

## สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการศึกษา.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยว.....	14
ทฤษฎีการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ .....	26
แนวคิดการสื่อสารเพื่อการรณรงค์.....	37
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	41
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	45
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	45
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	46
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
การนำเสนอข้อมูล.....	47
4 ผลการวิจัย.....	48
5 บทสรุป.....	59
สรุปผลการวิจัย.....	59
อภิปรายผลการวิจัย.....	60
ข้อเสนอแนะ.....	62

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม.....	64
ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า.....	69



# สารบัญตาราง

ตาราง

หน้า

- 1 แสดงเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ..... 31



## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 ผลประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในปี 2552.....	1
2 สาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยวในปี 2552.....	2
3 ส่วนประสมการสื่อสารการตลาด.....	28
4 การใช้สื่อของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวแบบ ภายในวันเดียว (One day trip).....	52
5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย.....	54
6 ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมาย.....	56
7 แบบจำลองในการรณรงค์การท่องเที่ยวแบบภายในวันเดียว (One day trip).....	58

