

## สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมา.....	1
ปัญหานำวิจัย.....	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ประโยชน์ของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
ทฤษฎีและแนวคิดเรื่องการสื่อสารการตลาด.....	7
บทบาทและหน้าที่ของการสื่อสารการตลาด.....	8
วัตถุประสงค์ของการทำการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยว.....	9
แนวคิดเครื่องมือการสื่อสารการตลาด.....	10
แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยว.....	16
ความหมายของการท่องเที่ยว.....	17
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	19
องค์ประกอบของการท่องเที่ยว.....	23
การตลาดท่องเที่ยว.....	25
นักท่องเที่ยว.....	29
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว.....	31
แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	35
ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	35
หลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	36
หลักการทำการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	37

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
2	(ต่อ)	
	กระบวนการทำงานเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว.....	38
	การประเมินความเป็นไปได้ของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	39
	การเตรียมความพร้อมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว.....	40
	แนวคิดชุมชนริมน้ำจันทบูร.....	43
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	44
3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	48
	กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....	48
	ประเด็นที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	49
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	50
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	51
	การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล.....	51
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	52
4	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
	ปัญหาการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี.....	54
	กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี.....	61
5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	74
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	74
	วิธีดำเนินการวิจัย.....	74
	สรุปผลการวิจัย.....	77

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 (ต่อ)	
อภิปรายผล.....	79
ข้อเสนอแนะ.....	82
บรรณานุกรม.....	83
ภาคผนวก.....	89
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ.....	90
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย.....	92
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	99

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงการประยุกต์ทฤษฎี Hierarchy of Needs ของ Maslow กับแนวคิดทางการท่องเที่ยว	33
2	รายชื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มที่ 1 ผู้มีอิทธิพลในการกำหนดนโยบาย.....	49
3	รายชื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการภายในชุมชน.....	49
4	ผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของปัญหาการสื่อสารการตลาด เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี.....	59
5	ผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี.....	69

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

## สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 จำนวนชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2557 - 2561.....	3
2 ความสัมพันธ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	21
3 ความสัมพันธ์ของส่วนประกอบของการตลาดการท่องเที่ยว.....	27
4 โฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ชุด “เจ้าบ้านที่ดี” Local Hero ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการใช้ป้ายไว้นิตตามสถานที่ต่าง ๆ.....	61
5 กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว “วันธรรมดาน่าเที่ยว @จันทบุรี” ปล่อยขบวนรถโมเดล “กระต่ายหมาย..จันท” ไปยังจังหวัดจันทบุรี.....	62
6 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจันทบุรี จัดกิจกรรม ร่วมสนุกกับทริปสิงหา...พาแม่เที่ยวจันทบุรี ผู้โชคดี 6 คู่ (คู่ละ 2 คน แม่กับลูก) วันธรรมดา 3 วัน 2 คืน แบบฟรี ตลอดทริป.....	62
7 การแนะนำแหล่งท่องเที่ยวจันทบุรีผ่านการสแกนคิวอาร์โค้ด และการแนะนำให้มาเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรีผ่านเพจเฟสบุ๊คจันทบุรีรีวิว.....	63

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี