

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ช
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	5
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	6
1.5 นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 ทฤษฎีอุปสงค์	7
2.2 อุปสงค์การท่องเที่ยว	9
2.3 สรุปสาระสำคัญจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีศึกษา	15
3.1 แบบจำลอง	15
3.2 แหล่งข้อมูล	17
3.3 กลุ่มตัวอย่างและการคัดเลือกพื้นที่ดำเนินการ	18
3.4 วิธีการศึกษา	18

บทที่ 4 โบราณสถานเวียงกุมกาม	19
4.1 ลักษณะทางกายภาพ	19
4.2 ประวัติความเป็นมาของโบราณสถานเวียงกุมกาม	21
4.3 สิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยวใน โบราณสถานเวียงกุมกาม	26
บทที่ 5 ผลการศึกษา	31
5.1 ข้อมูลพื้นฐาน	31
5.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม	34
5.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม	39
5.3.1 ภาพรวมของความคิดเห็น	40
5.3.2 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกลุ่มเพศ	45
5.3.3 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกลุ่มอายุ	57
5.3.4 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกลุ่มการศึกษา	76
5.3.5 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้	94
5.3.6 เปรียบเทียบความคิดเห็นภาพรวมกับกลุ่มอื่นๆ	110
บทที่ 6 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	120
6.1 สรุปผลการศึกษา	120
6.2 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา	124
6.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป	126
บรรณานุกรม	128
ประวัติผู้เขียน	130

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย	2
1.2 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่	3
5.1 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเพศ	32
5.2 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามอายุ	32
5.3 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา	33
5.4 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	33
5.5 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	34
5.6 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการเดินทาง	35
5.7 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งในการเดินทาง	35
5.8 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับรู้ข่าวสาร	36
5.9 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุในการเดินทางมาท่องเที่ยว	37
5.10 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นด้านผลกระทบจากฤดูกาล	37
5.11 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	38
5.12 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นด้านนโยบายการโฆษณาของรัฐบาล	38
5.13 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามความต้องการด้านธุรกิจท่องเที่ยวบริการ	40
5.14 ภาพรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวโบราณสถาน ฯ	42
5.15 ความคิดเห็นของกลุ่มเพศต่อปัจจัยด้านราคา	45
5.16 ความคิดเห็นของกลุ่มเพศต่อปัจจัยด้านคมนาคม	47
5.17 ความคิดเห็นของกลุ่มเพศต่อปัจจัยด้านสถานที่พักผ่อน	48
5.18 ความคิดเห็นของกลุ่มเพศต่อปัจจัยด้านร้านอาหาร	49
5.19 ความคิดเห็นของกลุ่มเพศต่อปัจจัยด้านบริการธุรกิจท่องเที่ยว	50
5.20 ความคิดเห็นของกลุ่มเพศต่อปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ	51
5.21 ความคิดเห็นของกลุ่มเพศต่อปัจจัยด้านความสามารถในการพัฒนา	52
5.22 ความคิดเห็นของกลุ่มเพศต่อปัจจัยด้านของที่ระลึก	54

5.23	ความคิดเห็นของกลุ่มเพศต่อปัจจัยด้านความปลอดภัย	55
5.24	ความคิดเห็นของกลุ่มเพศต่อปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ	56
5.25	ความคิดเห็นของกลุ่มอายุต่อปัจจัยด้านราคา	58
5.26	ความคิดเห็นของกลุ่มอายุต่อปัจจัยด้านคมนาคม	60
5.27	ความคิดเห็นของกลุ่มอายุต่อปัจจัยด้านสถานที่พักผ่อน	61
5.28	ความคิดเห็นของกลุ่มอายุต่อปัจจัยด้านร้านอาหาร	64
5.29	ความคิดเห็นของกลุ่มอายุต่อปัจจัยด้านบริการธุรกิจท่องเที่ยว	66
5.30	ความคิดเห็นของกลุ่มอายุต่อปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ	68
5.31	ความคิดเห็นของกลุ่มอายุต่อปัจจัยด้านความสามารถในการพัฒนา	69
5.32	ความคิดเห็นของกลุ่มอายุต่อปัจจัยด้านของที่ระลึก	71
5.33	ความคิดเห็นของกลุ่มอายุต่อปัจจัยด้านความปลอดภัย	73
5.34	ความคิดเห็นของกลุ่มอายุต่อปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ	75
5.35	ความคิดเห็นของกลุ่มการศึกษาต่อปัจจัยด้านราคา	77
5.36	ความคิดเห็นของกลุ่มการศึกษาต่อปัจจัยด้านคมนาคม	79
5.37	ความคิดเห็นของกลุ่มการศึกษาต่อปัจจัยด้านสถานที่พักผ่อน	80
5.38	ความคิดเห็นของกลุ่มการศึกษาต่อปัจจัยด้านร้านอาหาร	82
5.39	ความคิดเห็นของกลุ่มการศึกษาต่อปัจจัยด้านบริการธุรกิจท่องเที่ยว	84
5.40	ความคิดเห็นของกลุ่มการศึกษาต่อปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ	86
5.41	ความคิดเห็นของกลุ่มการศึกษาต่อปัจจัยด้านความสามารถในการพัฒนา	87
5.42	ความคิดเห็นของกลุ่มการศึกษาต่อปัจจัยด้านของที่ระลึก	89
5.43	ความคิดเห็นของกลุ่มการศึกษาต่อปัจจัยด้านความปลอดภัย	90
5.44	ความคิดเห็นของกลุ่มการศึกษาต่อปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ	93
5.45	ความคิดเห็นของกลุ่มรายได้ต่อปัจจัยด้านราคา	94
5.46	ความคิดเห็นของกลุ่มรายได้ต่อปัจจัยด้านคมนาคม	96
5.47	ความคิดเห็นของกลุ่มรายได้ต่อปัจจัยด้านสถานที่พักผ่อน	97
5.48	ความคิดเห็นของกลุ่มรายได้ต่อปัจจัยด้านร้านอาหาร	100
5.49	ความคิดเห็นของกลุ่มรายได้ต่อปัจจัยด้านบริการธุรกิจท่องเที่ยว	102
5.50	ความคิดเห็นของกลุ่มรายได้ต่อปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ	103
5.51	ความคิดเห็นของกลุ่มรายได้ต่อปัจจัยด้านความสามารถในการพัฒนา	104

5.52	ความคิดเห็นของกลุ่มรายได้ต่อปัจจัยด้านของที่ระลึก	106
5.53	ความคิดเห็นของกลุ่มรายได้ต่อปัจจัยด้านความปลอดภัย	107
5.54	ความคิดเห็นของกลุ่มรายได้ต่อปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ	109
5.55	ความคิดเห็นของภาพรวมและกลุ่มความคิดเห็นประเภทอื่นๆ	116

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

๗

สารบัญภาพ

รูป

3.1 แบบจำลอง

หน้า

15

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University