

จรรยา วาหลวง. (2550). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยศึกษาถึงลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยว รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมในการมาท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทาง และพำนักอยู่ที่เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะใช้การทดสอบรายคู่โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดและหาค่าความสัมพันธ์โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นเพศหญิงมีอายุ 25- 34 ปีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวพระพุทธรูปใหญ่อย่างมาก การรับรู้ข้อมูลข่าวสารประเภทสื่อบุคคลจากเพื่อน และประเภทสื่อมวลชนจากแผ่นพับ/ใบปลิว นิตยสาร ในระดับมากที่สุดแหล่งท่องเที่ยวที่จูงใจในการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อมาพักผ่อน/ท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทาง คือ เพื่อน เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ช่วงเวลาในการเดินทาง คือ วันหยุดปลายสัปดาห์ ระยะเวลาต่อครั้งเฉลี่ย 4 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 8,100 บาท จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้ง นักท่องเที่ยวตั้งใจจะกลับมาท่องเที่ยวอีก

นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ สถานภาพที่แตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งและจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวแตกต่างกัน อาชีพที่แตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวหินตาหินยาย พระใหญ่ สวนผีเสื้อสมุย มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวพระใหญ่ พระธาตุศิลาสูง และเจดีย์แหลมสอ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ที่ระดับ

นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวหาดละไม พระใหญ่ เจดีย์แหลมสอ พระธาตุศิลาสูง ฟาร์มงูและสวนผีเสื้อสมุย มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันระดับต่ำมาก

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกาะสมุย จากแฟน / คนรัก มีความสัมพันธ์กับ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว จากพ่อแม่/ญาติพี่น้อง องค์กรท่องเที่ยว แผ่นพับ/ใบปลิว มีความสัมพันธ์กับ จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว และจากองค์กรท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ระดับต่ำมาก

ปัจจัยจุดใจด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล มีความสัมพันธ์กับ ระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ปัจจัยจุดใจด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ปัจจัยจุดใจเพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน ความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล และปัจจัยด้าน ความรุ่มร้อนและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรมและการขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวร์ เรือมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ระดับต่ำมาก

Junya Waluang. (2007). *Factors Influencing Thai Tourists Traveling Behavior In Koh Samui, Suratthani Province*. Master's Project, M.B.A. (Management). Bangkok : Graduate School. Srinakharinwirot University. Project Advisor: Assoc.Prof. Supada Sirikudta

The purpose of this research was to study factors influencing Thai tourists traveling behavior in Koh Samui, Suratthani province which focused on Thai tourists' demographic characteristics, satisfaction toward tourist attractions, perception about tourist information and motivational factor of traveling; as well as, study on correlation of satisfaction toward tourist attractions, perception toward tourist information, motivational factor of traveling with traveling behavior.

The samples of the research were 400 Thai tourists who traveled and stayed at Koh Samui, Suratthani Province. Questionnaires were used as a tool for data collection. The statistics used for analyzing were percentage, average, standard deviation, independent t-test, one-way analysis of variance, pair comparison analysis by Least Significant Difference (LSD) was used if significant differences were found and correlation analysis by using Pearson product moment correlation coefficient. The research revealed that:

The majority of Thai tourist at Koh Samui, Suratthani province was female, 25-34 years old age, single marital status, bachelor degree graduated, worked as private company employees and earned equal/less than 10,000 baht monthly income.

Tourists' satisfaction toward big Buddha tourist attraction was high. Perception about tourist information by personal media from friend, by mass communication media from brochure/leaflet/magazine were at high level. Motivational factor in tourist attraction was from beauty of beaches and sea the most.

Thai tourists' traveling behaviors in Koh Samui, Suratthani province were as followed. Main purpose for traveling was for relaxation/sightseeing. Travel companion was friend. Tourists mostly traveled by private car. Traveling date was on weekend. Tourists spent 4 days traveling period in average. Tourists spent 8,100 baht approximate expense per time. Tourists came estimate 3 times amount of visiting. Tourists had attention to be back for traveling again.

Tourists' with different demographics comprised different marital status had different traveling expense; also, different educational level had different traveling period per time and amount of visiting; as well as, different occupations had different traveling expense at .05 statistically significant different level.

Satisfaction toward tourist attraction of Hin Ta – Hin Yai, big Buddha, butterfly garden correlated to traveling period per time at .05 statistically significant level. Satisfaction toward tourist attraction of Big Buddha, Sila Ngu pagoda and Leam Sor Chedi correlated to amount of visiting at .05 and .01 statistically significant level respectively. Satisfaction toward tourist attraction of Lamai beach, big Buddha, Leam Sor Chedi, Sila Ngu pagoda, snake farm and butterfly garden correlated to intention to be back for traveling again at .01 and .05 statistically significant level respectively, at very low level in the same correlation direction.

Perception about tourist information of Koh Samui from lover correlated to traveling expense. Perception about tourist information of Koh Samui from parents/relatives, traveling agency, brochure/leaflet correlated to amount of visiting. Perception about tourist information of Koh Samui from traveling agency correlated to intention to be back for traveling again at .05 statistically significant level, at very low level in the same correlation direction.

Motivational factor on beauty of beaches and sea correlated to traveling period per time at .05 statistically significant level. Motivational factor on beauty of beaches and sea correlated to traveling expense at .01 statistically significant level. Motivational factors on meeting with person who interested in the same topics, beauty of beaches and sea, pleasant and natural-like water fall, art and culture attractiveness, transportation service such as airline, tour bus, boat correlated to intention to be back for traveling again at .05 and .01 statistically significant level respectively, at very low level in the same correlation direction.