

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญแผนภาพ	(13)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
ปัญหำนำการวิจัย.....	11
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	12
สมมติฐานการวิจัย	12
ขอบเขตของการศึกษา	12
นิยามศัพท์.....	13
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	14
2. ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
แนวคิดทางการสื่อสาร.....	15
ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารและกระบวนการเลือกรับสาร	18
แนวคิดการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	22
แนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	40
แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทและพฤติกรรมของผู้บริโภค	42
แนวคิดประชากรศาสตร์.....	49

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	51
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	57
ลักษณะประชากร.....	57
การกำหนดจำนวนตัวอย่าง	57
การสุ่มตัวอย่าง	58
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	60
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	66
วิธีการสร้างเครื่องมือ	66
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	68
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	69
กรรมวิธีทางข้อมูล	69
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	69
4. ผลการวิจัย	72
ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	72
ส่วนที่ 2 ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อเครื่องรับโทรทัศน์	77
ส่วนที่ 3 การเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเครื่องรับโทรทัศน์ยี่ห้อ	
ซัมซุง	84
ส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้อเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง.....	86
ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน	86
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	150
สรุปผลการวิจัย.....	151
อภิปรายผลการวิจัย.....	163
ข้อเสนอแนะ	178

ภาคผนวก.....	181
บรรณานุกรม	186
ประวัติการศึกษา.....	191