

สารบัญ

บทคัดย่อ.....	I
กิตติกรรมประกาศ.....	II
สารบัญ.....	III
สารบัญตาราง.....	V
สารบัญภาพ.....	VIII
บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
1.3 ขอบเขตของการศึกษา.....	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
1.5 นิยามศัพท์.....	3
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	4
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการโฆษณา.....	4
2.2 พฤติกรรมผู้บริโภค.....	9
2.3 กระบวนการตัดสินใจซื้อ.....	12
2.4 พฤติกรรมการรับรู้ของผู้บริโภค.....	18
2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	25
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	25
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	26
3.3 การกำหนดคะแนนเพื่อการวิเคราะห์.....	26
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
3.5 วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือ.....	29

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
4.1 ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	30
4.2 ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับโฆษณาวิดีโอออนไลน์.....	34
4.3 ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การรับสื่อโฆษณาออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า.....	35
4.4 ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อวิดีโอออนไลน์.....	45
	47
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	47
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	47
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	48
บรรณานุกรม.....	49
ภาคผนวก.....	50
ประวัติผู้วิจัย.....	57