

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญตาราง.....	(9)
สารบัญภาพประกอบ.....	(17)
 บทที่	
1. บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
ปัญหานำวิจัย	5
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	6
สมมติฐานการวิจัย	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
2. ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
แนวคิดเกี่ยวกับพระเครื่อง	9
แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อและข่าวสาร	14
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	18
แนวคิดเกี่ยวกับการโฆษณา	22
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อ	29
แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบอันจำกัดของสื่อมวลชน.....	34

ทฤษฎีการเสริมย้ำ	36
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	40
3. ระเบียบวิธีการวิจัย	43
แหล่งข้อมูล	43
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	43
วิธีการสุ่มตัวอย่าง	44
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	45
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	45
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	46
การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ	48
การเก็บรวบรวมข้อมูล	52
กรรมวิธีทางข้อมูล	53
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	53
4. ผลการศึกษา	63
ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	63
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณาพระเครื่องในสื่อสิ่งพิมพ์	72
ส่วนที่ 3 ทศนคติของพุทธศาสนิกชนที่นิยมพระเครื่อง	81
ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเช่าบูชาพระเครื่อง	84
ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน	87
สรุปผลการทดสอบสมมติฐานวิจัย	168
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	176
สรุปผลการวิจัย	177
อภิปรายผลการวิจัย	184
ข้อเสนอแนะทั่วไป	187

รายการอ้างอิง.....	189
ภาคผนวก	
ก. ตัวอย่างพระเครื่องที่ได้รับการยอมรับในวงการพระเครื่อง.....	195
ข. การสร้างพระเครื่องในยุคต่าง ๆ	198
ค. แบบสอบถาม	207
ประวัติการศึกษา.....	214