

กิตติกรรมประกาศ

บทสรุปผู้บริหาร

บทคัดย่อ

บทที่ 1 บทนำ

1. 1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย.....	1
1. 2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1. 3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1. 4 ขอบเขตการวิจัย.....	4
1. 5 นิยามศัพท์.....	4

บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม

2. 1 การทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	5
2. 2 กรอบแนวคิดในการวิจัยและข้อสมมุติฐาน	12

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

3. 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ	15
3. 2 การวิจัยเชิงปริมาณ	16
3. 3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	17
3. 4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	18
3. 5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	18
3. 6 ชื่อตัวแปร.....	19

บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

4. 1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้ตอบแบบสอบถาม	21
4. 2 การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) และความเที่ยง (Reliability).....	28
4. 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเบื้องต้น	32
4. 4 ผลการตรวจสอบสมมุติฐาน.....	39
4.5 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน.....	40
4.6 กลยุทธ์การบริหารจัดการเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์จุดหมาย ปลายทางของประเทศไทย.....	40

บทที่ 5 บทสรุป

5. 1 สรุปผลการวิจัย	44
5. 2 ประโยชน์ของงานวิจัย และข้อเสนอแนะ.....	46
5. 3 ข้อจำกัดในการทำวิจัย.....	47
5. 4 งานวิจัยในอนาคต	47

บรรณานุกรม.....	49
ภาคผนวก	57
ภาคผนวก 1	58
ภาคผนวก 2	62
ภาคผนวก 3.....	70

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2. 1	วิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเว็บไซต์หรือบริบทเครือข่ายสังคม	9
ตารางที่ 3. 1	ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์เจาะลึก	16
ตารางที่ 3. 2	การเปรียบเทียบผลจากการสัมภาษณ์เจาะลึกกับการทบทวนวรรณกรรม	16
ตารางที่ 3. 3	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในไทย	17
ตารางที่ 3. 4	สัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	18
ตารางที่ 3. 5	ข้อดีข้อเสียของการสร้างภาพลักษณ์จุดหมายปลายทางของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ	19
ตารางที่ 4. 1	ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม	23
ตารางที่ 4. 2	ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	26
ตารางที่ 4. 3	ปัจจัยด้านภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง (Destination Image)	29
ตารางที่ 4. 4	ปัจจัยด้านการจัดการเครือข่ายสังคมออนไลน์	31
ตารางที่ 4. 5	ปัจจัยด้านการจัดการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (2)	32
ตารางที่ 4. 6	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรด้านภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง (Destination Image) ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนประเทศไทย	33
ตารางที่ 4. 7	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรด้านการรับรู้ (Cognitive)	34
ตารางที่ 4. 8	ค่าฐานนิยม ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรด้านความรู้สึก (Affective)	35
ตารางที่ 4. 9	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	36
ตารางที่ 4. 10	ค่าฐานนิยม ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความน่าเชื่อถือ	37
ตารางที่ 4. 11	ค่าฐานนิยม ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management)	38
ตารางที่ 4. 12	ค่าฐานนิยม ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเว็บไซต์ (Site Management)	38
ตารางที่ 4. 13	การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง (Destination Image)	39
ตารางที่ 4. 14	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	40

สารบัญรูป

หน้า

รูปที่ 1. 1 การจัดลำดับเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมจากทั่วโลก, 26 เมษายน 2013 2

รูปที่ 2.1 ลำดับจำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมของเครือข่ายสังคมออนไลน์ปี 2012.....6

รูปที่ 2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัยการจัดการเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อสร้างภาพลักษณ์จุดหมายปลายทางของประเทศไทย..... 14