

## สารบัญ

<b>บทความวิจัย</b>	<b>หน้า</b>
การรับรู้การโฆษณาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อกาแฟสำเร็จรูปในวันของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร Advertised Awareness Relating Consumer Behavior on Buying 3 in 1 Instant Coffee in Bangkok ศรัณกร มาลาเย และ ดร.ไกรพุดิ กิระจินดา (Sarunporn Malaya and Dr.Kraiphut Keragachinda)	8-19
ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการเรียนการสอนโดยผ่านกูเกิลคลาสรูมของนักศึกษาวิทยาลัยพาณิชย์การธนบุรี Satisfaction of Students to Teaching through the Google Classroom in Thonburi Commercial College ฉันททิพย์ ลีลิตธรรม และ พรเพ็ญ เอกเอี่ยมวัฒนกุล (Chantip Leelithum and Ponpen Eak-ieamvudtanakul)	20-25
ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาตนเองในยุคเครือข่ายสังคมของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร Factors Affecting Self-Development of Elderlies in Social Network in Bangkok ผศ.สุคี ศิริวงศ์พากร (Asst.Prof.Sukee Siritwongpakorn)	26-33
การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการขายโดยพนักงานขายที่มีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจ ในการเลือกซื้อตราสินค้าสีเบเยอร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร Advertising, Sales Promotion, and Personal Selling Relation with Consumer Trust in Consuming Beger Paints Products of Residents in Bangkok Metropolitan สัตยา กัณฑเจตน์ และ รศ.วิมลพรรณ อาภาเวท (Sataya Guntajetn and Assoc.Prof.Wimonpan Arpavate)	34-43
การสังเคราะห์เกณฑ์คุณภาพสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลทางการศึกษา The Synthesize Quality Criteria of Education Digital Television Stations ผศ.ดร.จักรีรัตน์ แสงวาริ (Asst.Prof.Dr.Jakgreerat Sangvari)	44-55
<b>บทความวิชาการ</b>	
การสื่อสารของกลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์ในยุคดิจิทัล The Communication of online games player in digital era ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา (Asst.Prof.Apiwan Sirinantana)	56-65
“กูเกิลแอปพลิเคชัน” นวัตกรรมเพื่อการศึกษาสำหรับอาชีวศึกษา “Google App” Innovation for Education to Vocational Education ดร.สรญา เปรี๊ยะประสิทธิ์ (Dr.Sorraya Priaoprasit)	66-67
ไทยแลนด์ 4.0 และการตลาด 3.0 กับความอยู่รอดของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ Thailand 4.0 and Marketing 3.0: Business Adaptation of Printing Media ธีรวัจน์ อุดมสินเจริญกิจ (Theerawat Udomsincharoenkij)	78-86