดให้เป็นสินค้าและบริการที่จำเป็นเช่นสินค้าอุปโภคบริโภคชนิดอื่นได้ นักท่องเที่ยวที่เก็บสะสมเงินทองไว้เพื่อการท่องเที่ยวอาจเปลี่ยนใจไม่เดินทางได้ หากมีความจำเป็นที่จะต้องใช้จ่ายในด้านอื่น

3. การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจบางครั้งเมื่อเกิดภาวะผันผวนทำให้รายรับรายจ่ายของครอบครัวเปลี่ยนแปลงไป ก็จะส่งผลกระทบต่อการขาย หรือหดตัวของอุปสงค์ด้วย ตามปกติรายรับของครอบครัวจะเปลี่ยนแปลงได้ด้วยสาเหตุ 2 ประการ ได้แก่ รายได้ลดลงจากที่เคยได้รับและรายได้คงเดิมแต่รายจ่ายเพิ่มขึ้น การที่รายได้เปลี่ยนแปลงไปนี้ จะมีส่วนทำให้ความต้องการซื้อเปลี่ยนตามไปด้วย โดยเฉพาะในภาวะที่ราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้นเป็นผลทำให้ค่าของเงินลดลง รายการค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเป็นหมวดแรกที่ถูกตัดทอน หรือในทางตรงกันข้ามเมื่อคนมีรายได้มากขึ้นอุปสงค์การท่องเที่ยวก็อาจขยายออกได้มากเช่นกัน

4. ความต้องการเดินทางขึ้นอยู่กับสมันิยม จำนวนผู้เดินทางไปยังแต่ละจุดหมายแต่ละสถานที่อาจเพิ่มหรือลดลงอย่างมาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าสถานที่นั้นๆอยู่ในสมันิยมของคนในยุคนั้นมากน้อยเพียงไร

อย่างไรก็ตาม สาเหตุของความยืดหยุ่นทั้ง 4 ประการ อาจก่อให้เกิดความยืดหยุ่นในอุปสงค์ เป็น 2 ลักษณะด้วยกัน คือ การลดลงของอุปสงค์เชิงคุณภาพ แต่อุปสงค์เชิงปริมาณเท่าเดิมหรือเพิ่มมากขึ้น เช่น เปลี่ยนจากไปเที่ยวทะเลฝั่งอันดามันเป็นไปเที่ยวทะเลฝั่งอ่าวไทย หรือเปลี่ยนจากการเดินทางโดยเครื่องบินเป็นการเดินทางโดยรถไฟ ส่วนอีกลักษณะนั้น คือ การลดอุปสงค์ทั้งในเชิงปริมาณ และคุณภาพซึ่งทั้ง 2 ลักษณะจะส่งผลกระทบต่อความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่างกันไป

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2550 : 21 - 22) ได้อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านเศรษฐกิจในแหล่งท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor)

ปัจจัยส่วนบุคคลเป็นคุณลักษณะที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ และการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ที่อยู่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส เชื้อชาติ สัญชาติ แหล่งที่อยู่ และจำนวนวันที่พัก ความแตกต่างของคุณลักษณะส่วนบุคคลเหล่านี้ จะทำให้มีความต้องการ

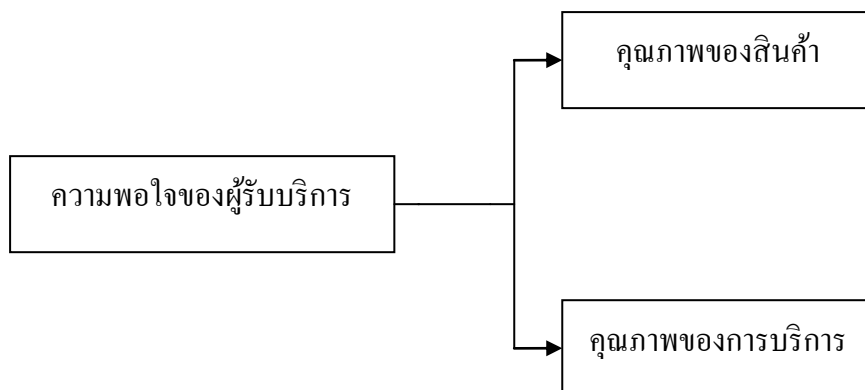
ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกันไป ด้วย การได้รู้คุณลักษณะที่สำคัญ ๆ ของลูกค้า กลุ่มเป้าหมายมีประโยชน์ต่อการวางแผน และกำหนดกลยุทธ์การตลาดเป็นอย่างมาก

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors)

สภาพเศรษฐกิจของท้องถิ่นและประเทศมีผลกระทบต่อ การซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว มาก เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ระดับอุปสงค์แตกต่างกัน ประเทศที่มีเศรษฐกิจดีย่อมเอื้ออำนวยให้คน เดินทางมากขึ้น เพื่อไปเจรจาติดต่อธุรกิจ ไปประชุม ไปศึกษาหาความรู้ หรือไปพักผ่อน ปริมาณ การซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกระทำได้ในปริมาณสูงตามอำนาจซื้อ (Purchasing Power) แต่ ประเทศที่กำลังพัฒนาหรือการพัฒนาเศรษฐกิจยังไม่ดีนัก จะทำให้นักท่องเที่ยวมีอำนาจการซื้อต่ำ และไม่ใช่เป้าหมายหลักทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว การดึงดูดลูกค้าเป้าหมายหลัก ผู้ประกอบ ธุรกิจจำเป็นต้องพัฒนารูปแบบของการบริการและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมาะสมกับ สภาพและฐานะของกลุ่มลูกค้าที่มีเศรษฐกิจดี และมีอำนาจการซื้อสูง จะเห็นได้จากการพัฒนาสินค้า และบริการของธุรกิจ โรงแรมมีความแตกต่างกันทางการแข่งขันสูงมาก อัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate) ที่เพิ่มขึ้นแสดงว่ากิจกรรมทางการตลาดประสบความสำเร็จ สามารถทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นได้

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการในแหล่งท่องเที่ยว

เสาวภา มีถาวรกุล. (2549 : 335 - 345) กล่าวว่า iva จาก การเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจ ท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรง จึงทำให้มีความต้องการโครงสร้างพื้นฐานรองรับ ธุรกิจการท่องเที่ยวให้มากขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น การบริการที่พัก ร้านอาหารและระบบการคมนาคมที่สะดวก เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ถ้าแหล่งท่องเที่ยวใดมีความ พร้อมในการบริการต่าง ๆ เหล่านี้ก็จะได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงต้องตระหนักว่า การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก แต่การที่ผู้ให้บริการจะประสบความสำเร็จในธุรกิจได้ ก็ต้องหาแนวทางสร้างความพึงพอใจสูงสุด ของนักท่องเที่ยว (Customer Satisfaction) ด้วยการเสริมสร้างคุณภาพการบริการ ดังนั้น ความพึงพอใจ ของผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 อย่าง ดังภาพที่ 2.9



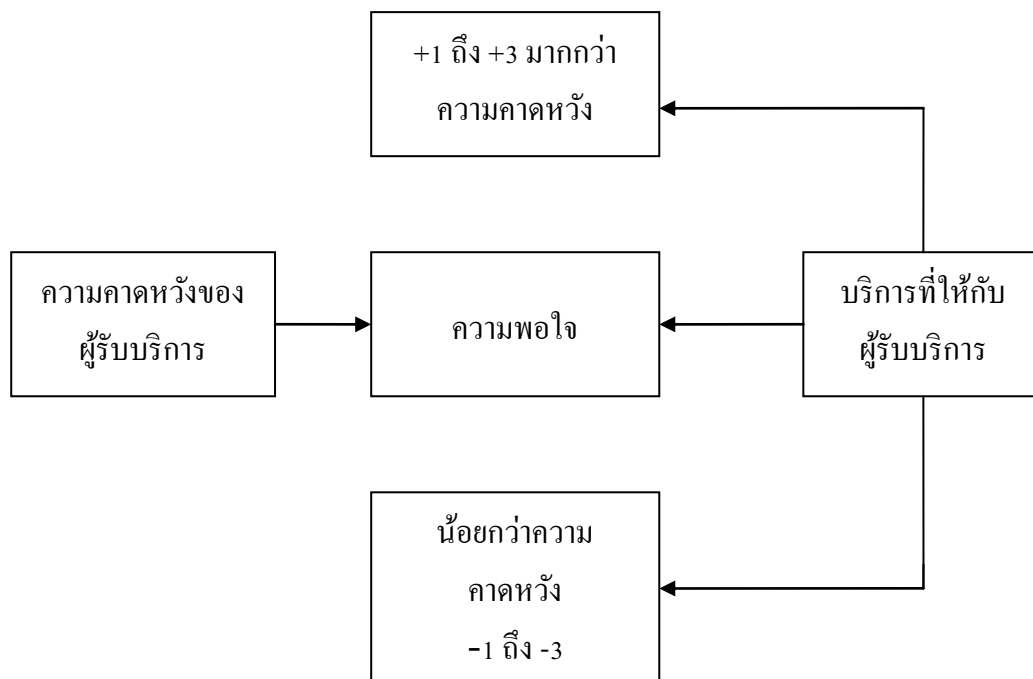
ภาพที่ 2.9 คุณภาพของการบริการในแหล่งท่องเที่ยว

ที่มา : เสาวภา มีถาวรกุล. 2549 : 343

1. คุณภาพของสินค้า หมายถึง ระดับของประเภทสินค้าต่าง ๆ ที่มีผลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้รับบริการ เช่น ความมีชื่อเสียงของผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย วัตถุประสงค์ที่ใช้เป็นส่วนผสมของตัวสินค้า และภาพลักษณ์ของตราสินค้า

2. คุณภาพของบริการ หมายถึง ระดับของกิจกรรม ประโยชน์ หรือความพอใจที่กิจการเสนอเพื่อขายหรือให้บริการ เช่น บริการร้านเสริมสวยสำหรับสุภาพสตรีเป็นการดำเนินธุรกิจที่เป็นกิจกรรมการให้บริการตัดแต่งผม แต่งหน้า ขัดผิว ทำผม อบไอน้ำ สมนุไพร เป็นต้น ถ้าผู้รับบริการคนหนึ่งใช้บริการเสริมสวยแล้วพอใจ ก็ไม่ใช่ว่าผู้รับบริการคนอื่นจะพอใจเหมือนกัน แต่จะขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการด้วยว่าให้บริการด้วยความเป็นมิตร มีความน่าไว้วางใจเพียงใด

คุณภาพการบริการเป็นความรู้สึกที่ผู้รับบริการได้รับจากบริการที่เกิดการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังก่อนรับบริการ กับสิ่งที่ได้รับจากบริการที่เกิดขึ้นแล้ว ดังภาพที่ 2.10



ภาพที่ 2.10 ผลลัพธ์ที่เป็นไปได้จากการให้บริการ

ที่มา : เสาวภา มีถาวรกุล. 2549 : 344

จากภาพที่ 2.9 แสดงถึง ระดับคุณภาพของการให้บริการ นั่นคือ ผู้รับบริการทุกรายที่มาท่องเที่ยวเกาะสมุย ต่างมีความคาดหวังมาก่อนล่วงหน้า ซึ่งความคาดหวังนั้นมาจากความต้องการส่วนตัว ประสบการณ์ ข้อมูลที่ผู้รับบริการได้จากการสื่อสาร และคำบอกเล่าของผู้เกี่ยวข้อง ดังนั้นจากปัจจัยทั้งหมดนี้มีเพียงปัจจัยเดียวที่บริษัทนำเที่ยวสามารถควบคุมได้เกือบ 100 เปอร์เซ็นต์ คือ การสื่อสารจากบริษัทนำเที่ยว เพราะการส่งข้อมูลข่าวสารให้กับผู้รับบริการนั้นเปรียบเสมือนการให้ “คำมั่นสัญญา” ในการบริการและเมื่อผู้รับบริการมารับบริการแล้วย่อมคาดหวังในผลสัญญาดังกล่าว แต่ถ้าหากบริการที่ได้รับไม่ได้เป็นไปตามคำมั่นสัญญาก็จะทำให้ผลลัพธ์ที่เกิดจากการให้บริการเป็นไปในทั้งทางบวกและทางลบ ซึ่งความไม่พอใจจะเกิดขึ้นถ้ามีการให้บริการแก่ผู้รับบริการต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ แต่ถ้าสามารถให้บริการได้ดีเกินความคาดหวัง ความพอใจก็จะทวีสูงขึ้น ดังนั้นในสภาพการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงนี้ การสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการต้องให้อยู่ในระดับการให้บริการที่เกินความคาดหวังของผู้รับบริการ

เกณฑ์การพิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการ

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2550 : 14 - 15) ได้อธิบายถึงคุณภาพของการให้บริการว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจแบบเดียวกันซึ่งต่างก็รักษาระดับของคุณภาพของการบริการไว้โดยพยายามให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวัง หรือมากกว่าความคาดหวัง นอกจากลูกค้าจะพิจารณาว่าคุณภาพดี หรือค้อยจากข้อมูล และประสบการณ์ของตนในอดีตแล้ว ยังมีเกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อพิจารณาคุณภาพของการให้บริการ ดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้า หมายถึง ลูกค้าสามารถเข้ามาใช้บริการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ธุรกิจจึงต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในด้านทำเล ที่ตั้ง สถานที่ติดต่อ เวลา ขั้นตอนของระบบงานต่าง ๆ ที่รวดเร็ว เพื่อไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน
2. การติดต่อ สื่อสาร (Communication) เป็นการบอกให้ลูกค้าทราบถึงรายละเอียดของสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่ถูกต้องและชัดเจน ใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย
3. ความสามารถ (Competence) หมายถึง ความรู้ ความสามารถ และความชำนาญในการให้บริการของพนักงาน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าว่าจะได้รับการบริการที่ถูกต้องและยุติธรรม
4. ความสุภาพ อ่อนโยน (Courtesy) แสดงถึงความมีน้ำใจ จริงใจ ยินดีต้อนรับและมีความเป็นกันเอง
5. ความเชื่อถือได้ (Credibility) หมายถึง การสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้าโดยการให้การบริการที่ดีที่สุด ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นว่าได้รับการบริการที่ดีที่สุด และพอใจ
6. ความไว้วางใจ (Reliability) ลูกค้าจะเกิดความไว้วางใจ เมื่อได้รับการบริการอย่างถูกต้อง สม่าเสมอ เท่าเทียมกับลูกค้ารายอื่น เมื่อเกิดความไว้วางใจก็จะเกิดความจงรักภักดีในสินค้าและบริการไม่เปลี่ยนใจไปใช้บริการของคู่แข่ง
7. การตอบสนองลูกค้า (Response) หมายถึง การให้บริการตอบสนองลูกค้าทันทีเมื่อต้องการใช้บริการ หรือเกิดปัญหา ตอบข้อซักถามอย่างรวดเร็วและถูกต้อง
8. ความปลอดภัย (Security) ผู้รับบริการจะได้รับความปลอดภัยในการใช้บริการ ไม่เสี่ยงไม่เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาภายหลัง ไม่ผิดพลาด
9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) ลูกค้าสามารถคาดคะเนคุณภาพของการบริการได้หรือสามารถสัมผัสด้วยความรู้สึกได้ว่าจะได้รับการบริการในระดับใด

10. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Understanding the Customers) ผู้ให้บริการควรทราบว่าลูกค้าต้องการอะไร ให้ความสนใจและตอบสนองความต้องการนั้นอย่างรวดเร็ว ก่อนที่ลูกค้าจะเปลี่ยนใจไปใช้บริการของคู่แข่งรายอื่น

การเสริมสร้างคุณภาพการบริการ

ผู้ให้บริการสามารถเสริมสร้างคุณภาพการบริการที่สามารถสร้างความรู้สึกที่ดี ความประทับใจแก่ผู้รับบริการด้วยวิธีการ 3 ประการ คือ

1. การสร้างความรู้สึกที่ดี เป็นการสร้างความรู้สึกที่ดีที่ผู้ให้บริการมีให้กับผู้รับบริการ ทั้งนี้เพื่อผู้ให้บริการจะได้รับประโยชน์สูงสุดตามที่ต้องการ และผู้รับบริการก็จะได้รับความพอใจสูงสุดด้วย เช่น ในประเทศไทย เรียกว่าเป็นสยามเมืองยิ้ม และมักจะมีคำทักทายด้วยคำว่า “สวัสดี” ดังนั้น ผู้ให้บริการสามารถนำคำว่า สวัสดี มาเป็นสิ่งสร้างความรู้สึกที่ดีต่อผู้รับบริการ องค์ประกอบของการสร้างความรู้สึกที่ดีแก่ผู้รับบริการ โดยการแสดงการยิ้มแย้มแจ่มใส เดินเข้าไปหาผู้รับบริการและกล่าวทักทายลูกค้า มีความเต็มใจให้บริการมีจิตวิญญาณของการให้บริการ การพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างสม่ำเสมอและต้องพยายามสร้างความรู้สึกที่ดีและความพอใจต่อผู้รับบริการทุกระดับ

2. การใช้เทคนิคคุณค่าเพิ่ม เป็นศิลปะการให้บริการลูกค้าด้วยเทคนิคคุณค่าเพิ่ม โดยการใช้วิธีการทักทายลูกค้าอย่างอบอุ่น นุ่มนวล ด้วยน้ำเสียงสุภาพ ฟังสิ่งที่ลูกค้าพูดก่อนตอบ แสดงความสนใจในสิ่งที่ลูกค้าพูด ให้ความเอาใจใส่กับลูกค้าเสมอ อดทนต่อลูกค้า พยายามจดจำชื่อลูกค้า กล่าวขอบคุณลูกค้า สอบถามลูกค้าถึงความช่วยเหลือเพิ่มเติมที่เขาต้องการ เมื่อลูกค้าประสบปัญหา ให้ใช้ดุลพินิจแก้ปัญหา ไม่ควรใช้กฎ ระเบียบ นโยบาย และข้อบังคับ

3. การให้บริการที่สร้างความประทับใจต่อผู้รับบริการ เป็นลักษณะของการบริการที่จะทำให้ประทับใจลูกค้าโดยผู้ให้บริการต้องทราบว่า “บริการอย่างไรให้ประทับใจลูกค้า” ซึ่งให้ความสำคัญที่ลูกค้าเป็นหลัก เช่น ลูกค้า ต้องการให้ต้อนรับในฐานะ “ลูกค้า” ต้องการรอยยิ้ม ต้องการความสุภาพ องค์ประกอบที่สำคัญในการบริการลูกค้าให้ประทับใจ ได้แก่ การมีทัศนคติที่ดี (Attitude) ต่อการให้บริการ มีความสุภาพ (Politeness) ต่อผู้รับบริการ มีการให้เกียรติ (Respect) ผู้รับบริการ มีความสนใจฟัง (Listening) สิ่งที่ผู้รับบริการพูดหรือถาม มีความเข้าใจ (Understanding) ความต้องการและพฤติกรรมของผู้รับบริการและมีความพอใจ (Satisfaction) ที่จะให้บริการกับผู้รับบริการ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำความรู้เกี่ยวกับคุณภาพในการบริการในด้านการเข้าถึงลูกค้าให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และการให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนโยน แสดงถึง

ความมีน้ำใจ จริงใจ ยินดีต้อนรับมีความเป็นกันเอง และความมีอัธยาศัยไมตรีของชาวเกาะสมุยที่มี
ต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

มทิยา เลิศไกร. (2549) ศึกษาการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยว กรณีศึกษาชะอำ - หัวหิน จากข้อมูลปี พ.ศ. 2546 ชะอำและหัวหินประสบปัญหานักท่องเที่ยวลดลง เนื่องจากเกิดภาวะการก่อการร้ายและภาวะโรคระบาดซาร์ (SAR) การศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของชาวไทยและชาวต่างชาติ ผลการก่อการร้ายและโรคระบาดซาร์ (SAR) ที่มีต่อปริมาณนักท่องเที่ยวของชะอำและหัวหิน โดยใช้ข้อมูลทศวรรษปฏิวัติโรมาศระหว่างปี พ.ศ. 2535 - 2547 ใช้เทคนิคแบบถดถอยเชิงซ้อนสำหรับสร้างสมการอุปสงค์ และใช้โปรแกรมเชิงเส้น (Linear Log) ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์และค่าความยืดหยุ่น ผลการศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า ตัวแปรค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวต่อห้องพักของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว รายได้ต่อหัวของประเทศไทย ภาวะฤดูกาลท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดอุปสงค์นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งที่ชะอำและหัวหิน ผลการศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่าอัตราแลกเปลี่ยนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวต่อห้องพักของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ผลผลิตมวลรวมต่อหัวของแต่ละประเทศ ภาวะโรคระบาดซาร์ และภาวะฤดูกาลท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดอุปสงค์นักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ชะอำ สำหรับหัวหิน ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์เหมือนกับชะอำ โดยโรคระบาดซาร์และการก่อการร้ายไม่มีผลอย่างมีนัยสำคัญ

กัลยากร ศุภธราธาร. (2548) ศึกษาการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีน ใช้ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและข้อมูลอนุกรมเวลา ข้อมูลจากการสำรวจใช้เทคนิคการวิเคราะห์ตารางไขว้ โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ ข้อมูลอนุกรมเวลาใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาส่วนแรกวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทยจำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่าค่าใช้จ่ายประเภทอาหารมีความสัมพันธ์กับสถานภาพสมรส ค่าใช้จ่ายประเภทความบันเทิงมีความสัมพันธ์กับอายุและภูมิลำเนา ค่าใช้จ่ายประเภทของที่ระลึกมีความสัมพันธ์กับภูมิลำเนา สถานภาพการสมรส และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ผลการศึกษาในส่วนที่สอง

เป็นการคาดประมาณแบบจำลอง ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย ช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2526 - 2546 พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีผลต่อการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย

วรเวทย์ แสงศรี. (2548) ศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มายังประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มายังประเทศไทย คือ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ราคาคนที่ หรือมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเฉลี่ยต่อคน ของประเทศที่เป็นถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยว จำนวนประชากร และจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากประเทศที่ทำการศึกษาในปีที่ผ่านมา มีผลในทางบวก ส่วนราคาโดยเปรียบเทียบ มีอิทธิพลในทางลบ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สำหรับตัวแปรหุ่นที่แสดงปีที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ในกรณีของประเทศจีน และเกาหลีใต้ ผลจากการพยากรณ์พบว่า จากแบบจำลองที่ 1 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้น ในกรณีของนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้และสิงคโปร์ และลดลงในกรณีของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียและไต้หวัน ส่วนแบบจำลองที่ 2 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ในกรณีของนักท่องเที่ยวจากมาเลเซีย ญี่ปุ่น จีน และสิงคโปร์ และลดลงในกรณีของนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีใต้และไต้หวัน

ธนชัย พลอยศุภผล. (2547) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของชาวต่างชาติ และประมาณค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของชาวต่างชาติ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 350 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม การวิเคราะห์ค่าทางสถิติ โดยแบ่งเป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) และสร้างสมการ Logit Model ด้วยวิธีการ Binary Logit โดยการวิเคราะห์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Eviews ช่วยในการประมวลผลข้อมูล เพื่อทำนายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ งบประมาณในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ความพึงพอใจและปัญหาอุปสรรคในการใช้บริการ และตัวแปรตามได้แก่ การตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ผลการศึกษาพบว่าคุณภาพของสินค้าและบริการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามากที่สุด ส่วนปัญหาอุปสรรคที่เกี่ยวกับการข่มขืนกระทำชำเราเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจไม่กลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามากที่สุด

นาถฤดี มณีเนตร. (2547) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลับมาท่องเที่ยวเกาะสมุยซ้ำอีก ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ รายได้เดือนละ 30,001 - 60,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นคนสัญชาติอังกฤษ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวเกาะสมุยแล้ว 2 - 3 ครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยว และมาคนเดียวมากที่สุด ส่วนใหญ่พักที่เกาะสมุย 1 - 7 วัน ปัจจัยต่าง ๆ ของเกาะสมุยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลับมาท่องเที่ยวเกาะสมุยซ้ำอีกในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในบรรยากาศด้านอื่น ๆ มากที่สุด ได้แก่ มิตรภาพและการต้อนรับที่ได้รับจากชาวเกาะสมุย รองลงมาได้แก่ ความพึงพอใจในบรรยากาศด้านจิตใจ ส่วนความพึงพอใจในบรรยากาศด้านกายภาพนั้นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรู้สึกพึงพอใจในทัศนียภาพและจุดชมวิวของเกาะสมุยมากที่สุด

ปณณรัตน์ มณีบุตร. (2547) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 - 34 ปี สถานภาพโสด มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้ไม่น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน มีจำนวนวันหยุดเฉลี่ยในรอบ 1 ปี อยู่ระหว่าง 101 - 140 วัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตจากการบอกเล่าปากต่อปาก ส่วนใหญ่ไม่มีการตั้งงบประมาณสำหรับท่องเที่ยวไว้ เป็นการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับเพื่อน ใช้รถส่วนตัวในการเดินทาง โดยมีสถานที่พักผ่อนคือ โรงแรม/บังกะโล/รีสอร์ท มีระยะเวลาในการพำนักเฉลี่ย 1 - 3 วัน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวน้อยกว่า 1,500 บาท/คน/วัน นักท่องเที่ยวมีแบบแผนการใช้จ่ายเงิน (ประเภทสินค้า/ของที่ระลึกของฝาก) โดยเลือกซื้อสินค้าบริโภคเป็นส่วนใหญ่ สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตที่นักท่องเที่ยวนิยมไปคือ แหลมพรหมเทพ สิ่งที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจคือ สภาพแวดล้อมและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์เฉลี่ยที่แพง ซึ่งเป็นปัญหาและอุปสรรคด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตอีกครั้ง การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยใช้สมการถดถอยโลจิสติก (Binomial Logit Model) ผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า อายุ ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพมหานคร ภาคตะวันออก และภาคใต้ ระดับการศึกษา โดยเฉพาะของนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และรายได้เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยว

ชาวไทยในทิศทางบวก ในส่วนของอาชีพ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เป็น นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และการตั้งงบประมาณสำหรับการท่องเที่ยว จะมีผลต่อการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทยในทิศทางลบ สำหรับตัวแปรอื่น ๆ พบว่าไม่มีอิทธิพลต่อการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย

นคร ลักษณะกาญจน์. (2546) ศึกษาลักษณะการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อมาพักผ่อนเป็นหลัก และเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดภูเก็ตเป็นครั้งแรก และบุคคลที่มาท่องเที่ยวด้วย คือ มากับสามีหรือภรรยา แรงจูงใจที่ทำให้ตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต คือ มีสถานที่ที่อยากไปและส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะจัดการเรื่องการท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่าแพ็คเกจทัวร์ มีการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต 4 - 7 วัน และจากข้อมูลที่ทำการศึกษาพบอีกว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตนานถึง 8 - 14 วัน และกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเลือกพักที่โรงแรม/รีสอร์ท ด้วยราคาที่พักต่อกัน คืน 3,501 - 4,500 บาท และเลือกที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว หลังจากท่องเที่ยวที่จังหวัดภูเก็ตจะเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศไทยอีก โดยไปท่องเที่ยวต่อที่กรุงเทพฯ และเมื่อออกจากประเทศไทยแล้ว จะเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศอื่นในภูมิภาคเอเชีย ระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตจะเลือกรับประทานอาหารไทย และค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เสียไปกับค่าที่พัก ส่วนค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดต่าง ๆ ใช้จ่ายประมาณ 1,001 - 2,000 บาทต่อคนต่อวัน ชาวตะวันตกออกกลาง ส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่าย ไม่รวมค่าที่พักสูงถึง 4,000 บาทต่อคนต่อวัน และนิยมเลือกซื้อหัตถกรรมพื้นเมืองเพื่อเป็นของที่ระลึก และจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตซ้ำอีกครั้ง

สิทธิศักดิ์ ชุณหรั้งโรจน์. (2546) ศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย โดยวัดค่าอุปสงค์เป็นปริมาณวันที่นักท่องเที่ยวพำนักในประเทศไทย การศึกษาได้จำแนกฟังก์ชันอุปสงค์ตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว 2 กลุ่ม ได้แก่ สัญชาติญี่ปุ่นและสัญชาติเยอรมัน โดยพิจารณาให้ประเทศมาเลเซีย เป็นคู่แข่งทางการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันถูกกำหนดจากปัจจัย 7 ประการ ได้แก่ ราคาการท่องเที่ยวต่อวันในประเทศไทย ราคาการท่องเที่ยวต่อวันในประเทศมาเลเซีย รายได้ต่อหัวของนักท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน และการจัดปีเทศกาลส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย สำหรับนักท่องเที่ยวสัญชาตินี้ การท่องเที่ยวในประเทศไทยและการท่องเที่ยวในประเทศมาเลเซียสามารถทดแทนกันได้และการท่องเที่ยวของประเทศไทยไม่สามารถทำการแข่งขันด้านราคากับการท่องเที่ยวของประเทศมาเลเซียได้ ในกรณีของนักท่องเที่ยวสัญชาติญี่ปุ่นพบว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศของนักท่องเที่ยวสัญชาตินี้ถูกกำหนดจากปัจจัย 2

ประการ ได้แก่ ราคาการท่องเที่ยวต่อวันในประเทศไทย และรายได้ต่อหัวของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวในประเทศไทยและการท่องเที่ยวในประเทศมาเลเซียไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกันและไม่สามารถทดแทนกันได้

สมชัย ธรรมสวยดี. (2546) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและชาวแคนาดาเดียนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันจำนวน 252 คน และนักท่องเที่ยวชาวแคนาดาเดียนจำนวน 140 คน รวมทั้งสิ้น 392 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที่ การวิเคราะห์องค์ประกอบและการวิเคราะห์การถดถอยแบบเส้นตรงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและชาวแคนาดาเดียนที่เข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยมีรายได้ต่อปีน้อยกว่า 39,999 ดอลลาร์สหรัฐมากที่สุด มีทัศนคติเชิงบวกต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุดและปัจจัยผลิตภัณฑ์เป็นเหตุจูงใจสำคัญที่สุดให้มาท่องเที่ยวประเทศไทย นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและชาวแคนาดาเดียนมีค่าใช้จ่ายต่อวันเฉลี่ย 64.9 ดอลลาร์สหรัฐ มีจำนวนวันพำนักเฉลี่ย 21.09 วัน และมีจำนวนครั้งที่มาเฉลี่ย 2.87 ครั้ง ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและชาวแคนาดาเดียนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และทัศนคติที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและชาวแคนาดาเดียนก่อนและหลังเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความแตกต่างกัน 0.5

นิภาภัทร จันทรวงศ์. (2545) ศึกษาการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยในการศึกษาใช้ข้อมูลปฐมภูมิ จำนวน 386 ตัวอย่าง ด้วยการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบโควตาและวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองมัลติโนเมียลโลจิท ประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธีภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimation : MLE) ผลการวิเคราะห์พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่มีต่อการท่องเที่ยวแต่ละลักษณะจะมีตัวแปรที่มีผลต่อความน่าจะเป็นตามลักษณะพฤติกรรมทางเลือกโดยสามารถเรียงตามลำดับความสำคัญของตัวแปรได้ดังนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางเฉพาะประเทศไทย ตัวแปรประสบการณ์ในการท่องเที่ยวประเทศไทย เพศ รายได้ สัญชาติ อาชีพ และระดับราคาโรงแรม โดยเปรียบเทียบเป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญ ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงทั้งประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านนั้น ตัวแปรลักษณะกลุ่มผู้ร่วมเดินทาง ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวประเทศไทย การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มอนุภูมิภาค รายได้ เพศ และอาชีพ เป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญ สำหรับผลการวิเคราะห์ทางด้านอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวที่ประเทศไทย และกลุ่มอนุภูมิภาค จะได้รับนั้น พบว่า โอกาสในการที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาค

จะตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไป โดยเลือกประเทศไทยเข้าร่วมในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยมีมากขึ้น

จากการตรวจเอกสารทั้งหมดข้างต้น พบว่า แนวคิดของการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวมีทั้งข้อมูลปฐมภูมิที่ใช้แบบสอบถามจากการสุ่มตัวอย่าง แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคที่แตกต่างกัน เช่น การวิเคราะห์โดยใช้สมการแบบถดถอยโลจิสติก การวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Eviews สถิติที่ใช้ เช่น ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า F-test ส่วนข้อมูลทุติยภูมิ มีทั้งแบบรายไตรมาส โดยใช้เทคนิคแบบถดถอยเชิงซ้อนสำหรับสร้างสมการอุปสงค์ ใช้โปรแกรมเชิงเส้น (Linear Log) ประมาณค่าสัมประสิทธิ์และความยืดหยุ่น และข้อมูลทุติยภูมิประเภทอนุกรมเวลารายปี ใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงซ้อนในรูปล็อกการิทึม เพื่อประมาณค่าสมการอุปสงค์ ซึ่งนำมาใช้ประโยชน์ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ซึ่งเป็นการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวเกาะสมุย โดยมูลปฐมภูมิจะเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS หาค่าด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยหาค่า ไค - สแควร์ กำหนดตัวแปรตลอดจนข้อคำถามโดยการใช้การทบทวนสังเคราะห์ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยต่างประเทศ

