

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง.....	(6)
สารบัญภาพประกอบ .....	(10)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	2
กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	2
สมมติฐานการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
วิธีการดำเนินการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
นิยามศัพท์.....	5
2. แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวความคิดด้านการโฆษณา.....	7
แนวคิดเรื่องการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	14
พฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค.....	16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	32

	หน้า
การกำหนดขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย.....	32
การกำหนดขอบเขตการวิจัย.....	32
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	35
การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง.....	36
ตัวแปรในการวิจัย.....	37
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	54
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
4. ผลการศึกษาและวิเคราะห์ผลการวิจัย.....	58
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	58
ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นในเรื่องของสื่อโฆษณา อสังหาริมทรัพย์ประเภทกลางแจ้งและสื่อใหม่ที่มีผลต่อยอดผู้สนใจโครงการบ้าน จัดสรรจำแนกเป็นรายข้อ.....	65
การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็น และระดับความสนใจในเรื่อง ของสื่อโฆษณาอสังหาริมทรัพย์ประเภทกลางแจ้งและสื่อใหม่ที่มีผลต่อยอด ผู้สนใจโครงการบ้านจัดสรร.....	73
ผลที่ได้จากข้อมูลแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อที่อยู่อาศัยของ โครงการบ้านจัดสรรทั้ง 2 โครงการ.....	96
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	97
สรุปผลการวิจัย.....	97
การอภิปรายผล.....	102
ข้อเสนอแนะ.....	104
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป.....	105
บรรณานุกรม.....	106

ภาคผนวก.....	108
ก. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	109
ข. แบบประเมินความสอดคล้องของข้อความสำหรับผู้เชี่ยวชาญ.....	116
ประวัติการตีพิมพ์.....	125