

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ณ
<b>บทที่ 1    บทนำ</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
<b>บทที่ 2    แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>10</b>
องค์ประกอบของการท่องเที่ยว	10
ความสำคัญของการท่องเที่ยว	12
ศักยภาพการท่องเที่ยว	13
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	13
การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	20
พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	24
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีน	26
สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย	28
การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว	32
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	40
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	44
กรอบแนวคิดในการวิจัย	47

	หน้า
<b>บทที่ 3</b>	<b>วิธีดำเนินการวิจัย</b>
	48
	ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
	48
	การเก็บรวบรวมข้อมูล
	49
	การวิเคราะห์ข้อมูล
	49
<b>บทที่ 4</b>	<b>ผลการวิจัย</b>
	51
	ตอนที่ 1 การสังเคราะห์องค์ความรู้จากโครงการย่อย
	51
	ตอนที่ 2 กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยว
	65
	นักท่องเที่ยวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ: กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยว
	อารยธรรมล้านนา
<b>บทที่ 5</b>	<b>สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>
	69
	สรุปผลการวิจัย
	69
	อภิปรายผล
	74
	ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้
	77
	ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป
	77
<b>บรรณานุกรม</b>	78
	บรรณานุกรมภาษาไทย
	78
	บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ
	81
<b>ภาคผนวก</b>	82
	ภาคผนวก ก ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560
	83
	ภาคผนวก ข แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว
	115
	อารยธรรมล้านนา พ.ศ. 2559-2563
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	125

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	ข้อดีและข้อเสียของสื่อประเภทต่างๆ	34
4.1	สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT analysis) การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเงินอย่างมีประสิทธิภาพ	65
4.2	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของสภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT analysis) การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเงินอย่างมีประสิทธิภาพ	66
ก-1	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศทั่วโลก ระหว่างปี 2533-2556	85
ก-2	จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาค และอัตราการเติบโต	86
ก-3	การกระจายตัวของผู้เยี่ยมชมชาวต่างชาติ	91
ข-1	จำนวนรายได้จากการท่องเที่ยวของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา	118

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	การแบ่งเขตพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย	3
2.1	การพัฒนารูปแบบทางการตลาด	34
2.2	องค์ประกอบของรูปแบบการตลาด 3.0	35
2.3	รูปแบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์	38
2.4	องค์ประกอบของสินค้าและบริการ	39
2.5	กรอบแนวคิดในการวิจัย	47
4.1	แผนภาพกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว จีนอย่างมีประสิทธิภาพ	68
ก-1	คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก ปี ค.ศ. 2030	85
ก-2	ประเทศที่มีค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวสูงที่สุด 10 อันดับแรก	87
ก-3	จำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว	88
ก-4	แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยปี 2549-2578	89
ก-5	อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย	90
ก-6	การเปลี่ยนแปลงของอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวจากวิกฤตทางการเมือง	94
ก-7	การเปลี่ยนแปลงของอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวจากวิกฤตของโรคระบาด	94
ก-8	ประเด็นสำคัญในการพัฒนาเพื่อจุดหมายปลายทางแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ	97
ก-9	ดัชนีชี้วัดตามเป้าหมายการพัฒนา	99
ข-1	จำนวนนักท่องเที่ยวไทยในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ในปี 2556	117
ข-2	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ในปี 2556	117