

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ตารางการประเมินสื่อโฆษณา ข้อดีและข้อเสียของสื่อแต่ละประเภท.....	13
3.1 ตารางแสดงการพิจารณาคุณสมบัติของโครงการบ้านพักอาศัยสำหรับการเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย.....	34
3.2 ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับความเชื่อเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นในเรื่องของสื่อโฆษณาสำหรับทรัพย์สินประเภทป้ายบิลบอร์ด(billboard).....	40
3.3 ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับความเชื่อเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นในเรื่องของสื่อโฆษณาสำหรับทรัพย์สินประเภทป้ายโฆษณาทางเท้า (cutout).....	41
3.4 ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับความเชื่อเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นในเรื่องของสื่อโฆษณาสำหรับทรัพย์สินประเภทอินเทอร์เน็ต (internet).....	42
3.5 ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับความเชื่อเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นในเรื่องของสื่อโฆษณาสำหรับทรัพย์สินประเภทไปรษณียบัตร (direct mail).....	43
3.6 ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับความเชื่อเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นในเรื่องของสื่อโฆษณาสำหรับทรัพย์สินประเภทอีเมล (email).....	44
3.7 ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับความเชื่อเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นในเรื่องของสื่อโฆษณาสำหรับทรัพย์สินประเภทเอส เอ็ม เอส (SMS).....	45
3.8 ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับความเชื่อเกี่ยวกับระดับความสนใจในสื่อโฆษณาสำหรับทรัพย์สินประเภทสื่อกลางแจ้ง (outdoor media).....	46
3.9 ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับความเชื่อเกี่ยวกับระดับความสนใจในสื่อโฆษณาสำหรับทรัพย์สินประเภทใหม่ (new media).....	47
3.10 ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรระดับความคิดเห็นของสื่อบิลบอร์ด (billboard).....	50
3.11 ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรระดับความคิดเห็นของสื่อป้ายโฆษณาทางเท้า(cut out) ....	51
3.12 ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรระดับความคิดเห็นของสื่อประเภทอินเทอร์เน็ต(internet)	51
3.13 ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรระดับความคิดเห็นของสื่อประเภทไปรษณียบัตร(direct mail)	52
3.14 ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรระดับความคิดเห็นของสื่อประเภทอีเมล(email).....	52
3.15 ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรระดับความคิดเห็นของสื่อประเภทเอส เอ็ม เอส (SMS)..	53
3.16 ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรระดับความสนใจของสื่อกลางแจ้ง (outdoor media)....	53
3.17 ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรระดับความสนใจของสื่อใหม่ (new media).....	54

	หน้า
4.1 จำนวนและสัดส่วนของเพศผู้สนใจโครงการบ้านจัดสรร.....	59
4.2 จำนวนและสัดส่วนของอายุผู้สนใจโครงการบ้านจัดสรร.....	60
4.3 จำนวนและสัดส่วนของสถานภาพผู้สนใจโครงการบ้านจัดสรร.....	61
4.4 จำนวนและสัดส่วนของระดับการศึกษาผู้สนใจโครงการบ้านจัดสรร.....	62
4.5 จำนวนและสัดส่วนของรายได้ผู้สนใจโครงการบ้านจัดสรร.....	63
4.6 จำนวนและสัดส่วนของอาชีพผู้สนใจโครงการบ้านจัดสรร.....	64
4.7 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นจำแนกตามสื่อประเภท บิลบอร์ด (billboard).....	65
4.8 ผลการวิเคราะห์แสดงว่าระดับความสำคัญของระดับความคิดเห็นของสื่อประเภท ป้ายโฆษณาทางเท้า (cut out).....	66
4.9 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นจำแนกตามสื่อประเภท อินเทอร์เน็ต (internet).....	67
4.10 ผลการวิเคราะห์แสดงว่าระดับความสำคัญของระดับความคิดเห็นของสื่อประเภท ไดเร็กต์เมล (direct mail).....	68
4.11 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นจำแนกตามสื่อประเภท อีเมล (email).....	69
4.12 ผลการวิเคราะห์แสดงว่าระดับความสำคัญของระดับความคิดเห็นของสื่อประเภท เอส เอ็ม เอส (SMS).....	70
4.13 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสนใจจำแนกตามสื่อ กลางแจ้ง (outdoor media).....	71
4.14 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสนใจจำแนกตามสื่อใหม่ (new media).....	72
4.15 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อแต่ละประเภทที่ได้ได้รับข้อมูลของ ผู้สนใจเข้าเยี่ยมชมโครงการจำแนกตามเพศ.....	73
4.16 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสนใจในเรื่องของ สื่อกลางแจ้ง (outdoor media) และสื่อใหม่ (new media).....	74
4.17 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสนใจในเรื่องของสื่อใหม่ (new media) จำแนกตามรายข้อ.....	76

