

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย.....	3
ขอบเขตการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
บริบทของอุทยานหลวงราชพฤกษ์.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยว.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว.....	16
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว.....	19
แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	23
แนวคิดเกี่ยวกับตลาดบริการและการตลาดการท่องเที่ยว.....	27
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว.....	36
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	41
กรอบแนวคิดในงานวิจัย.....	48

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	49
รูปแบบการวิจัย.....	49
ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง.....	50
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	51
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	51
การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในงานวิจัย.....	52
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม.....	55
ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการตัดสินใจมา ท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์.....	58
ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบัณฑิตอาสา การตลาดท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศและอายุ.....	66
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	87
สรุปผลการวิจัย.....	85
อภิปรายผล.....	90
ข้อเสนอแนะ.....	94
บรรณานุกรม.....	96
ประวัติผู้วิจัย.....	99
ภาคผนวก.....	100

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	สรุปตารางส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว.....	11
2.2	คำถามคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	20
4.1	ผลจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	55
4.2	จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ(Product) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	58
4.3	จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านราคา(Price) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	59
4.4	จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	60
4.5	จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	61
4.6	จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านบุคลากร (People) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	62
4.7	จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านการจัดการการท่องเที่ยว (Programming) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	63
4.8	จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ(Process) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	64
4.9	จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านหุ้นส่วน หรือพันธมิตรทางธุรกิจ (Partnership) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.10 จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ(Product) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ	66
4.11 จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านราคา(Price) ที่มีผลต่อการตัดสินใจ มาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ.....	67
4.12 จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการ จัดจำหน่าย (Place) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว อุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ.....	68
4.13 จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ.....	69
4.14 จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านบุคลากร (People) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ.....	70
4.15 จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านการจัดการการท่องเที่ยว (Programming) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวง ราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ.....	71
4.16 จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ(Process) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ.....	72
4.17 จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านหุ้นส่วน หรือพันธมิตรทางธุรกิจ (Partnership) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวง ราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ.....	73
4.18 จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ(Product) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.19 จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านราคา(Price) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ	75
4.20 จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ.....	76
4.21 จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ.....	77
4.22 จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านบุคลากร (People) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ	79
4.23 จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านการจัดการการท่องเที่ยว (Programming) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ	80
4.24 จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ(Process) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ.....	81
4.25 จำนวน และร้อยละปัจจัยด้านหุ้นส่วน หรือพันธมิตรทางธุรกิจ (Partnership) ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานหลวงราชพฤกษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ	82

ญ

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 หอคำหลวง	9
2.2 ด้านหน้าทางเข้าอุทยานหลวงราชพฤกษ์.....	9
2.3 Mascot ของงานมหกรรมพืชสวนโลก	10
2.4. กรอบแนวคิดงานวิจัย	48

