

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญแผนภาพ	(8)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหานำวิจัย	5
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	5
ขอบเขตในการศึกษา	6
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร	8
แนวคิดด้านการบริหารและการดำเนินงานของธุรกิจนิตยสาร.....	14
แนวคิดด้านกลยุทธ์การวางแผนการตลาด การสื่อสารการตลาด และการสื่อสาร การตลาดแบบบูรณาการ	21
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของ ผู้บริโภค	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	36

3. วิธีการศึกษา	39
ระเบียบวิธีวิจัย	39
เป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา	40
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	41
การตรวจสอบข้อมูล	42
การวิเคราะห์และการสรุปผล	43
4. ผลการศึกษา.....	44
ส่วนที่ 1 การบริหารและการจัดทำนิตยสาร ARE-V-GO Together	44
ส่วนที่ 2 กลยุทธ์ทางการตลาดที่นิตยสาร ARE-V-GO Together นำมาใช้ สร้างจุดขาย	62
ส่วนที่ 3 ปัจจัยในการเลือกซื้อนิตยสาร ARE-V-GO Together ของผู้บริโภค.	73
ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจซื้อ นิตยสาร ARE-V-GO Together กับกลยุทธ์ทางการตลาดที่นิตยสารนำใช้	82
5. สรุปและอภิปรายผลการศึกษา	88
สรุปผลการศึกษา	88
อภิปรายผลการศึกษา	94
ข้อเสนอแนะ	98
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต	99
รายการอ้างอิง.....	100
ภาคผนวก.....	102
ประวัติการศึกษา.....	115