

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(4)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญภาพประกอบ	(10)
 บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.4 ระเบียบวิธีวิจัย.....	4
1.5 สมมติฐานการวิจัย.....	4
1.6 อภิธานคำศัพท์.....	4
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับตราสินค้า (Brand).....	7
2.1.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับตราสินค้า (Brand)	
และเอกลักษณ์ตราสินค้า (Brand Identity).....	7
2.1.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า (Brand Equity).....	16

2.1.3 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้าในสายตาผู้บริโภค (Customer Brand Equity)	25
2.1.4 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการวัดคุณค่าตราสินค้า (Brand Equity Measurement).....	27
2.1.5 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารคุณค่าตราสินค้า (Managing Brand Equity).....	31
2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication)	32
2.3 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude).....	39
2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	41
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	44
3.1 รูปแบบการวิจัย.....	44
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	45
3.3 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	45
3.4 ประเภทของเว็บไซต์ที่นำมาใช้เป็นกรณีศึกษาในงานวิจัย.....	46
3.5 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง.....	47
3.6 สมมติฐานการวิจัย.....	47
3.7 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	49
3.8 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	50
3.9 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	51
3.10 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
4. ผลที่ได้จากการศึกษา.....	54
4.1 ผลสรุปข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	54
4.2 ผลสรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต.....	59
4.3 ผลของการวัดตัวแปรต่างๆ.....	62

4.4 ผลของการวัดค่าเฉลี่ยในแต่ละองค์ประกอบของคุณค่าตราสินค้า.....	69
4.5 ผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร.....	70
4.6 ผลของการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ.....	75
5. อภิปราย สรุปผล และข้อเสนอแนะ.....	79
5.1 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย.....	79
5.2 ข้อจำกัดในการวิจัย.....	93
5.3 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้.....	94
5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในอนาคต.....	97
รายการอ้างอิง	99
ภาคผนวก	
ก. แบบสอบถาม	104
ข. ตัวอย่างการเผยแพร่แบบสอบถาม.....	111
ค. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis).....	113
ประวัติการศึกษา	115