

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง.....	(7)
สารบัญภาพประกอบ.....	(10)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหำนำการวิจัย.....	7
วัตถุประสงค์การวิจัย	8
สมมุติฐานการวิจัย	8
ขอบเขตการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์ที่ใช้ในงานวิจัย.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
แนวคิดการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	11
แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	34
ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม	36
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ (Media Exposure).....	43
แนวคิดเรื่องการให้ความสนใจ (Attention).....	50
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	51

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	56
3. ระเบียบวิธีวิจัย	58
ประชากรที่ศึกษา.....	58
การเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	58
การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	59
ตัวแปรที่ศึกษา	60
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	63
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	68
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	69
การวิเคราะห์ข้อมูล	69
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
4. ผลการวิจัย	71
ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	71
ตอนที่ 2 การเปิดรับแผนป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต.....	75
ตอนที่ 3 ทักษะจิตของผู้บริโภคที่มีต่อแผนป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต.....	83
ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	86
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	107
สรุปผลการวิจัย	108
อภิปรายผลการวิจัย.....	112
ข้อเสนอแนะทั่วไป	119
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	120
รายการอ้างอิง.....	121

ภาคผนวก	
ก. แบบสอบถาม	126
ข. ตัวอย่างประเภทแผ่นป้ายโฆษณา 4 ประเภท	131
ประวัติการศึกษา	133