

สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
บทคัดย่อ	ก
ABSTRACT	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพประกอบ	ญ
สารบัญตารางภาคผนวก	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	4
สมมติฐานการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	10
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว	30
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	41
แนวคิดเกี่ยวกับบริบท	45
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	61
งานวิจัยในประเทศ	61
งานวิจัยต่างประเทศ	67
กรอบแนวคิดในการวิจัย	69

หัวข้อเรื่อง	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	71
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	71
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	74
การเก็บรวบรวมข้อมูล	76
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	77
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	79
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	82
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	82
ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	83
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	83
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	104
วัตถุประสงค์การวิจัย	104
สมมติฐานการวิจัย	104
วิธีดำเนินการวิจัย	105
สรุปผลการวิจัย	106
อภิปรายผล	112
ข้อเสนอแนะ	121
บรรณานุกรม	123
ภาคผนวก	129
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	130
ภาคผนวก ข คุณภาพของแบบสอบถาม	136
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์	143
ประวัติผู้วิจัย	152

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	จำนวนนักท่องเที่ยว ในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ระหว่างปี 2547 -2553 49
2	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ 72
3	สัดส่วนการเข้าแหล่งท่องเที่ยวขออนุญาตและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 73
4	จำนวน ร้อยละ ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และถิ่นที่อยู่ 84
5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน 87
6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ โดยจำแนกเป็นรายข้อ 88
7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการด้านการขายโดยบุคคล โดยจำแนกเป็นรายข้อ 89
8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการตลาดเชิงกิจกรรม โดยจำแนกเป็นรายข้อ 90
9	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการให้บริการ โดยจำแนกเป็นรายข้อ 91
10	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต โดยจำแนกเป็นรายข้อ 92
11	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยรวมจำแนกเป็นรายด้าน 93
12	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวด้านกายภาพ โดยจำแนกเป็นรายข้อ 94

ตารางที่	หน้า
13	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม โดยจำแนกเป็นรายข้อ 95
14	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล โดยจำแนกเป็นรายข้อ 96
15	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ กับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว โดยรวม 97
16	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ กับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว 98
17	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ กับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ด้านกายภาพ 100
18	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ กับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม 101
19	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ กับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล 102

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
1 ที่ตั้งกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์	46
2 กรอบแนวคิดในการวิจัย	70



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญตารางภาคผนวก

ตารางภาคผนวกที่	หน้า
1 ระดับคะแนนความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (IOC)	137
2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	140
3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ กับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว	142



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY