

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	แสดงจำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	20
4.2	แสดงจำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	21
4.3	แสดงจำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพการสมรส	21
4.4	แสดงจำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	22
4.5	แสดงจำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	23
4.6	แสดงจำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสื่อที่กลุ่มตัวอย่าง เปิดรับในพื้นที่สยามสแควร์มากที่สุด	24
4.7	แสดงจำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการเปิดรับสื่อ ต่อสัปดาห์	25
4.8	แสดงจำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสื่อ แต่ละครั้ง.....	25
4.9	แสดงจำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม สาเหตุที่สำคัญที่สุด ในการเปิดรับสื่อ	26
4.10	แสดงจำนวนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของสื่อที่สร้าง การจดจำเนื้อหาของโฆษณามากที่สุด	27
4.11	จำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อโฆษณา ในพื้นที่.....	28
4.12	เพศจำแนกตามการเปิดรับประเภทของสื่อโฆษณา.....	30
4.13	เพศจำแนกตามจำนวนครั้งของการเปิดรับสื่อโฆษณาต่อสัปดาห์.....	31
4.14	เพศจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโฆษณาในแต่ละครั้ง.....	32
4.15	เพศจำแนกตามสาเหตุในการเปิดรับสื่อโฆษณา	33
4.16	เพศจำแนกตามการจดจำเนื้อหาในการโฆษณาของสื่อโฆษณา	34
4.17	อายุจำแนกตามการเปิดรับประเภทของสื่อโฆษณา	35
4.18	อายุจำแนกตามจำนวนในการเปิดรับสื่อโฆษณาในแต่ละสัปดาห์	36
4.19	อายุจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโฆษณาในแต่ละครั้ง	37
4.20	อายุจำแนกตามสาเหตุสำคัญที่สุดในการเปิดรับสื่อโฆษณา.....	38
4.21	อายุจำแนกตามการจดจำเนื้อหาในการโฆษณา	39

4.22	สถานภาพการสมรสจำแนกตามการเปิดรับประเภทของสื่อโฆษณา.....	40
4.23	สถานภาพการสมรสจำแนกตามจำนวนครั้งของสื่อโฆษณาต่อสัปดาห์.....	41
4.24	สถานภาพการสมรสจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโฆษณาใน แต่ละครั้ง.....	42
4.25	สถานภาพการสมรสจำแนกตามสาเหตุในการเปิดรับสื่อโฆษณา.....	43
4.26	สถานภาพการสมรสจำแนกตามการจดจำเนื้อหาในการโฆษณา.....	44
4.27	ระดับการศึกษาจำแนกตามการเปิดรับสื่อโฆษณา.....	45
4.28	ระดับการศึกษาจำแนกตามจำนวนครั้งของเปิดรับสื่อโฆษณาต่อสัปดาห์.....	46
4.29	ระดับการศึกษาจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโฆษณาแต่ละครั้ง.....	47
4.30	ระดับการศึกษาจำแนกตามสาเหตุในการเปิดรับสื่อโฆษณา.....	48
4.31	ระดับการศึกษาจำแนกตามการจดจำเนื้อหาในการโฆษณา.....	49
4.32	รายได้ส่วนตัวต่อเดือนจำแนกตามการเปิดรับสื่อโฆษณา.....	51
4.33	รายได้ส่วนตัวต่อเดือนจำแนกตามการเปิดรับสื่อโฆษณาต่อสัปดาห์.....	52
4.34	รายได้ส่วนตัวต่อเดือนจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโฆษณาใน แต่ละครั้ง.....	53
4.35	รายได้ส่วนตัวต่อเดือนจำแนกตามสาเหตุในการเปิดรับสื่อโฆษณา.....	54
4.36	รายได้ส่วนตัวต่อเดือนจำแนกตามการจดจำเนื้อหาในการโฆษณา.....	55
4.37	ผลแสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อสื่อโฆษณา ในพื้นที่ จำแนกตามประเภทของสื่อโฆษณา.....	57
4.38	ผลแสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อสื่อโฆษณา ในพื้นที่จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้ในการเปิดรับต่อสัปดาห์.....	58
4.39	ผลแสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อสื่อโฆษณา ในพื้นที่จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับแต่ละครั้ง.....	59
4.40	การเปรียบเทียบพหุคูณ เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจที่มี ต่อสื่อโฆษณาในพื้นที่ ของกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับ แต่ละครั้งที่แตกต่างกันโดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD).....	60
4.41	ผลแสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อสื่อโฆษณา ในพื้นที่จำแนกตามสาเหตุที่สำคัญที่สุดในการเปิดรับที่แตกต่างกัน.....	61

4.42	การเปรียบเทียบพหุคูณ เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสื่อโฆษณาในพื้นที่ ของกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามสาเหตุที่สำคัญที่สุดในการเปิดรับที่แตกต่างกันโดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	62
4.43	ผลแสดงการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อสื่อโฆษณาในพื้นที่จำแนกตามประเภทสื่อโฆษณาที่สามารถสร้างการจดจำได้มากที่สุดที่แตกต่างกัน.....	63
5.1	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	66