

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมา	1
ปัญหานำวิจัย	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ประโยชน์ของการวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
ความรู้เกี่ยวกับเครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ของจีน	5
แนวคิดด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์	6
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์	12
ทฤษฎีสื่อสารการตลาด	22
ทฤษฎีสื่อใหม่	28
ทฤษฎีนวัตกรรม	29
ทฤษฎีการจัดการนวัตกรรม	41
ทฤษฎีความต้องการ	46
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	51
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	57
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	60
การวิจัยเชิงคุณภาพ	60
การวิจัยเชิงปริมาณ	63
การนำเสนอผลการศึกษา	66
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	67
ศึกษาความต้องการของตลาดของอุปกรณ์ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ ในประเทศจีน	67
ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดของอุปกรณ์ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ อิเล็กทรอนิกส์ ในประเทศจีน	76
ศึกษาการพัฒนาสื่อใหม่เพื่อส่งเสริมการตลาดของอุปกรณ์ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศจีน	83

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	88
สรุปผล.....	88
อภิปรายผล.....	91
ข้อเสนอแนะ.....	95
บรรณานุกรม.....	97
ภาคผนวก.....	113
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	125

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี