

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มา และความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	11
1.3 ขอบเขตการศึกษา	12
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	12
1.5 นิยามศัพท์	12
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
2.1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	13
2.2 ทฤษฎีความพึงพอใจของผู้บริโภค	19
2.3 ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้น	20
2.4 แนวคิด และทฤษฎีการพัฒนากาการท่องเที่ยว	21
2.5 สรุปสาระสำคัญจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง	24
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	33
3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา	33
3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	33
3.3 เครื่องมือสถิติที่ใช้ในการทดสอบ	34
3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	34

3.5 การสร้างแบบจำลอง	35
3.6 สมมติฐานในการศึกษา	37
บทที่ 4 ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว และกิจกรรมถนนคนเดิน	39
4.1 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว	39
4.2 กิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่	39
บทที่ 5 ผลการศึกษา	41
5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค	42
5.2 พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มาเที่ยวชมกิจกรรมถนนคนเดิน	45
5.3 การศึกษาจากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบจำลองโลจิสติก โดยวิธีการวิเคราะห์ Maximum Likelihood Estimates) และ Marginal effects	48
บทที่ 6 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	62
6.1 บทสรุป	62
6.2 ข้อเสนอแนะ	63
6.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	65
บรรณานุกรม	66
ภาคผนวก	74
ประวัติผู้เขียน	78

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย พ.ศ. 2539-2544	2
1.2 รายได้จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย พ.ศ. 2540 –2544	2
1.3 นักท่องเที่ยวที่มาประเทศไทยตามจุดมุ่งหมายในการมาเยือน พ.ศ. 2540 –2545	3
1.4 สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2545	6
1.5 รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงใหม่ปี 2545	7
1.6 จำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2537-2545	8
5.1 เพศของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครที่มาเที่ยวชมกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ	43
5.2 อายุของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครที่มาเที่ยวชมกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ	43
5.3 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครที่มาเที่ยวชมกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ	44
5.4 ภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครที่มาเที่ยวชมกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ	45
5.5 การศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครที่มาเที่ยวชมกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ	45
5.6 อาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครที่มาเที่ยวชมกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ	46
5.7 ความถี่ในการมาเที่ยวชมกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่	47
5.8 การรับทราบข่าวเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ	47
5.9 ชนิดของสื่อที่ผู้บริโภครรับทราบข่าวการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ	48
5.10 สิ่งที่น่าสนใจให้ผู้บริโภครมาเที่ยวชมงานจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ	49
5.11 คำอธิบาย และวิธีการวัดตัวแปรต่างๆ ที่นำมาใช้ในแบบจำลองโลจิส (Logit Model)	50
5.12 ผลการทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจผู้บริโภครในการจัดกิจกรรม ถนนคนเดินโดยใช้แบบจำลองโลจิส (Logit Model) โดยวิธี Maximum Likelihood Estimates สมการที่ 1 – สมการที่ 6	52

5.13 ผลการทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจผู้บริโภคในการจัดกิจกรรม ถนนคนเดินโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) โดยวิธี Marginal effects สมการที่ 1 – สมการที่ 6	52
5.14 ผลการทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจผู้บริโภคในการจัดกิจกรรม ถนนคนเดินโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) โดยวิธี Maximum Likelihood Estimates สมการที่ 7 – สมการที่ 12	53
5.15 ผลการทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจผู้บริโภคในการจัดกิจกรรม ถนนคนเดินโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) โดยวิธี Marginal effects สมการที่ 1 – สมการที่ 6	54

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
1.1 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเชียงใหม่ ปี 2545 แบ่งตามสัญชาติ	7
1.2 นักท่องเที่ยวจำแนกตาม พาหนะการเดินทาง ปี 2545	9
1.3 นักท่องเที่ยวจำแนกตาม ประเภทที่พัก ปี 2545	10
2.1 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างง่าย หรือ S-R Theory	15
2.2 รายละเอียดพฤติกรรมผู้บริโภค	16
2.3 ขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจ	17
2.4 ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค	18