เชอุง กายัน. (Cheung Ka Yan, 2006) ได้ศึกษาเรื่อง Modeling And Forecasting Hong Kong Tourist Arrivals เนื่องจาก เมื่อไม่นานมานี้ รัฐบาลฮ่องกงได้ประสบกับปัญหาโรคซาร์ ส่งผลให้กระทบกับโครงสร้างต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจของฮ่องกง รัฐบาลทราบดีว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจ และนอกจากนี้ได้กล่าวอีกว่าการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมาจากกลยุทธ์การตลาดที่ดี ความจำเป็นที่สุดในการคาดการณ์ความต้องการการท่องเที่ยวในฮ่องกงและเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพจะต้องมีการวางแผนงานและแผนการปกครอง ซึ่งส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงการท่องเที่ยวในฮ่องกง โดยใช้สถิติและเทคนิคต่าง ๆ ในการวิเคราะห์การท่องเที่ยวฮ่องกง เพื่อตรวจสอบความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในฮ่องกง

กัน ฮวง ฮวง. (Kun - Huang Huang, 2006) ได้ศึกษาเรื่อง An Advanced Approach to Forecasting Tourism Demand in Taiwan ปัจจัยสำคัญของธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งจะมีความสำคัญและส่งผลให้เจ้าของกิจการประสบความสำเร็จ และมีเทคนิคมากมายที่จะนำมาประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุงองค์ประกอบต่าง ๆ ต่าง ๆ ให้ประสบผลสำเร็จ และเพื่อศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ ของประเทศไต้หวัน อีกนัยหนึ่ง เป็นการประยุกต์ใช้แบบอย่างต่าง ๆ ในการแก้ไข

ปัญหาที่เกิดขึ้นในได้หวั่น รวมถึงแสดงลักษณะโครงสร้างแบบจุดไม่ใช่เชิงเส้น และ โปรแกรมเวลาที่เป็น โครงสร้างพื้นฐานซึ่งเป็นการปฏิบัติตามแบบอย่าง

รูเบ็น เฮอร์ทัส การ์เซีย. (Ruben Huertas Garcia. 2006) ได้ศึกษาเรื่อง Estimation of International Tourism Demand Elasticities ได้ศึกษาเรื่องความต้องการในด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยมีจุดมุ่งหมายคือ ความไว้วางใจในอัตราราคา มีความเป็นไปได้จากรายได้ของผู้บริโภค ความพึงพอใจของผู้บริโภคและจุดมุ่งหมายในการก่อตั้งสถานประกอบการให้ประสบความสำเร็จ เนื่องจากสถานะทางสังคมยังคงสภาพคืออยู่ ปัจจัยที่เกี่ยวกับการเมืองการปกครองและวัฒนธรรมราคาผลิตภัณฑ์จะปรับตัวเองไปอย่างอัตโนมัติ จะปรับตัวจากรายได้และตัวแทนจากผู้อำนวยการผลิตภัณฑ์ สิ่งที่ใช้วัดจำนวนอัตราร้อยละ 1 ที่เปลี่ยนความต้องการในการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นความไม่แน่นอนในปัจจัยต่าง ๆ ในขณะที่ความคาดหวังของปัจจัยต่าง ๆ ที่นำมาใช้ประโยชน์ ซึ่งเป็นการปฏิเสธอย่างสุภาพ สำหรับปัจจัยการท่องเที่ยวส่งผลให้รายได้เพิ่มขึ้นตามความต้องการ ปริมาณความต้องการที่ลดลงและอัตราการแลกเปลี่ยนของราคาที่ยกเลิก การปรับตัวได้อย่างรวดเร็วเป็นความต้องการที่สำคัญในการวางแผนของจุดมุ่งหมาย สำหรับการคาดคะเนความต้องการการท่องเที่ยวจึงต้องเหมาะสมและถูกต้อง ปัจจัยสำคัญสำหรับความต้องการต่าง ๆ ที่นำมาใช้ประโยชน์ ซึ่งชี้ให้เห็นความต้องการที่สำคัญ การผลิตอย่างถูกต้องตรงตามความต้องการของการท่องเที่ยวในอนาคต

ชู เตียน โกล. (Shu Tian Cole. 2006) ได้ศึกษาเรื่อง Service Quality Dimensions Affecting Nature Tourists' Intentions to Revisit จุดมุ่งหมายของการศึกษา คือเพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของมิติคุณภาพการบริการ บนพื้นฐานความตั้งใจเยี่ยมชมอีกครั้งของนักท่องเที่ยว ผลของการศึกษาพบว่าความพยายามในการอนุรักษ์ และการศึกษาเกี่ยวกับที่พัก เป็นสิ่งสนับสนุนความตั้งใจมาเยี่ยมชมอีกครั้งของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ในขณะที่ข้อมูลสารสนเทศและผู้ร่วมงานสนับสนุนความตั้งใจมาเยี่ยมชมอีกครั้งของนักท่องเที่ยวรองลงมา และความสะดวกสบายของสิ่งอำนวยความสะดวก สนับสนุนความตั้งใจมาเยี่ยมชมอีกครั้งของนักท่องเที่ยวน้อยที่สุด

เรซินา กาทาโฟโน และ อารูนา กวนเดอ. (Resina Katafono and Aruna Gounder. 2004) ได้ศึกษาเรื่อง Modelling Tourism Demand in Fiji ได้กล่าวไว้สำหรับฟิจิ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยมีต้องสงสัย ความสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จุดมุ่งหมายของแบบแผนนี้คือ ความต้องการการท่องเที่ยวในฟิจิ การบริการและการตรวจสอบข้อผิดพลาดเป็นเทคนิคที่ใช้และได้เสริมสร้างความคิดเกี่ยวกับความต้องการการท่องเที่ยวในฟิจิ 2 แบบอย่าง ทั้งแบบแผนที่ส่งผลพัทธ์ระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งเป็นความต้องการของนักท่องเที่ยว

สิ่งที่ตรงกันข้ามกับความคาดหมายความต้องการการท่องเที่ยวคือ อัตราค่าบริการที่อยู่ในขั้นที่เหมาะสม การดำเนินการอย่างกะทันหันเป็นการยับยั้งความต้องการการท่องเที่ยวได้

เควิน เค.เอฟ. (Kevin K.F. 2003) ได้ศึกษาเรื่อง Factors Affecting Demand for Tourism in Hong Kong ปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงในการท่องเที่ยวของฮ่องกง ซึ่งตัวอย่างความต้องการจะมี 7 ตัวอย่างด้วยกัน รวมไปถึงตัวอย่างที่ประกอบไปด้วยการเยี่ยมชมสถานที่สำคัญของฮ่องกง ซึ่งเป็นตัวแปรที่มีความหมายรวมถึงการประเมินขึ้นวิกฤตทางการเงินของฮ่องกง ในปี 1997 - 1998 : ผลกระทบเกี่ยวกับบ้านจะไม่มีส่วนลด ราคาที่ไม่สัมพันธ์กับการใช้บริการของนักท่องเที่ยว อัตราการแลกเปลี่ยน และปัจจัยอื่น ๆ เช่นเดียวกับการเปลี่ยนแปลงอำนาจของกษัตริย์ในฮ่องกง และฤดูกาลก็เป็นปัจจัยสำคัญด้วยเช่นกัน

จากการตรวจเอกสารงานวิจัยต่างประเทศพบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นแต่ละประเทศจะต้องศึกษาและวางแผนเกี่ยวกับการที่จะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเจริญเติบโต ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดี ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ คุณภาพของการบริการที่ดี จะเป็นส่วนช่วยให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเติบโตได้ และได้นำความรู้เกี่ยวกับ คุณภาพของการบริการที่ดีมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินี้ ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการศึกษาวิจัยในเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อถามกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และข้อมูลทุติยภูมิจากการค้นคว้าเอกสารและตำราต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินการวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย พ.ศ. 2550 จำนวน 897,799 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550)
2. กลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวเกาะสมุย โดยใช้สูตรของ ทาโร ยามานะ (Yamane, อ้างถึงใน พิสนุ พงศ์ศรี, 2549 : 112)

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

- โดย
- n = ขนาดตัวอย่าง
 - N = ขนาดประชากร
 - e = ความคลาดเคลื่อน 0.05

ขั้นที่ 1 กลุ่มตัวอย่างจากประชากรรวมทั้งสิ้น 897,799 คน

$$\begin{aligned} \text{จากสูตร} \quad n &= \frac{N}{1 + N(e^2)} \\ n &= \frac{897,799}{1 + 897,799 (.05)^2} \\ &= 399.82 \end{aligned}$$

จากการแทนสูตรดังกล่าว ผลการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษาเท่ากับ 399.82 ตัวอย่าง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 400 ตัวอย่าง

ขั้นที่ 2 การสุ่มตัวอย่างสำคัญในอำเภอ พื้นที่แบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่าง คือ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญเกาะสมุย ได้แก่ หาดเฉวง หาดละไม หาดบางรักษ์ อ่าวหน้าทอน น้ำตกหน้าเมือง หินตาหินยาย และศูนย์ฝึกลิงสมุย

ขั้นที่ 3 การเก็บข้อมูล ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามภาษาอังกฤษ จากการศึกษาข้อมูลเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและนำมาเป็นแนวทางในการจัดทำแบบสอบถามเกี่ยวกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวเกาะสมุย เช่น เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด อาชีพ สถานภาพสมรส สัญชาติ ภูมิลำเนา จำนวนวันพำนัก และรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยกำหนดอุปสงค์ ได้แก่ ด้านราคา ด้านเศรษฐกิจ ด้านคุณภาพของการบริการ ด้านสังคม และด้านฤดูกาลท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับอุปสงค์การท่องเที่ยว ได้แก่ อุปสงค์ต่อราคา อุปสงค์ต่อรายได้และอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกาะสมุยเป็นแบบสอบถามของคำถามปลายเปิด

โดยคำถามในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 จะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประกอบด้วยข้อความที่มีระดับความสำคัญแต่ละด้าน และมีคำถามให้เลือก 5 ระดับ คือ 5 ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4 ระดับความสำคัญมาก 3 ระดับความสำคัญปานกลาง 2 ระดับความสำคัญน้อย และ 1 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด โดยคำนวณค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 103) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ระดับค่าเฉลี่ย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

4.20 - 5.00 หมายถึง	ระดับความสำคัญมากที่สุด
3.40 - 4.19 หมายถึง	ระดับความสำคัญมาก
2.60 - 3.39 หมายถึง	ระดับความสำคัญปานกลาง
1.80 - 2.59 หมายถึง	ระดับความสำคัญน้อย
1.00 - 1.79 หมายถึง	ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

วิธีการสร้างเครื่องมือ

การสร้างแบบสอบถามในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือโดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. การนำข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ การศึกษาสูงสุด อาชีพ สถานภาพสมรส สัญชาติ ภูมิลำเนา จำนวนวันพำนัก และรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีมาใช้ให้สอดคล้องกับการตั้งคำถาม
3. สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้ แล้วนำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และให้ข้อเสนอแนะพร้อมทั้งดำเนินการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องตามคำแนะนำ

4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความสอดคล้องของคำถาม กับคุณลักษณะของตัวแปรที่ต้องการวัด ตามที่ได้นิยามไว้ และความถูกต้องครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา รวมทั้งความชัดเจนของภาษาที่ใช้ เพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

5. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มาท่องเที่ยวเกาะสมุย จำนวน 40 ชุด ก่อนที่จะนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง เพื่อทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นด้วยโปรแกรมสำหรับรูปช่วยคำนวณ ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9438

6. นำแบบสอบถามที่ได้หาความเที่ยงตรง (Validity) และหาความเชื่อมั่น (Reliability) มาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์มากขึ้น และนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ สามารถจำแนกได้เป็น 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัย เก็บรวบรวมจากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเกาะสมุย ในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา คือ ระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2552 โดยสถานที่ดำเนินการเก็บข้อมูล คือ สถานที่ท่องเที่ยวอำเภอเกาะสมุย ได้แก่ หาดเฉวง หาดละไม หาดบางรักษ์ อ่าวหน้าทอน น้ำตกหน้าเมือง หินตาหินยาย และศูนย์ฝึกยิงสมุย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยทำการค้นคว้าเก็บข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา และบทความต่าง ๆ ผลงานวิจัย วิทยานิพนธ์ การศึกษาค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต รวมทั้งข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคใต้ เขต 5 จังหวัดสุราษฎร์ธานี

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window ใช้สถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ไคสแควร์ (Chi - Square) โดยค่าต่าง ๆ ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด อาชีพ สถานภาพสมรส เชื้อชาติ ภูมิลำเนา จำนวนวันพำนัก และรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี โดยใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. วิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ และอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย โดยการวิเคราะห์ค่าสถิติไค - สแควร์ (Chi - Square)
4. วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย โดยการวิเคราะห์ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi - Square)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วยสาระสำคัญเกี่ยวกับสัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการแปลความหมาย ดังนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
df	แทน	ค่าความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลรวมกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยกำลังสอง (Mean of Squares)
Sig	แทน	นัยสำคัญทางสถิติ (Significance)
χ^2	แทน	ไคสแควร์ (Chi - Square)
*	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวเกาะสมุย โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 ศึกษาระดับความสำคัญ ของปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว และอุปสงค์การท่องเที่ยว โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยใช้สถิติ การทดสอบไค - สแควร์

ตอนที่ 4 ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยกำหนดอุปสงค์กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย โดยใช้สถิติ การทดสอบไค - สแควร์

ตอนที่ 5 ศึกษาปัญหา ข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกาะสมุย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวเกาะสมุย

ตารางที่ 4.1 ความถี่และจำนวนร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
เพศ		
1. ชาย	230	57.5
2. หญิง	170	42.5
อายุ		
1. น้อยกว่า 15 ปี	3	0.8
2. 15 - 24 ปี	101	25.3
3. 25 - 34 ปี	218	54.5
4. 35 - 44 ปี	58	14.5
5. 45 - 54 ปี	16	4.0
6. 55 - 64 ปี	1	0.3
7. 65 ปีขึ้นไป	3	0.8
การศึกษา		
1. ประถมศึกษา	6	1.5
2. มัธยมศึกษาตอนต้น	40	10.0
3. มัธยมศึกษาตอนปลาย	87	21.8
4. อนุปริญญา	126	31.5
5.ปริญญาตรี	97	24.3

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
การศึกษา (ต่อ)		
6. ปริญญาโท	43	10.8
7. ปริญญาเอก	0	0.0
8. อื่น ๆ	1	0.3
อาชีพ		
1. ข้าราชการ	34	8.5
2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	36	9.0
3. เจ้าของกิจการ	119	29.8
4. พนักงานขาย	40	10.0
5. ลูกจ้าง/รับจ้าง	65	16.3
6. เกษตรกร	2	0.5
7. แม่บ้าน	6	1.5
8. นักศึกษา	78	19.5
9. อื่น ๆ	20	5.0
สถานภาพสมรส		
1. โสด	315	78.8
2. สมรส	61	15.3
3. หย่า	23	5.8
4. หม้าย	1	0.3
ภูมิลำเนา		
1. อเมริกา	79	19.8
2. ยุโรป	202	50.5
3. อเมริกาเหนือ	17	4.3
4. อเมริกาใต้	26	6.5
5. แอฟริกา	2	0.5
6. ออสเตรเลีย	62	15.5
7. อื่น ๆ	12	3.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
จำนวนวันพำนัก		
1. 1 - 3 วัน	34	8.5
2. 4 - 6 วัน	140	35.0
3. 7 - 9 วัน	106	26.5
4. มากกว่า 9 วัน	74	18.5
5. อื่น ๆ	46	11.5
รายได้เฉลี่ยต่อปี		
1. ต่ำกว่า 20,000 USD/ปี	56	14.0
2. 20,001- 40,000 USD/ปี	68	17.0
3. 40,001 - 60,000 USD/ปี	93	23.3
4. 60,001 - 80,000 USD/ปี	88	22.0
5. 80,001 - 100,000 USD/ปี	40	10.0
6. มากกว่า 100,000 USD/ปี	55	13.8
ผู้ร่วมมาท่องเที่ยวเกาะสมุย		
1. คนเดียว	76	19.0
2. คู่รักเกจทัวร์หรือบริษัทนำเที่ยว	37	9.3
3. มากับเพื่อน	239	59.8
4. ทักษะศึกษา	23	5.8
5. ศึกษาดูงาน	4	1.0
6. อื่น ๆ	21	5.3
จำนวนครั้งมาท่องเที่ยวเกาะสมุย		
1. มาครั้งแรก	174	43.5
2. 1 - 2 ครั้ง	101	25.3
3. 3 - 4 ครั้ง	97	24.3
4. 5 ครั้ง ขึ้นไป	28	7.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยว		
1. เพื่อพักผ่อน	171	42.8
2. เพื่อทำธุรกิจส่วนตัว	6	1.5
3. เพื่อความบันเทิง	137	34.3
4. เพื่อประชุม/สัมมนา	16	4.0
5. เพื่อมาทำงาน	22	5.5
6. เพื่อมาเยี่ยมญาติ/เพื่อน	40	10.0
7. อื่น ๆ	8	2.3
พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย		
1. เครื่องบิน	267	66.8
2. รถไฟ	75	18.8
3. รถโดยสารประจำทาง	56	14.0
4. รถส่วนตัว	2	0.5
ทำนทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากแหล่งใด		
1. ครอบครัว	14	3.5
2. เพื่อน	105	26.3
3. บริษัทนำเที่ยว	52	13.0
4. วารสาร/นิตยสาร	42	10.5
5. อินเทอร์เน็ต	183	45.8
6. อื่น ๆ	4	1.0