	หน้า
4.18 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นในสื่อโฆษณาอสังหาริมทรัพย์ประเภท กลางแจ้งและสื่อใหม่ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้านอายุ.....	78
4.19 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นในสื่อโฆษณาอสังหาริมทรัพย์ประเภท กลางแจ้งและสื่อใหม่ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้านสถานภาพ.....	79
4.20 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นในสื่อโฆษณาอสังหาริมทรัพย์ประเภท กลางแจ้งและสื่อใหม่ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้านการศึกษา.....	80
4.21 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นในสื่อโฆษณาอสังหาริมทรัพย์ประเภท กลางแจ้งและสื่อใหม่ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้านรายได้.....	82
4.22 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นโดยรวมของ สื่อโฆษณา จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ โดยทดสอบคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่...	83
4.23 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นของสื่อประเภท บิลบอร์ด (billboard) จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ โดยทดสอบคะแนนเฉลี่ย เป็นรายคู่.....	84
4.24 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นของสื่อประเภท ป้ายโฆษณาทางเท้า (cutout) จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ โดยทดสอบ คะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่.....	84
4.25 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นของสื่อประเภท อินเทอร์เน็ต (internet) จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ โดยทดสอบคะแนนเฉลี่ย เป็นรายคู่.....	85
4.26 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นของสื่อประเภท ไดเรกต์เมล (direct mail) จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ โดยทดสอบคะแนนเฉลี่ย เป็นรายคู่.....	86
4.27 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นของสื่อประเภท อีเมล (email) จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ โดยทดสอบคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่	87
4.28 ผลการเปรียบเทียบระดับความสนใจในสื่อโฆษณาอสังหาริมทรัพย์ประเภทกลางแจ้ง (outdoor media) และสื่อใหม่ (new media) ที่มีผลต่อยอดผู้สนใจโครงการ บ้านจัดสรรด้านอายุ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน.....	88

4.29	ผลการเปรียบเทียบระดับความสนใจในสื่อโฆษณาสิ่งหริมทรัพย์ประเภทกลางแจ้ง (outdoor media) และสื่อใหม่ (new media) ที่มีผลต่อยอดผู้สนใจโครงการ บ้านจัดสรรด้านสถานภาพ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน.....	89
4.30	ผลการเปรียบเทียบระดับความสนใจในสื่อโฆษณาสิ่งหริมทรัพย์ประเภทกลางแจ้ง (outdoor media) และสื่อใหม่ (new media) ที่มีผลต่อยอดผู้สนใจโครงการ บ้านจัดสรรด้านการศึกษาโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน.....	90
4.31	ผลการเปรียบเทียบระดับความสนใจในสื่อโฆษณาสิ่งหริมทรัพย์ประเภทกลางแจ้ง (outdoor media) และสื่อใหม่ (new media) ที่มีผลต่อยอดผู้สนใจโครงการ บ้านจัดสรรด้านรายได้ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน.....	91
4.32	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสนใจโดยรวมของ สื่อโฆษณา จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ โดยทดสอบคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่...	92
4.33	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสนใจของสื่อประเภท กลางแจ้ง (outdoor media) จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ โดยทดสอบ คะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่.....	93
4.34	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสนใจของสื่อใหม่ (new media) จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ โดยทดสอบคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่	94
4.35	ผลการเปรียบเทียบระดับความสนใจในสื่อโฆษณาสิ่งหริมทรัพย์ประเภท กลางแจ้ง (outdoor media) และสื่อใหม่ (new media) ที่มีผลต่อยอดผู้สนใจ โครงการบ้านจัดสรรด้านอาชีพ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน.....	95
4.36	ตารางแสดงประเภทของสื่อโฆษณาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของโครงการ ทั้ง 2 โครงการ.....	96