

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	
กิตติกรรมประกาศ	
สารบัญตาราง	ค
สารบัญภาพ	ด
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์หลักของการสำรวจข้อมูลด้านการตลาด	2
1.3 ปัญหาในการวิจัย	2
1.4 ขอบเขตการศึกษา	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.6 กรอบแนวคิด	4
บทที่ 2 ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 ผ้าพื้นถิ่น (Local Textiles)	5
2.2 มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage)	8
2.3 การสื่อความหมายเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Interpretation)	8
2.4 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourists Behavior)	14
2.5 การจัดการประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้าและ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (MICE)	20
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผ้าพื้นถิ่นและพฤติกรรมผู้บริโภค	24
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	26
3.1 ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้	26
3.2 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	26
3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	29
3.4 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล	28
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	28
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	30

บทที่ 4	การสื่อความหมายลักษณะทางกายภาพและคุณสมบัติของผ้าพื้นถิ่น สำหรับผู้ประกอบการผ้าพื้นถิ่น	31
	4.1 ภาคกลาง	31
	4.2 ภาคเหนือ	56
	4.3 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	64

สารบัญ(ต่อ)

		หน้า
	4.4 ภาคใต้	76
บทที่ 5	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เฉพาะกลุ่มธุรกิจ MICE ภาคกลาง	103
	5.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย	103
	5.2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	125
บทที่ 6	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล นักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เฉพาะกลุ่มธุรกิจ MICE ภาคเหนือ	148
	6.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย	148
	6.2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	172
บทที่ 7	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล นักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เฉพาะกลุ่มธุรกิจ MICE ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	195
	7.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย	195
	7.2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	219
บทที่ 8	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล นักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เฉพาะกลุ่มธุรกิจ MICE ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	244
	8.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย	244
	8.2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	265
บทที่ 9	สรุปผลและข้อเสนอแนะ	289
	9.1 อภิปรายผล	289
	9.2 สรุปผล	297
	9.3 ข้อเสนอแนะ	311
บรรณานุกรม		314

ภาคผนวก	319
ประวัติผู้เขียน	409