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษาจำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 57.5) อายุระหว่าง 25 - 34 ปี (ร้อยละ 54.5) ส่วนใหญ่จบการศึกษานุปริญญา (ร้อยละ 31.5) มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ (ร้อยละ 29.8) มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 78.8) มีภูมิลำเนาอยู่ที่ยุโรป (ร้อยละ 50.5) มีจำนวนวันพำนัก 7 - 9 วัน (ร้อยละ 26.5) มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 40,001 - 60,000 USD/ปี (ร้อยละ 23.3) มาท่องเที่ยวเกาะสมุยกับ

เพื่อน (ร้อยละ 59.8) มาท่องเที่ยวเกาะสมุยครั้งแรก (ร้อยละ 43.5) มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยวเพื่อพักผ่อน (ร้อยละ 42.8) พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย คือ เครื่องบิน (ร้อยละ 66.8) ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 45.8)

ตอนที่ 2 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์และอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ โดยรวม

ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านราคา	3.45	0.53	มาก
ด้านเศรษฐกิจ	3.56	0.69	มาก
ด้านคุณภาพของการบริการ	4.02	0.56	มาก
ด้านสังคม	3.67	0.59	มาก
ด้านฤดูกาลท่องเที่ยว	4.43	0.59	มากที่สุด
รวม	3.83	0.59	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่าระดับความสำคัญของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดอุปสงค์มากที่สุด คือ ด้านฤดูกาลท่องเที่ยว ส่วนด้านอื่น ๆ ให้ความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์

ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านราคา			
1. ค่าที่พัก	3.78	0.63	มาก
2. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	3.54	0.90	มาก
3. ค่าพาหนะในการเดินทาง	3.36	0.76	ปานกลาง
4. ค่าซื้อสินค้าที่ระลึก	2.62	0.95	ปานกลาง
5. ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิง	3.95	1.09	มาก
รวม	3.45	0.53	มาก
ด้านเศรษฐกิจ			
1. รายรับ	3.80	0.93	มาก
2. อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	3.60	0.88	มาก
3. อัตราเงินเฟ้อ	3.28	0.86	ปานกลาง
รวม	3.56	0.69	มาก
ด้านคุณภาพของการบริการ			
1. ความเป็นมิตรไมตรีของชาวเกาะสมุย	4.50	0.71	มากที่สุด
2. ความสุภาพอ่อนโยน ใส่ใจลูกค้าของผู้บริการ	4.02	0.78	มาก
3. ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว	3.53	0.73	มาก
รวม	4.02	0.56	มาก

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านสังคม			
1. ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ของชาวเกาะสมุย	4.19	0.84	มาก
2. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	3.64	0.79	มาก
3. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	3.60	0.77	มาก
4. ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์	3.50	0.91	มาก
5. สาธารณูปโภคอื่น ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ ที่ทิ้งขยะ	3.43	0.90	มาก
รวม	3.67	0.59	มาก
ด้านฤดูกาลท่องเที่ยว			
1. ลักษณะภูมิอากาศของเกาะสมุย	4.39	0.76	มากที่สุด
2. ลักษณะภูมิประเทศของเกาะสมุย	4.57	0.60	มากที่สุด
3. วันหยุดช่วงเทศกาลของนักท่องเที่ยว	4.34	0.81	มากที่สุด
รวม	4.43	0.59	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ความสำคัญของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิง อยู่ในระดับมากที่สุด

ความสำคัญของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านเศรษฐกิจ โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รายรับอยู่ในระดับมากที่สุด

ความสำคัญของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านคุณภาพของการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความเป็นมิตรไมตรีของชาวเกาะสมุย อยู่ในระดับมากที่สุด

ความสำคัญของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านสังคม โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน

ความสำคัญของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านฤดูกาลท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย โดยรวม

อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย	\bar{X}	S.D.	ความสำคัญ
ด้านอุปสงค์ต่อราคา	3.76	0.76	มาก
ด้านอุปสงค์ต่อรายได้	4.16	0.61	มาก
ด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง	3.57	0.66	มาก
รวม	3.83	0.55	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่าความสำคัญของอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย

อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย	\bar{X}	S.D.	ความสำคัญ
อุปสงค์ต่อราคา			
1. ความเหมาะสมของราคาสินค้า/บริการ	4.21	0.73	มากที่สุด
2. เพื่อกิจกรรม	3.62	0.99	มาก
3. การลดพิเศษเพื่อส่งเสริมการขาย	3.48	1.01	มาก
4. จัดให้มีบริการทางการเงินที่สะดวก	3.50	1.10	มาก
รวม	3.76	0.76	มาก
อุปสงค์ต่อรายได้			
1. งบประมาณสำหรับการท่องเที่ยว	4.18	0.825	มาก
2. รายได้พิเศษ	3.70	0.878	มาก
3. ความสวยงามของเกาะสมุย	4.61	0.675	มากที่สุด
รวม	4.16	0.61	มาก
อุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง			
1. ราคาห้องพักเฉลี่ยถูกกว่าที่อื่นในแบบเดียวกัน	3.67	0.74	มาก
2. ราคาค่าพาหนะเดินทางถูกกว่าที่อื่น	3.59	0.75	มาก
3. ได้รับความสะดวกในการใช้จ่ายสูงกว่า	3.47	0.90	มาก
รวม	3.57	0.66	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ความสำคัญของอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ราคา โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความเหมาะสมของราคาสินค้า/บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด

ความสำคัญของอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อรายได้ โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสวยงามของเกาะสมุย อยู่ในระดับมากที่สุด

ความสำคัญของอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน

ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคลกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย
โดยมีสมมุติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย

ตารางที่ 4.6 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย
ด้านอุปสงค์ต่อราคา

อุปสงค์ การ ท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ					รวม	χ^2	Sig.
		น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
อุปสงค์ต่อ ราคา	เพศ								
	1. ชาย	0 (0.0)	10 (2.5)	86 (21.5)	81 (20.3)	53 (13.3)	230 (57.5)		
	2. หญิง	0 (0.0)	5 (1.3)	66 (16.5)	73 (18.3)	26 (6.5)	170 (42.5)		
	รวม	0 (0.0)	15 (3.8)	152 (38.0)	154 (38.5)	79 (19.8)	400 (100.0)	5.055	0.168
อายุ	1. น้อยกว่า 15 ปี	0 (0.0)	1 (0.3)	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (0.8)		
	2. 15 - 24 ปี	0 (0.0)	5 (5.0)	51 (50.5)	41 (40.6)	4 (4.0)	101 (100.0)		
	3. 25 - 34 ปี	0 (0.0)	5 (1.3)	73 (18.3)	79 (19.8)	60 (15.0)	217 (54.3)		
	4. 35 - 44 ปี	0 (0.0)	2 (0.5)	25 (6.3)	17 (4.3)	14 (3.5)	58 (14.5)		
	5. 45 - 54 ปี	0 (0.0)	1 (0.3)	1 (0.3)	13 (3.3)	1 (0.3)	16 (4.0)		
	6. 55 - 64 ปี	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	0 (0.0)	2 (0.5)		
	7. 65 ปีขึ้นไป	0 (0.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	2 (0.5)	0 (0.0)	3 (0.8)		
	รวม	0 (0.0)	15 (3.8)	152 (38.0)	154 (38.5)	79 (19.8)	400 (100.0)	64.578	0.000*

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

อุปสงค์ การ ท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ					รวม	χ^2	Sig.
		น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
อุปสงค์ต่อ ราคา	การศึกษา								
	1. ประถมศึกษา	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (0.8)	1 (0.3)	2 (0.5)	6 (1.5)		
	2. มัธยมศึกษา ตอนต้น	0 (0.0)	1 (0.3)	26 (6.5)	10 (2.5)	3 (0.8)	40 (10.0)		
	3. มัธยมศึกษา ตอนปลาย	0 (0.0)	3 (0.8)	33 (8.3)	34 (8.5)	18 (4.5)	88 (22.0)		
	4. อนุปริญญา	0 (0.0)	4 (1.0)	37 (9.3)	49 (12.3)	36 (9.0)	126 (31.5)		
	5.ปริญญาตรี	0 (0.0)	4 (1.0)	22 (5.5)	51 (12.8)	20 (5.0)	97 (24.3)		
	6.ปริญญาโท	0 (0.0)	3 (0.8)	31 (7.8)	9 (2.3)	0 (0.0)	43 (10.8)		
	รวม	0 (0.0)	15 (3.8)	152 (38.0)	154 (38.5)	79 (19.8)	400 (100.0)	59.481	0.000*
อาชีพ	อาชีพ								
	1. ข้าราชการ	0 (0.0)	0 (0.0)	9 (2.3)	19 (4.8)	6 (1.5)	34 (8.5)		
	2. พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	0 (0.0)	2 (0.5)	8 (2.0)	16 (4.0)	10 (2.5)	36 (9.0)		
	3. เจ้าของกิจการ	0 (0.0)	4 (1.0)	24 (6.0)	38 (9.5)	52 (13.0)	118 (29.5)		
	4. พนักงานขาย	0 (0.0)	1 (0.3)	24 (6.0)	15 (3.8)	1 (0.3)	41 (10.3)		

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

อุปสงค์ การ ท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ					รวม	χ^2	Sig.
		น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
อุปสงค์ต่อ ราคา	อาชีพ (ต่อ)								
	5. ลูกจ้าง/รับจ้าง	0 (0.0)	4 (1.0)	23 (5.8)	36 (9.0)	2 (0.5)	65 (16.3)		
	6. เกษตรกร	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	1 (0.3)	2 (0.5)		
	7. แม่บ้าน	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	4 (1.0)	0 (0.0)	6 (1.5)		
	8. นักศึกษา	0 (0.0)	3 (0.8)	52 (13.0)	17 (4.3)	6 (1.5)	78 (19.5)		
	9. อื่น ๆ	0 (0.0)	1 (0.3)	10 (2.5)	8 (2.0)	1 (0.3)	20 (5.0)		
	รวม	0 (0.0)	15 (3.8)	152 (38.0)	154 (38.5)	79 (19.8)	400 (100.0)	117.571	0.000*
	สถานภาพสมรส								
	1. โสด	0 (0.0)	14 (3.5)	136 (34.0)	93 (23.3)	71 (17.8)	314 (78.5)		
	2. สมรส	0 (0.0)	0 (0.0)	14 (3.5)	40 (10.0)	7 (1.8)	61 (15.3)		
	3. หย่า	0 (0.0)	1 (0.3)	1 (0.3)	21 (5.3)	0 (0.0)	23 (5.8)		
	4. หม้าย	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	1 (0.3)	2 (0.5)		
	รวม	0 (0.0)	15 (3.8)	152 (38.0)	154 (38.5)	79 (19.8)	400 (100.0)	60.063	0.000*
	ภูมิภาค								
	1. อเมริกา	0 (0.0)	2 (0.5)	38 (9.5)	34 (8.5)	5 (1.3)	79 (19.8)		

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

อุปสงค์ การ ท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ					รวม	χ^2	Sig.
		น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
อุปสงค์ต่อ ราคา	ภูมิภาค								
	2. ยุโรป	0 (0.0)	9 (2.3)	69 (17.3)	66 (16.5)	58 (14.5)	202 (50.5)		
	3. อเมริกาเหนือ	0 (0.0)	1 (0.3)	10 (2.5)	4 (1.0)	2 (0.5)	17 (4.3)		
	4. อเมริกาใต้	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	22 (5.5)	3 (0.8)	26 (6.5)		
	5. แอฟริกา	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)		
	6. ออสเตรเลีย	0 (0.0)	3 (0.8)	32 (8.0)	16 (4.0)	11 (2.8)	62 (15.5)		
	7. อื่น ๆ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	12 (3.0)	0 (0.0)	12 (3.0)		
	รวม	0 (0.0)	15 (3.8)	152 (38.0)	154 (38.5)	79 (19.8)	400 (100.0)	77.374	0.000*
	จำนวนวันพัก								
	1. 1 - 3 วัน	0 (0.0)	1 (0.3)	10 (2.5)	22 (5.5)	1 (0.3)	34 (8.5)		
	2. 4 - 6 วัน	0 (0.0)	3 (0.8)	56 (14.0)	58 (14.5)	23 (5.8)	140 (35.0)		
	3. 7 - 9 วัน	0 (0.0)	1 (0.3)	34 (8.5)	31 (7.8)	40 (10.0)	106 (26.5)		
	4. มากกว่า 9 วัน	0 (0.0)	3 (0.8)	28 (7.0)	34 (8.5)	9 (2.3)	74 (18.5)		
5. อื่น ๆ	0 (0.0)	7 (1.8)	24 (6.0)	9 (2.3)	6 (1.5)	46 (11.5)			
รวม	0 (0.0)	15 (3.8)	152 (38.0)	154 (38.5)	79 (19.8)	400 (100.0)	63.915	0.000*	

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

อุปสงค์ การ ท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ					รวม	χ^2	Sig.
		น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
อุปสงค์ต่อ ราคา	รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน								
	1. ต่ำกว่า 20,000 USD/ปี	0 (0.0)	3 (0.8)	32 (8.0)	11 (2.8)	10 (2.5)	56 (14.0)		
	2. 20,001 - 40,000 USD/ปี	0 (0.0)	7 (1.8)	40 (10.0)	14 (3.5)	7 (1.8)	68 (17.0)		
	3. 40,001 - 60,000 USD/ปี	0 (0.0)	5 (1.3)	37 (9.3)	48 (12.0)	3 (0.8)	93 (23.3)		
	4. 60,001 - 80,000 USD/ปี	0 (0.0)	0 (0.0)	31 (7.8)	41 (10.3)	16 (4.0)	88 (22.0)		
	5. 80,001 - 100,000 USD/ปี	0 (0.0)	0 (0.0)	9 (2.3)	25 (6.3)	6 (1.5)	40 (10.0)		
	6. มากกว่า 100,000 USD/ปี	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (0.8)	15 (3.8)	37 (9.3)	55 (13.8)		
รวม	0 (0.0)	15 (3.8)	152 (38.0)	154 (38.5)	79 (19.8)	400 (100.0)	150.716	0.000*	

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย พบว่า ด้านอุปสงค์ต่อราคา มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.7 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย
ด้านอุปสงค์ต่อรายได้

อุปสงค์ การท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ					รวม	χ^2	Sig.
		น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
อุปสงค์ต่อ รายได้	เพศ								
	1. ชาย	0 (0.0)	4 (1.0)	39 (9.8)	98 (24.5)	89 (22.3)	230 (57.5)		
	2. หญิง	0 (0.0)	0 (0.0)	30 (7.5)	75 (18.8)	65 (16.3)	170 (42.5)		
	รวม	0 (0.0)	4 (1.0)	69 (17.3)	173 (43.3)	154 (38.5)	400 (100.0)	3.040	0.385
อายุ	1. น้อยกว่า 15 ปี	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (0.8)	0 (0.0)	3 (0.8)		
	2. 15 - 24 ปี	0 (0.0)	3 (0.8)	11 (2.8)	45 (11.3)	42 (10.5)	101 (25.3)		
	3. 25 - 34 ปี	0 (0.0)	0 (0.0)	46 (11.5)	79 (19.8)	92 (23.0)	217 (54.3)		
	4. 35 - 44 ปี	0 (0.0)	1 (0.3)	9 (2.3)	28 (7.0)	20 (5.0)	58 (14.5)		
	5. 45 - 54 ปี	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	15 (3.8)	0 (0.0)	16 (4.0)		
	6. 55 - 64 ปี	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	1 (0.3)	0 (0.0)	2 (0.5)		
	7. 65 ปีขึ้นไป	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	2 (0.5)	0 (0.0)	3 (0.8)		
		รวม	0 (0.0)	4 (1.0)	69 (17.3)	173 (43.3)	154 (38.5)	400 (100.0)	39.785

