

## สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมา.....	1
	ปัญหาคำวิจัย.....	8
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	8
	ประโยชน์ของการวิจัย.....	9
	ขอบเขตของการวิจัย.....	9
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	10
	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	12
	สมมติฐานในการวิจัย.....	12
2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
	แนวคิดเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียง.....	13
	ลักษณะของวิทยุกระจายเสียง.....	13
	คุณสมบัติของวิทยุกระจายเสียง.....	15
	แนวคิดเกี่ยวกับวิทยุธุรกิจขนาดเล็ก.....	16
	แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์.....	19
	พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต.....	19
	ภาพรวมของการใช้งานอินเทอร์เน็ต.....	19
	อุปกรณ์ที่ใช้เข้าถึงอินเทอร์เน็ต (Device).....	19
	ช่วงเวลาที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตจากอุปกรณ์ต่าง ๆ.....	19
	กิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต.....	20
	ปัจจัยที่ใช้ประกอบการซื้อสินค้าบริการผ่านอินเทอร์เน็ต.....	20
	เครือข่ายสังคมออนไลน์ยอดนิยม.....	20
	ความสำคัญของสื่อออนไลน์.....	21
	กลุ่มผู้ใช้บริการสื่อออนไลน์.....	22

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
2	(ต่อ)	
	ประเภทของสื่อออนไลน์.....	23
	รูปแบบการสื่อสารการตลาดบนสื่อออนไลน์.....	24
	แนวคิดการบริหารจัดการสื่อออนไลน์.....	27
	กลยุทธ์สื่อออนไลน์.....	28
	แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์.....	31
	ความหมายของตลาดออนไลน์.....	31
	ลักษณะของตลาดออนไลน์.....	31
	รูปแบบของการตลาดออนไลน์.....	32
	แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดออนไลน์.....	34
	ความหมายของการสื่อสารการตลาด.....	34
	ส่วนประสมการสื่อสารการตลาด.....	34
	กระบวนการสื่อสารการตลาด.....	34
	ประเภทและคุณลักษณะของสื่อออนไลน์.....	35
	แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด.....	35
	การโฆษณา.....	35
	การประชาสัมพันธ์.....	39
	การส่งเสริมการขาย.....	45
	การขายโดยบุคคล.....	49
	การตลาดทางตรง.....	52
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	57
3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	63
	การกำหนดประชากร.....	63
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	63

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 (ต่อ)	
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	66
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	66
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	67
4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	70
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	70
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	97
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	97
วิธีดำเนินการวิจัย.....	98
สรุปผลการวิจัย.....	100
อภิปรายผล.....	105
ข้อเสนอแนะ.....	109
บรรณานุกรม.....	111
ภาคผนวก.....	117
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ.....	118
ภาคผนวก ข แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	120
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	129

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของของผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัด จันทบุรี จำแนกตามเพศ (N = 46).....	70
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของของผู้ประกอบการสถานีวิทยุ ทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามอายุ (N = 46).....	71
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัด จันทบุรี จำแนกตามรายได้ (N = 46).....	71
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัด จันทบุรี จำแนกตามการระดับการศึกษา (N = 46).....	72
5	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี ประเภทสื่อออนไลน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ (N = 46).....	73
6	แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นของ ผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี ที่เป็นกลุ่มประชากร ด้านการสื่อสารการตลาดออนไลน์ (N = 46).....	74
7	แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นของ ผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี ที่เป็นกลุ่มประชากร ด้านการโฆษณาออนไลน์ (N = 46).....	75
8	แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นของ ผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี ที่เป็นกลุ่มประชากร ด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (N = 46).....	77
9	แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นของ ผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี ที่เป็นกลุ่มประชากร ด้านการส่งเสริมการขายออนไลน์ (N = 46).....	79
10	แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นของ ผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี ที่เป็นกลุ่มประชากร ด้านการขายโดยบุคคลออนไลน์ (N = 46).....	81
11	แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นของ ผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี ที่เป็นกลุ่มประชากร ด้านการตลาดทางตรงออนไลน์ (N = 46).....	83

