

สารบัญญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก	3
2.1 แบบจำลองกระบวนการสื่อสารการตลาด.....	22
2.2 ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)	25
2.3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทของการตลาดต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว	40
2.4 แสดงแบบจำลองสิ่งเร้า	49
2.5 แสดงการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Decision Making)	53
2.6 รูปแบบกระบวนการตัดสินใจข้อ 5 ขั้นตอน	55
2.7 ลำดับขั้นกระบวนการซื้อของผู้บริโภคจากการสื่อสารการตลาด	56
4.1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	69
4.2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	70
4.3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	71
4.4 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	73
4.5 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	74
4.6 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	76
4.7 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเคยเดินทางไป ต่างประเทศ	77
4.8 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการเดินทางไป ต่างประเทศ	78
4.9 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางไป ต่างประเทศ	80
4.10 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว	84
4.11 แสดงค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อเพื่อการท่องเที่ยวต่างประเทศ.....	88
4.12 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามชนิดของสื่อที่ใช้ค้นหาข้อมูล เพื่อการท่องเที่ยวในต่างประเทศ.....	90