

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
ประโยชน์ของการวิจัย.....	7
ขอบเขตของการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	10
สมมติฐานในการวิจัย.....	10
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
แนวคิดการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	13
ความหมายของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	13
ประเภทของการท่องเที่ยว.....	15
ประเภทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	16
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวโดยอ้อม.....	17
ความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.....	18
องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	20
การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	26
ปัจจัยที่เป็นสาเหตุให้เกิดการท่องเที่ยว.....	28
การดำเนินการธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	29
แนวคิดการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว.....	32
ความหมายการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว.....	32
การโฆษณา (Advertising).....	33
การประชาสัมพันธ์ (Public Relations).....	37
การขายโดยบุคคล (Personal Selling).....	39
การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion).....	41

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2 (ต่อ)	
การตลาดทางตรง (Direct Marketing).....	45
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด.....	49
แนวคิดการใช้สื่อออนไลน์.....	51
ความหมายของสื่อออนไลน์.....	51
กลุ่มผู้ใช้บริการสื่อออนไลน์.....	52
ประเภทของสื่อออนไลน์.....	53
รูปแบบการสื่อสารการตลาดบนสื่อออนไลน์.....	54
แนวคิดการบริหารจัดการสื่อออนไลน์.....	57
กลยุทธ์สื่อออนไลน์.....	59
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	61
งานวิจัยต่างประเทศ.....	61
งานวิจัยในประเทศ.....	62
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	66
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	66
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	68
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	71
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	71
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	74
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	74
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	75
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	75

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5	
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	106
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	106
วิธีดำเนินการวิจัย.....	106
สรุปผลการวิจัย.....	108
อภิปรายผล.....	112
ข้อเสนอแนะ.....	120
บรรณานุกรม.....	122
ภาคผนวก.....	131
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ.....	132
ภาคผนวก ข หนังสือขอความร่วมมือในการวิจัย.....	134
ภาคผนวก ค แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	136
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	143

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างตาม โควตา (Quota Sampling) ตามที่กำหนด.....	67
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกเป็นประเภทของธุรกิจ อุตสาหกรรม (N = 400).....	75
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกเป็นรูปแบบการจดทะเบียน (N = 400).....	76
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกเป็นขนาดของธุรกิจ อุตสาหกรรม (N = 400).....	77
5	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นของธุรกิจ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ด้านการโฆษณา ออนไลน์ (N = 400).....	78
6	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นของธุรกิจ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ด้านการ ประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (N = 400).....	79
7	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นของธุรกิจ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ด้านการส่งเสริม การขายออนไลน์ (N = 400).....	80
8	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นของธุรกิจ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ด้านการขาย โดยบุคคลออนไลน์ (N = 400).....	82
9	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นของธุรกิจ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ด้านการตลาด ทางตรงออนไลน์ (N = 400).....	83
10	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทธุรกิจอุตสาหกรรม	85
11	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตาม ประเภทธุรกิจด้านการโฆษณาออนไลน์ (Online Advertising).....	87

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
12	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทธุรกิจด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (Online Public Relation).....	88
13	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทธุรกิจด้านการขายโดยบุคคลออนไลน์ (Online Personal Selling).....	89
14	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทธุรกิจด้านการตลาดทางตรงออนไลน์ (Online Direct Marketing).....	90
15	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามรูปแบบการจดทะเบียน.....	91
16	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามรูปแบบการจดทะเบียน ด้านการโฆษณาออนไลน์ (Online Advertising).....	93
17	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามรูปแบบการจดทะเบียน การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (Online Public Relation).	94
18	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามรูปแบบการจดทะเบียน ด้านการขายโดยบุคคลออนไลน์ (Online Personal Selling).....	95
19	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามขนาดของธุรกิจ.....	97
20	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนธุรกิจ จำแนกตามขนาดธุรกิจอุตสาหกรรม ด้านการโฆษณาออนไลน์ (Online Advertising).....	98
21	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนธุรกิจ จำแนกตามขนาดธุรกิจอุตสาหกรรม ด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (Online Public Relation).....	99
22	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนธุรกิจ จำแนกตามขนาดธุรกิจอุตสาหกรรม ด้านการขายโดยบุคคลออนไลน์ (Online Personal Selling).....	100
23	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนธุรกิจ จำแนกตามขนาดธุรกิจอุตสาหกรรม ด้านการส่งเสริมการขายออนไลน์ (Online Sale Promotion).....	101

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
24 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนธุรกิจ จำแนกตามขนาดธุรกิจ อุตสาหกรรม ด้านการตลาดทางตรงออนไลน์ (Online Direct Marketing).....	102
25 แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของธุรกิจอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี.....	104

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	10
---	---------------------------	----



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี