

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง.....	(7)
สารบัญภาพประกอบ.....	(11)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์และขอบเขตของงานวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
2. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
เหตุผลในการเลือกทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์	6
หลักในการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์	7
แนวทางในการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์.....	8
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)	12
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)	12
ข้อมูลทั่วไปของการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ของโรงแรม.....	16
การวัดผลและการประเมินผลการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์.....	25

3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	30
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	30
สถานที่ดำเนินการวิจัย และเก็บรวบรวมข้อมูล	31
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	32
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	34
สมมติฐานในการวิจัย	35
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	36
กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล	40
กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
ระยะเวลาในการวิจัย	45
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง.....	46
การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง	55
การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านปัจจัยทางการตลาดในการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์	
ด้านต่างๆ.....	69
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อ	
แนวโน้มที่ลูกค้ำจะสำรองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตกับเว็บไซต์ของโรงแรม	
ปทุมวันปรีนเซส.....	71
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อ	
พฤติกรรมด้านการตัดสินใจสำรองห้องพักของลูกค้ำ.....	80
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน เกี่ยวกับการศึกษาด้านปัจจัยทาง	
การตลาดในการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ด้านต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมด้านการ	
ตัดสินใจสำรองห้องพักของลูกค้ำ	89

5. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	102
สรุปผลการวิจัย.....	102
อภิปรายผลการวิจัย.....	108
ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัย.....	115
ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัยในอนาคต.....	117
ข้อจำกัดในงานวิจัย.....	118
 บรรณานุกรม.....	 119
 ภาคผนวก	
ก. แบบสอบถาม.....	127
ข. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	133
 ประวัติการศึกษา.....	 139