

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการศึกษา.....	4
ขอบเขตของงานวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
สมมติฐานของการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ.....	7
ทฤษฎีการสื่อสาร.....	24
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร.....	32
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร.....	41
แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์.....	54
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประเมินผล.....	59
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	66
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	69
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	69
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	77
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	77
กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	80
การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล.....	80

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	82
การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา	83
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล จะแสดงเป็นข้อมูล เฉพาะค่าร้อยละ	83
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสารจากการสื่อ สารและการตลาด จะแสดงเป็นข้อมูลค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน.....	85
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ภาพลักษณ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ ที่กรุงเทพฯ จะแสดงเป็นข้อมูลค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน.....	89
การรายงานข้อมูลในส่วนนี้ จะรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (การทดสอบ สมมติฐานการวิจัย).....	90
5 บทสรุป.....	140
สรุปผลการวิจัย.....	140
อภิปรายผล.....	142
ข้อเสนอแนะ.....	143
บรรณานุกรม.....	145
ภาคผนวก.....	149
ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า.....	157

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงโมเดลลำดับชั้นการตอบสนอง (Response hierarchy model).....	53
2 แสดงจำนวน และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาอาชีพ และรายได้ต่อเดือน.....	83
3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นโดยรวมด้านการเปิดรับสื่อในด้านความถี่จากการสื่อสารการตลาด.....	85
4 แสดงจำนวน และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารไทยพาณิชย์.....	86
5 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นโดยรวมด้านการเปิดรับสื่อในด้านความน่าเชื่อถือจากการสื่อสารการตลาด.....	87
6 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นโดยรวมด้านการเปิดรับสื่อในด้านความชอบ ชื่นชมจากการสื่อสารการตลาด.....	88
7 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นโดยรวมด้านการรับรู้ภาพลักษณ์ของธนาคารไทยพาณิชย์.....	89
8 แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในด้านความถี่.....	90
9 แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในด้านความน่าเชื่อถือ.....	90
10 แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในด้านความชอบ.....	91
11 แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในด้านความถี่.....	91
12 แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในด้านความน่าเชื่อถือ.....	92
13 แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในด้านความชอบ.....	92

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
14	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรม การเปิดรับสื่อในด้านความถี่.....	93
15	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรม การเปิดรับสื่อในด้านความน่าเชื่อถือ.....	94
16	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรม การเปิดรับสื่อในด้านความชอบ.....	94
17	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเปิดรับ สื่อในด้านความถี่.....	95
18	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเปิดรับ สื่อในด้านความน่าเชื่อถือ.....	96
19	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเปิดรับ สื่อในด้านความชอบ.....	96
20	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรม การเปิดรับสื่อในด้านความถี่.....	97
21	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรม การเปิดรับสื่อในด้านความน่าเชื่อถือ.....	98
22	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรม การเปิดรับสื่อในด้านความชอบ.....	98
23	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการรับรู้ภาพลักษณ์ ของธนาคารไทยพาณิชย์.....	99
24	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของ ธนาคารไทยพาณิชย์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ.....	100
25	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นองค์กรที่ท่านอยากทำงานด้วยมากที่สุด.....	100

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
26	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับผู้บริหารของธนาคารไทยพาณิชย์เป็นผู้มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์.....	101
27	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับธนาคารไทยพาณิชย์เป็นธนาคารที่มีความมั่นคง / มีผลประโยชน์ที่ดี.....	101
28	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับธนาคารไทยพาณิชย์เป็นธนาคารที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม มักมีส่วนร่วมกับการกิจกรรมที่มีส่วนทำให้สังคมน่าอยู่ขึ้น.....	102
29	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับธนาคารไทยพาณิชย์เป็นธนาคารที่อยู่ในลำดับต้น ๆ ที่อยากทำธุรกรรมด้วยมากที่สุด.....	102
30	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการรับรู้ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร.....	103
31	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ.....	103
32	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับธนาคารไทยพาณิชย์เป็นองค์กรที่อยากทำงานด้วยมากที่สุด.....	104
33	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับผู้บริหารของธนาคารไทยพาณิชย์เป็นผู้มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์.....	104
34	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับธนาคารไทยพาณิชย์เป็นธนาคารที่มีความมั่นคง / มีผลประโยชน์ที่ดี.....	105
35	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับธนาคารไทยพาณิชย์เป็นธนาคารที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม มักมีส่วนร่วมกับการกิจกรรมที่มีส่วนทำให้สังคมน่าอยู่ขึ้น.....	105
36	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ.....	106

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
37	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการรับรู้ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร.....	107
38	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ.....	107
39	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับธนาคารไทยพาณิชย์เป็นองค์กรที่อยากทำงานด้วยมากที่สุด.....	108
40	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับผู้บริหารของธนาคารไทยพาณิชย์เป็นผู้มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์.....	109
41	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับธนาคารไทยพาณิชย์เป็นธนาคารที่มีความมั่นคง / มีผลประกอบการดี.....	110
42	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับธนาคารไทยพาณิชย์เป็นธนาคารที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม มักมีส่วนร่วมทำกิจกรรมที่มีส่วนทำให้สังคมน่าอยู่ขึ้น.....	110
43	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับธนาคารไทยพาณิชย์เป็นธนาคารที่อยู่ในลำดับต้น ๆ ที่อยากทำธุรกรรมด้วยมากที่สุด.....	111
44	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของธนาคาร.....	112
45	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ.....	113
46	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับธนาคารไทยพาณิชย์เป็นองค์กรที่ท่านอยากทำงานด้วยมากที่สุด.....	114
47	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับผู้บริหารของธนาคารไทยพาณิชย์เป็นผู้มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์.....	115

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
48	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นธนาคารที่มีความมั่นคง / มีผลประกอบการดี.....	116
49	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นธนาคารที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม มักมีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่มีส่วน ทำให้สังคมน่าอยู่ขึ้น.....	117
50	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นธนาคารที่อยู่ในลำดับต้น ๆ ที่อยากทำธุรกรรมด้วยมากที่สุด.....	118
51	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการรับรู้ภาพลักษณ์ ของธนาคาร.....	119
52	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ.....	120
53	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับธนาคารไทย พาณิชย์เป็นองค์กรที่อยากทำงานด้วยมากที่สุด.....	121
54	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับผู้บริหารของ ธนาคารไทยพาณิชย์เป็นผู้มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์.....	122
55	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับธนาคารไทย พาณิชย์เป็นธนาคารที่มีความมั่นคง / มีผลประกอบการดี.....	123
56	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับธนาคารไทย พาณิชย์เป็นธนาคารที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม มักมีส่วนร่วมกับ กิจกรรมที่มีส่วนทำให้สังคมน่าอยู่ขึ้น.....	124
57	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับธนาคารไทย พาณิชย์เป็นธนาคารที่อยู่ในลำดับต้น ๆ ที่อยากทำธุรกรรมด้วยมากที่สุด...	125

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
58	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความถี่กับการรับรู้ด้าน ภาพลักษณ์ของธนาคาร.....	126
59	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความถี่กับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ.....	126
60	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความถี่กับธนาคารไทย พาณิชย์เป็นองค์กรที่ท่านอยากทำงานด้วยมากที่สุด.....	127
61	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความถี่กับผู้บริหารของ ธนาคารไทยพาณิชย์เป็นผู้มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์.....	128
62	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความถี่กับธนาคารไทย พาณิชย์เป็นธนาคารที่มีความมั่นคง / มีผลประโยชน์ดี.....	128
63	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความถี่กับธนาคารไทย พาณิชย์เป็นธนาคารที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม มักมีส่วนร่วมกับ กิจกรรมที่มีส่วนทำให้สังคมน่าอยู่ขึ้น.....	129
64	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความถี่กับ ธนาคารไทย พาณิชย์เป็นธนาคารที่อยู่ในลำดับต้น ๆ ที่อยากทำธุรกรรมด้วยมากที่สุด... ..	130
65	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือกับการรับรู้ ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร.....	130
66	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือกับผลิตภัณฑ์ ต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ.....	131
67	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือกับธนาคาร ไทยพาณิชย์เป็นองค์กรที่ท่านอยากทำงานด้วยมากที่สุด.....	132
68	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือกับผู้บริหาร ของธนาคารไทยพาณิชย์เป็นผู้มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์.....	132

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
69	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือกับธนาคาร ไทยพาณิชย์เป็นธนาคารที่มีความมั่นคง / มีผลประกอบการดี.....	133
70	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือกับธนาคาร ไทยพาณิชย์เป็นธนาคารที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม มักมีส่วนร่วมกับ กิจกรรมที่มีส่วนทำให้สังคมน่าอยู่ขึ้น.....	134
71	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือกับธนาคาร ไทยพาณิชย์เป็นธนาคารที่อยู่ในลำดับต้น ๆ ที่อยากทำธุรกรรมด้วยมาก ที่สุด.....	134
72	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความชอบกับการรับรู้ด้าน ภาพลักษณ์ของธนาคาร.....	135
73	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความชอบกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคารไทยพาณิชย์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ.....	136
74	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความชอบกับธนาคารไทย พาณิชย์เป็นองค์กรที่ท่านอยากทำงานด้วยมากที่สุด.....	136
75	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความชอบกับผู้บริหารของ ธนาคารไทยพาณิชย์เป็นผู้มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์.....	137
76	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความชอบกับธนาคารไทย พาณิชย์เป็นธนาคารที่มีความมั่นคง / มีผลประกอบการดี.....	138
77	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความชอบกับธนาคารไทย พาณิชย์เป็นธนาคารที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม มักมีส่วนร่วมกับ กิจกรรมที่มีส่วนทำให้สังคมน่าอยู่ขึ้น.....	138
78	แสดงการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความชอบกับธนาคารไทย พาณิชย์เป็นธนาคารที่อยู่ในลำดับต้น ๆ ที่อยากทำธุรกรรมด้วยมากที่สุด...	139

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 กระบวนการสื่อสารการตลาดจะต้องมีลักษณะเป็นวงจร.....	21
2 แบบจำลอง SMCR ของเบอร์โล.....	30
3 Hierarchy of Effects (Advertising-Based) Model of Communication ...	60
4 S-Curve of Advertising Response	61
5 Convex Curve of Advertising Response	62
6 IMC Planning Matrix	65
7 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	77

