

สารบัญญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
2.1	แสดงแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	13
2.2	แสดงร้อยละของจำนวนประชากรโลกที่เคยใช้บริการซื้อของออนไลน์	26
2.3	แสดงร้อยละของจำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่เคยซื้อหรือจองตั๋วเครื่องบินผ่านทางอินเทอร์เน็ต	27
2.4	แสดงวิธีการในการวิจัยที่ใช้ในการตลาดอิเล็กทรอนิกส์.....	27
2.5	แสดงความเชื่อในโฆษณาที่สื่อออกมาในรูปแบบต่างๆ.....	29
4.1	แสดงร้อยละ จำแนกตามเพศของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง	48
4.2	แสดงร้อยละ จำแนกตามอายุของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง.....	50
4.3	แสดงร้อยละ จำแนกตามสถานภาพของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง.....	51
4.4	แสดงร้อยละ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อปีของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง.....	52
4.5	แสดงร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษาของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง	53
4.6	แสดงร้อยละ จำแนกตามอาชีพของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง	54
4.7	แสดงร้อยละของช่องทางที่ทำให้ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างรู้จักโรงแรมปทุมวันปริ๊นเซส	56
4.8	แสดงร้อยละของจำนวนครั้งที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างอ่านหรือคลิกแบนเนอร์โฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	57
4.9	แสดงร้อยละ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างสำรวจห้องพักหลังจากอ่านหรือคลิกดูข้อมูลแบนเนอร์โฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	58
4.10	แสดงร้อยละของบล็อกที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิก	60
4.11	แสดงร้อยละ จำแนกตามความสนใจร่วมเป็นสมาชิกบล็อกของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง	61
4.12	แสดงเสิร์จเอนจินที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างใช้ในการค้นหาข้อมูล.....	62
4.13	แสดงร้อยละของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่เคยมาพักที่โรงแรมปทุมวันปริ๊นเซส	63
4.14	แสดงร้อยละของจำนวนครั้งที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเคยพักที่โรงแรมปทุมวันปริ๊นเซส	64
4.15	แสดงร้อยละของสาเหตุที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างตัดสินใจสำรวจห้องพักผ่านเว็บไซต์ของโรงแรม	65
4.16	แสดงร้อยละของความสมัครใจรับอีเมลเพื่อรับข่าวสารจากทางโรงแรมของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง	67

4.16	แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามแนวโน้มที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างจะสำรองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตกับเว็บไซต์ของโรงแรมปทุมวันปริ๊นเซส	69
4.16	แสดงร้อยละของความสมัครใจรับอีเมลเพื่อรับข่าวสารจากทางโรงแรมของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง	67
4.16	แสดงร้อยละของความสมัครใจรับอีเมลเพื่อรับข่าวสารจากทางโรงแรมของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง	67