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

อุปสงค์ การ ท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ					รวม	χ^2	Sig.
		น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
อุปสงค์ต่อ รายได้	การศึกษา								
	1. ประถมศึกษา	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	2 (0.5)	2 (0.5)	6 (1.5)		
	2. มัธยมศึกษา ตอนต้น	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	23 (5.8)	15 (3.8)	40 (10.0)		
	3. มัธยมศึกษา ตอนปลาย	0 (0.0)	1 (0.3)	8 (2.0)	36 (9.0)	43 (10.8)	88 (22.0)		
	4. อนุปริญญา	0 (0.0)	1 (0.3)	25 (6.3)	53 (13.3)	47 (11.8)	126 (31.5)		
	5. ปริญญาตรี	0 (0.0)	2 (0.5)	8 (2.0)	44 (11.0)	43 (10.8)	97 (24.3)		
	6. ปริญญาโท	0 (0.0)	0 (0.0)	24 (6.0)	15 (3.8)	4 (1.0)	43 (10.8)		
	รวม	0 (0.0)	4 (1.0)	69 (17.3)	173 (43.3)	154 (38.5)	400 (100.0)	67.843	0.000*
อาชีพ	อาชีพ								
	1. ข้าราชการ	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (1.0)	15 (3.8)	15 (3.8)	34 (8.5)		
	2. พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (0.8)	12 (3.0)	21 (5.3)	36 (9.0)		
	3. เจ้าของกิจการ	0 (0.0)	3 (0.8)	16 (4.0)	31 (7.8)	68 (17.0)	118 (29.5)		
	4. พนักงานขาย	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (1.3)	30 (7.5)	6 (1.5)	41 (10.3)		

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

อุปสงค์ การ ท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ					รวม	χ^2	Sig.
		น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
อุปสงค์ต่อ รายได้	อาชีพ								
	5. ลูกจ้าง/ รับจ้าง	0 (0.0)	1 (0.3)	9 (2.3)	44 (11.0)	11 (2.8)	65 (16.3)		
	6. เกษตรกร	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	2 (0.5)		
	7. แม่บ้าน	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	5 (1.3)	0 (0.0)	6 (1.5)		
	8. นักศึกษา	0 (0.0)	0 (0.0)	21 (5.3)	30 (7.5)	27 (6.8)	78 (19.5)		
	9. อื่น ๆ	0 (0.0)	0 (0.0)	10 (2.5)	6 (1.5)	4 (1.0)	20 (5.0)		
	รวม	0 (0.0)	4 (1.0)	69 (17.3)	173 (43.3)	154 (38.5)	400 (100.0)	92.335	0.000*
สถานภาพสมรส	1. โสด	0 (0.0)	3 (0.8)	59 (14.8)	114 (28.5)	138 (34.5)	314 (78.5)		
	2. สมรส	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (2.0)	38 (9.5)	15 (3.8)	61 (15.3)		
	3. หย่า	0 (0.0)	1 (0.3)	1 (0.3)	21 (5.3)	0 (0.0)	23 (5.8)		
	4. หม้าย	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	1 (0.3)	2 (0.5)		
	รวม	0 (0.0)	4 (1.0)	69 (17.3)	173 (43.3)	154 (38.5)	400 (100.0)	43.886	0.000*
ภูมิลำเนา	1. อเมริกา	0 (0.0)	0 (0.0)	13 (3.3)	27 (6.8)	39 (9.8)	79 (19.8)		

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

อุปสงค์ การ ท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ					รวม	χ^2	Sig.
		น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
อุปสงค์ต่อ รายได้	ภูมิภาค								
	2. ยุโรป	0 (0.0)	4 (1.0)	40 (10.0)	66 (16.5)	92 (23.0)	202 (50.5)		
	3. อเมริกาเหนือ	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (0.8)	8 (2.0)	6 (1.5)	17 (4.3)		
	4. อเมริกาใต้	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	23 (5.8)	3 (0.8)	26 (6.5)		
	5. แอฟริกา	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	0 (0.0)	2 (0.5)		
	6. ออสเตรเลีย	0 (0.0)	0 (0.0)	13 (3.3)	35 (8.8)	14 (3.5)	62 (15.5)		
	7. อื่น ๆ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	12 (3.0)	0 (0.0)	12 (3.0)		
	รวม	0 (0.0)	4 (1.0)	69 (17.3)	173 (43.3)	154 (38.5)	400 (100.0)	63.560	0.000*
จำนวนวันพัก	1. 1 - 3 วัน	0 (0.0)	1 (0.3)	1 (0.3)	10 (2.5)	22 (5.5)	34 (8.5)		
	2. 4 - 6 วัน	0 (0.0)	0 (0.0)	31 (7.8)	59 (14.8)	50 (12.5)	140 (35.0)		
	3. 7 - 9 วัน	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (1.5)	46 (11.5)	54 (13.5)	106 (26.5)		
	4. มากกว่า 9 วัน	0 (0.0)	1 (0.3)	21 (5.3)	35 (8.8)	17 (4.3)	74 (18.5)		
	5. อื่น ๆ	0 (0.0)	2 (0.5)	10 (2.5)	23 (5.8)	11 (2.8)	46 (11.5)		
	รวม	0 (0.0)	4 (1.0)	69 (17.3)	173 (43.3)	154 (38.5)	400 (100.0)	49.167	0.000*

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

อุปสงค์ การ ท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ					รวม	χ^2	Sig.
		น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
อุปสงค์ต่อ รายได้	รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน								
	1. ต่ำกว่า 20,000 USD/ปี	0 (0.0)	1 (0.3)	8 (2.0)	33 (8.3)	14 (3.5)	56 (14.0)		
	2. 20,001 - 40,000 USD/ปี	0 (0.0)	0 (0.0)	29 (7.3)	19 (4.8)	20 (5.0)	68 (17.0)		
	3. 40,001 - 60,000 USD/ปี	0 (0.0)	3 (0.8)	16 (4.0)	48 (12.0)	26 (6.5)	93 (23.3)		
	4. 60,001 - 80,000 USD/ปี	0 (0.0)	0 (0.0)	13 (3.3)	49 (12.3)	26 (6.5)	88 (22.0)		
	5. 80,001 - 100,000 USD/ปี	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	17 (4.3)	21 (5.3)	40 (10.0)		
	6. มากกว่า 100,000 USD/ปี	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	7 (1.8)	47 (11.8)	55 (13.8)		
รวม	0 (0.0)	4 (1.0)	69 (17.3)	173 (43.3)	154 (38.5)	400 (100.0)	110.089	0.000*	

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย พบว่า ด้านอุปสงค์ต่อรายได้ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.8 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย
ด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น

อุปสงค์ การ ท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ					รวม	χ^2	Sig.
		น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
อุปสงค์ต่อ ราคา สินค้าชนิด อื่น	เพศ								
	1. ชาย	1 (0.3)	5 (1.3)	95 (23.8)	114 (28.5)	15 (3.8)	230 (57.5)		
	2. หญิง	1 (0.3)	18 (4.5)	51 (12.8)	90 (22.5)	10 (2.5)	170 (42.5)		
	รวม	2 (0.5)	23 (5.8)	146 (36.5)	204 (51.0)	25 (6.3)	400 (100.0)	15.787	0.003*
	อายุ								
	1. น้อยกว่า 15 ปี	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	2 (0.5)	0 (0.0)	3 (0.8)		
	2. 15 - 24 ปี	0 (0.0)	0 (0.0)	39 (9.8)	51 (12.8)	11 (2.8)	101 (25.3)		
	3. 25 - 34 ปี	1 (0.3)	10 (2.0)	66 (16.5)	131 (32.8)	9 (2.3)	217 (54.3)		
	4. 35 - 44 ปี	1 (0.3)	1 (0.3)	37 (9.3)	15 (3.8)	4 (1.0)	58 (14.5)		
	5. 45 - 54 ปี	0 (0.0)	12 (3.0)	1 (0.3)	2 (0.5)	1 (0.3)	16 (4.0)		
	6. 55-64 ปี	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	0 (0.0)	2 (0.5)		
	7. 65 ปีขึ้นไป	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	1 (0.3)	0 (0.0)	3 (0.8)		
	รวม	2 (0.5)	23 (5.8)	146 (36.5)	204 (51.0)	25 (6.3)	400 (100.0)	186.266	0.000*

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

อุปสงค์ การ ท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ					รวม	χ^2	Sig.
		น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
อุปสงค์ต่อ ราคา สินค้าชนิด อื่น	การศึกษา								
	1. ประถมศึกษา	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	2 (0.5)	2 (0.5)	6 (1.5)		
	2. มัธยมศึกษา ตอนต้น	0 (0.0)	0 (0.0)	20 (5.0)	14 (3.5)	6 (1.5)	40 (10.0)		
	3. มัธยมศึกษา ตอนปลาย	1 (0.3)	1 (0.3)	34 (8.5)	49 (12.3)	3 (0.8)	88 (22.0)		
	4. อนุปริญญา	0 (0.0)	5 (1.3)	35 (8.8)	84 (21.0)	2 (0.5)	126 (31.5)		
	5. ปริญญาตรี	0 (0.0)	13 (3.3)	27 (6.8)	46 (11.5)	11 (2.8)	97 (24.3)		
	6. ปริญญาโท	1 (0.3)	4 (1.0)	28 (7.0)	9 (2.3)	1 (0.3)	43 (10.8)		
	รวม	2 (0.5)	23 (5.8)	146 (36.5)	204 (51.0)	25 (6.3)	400 (100.0)	77.962	0.000*
อาชีพ	อาชีพ								
	1. ข้าราชการ	0 (0.0)	0 (0.0)	9 (2.3)	22 (5.5)	3 (0.8)	34 (8.5)		
	2. พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	0 (0.0)	2 (0.5)	11 (2.8)	17 (4.3)	6 (1.5)	36 (9.0)		
	3. เจ้าของกิจการ	1 (0.3)	8 (2.0)	27 (6.8)	80 (20.0)	2 (0.5)	118 (29.5)		
	4. พนักงานขาย	0 (0.0)	2 (0.5)	34 (8.5)	4 (1.0)	1 (0.3)	41 (10.3)		

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

อุปสงค์ การ ท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ					รวม	χ^2	Sig.
		น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
อุปสงค์ต่อ ราคา สินค้าชนิด อื่น	อาชีพ								
	5. ลูกจ้าง/รับจ้าง	0 (0.0)	4 (1.0)	16 (4.0)	42 (10.5)	3 (0.8)	65 (16.3)		
	6. เกษตรกร	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	1 (0.3)	2 (0.5)		
	7. แม่บ้าน	0 (0.0)	3 (0.8)	3 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (1.5)		
	8. นักศึกษา	0 (0.0)	0 (0.0)	38 (9.5)	32 (8.0)	8 (2.0)	78 (19.5)		
	9. อื่น ๆ	1 (0.3)	4 (1.0)	8 (2.0)	6 (1.5)	1 (0.3)	20 (5.0)		
	รวม	2 (0.5)	23 (5.8)	146 (36.5)	204 (51.0)	25 (6.3)	400 (100.0)	132.874	0.000*
สถานภาพสมรส	1. โสด	2 (0.5)	10 (2.5)	121 (30.3)	161 (40.3)	20 (5.0)	314 (78.5)		
	2. สมรส	0 (0.0)	1 (0.3)	18 (4.5)	38 (9.5)	4 (1.0)	61 (15.3)		
	3. หย่า	0 (0.0)	12 (3.0)	6 (1.5)	4 (1.0)	1 (0.3)	23 (5.8)		
	4. หม้าย	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	1 (0.3)	0 (0.0)	2 (0.5)		
	รวม	2 (0.5)	23 (5.8)	146 (36.5)	204 (51.0)	25 (6.3)	400 (100.0)	101.112	0.000*
ภูมิลำเนา	1. อเมริกา	0 (0.0)	3 (0.8)	35 (8.8)	36 (9.0)	5 (1.3)	79 (19.8)		

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

อุปสงค์ การ ท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ					รวม	χ^2	Sig.
		น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
อุปสงค์ต่อ ราคา สินค้าชนิด อื่น	ภูมิภาค								
	2. ยุโรป	1 (0.3)	5 (1.3)	78 (19.5)	105 (26.3)	13 (3.3)	202 (50.5)		
	3. อเมริกาเหนือ	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (2.0)	8 (2.0)	1 (0.3)	17 (4.3)		
	4. อเมริกาใต้	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	21 (5.3)	3 (0.8)	26 (6.5)		
	5. แอฟริกา	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)		
	6. ออสเตรเลีย	1 (0.3)	3 (0.8)	21 (5.3)	34 (8.5)	3 (0.8)	62 (15.5)		
	7. อื่น ๆ	0 (0.5)	12 (5.8)	0 (36.5)	0 (51.0)	0 (6.3)	12 (100.0)		
	รวม	2 (0.5)	23 (5.8)	146 (36.5)	204 (51.0)	25 (6.3)	400 (100.0)	223.908	.000*
จำนวนวันพัก	1. 1-3 วัน	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (2.0)	19 (4.8)	7 (1.8)	34 (8.5)		
	2. 4-6 วัน	1 (0.3)	5 (1.3)	56 (14.0)	67 (16.8)	11 (2.8)	140 (35.0)		
	3. 7-9 วัน	0 (0.0)	13 (3.3)	29 (7.3)	63 (15.8)	1 (0.3)	106 (26.5)		
	4. มากกว่า 9 วัน	1 (0.3)	2 (0.5)	28 (7.0)	38 (9.5)	5 (1.3)	74 (18.5)		
	5. อื่น ๆ	0 (0.0)	3 (0.8)	25 (6.3)	17 (4.3)	1 (0.3)	46 (11.5)		
	รวม	2 (0.5)	23 (5.8)	146 (36.5)	204 (51.0)	25 (6.3)	400 (100.0)	44.303	.000*

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

อุปสงค์ การ ท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ					รวม	χ^2	Sig.
		น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
อุปสงค์ต่อ ราคา สินค้าชนิด อื่น	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1. ต่ำกว่า 20,000 USD/ปี	0 (0.0)	1 (0.3)	27 (6.8)	21 (5.3)	7 (1.8)	56 (14.0)		
	2. 20,001- 40,000 USD/ปี	0 (0.0)	4 (1.0)	40 (10.0)	18 (4.5)	6 (1.5)	68 (17.0)		
	3. 40,001- 60,000 USD/ปี	1 (0.3)	4 (1.0)	36 (9.0)	51 (12.8)	1 (0.3)	93 (23.3)		
	4. 60,001- 80,000 USD/ปี	1 (0.3)	13 (3.3)	33 (8.0)	38 (9.5)	3 (0.8)	88 (22.0)		
	5. 80,001- 100,000 USD/ปี	0 (0.0)	1 (0.3)	8 (2.0)	26 (6.5)	5 (1.3)	40 (10.0)		
	6. มากกว่า 100,000 USD/ปี	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	50 (12.5)	3 (0.8)	55 (13.8)		
	รวม	2 (0.5)	23 (5.8)	146 (36.5)	204 (51.0)	25 (6.3)	400 (100.0)	93.406	.000*

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย พบว่า ด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4. 9 ผลสรุปการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับอุปสงค์
การท่องเที่ยวเกาะสมุย

ปัจจัยส่วนบุคคล	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย		
	อุปสงค์ต่อราคา	อุปสงค์ต่อรายได้	อุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น
เพศ	-	-	*
อายุ	*	*	*
การศึกษา	*	*	*
อาชีพ	*	*	*
สถานภาพ	*	*	*
ภูมิลำเนา	*	*	*
จำนวนวันพำนัก	*	*	*
รายได้เฉลี่ยต่อปี	*	*	*

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.9 สรุปการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับอุปสงค์
การท่องเที่ยวเกาะสมุย พบว่า อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพ ภูมิลำเนา จำนวนวันพำนักและ
รายได้เฉลี่ยต่อปี มีความสัมพันธ์กันทุกชนิด ส่วนเพศมีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น
เพียงชนิดเดียว

ตอนที่ 4 ความสัมพันธ์ของปัจจัยกำหนดอุปสงค์กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย โดยมีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยกำหนดอุปสงค์ไม่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย

H_1 : ปัจจัยกำหนดอุปสงค์ มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย

ตารางที่ 4.10 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านราคากับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อราคา

ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อราคา						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับความสำคัญ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มากที่สุด	มากที่สุด			
ด้านราคา	น้อยที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)		
	น้อย	0 (0.0)	2 (0.5)	10 (2.5)	3 (0.8)	0 (0.0)	15 (3.8)		
	ปานกลาง	0 (0.0)	10 (2.5)	55 (13.8)	49 (12.3)	65 (16.3)	179 (44.8)		
	มาก	0 (0.0)	3 (0.8)	87 (21.8)	97 (24.3)	14 (3.5)	201 (50.3)		
	มากที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (1.3)	0 (0.0)	5 (1.3)		
รวม	0 (0.0)	15 (3.8)	152 (38.0)	154 (38.5)	79 (19.8)	400 (100.0)	79.736	0.000*	

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.10 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านราคากับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคา พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.11 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านเศรษฐกิจ กับ อุปสงค์การท่องเที่ยว
เกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อราคา

