ชื่อวิทยานิพนธ์ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสารโฆษณาของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรร
ผู้วิจัย นางสาวศรินทิพย์ เกษมสวัสดิ์ **ปริญญา** นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา (1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันทัด ทองรินทร์ (2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรสา ปานขาว
ปีการศึกษา 2550

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) การเปิดรับ (2) การใช้ประโยชน์ และ (3) ความพึงพอใจสารโฆษณาของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรร (4) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับสารโฆษณา (5) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการใช้ประโยชน์จากสารโฆษณา (6) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับความพึงพอใจสารโฆษณา (7) ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสารกับการใช้ประโยชน์จากสารโฆษณา (8) ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสารกับความพึงพอใจสารโฆษณา (9) ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจสารโฆษณาของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรร

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจเข้าเยี่ยมชมโครงการบ้านจัดสรร สุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีสุ่มแบบโควตา จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการแจกแจงความถี่ และใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าสถิติไคว์สแควร์ และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมลูกค้ามี (1) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง (2) การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับมาก และ (3) ความพึงพอใจข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง (4) ลักษณะทางประชากรมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารโฆษณา (5) ลักษณะทางประชากรมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสารโฆษณา และ (6) ลักษณะทางประชากรมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจสารโฆษณาของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรร (7) การเปิดรับสารโฆษณามีความสัมพันธ์ กับการใช้ประโยชน์จากสารโฆษณา (8) การเปิดรับสารโฆษณามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจสารโฆษณา (9) การใช้ประโยชน์จากสารโฆษณามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจสารโฆษณาของลูกค้าโครงการบ้านจัดสรรอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ ความพึงพอใจ การใช้ประโยชน์ สารโฆษณา ลูกค้าโครงการบ้านจัดสรร

Thesis title: Customers' Satisfaction and Utilization of Advertisements for Housing Estate Project

Researcher: Miss Sarinthip Kasemsawat; **Degree:** Master of Communication Arts;

Thesis advisors: (1) Dr. Santat Thongrin, Assistant Professor; (2) Orasa Pankhao, Assistant Professor; **Academic year:** 2007

ABSTRACT

The objectives of this research were to study (1) customers' exposure to; (2) utilization of and; (3) satisfaction with advertisements for the projects of housing estate, and examine the relationships between; (4) demographic factors and exposure to the advertisements; (5) demographic factors and utilization of the advertisements; (6) demographic factors and satisfaction with the advertisements; (7) exposure to and utilization of the advertisements; (8) exposure to and satisfaction with the advertisements; and (9) utilization of and satisfaction with the advertisements.

This study was a survey research. Data were collected using a questionnaire. The sample consisted of 400 potential customers who came in to look at housing estate projects, chosen through quota sampling. Data were analyzed using frequencies, percentages, means, standard deviation, chi square and Pearson's correlation co-efficients.

The results showed that (1) overall the customers were exposed to advertisements about the housing estates to a medium degree; (2) They utilized the information in the advertisements to a high degree; (3) The customers were also satisfied with the advertisements to a medium degree; (4) Their demographic factors were related to exposure to advertisements; (5) Their demographic factors were related to utilization of the advertisements; (6) Their demographic factors were related to satisfaction with the advertisements; (7) Exposure to advertisements was related to utilization of the advertisements; (8) Exposure to advertisements was related to satisfaction with the advertisements; and (9) Utilization of advertisements was related to satisfaction with the advertisements to a statistically significant degree

Keywords: Satisfaction, Utilization, Advertisement, Housing estate project