

สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อ	ข
ABSTRACT	ง
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญแผนภูมิ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
สมมติฐานของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
ความเป็นมาของวิทยุโทรทัศน์	6
ประวัติองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย	12
ภาพรวม บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ในปัจจุบัน	19
สถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ จังหวัดร้อยเอ็ด	25
บริบทเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด	28
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร	30
แนวคิดเกี่ยวกับสื่อ	51
แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้	59
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	65

หัวข้อเรื่อง	หน้า
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย	69
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	71
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	71
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	72
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	73
การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	74
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	76
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	77
สัญลักษณ์สำคัญที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	77
ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	77
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	78
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้การขยายเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศน์ โมเดิร์นไนน์ ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด	81
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบและลักษณะกิจกรรม ทาง การตลาดแบบครบวงจรเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ในเขต เทศบาลเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด	87
ปัจจัยทางด้านบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน และเขตพื้นที่ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้การขยายเครือข่ายของสถานี วิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ จังหวัดร้อยเอ็ด	89
ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรกับการรับรู้ การขยายเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ จังหวัดร้อยเอ็ด	109
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	111
สรุปผล	112
อภิปรายผล	115
ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้งาน	120

หัวข้อ	หน้า
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	123
บรรณานุกรม	124
ภาคผนวก	129
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	130
ภาคผนวก ข ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถาม	137
ภาคผนวก ค คู่มือลงรหัส	138
ภาคผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์	150
ประวัติผู้วิจัย	151



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 รายละเอียดของพื้นที่ให้บริการ	20
2 ผลประกอบการ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)	24
3 แสดงการเปรียบเทียบกิจกรรมต่าง ๆ ของส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด	43
4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะปัจจัยทางด้านบุคคล	79
5 ระดับการรับรู้การขยายเครือข่ายจากการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรของสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ จังหวัดร้อยเอ็ด	82
6 สื่อที่ทำให้รับรู้ว่ามีสถานีเครือข่ายการให้บริการของสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์มาตั้งอยู่ในจังหวัดร้อยเอ็ด	83
7 แหล่งรับชมรายการจากทางสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์	84
8 ระยะเวลาในการรับชมรายการจากทางสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์	84
9 ช่วงเวลาในวันธรรมดาที่ชมรายการจากทางสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์	85
10 ช่วงเวลาในวันหยุดที่ชมรายการจากทางสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์	85
11 ประเภทรายการที่รับชมจากทางสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์	86
12 ผลของการมีสถานีเครือข่ายการให้บริการของสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์มาตั้งอยู่ในจังหวัดร้อยเอ็ด	87
13 ความคิดเห็นที่มีต่อประเภทกิจกรรมทางการตลาดแบบครบวงจรที่มีประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้และเหมาะสมกับพื้นที่ของจังหวัดร้อยเอ็ด	88
14 ความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ จังหวัดร้อยเอ็ด	89
15 เปรียบเทียบการรับรู้การขยายเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามเพศ	90
16 เปรียบเทียบการรับรู้การขยายเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามอายุ	91

ตารางที่

หน้า

17	เปรียบเทียบการรับรู้การขยายเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศนโมเดิร์นไนน์ จังหวัด ร้อยเอ็ด ผ่านสื่อเว็บไซต์ที่มีอายุแตกต่างกันเป็นรายคู่	92
18	เปรียบเทียบการรับรู้การขยายเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศนโมเดิร์นไนน์ จังหวัด ร้อยเอ็ด ผ่านสื่อโทรศัพท์ที่มีอายุแตกต่างกันเป็นรายคู่	93
19	เปรียบเทียบการรับรู้การขยายเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศนโมเดิร์นไนน์ จังหวัด ร้อยเอ็ด จำแนกตามระดับการศึกษา	93
20	เปรียบเทียบการรับรู้การขยายเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศนโมเดิร์นไนน์ จังหวัด ร้อยเอ็ด ผ่านสื่อเว็บไซต์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันเป็นรายคู่	95
21	เปรียบเทียบการรับรู้การขยายเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศนโมเดิร์นไนน์ จังหวัด ร้อยเอ็ด ผ่านสื่อโทรศัพท์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันเป็นรายคู่	97
22	เปรียบเทียบการรับรู้การขยายเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศนโมเดิร์นไนน์ จังหวัด ร้อยเอ็ด จำแนกตามอาชีพ	98
23	เปรียบเทียบการรับรู้การขยายเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศนโมเดิร์นไนน์ จังหวัด ร้อยเอ็ด ผ่านสื่อเว็บไซต์ที่มีอาชีพแตกต่างกันเป็นรายคู่	99
24	เปรียบเทียบการรับรู้การขยายเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศนโมเดิร์นไนน์ จังหวัด ร้อยเอ็ด ผ่านสื่อการจัดกิจกรรม/เป็นผู้สนับสนุนงานประเพณีต่าง ๆ ที่มีอาชีพ แตกต่างกันเป็นรายคู่	100
25	เปรียบเทียบการรับรู้การขยายเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศนโมเดิร์นไนน์ จังหวัด ร้อยเอ็ด ผ่านสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ที่มีอาชีพแตกต่างกันเป็นรายคู่	101
26	เปรียบเทียบการรับรู้การขยายเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศนโมเดิร์นไนน์ จังหวัด ร้อยเอ็ด ผ่านสื่อโทรศัพท์ที่มีอาชีพแตกต่างกันเป็นรายคู่	102
27	เปรียบเทียบการรับรู้การขยายเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศนโมเดิร์นไนน์ จังหวัด ร้อยเอ็ด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	103
28	เปรียบเทียบการรับรู้การขยายเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศนโมเดิร์นไนน์ จังหวัด ร้อยเอ็ด ผ่านสื่อการจัดกิจกรรม/เป็นผู้สนับสนุนงานประเพณีต่าง ๆ ที่มีรายได้ ต่อเดือนแตกต่างกันเป็นรายคู่	105

ตารางที่	หน้า
29	106
เปรียบเทียบการรับรู้การขยายเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศนโมเดิร์นไนน์ จังหวัด ร้อยเอ็ด ผ่านสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ที่มีรายได้อื่นแตกต่างกัน เป็นรายคู่	
30	107
เปรียบเทียบการรับรู้การขยายเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศนโมเดิร์นไนน์ จังหวัด ร้อยเอ็ด ผ่านสื่อโทรศัพท์ที่มีรายได้อื่นแตกต่างกันเป็นรายคู่	
31	108
เปรียบเทียบการรับรู้การขยายเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศนโมเดิร์นไนน์ จังหวัด ร้อยเอ็ด จำแนกตามเขตพื้นที่	
32	109
ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบและลักษณะการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรกับ การรับรู้การขยายเครือข่ายของสถานีวิทยุโทรทัศนโมเดิร์นไนน์ จังหวัดร้อยเอ็ด	
33	138
การลงรหัสแบบสอบถาม	

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
1 ภาพแสดงกระบวนการเลือกสรรการรับรู้	64
2 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยเรื่อง ผลของการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรที่มี ต่อการรับรู้การขยายเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด	70



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY