

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
คำถามนำวิจัย.....	7
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
ประโยชน์ของการวิจัย.....	8
ขอบเขตของการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	10
สมมติฐานในการวิจัย.....	11
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจร้านกาแฟ.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์.....	17
ความหมายของสื่อออนไลน์.....	17
ความสำคัญของการตลาดออนไลน์.....	18
รูปแบบการสื่อสารการตลาดบนสื่อออนไลน์.....	19
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด.....	22
ประเภทของเครื่องมือการสื่อสารการตลาด.....	22
ลักษณะของการสื่อสารการตลาด.....	45
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	47
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	52
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	52
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	54
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	57
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	58

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 (ต่อ)	
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
การนำเสนอข้อมูล.....	60
4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	103
สรุปผลการวิจัย.....	103
อภิปรายผล.....	108
ข้อเสนอแนะ.....	115
บรรณานุกรม.....	117
ภาคผนวก.....	122
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ.....	123
ภาคผนวก ข แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	125
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	133

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ปริมาณการส่งออกกาแฟสำเร็จรูปของโลก (ล้านตัน).....	1
2 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามโควตา (Quota Sampling) ตามที่กำหนด.....	53
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดจันทบุรี ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	62
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดจันทบุรี ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	63
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดจันทบุรี ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการระดับการศึกษา.....	63
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดจันทบุรี ผู้ตอบแบบสอบถามของ จำแนกตามรายได้.....	64
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดจันทบุรี ผู้ตอบแบบ สอบถามจำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจ ร้านกาแฟ.....	64
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดจันทบุรี ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของธุรกิจร้านกาแฟ.....	65
9 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับการสื่อสารการตลาด ออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดจันทบุรี ด้านการโฆษณา ออนไลน์.....	66
10 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับการสื่อสารการตลาด ออนไลน์ของผู้ประกอบการ ธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดจันทบุรี ด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์.....	67
11 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับการสื่อสารการตลาด ออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดจันทบุรี ด้านการส่งเสริม การขายออนไลน์.....	68
12 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับการสื่อสารการตลาด ออนไลน์ของผู้ประกอบการของธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดจันทบุรี ที่เป็น กลุ่มตัวอย่างด้านการขายโดยบุคคลออนไลน์.....	69

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
13 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการของธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดจันทบุรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ด้านการตลาดทางตรงออนไลน์.....	70
14 ข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดจันทบุรี.....	70
15 แสดงผลการทดสอบค่าแปรปรวน ของตัวแทนธุรกิจ จำแนกตามเพศ โดยใช้ t-test...	72
16 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามอายุ.....	73
17 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามอายุ ด้านการโฆษณา (Advertising).....	75
18 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามอายุ ด้านการขายโดยบุคคลออนไลน์ (Personal Selling Online).....	76
19 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามอายุ ด้านการตลาดทางตรง (Direct Marketing).....	77
20 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา.....	78
21 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการโฆษณาออนไลน์ (Online Advertising).....	79
22 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (Online Public Relation).....	80
23 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของตัวแทนธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการขายโดยบุคคลออนไลน์ (Online Personal Selling).....	81

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
24 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนธุรกิจร้านค้ากาแฟในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการส่งเสริมการขายออนไลน์ (Online Sale Promotion).....	82
25 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของธุรกิจร้านค้ากาแฟในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามรายได้.....	84
26 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนธุรกิจร้านค้ากาแฟในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามรายได้ ด้านการโฆษณาออนไลน์ (Online Advertising).....	85
27 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนธุรกิจร้านค้ากาแฟในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามรายได้ ด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (Online Public Relation)...	86
28 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของตัวแทนธุรกิจร้านค้ากาแฟในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามรายได้ ด้านการขายโดยบุคคลออนไลน์ (Online Personal Selling)...	87
29 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนธุรกิจร้านค้ากาแฟในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามรายได้ ด้านการส่งเสริมการขายออนไลน์ (Online Sale Promotion)...	88
30 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตัวแทนธุรกิจร้านค้ากาแฟในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามรายได้ ด้านการตลาดทางตรงออนไลน์ (Online Direct Marketing)...	89
31 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของธุรกิจร้านค้ากาแฟในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจร้านค้ากาแฟ.....	90
32 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของธุรกิจร้านค้ากาแฟในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจร้านค้ากาแฟ ด้านการโฆษณา (Advertising).....	92
33 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของธุรกิจร้านค้ากาแฟในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจร้านค้ากาแฟ ด้านการขายโดยบุคคล (Personal Selling).....	93
34 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของธุรกิจร้านค้ากาแฟในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจร้านค้ากาแฟ ด้านการตลาดทางตรง (Direct Marketing).....	94

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
35 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของธุรกิจร้านค้ากาแฟในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามประเภทของธุรกิจร้านค้ากาแฟในจังหวัดจันทบุรี.....	95
36 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของธุรกิจร้านค้ากาแฟในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามประเภทของธุรกิจร้านค้ากาแฟ ด้านการโฆษณาออนไลน์ (Advertising).....	97
37 แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะบุคคลส่วนบุคคลของผู้ประกอบ ธุรกิจร้านค้ากาแฟในจังหวัดจันทบุรี กับการสื่อสารการตลาดออนไลน์.....	98
38 แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจ ร้านค้ากาแฟในจังหวัดจันทบุรี กับการสื่อสารการตลาดออนไลน์.....	99
39 แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของธุรกิจร้านค้ากาแฟในจังหวัด จันทบุรี กับการสื่อสารการตลาดออนไลน์.....	101

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	10
---	---------------------------	----

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี