

<HTML>

<HEAD>

<TITLE> ชื่อแฟ้มข้อมูล : 5023033557.html </TITLE>

</HEAD>

<BODY>

<x245\$a><B> ชื่องานวิจัยภาษาไทย : </B> แนวทางการนำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจ  
โรงแรม กรณีศึกษา โรงแรมปทุมวันปริ๊นเซส <BR>

<x740\$a><B> ชื่องานวิจัยภาษาอังกฤษ : </B> Electronic marketing approach in hotel business  
A case study of Pathumwan Princess Hotel <BR>

<x100\$a><B> ชื่อผู้วิจัยภาษาไทย : </B> กานต์ทิตา รณฤทธิวิชัย <BR>

<x700\$a><B> ชื่อผู้วิจัยภาษาอังกฤษ : </B> Kantita Ronnarithivichai <BR>

<x710\$b><B> ชื่อคณะ : </B> วิทยาลัยนวัตกรรมการบริหารเทคโนโลยี <BR>

<x710\$a><B> ชื่อสถาบัน : </B> มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ <BR>

<x700\$a><B> รายชื่อที่ปรึกษา : </B> ดร.วรัญญู สุจิรวพันธ์พงศ์ <BR>

<x260\$c><B> ปีการศึกษา : </B> 2552 <BR>

<x440\$a><B> คำไขภาษาไทย : </B> การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ <BR>

<x440\$a><B> คำไขภาษาไทย : </B> พฤติกรรมผู้บริโภค <BR>

<x440\$a><B> คำไขภาษาไทย : </B> ส่วนประสมทางการตลาด <BR>

<x440\$a><B> คำไขภาษาไทย : </B> โรงแรม <BR>

<x440\$a><B> คำไขภาษาอังกฤษ : </B> E-marketing <BR>

<x440\$a><B> คำไขภาษาอังกฤษ : </B> Consumer Behavior <BR>

<x440\$a><B> คำไขภาษาอังกฤษ : </B> market mix <BR>

<x440\$a><B> คำไขภาษาอังกฤษ : </B> Hotel <BR>

<H3><CENTER>บทคัดย่อ</CENTER></H3>

<DD>การศึกษานี้มุ่งเน้นเพื่อศึกษาแนวทางการนำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจโรงแรม  
เนื่องจากในปัจจุบันธุรกิจโรงแรมมีสถานะการแข่งขันสูง จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องมีการทำการตลาด  
อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อช่วยในการทำกลยุทธ์ทางการตลาด ในการเพิ่มยอดการสำรองห้องพักและบริการต่าง  
ๆ อีกทั้งยังเป็นการช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงการให้บริการของโรงแรม และสามารถนำข้อมูลดังกล่าว  
มาประกอบการตัดสินใจในการเข้าใช้บริการของโรงแรมอีกด้วย

<DD>งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์สอบถามสมาชิกของเว็บไซต์  
โรงแรมปทุมวันปริ๊นเซสที่เป็นลูกค้าและยินดีตอบแบบสอบถาม เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดในการ  
โฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมด้านการตัดสินใจสำรองห้องพักของลูกค้า โดยใช้ทฤษฎีส่วน  
ประสมทางการตลาดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นแนวทางในการวิจัย เพื่อประโยชน์ในการทำ  
การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ และศึกษาแนวทางการทำกลยุทธ์ในการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจากผล

การศึกษา พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ รายได้และอาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมด้านการตัดสินใจสำรองห้องพักของลูกค้า ส่วนปัจจัยทางการตลาดในการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมด้านการตัดสินใจสำรองห้องพักของลูกค้าพบว่าการใช้บล็อกเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมด้านการตัดสินใจสำรองห้องพักของลูกค้ามากที่สุด รองลงมาคือ การใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์และการใช้เสิร์จเอนจิน ตามลำดับ ส่วนการใช้แบนเนอร์โฆษณาเป็นปัจจัยสุดท้ายที่มีผลต่อพฤติกรรมด้านการตัดสินใจสำรองห้องพักของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

<DD>The objective of this research was to study an application of e-marketing approach in hotel business. As the hotel business becomes more competitive and complex, it is necessary to create and apply e-marketing techniques to enhance marketing strategy in order to increase hotel reservation volume. Moreover, the E-marketing strategies will provide customers hotel information to help them make decisions on hotel choice selection.

<DD>This research was conducted using quantitative analysis based on the questionnaires to study the behavior of hotel choice selection. In this work, marketing mix and online consumer behavior theories are used as a research framework. The population defined in this research was online member of Pathumwan Princess Hotel. This research studied the possibility of using online marketing and other strategies affecting decision making on hotel reservation. Results of the data analyses found that different personal factors such as gender, age, income and occupation affected the hotel choice selection through online hotel reservation behaviors. In addition, the marketing mix factors also influenced the hotel reservation behaviors. The findings found that blog marketing is the most influential factor to the hotel reservation behaviors. Electronic mail is the second most influential factor to the behaviors, while search engine is the third. Finally, banner is the least influential factor to the behaviors with a significant level at 0.05.

</BODY>

</HTML>