

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการใช้โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์

ผู้เขียน นายเกริกชัย เอี่ยมระหงษ์

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร.ธนศ ศรีวิชัยลำพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิสิต พันธมิตร อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระหัวข้อ “การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการใช้โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์” ได้เก็บข้อมูลด้วยเครื่องมือวิจัยในรูปแบบของแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้บริการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ผ่านสื่อออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 ตัวอย่าง โดยทำการศึกษาผ่านซึ่งวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิต (Logit Model) ด้วยเทคนิควิธีวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum likelihood Estimate: MLE) และเทคนิควิเคราะห์ Marginal effect โดยผลการวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการใช้โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ด้านสิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุหรือเงินปรากฏค่า Log likelihood function มีค่าเท่ากับ -139.6060 ค่า Restricted log likelihood มีค่าเท่ากับ -198.7226 ค่า Chi squared เท่ากับ 118.2333 ค่า McFadden R^2 เท่ากับ 0.2974833 ค่าความถูกต้องในการทำนายเท่ากับ 78.00 % ซึ่งระดับความพึงพอใจที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 99 % ได้แก่ ระยะเวลาที่ใช้บริการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ วัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ วัตถุประสงค์รองในการบริการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ การเพิ่มยอดการขายหรือกำไรสินค้าจากการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ และการเพิ่มการผลิตจากการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ ขณะที่ผลการวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการใช้โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ด้านกายภาพที่พึงปรารถนา (desirable physical condition) ผลการศึกษาได้ค่า Log likelihood function เท่ากับ -87.73166 ค่า Restricted log likelihood มีค่าเท่ากับ -198.722 ค่า Chi squared เท่ากับ 221.9819 ค่า McFadden R^2 เท่ากับ 0.5585220 ค่าความถูกต้องในการทำนาย (Correct

prediction) เท่ากับ 86.67 % ซึ่งมีระดับความพึงพอใจที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 99 % ได้แก่ วัตถุประสงค์หลักในการบริการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ การเป็นที่รู้จัก/การรับรู้ของผลิตภัณฑ์/สินค้า/บุคคล จากการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ การเข้าถึง/รับรู้ กลุ่มลูกค้ากลุ่มเฉพาะจากการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ การเข้าถึง/รับรู้ กลุ่มลูกค้าที่ไม่ใช่กลุ่มเฉพาะจากการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ การเข้าถึง/รับรู้ กลุ่มลูกค้าที่เล่นอินเทอร์เน็ตมากขึ้นจากการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ และการเป็นที่รู้จักมากขึ้นของผลิตภัณฑ์/สินค้าหรือบุคคล จากการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ในภาพรวม ขณะที่ระดับความพึงพอใจที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ได้แก่ ระดับอายุ ระยะเวลาที่ใช้บริการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ และวัตถุประสงค์รองในการบริการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ และผลการวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการใช้โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ด้านผลประโยชน์ทางอุดมคติได้ค่า Log likelihood function เท่ากับ -140.8410 ค่า Restricted log likelihood มีค่าเท่ากับ -198.722 ค่า Chi squared เท่ากับ 115.7632 ค่า McFadden R^2 เท่ากับ 0.291268 ค่าความถูกต้องในการทำนายเท่ากับ 77.66 โดยระดับความพึงพอใจที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 99 ได้แก่ วัตถุประสงค์หลักในการบริการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ วัตถุประสงค์รองในการบริการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ ความคิดสร้างสรรค์ในการจัดทำ ผลิตภัณฑ์/สินค้า/บุคคล ในรูปแบบใหม่ๆ จากการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ ประโยชน์ต่อ องค์กร/บริษัท ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จากการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ ระดับความเชื่อมั่นของบริษัทได้มากขึ้น จากการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ ระดับความเชื่อมั่นของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์/สินค้า/บุคคล จากการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ และระดับความพึงพอใจที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95 ได้แก่ ระดับอายุของผู้ใช้บริการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ การสร้างความรู้ต่อองค์กร/บริษัท จากการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์

Independent Study Title	Satisfaction Evaluation of Online - Communication Advertisement Service Customer	
Author	Mr. Kerkchai Eaimrahong	
Degree	Master of Arts (Political Economy)	
Independent Study Advisory Committee		
	Assoc.Prof. Thanes Sriwichailamphan	Advisor
	Asst.Prof.Dr.Nisit Punthamit	Co-advisor

Abstract

This Independent Study on the subject "Satisfaction Evaluation of Online - Communication Advertisement Service Customer", data was collected by a research tool in the form of a questionnaire from 300 samples who are available through online advertising media in Chiang Mai that Studied through the analysis of Logit Model with Maximum likelihood Estimate's technical analysis and Marginal effect's Technical Analysis. The study of the satisfaction of our customers use the online publications on advertising material inducement appear the same Log likelihood function of -139.6060, Restricted log likelihood of -198.7226 and Correct Prediction of 78.00%, the level of satisfaction with statistical significance at the 99%, including the time for advertising through online media, the main purpose of using online advertising through print media, secondary objectives of advertising through online media, increasing sales / profits from advertising through its online publications and increasing the production of advertising through online media. Then, the findings of customer satisfaction through the use of advertising services online publications on desirable physical condition, the results were Log likelihood function of -87.73166, Restricted log likelihood of -198.722, the Chi squared of 221.9819, McFadden R^2 of 0.5585220 and Correct prediction of 86.67%, the level of satisfaction with statistical significance at the 99%, including the main purpose of using online advertising through print media, A known product, product individual from online - advertising

through online advertising media, access, recognize specific groups of customers advertising through online media, access, awareness group who aren't only customers. From advertising through online media, access, recognition internet customer groups with more of their advertising through online media and is known as more of a product / product / individual from advertising through online media as a whole, while the level of satisfaction with statistical significance at the 95%, including Age, time of service and the secondary objective of advertising through online media. Finally, the results of the customer satisfaction through the use of advertising services online publications on ideal benefaction by Log likelihood function of -140.8410, Restricted log likelihood ratio of -198.722, Chi squared of 115.7632, McFadden R^2 of 0.291268 and Correct prediction of 77.66%, the level of satisfaction with statistical significance at the 99%, including the main purpose of using online advertising through print media, the secondary objective of advertising through online media, creativity in the preparation of the product / product / individual in new forms from advertising through online media, benefit the organization / company to create new products from advertising through online media and confidence level of export sales from advertising through online media.