

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
สมมติฐานการศึกษา	5
ขอบเขตการศึกษา	5
นิยามศัพท์	6
ประโยชน์ที่ได้รับ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการในธุรกิจท่องเที่ยว	8
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจสถานพักผ่อนและการบริหารจัดการรีสอร์ท	16
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	27
กรอบแนวคิดในการศึกษา	33
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	34
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	34
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	35
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	35
การเก็บรวบรวมข้อมูล	36
การให้คะแนนและการแปลผล	36
การวิเคราะห์ข้อมูล	37

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	41
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูง ของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	41
ความพึงพอใจต่อการใช้บริการรีสอร์ทระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	66
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	68
สรุปผลการศึกษา	68
อภิปรายผล	75
ข้อค้นพบ	79
ข้อเสนอแนะ	80
บรรณานุกรม	83
ภาคผนวก	86
ก. รายชื่อรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	87
ข. แบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ท ระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด (ฉบับภาษาไทย)	90
ค. แบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ท ระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด (ฉบับภาษาอังกฤษ)	96
ประวัติผู้เขียน	103

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวของชายหาด โดยการประเมินความหนาแน่น	21
2 แสดงแนวคิดทางจิตวิทยาว่าด้วยลักษณะเฉพาะและกิจกรรมที่มนุษย์ในแต่ละช่วงอายุสนใจ	23
3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	42
4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	43
5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านราคาที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	44
6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	45
7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการส่งเสริมการจำหน่ายที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	45
8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	46
9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	46

ตาราง	หน้า
10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านหุ่นส่วนผู้ให้บริการที่ นักท่องเที่ยวนำมาพิจารณาในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	47
11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการจัดแผนงานบริการที่ นักท่องเที่ยวนำมาพิจารณาในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	48
12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	49
13 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ระหว่าง นักท่องเที่ยวชายและนักท่องเที่ยวหญิง	50
14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	52
15 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือก พักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราดของนักท่องเที่ยวที่อายุต่างกัน	52
16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	53
17 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือก พักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราดของนักท่องเที่ยวที่ระดับการศึกษา ต่างกัน	54
18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	56
19 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือก พักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราดของนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพ ต่างกัน	57
20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ย	58
21 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือก พักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราดของนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้เฉลี่ย ต่างกัน	60
22 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิลำเนา	61

ตาราง	หน้า
23 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราดของนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกัน	63
24 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	65
25 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความพึงพอใจต่อการใช้บริการรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	66
26 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด	66
27 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านร่วมกับคุณลักษณะทางประชากร	72
28 แสดงลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ในทัศนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	74

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	วิธีการกำหนดราคาที่ยึดต้นทุนเป็นเกณฑ์ในการหาจุดคุ้มทุน	10
2	ช่องทางการจัดจำหน่ายในลักษณะต่างๆ ของธุรกิจสถานพักผ่อน	13
3	แผนภาพการรับรู้ของผู้บริโภค	27
4	กรอบแนวคิดในการศึกษา	33
5	สรุประเบียบวิธีการศึกษา	39

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved