

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	ข้อคำถามของมาตรวัดที่จำแนกตามตัวแปรที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป	43
4.1	ข้อมูลส่วนบุคคล	50
4.2	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	52
4.3	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ)	53
4.4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	54
4.5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	55
4.6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	56
4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ	57
4.8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร	58
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ	59
4.10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยว	60
4.11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	60
4.12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ	61
4.13	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมสืบสานประเพณีไทย	62
4.14	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยว	63
4.15	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวด้านความเป็นรูปธรรม	63
4.16	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวด้านความเชื่อถือไว้วางใจ	64
4.17	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวด้านการตอบสนองความต้องการ	65
4.18	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวด้านการให้ความมั่นใจ	66

ตารางที่		หน้า
4.19	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวด้านความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจ	67
4.20	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย	68
4.21	สมการอธิบายความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย	70
4.22	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวสมการอธิบายความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย	72
4.23	สัมประสิทธิ์การตัดสินใจของสมการอธิบายความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย	73
4.24	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย	74

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	องค์ประกอบของการท่องเที่ยว	14
2.2	แบบจำลองคุณภาพการบริการจากความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังของการบริการ	29
2.3	กรอบแนวคิดในการวิจัย	40