

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 สมมติฐานการวิจัย	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	5
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค	7
2.2 อุปสงค์และอุปทานของการท่องเที่ยว	12
2.3 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด	14
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับตลาดการท่องเที่ยว	22
2.5 ปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยว	24
2.6 ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	26
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
2.8 กรอบแนวคิดในการศึกษา	32
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	33
3.1 การนำแนวคิด ทฤษฎีมาใช้ในการศึกษา	33
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	34
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	36

สารบัญ (ต่อ)

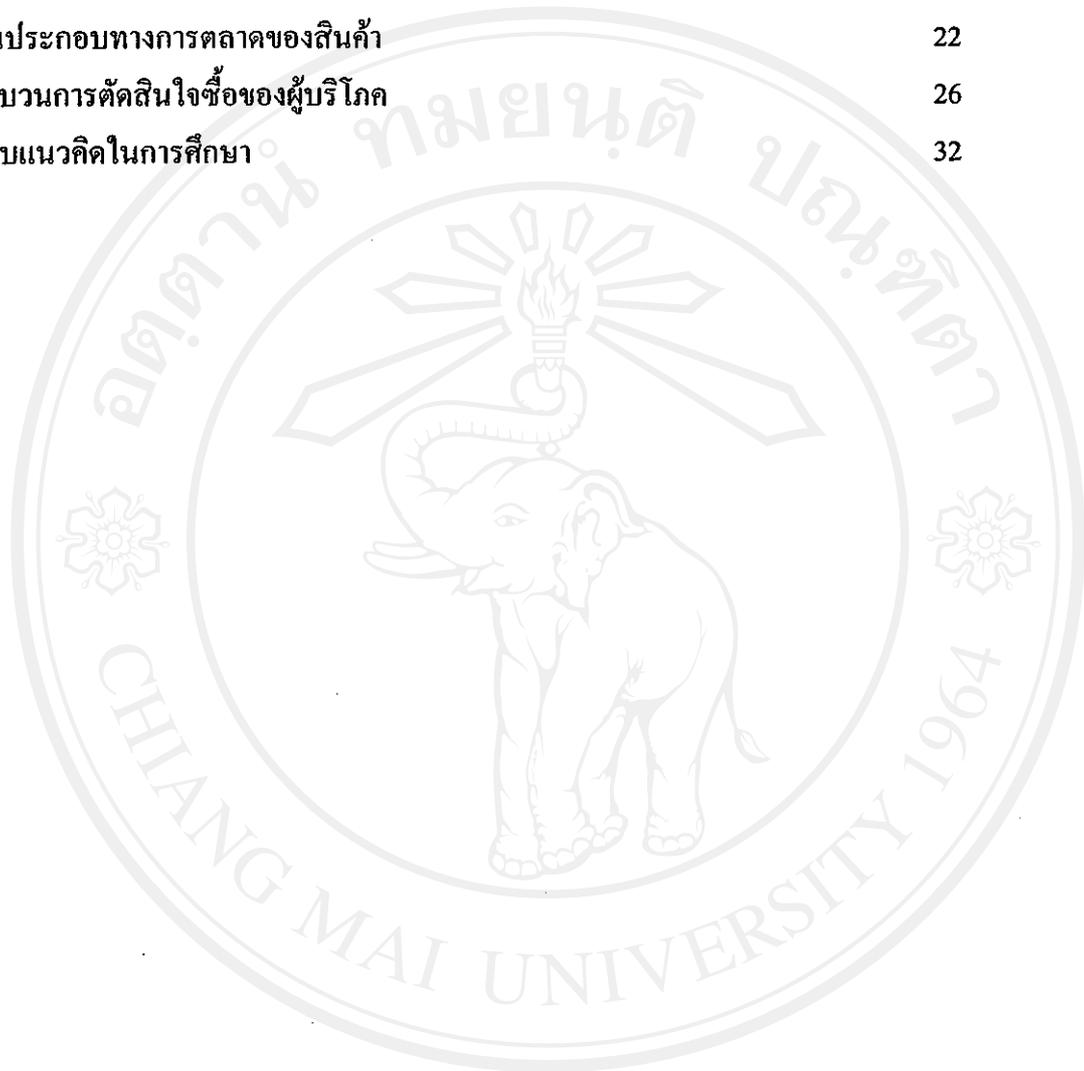
	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	37
4.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	38
4.2 วิเคราะห์พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวจากจังหวัดเชียงใหม่	41
4.3 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวจากจังหวัดเชียงใหม่	50
4.4 วิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ และความคิดเห็นแบบปลายเปิดของนักท่องเที่ยวจากจังหวัดเชียงใหม่	61
4.5 วิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศ	67
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	75
5.1 สรุปผลการศึกษา	75
5.2 ข้อเสนอแนะ	77
บรรณานุกรม	79
ภาคผนวก	81
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	82
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก	88
ภาคผนวก ค ตลาดนักท่องเที่ยวภายในประเทศ	90
ประวัติผู้เขียน	99

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 สถิติการท่องเที่ยวในประเทศไทย	2
2.1 คำถาม คำตอบ และกลยุทธ์แผนงานตลาดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค สัญชาติ	9
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวภายในประเทศจากจังหวัด เชียงใหม่	40
4.2 รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชอบ	42
4.3 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยว	43
4.4 สาเหตุของความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ	43
4.5 ประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวหลักของนักท่องเที่ยวจากจังหวัดเชียงใหม่	44
4.6 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวจาก จังหวัดเชียงใหม่	45
4.7 บุคคลที่ร่วมเดินทางไปกับนักท่องเที่ยวจากจังหวัดเชียงใหม่	46
4.8 วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางของนักท่องเที่ยวจากจังหวัดเชียงใหม่	46
4.9 แหล่งข้อมูลข่าวสารของสถานที่ท่องเที่ยว	47
4.10 พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยวภายในประเทศ	48
4.11 พฤติกรรมการพักค้างคืนในการท่องเที่ยวภายในประเทศ	50
4.12 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อจำนวนวันพัก	52
4.13 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ย	57
4.14 วิธีการที่นักท่องเที่ยวจากจังหวัดเชียงใหม่อยากเดินทางไปท่องเที่ยว มากที่สุด	61
4.15 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวจาก จังหวัดเชียงใหม่	63

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
2.1 ส่วนประกอบทางการตลาดของสินค้า	22
2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	26
2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษา	32



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved