

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 ครั้วเรือนส่วนบุคคล จำแนกตามประเภทบริษัทและเขตการปกครอง พ.ศ. 2548	2
1.2 จำนวนหน่วยของเครื่องรับโทรทัศน์ที่จำหน่ายได้ภายในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2549 แบ่งประเภทตามยี่ห้อ	8
2.1 แสดงการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Decision Making)	48
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	72
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับอายุ.....	73
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	73
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	74
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	74
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนเครื่องรับโทรทัศน์ .	75
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนคำตอบจำแนกตามยี่ห้อของเครื่องรับ โทรทัศน์.....	76
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความสำคัญของ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องรับโทรทัศน์	77
4.9 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อเครื่องรับโทรทัศน์	81
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเปิดรับเครื่องมือ การสื่อสารการตลาดเครื่องรับโทรทัศน์ยี่ห้อซัมซุง.....	84
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการตัดสินใจซื้อเครื่องรับ โทรทัศน์ยี่ห้อซัมซุง.....	86
4.12 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อโดยใช้ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ของเครื่องรับโทรทัศน์ จำแนกตามเพศ	87
4.13 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อโดยใช้ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ของเครื่องรับโทรทัศน์ จำแนกตามระดับอายุ.....	88

[illegible]

4.26	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อโดยใช้ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดของเครื่องรับโทรทัศน์ จำแนกตามเพศ	105
4.27	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อโดยใช้ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดของเครื่องรับโทรทัศน์ จำแนกตามระดับอายุ.....	107
4.28	แสดงการเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อโดยใช้ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดของเครื่องรับโทรทัศน์ จำแนกตามระดับอายุของผู้ตัดสินใจซื้อเครื่องรับโทรทัศน์เป็นรายคู่โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD).....	108
4.29	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อโดยใช้ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดของเครื่องรับโทรทัศน์ จำแนกตามระดับรายได้.....	110
4.30	แสดงการเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อโดยใช้ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดของเครื่องรับโทรทัศน์ จำแนกตามระดับรายได้ของผู้ตัดสินใจซื้อเครื่องรับโทรทัศน์เป็นรายคู่โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD).....	111
4.31	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับโฆษณาของเครื่องรับโทรทัศน์ ชัมซุง จำแนกตามเพศ	113
4.32	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับโฆษณาของเครื่องรับโทรทัศน์ ชัมซุง จำแนกตามระดับอายุ	114
4.33	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับโฆษณาของเครื่องรับโทรทัศน์ ชัมซุง จำแนกตามระดับรายได้	115
4.34	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับการประชาสัมพันธ์ของเครื่องรับโทรทัศน์ชัมซุง จำแนกตามเพศ.....	116
4.35	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับการประชาสัมพันธ์ของเครื่องรับโทรทัศน์ชัมซุง จำแนกตามระดับอายุ	117
4.36	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับการประชาสัมพันธ์ของเครื่องรับโทรทัศน์ชัมซุง จำแนกตามระดับรายได้.....	118
4.37	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับการจัดกิจกรรมการออกร้านจัดแสดงสินค้าของเครื่องรับโทรทัศน์ชัมซุง จำแนกตามเพศ.....	119

4.38	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับการจัดกิจกรรมการออกร้าน จัดแสดงสินค้าของเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามระดับอายุ.....	120
4.39	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับการจัดกิจกรรมการออกร้าน จัดแสดงสินค้าของเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามระดับรายได้.....	121
4.40	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับปัจจัยด้านพนักงานขายของ เครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามเพศ.....	122
4.41	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับปัจจัยด้านพนักงานขายของ เครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามระดับอายุ.....	123
4.42	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับปัจจัยด้านพนักงานขายของ เครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามระดับรายได้.....	124
4.43	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับการส่งเสริมการขายของ เครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามเพศ.....	125
4.44	ผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับการส่งเสริมการขายของ เครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามระดับอายุ.....	126
4.45	ผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับการส่งเสริมการขายของ เครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามระดับรายได้.....	127
4.46	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับการจัดโชว์สินค้าภายในร้าน ของเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามเพศ.....	128
4.47	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับการจัดโชว์สินค้าภายในร้าน ของเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามระดับอายุ.....	129
4.48	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับการจัดโชว์สินค้าภายในร้าน ของเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามระดับรายได้.....	130
4.49	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับการเป็นสปอนเซอร์ทีมกีฬา/ การแข่งขันกีฬาและรายการโทรทัศน์ของเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตาม เพศ.....	131
4.50	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับการเป็นสปอนเซอร์ทีมกีฬา/ การแข่งขันกีฬาและรายการโทรทัศน์ของเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตาม ระดับอายุ.....	132

4.51	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับการเป็นสปอนเซอร์ทีมกีฬา/ การแข่งขันกีฬาและรายการโทรทัศน์ของเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตาม ระดับรายได้	134
4.52	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตของ เครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามเพศ	135
4.53	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตของ เครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามระดับอายุ	136
4.54	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตของ เครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามระดับรายได้	137
4.55	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับการบริการหลังการขายของ เครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามเพศ	138
4.56	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับการบริการหลังการขายของ เครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามระดับอายุ	139
4.57	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับการบริการหลังการขายของ เครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามระดับรายได้	140
4.58	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามการเปิดรับการโฆษณาของเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง	141
4.59	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามการเปิดรับการประชาสัมพันธ์ของเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง	142
4.60	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามการเปิดรับการจัดกิจกรรมออกร้านจัดแสดงสินค้าของเครื่องรับ โทรทัศน์ซัมซุง	143
4.61	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามการเปิดรับพนักงานขายของเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง	144
4.62	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามการเปิดรับการส่งเสริมการขายของเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง	145
4.63	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามการเปิดรับการจัดโชว์สินค้าภายในร้านของเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง ...	146

4.64	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามการเปิดรับเครื่องมือด้านการเป็นสปอนเซอร์ทีมกีฬา/การแข่งขันกีฬา และรายการโทรทัศน์ของเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง.....	147
4.65	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกตามการเปิดรับการตลาดผ่านเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตของเครื่องรับ โทรทัศน์ซัมซุง.....	148
4.66	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง จำแนกการเปิดรับบริการหลังการขายของเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุง.....	149
5.1	แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ผู้บริโภคเครื่องรับโทรทัศน์ที่มี ลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีปัจจัยในการตัดสินใจซื้อเครื่องรับ โทรทัศน์แตกต่างกัน.....	156
5.2	แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ผู้บริโภคเครื่องรับโทรทัศน์ที่มี ลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีการเปิดรับเครื่องมือการสื่อสาร การตลาดเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุงแตกต่างกัน	158
5.3	แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับเครื่องมือการสื่อสาร การตลาดของเครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุงที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องรับโทรทัศน์ซัมซุงแตกต่างกัน.....	162