

วิมลพรรณ อาภาเวท และวราพันธ์ มุ่งวิชา : การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในโฆษณาแบบตอบกลับโดยตรงที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร The Uses and Gratifications of Direct Marketing and the Effects on Buying Decision Process of Population in Bangkok Area.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการโฆษณาแบบตอบกลับโดยตรงที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร การเปิดรับโฆษณาแบบตอบกลับโดยตรง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ และกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีทั้งสิ้น 400 คน

ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการโฆษณาแบบตอบกลับโดยตรงจากการโฆษณาทางไปรษณีย์ และโทรทัศน์ ต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับปานกลาง
2. เพศ ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับโฆษณาแบบตอบกลับโดยตรงแตกต่างกัน
3. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในโฆษณาแบบตอบกลับโดยตรงแตกต่างกัน
4. ประชากรกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีกระบวนการตัดสินใจซื้อ ไม่แตกต่างกัน
5. การเปิดรับโฆษณาแบบตอบกลับโดยตรง ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
6. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการโฆษณาแบบตอบกลับโดยตรงมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อ