

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจที่มีต่อสื่อโฆษณาของลูกค้าในธุรกิจอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือผู้ใช้บริการธุรกิจอุปกรณ์ตกแต่งบ้านในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากธุรกิจอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรของ Taro Yamane จากวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาในส่วนของสภาพทั่วไปพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 30-39 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาหรือปวช. มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนหรือลูกจ้าง รายได้อยู่ที่ 5,001-10,000 บาทต่อเดือน มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-5 คน งานอดิเรกคือเล่นกีฬา ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านเดี่ยว พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณาของลูกค้าในธุรกิจอุปกรณ์ตกแต่งบ้านส่วนใหญ่เคยได้รับสื่อโฆษณาประเภทใบปลิว ร้อยละ 29.5 ได้รับสื่อมากที่สุด 1-2 ครั้งต่อเดือน โดยได้รับสื่อจากห้างสรรพสินค้า และมีความพึงพอใจต่อสื่อโฆษณาใบปลิวอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ( $\bar{X} = 4.45$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความพึงพอใจต่อตัวอักษรอ่านง่ายมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.60$ ) รองลงมาคือความสะดวกในการรับข่าวสาร ( $\bar{X} = 4.49$ ) ความเหมาะสมของภาพต่อเนื่อง ( $\bar{X} = 4.47$ ) อธิบายรายละเอียดชัดเจน ( $\bar{X} = 4.42$ ) และน้อยที่สุดคือความสะดุดตา น่าสนใจ ( $\bar{X} = 4.42$ )

This research aimed at studying of mass media receiving behaviors and the customers' satisfaction of furnishing businesses in Amphur Muang, Surat Thani. The sample comprised of 400 service users of furnishing businesses in Amphur Muang Surat Thani which was acquired through the use of Taro Yamane's formula, applying the multi-stage sampling. A set of questionnaires was used in collecting data. As regards the general conditions, for the study are found that most of the service users are male, ages between 30 – 40 years old, single, holding the secondary school or low vocational certificate level, working as salesclerks or employees in private companies and earning 5,001 – 10,000 baht a month. Their living places are detached houses with 3 – 5 family members. They spend their free time with playing sports. On the subject of their receiving behaviors of advertising media, reveals that 29.5 percents of these people were informed through fliers, mostly once or twice a month; frequently, these fliers were sent from department stores. The satisfaction issue from the advertisement indicateds that it is at a "high" level of ( $\bar{X} = 4.45$ ). The study of each individual aspect shows that the most satisfaction result from the type of letters which were easy to read, it is at the "highest" level of ( $\bar{X} = 4.60$ ). The convenience of receiving the media, which is at ( $\bar{X} = 4.49$ ), considering their appropriateness of the illustrated pictures as compared with contents is at ( $\bar{X} = 4.47$ ), their well-detailed information is at ( $\bar{X} = 4.42$ ), and their attractiveness and appealing to the eyes indicates at ( $\bar{X} = 4.42$ ), respectively.