

สารบัญ

บทที่	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
ปัญหาการวิจัย	7
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	7
ขอบเขตการวิจัย	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
คำนิยามศัพท์เฉพาะ	9
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
ทฤษฎีการจัดการการสื่อสาร	11
แนวคิดการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	18
ทฤษฎีการพัฒนาการสื่อสาร	21
แนวคิดการพัฒนา ว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืนและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	31
แนวคิดการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยว	36
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	41
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	48
แนวคิดการวิจัย	49
การวิจัยเชิงปริมาณ	49
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	49
วิธีการได้มาซึ่งกลุ่มกลุ่มตัวอย่าง	50
วิธีการได้มาซึ่งกลุ่มกลุ่มตัวอย่าง	51
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	52
การเก็บรวบรวมข้อมูล	52
การวิเคราะห์ข้อมูล	53
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	53
การวิจัยเชิงคุณภาพ	53
กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	53
เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ	57
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	57

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การตรวจสอบข้อมูล	57
การวิเคราะห์ข้อมูล	58
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	58
ส่วนที่ 1: ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งครอบคลุมเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และจังหวัดที่อาศัย	58
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	70
ส่วนที่ 3 การจัดการการสื่อสารและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในมณฑลไห่หนาน	85
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมของมณฑลไห่หนาน	93
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	98
สรุป	98
การอภิปรายผล	116
ข้อเสนอแนะการวิจัย	122
บรรณานุกรม	125
ภาคผนวก	135
ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม	136
ประวัติย่อผู้วิจัย	144

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 1.1 จากข้อมูลการท่องเที่ยวโลกและจีนในช่วงปี พ.ศ. 2562–2567	4
ตารางที่ 3.1 กระบวนการวิจัย	48
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	58
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	60
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	62
ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	66
ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการท่องเที่ยว	70
ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาการพำนักร	76
ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามงบประมาณการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	81
ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการรับรู้ตราสินค้าวัฒนธรรมของมณฑลไห่หนาน	85
ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อการสื่อสารและการส่งเสริมมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของมณฑลไห่หนาน	89
ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของสื่อที่ใช้ในตลาดการท่องเที่ยวมณฑลไห่หนาน	94