

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
<b>บทที่</b>	
<b>1 บทนำ.....</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
<b>2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....</b>	<b>8</b>
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกษียณ.....	13
สถานการณ์การท่องเที่ยวไทยในปัจจุบันกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเกษียณ.....	20
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7PS.....	25
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ 7PS.....	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	32
<b>3 วิธีดำเนินการวิจัย.....</b>	<b>34</b>
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	34
เครื่องมือและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	35
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	36
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	36

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์.....	39
ตอนที่ 2 ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยว.....	42
ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม.....	98
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	104
สรุปผลการวิจัย.....	104
อภิปรายผล.....	106
ข้อเสนอแนะ.....	123
บรรณานุกรม.....	128
ประวัติผู้วิจัย.....	131
ภาคผนวก.....	132
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทย.....	133
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ.....	143

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือก แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	45
4.2	ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกกิจกรรม ท่องเที่ยวภาคกลางวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	46
4.3	ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกกิจกรรม ท่องเที่ยวภาคกลางคืนของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	47
4.4	ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกที่พักของ นักท่องเที่ยวชาวไทย.....	48
4.5	ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกร้านอาหารของ นักท่องเที่ยวชาวไทย.....	49
4.6	ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกสปาของ นักท่องเที่ยวชาวไทย.....	50
4.7	ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ ของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	51
4.8	ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือก แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างประเทศ.....	55
4.9	ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกกิจกรรม ท่องเที่ยวภาคกลางวันของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างประเทศ.....	56
4.10	ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกกิจกรรม ท่องเที่ยวภาคกลางคืนของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างประเทศ.....	57
4.11	ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกที่พักของ นักท่องเที่ยวชาวไทยต่างประเทศ.....	58
4.12	ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือก ร้านอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างประเทศ.....	59
4.13	ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกสปา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างประเทศ.....	60



สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.14	ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติ.....	61
4.15	การเปรียบเทียบความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติด้านการเลือกแหล่งท่องเที่ยว.....	84
4.16	การเปรียบเทียบความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติด้านการเลือกกิจกรรมท่องเที่ยวภาคกลางวัน.....	86
4.17	การเปรียบเทียบความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติด้านการเลือกกิจกรรมท่องเที่ยวภาคกลางคืน.....	88
4.18	การเปรียบเทียบความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติด้านการเลือกที่พัก.....	91
4.19	การเปรียบเทียบความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติด้านการเลือกร้านอาหาร.....	93
4.20	การเปรียบเทียบความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติด้านการเลือกสปา.....	95
4.21	การเปรียบเทียบความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติด้านการเลือกซื้อของที่ระลึก.....	97