

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง.....	(7)
สารบัญภาพประกอบ.....	(8)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหานำการศึกษา	6
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	6
ขอบเขตในการศึกษา	6
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดเรื่องการสื่อสารระหว่างบุคคล	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ	12
แนวคิดด้านการสื่อสารการตลาด	19
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรม.....	27
แนวคิดเรื่องการทุ่มเทความพยายามในการซื้อ (Involvement).....	31
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ	38

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	41
3. ระเบียบวิธีการศึกษา	44
วิธีการศึกษา	44
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	48
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	48
การวิเคราะห์และสรุปผลของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	49
4. ผลการศึกษา.....	50
ส่วนที่ 1 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านพริตตี้	51
ส่วนที่ 2 กระบวนการคัดเลือกและการฝึกอบรมพริตตี้ขององค์กรต่าง ๆ เพื่อ เป็นเครื่องมือการสื่อสารการตลาด.....	58
ส่วนที่ 3 อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดผ่านพริตตี้ต่อพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ.....	66
5. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	73
สรุปผลการศึกษา	73
อภิปรายผลการศึกษา	79
ข้อเสนอแนะ	86
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต	86
รายการอ้างอิง.....	87
ภาคผนวก	
ก. คำถามประกอบการสัมภาษณ์.....	91

ข.	ประมวลข้อความการวิพากษ์วิจารณ์การสื่อสารการตลาดผ่านพริตตี้จาก เว็บไซต์ต่าง ๆ.....	94
ค.	ประมวลภาพกิจกรรมการสื่อสารการตลาดผ่านพริตตี้ ภายในสถานที่จัดงาน การตลาดเชิงกิจกรรม (Event marketing)	97
	ประวัติการศึกษา.....	100