

สมพงษ์ เล็งมณี 2556: ประสิทธิภาพของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานออนไลน์
ที่มีต่อทัศนคติ พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และสารสนเทศ)
สาขานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผู้ช่วยศาสตราจารย์วันตะเม็ล, Ph.D. 134 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของการสื่อสารการตลาดแบบ
ผสมผสานออนไลน์ที่มีต่อทัศนคติ พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี
เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัด
จันทบุรี ทั้งเพศชายและเพศหญิง อายุ 15-60 ปี จำนวน 400 คน ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ใช้
การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ
โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อ
ทัศนคตินักท่องเที่ยว ได้แก่ การโฆษณาออนไลน์ ($\beta = .311$) การขายโดยบุคคลออนไลน์ ($\beta = .200$)
และการส่งเสริมการขายออนไลน์ ($\beta = .218$) และเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน
ออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการท่องเที่ยว ได้แก่ การส่งเสริมการขายออนไลน์ ($\beta = .072$)
และเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยว ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ($\beta = .206$) ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการ
ท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ควรนำเครื่องมือดังกล่าวมาวางแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิด
ประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

ลายมือชื่อนิติ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก