สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ 0

บทคัดย่อภาษาไทย ..... (1)

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... (3)

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary) ..... (5)

สารบัญ ..... (11)

สารบัญตาราง ..... (13)

สารบัญภาพ ..... (20)

บทที่ 1 บทนำ 1

ความเป็นมาและความสำคัญ 1

วัตถุประสงค์ของการวิจัย 2

กรอบแนวคิดในการวิจัย 3

สมมติฐานการวิจัย 4

ขอบเขตการวิจัย 4

นิยามศัพท์ 5

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 7

บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 8

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) 8

หลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) 12

ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยว
(Tourists' Expectation and Perception) 15

ความพึงพอใจต่อเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
(Overall satisfaction with creative tourism route) 18

แนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourists' Behavior and Trend) 24

อนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน (Upper Greater Mekong Subregion) 28

โมเดลคุณภาพบริการ (Service-quality model) 30

การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศ (Information) ที่เกี่ยวข้อง 31

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย 39

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 31

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 41

การเก็บรวมรวมข้อมูล 43

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล 43

บทที่ 4 ผลการวิจัย 48

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ – นักท่องเที่ยว 49

การทดสอบสมมติฐาน 104-191

บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 192

สรุปผลการวิจัย 192

การอภิปรายผล 211

ข้อเสนอแนะ 215

บรรณานุกรม 219

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม 226

ภาคผนวก ข ภาพกิจกรรม 263

ภาคผนวก ค ประวัติผู้วิจัย 264

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.1 ขนาดตัวอย่างที่กำหนดและที่เก็บได้จริงในแต่ละประเทศ 40

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย (เชียงแสน/เชียงราย) พม่า (เชียงตุง) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) และลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) 49

ตารางที่ 4.2 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านสร้างสรรค์ ด้านเศรษฐกิจ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงแสน/เชียงราย) พม่า (เชียงตุง) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ 53

ตารางที่ 4.3 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์ สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงแสน/เชียงราย) พม่า (เชียงตุง) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) และลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ 56

ตารางที่ 4.4 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงแสน/เชียงราย) พม่า (เชียงตุง) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ 59

ตารางที่ 4.5 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านสร้างสรรค์ การอนุรักษ์วัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงแสน/เชียงราย) พม่า (เชียงตุง) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และ 4 ประเทศ 61

ตารางที่ 4.6 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้าน ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงแสน/เชียงราย) พม่า (เชียงตุง) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ 64

ตารางที่ 4.7 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านนวัตกรรม การท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงแสน/เชียงราย) พม่า (เชียงตุง) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) และลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ 66

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.8 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงแสน/เชียงราย) พม่า (เชียงตุง) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) และลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) 68

ตารางที่ 4.9 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงแสน/เชียงราย) พม่า (เชียงตุง) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ 70

ตารางที่ 4.10 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงแสน/เชียงราย) พม่า (เชียงตุง) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) และลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) 72

ตารางที่ 4.11 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงแสน/เชียงราย) พม่า (เชียงตุง) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) และลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) 74

ตารางที่ 4.12 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงแสน/เชียงราย) พม่า (เชียงตุง) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ 76

ตารางที่ 4.13 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ/ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงแสน/เชียงราย) พม่า (เชียงตุง) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ 79

ตารางที่ 4.14 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงแสน/เชียงราย) พม่า (เชียงตุง) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ 82

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.15 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงแสน/เชียงราย) พม่า (เชียงตุง) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ 84

ตารางที่ 4.16 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) / ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงแสน/เชียงราย) พม่า (เชียงตุง) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ 87

ตารางที่ 4.17 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงแสน/เชียงราย) พม่า (เชียงตุง) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ 89

ตารางที่ 4.18 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงแสน/เชียงราย) พม่า (เชียงตุง) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ 91

ตารางที่ 4.19 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงแสน/เชียงราย) พม่า (เชียงตุง) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ 93

ตารางที่ 4.20 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงแสน/เชียงราย) พม่า (เชียงตุง) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ 95

ตารางที่ 4.21 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงแสน/เชียงราย) พม่า (เชียงตุง) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ 97

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.22 ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงแสน/เชียงราย) พม่า (เชียงตุง) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ 99

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ของแต่ละสถานที่ 101

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ของแต่ละสถานที่ 103

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน 104

ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามเพศ ของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ) 105

ตารางที่ 4.27 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามเพศ ของนักท่องเที่ยว (เชียงแสน) 106

ตารางที่ 4.28 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว (เชียงตุง) 107

ตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว (เชียงรุ้ง) 108

ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว (เชียงทอง) 109

ตารางที่ 4.31 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามอายุ ของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ) 110

ตารางที่ 4.32 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว (เชียงแสน) 112

ตารางที่ 4.33 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว (เชียงตุง) 113

ตารางที่ 4.34 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว เชียงรุ้ง) 114

ตารางที่ 4.35 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว เชียงทอง) 115

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.36 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ) 116
ตารางที่ 4.37 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยว (เชียงแสน) 117
ตารางที่ 4.38 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยว (เชียงตุง) 118
ตารางที่ 4.39 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยว (เชียงรุ้ง) 119
ตารางที่ 4.40 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยว (เชียงทอง) 120
ตารางที่ 4.41 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ) 121
ตารางที่ 4.42 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว (เชียงแสน) 122
ตารางที่ 4.43 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว (เชียงตุง) 123
ตารางที่ 4.44 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว (เชียงรุ้ง) 124
ตารางที่ 4.45 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว (เชียงทอง) 125
ตารางที่ 4.46 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ) 126
ตารางที่ 4.47 การเปรียบเทียบ1ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว (เชียงแสน) 128
ตารางที่ 4.48 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว (เชียงตุง) 129
ตารางที่ 4.49 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว (เชียงรุ้ง) 131

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.50 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว (เชียงทอง) 133
ตารางที่ 4.51 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ) 134
ตารางที่ 4.52 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว (เชียงแสน) 137
ตารางที่ 4.53 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว (เชียงตุง) 138
ตารางที่ 4.54 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว (เชียงรุ้ง) 140
ตารางที่ 4.55 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว (เชียงทอง) 141
ตารางที่ 4.56 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ) 143
ตารางที่ 4.57 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว (เชียงแสน) 148
ตารางที่ 4.58 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว (เชียงตุง) 150
ตารางที่ 4.59 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว (เชียงรุ้ง) 152
ตารางที่ 4.60 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว (เชียงทอง) 153
ตารางที่ 4.61 การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (รวม 4 ประเทศ) 156
ตารางที่ 4.62 การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (เชียงแสน) 159
ตารางที่ 4.63 การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (เชียงตุง) 162

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.64 การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (เชียงรุ้ง) 164
ตารางที่ 4.65 การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (เชียงทอง) 167
ตารางที่ 4.66 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (รวม 4 ประเทศ) 170
ตารางที่ 4.67 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (เชียงแสน) 172
ตารางที่ 4.68 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (เชียงตุง) 175
ตารางที่ 4.69 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (เชียงรุ้ง) 177
ตารางที่ 4.70 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (เชียงทอง) 180
ตารางที่ 4.71 การเปรียบเทียบการรับรู้ในของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำแนกตามประเทศ (รวม 4 ประเทศ) 183
ตารางที่ 4.72 สรุปการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว โดยใช้สถิติ t-test หรือ One Way ANOVA 188
ตารางที่ 4.73 สรุปการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยืน โดยใช้สถิติ Paired t-test 189
ตารางที่ 4.74 สรุปการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) 190
ตารางที่ 4.75 การเปรียบเทียบการรับรู้ในของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจำแนกตามประเทศ One Way ANOVA 191

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย 3
ภาพที่ 2.1 โมเดลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Models of creative tourism) 9
ภาพที่ 2.2 โมเดลต้นทุนของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยว (Destination capitals model of tourism development) 14
ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว (A framework for tourist expectations) 15
ภาพที่ 2.4 กระบวนการการรับรู้ (Perception process) 17
ภาพที่ 2.5 สมการที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 19
ภาพที่ 2.6 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและผลกระทบที่เกิดขึ้น (Factor Affecting Tourist Satisfaction and Its Consequences) 19
ภาพที่ 2.7 ทฤษฎีการวางแผนพฤติกรรม (The theory of planned behavior) 27
ภาพที่ 2.8 คุณภาพบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า 28
ภาพที่ 5.1 การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยจำแนกตามประเทศ 207
ภาพที่ 5.2 การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจำแนกตามประเทศ 210