สารบัญตาราง

ตารางที่ หน้า

4.1 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามเพศ..... 30
4.2 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ..... 31
4.3 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา..... 31
4.4 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน..... 32
4.5 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเป็นเจ้าของ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์..... 32
4.6 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจากการใช้อุปกรณ์สื่อสาร ชนิดที่ใช้ในการเข้าอินเตอร์เน็ตมากที่สุด..... 33
4.7 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาใน การใช้อินเตอร์เน็ตแต่ละครั้ง..... 33
4.8 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเห็นโฆษณา วีดีโอออนไลน์..... 34
4.9 แสดงจำนวน และจำนวนร้อยละของจำนวนโฆษณาวีดีโอออนไลน์ที่ คลิกต่อสัปดาห์..... 34
4.10 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสินค้า ที่เปิดรับโฆษณาวีดีโอออนไลน์..... 35
4.11 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความชอบ หรือไม่ชอบดูโฆษณาวีดีโอออนไลน์..... 35
4.12 จำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการตั้งใจดู โฆษณาวีดีโอออนไลน์เมื่อเห็นครั้งแรก..... 36
4.13 จำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับรู้และจดจำต่อ ส่วนประกอบของโฆษณาวีดีโอออนไลน์ในด้านผู้แสดงของผู้ที่ตั้งใจและ ตั้งใจเป็นบางครั้งเมื่อเห็นครั้งแรก..... 36
4.14 จำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับรู้และจดจำต่อ ส่วนประกอบของโฆษณาวีดีโอออนไลน์ในด้านคำพูดของผู้ที่ตั้งใจและ ตั้งใจเป็นบางครั้งเมื่อเห็นครั้งแรก..... 37

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ หน้า

4.15 จำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับรู้และจดจำต่อส่วนประกอบของโฆษณาวีดีโอออนไลน์ในด้านคุณสมบัติของสินค้าของผู้ที่ตั้งใจและตั้งใจเป็นบางครั้งเมื่อเห็นครั้งแรก..... 37
4.16 จำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับรู้และจดจำต่อส่วนประกอบของโฆษณาวีดีโอออนไลน์ในด้านชื่อยี่ห้อสินค้าของผู้ที่ตั้งใจและตั้งใจเป็นบางครั้งเมื่อเห็นครั้งแรก..... 38
4.17 จำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับรู้และจดจำต่อส่วนประกอบของโฆษณาวีดีโอออนไลน์ในด้านเรื่องราวในการนำเสนอของผู้ที่ตั้งใจและตั้งใจเป็นบางครั้งเมื่อเห็นครั้งแรก..... 38
4.18 จำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับรู้และจดจำต่อส่วนประกอบของโฆษณาวีดีโอออนไลน์ในด้านภาพของผู้ที่ตั้งใจและตั้งใจเป็นบางครั้งเมื่อเห็นครั้งแรก..... 39
4.19 จำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับรู้และจดจำต่อส่วนประกอบของโฆษณาวีดีโอออนไลน์ในด้านเพลงของผู้ที่ตั้งใจและตั้งใจเป็นบางครั้งเมื่อเห็นครั้งแรก..... 40
4.20 จำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับรู้และจดจำต่อส่วนประกอบของโฆษณาวีดีโอออนไลน์ในด้านบริษัทผู้ผลิตของผู้ที่ตั้งใจและตั้งใจเป็นบางครั้งเมื่อเห็นครั้งแรก..... 40
4.21 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกประโยชน์ของโฆษณาวีดีโอออนไลน์ของผู้ที่ตั้งใจและตั้งใจเป็นบางครั้งเมื่อเห็นครั้งแรก..... 41
4.22 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างด้านสื่อโฆษณาวีดีโอออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้า..... 41
4.23 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างด้านสื่อโฆษณาวีดีโอออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของใช้ประจำวัน..... 42
4.24 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างด้านสื่อโฆษณาวีดีโอออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของใช้ในบ้าน..... 42
4.25 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างด้านสื่อโฆษณาวีดีโอออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหาร ขนม เครื่องดื่ม..... 42

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ หน้า

4.26 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างด้านสื่อโฆษณาวีดีโอออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง..... 43
4.27 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างด้านสื่อโฆษณาวีดีโอออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า..... 43
4.28 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างด้านสื่อโฆษณาวีดีโอออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง..... 44
4.29 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างด้านสื่อโฆษณาวีดีโอออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์สำนักงาน..... 44
4.30 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างด้านสื่อโฆษณาวีดีโอออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือสื่อสาร..... 44
4.31 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างด้านสื่อโฆษณาวีดีโอออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ก่อสร้าง..... 45
4.32 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อโฆษณาวีดีโอออนไลน์..... 45