

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(2)
สารบัญแผนภาพ	(6)
สารบัญแผนภูมิ	(7)
 บทที่	
1. บทนำ	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
ปัญหานำการศึกษา	6
วัตถุประสงค์การศึกษา	7
ขอบเขตการศึกษา.....	7
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
แนวคิดเรื่องสื่อกลางแจ้งรูปแบบใหม่	11
แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการเลือกเปิดรับสื่อโฆษณา.....	13
ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ	17
แนวคิดเรื่องตราสินค้า และการรับรู้ตราสินค้า	20
แนวคิดเรื่ององค์ประกอบของงานโฆษณา	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28

3.	ระเบียบวิธีการศึกษา.....	32
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	32
	ลักษณะของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	33
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	35
	แนวคำถาม	35
4.	ผลการศึกษา.....	38
	ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อกลางแจ้งรูปแบบใหม่ชนิดเคลื่อนที่ไม่ได้.....	38
	ส่วนที่ 2 การระลึกถึงตราสินค้าที่โฆษณาผ่านสื่อกลางแจ้งรูปแบบใหม่ ชนิดเคลื่อนที่ไม่ได้.....	44
	ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อองค์ประกอบงานโฆษณาของ สื่อกลางแจ้งรูปแบบใหม่ชนิดเคลื่อนที่ไม่ได้	52
	ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ.....	70
5.	สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	74
	สรุปผลการศึกษา.....	74
	อภิปรายผลการศึกษา	77
	ข้อเสนอแนะ.....	81
	ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต.....	81
ภาคผนวก		
ก.	บทสัมภาษณ์ จำนวน 15 คน	83
ข.	ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อกลางแจ้งรูปแบบใหม่.....	106

บรรณานุกรม	109
ประวัติการศึกษา.....	113