

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	IX
สารบัญภาพ.....	XI
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
สมมติฐานการวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ข้อมูลเกี่ยวกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส.....	9
แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์.....	12
ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร.....	16
แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์และข่าวสารออนไลน์.....	24
แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดเพื่อกรบริการ.....	26
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์.....	36
แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์.....	48
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	50

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	56
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	56
ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	57
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	58
การเก็บรวบรวมข้อมูล	60
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	62
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.	66
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อบริการของผู้ตอบแบบ สอบถาม.....	70
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	78
ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ และภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์ ของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส.....	82
ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ และการใช้ ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการบริการ มีความสัมพันธ์กับ ภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์ของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส.....	88
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	93
สรุปผลการวิจัย.....	93
อภิปรายผลการวิจัย.....	96
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้.....	98
ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป.....	98

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม.....	100
ภาคผนวก.....	107
ประวัติผู้วิจัย.....	115

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของเพศผู้ตอบแบบสอบถาม.....	62
4.2	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของอายุผู้ตอบแบบสอบถาม.....	63
4.3	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของระดับการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม.....	63
4.4	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของอาชีพผู้ตอบแบบสอบถาม.....	64
4.5	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนผู้ตอบแบบสอบถาม.....	64
4.6	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม.....	65
4.7	แสดง ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อออนไลน์...	66
4.8	แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรม การเปิดรับสื่อออนไลน์ ด้านการแสวงหาข้อมูล.....	67
4.9	แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรม การเปิดรับสื่อออนไลน์ด้านการเปิดรับข้อมูล.....	68
4.10	แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรม การเปิดรับสื่อออนไลน์ด้านการเปิดรับประสบการณ์.....	69
4.11	แสดง ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของส่วนประสมทางการตลาด.....	70
4.12	แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์.....	71
4.13	แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา.....	72
4.14	แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่าย.....	73
4.15	แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด.....	74
4.16	แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล.....	75

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.17	แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ส่วนประสมทางการตลาดด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ..... 76
4.18	แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ..... 77
4.19	แสดง ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์..... 78
4.20	แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์ ด้านองค์กร..... 79
4.21	แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์ ด้านแบรนด์..... 80
4.22	แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์ ด้านบริการ..... 81
4.23	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมกาารเปิดรับสื่อออนไลน์กับเพศที่ต่างกัน.... 82
4.24	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมกาารเปิดรับสื่อออนไลน์กับช่วงอายุที่ต่างกัน.... 83
4.25	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมกาารเปิดรับสื่อออนไลน์กับวุฒิการศึกษาที่ ต่างกัน..... 83
4.26	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมกาารเปิดรับสื่อออนไลน์กับอาชีพที่ต่างกัน..... 84
4.27	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมกาารเปิดรับสื่อออนไลน์กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน..... 84
4.28	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมกาารเปิดรับสื่อออนไลน์กับสถานภาพที่ต่างกัน.. 85
4.29	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์กับเพศที่ต่างกัน..... 85
4.30	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์กับช่วงอายุที่ต่างกัน..... 86
4.31	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์กับวุฒิการศึกษาที่ต่างกัน..... 86
4.32	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์กับอาชีพที่ต่างกัน..... 87
4.33	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน... 87
4.34	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์กับสถานภาพที่ต่างกัน..... 88

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.35	แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อออนไลน์กับภาพลักษณ์ เชิงกลยุทธ์.....	89
4.36	แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการใช้ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการบริการ กับภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์ของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส.....	90
4.37	ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน.....	91

สารบัญภาพ

ภาพประกอบเลขที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
2.1 เส้นทางการบินของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส.....	10
2.2 ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการบริหาร.....	27