

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ

กิตติกรรมประกาศ

สารบัญ ญ

สารบัญตาราง

สารบัญภาพ

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

คำถามการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัย

ข้อมูลพื้นฐานการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย

ค่านิยมศัพท์เชิงปฏิบัติการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

ภาพรวมแนวคิด สถิติและการวิจัย

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนท่องเที่ยวในประเทศไทย

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นท่องเที่ยวในประเทศไทย

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ท่องเที่ยวในประเทศไทย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรและตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนการสร้างและทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 3 (ต่อ)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์เกี่ยวกับสินค้าและบริการ
ที่จับจ่ายจากการท่องเที่ยวประเทศไทยส่วนที่ 3 การโฆษณาเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการ
ที่จับจ่ายจากการท่องเที่ยวประเทศไทยส่วนที่ 4 ความตั้งใจซื้อสินค้าและบริการจากการท่องเที่ยวประเทศไทย
เพื่อประเมินพฤติกรรมการใช้จ่าย

ส่วนที่ 5 ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์

ส่วนที่ 6 กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์และการโฆษณาเชิงเนื้อหาการท่องเที่ยวไทย
ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายสินค้าของนักท่องเที่ยว ชาวจีน ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้
รุ่นเจนเนอเรชั่นวาย

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

อภิปรายผล

ข้อเสนอแนะ

บรรณานุกรม

ภาคผนวก 1 แบบสอบถามภาษาไทย

แบบสอบถามภาษาอังกฤษ

แบบสอบถามภาษาจีน

แบบสอบถามภาษาญี่ปุ่น

แบบสอบถามภาษาเกาหลีใต้

ภาคผนวก 2 ผลการวิเคราะห์ตามตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม

ภาคผนวก 3 ผลการวิเคราะห์ตามเชิงส่วนของแบบสอบถาม

ภาคผนวก 4 Printed out Logistic Regression

สารบัญตาราง

หน้า

บทที่ 2		
	ตารางที่ 1	จำนวนนักท่องเที่ยวจากจีน ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้
บทที่ 3		
	ตารางที่ 1	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
บทที่ 4		
	ตารางที่ 1	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว
	ตารางที่ 2	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์เกี่ยวกับสินค้าและบริการที่จับจ่ายจากการท่องเที่ยวประเทศไทย
	ตารางที่ 3	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการโฆษณาเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่จับจ่ายจากการท่องเที่ยวประเทศไทย
	ตารางที่ 4	ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความตั้งใจซื้อสินค้าและบริการจากการท่องเที่ยวประเทศไทย
	ตารางที่ 5	ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความตั้งใจซื้อสินค้าและบริการจากการท่องเที่ยวประเทศไทยในด้านการชมทิวทัศน์
	ตารางที่ 6	ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความตั้งใจซื้อสินค้าและบริการจากการท่องเที่ยวประเทศไทยในด้านความบันเทิง
	ตารางที่ 7	ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความตั้งใจซื้อสินค้าและบริการจากการท่องเที่ยวประเทศไทยในด้านการช้อปปิ้ง
	ตารางที่ 8	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการใช้จ่ายสินค้าและบริการจากการท่องเที่ยวประเทศไทย
	ตารางที่ 9	การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงข้อมูลแบบปกติ
	ตารางที่ 10	การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิจัย
	ตารางที่ 11	ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์สำหรับตัวแปรกลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวชาวจีน

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 (ต่อ)

- ตารางที่ 12 การวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์ตัวแปรกลยุทธ์การตลาด
เชิงสร้างสรรค์สำหรับการทำนายกลุ่มพฤติกรรมการใช้จ่ายสินค้า
และบริการของนักท่องเที่ยวชาวจีน
- ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์สำหรับตัวแปรการโฆษณา
เชิงเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายสินค้าและบริการ
ของนักท่องเที่ยวชาวจีน
- ตารางที่ 14 การวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์ตัวแปรการโฆษณา
เชิงเนื้อหาสำหรับการทำนายกลุ่มพฤติกรรมการใช้จ่ายสินค้า
และบริการของนักท่องเที่ยวชาวจีน
- ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์สำหรับตัวแปรกลยุทธ์
การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายสินค้า
และบริการของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น
- ตารางที่ 16 การวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์ตัวแปรกลยุทธ์การตลาด
เชิงสร้างสรรค์สำหรับการทำนายกลุ่มพฤติกรรมการใช้จ่ายสินค้า
และบริการของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น
- ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์สำหรับตัวแปรการโฆษณา
เชิงเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายสินค้าและบริการ
ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น
- ตารางที่ 18 การวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์ตัวแปรการโฆษณา
เชิงเนื้อหาสำหรับการทำนายกลุ่มพฤติกรรมการใช้จ่ายสินค้า
และบริการของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น
- ตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์สำหรับตัวแปรกลยุทธ์
การตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายสินค้า
และบริการของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้
- ตารางที่ 20 การวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์ตัวแปรกลยุทธ์การตลาด
เชิงสร้างสรรค์สำหรับการทำนายกลุ่มพฤติกรรมการใช้จ่ายสินค้า
และบริการของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้
- ตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์สำหรับตัวแปรการโฆษณา
เชิงเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายสินค้าและบริการ
ของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 (ต่อ)

ตารางที่ 22 การวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์ตัวแปรการโฆษณา
เชิงเนื้อหาสำหรับการทำนายกลุ่มพฤติกรรมการใช้จ่ายสินค้า
และบริการของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้

ตารางที่ 23 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

บทที่ 5

ตารางที่ 1 กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์เกี่ยวกับสินค้าและบริการ
จากการท่องเที่ยวไทย

ตารางที่ 2 การโฆษณาเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่จับจ่าย
จากการท่องเที่ยวไทย

ตารางที่ 3 พฤติกรรมการใช้จ่ายสินค้าและบริการ
จากการท่องเที่ยวไทย

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สารบัญภาพ

หน้า

บทที่ 1

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย