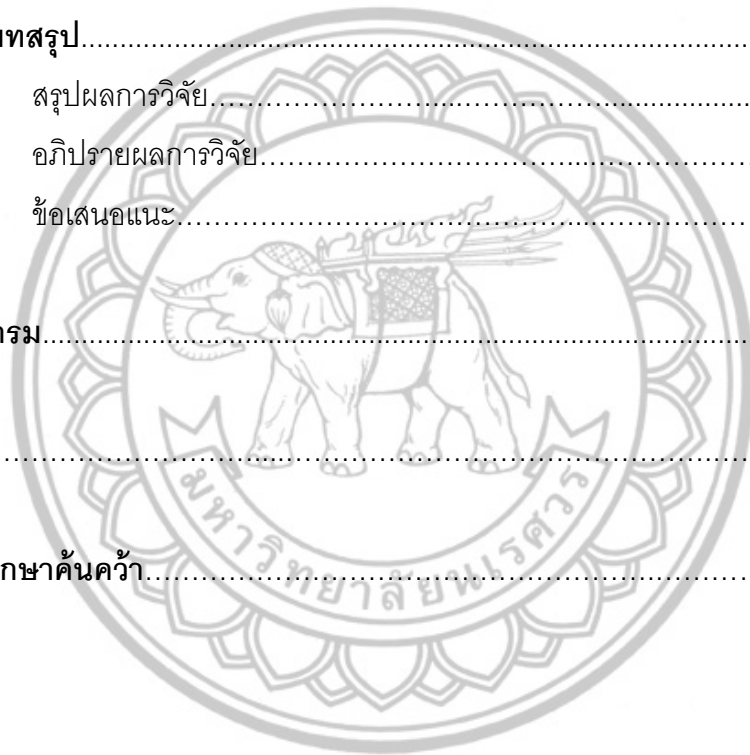


สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการศึกษา.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
ขอบเขตของงานวิจัย.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
สมมติฐานของการวิจัย.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดการสื่อสารการตลาด.....	9
แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจซื้อ.....	26
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	44
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	44
วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	45
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	46
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	49
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	50

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	51
การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา.....	51
การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน.....	61
5 บทสรุป.....	94
สรุปผลการวิจัย.....	94
อภิปรายผลการวิจัย.....	96
ข้อเสนอแนะ.....	99
บรรณานุกรม.....	100
ภาคผนวก.....	102
ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า.....	109



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงลักษณะประชากรศาสตร์.....	52
2 แสดงความถี่ในการเปิดรับเครื่องมือทางการตลาด.....	53
3 แสดงความน่าเชื่อถือในข้อมูลจากการเปิดรับเครื่องมือทางการตลาด.....	55
4 แสดงความชอบในข้อมูลที่ได้รับการเปิดรับเครื่องมือทางการตลาด.....	56
5 แสดงการนำข้อมูลที่ได้รับการเปิดรับเครื่องมือทางการตลาดไปใช้.....	58
6 แสดงการตัดสินใจซื้อและแนวโน้มการซื้อโทรศัพท์มือถือ Blackberry.....	59
7 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (เพศ) กับความถี่ในการรับ สื่อ: โฆษณา.....	62
8 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (เพศ) กับความถี่ในการรับ สื่อ: ประชาสัมพันธ์.....	63
9 แสดงความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรศาสตร์กับ (เพศ) กับการลดแลกแจก แถม.....	64
10 แสดงความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรศาสตร์ (อายุ) กับการลดแลกแจกแถม...	65
11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (เพศ) กับความถี่ในการรับ สื่อด้านพนักงานขาย.....	66
12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (เพศ) กับความถี่ในการรับ สื่อ: กิจกรรมทางการตลาด.....	67
13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (เพศ) กับเอกสารและแผ่น พับ.....	68
14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (รายได้) กับความถี่ในการรับ สื่อ: เอกสารและแผ่นพับ.....	69
15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (เพศ) กับความถี่ในการรับ สื่อ: ของชำร่วยและของใช้.....	70
16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (อายุ) กับความถี่ในการรับ สื่อ: ของชำร่วย ของขวัญที่มีตราสัญลักษณ์.....	71