ปัจจัยที่ กำหนดอุป สงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อราคา						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับ ความสำคัญ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มากที่สุด	มากที่สุด			
ด้าน เศรษฐกิจ	น้อยที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (66.7)	1 (33.3)	0 (0.0)	3 (100.0)		
	น้อย	0 (0.0)	4 (19.0)	11 (52.4)	6 (28.6)	0 (0.0)	21 (100.0)		
	ปานกลาง	0 (0.0)	6 (3.7)	92 (57.1)	55 (34.2)	8 (5.0)	161 (100.0)		
	มาก	0 (0.0)	4 (2.2)	43 (23.2)	79 (42.7)	59 (31.9)	185 (100.0)		
	มากที่สุด	0 (0.0)	1 (3.3)	4 (13.3)	13 (43.3)	12 (40.0)	30 (100.0)		
รวม	0 (0.0)	15 (3.8)	152 (38.0)	154 (38.5)	79 (19.8)	400 (100.0)	92.163	0.000*	

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านเศรษฐกิจ กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคา พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.12 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านคุณภาพของการบริการกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคา

ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคา						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับความสำคัญ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มากที่สุด	มากที่สุด			
ด้านคุณภาพของการบริการ	น้อยที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	43.21	0.000*
	น้อย	0 (0.00)	1 (20.0)	4 (80.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (100.0)		
	ปานกลาง	0 (0.0)	5 (7.1)	36 (51.4)	14 (20.0)	15 (21.4)	70 (100.0)		
	มาก	0 (0.0)	9 (3.4)	104 (39.5)	102 (38.8)	48 (18.3)	263 (100.0)		
	มากที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (12.9)	38 (61.3)	16 (25.8)	62 (100.0)		
รวม	0 (0.0)	15 (3.8)	152 (38.0)	154 (38.5)	79 (19.8)	400 (100.0)			

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านคุณภาพของการบริการกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคา พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.13 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านสังคมกับอุปสงค์การท่องเที่ยว
เกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคา

ปัจจัยที่ กำหนดอุป สงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อราคา						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับ ความสำคัญ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก ที่สุด	มาก ที่สุด			
ด้านสังคม	น้อยที่สุด	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)		
	น้อย	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (100.0)		
	ปานกลาง	0 (0.0)	10 (6.7)	86 (57.7)	43 (28.9)	10 (6.7)	149 (100.0)		
	มาก	0 (0.0)	2 (1.0)	54 (26.0)	90 (43.3)	62 (29.8)	208 (100.0)		
	มากที่สุด	0 (0.0)	2 (5.6)	6 (16.7)	21 (58.3)	7 (19.4)	36 (100.0)		
	รวม	0 (0.0)	15 (3.8)	152 (38.0)	154 (38.5)	79 (19.8)	400 (100.0)	103.041	0.000*

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านสังคมกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคา พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.14 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์อิทธิพลด้านฤดูกาลกับอุปสงค์การ
ท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคา

ปัจจัยที่ กำหนด อุปสงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อราคา						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับ ความสำคัญ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก ที่สุด	มาก ที่สุด			
อิทธิพล ด้าน ฤดูกาล	น้อยที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)		
	น้อย	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (100.0)		
	ปานกลาง	0 (0.0)	6 (24.0)	14 (56.0)	5 (20.0)	0 (0.0)	25 (100.0)		
	มาก	0 (0.0)	5 (3.0)	80 (47.9)	76 (45.5)	6 (3.6)	167 (100.0)		
	มากที่สุด	0 (0.0)	4 (2.0)	54 (26.5)	73 (35.8)	73 (35.8)	204 (100.0)		
รวม	0 (0.0)	15 (3.8)	152 (38.0)	154 (38.5)	79 (19.8)	400 (100.0)	107.75	0.000*	

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์อิทธิพล
ด้านฤดูกาลกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคา พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่าง
มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.15 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านรวมกับอุปสงค์การท่องเที่ยว
เกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคา

ปัจจัยที่ กำหนดอุป สงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อราคา						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับ ความสำคัญ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก ที่สุด	มาก ที่สุด			
ด้านรวม	น้อยที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)		
	น้อย	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (100.0)		
	ปานกลาง	0 (0.0)	10 (11.5)	60 (69.0)	16 (18.4)	1 (1.1)	87 (100.0)		
	มาก	0 (0.0)	5 (1.6)	92 (30.2)	133 (43.6)	75 (24.6)	305 (100.0)		
	มากที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (57.1)	3 (42.9)	7 (100.0)		
	รวม	0 (0.0)	15 (3.8)	152 (38.1)	153 (38.3)	79 (19.8)	399 (100.0)	79.801	0.000*

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านรวม
กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคา พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.16 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านราคากับอุปสงค์การท่องเที่ยว
เกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อรายได้

ปัจจัยที่ กำหนดอุป สงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อรายได้						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับ ความสำคัญ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก ที่สุด	มาก ที่สุด			
ด้านราคา	น้อยที่สุด	0	0	0	0	0	0		
		(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)		
	น้อย	0	1	1	13	0	15		
		(0.0)	(0.3)	(0.3)	(3.3)	(0.0)	(3.8)		
	ปานกลาง	0	2	29	50	98	179		
		(0.0)	(0.5)	(7.3)	(12.5)	(24.5)	(44.8)		
มาก	0	1	39	109	52	201			
	(0.0)	(0.3)	(9.8)	(27.3)	(13.0)	(50.3)			
มากที่สุด	0	0	0	1	4	5			
	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.3)	(1.0)	(1.3)			
	รวม	0	4	69	173	154	400	58.978	0.000*
		(0.0)	(1.0)	(17.3)	(43.3)	(38.5)	(100.0)		

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านราคากับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อรายได้ พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.17 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านเศรษฐกิจกับอุปสงค์การท่องเที่ยว
เกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อรายได้

ปัจจัยที่ กำหนดอุป สงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อรายได้						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับ ความสำคัญ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก ที่สุด	มาก ที่สุด			
ด้าน เศรษฐกิจ	น้อยที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	1 (0.3)	0 (0.0)	3 (0.8)		
	น้อย	0 (0.0)	3 (0.8)	3 (0.8)	15 (3.8)	0 (0.0)	21 (5.3)		
	ปานกลาง	0 (0.0)	0 (0.0)	48 (12.0)	78 (19.5)	35 (8.8)	161 (40.3)		
	มาก	0 (0.0)	0 (0.0)	14 (3.5)	75 (18.8)	96 (24.0)	185 (46.3)		
	มากที่สุด	0 (0.0)	1 (0.3)	2 (0.5)	4 (1.0)	23 (5.8)	30 (7.5)		
	รวม	0 (0.0)	4 (1.0)	69 (17.3)	173 (43.3)	154 (38.5)	400 (100.0)	125.687	0.000*

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านเศรษฐกิจกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อรายได้ พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.18 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านคุณภาพของการบริการกับ
อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อรายได้

ปัจจัยที่ กำหนด อุปสงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อรายได้						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับ ความสำคัญ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก ที่สุด	มาก ที่สุด			
ด้าน คุณภาพ ของการ บริการ	น้อยที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)		
	น้อย	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (1.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (1.3)		
	ปานกลาง	0 (0.0)	2 (0.5)	17 (4.3)	41 (10.3)	10 (2.5)	70 (17.5)		
	มาก	0 (0.0)	2 (0.5)	46 (11.5)	102 (25.5)	113 (28.3)	263 (65.8)		
	มากที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	30 (7.5)	31 (7.8)	62 (15.5)		
รวม	0 (0.0)	4 (1.0)	69 (17.3)	173 (43.3)	154 (38.5)	400 (100.0)	57.52	0.000*	

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านคุณภาพของการบริการกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อรายได้ พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.19 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านสังคมกับอุปสงค์การท่องเที่ยว
เกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อรายได้

ปัจจัยที่ กำหนดอุป สงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อรายได้						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับ ความสำคัญ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก ที่สุด	มาก ที่สุด			
ด้านสังคม	น้อยที่สุด	0 (0.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)		
	น้อย	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (1.5)		
	ปานกลาง	0 (0.0)	2 (0.5)	35 (8.8)	85 (21.3)	27 (6.8)	149 (37.3)		
	มาก	0 (0.0)	0 (0.0)	28 (7.0)	73 (18.3)	107 (26.8)	208 (52.0)		
	มากที่สุด	0 (0.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	15 (3.8)	20 (5.0)	36 (9.0)		
	รวม	0 (0.0)	4 (1.0)	69 (17.3)	173 (43.3)	154 (38.5)	400 (100.0)	180.098	0.000*

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านสังคม
กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อรายได้ พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์อิทธิพลด้านฤดูกาลท่องเที่ยวกับ
อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อรายได้

ปัจจัยที่ กำหนดอุป สงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อรายได้						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับ ความสำคัญ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก ที่สุด	มาก ที่สุด			
อิทธิพล ด้าน ฤดูกาล ท่องเที่ยว	น้อยที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)		
	น้อย	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (1.0)		
	ปานกลาง	0 (0.0)	0 (0.0)	12 (3.0)	12 (3.0)	1 (0.3)	25 (6.3)		
	มาก	0 (0.0)	4 (1.0)	39 (9.8)	90 (22.5)	34 (8.5)	167 (41.8)		
	มากที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	14 (3.5)	71 (17.8)	119 (29.8)	204 (51.0)		
รวม	0 (0.0)	4 (1.0)	69 (17.3)	173 (43.3)	154 (38.5)	400 (100.0)	105.514	0.000*	

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์อิทธิพล
ด้านฤดูกาลท่องเที่ยวกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อรายได้ พบว่า มีความสัมพันธ์
กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านรวมกับอุปสงค์การท่องเที่ยว
เกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อรายได้

ปัจจัยที่ กำหนดอุป สงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อรายได้						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับ ความสำคัญ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก ที่สุด	มาก ที่สุด			
ด้านรวม	น้อยที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)		
	น้อย	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)		
	ปานกลาง	0 (0.0)	4 (1.0)	48 (12.0)	33 (8.3)	2 (0.5)	87 (21.8)		
	มาก	0 (0.0)	0 (0.0)	21 (5.3)	139 (34.8)	145 (36.3)	305 (76.4)		
	มากที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	6 (1.5)	7 (1.8)		
	รวม	0 (0.0)	4 (1.0)	69 (17.3)	173 (43.4)	153 (38.3)	399 (100.0)	149.448	0.000*

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านรวม
กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อรายได้ พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.22 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านราคากับอุปสงค์การท่องเที่ยว
เกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยที่ กำหนดอุป สงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับ ความสำคัญ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก ที่สุด	มาก ที่สุด			
ด้านราคา	น้อยที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)		
	น้อย	1 (0.3)	0 (0.0)	10 (2.5)	3 (0.8)	1 (0.3)	15 (3.8)		
	ปานกลาง	1 (0.3)	9 (2.3)	58 (14.5)	102 (25.5)	9 (2.3)	179 (44.8)		
	มาก	0 (0.0)	14 (3.5)	78 (19.5)	94 (23.5)	15 (3.8)	201 (50.3)		
	มากที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (1.3)	0 (0.0)	5 (1.3)		
	รวม	2 (0.5)	23 (5.8)	146 (36.5)	204 (51.0)	25 (6.3)	400 (100.0)	29.321	0.004*

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านราคากับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.23 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านเศรษฐกิจกับอุปสงค์
การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยที่ กำหนดอุป สงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับ ความสำคัญ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก ที่สุด	มาก ที่สุด			
ด้าน เศรษฐกิจ	น้อยที่สุด	0 (0.0)	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	3 (0.8)		
	น้อย	1 (0.3)	2 (0.5)	18 (4.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	21 (5.3)		
	ปานกลาง	1 (0.3)	6 (1.5)	84 (21.0)	64 (16.0)	6 (1.5)	161 (40.3)		
	มาก	0 (0.0)	13 (3.3)	41 (10.3)	118 (29.5)	13 (3.3)	185 (46.3)		
	มากที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (0.8)	22 (5.5)	5 (1.3)	30 (7.5)		
	รวม	2 (0.5)	23 (5.8)	146 (36.5)	204 (51.0)	25 (6.3)	400 (100.0)	111.058	0.000*

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านเศรษฐกิจ กับ อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง พบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.24 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านคุณภาพของการบริการ กับ
อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยที่ กำหนดอุป สงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับ ความสำคัญ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก ที่สุด	มาก ที่สุด			
ด้าน คุณภาพ ของการ บริการ	น้อยที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)		
	น้อย	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	4 (1.0)	0 (0.0)	5 (1.3)		
	ปานกลาง	2 (0.5)	6 (1.5)	39 (9.8)	17 (4.3)	6 (1.5)	70 (17.5)		
	มาก	0 (0.0)	5 (1.3)	96 (24.0)	153 (38.3)	9 (2.3)	263 (65.8)		
	มากที่สุด	0 (0.0)	12 (3.0)	10 (2.5)	30 (7.5)	10 (2.5)	62 (15.5)		
รวม	2 (0.5)	23 (5.8)	146 (36.5)	204 (51.0)	25 (6.3)	400 (100.0)	79.241	0.000*	

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้าน
คุณภาพของการบริการกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง
พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.25 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านสังคมกับอุปสงค์การท่องเที่ยว
เกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยที่ กำหนดอุป สงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับ ความสำคัญ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก ที่สุด	มาก ที่สุด			
ด้านสังคม	น้อยที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	1 (0.3)		
	น้อย	0 (0.0)	2 (0.5)	0 (0.0)	4 (1.0)	0 (0.0)	6 (1.5)		
	ปานกลาง	1 (0.3)	7 (1.8)	79 (19.8)	57 (14.3)	5 (1.3)	149 (37.30)		
	มาก	0 (0.0)	14 (3.5)	55 (13.8)	125 (31.3)	14 (3.5)	208 (52.0)		
	มากที่สุด	1 (0.3)	0 (0.0)	12 (3.0)	18 (4.5)	5 (1.3)	36 (9.0)		
	รวม	2 (0.5)	23 (5.8)	146 (36.5)	204 (51.0)	25 (6.3)	400 (100.0)	63.957	0.000*

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านสังคม
กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีความสัมพันธ์
กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์อิทธิพลด้านฤดูกาลท่องเที่ยวเกี่ยวกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับความสำคัญ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มากที่สุด	มาก			
อิทธิพลด้านฤดูกาลท่องเที่ยว	น้อยที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	1 (0.3)		
	น้อย	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	3 (0.8)	0 (0.0)	4 (1.0)		
	ปานกลาง	0 (0.0)	3 (0.8)	19 (4.8)	3 (0.8)	0 (0.0)	25 (6.0)		
	มาก	1 (0.3)	17 (4.3)	64 (16.0)	81 (20.3)	4 (1.0)	167 (41.8)		
	มากที่สุด	1 (0.3)	3 (0.8)	62 (15.5)	117 (29.3)	21 (5.3)	204 (51.0)		
รวม	2 (0.5)	23 (5.8)	146 (36.5)	204 (51.0)	25 (6.3)	400 (100.0)	48.219	0.000*	

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.26 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์อิทธิพลด้านฤดูกาลท่องเที่ยวเกี่ยวกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้องพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านรวมกับอุปสงค์การท่องเที่ยว
เกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยที่ กำหนดอุป สงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับ ความสำคัญ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก ที่สุด	มาก ที่สุด			
ด้านรวม	น้อยที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)		
	น้อย	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)		
	ปานกลาง	2 (0.5)	9 (2.3)	65 (16.3)	9 (2.3)	2 (0.5)	87 (21.8)		
	มาก	0 (0.0)	14 (3.5)	81 (20.3)	190 (47.6)	20 (5.0)	305 (76.4)		
	มากที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (1.0)	3 (0.8)	7 (1.8)		
	รวม	2 (0.5)	23 (5.8)	146 (36.6)	203 (50.9)	25 (6.3)	399 (100.0)	48.219	0.000*

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.27 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านรวม
กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีความสัมพันธ์
กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านราคากับอุปสงค์การท่องเที่ยว
เกาะสมุยด้านรวม

ปัจจัยที่ กำหนดอุป สงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านรวม						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับ ความสำคัญ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก ที่สุด	มาก ที่สุด			
ด้านราคา	น้อยที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)		
	น้อย	0 (0.0)	1 (0.3)	11 (2.8)	3 (0.8)	0 (0.0)	15 (3.8)		
	ปานกลาง	0 (0.0)	4 (1.0)	46 (11.5)	66 (16.5)	63 (15.8)	179 (44.8)		
	มาก	0 (0.0)	0 (0.0)	65 (16.3)	120 (30.0)	16 (4.0)	201 (50.3)		
	มากที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (1.3)	0 (0.0)	5 (1.3)		
	รวม	0 (0.0)	5 (1.3)	122 (30.5)	194 (48.5)	79 (19.8)	400 (100.0)	74.763	0.000*

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านราคากับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านรวม พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านเศรษฐกิจกับอุปสงค์การท่องเที่ยว
เกาะสมุยด้านรวม

ปัจจัยที่ กำหนดอุป สงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านรวม						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับ ความสำคัญ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก ที่สุด	มาก ที่สุด			
ด้าน เศรษฐกิจ	น้อยที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	1 (0.3)	0 (0.0)	3 (0.8)		
	น้อย	0 (0.0)	3 (0.8)	13 (3.3)	5 (1.30)	0 (0.0)	21 (5.3)		
	ปานกลาง	0 (0.0)	2 (0.5)	70 (17.5)	83 (20.8)	6 (1.5)	161 (40.3)		
	มาก	0 (0.0)	0 (0.0)	34 (8.50)	90 (22.5)	61 (15.3)	185 (46.3)		
	มากที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (0.8)	15 (3.8)	12 (3.0)	30 (7.5)		
รวม	0 (0.0)	5 (1.3)	122 (30.5)	194 (48.5)	79 (19.8)	400 (100.0)	112.67	0.000*	

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.29 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านเศรษฐกิจกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านรวม พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านคุณภาพของการบริการกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านรวม

ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านรวม						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับความสำคัญ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มากที่สุด	มากที่สุด			
ด้านคุณภาพของการบริการ	น้อยที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)		
	น้อย	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (1.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	5 (1.3)		
	ปานกลาง	0 (0.0)	3 (0.8)	35 (8.8)	25 (6.3)	7 (1.8)	70 (17.5)		
	มาก	0 (0.0)	2 (0.5)	65 (16.30)	139 (34.8)	57 (14.3)	263 (65.8)		
	มากที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	18 (4.5)	29 (7.3)	15 (3.8)	62 (15.5)		
รวม	0 (0.0)	5 (1.3)	122 (30.5)	194 (48.5)	79 (19.8)	400 (100.0)	31.907	0.000*	

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.30 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านคุณภาพของการบริการกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านรวม พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านสังคมกับอุปสงค์การท่องเที่ยว
เกาะสมุยด้านรวม

ปัจจัยที่ กำหนดอุป สงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านรวม						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับ ความสำคัญ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก ที่สุด	มาก ที่สุด			
ด้านสังคม	น้อยที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)		
	น้อย	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (1.3)	1 (0.3)	0 (0.0)	6 (1.5)		
	ปานกลาง	0 (0.0)	4 (1.0)	66 (16.5)	74 (18.5)	5 (1.3)	149 (37.3)		
	มาก	0 (0.0)	0 (0.0)	43 (10.8)	96 (24.0)	69 (17.3)	208 (52.0)		
	มากที่สุด	0 (0.0)	1 (0.3)	7 (1.8)	23 (5.8)	5 (1.3)	36 (9.0)		
	รวม	0 (0.0)	5 (1.3)	122 (30.5)	194 (48.5)	79 (19.8)	400 (100.0)	75.249	0.000*

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านสังคมกับอุปสงค์การ
ท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านรวม พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์อิทธิพลด้านฤดูกาลท่องเที่ยวกับ
อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านรวม

ปัจจัยที่ กำหนดอุป สงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านรวม						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับ ความสำคัญ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก ที่สุด	มาก ที่สุด			
อิทธิพล ด้าน ฤดูกาล ท่องเที่ยว	น้อยที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)		
	น้อย	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (1.0)		
	ปานกลาง	0 (0.0)	2 (0.5)	19 (4.8)	4 (1.0)	0 (0.0)	25 (6.3)		
	มาก	0 (0.0)	3 (0.8)	69 (17.3)	89 (22.3)	6 (1.5)	167 (41.8)		
	มากที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	30 (7.5)	101 (25.3)	73 (18.3)	204 (51.0)		
	รวม	0 (0.0)	5 (1.3)	122 (30.0)	194 (48.5)	79 (19.8)	400 (100.0)	121.083	0.000*

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.32 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์อิทธิพล
ด้านฤดูกาลท่องเที่ยวกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านรวม พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.33 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านรวมกับอุปสงค์การท่องเที่ยว
เกาะสมุยด้านรวม

ปัจจัยที่ กำหนดอุป สงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ด้านรวม						รวม	χ^2	Sig.
	ระดับ ความสำคัญ	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก ที่สุด	มาก ที่สุด			
ด้านรวม	น้อยที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)		
	น้อย	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)		
	ปานกลาง	0 (0.0)	5 (1.3)	66 (16.5)	15 (3.8)	1 (0.3)	87 (21.8)		
	มาก	0 (0.0)	0 (0.0)	56 (14.0)	174 (43.6)	75 (18.8)	305 (76.4)		
	มากที่สุด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (1.0)	3 (0.8)	7 (1.80)		
	รวม	0 (0.0)	5 (1.3)	122 (30.6)	193 (48.4)	79 (19.8)	399 (100.0)	136.296	0.000*

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.33 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านรวม
กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านรวม พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.34 สรุปผลความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยกำหนดอุปสงค์กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย

ปัจจัยกำหนดอุปสงค์	อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย		
	อุปสงค์ต่อราคา	อุปสงค์ต่อรายได้	อุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น
ด้านราคา	*	*	*
ด้านเศรษฐกิจ	*	*	*
ด้านคุณภาพของการบริการ	*	*	*
ด้านสังคม	*	*	*
อิทธิพลด้านฤดูกาล	*	*	*

* Sig < 0.05

จากตารางที่ 4.34 สรุปผลความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยกำหนดอุปสงค์กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย พบว่า มีความสัมพันธ์กันทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 5 สรุปข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกาะสมุยจากผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีผู้ให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ซึ่งผู้วิจัยสามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่

1. ต้องการให้มีถึงขยะบริเวณชายหาด
2. ควรมีป้ายภาษาอังกฤษให้มากกว่านี้
3. ผู้ตอบแบบสอบถามแนะนำ และชื่นชมเกี่ยวกับความสวยงามของเกาะสมุย ชื่นชอบ

ศิลปวัฒนธรรม ความมีมิตรไมตรีของชาวเกาะสมุย และจะกลับมาท่องเที่ยวเกาะสมุยอีกครั้ง

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เท่ากับ 400 ราย เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และการทดสอบไค - สแควร์

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาท่องเที่ยวเกาะสมุย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 25 - 34 ปี มีการศึกษาอนุปริญญา มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ มีสถานภาพโสด มีภูมิลำเนาอยู่ที่ยุโรป มีจำนวนวันพำนัก 7 - 9 วัน มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 40,001 - 60,000 USD/ปี มาท่องเที่ยวเกาะสมุยกับเพื่อน โดยมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยวเพื่อพักผ่อน ใช้พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ เครื่องบิน ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต

2. ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านฤดูกาลท่องเที่ยวอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านคุณภาพของการบริการ ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และด้านราคา สามารถสรุปเป็นรายด้านได้ ดังนี้

ความสำคัญของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิง อยู่ในระดับมากที่สุด

ความสำคัญของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านเศรษฐกิจ โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รายรับ อยู่ในระดับมากที่สุด

ความสำคัญของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านคุณภาพของการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความเป็นมิตรไมตรีของชาวเกาะสมุย อยู่ในระดับมากที่สุด

ความสำคัญของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านสังคม โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชาวเกาะสมุย อยู่ในระดับมากที่สุด

ความสำคัญของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านฤดูกาลท่องเที่ยว มีความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน

ความสำคัญของอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ในภาพรวม มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านอุปสงค์ต่อรายได้สูงสุดในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านอุปสงค์ต่อราคา ด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

ความสำคัญของอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ราคา โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความเหมาะสมของราคาสินค้า/บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด

ความสำคัญของอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อรายได้ โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสวยงามของเกาะสมุย อยู่ในระดับมากที่สุด

ความสำคัญของอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ราคาห้องพักเฉลี่ยถูกกว่าที่อื่นในแบบเดียวกัน อยู่ในระดับมากที่สุด

3. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย พบว่า อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพ ภูมิถิ่นา จำนวนวันพำนัก และรายได้เฉลี่ยต่อปี มีความสัมพันธ์กัน ส่วนเพศมีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น

4. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยกำหนดอุปสงค์กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย พบว่า มีความสัมพันธ์กันทุกด้าน

5. ข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีผู้ให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ ต้องการให้มีถึงขะบริเวณชายหาด ควรมีป้ายภาษาอังกฤษให้มากกว่านี้ แนะนำและชมเกี่ยวกับ

ความสวยงามของเกาะสมุย ชอบศิลปวัฒนธรรม ความมีน้ำใจของชาวเกาะสมุย และจะกลับมาท่องเที่ยวเกาะสมุยอีกครั้ง

สำหรับการตั้งสมมุติฐานในงานวิจัยเรื่อง อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีผลทำให้ปัจจัยกำหนดอุปสงค์ต่างกัน และปัจจัยกำหนดอุปสงค์ มีความสัมพันธ์กับ อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ตรงตามสมมุติฐาน

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีประเด็นที่จะนำมาอภิปราย ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 25 - 34 ปี การศึกษาอนุปริญญา อาชีพเจ้าของกิจการ สถานภาพโสด ภูมิลำเนาอยู่ที่ ยุโรป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นาถฤดี มณีเนตร (2547) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินักท่องเที่ยวเกาะสมุยซ้ำอีก จำนวนวันพำนัก 7 - 9 วัน รายได้เฉลี่ยต่อปี 40,001 - 60,000 USD/ปี มาท่องเที่ยวเกาะสมุยกับเพื่อน มาท่องเที่ยวเกาะสมุยครั้งแรก วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยวเพื่อพักผ่อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นคร ลักษณะกาญจน์ (2546) ศึกษาลักษณะการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย คือ เครื่องบิน ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดอุปสงค์มากที่สุด คือ ด้านฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มทียา เลิศไกร (2549) ศึกษาการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยว กรณีศึกษาชะอำ - หัวหิน เพราะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดอุปสงค์นักท่องเที่ยวของต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยว รองลงมา คือ ด้านคุณภาพของการบริการ ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และด้านราคา

ผลการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย พบว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยมากที่สุด คือ ด้านอุปสงค์ต่อรายได้ รองลงมา คือ ด้านด้านอุปสงค์ต่อราคา ด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกำหนดอุปสงค์ กับ อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย พบว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคา มีความสัมพันธ์ ปัจจัยกำหนดอุปสงค์ด้านราคา ด้านเศรษฐกิจ ด้านคุณภาพของการบริการ ด้านสังคม อิทธิพลด้านฤดูกาลและ ด้านรวม

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนชัย พลอยสุภผล (2547) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพราะคุณภาพของสินค้าและบริการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามากที่สุด อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อรายได้ มีความสัมพันธ์ ปัจจัยกำหนดอุปสงค์ ด้านราคา ด้านเศรษฐกิจ ด้านคุณภาพของการบริการ ด้านสังคม อิทธิพลด้านฤดูกาลและด้านรวม อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น มีความสัมพันธ์ ปัจจัยกำหนดอุปสงค์ ด้านราคา ด้านเศรษฐกิจ ด้านคุณภาพของการบริการ ด้านสังคม อิทธิพลด้านฤดูกาลและด้านรวม

ผลการศึกษความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย พบว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคา มีความสัมพันธ์กับ อายุ อาชีพ การศึกษา สถานภาพสมรส ภูมิลำเนา จำนวนวันพำนัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนชัย พลอยสุภผล (2547) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อรายได้ มีความสัมพันธ์ กับ อายุ อาชีพ การศึกษา สถานภาพสมรส ภูมิลำเนา จำนวนวันพำนัก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น มีความสัมพันธ์ กับ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา สถานภาพสมรส ภูมิลำเนา จำนวนวันพำนัก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบข้อมูลที่น่าสนใจ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ นำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเป็นรายด้าน ดังนี้

1. ด้านปัจจัยส่วนบุคคล จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการศึกษาเพิ่มเติม สามารถสรุปลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ว่า มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี จบการศึกษามัธยมศึกษา มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ มีสถานภาพโสด มาจากทวีปยุโรป มาพักที่เกาะสมุย 7-9 วัน มาเกาะสมุยเป็นครั้งแรก และเดินทางมาโดยเครื่องบิน ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้ของนักท่องเที่ยวให้มาก ๆ หรือจะศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะนี้ควบคู่กันไปด้วย เพื่อเป็นการสรรหาสิ่งต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องการและเพื่อบริหารจัดการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง

2. จากผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านราคา จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิงมากที่สุด รองลงมาคือ ค่าที่พัก

ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ดังนั้น ผู้ประกอบการสถานบันเทิงจึงควรที่จะปรับปรุงสถานบันเทิงให้ทันสมัยและตรงกับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่ง

3. จากผลการศึกษาถึงระดับความสำคัญ ด้านคุณภาพของการบริการ จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับความเป็นมิตรไมตรีของชาวเกาะสมุยมากที่สุด จะเห็นได้ว่าการเสริมสร้างคุณภาพการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการเสริมสร้างความรู้สึที่ดี ที่ผู้ให้บริการมีให้กับผู้รับบริการ เช่น ในประเทศไทยเรียกว่าเป็นสยามเมืองยิ้ม และมักจะมีคำทักทายด้วยคำว่า “สวัสดี” ทักทายลูกค้าย่างนุ่มนวล ด้วยน้ำเสียงสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส และต้องพยายามสร้างความรู้สึกที่ดี และความพอใจต่อผู้รับบริการทุกระดับ

4. จากผลการศึกษาถึงระดับความสำคัญ ด้านฤดูกาลท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับฤดูกาลท่องเที่ยวในระดับมาก เพราะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนมาก จะเข้ามาท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรที่จะเตรียมพร้อมที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ

5. จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกำหนดอุปสงค์ กับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่าอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยด้านอุปสงค์ต่อราคา มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ด้านราคา ด้านเศรษฐกิจ ด้านคุณภาพของการบริการด้านสังคมและอิทธิพลด้านฤดูกาล ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างราคากับด้านเศรษฐกิจ คุณภาพของการบริการ ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ว่าระดับราคาของสินค้าและบริการในช่วงนั้น ๆ ควรจะเป็นอย่างไร จึงสามารถที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาซื้อสินค้าและบริการนั้น ๆ ได้

6. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต ดังนั้น ผู้ประกอบการควรจะเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและเป็นปัจจุบันทางเว็บไซต์ เพื่อที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะได้ทราบข้อมูลที่ต้องการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรนำแนวทางในการวิจัยไปวิจัยสถานที่เที่ยวอื่น ๆ ที่เป็นจุดขายและอยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อให้มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

2. ศึกษาตัวแปร หรือปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ละเอียด

3. ควรมีการสำรวจข้อมูลว่าผลการวิจัยได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์หรือไม่ มากน้อยเพียงใด หน่วยงานของรัฐและเอกชนได้มีการพัฒนา ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง และนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการปรับปรุงหรือไม่ อย่างไร จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยเพิ่มขึ้น หรือลดลงเพียงใด

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2550). การท่องเที่ยวเกาะสมุย [Online]. เข้าถึงได้จาก :<http://www.tat.co.th> [2550, ตุลาคม 1]
- กัลยากร ศุภธราธาร. (2548). การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2550). การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนชัย พลอยสุกผล. (2547). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นคร ลักษณะกาญจน์. (2546). ลักษณะการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- นราทิพย์ ชูติวงศ์. (2544). เศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นาถฤดี มณีเนตร. (2547). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินักกลับมาเที่ยวเกาะสมุยซ้ำอีก. รายงานการวิจัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นิภาภัทร จันทรวงศ์. (2545). การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวในอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขงของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิรันดร ทัพไทย. (2548). กลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สุโขทัยธรรมมาธิราช.
- นันทวรรณ ช่างคิด. (2549). เศรษฐศาสตร์จุลภาค. สุราษฎร์ธานี : มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- บุญรัตน์ มณีบุตร.(2547). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พิสนุ ฟองศรี. (2549). วิจัยทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : เทียมฟ้าการพิมพ์.
- ภราดร ปริดาศักดิ์. (2549). หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- มทียา เลิศไกร. (2549). การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยว กรณีศึกษาชะอำ - หัวหิน. วิทยานิพนธ์
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- รัตนา สายคณิต และ ชลดา จามรกุล. (2549). เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- รวเวทย์ แสงศรี. (2548). การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากภูมิภาคเอเชีย
ตะวันออกเฉียงใต้ประเทศไทย. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมชัย ธรรมสวยดี. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน และ
ชาวแคนาดิเยน ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สิทธิศักดิ์ ชุณหะรุ่งโรจน์. (2546). การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิตบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- เสาวภา มีถาวรกุล. (2549). การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- อาธิ คุรุสากยวงศ์. (2549) เศรษฐศาสตร์จุลภาค. สุราษฎร์ธานี : มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- Cheung, K. Y. (2006). **Modeling and Forecasting Hong Kong Tourist arrivals** [Online].
Available: <http://www.haworthpress.com> [2007, August 18]
- Kevin K.F. (2003). **Factors Affecting Demand for Tourism in Hong Kong** [Online]. Available:
<http://www.haworthpress.com> [2007, August 18]
- Kun-Huang Huang. (2006). **An Advanced Approach to Forecasting Tourism Demand in
Taiwan** [Online]. Available: <http://www.haworthpress.com> [2007, August 18]
- Resina, K.F. and Aruna, G. (2004). **Modelling Tourism Demand in Fiji** [Online]. Available:
<http://www.rbf.go.fj/> [2007, August 18]
- Ruben, H. G. (2006). **Estimation of International Tourism Demand Elasticities** [Online].
Available: <http://www.eserp.com> [2007, August 18]
- Shu Tian Cole. (2006). **Service Quality Dimensions Affecting Nature Tourists Intentions to
Revisit** [Online]. Available: <http://www.ttra.com> [2007, August 18]

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่องอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการทำวิจัยตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี จึงขอความร่วมมือจากท่านกรุณาให้ข้อมูลตามความเป็นจริงมากที่สุด และขอความกรุณาตอบให้ครบทุกข้อ รวมทั้งอธิบายรายละเอียด เหตุผลและความต้องการอย่างเต็มที่ ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการวิจัยและการศึกษาเท่านั้น ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลคำตอบของท่านไว้เป็นความลับ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ท่านกรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ขอขอบคุณ

นางสาวอารีรัตน์ ทิพย์พันธ์

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

1 2 3

เลขที่แบบสอบถาม [] [] []

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน [] หรือเติมข้อความลงในช่องที่กำหนดให้ตามความเป็นจริง
ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

 1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

 1. น้อยกว่า 15 ปี 2. 15 - 24 ปี 3. 25 - 34 ปี 4. 35 - 44 ปี 5. 45 - 54 ปี 6. 55 - 64 ปี 7. 65 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

 1. ประถมศึกษา 2. มัธยมศึกษาตอนต้น 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย 4. อนุปริญญา 5.ปริญญาตรี 6.ปริญญาโท 7.ปริญญาเอก 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. อาชีพ

 1. ข้าราชการ 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ 3. เจ้าของกิจการ 4. พนักงานขาย 5. ลูกจ้าง/รับจ้าง 6. เกษตรกร 7. แม่บ้าน 8. นักศึกษา 9. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. สถานภาพสมรส

 1. โสด 2. สมรส 3. หย่า 4. หม้าย

6. สัญชาติ.....

7. ภูมิภาคต้นกำเนิด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. อเมริกา | <input type="checkbox"/> 2. ยุโรป |
| <input type="checkbox"/> 3. อเมริกาเหนือ | <input type="checkbox"/> 4. อเมริกาใต้ |
| <input type="checkbox"/> 5. แอฟริกา | <input type="checkbox"/> 6. ออสเตรเลีย |
| <input type="checkbox"/> 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

8. จำนวนวันที่พักในเกาะสมุย

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 1 - 3 วัน | <input type="checkbox"/> 2. 4 - 6 วัน |
| <input type="checkbox"/> 3. 7 - 9 วัน | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 9 วัน |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

9. รายได้เฉลี่ยต่อปี

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 20,000 USD/ปี | <input type="checkbox"/> 2. 20,001 - 40,000 USD/ปี |
| <input type="checkbox"/> 3. 40,001 - 60,000 USD/ปี | <input type="checkbox"/> 4. 60,001 - 80,000 USD/ปี |
| <input type="checkbox"/> 5. 80,001 - 100,000 USD/ปี | <input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 100,000 USD/ปี |

10. ท่านมาท่องเที่ยวเกาะสมุยกับใคร

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. คนเดียว | <input type="checkbox"/> 2. แพคเกจทัวร์หรือบริษัทนำเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> 3. มากับเพื่อน | <input type="checkbox"/> 4. ทักเรียน |
| <input type="checkbox"/> 5. ศึกษาดูงาน | <input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

11. ท่านมาท่องเที่ยวเกาะสมุยครั้งนี้เป็นครั้งที่เท่าไร

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. มากครั้งแรก | <input type="checkbox"/> 2. 1 - 2 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 3. 3 - 4 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 4. 5 ครั้ง ขึ้นไป |

12. วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเกาะสมุย

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. เพื่อพักผ่อน | <input type="checkbox"/> 2. เพื่อทำธุรกิจส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> 3. เพื่อความบันเทิง | <input type="checkbox"/> 4. เพื่อประชุม/สัมมนา |
| <input type="checkbox"/> 5. เพื่อมาทำงาน | <input type="checkbox"/> 6. เพื่อมาเยี่ยมญาติ/เพื่อน |
| <input type="checkbox"/> 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

13. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย

- | | |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. เครื่องบิน | <input type="checkbox"/> 2. รถไฟ |
| <input type="checkbox"/> 3. รถโดยสารประจำทาง | <input type="checkbox"/> 4. รถส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

14. ท่านทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย จากแหล่งใด

- [] 1. ครอบครัว [] 2. เพื่อน
 [] 3. บริษัทนำเที่ยว [] 4. วารสาร/นิตยสาร
 [] 5. อินเทอร์เน็ต [] 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
 คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ใน □ โดยกำหนดให้ 5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง
 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด

ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านราคา					
1. ค่าที่พัก					
2. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม					
3. ค่าพาหนะในการเดินทาง					
4. ค่าซื้อสินค้าที่ระลึก					
5. ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิง					
ด้านเศรษฐกิจ					
1. รายรับ					
2. อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ					
3. อัตราเงินเฟ้อ					
ด้านคุณภาพของการบริการ					
1. ความเป็นมิตรไมตรีของชาวเกาะสมุย					
2. ความสุภาพอ่อนโยน ใส่ใจลูกค้าของผู้บริการ					
3. ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว					

ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
<p style="text-align: center;">ด้านสังคม</p> <p>1. ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ของชาวเกาะสมุย</p> <p>2. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน</p> <p>3. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว</p> <p>4. ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์</p> <p>5. สาธารณูปโภคอื่น ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ ที่ทิ้งขยะ</p>					
<p style="text-align: center;">อิทธิพลด้านฤดูกาลท่องเที่ยว</p> <p>1. ลักษณะภูมิอากาศของเกาะสมุย</p> <p>2. ลักษณะภูมิประเทศของเกาะสมุย</p> <p>3. วันหยุดช่วงเทศกาลของนักท่องเที่ยว</p>					

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ใน โดยกำหนดให้ 5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง
2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด

อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
<p>อุปสงค์ต่อราคา</p> <p>1. ความเหมาะสมของราคาสินค้า/บริการ</p> <p>2. แพคเกจทัวร์</p> <p>3. การลดพิเศษเพื่อส่งเสริมการขาย</p> <p>4. จัดให้มีบริการทางการเงินที่สะดวก</p>					
<p>อุปสงค์ต่อรายได้</p> <p>1. งบประมาณสำหรับการท่องเที่ยว</p> <p>2. รายได้พิเศษ</p> <p>3. ความสวยงามของเกาะสมุย</p>					
<p>อุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง</p> <p>1. ราคาห้องพักเฉลี่ยถูกกว่าที่อื่นในแบบเดียวกัน</p> <p>2. ราคาค่าพาหนะเดินทางถูกกว่าที่อื่น</p> <p>3. ได้รับความสะดวกในการใช้จ่ายสูงกว่า</p>					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกาะสมุยในครั้งนี้ของท่านคืออะไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Questionnaire issued for Benefit of Research
On Demand for Visit of International Tourists to Koh Samui

This questionnaire is designed to assist the researcher's study of demand for the visits of international tourists to Koh Samui (Samui Island, Suratthani, Thailand). The researcher will utilize the information acquired from the returned questionnaire in her educational attempt to complete the Master of Business Administration, University of Rachabatr, Suratthani.

You are, therefore, kindly requested to answer to each and every inquiry in this questionnaire. The information received from the filled-in questionnaire will be used strictly in this scholarly purpose. The researcher will by all means keep your reply confidential.

Kindly accept sincere thankfulness and appreciation from the researcher.

Miss Areerat Thipphan
Researcher

Research Questionnaire

Instruction : Please answer the following questions by ticking in the blanket and/or filling words in the designated blank space.

Section 1 Personal Data

1. Gender

Male Female

2. Age

Under 15 yrs. 15 to 24 yrs.
 25 to 34 yrs. 35 to 44 yrs.
 45 to 54 yrs. 55 to 64 yrs.
 Over 65 yrs.

3. Education

Primary School Junior High School
 Senior High School Diploma
 Bachelor Master
 P.H.D Other (Please Specify)....

4. Occupation

Governmental Service State Enterprise
 Private Sector Salesman
 Employee Agriculture
 Housewife Student
 Other (Please Specify).....

5. Marital Status

Single Married
 Divorced Widowed

6. Nationality (Please Specify).....

7. You come from.....?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Asia | <input type="checkbox"/> Europe |
| <input type="checkbox"/> North America | <input type="checkbox"/> South America |
| <input type="checkbox"/> Africa | <input type="checkbox"/> Australia |

8. You plan to stay in Koh Samui ?

- | | |
|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 - 3 days | <input type="checkbox"/> 4 - 6 days |
| <input type="checkbox"/> 7 - 9 days | <input type="checkbox"/> Over 9 days |
| <input type="checkbox"/> Other (Please Specify)..... | |

9. Your Yearly Income

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Under 20,000 US\$ | <input type="checkbox"/> 20,001 - 40,000 US\$ |
| <input type="checkbox"/> 40,001 - 60,000 US\$ | <input type="checkbox"/> 60,001 - 80,000 US\$ |
| <input type="checkbox"/> 80,001 - 100,000 US\$ | <input type="checkbox"/> Over 100,000 US\$ |

10. Accompany Person ?

- | | |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Alone | <input type="checkbox"/> Travel agent/Tour package |
| <input type="checkbox"/> With friend | <input type="checkbox"/> Field study |
| <input type="checkbox"/> Study tour | <input type="checkbox"/> Other (Please Specify)..... |

11 How many times do you come to Koh Samui ?.

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> First time | <input type="checkbox"/> Second times |
| <input type="checkbox"/> Third times | <input type="checkbox"/> 4 th times |
| <input type="checkbox"/> 5 th times | <input type="checkbox"/> More than 5 times |

12. You purpose ?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Relax | <input type="checkbox"/> Entrepreneur Business |
| <input type="checkbox"/> Vacation | <input type="checkbox"/> Meeting/Seminar |
| <input type="checkbox"/> Working | <input type="checkbox"/> Visiting family/friends |
| <input type="checkbox"/> Other (Please Specify)..... | |

13. How do you come this trip ?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Plane | <input type="checkbox"/> Train |
| <input type="checkbox"/> Bus | <input type="checkbox"/> Automobile/Car |
| <input type="checkbox"/> Other (Please Specify)..... | |

Factor of Demand	Importance				
	Most	More	Medium	Less	Least
	5	4	3	2	1
Social					
Culture and tradition of Kho Samui					
Safety for life and asset					
Tourist information center					
Quality of electricity,sanitary,telephones					
Toilet,trash point and other infrastructures					
Seasonality					
Weather on Kho Samui					
Climate on Kho Samui (sea,sand,sun)					
Holiday					

Section 3 : Demand of Travel to Koh Samui

Please tick ✓ in the choice as your importance

Demand of Travel to Koh Samui	Importance				
	Very much	Fairly	Moderately	Slightly	Not at all
	5	4	3	2	1
Price Demand					
Suitability of price and service					
package tour					
Sale promotion					
Prompt payment					
Income Demand					
Budget for tour					
Unearned income					
Paradise of Koh Samui					
Cross Demand					
Cheaper accommodation					
Cheaper transportation					
More expedience to pay					

Section 4 : Kindly your recommendation about tourism in Koh Samui

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

คำอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม

ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม

ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ด้านราคา				
1. ค่าที่พัก	101.9250	211.2506	0.5134	0.9115
2. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	102.4500	208.4077	0.3270	0.9137
3. ค่าพาหนะในการเดินทาง	102.3500	218.6949	-0.0161	0.9183
4. ค่าซื้อสินค้าที่ระลึก	103.1500	218.0282	0.0123	0.9176
5. ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิง	101.6750	205.1481	0.4378	0.9118
ด้านเศรษฐกิจ				
1. รายรับ	101.9750	195.4609	0.6837	0.9072
2. อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	102.1500	197.1051	0.6651	0.9076
3. อัตราเงินเฟ้อ	102.7000	204.5744	0.4940	0.9108
ด้านคุณภาพของการบริการ				
1. ความเป็นมิตรไมตรีของชาวเกาะสมุย	101.4750	206.7686	0.4419	0.9116
2. ความสุภาพอ่อนโยน เข้าใจลูกค้าของ ผู้บริการ	101.8750	201.9583	0.6018	0.9090
3. ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว	102.1500	203.6692	0.5633	0.9097
ด้านสังคม				
1. ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ของชาวเกาะสมุย	101.6000	199.7333	0.5643	0.9096

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ด้านสังคม (ต่อ)				
2. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	102.0250	203.8199	0.5634	0.9097
3. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	102.1500	207.4641	0.5370	0.9105
4. ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์	102.1250	202.7276	0.5026	0.9107
5. สาธารณูปโภคอื่น ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ ที่ทิ้งขยะ	102.3750	199.4199	0.6696	0.9078
อิทธิพลด้านฤดูกาลท่องเที่ยว				
1. ลักษณะภูมิอากาศของเกาะสมุย	101.4000	206.0923	0.4888	0.9109
2. ลักษณะภูมิประเทศของเกาะสมุย	101.2000	208.2667	0.4728	0.9112
3. วันหยุดช่วงเทศกาลของนักท่องเที่ยว	101.4500	206.9718	0.4449	0.9115

อุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
อุปสงค์ต่อราคา				
1. ความเหมาะสมของราคาสินค้า/บริการ	101.6250	207.3686	0.4792	0.9111
2. แพลนเน็ตเวิร์ก	102.0000	204.3077	0.5277	0.9103
3. การลดพิเศษเพื่อส่งเสริมการขาย	102.2000	196.2667	.7109	.9068
4. จัดให้มีบริการทางการเงินที่สะดวก	102.3000	195.7538	0.7184	0.9066
อุปสงค์ต่อรายได้				
1. งบประมาณสำหรับการท่องเที่ยว	101.6750	204.4301	0.6111	0.9093
2. รายได้พิเศษ	102.1750	197.7378	0.6595	0.9078
3. ความสวยงามของเกาะสมุย	101.2750	211.0250	0.3478	0.9128
อุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง				
1. ราคาห้องพักเฉลี่ยถูกกว่าที่อื่นในแบบเดียวกัน	102.1250	210.0096	0.3134	0.9136
2. ราคาค่าพาหนะเดินทางถูกกว่าที่อื่น	102.2500	207.6282	0.4092	0.9121
3. ได้รับความสะดวกในการใช้จ่ายสูงกว่า	102.3750	200.1891	0.5489	0.9099

Analysis of Variance

Source of Variation	Sum of Sq.	DF	Mean Square	F	Prob.
Between People	288.8348	39	7.4060		
Within People	902.3929	1080	0.8355		
Between Measures	209.0527	27	7.7427	11.7591	0.0000
Residual	693.3402	1053	0.6584		
Nonadditivity	.0065	1	0.0065	0.0099	0.9208
Balance	693.3337	1052	0.6591		
Total	1191.2277	1119	1.0645		
Grand Mean	3.6295				

Tukey estimate of power to which observations

must be raised to achieve additivity = 2.4663

Standardized item alpha = .9466

N of Cases = 40.0 Reliability Coefficients 28 items

Alpha = .9438

ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบแบบสอบถาม

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ชูศักดิ์ เอกเพชร คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาโรช เนติธรรมกุล อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
3. รองศาสตราจารย์สุณีย์ ล่องประเสริฐ รองอธิการบดีฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อาธิ ครูสากยวงศ์ อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
5. นายภานุ วมิตร ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ภาคใต้เขต 5 จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ประวัติผู้ทำวิทยานิพนธ์

ชื่อ - นามสกุล	นางสาวอารีรัตน์ ทิพย์พันธ์
วัน เดือน ปีเกิด	14 กันยายน 2523
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	61/1 หมู่ที่ 2 ตำบลบ้านนา อำเภอบ้านนาเดิม จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2547 มหาวิทยาลัยรามคำแหง คณะรัฐศาสตร์ สาขาบริหารรัฐกิจ
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2550 สำนักงานหนังสือเดินทางสุราษฎร์ธานี กรมการกงสุล กระทรวงการต่างประเทศ
โทรศัพท์	08 - 69758323
E-mail	thippun_ple@ hotmail .com