

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(1)
ABSTRACT.....	(2)
สารบัญตาราง.....	(3)
 บทที่	
1. บทนำ.....	1
ลักษณะและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย.....	3
ปัญหาคำถามวิจัย.....	3
สมมติฐานการวิจัย.....	4
คำนิยามศัพท์.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	5
ข้อจำกัดของการวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่จะได้รับ.....	6
 2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	7
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับสื่อ.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดทางตรง.....	15
ทฤษฎีและแนวความคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค.....	18
แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	19
แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	24

3. ระเบียบวิธีวิจัย	27
กลุ่มตัวอย่าง	27
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	33
การทดสอบเครื่องมือ	34
การเก็บรวบรวมข้อมูล	35
การกำหนดคะแนนเพื่อการวิเคราะห์	35
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	39
การวิเคราะห์ข้อมูล	40
4. ผลของการวิจัย	41
ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง	41
ตอนที่ 2 ข้อมูลการเปิดรับโฆษณาแบบตอบกลับโดยตรง	
ขอกกลุ่มตัวอย่าง	45
ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	
การโฆษณาแบบตอบกลับโดยตรงของกลุ่มตัวอย่าง	53
ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่าง	58
ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน	62
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	85
สรุปผลการวิจัย	86
อภิปรายผลการวิจัย	91
ข้อเสนอแนะ	95

กิตติกรรมประกาศ.....	97
บรรณานุกรม	98
ภาคผนวก	
แบบสอบถาม	101
ประวัติคณะผู้วิจัย.....	107

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร