

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะการมองเห็นกับขนาดของป้ายโฆษณา.....	11
2.2	การเข้าถึงพื้นที่.....	26
3.1	ตัวอย่างการเก็บข้อมูลลักษณะป้ายโฆษณาบนเปลือกอาคารแต่ละแห่ง.....	31
3.2	ตัวอย่างการเก็บข้อมูลสื่อโฆษณาบนเปลือกอาคารในเรื่องผลประโยชน์ทางธุรกิจ	32
4.1	จำนวนป้ายโฆษณาในย่าน ช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2549.....	44
4.2	เปรียบเทียบความหนาแน่นของสื่อในย่าน.....	50
4.3	ประเภทของสื่อโฆษณาแบ่งตามวัตถุประสงค์ในการโฆษณา	53
4.4	ลักษณะสื่อโฆษณาในระดับอาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ในย่านสยาม-ปทุมวัน	55
4.5	การวิเคราะห์ประเภทสื่อบนเปลือกอาคารศูนย์การค้ามาบุญครอง.....	60
4.6	การวิเคราะห์ประเภทสื่อบนเปลือกอาคารศูนย์การค้าสยามดิสคัฟเวอรี.....	62
4.7	การวิเคราะห์ประเภทสื่อบนเปลือกอาคารศูนย์การค้าสยามพารากอน	64
4.8	ลักษณะสื่อโฆษณาในระดับอาคารพาณิชย์กรรมขนาดใหญ่ในย่านราชดำริ- ราชประสงค์.....	68
4.9	การวิเคราะห์ประเภทสื่อบนเปลือกอาคารศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์.....	74
4.10	การวิเคราะห์ประเภทสื่อบนเปลือกอาคารศูนย์การค้าบีทีเอสราชประสงค์.....	76
4.11	การวิเคราะห์ประเภทสื่อบนเปลือกอาคารศูนย์การค้าเกษร.....	78
4.12	การวิเคราะห์ประเภทสื่อบนเปลือกอาคารศูนย์การค้าเอราวัณ	80
4.13	การวิเคราะห์ประเภทสื่อบนเปลือกอาคารศูนย์การค้าอมรินทร์.....	82
4.14	ลักษณะสื่อโฆษณาในระดับอาคารพาณิชย์กรรมขนาดใหญ่ในย่านนา-อโศก	84
4.15	การวิเคราะห์ประเภทสื่อบนเปลือกอาคารศูนย์การค้านานาชาติแควร์	86
4.16	ลักษณะสื่อโฆษณาในระดับอาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ในย่านสุขุมวิท (พร้อมพงษ์).....	89
4.17	การวิเคราะห์ประเภทสื่อบนเปลือกอาคารจัสมินท์ ซิตี้	94
4.18	การวิเคราะห์ประเภทสื่อบนเปลือกอาคารฟินิกส์.....	96
4.19	การวิเคราะห์ประเภทสื่อบนเปลือกอาคาร Exchange Tower.....	98
4.20	การวิเคราะห์ประเภทสื่อบนเปลือกอาคารศูนย์การค้าดิเอ็มโพเรียม.....	100

4.21	เปรียบเทียบประเภทสื่อโฆษณาบนเปลือกอาคารพาณิชย์กรรมขนาดใหญ่	101
4.22	ลักษณะสื่อโฆษณาในระดับอาคารพาณิชย์กรรมขนาดเล็กในย่านสยาม-ปทุมวัน	106
4.23	การวิเคราะห์ประเภทสื่อบนเปลือกอาคารตึกแถวริมถนนพญาไท	108
4.24	ลักษณะสื่อโฆษณาในระดับอาคารพาณิชย์กรรมขนาดเล็กในย่านนานา-อโศก...	109
4.25	การวิเคราะห์ประเภทสื่อบนเปลือกอาคารบริเวณแหล่งชุมชนในย่านนานา-อโศก	113
4.26	การวิเคราะห์ประเภทสื่อบนเปลือกอาคารบริเวณแยกจรัญจถ	115
4.27	การวิเคราะห์ประเภทสื่อบนเปลือกอาคารบริเวณทางขึ้นรถไฟฟ้า.....	117
4.28	ลักษณะสื่อโฆษณาในระดับอาคารพาณิชย์กรรมขนาดเล็กในย่านสุขุมวิท (พร้อมพงษ์)	118
4.29	การวิเคราะห์ประเภทสื่อบนเปลือกอาคารบริเวณบริเวณแหล่งชุมชนย่านสุขุมวิท (พร้อมพงษ์)	122
4.30	การวิเคราะห์ประเภทสื่อบนเปลือกอาคารบริเวณแยกจรัญจถย่านสุขุมวิท (พร้อมพงษ์)	124
4.31	การวิเคราะห์ประเภทสื่อบนเปลือกอาคารบริเวณทางขึ้นรถไฟฟ้าย่านสุขุมวิท (พร้อมพงษ์)	126
4.32	เปรียบเทียบประเภทสื่อโฆษณาในย่านบนเปลือกอาคารพาณิชย์กรรมขนาดใหญ่	127
4.33	เนื้อหาและจำนวนของสื่อโฆษณาที่เข้าพื้นที่โฆษณาในย่านสยาม-ปทุมวัน ช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2549	130
4.34	เนื้อหาและจำนวนของสื่อโฆษณาที่เข้าพื้นที่โฆษณาในย่านราชดำริ- ราชประสงค์ ช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2549	130
4.35	เนื้อหาและจำนวนของสื่อโฆษณาที่เข้าพื้นที่โฆษณาในย่านนานา-อโศก ช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2549	131
4.36	เนื้อหาและจำนวนของสื่อโฆษณาที่เข้าพื้นที่โฆษณาในย่านสุขุมวิท (พร้อมพงษ์) ช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2549	132
4.37	จำนวนของผู้เข้าร่วมการทดลองและลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง.....	133
4.38	ความพึงพอใจต่อความหนาแน่นของสื่อโฆษณาในพื้นที่สยาม-ปทุมวัน.....	134
4.39	การรับรู้ต่อความหนาแน่นของสื่อโฆษณาที่เกินความเหมาะสมในพื้นที่ สยาม-ปทุมวัน.....	

4.40	ความพึงพอใจต่อความหนาแน่นของสื่อโฆษณาบนเปลือกอาคารในพื้นที่ สยาม-ปทุมวัน.....	135
4.41	การรับรู้ต่อความหนาแน่นของสื่อโฆษณาบนเปลือกอาคารที่เกินความเหมาะสม ในพื้นที่สยาม-ปทุมวัน.....	135
4.42	ความพึงพอใจต่อความหนาแน่นของสื่อโฆษณาในพื้นที่ราชดำริ-ราชประสงค์.	137
4.43	การรับรู้ต่อความหนาแน่นของสื่อโฆษณาที่เกินความเหมาะสมในพื้นที่ ราชดำริ-ราชประสงค์.....	137
4.44	ความพึงพอใจต่อความหนาแน่นของสื่อโฆษณาบนเปลือกอาคารในพื้นที่ ราชดำริ-ราชประสงค์.....	138
4.45	การรับรู้ต่อความหนาแน่นของสื่อโฆษณาบนเปลือกอาคารที่เกินความเหมาะสม ในพื้นที่ราชดำริ-ราชประสงค์.....	138
4.46	ความพึงพอใจต่อความหนาแน่นของสื่อโฆษณาในพื้นที่นานา-อโศก.....	140
4.47	การรับรู้ต่อความหนาแน่นของสื่อโฆษณาที่เกินความเหมาะสมในพื้นที่ นานา-อโศก.....	140
4.48	ความพึงพอใจต่อความหนาแน่นของสื่อโฆษณาบนเปลือกอาคารในพื้นที่ นานา-อโศก.....	141
4.49	การรับรู้ต่อความหนาแน่นของสื่อโฆษณาบนเปลือกอาคารที่เกินความเหมาะสม ในพื้นที่ราชดำริ-ราชประสงค์.....	141
4.50	ความพึงพอใจต่อความหนาแน่นของสื่อโฆษณาในพื้นที่พร้อมพงษ์.....	143
4.51	การรับรู้ต่อความหนาแน่นของสื่อโฆษณาที่เกินความเหมาะสมในพื้นที่ พร้อมพงษ์.....	143
4.52	ความพึงพอใจต่อความหนาแน่นของสื่อโฆษณาบนเปลือกอาคารในพื้นที่ พร้อมพงษ์.....	144
4.53	การรับรู้ต่อความหนาแน่นของสื่อโฆษณาในพื้นที่นานา-อโศก.....	144
5.1	ตารางสรุปปรากฏการณ์สื่อโฆษณาในระดับย่านและอาคาร.....	147
5.2	ตารางสรุปความพึงพอใจและการรับรู้ถึงความเหมาะสมต่อความหนาแน่น ของสื่อโฆษณา.....	155