

สายทิพย์ บัวเผือก. (2550). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี*. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว บริเวณเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม SPSS for Windows Version 13.0 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญจะใช้การทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธีการหาความแตกต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด และการหาค่าความสัมพันธ์โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 -34 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท
2. เพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสำหรับซื้อสินค้า / ของฝากที่ระลึกและ ความถี่ในการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดในรอบ 5 ปี (รวมครั้งนี้) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
3. อายุ, อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสำหรับซื้อสินค้า / ของฝากที่ระลึก, ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และความถี่ในการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดในรอบ 5 ปี (รวมครั้งนี้) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
4. สถานภาพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสำหรับซื้อสินค้า / ของฝากที่ระลึก, ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และความถี่ในการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดในรอบ 5 ปี (รวมครั้งนี้) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
5. ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อ พฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสำหรับซื้อสินค้า/ของฝากที่ระลึก, ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และความถี่ในการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดในรอบ 5 ปี (รวมครั้งนี้) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

15. ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวิถีการดำเนินชีวิตโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านความถี่ในการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดในรอบ 5 ปี (รวมครั้งนี้) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำมาก

16. ความพึงพอใจต่อแหล่งสินค้าพื้นเมืองที่ระลึกโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านความถี่ในการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดในรอบ 5 ปี (รวมครั้งนี้) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ

17. ความพึงพอใจต่อแหล่งอาหารและขนมไทยโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และในด้านความถี่ในการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดในรอบ 5 ปี (รวมครั้งนี้) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำมาก

17. ความพึงพอใจต่อกิจกรรมนันทนาการโดยรวม มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ในระดับ ต่ำมาก

19. ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำมาก

20. ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในด้านความถี่ในการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดในรอบ 5 ปี (รวมครั้งนี้) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ

21. พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสำหรับซื้อสินค้า/ของฝากที่ระลึก มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เกาะเกร็ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ในระดับต่ำ

22. พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความถี่ในการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดในรอบ 5 ปี (รวมครั้งนี้) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เกาะเกร็ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ

Saithip Buaphueak. (2007). *Thai tourists' behavior and satisfaction towards tourist attractions in Koh Kred Nonthaburi province*. Master's Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University.
Advisor: Assoc. Prof. Sirivan Serirat

The purpose of this research was to study Thai tourists' behavior and satisfaction towards tourist attractions in Koh Kred Nonthaburi province. The samples for this research were 400 Thai tourists who came for sightseeing at Koh Kred Nonthaburi province. Questionnaires were used as a tool for data collection. Data were analyzed by using Statistical Package for Social Science for Windows program version 13.0. The statistics used for analyzing were percentage, average, standard deviation, differences analysis by 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:

1. The majority of Thai tourists were female, 25-34 years old age, single marital status, bachelor degree graduated, worked as civil servant/state enterprise employees and earned 10,001-20,000 baht monthly income.

2. Different gender affects on different Thai tourists' behavior in term of average expense for buying gift/souvenir and travel frequency to Koh Kred within 5 years (including this time) at .01 statistically significant different level.

3. Different of age, occupation and monthly income affects on different Thai tourists' behavior in term of average expense for buying gift/souvenir, average individual expense and travel frequency to Koh Kred within 5 years (including this time) at .01 statistically significant different level.

4. Different marital status affects on different Thai tourists' behavior in term of average expense for buying gift/souvenir, average individual expense and travel frequency to Koh Kred within 5 years (including this time) at .05 statistically significant different level.

5. Different educational level affects on different Thai tourists' behavior in term of average expense for buying gift/souvenir, average individual expense and travel frequency to Koh Kred within 5 years (including this time) at .01 statistically significant different level.

6. Marketing mix factor on overall price aspect correlated to Thai tourists' behavior in term of average individual expense at lowest level in the different correlation direction at .05 statistical significance level.

7. Marketing mix factor on overall price aspect correlated to Thai tourists' behavior in term of travel frequency to Koh Kred within 5 years (including this time) at lowest level in the different correlation direction at .01 statistical significance level.

8. Marketing mix factor on overall process aspect correlated to Thai tourists' behavior in term of average expense for buying gift/souvenir at lowest level in the different correlation direction at .01 statistical significance level.

9. Marketing mix factor on overall process aspect correlated to Thai tourists' behavior in term of travel frequency to Koh Kred within 5 years (including this time) at low level in the same correlation direction at .01 statistical significance level.

10. Marketing mix factor on overall quality aspect correlated to Thai tourists' behavior in term of travel frequency to Koh Kred within 5 years (including this time) at lowest level in the same correlation direction at .01 statistical significance level.

11. Marketing mix factor on overall place aspect correlated to Thai tourists' behavior in term of average expense for buying gift/souvenir at lowest level in the same correlation direction at .01 statistical significance level.

12. Marketing mix factor on overall place aspect correlated to Thai tourists' behavior in term of average individual expense at low level in the same correlation direction at .01 statistical significance level

13. Overall motives correlated to Thai tourists' behavior in term of average individual expense and travel frequency to Koh Kred within 5 years (including this time) at lowest level in the same correlation direction at .01 statistical significance level.

14. Satisfaction towards overall tourist attractions in Koh Kred on festival and traditional correlated to Thai tourists' behavior in term of average expense for buying gift/souvenir at lowest level in the same correlation direction at .01 statistical significance level.

15. Satisfaction towards overall tourist attractions on lifestyle study correlated to Thai tourists' behavior in term of travel frequency to Koh Kred within 5 years (including this time) at lowest level in the same correlation direction at .05 statistical significance level.

16. Satisfaction towards overall local souvenir products correlated to Thai tourists' behavior in term of travel frequency to Koh Kred within 5 years (including this time) at low level in the same correlation direction at .01 statistical significance level.

17. Satisfaction towards overall Thai foods/dessert correlated to Thai tourists' behavior in term of average individual expense and travel frequency to Koh Kred within 5 years (including this time) at lowest level in the same correlation direction at .05 statistical significance level.

18. Satisfaction towards overall recreations correlated to Thai tourists' behavior in term of average individual expense at lowest level in the different correlation direction at .05 statistical significance level.

19. Satisfaction towards overall tourist attractions in Koh Kred correlated to Thai tourists' behavior in term of average individual expense at lowest level in the same correlation direction at .05 statistical significance level.

20. Satisfaction towards overall tourist attractions in Koh Kred correlated to Thai tourists' behavior in term of travel frequency to Koh Kred within 5 years (including this time) at low level in the same correlation direction at .01 statistical significance level.

21. Tourists' behavior in term of average expense for buying gift/souvenir correlated to trend of Thai tourists' behavior trend in Koh Kred at low level in the different correlation direction at .01 statistical significance level.

22. Tourists' behavior in term of travel frequency to Koh Kred within 5 years (including this time) correlated to trend of Thai tourists' behavior trend in Koh Kred at low level in the same correlation direction at .01 statistical significance level.