## สารบัญตาราง (ต่อ)

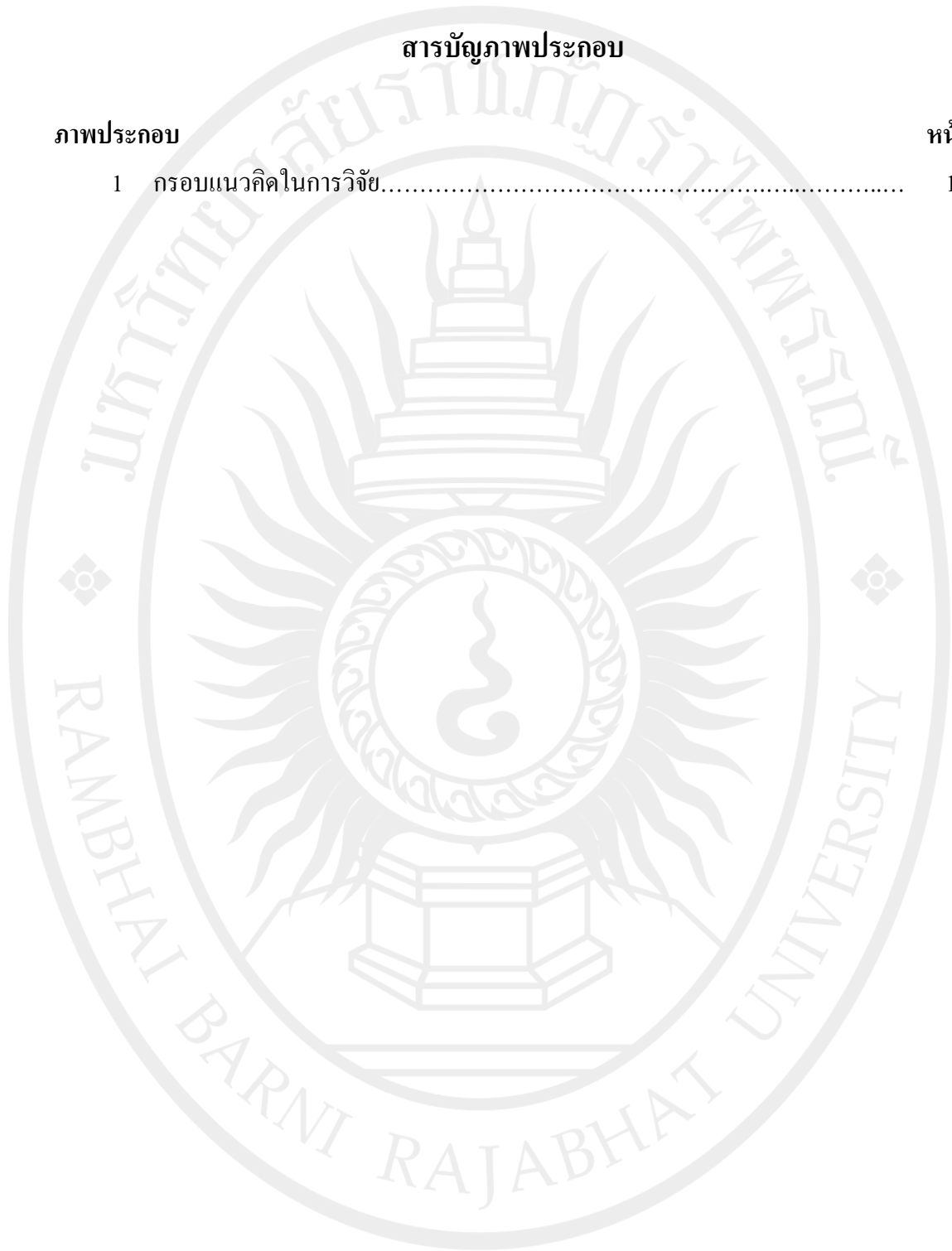
ตาราง	หน้า
12	แสดงผลการทดสอบค่าแปรปรวนของผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็ก ในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามเพศ โดยใช้ t-test ..... 85
13	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจ ขนาดเล็ก จำแนกตามอายุ..... 86
14	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจ ขนาดเล็ก จำแนกตามรายได้..... 87
15	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ประกอบการวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัด จันทบุรี จำแนกตามรายได้ ด้านการโฆษณา (Advertising)..... 88
16	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจ ขนาดเล็ก จำแนกตามระดับการศึกษา..... 89
17	จำนวนและร้อยละของประเภทสื่อออนไลน์จำแนกตามเพศ..... 91
18	จำนวนและร้อยละของประเภทสื่อออนไลน์จำแนกตามอายุ..... 92
19	จำนวนและร้อยละของประเภทสื่อออนไลน์จำแนกตามรายได้..... 93
20	จำนวนและร้อยละของประเภทสื่อออนไลน์จำแนกตามระดับการศึกษา..... 95

## สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	12
---	---------------------------	----



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี