

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(2)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญภาพประกอบ.....	(10)
 บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
ปัญหาคำวิจัย.....	8
สมมติฐาน	8
วัตถุประสงค์การศึกษา.....	9
ขอบเขตการศึกษา.....	9
นิยามศัพท์	10
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
 2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร (Demographic)	12
แนวคิดเรื่องสื่อโฆษณาทางรถไฟฟ้ามหานคร.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบ บทบาทของโฆษณาและเทคนิคการนำเสนอ งานโฆษณา	16
แนวคิด และทฤษฎีการเปิดรับสื่อโฆษณา (Media Exposure)	25
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและกระบวนการการตัดสินใจซื้อ.....	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	37

3. ระเบียบวิธีการวิจัย.....	40
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	40
การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	40
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	43
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	49
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	49
การวิเคราะห์ข้อมูล	50
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	50
กรอบแนวความคิด.....	51
4. ผลการศึกษา	52
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	52
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานครและความคิดเห็นที่มีต่อ สื่อโฆษณาสินค้า/บริการ	55
ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับและการซื้อสินค้า/บริการ ของผู้โดยสาร รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร	58
ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน	64
5. สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	82
สรุปผลการศึกษาวิจัย	83
อภิปรายผลการวิจัย.....	87
ข้อเสนอแนะ	96
ภาคผนวก	
ก. แบบสอบถาม	100
ข. ข่าวกจากหน้าหนังสือพิมพ์.....	106
ค. ภาพสื่อโฆษณาภายในสถานีรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร	114

บรรณานุกรม.....	120
ประวัติการศึกษา	125

