

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	สถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลกเทียบกับจำนวนประชากรแบ่งตามภูมิภาค...	2
1.2	งบประมาณค่าใช้จ่ายสื่อโฆษณาเดือน กุมภาพันธ์ ปี 2010	3
3.1	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา.....	59
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางเพศ	72
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	72
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	73
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	73
4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	74
4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน....	74
4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการพบเห็น.....	75
4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับแผ่นป้าย โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต.....	75
4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ไม่คลิกเข้าไปดู รายละเอียดแผ่นป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	76
4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการคลิกเข้าไป ดูรายละเอียดของแผ่นป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	77
4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการคลิก เปิดดูรายละเอียดแผ่นป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	78
4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนป้ายที่คลิกเปิด แผ่นป้ายโฆษณาในเว็บไซต์.....	79
4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนคำตอบจำแนกตามเหตุผลของการคลิก แผ่นป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต.....	80
4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของคำตอบจำแนกตามองค์ประกอบที่น่าสนใจของ แผ่นป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต.....	81
4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของแผ่นป้าย โฆษณาทางอินเทอร์เน็ตที่ท่านสนใจมากที่สุด.....	82

4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะแผ่นป้าย โฆษณาทางอินเทอร์เน็ตที่ต้องการให้แสดงบนจอ.....	82
4.17	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเฉลี่ยของทัศนคติของ ผู้บริโภคที่มีต่อแผ่นป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	83
4.18	แสดงจำนวนและร้อยละของเพศแยกตามความถี่ในการคลิกเข้าไปดู รายละเอียดของแผ่นป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	86
4.19	แสดงจำนวนและร้อยละของอายุแยกตามความถี่ในการคลิกเข้าไปดู รายละเอียดของแผ่นป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	87
4.20	แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาแยกตามความถี่ในการคลิกเข้าไป ดูรายละเอียดของแผ่นป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	88
4.21	แสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพแยกตามความถี่ในการคลิกเข้าไปดู รายละเอียดของแผ่นป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	89
4.22	แสดงจำนวนและร้อยละของรายได้ส่วนตัวต่อเดือนแยกตามความถี่ในการคลิก เข้าไปดูรายละเอียดของแผ่นป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	90
4.23	แสดงจำนวนและร้อยละของเพศแยกตามระยะเวลาในการคลิกเปิดดู รายละเอียดแผ่นป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	92
4.24	แสดงจำนวนและร้อยละของอายุแยกตามระยะเวลาในการคลิกเปิดดู รายละเอียดแผ่นป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	93
4.25	แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาแยกตามระยะเวลาในการคลิก เปิดดูรายละเอียดแผ่นป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	94
4.26	แสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพแยกตามระยะเวลาในการคลิกเปิดดู รายละเอียดแผ่นป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	95
4.27	แสดงจำนวนและร้อยละของรายได้ส่วนตัวต่อเดือนแยกตามระยะเวลาในการ คลิกเปิดดูรายละเอียดแผ่นป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	97
4.28	แสดงจำนวนและร้อยละของเพศแยกตามจำนวนแผ่นป้ายโฆษณาต่อครั้งที่ คลิกเปิดแผ่นป้ายโฆษณา.....	98
4.29	แสดงจำนวนและร้อยละของอายุแยกตามจำนวนแผ่นป้ายที่คลิกเปิดแผ่นป้าย โฆษณาต่อครั้งที่	99
4.30	แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาแยกตามจำนวนแผ่นป้ายที่คลิก เปิดแผ่นป้ายโฆษณาต่อครั้งที่	100

4.31	แสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพแยกตามจำนวนแผ่นป้ายที่คลิกเปิดแผ่น ป้ายโฆษณาต่อครั้ง.....	101
4.32	แสดงจำนวนและร้อยละของรายได้ของส่วนตัวต่อเดือนแยกตามจำนวน แผ่นป้ายที่คลิกเปิดแผ่นป้ายโฆษณาต่อครั้ง	102
4.33	ผลการทดสอบจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อ แผ่นป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ระหว่างความถี่ในการคลิกเปิดแผ่นป้าย โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต.....	103
4.34	ผลการทดสอบจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อ แผ่นป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ระหว่างระยะเวลาในการคลิกเปิดแผ่นป้าย โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต.....	104
4.35	ผลการทดสอบจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อ แผ่นป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ระหว่างจำนวนแผ่นป้ายโฆษณาทาง อินเทอร์เน็ตที่คลิกเปิดต่อครั้ง.....	105
4.36	การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยทัศนคติของ ผู้บริโภคที่มีต่อแผ่นป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตกับจำนวนแผ่นป้ายโฆษณา ทางอินเทอร์เน็ตที่คลิกเปิดต่อครั้ง.....	106
5.1	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	110