

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	น
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฉ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	5
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	5
1.4 ขอบเขตการศึกษา	5
1.5 นิยามศัพท์	5
<b>บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 อุปสงค์การท่องเที่ยว	7
2.2 อุปทานของการท่องเที่ยว	9
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการ	10
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและการประชาสัมพันธ์ สำหรับธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	11
2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย</b>	
3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	15
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	16
3.3 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	17
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	18
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	19

บทที่ 4 ผลการศึกษา

4.1 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทย	20
4.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	30
4.3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้	36
4.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยกลุ่มตัวอย่างต่อการเดินทาง มาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่	55

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา	60
5.2 ข้อเสนอแนะ	63

เอกสารอ้างอิง

65

ภาคผนวก

67

ประวัติผู้เขียน

73

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
1.1	ข้อมูลทางเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2554	2
1.2	จำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2546-2553	3
1.3	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ในปี 2553 โดยจำแนกตามภูมิฐานะของนักท่องเที่ยว	4
3.1	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	17
4.1	เพศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว	20
4.2	อายุของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว	22
4.3	สถานภาพการสมรสของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว	23
4.4	ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว	24
4.5	อาชีพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว	25
4.6	รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว	27
4.7	รายได้ของครัวเรือนต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว	28
4.8ก	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ	29
4.8ข	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ	30
4.9ก	คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม	32
4.9ข	คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง	34
4.10	วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง	37
4.11	การจัดการในการท่องเที่ยวครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง	38
4.12	จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง (รวมครั้งนี้)	39
4.13	บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง	40
4.14	แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง	41
4.15	แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวครั้งก่อนของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง	43

4.16	แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง	45
4.17	สถานที่พักผ่อนในครั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง	47
4.18	ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง	49
4.19ก	ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มตัวอย่างที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง	51
4.19ข	ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มตัวอย่างที่จัดการท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว	52
4.20	พาหนะที่ใช้เดินทางจากภูมิลำเนามายังจังหวัดเชียงใหม่และพาหนะที่ใช้ใน การท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง	54
4.21	การกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง	55
4.22	คะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง	58

รูป

3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

หน้า

15



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved