

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ .....	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง.....	(7)
สารบัญภาพประกอบ.....	(11)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	5
สมมติฐานการศึกษา.....	5
ขอบเขตการศึกษา.....	5
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2. แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดเรื่องการสื่อสารการตลาด.....	7
แนวคิดเรื่องการตลาดและการวางแผนการตลาด.....	22
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการรับรู้และประสบการณ์ของผู้บริโภค ...	25
แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจและพฤติกรรมผู้บริโภค.....	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42

3. ระเบียบวิธีการวิจัย .....	45
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	45
วิธีการสุ่มตัวอย่าง .....	46
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา .....	46
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา .....	47
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา .....	48
การวัดค่าและเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ .....	49
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	52
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	52
4. ผลการศึกษา.....	53
ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง .....	53
ส่วนที่ 2 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ.....	57
ส่วนที่ 3 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารมีผลต่อปัจจัยการสื่อสารการตลาด .....	69
ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มตัวอย่าง .....	81
ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน .....	103
5. สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	114
สรุปผลการศึกษา .....	115
อภิปรายผลการศึกษา .....	118
ข้อเสนอแนะ .....	124
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต .....	126
รายการอ้างอิง.....	127

ภาคผนวก .....	130
ประวัติการศึกษา.....	138