

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามนำวิจัย.....	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.4 ประโยชน์ของการวิจัย.....	4
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
1.7 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	5
1.8 สมมติฐานในการวิจัย.....	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโซเซียลมีเดีย.....	6
2.2 แนวคิดการใช้สื่อออนไลน์.....	7
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	10
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด.....	11
2.5 แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ.....	25
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	30
3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	30
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	31
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	33
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
3.6 การนำเสนอข้อมูล.....	35

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
4.1 สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
4.2 ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	56
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	56
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	58
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	61
บรรณานุกรม.....	63
ภาคผนวก.....	68
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	75

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามโควตา (Quota Sampling) ตามที่กำหนด.....	31
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการ ค้าทุเรียนในจีน จำแนกตามเพศ (N=400).....	37
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการ ค้าทุเรียนในจีน จำแนกตามอายุ (N=400).....	37
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการ ค้าทุเรียนในจีน จำแนกตามการระดับการศึกษา (N=400).....	38
4.4 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบ การค้าทุเรียนในจีน ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ด้านการโฆษณาออนไลน์ (N=400).....	38
4.5 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นของ ผู้ประกอบการค้าทุเรียนในจีนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (N = 400).....	39
4.6 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นของ ผู้ประกอบการค้าทุเรียนในจีน ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ด้านการส่งเสริมการขาย ออนไลน์ (N = 400)	40
4.7 แสดงค่าเฉลี่ย () ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น ของผู้ประกอบการค้าทุเรียนในจีนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ด้านการขายโดยบุคคล ออนไลน์ (N = 400).....	41
4.8 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นของ ผู้ประกอบการค้าทุเรียนในจีนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ด้านการตลาดทางตรง ออนไลน์ (N = 400).....	42
4.9 แสดงผลการทดสอบค่าแปรปรวนของตัวแทนธุรกิจจำแนกตามเพศ.....	43
4.10 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของผู้ประกอบการค้าทุเรียนในจีน จำแนกตามอายุ.....	44
4.11 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของผู้ประกอบการค้าทุเรียนในจีน จำแนกตามอายุ ด้านการโฆษณา (Advertising).....	44
4.12 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของผู้ประกอบการค้าทุเรียนในจีน จำแนกตามอายุ ด้านการประชาสัมพันธ์ (Public Relation).....	46
4.13 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของผู้ประกอบการค้าทุเรียนในจีน จำแนกตามอายุ ด้านการส่งเสริมการขาย (Sale Promotion).....	47
4.14 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของผู้ประกอบการค้าทุเรียนในจีน จำแนกตามอายุ ด้านการขายโดยบุคคล (Personal Selling).....	48

สารบัญตาราง(ต่อ)

4.15 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของผู้ประกอบการค้าทุเรียนในจีน จำแนกตามอายุ ด้านการตลาดทางตรง (Direct Marketing).....	49
4.16 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของผู้ประกอบการค้าทุเรียนในจีน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	50
4.17 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนผู้ประกอบการค้าทุเรียนในจีน จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการโฆษณาออนไลน์ (Online Advertising).....	51
4.18 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนผู้ประกอบการค้าทุเรียนในจีน จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์.....	52
4.19 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของตัวแทนผู้ประกอบการค้าทุเรียนในจีน จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการขายโดยบุคคลออนไลน์.....	53
4.20 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนผู้ประกอบการค้าทุเรียนในจีน จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการส่งเสริมการขายออนไลน์.....	53
4.21 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนผู้ประกอบการค้าทุเรียนในจีน จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการตลาดทางตรงออนไลน์.....	54