ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสีเขียวนี้เพียง...

นัดดา ทมมืด : ความตระหนักรู้และทัศนคติของกลุ่มคนวัยทำงานถึงผลของโฆษณาที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ (THE AWARENESS AND ATTITUDES OF PEOPLE OF WORKING AGE TOWARDS ADVERTISING EFFECTS ON THEIR PURCHASING DECISION) อ.ที่ปรึกษา : ดร.ม.ล.วิฏราธร จิรประวัติ, 126 หน้า. ISBN 974-637-239-4.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของโฆษณาที่มีต่อการบริโภคของคนวัยทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสารโฆษณา ความตระหนักรู้ถึงผลกระทบของโฆษณาและพฤติกรรมการซื้อสินค้า ตลอดจนการนำข้อมูลจากโฆษณามาใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อ เมื่อพิจารณาจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายผลใช้การหาค่าร้อยละ และการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยทีละคู่

ผลการวิจัยพบว่า

1.คนวัยทำงานส่วนใหญ่มีความตระหนักรู้ว่า ข้อมูลจากโฆษณาสามารถเชื่อถือได้เพียงบางส่วน และโฆษณามักจะบอกคุณสมบัติสินค้าเกินความจริง

2.เพศหญิงเชื่อถือและให้ความสนใจกับโฆษณามากกว่าชาย

3.คนวัยทำงานที่มีอายุน้อยเชื่อถือและให้ความสนใจกับโฆษณามากกว่าคนวัยทำงานที่มีอายุมาก

4.คนวัยทำงานมักนำข้อมูลจากโฆษณาไปใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อในระดับมาก โดยอาศัยส่วนประกอบของโฆษณาคือ คุณสมบัติสินค้า ชื่อยี่ห้อสินค้า และเรื่องราวการนำเสนอในโฆษณา

5.สินค้าที่คนวัยทำงานซื้อโดยเป็นผลจากโฆษณาคือ สินค้าประเภทของใช้ประจำวัน ของใช้ในบ้าน และประเภทอาหาร ขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่ม

ภาควิชา ....การประชาสัมพันธ์..........

ลายมือชื่อนิสิต ....[signature]..........

สาขาวิชา ....การโฆษณา..........

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ....[signature]..........

ปีการศึกษา ....2540..........

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ....