

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญภาพประกอบ	(10)
 บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
ปัญหานำวิจัย	7
วัตถุประสงค์	7
สมมติฐานการวิจัย	8
ขอบเขตของการศึกษา	10
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	10
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	12
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	13
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์.....	32
พฤติกรรมผู้บริโภคกับการสื่อสารการตลาด	37
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อและข่าวสาร.....	46
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	55

กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	58
เหตุผลที่ใช้ในการตั้งสมมติฐาน.....	58
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	76
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	77
การสุ่มตัวอย่าง.....	78
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	80
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	84
เกณฑ์ในการให้คะแนนตัวแปร.....	84
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	85
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	87
4. ผลการวิจัย.....	98
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	98
ตอนที่ 2 การรับรู้เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารการตลาด.....	102
ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในตราสินค้า.....	106
ตอนที่ 4 ความภักดีในตราสินค้า.....	110
ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานในการทดสอบสมมติฐาน กำหนดนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05.....	114
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	142
สรุปผลการวิจัย.....	142
อภิปรายผลการวิจัย.....	157
ข้อเสนอแนะ.....	168
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	171

ภาคผนวก

ก. แบบสอบถาม	173
ข. โฆษณาของเบียร์สิงห์ไลท์และช้างไลท์.....	184
ค. 4 ผู้กล้าลั่นพิตเกินร้อยพร้อมพิชิตข้าวโลกเหนือ	187
ง. ภาพยนตร์โฆษณาเปิดตัว Charng Light Beer	201
บรรณานุกรม	206
ประวัติการศึกษา.....	211