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (รายได้) กับความถี่ในการรับ สื่อ: ของชำร่วย ของขวัญที่มีตราสัญลักษณ์.....	72
18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (เพศ) กับความเชื่อถือใน ข้อมูลที่ได้รับจากสื่อการตลาด: สื่อโฆษณา.....	73
19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (เพศ) กับความเชื่อถือใน ข้อมูลที่ได้รับจากสื่อการตลาด: กิจกรรมทางการตลาด.....	74
20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับความเชื่อถือในข้อมูล ที่ได้รับจากสื่อการตลาด: เอกสาร แผ่นพับ.....	75
21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับความเชื่อถือในข้อมูล ที่ได้รับจากสื่อการตลาด: เอกสาร แผ่นพับ.....	76
22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (รายได้) กับความเชื่อถือใน ข้อมูลที่ได้รับจากสื่อการตลาด: ของชำร่วย ของใช้.....	77
23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (อายุ) กับความชื่นชอบใน ข้อมูลที่ได้รับจากสื่อการตลาด: สื่อโฆษณา.....	78
24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (อายุ) กับความชื่นชอบใน ข้อมูลที่ได้รับจากสื่อการตลาด: สื่อการประชาสัมพันธ์.....	79
25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (รายได้) กับความชื่นชอบใน ข้อมูลที่ได้รับจากสื่อการตลาด: การลดแลกแจกแถม.....	80
26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (รายได้) กับความชื่นชอบใน ข้อมูลที่ได้รับจากสื่อการตลาด: พนักงานขาย.....	81
27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (อายุ) กับการนำข้อมูลที่ ได้รับจากสื่อการตลาดไปใช้: สื่อโฆษณา.....	82
28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (รายได้) กับการนำข้อมูลที่ ได้รับจากสื่อการตลาดไปใช้: การลดแลกแจกแถม.....	83

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (อายุ) กับการนำข้อมูลที่ได้รับจากสื่อการตลาดไปใช้: พนักงานขาย.....	84
30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (รายได้) กับการนำข้อมูลที่ได้รับจากสื่อการตลาดไปใช้: พนักงานขาย.....	85
31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (เพศ) กับการนำข้อมูลที่ได้รับจากสื่อการตลาดไปใช้: กิจกรรมทางการตลาด.....	86
32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (เพศ) กับการนำข้อมูลที่ได้รับจากสื่อการตลาดไปใช้: เอกสารและแผ่นพับ.....	87
33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (เพศ) กับการนำข้อมูลที่ได้รับจากสื่อการตลาดไปใช้: ของชำร่วย เครื่องใช้ที่มีตราสัญลักษณ์.....	88
34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (อายุ) กับการใช้งานโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนยี่ห้อแบลคเบอรี่ (Blackberry) ในปัจจุบัน.....	89
35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (รายได้) กับการใช้งานโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนยี่ห้อแบลคเบอรี่ (Blackberry) ในปัจจุบัน.....	90
36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (รายได้) กับการใช้งานโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนยี่ห้อแบลคเบอรี่ (Blackberry) ในอนาคต.....	91
37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับการใช้งานในปัจจุบัน.....	92
38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับแนวโน้มการใช้งานในอนาคต.....	93

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 ตัวแปรต้นและตัวแปรตาม.....	7
2 ขั้นตอนของกระบวนการซื้อ.....	30
3 รูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ.....	38
4 ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ.....	39
5 ความถี่ในการเปิดรับเครื่องมือทางการตลาด.....	54
6 ความน่าเชื่อถือในข้อมูลจากการเปิดรับเครื่องมือทางการตลาด.....	55
7 ความชอบในข้อมูลที่ได้รับการเปิดรับเครื่องมือทางการตลาด.....	57
8 การนำข้อมูลที่ได้รับการเปิดรับเครื่องมือทางการตลาดไปใช้.....	58
9 จำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry ในปัจจุบันและไม่ได้ใช้.....	58
10 จำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry ในปัจจุบันและไม่ได้ใช้.....	60
11 จำนวนผู้ที่ไม่ได้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry ในปัจจุบัน.....	60
12 จำนวนผู้ที่ไม่ได้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ Blackberry และคาดว่าจะซื้อในอนาคต.....	60

