

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย	5
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดการท่องเที่ยว	7
แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	10
แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจ	16
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ	20
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	32
แนวคิดเกี่ยวกับเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา	39
แนวคิดด้านประชากรศาสตร์	41
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	43
กรอบแนวคิดในการวิจัย	47
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	48
ขอบเขตการวิจัย	48
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	50
การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ	52
การเก็บรวบรวมข้อมูล	53
การวิเคราะห์ข้อมูล	53

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	55
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	55
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคาดหวังและความพึงพอใจต่อ องค์กรประกอบการท่องเที่ยว	57
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (7 P's) ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีน	59
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	61
ตอนที่ 5 กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีน : กรณี ศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา	65
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	67
สรุปผลการวิจัย	68
อภิปรายผล	73
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้	80
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	81
บรรณานุกรม	82
บรรณานุกรมภาษาไทย	82
บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ	85
ภาคผนวก	86
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	87
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์	92
ประวัติผู้วิจัย	94

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ	55
4.2	ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	57
4.3	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังและความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว	58
4.4	กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (7 P's) ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีน	60

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	47
4.1	แผนภาพกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีน: กรณีศึกษาเขต พัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา	66