

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมา.....	1
ปัญหาคำถามการวิจัย.....	7
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
ขอบเขตของการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	10
สมมติฐานในการวิจัย.....	11
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร.....	12
ประเภทของธุรกิจร้านอาหาร.....	12
รูปแบบการประกอบธุรกิจร้านอาหาร.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์.....	16
ความหมายของสื่อออนไลน์.....	16
รูปแบบการสื่อสารการตลาดบนออนไลน์.....	17
กลยุทธ์ของสื่อออนไลน์.....	19
รูปแบบของสื่อออนไลน์.....	20
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด.....	21
เครื่องมือการสื่อสารการตลาดดิจิทัล.....	22
แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด.....	23
ความหมายการส่งเสริมการตลาด.....	23
การโฆษณา.....	24
การประชาสัมพันธ์.....	26
การขายโดยบุคคล.....	28
การส่งเสริมการขาย.....	29

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การตลาดทางตรง.....	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	38
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	43
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	43
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	46
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	48
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	52
ลำดับขั้นตอนการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	91
สรุปผลการวิจัย.....	91
อภิปรายผล.....	95
ข้อเสนอแนะ.....	101
บรรณานุกรม.....	106
ภาคผนวก.....	112
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ.....	113
ภาคผนวก ข แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	120
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	127

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของธุรกิจร้านอาหาร ในจังหวัดจันทบุรีจำแนกตามเพศ	53
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของธุรกิจร้านอาหาร ในจังหวัดจันทบุรีจำแนกตามอายุ	54
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของธุรกิจร้านอาหาร ในจังหวัดจันทบุรีจำแนกตามการระดับการศึกษา	54
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของธุรกิจร้านอาหาร ในจังหวัดจันทบุรีจำแนกตามประเภทของธุรกิจร้านอาหาร	55
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของธุรกิจร้านอาหาร ในจังหวัดจันทบุรีจำแนกตามขนาดของธุรกิจร้านอาหาร	56
6	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น ของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ด้านการโฆษณาออนไลน์	57
7	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น ของธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์	58
8	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น ของธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ด้านการส่งเสริมการขายออนไลน์	59
9	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น ของธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ด้านการขายโดยบุคคลออนไลน์	60
10	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น ของธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ด้านการตลาดทางตรงออนไลน์	61
11	แสดงผลการทดสอบค่าแปรปรวนของตัวแทนธุรกิจจำแนกตามเพศ	62

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
12	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ในจังหวัดจันทบุรีจำแนกตามอายุ	64
13	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ในจังหวัดจันทบุรีจำแนกตามอายุด้านการโฆษณา	65
14	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ในจังหวัดจันทบุรีจำแนกตามอายุด้านการประชาสัมพันธ์	66
15	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ในจังหวัดจันทบุรีจำแนกตามอายุด้านการส่งเสริมการขาย	67
16	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ในจังหวัดจันทบุรีจำแนกตามอายุด้านการขายโดยบุคคล	68
17	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ในจังหวัดจันทบุรีจำแนกตามอายุด้านการตลาดทางตรง	69
18	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา	71
19	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษาด้านการโฆษณาออนไลน์	73
20	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์	74
21	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษาด้านการขายโดยบุคคลออนไลน์	75
22	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษาด้านการส่งเสริมการขายออนไลน์	76
23	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษาด้านการตลาดทางตรงออนไลน์	77
24	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามประเภทของธุรกิจร้านอาหาร	78

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
25	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามประเภทของธุรกิจร้านอาหาร ด้านการโฆษณา	80
26	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามประเภทของธุรกิจร้านอาหารด้านการประชาสัมพันธ์	81
27	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามประเภทของธุรกิจร้านอาหารด้านการส่งเสริมการขาย	82
28	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามประเภทของธุรกิจร้านอาหารด้านการขายโดยบุคคล	83
29	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามประเภทของธุรกิจร้านอาหาร ด้านการตลาดทางตรง	84
30	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามขนาดของธุรกิจร้านอาหาร	86
31	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามขนาดของธุรกิจด้านการโฆษณา	87
32	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามขนาดของธุรกิจด้านการโฆษณา	88
33	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามขนาดของธุรกิจด้านการตลาดทางตรง	89
34	แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบธุรกิจ ร้านอาหาร กับประเภทของธุรกิจร้านอาหารร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรี	90
35	แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบธุรกิจ ร้านอาหารกับขนาดของธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรี	91
36	แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ขนาดของธุรกิจร้านอาหารใน จังหวัดจันทบุรีกับประเภทของธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรี	92