

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงกรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	11
2.1 ช่องทางการจำหน่ายทางอิเล็กทรอนิกส์.....	16
3.1 การเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อ.....	24
3.2 การเปลี่ยนแปลงในอุปสงค์.....	26
3.3 การใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (marketing tools for services).....	31
3.4 กระบวนการตัดสินใจซื้อบริการทางการท่องเที่ยว.....	36
3.5 ผู้เกี่ยวข้องในการตัดสินใจ.....	39
3.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ.....	40
3.7 วิธีการติดต่อเพื่อจองห้องพักในโรงแรม.....	42
3.8 กระบวนการจองห้องพัก (reservation procedure).....	47
3.9 วงจรการให้บริการแขกและการให้บริการแขก.....	50