

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการทำวิจัย	2
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการทำวิจัย	2
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์	4
2.2 แนวคิดสื่อเฟซบุ๊ก	8
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ	11
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของผู้บริโภค	13
2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์	16
2.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	18
2.7 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	23
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	33
3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	33
3.2 การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ	33
3.3 ขอบเขตของการทำวิจัย	34
3.4 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	34
3.5 วิเคราะห์ข้อมูล	35

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	37
4.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	37
4.2 วิเคราะห์ข้อมูลการใช้สื่อเฟซบุ๊กในชีวิตประจำวัน การรับรู้ข่าวสารจากสื่อเฟซบุ๊กและการใช้บริการที่ ศูนย์การค้าเดอะมอลล์โคราช	40
4.3 วิเคราะห์ข้อมูลความต้องการจากผู้ที่มาใช้บริการ ศูนย์การค้าเดอะมอลล์โคราช	47
4.4 วิเคราะห์ข้อมูลความต้องการจากผู้ที่มาใช้บริการศูนย์ การค้าเดอะมอลล์โคราช	48
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	49
5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	49
5.2 ผลการวิจัย	49
5.3 อภิปรายผลการวิจัย	52
5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้	55
5.5 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	55
บรรณานุกรม	56
ภาคผนวก	57
ภาคผนวก ก ตัวอย่างแบบสอบถาม	57
ภาคผนวก ข ภาพการปฏิบัติงานและการแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง	63

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	37
4.2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ	38
4.3 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	38
4.4 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้	39
4.5 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษา	39
4.6 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	40
4.7 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในแต่ละวันท่านใช้สื่อ เฟซบุ๊กมากน้อยเพียงใด	40
4.8 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ท่านรู้จักเฟซบุ๊กเดอะ มอลล์โคราชได้อย่างไร	41
4.9 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ท่านนิยมดูข่าวสาร ของสินค้าประเภทใดในเฟซบุ๊กเดอะมอลล์โคราช	42
4.10 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ข่าวสารที่ท่านได้ รับมีประโยชน์ต่อการใช้บริการในด้านใด	43
4.11 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม คิดว่าศูนย์การค้า เดอะมอลล์โคราชเป็นอย่างไรในมุมมองของท่าน	44
4.12 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ท่านเคยกดไลค์ เพจเฟซบุ๊กเดอะมอลล์โคราชหรือไม่	45
4.13 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ท่านเคยกดติดตาม เพจเฟซบุ๊กเดอะมอลล์โคราชหรือไม่	45
4.14 ตารางตัวอย่างแสดงสถิติของผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมรับ ข่าวสารของสินค้าในแต่ละประเภท	54

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.14 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามท่านเคย กดไลค์หรือกดติดตามศูนย์การค้าอื่น ๆ หรือไม่	45
4.15 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามท่าน เดินทางไปพักผ่อนหรือซื้อสินค้าที่ศูนย์การค้า เดอะมอลล์โคราชมากน้อยเพียงใด	46
4.16 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามความต้อง การจากผู้ที่มาใช้บริการศูนย์การค้าเดอะมอลล์โคราช	47
4.17 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ท่านต้องการ ให้เพจเฟซบุ๊กเดอะมอลล์โคราชพัฒนาวิธีการสื่อสารอย่างไรบ้าง	48

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 หน้าแฟนเพจเฟซบุ๊กของ The Mall Korat	1
1.2 หน้าเว็บไซต์ Weblog	6
1.3 สัญลักษณ์ทวิตเตอร์	6
1.4 สื่อเครือข่ายสังคม	7
1.5 การแบ่งปันสื่อ	7
1.6 สังคมข่าว	8
1.7 การสนทนาผ่านเครือข่าย	8