

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว.....	6
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการตลาด.....	10
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว.....	19
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว.....	24
สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงใหม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	29
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	33
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	43
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	45
รูปแบบการวิจัย.....	45
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	45

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 55
	ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม..... 56
	ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของ นักท่องเที่ยวชาวจีน..... 59
	ตอนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่ส่งเสริมการ ท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวจีนด้าน องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5 A..... 62
	ตอนที่ 4 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่ส่งเสริมการ ท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวจีนด้านปัจจัย ทางการตลาดการท่องเที่ยว 8Ps..... 67
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 77
	สรุปการวิจัย..... 77
	อภิปรายผล..... 81
	ข้อเสนอแนะ..... 90
บรรณานุกรม.....	92
ประวัติผู้วิจัย.....	97
ภาคผนวก.....	98
	ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย..... 99
	ภาคผนวก ข แบบสอบถามภาษาไทย..... 100
	ภาคผนวก ค แบบสอบถามภาษาจีน..... 109
	ภาคผนวก ง ตารางผลการวิเคราะห์..... 115

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.5.1 จำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	32
4.1 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจีน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล.....	56
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	59
4.3 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5As ด้าน สิ่งดึงดูดใจ.....	62
4.4 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5As ด้าน ความสะดวกในการเดินทาง.....	63
4.5 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5 As ด้านสิ่ง อำนวยความสะดวก.....	64
4.6 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5As ด้านที่ พัก.....	65
4.7 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5 As ด้าน กิจกรรม.....	66
4.8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่ ส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวจีน ด้าน องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5 A.....	67
4.9 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว 8Ps ด้านผลิตภัณฑ์.....	68
4.10 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว 8Ps ด้านราคาและ ค่าใช้จ่ายอื่นของผู้ใช้บริการ.....	69
4.11 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว 8Ps ด้านช่องทางการจัด จำหน่ายไซเบอร์สเปซและเวลา.....	70
4.12 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว 8Ps ด้านการส่งเสริม การตลาดและการให้การศึกษาลูกค้า.....	71
4.13 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว 8Ps ด้านบุคลากร.....	72

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.14	ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว 8Ps ด้านกระบวนการ 73
4.15	ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว 8Ps ด้านผลผลิตและคุณภาพ..... 74
4.16	ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว 8Ps ด้านหลักฐานที่เป็นกายภาพ..... 74
4.17	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านปัจจัยทางการตลาดการท่องเที่ยว 8Ps..... 75