

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(4)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญภาพประกอบ	(10)
 บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 จุดมุ่งหมายของงานวิจัย.....	3
1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	3
1.4 ขอบเขตของงานวิจัย	4
1.5 คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย	4
2. ทฤษฎี และการสำรวจพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย	6
2.1 แนวความคิดเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ทางการค้า	6
2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อโฆษณานอกสถานที่	7
2.3 ประเภทของการโฆษณา.....	9
2.4 สถาปัตยกรรมภาพลักษณ์ของการโฆษณา	11
2.5 พระราชบัญญัติที่เกี่ยวกับธุรกิจป้ายโฆษณา	13
2.6 ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่การค้าสยาม-สุขุมวิท	14
3. ระเบียบวิธีวิจัย	28

3.1	แบบแผนการวิจัย	28
3.2	ขั้นตอนและกระบวนการในการศึกษา	29
3.3	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา.....	35
3.4	เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	36
4.	การวิเคราะห์ข้อมูล	42
4.1	การวิเคราะห์ปรากฏการณ์ในระดับย่านและระดับอาคาร.....	43
4.2	การวิเคราะห์จากแบบสอบถามความพึงพอใจและการรับรู้ถึงความเหมาะสมต่อความหนาแน่นของสื่อโฆษณา.....	132
5.	ผลสรุปและข้อเสนอแนะ	146
5.1	สรุปการรุกรานของสื่อโฆษณาในระดับย่านและอาคาร.....	146
5.2	วิเคราะห์โอกาสการรับรู้สื่อโฆษณา โดยพิจารณาจากประเภทของโฆษณา.....	153
5.3	การสรุปความพึงพอใจของผู้รับรู้สื่อโฆษณาในย่าน โดยพิจารณาจากความหนาแน่นของสื่อโฆษณา	154
5.4	ข้อเสนอแนะแนวทางในการใช้สื่อในระดับย่านและอาคาร.....	156
5.5	ข้อเสนอแนะ.....	160
ภาคผนวก		
ก	แบบสอบถาม.....	161
บรรณานุกรม		165
ประวัติการศึกษา		167