# รายการอ้างอิง


**ภาษาไทย**

คณะอนุกรรมการนโยบายที่อยู่อาศัย คณะกรรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. รายงานสถานการณ์ที่อยู่อาศัยปี 2538 และแนวโน้มปี 2539. กรุงเทพมหานคร : ม.ป.ท., 2538.

ทางออก (รอด) อสังหาริมทรัพย์ไทย. วารสารข่าวข่าง. 26 (กุมภาพันธ์ 2540) : 46-49.

วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์. รายงานสถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยปี 2540 และแนวโน้มปี 2541. 13 (เมษายน - มิถุนายน 2541) : 41-42.

วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์. วงจรรุ่งเรืองและตกต่ำของธุรกิจที่อยู่อาศัย. 8 (มกราคม-มีนาคม 2540) : 20-27.

วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์. สถานการณ์ธุรกิจที่อยู่อาศัยในปี 2539. 8 (เมษายน - มีนาคม 2540) : 44-46.

พิชชา จิรเดชพิทักษ์. กลยุทธ์การโฆษณาของโครงการที่อยู่อาศัยในสภาวะเศรษฐกิจปกติ และในสภาวะเศรษฐกิจถดถอย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

วัฒนีพร ปั้นมณี. กระบวนการสร้างสรรค์งานโฆษณาสินค้าบ้านจัดสรรทางสื่อสิ่งพิมพ์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พัฒนาการศึกษา, 2537.

สหัธยา ไชยวงศ์เกียรติ. พฤติกรรมการสื่อสารระหว่างบริษัทเจ้าของสินค้าและบริษัทตัวแทนโฆษณาที่มีผลต่อการบริหารงานโฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

สิริวัฒน์ พรหมบุรี. ตลาดที่อยู่อาศัยและสินเชื่อที่อยู่อาศัยปี 2541 และแนวโน้มปี 2542. 15 (ตุลาคม - ธันวาคม 2541) : 24-26.

เสมสุข อุไรสวัสดิ์. การศึกษาการเปิดรับข่าวสารและการแสวงหาข่าวสารการรับสมัครงานของผู้รับสมัครเป็นอาสาพัฒนา กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.

**ภาษาอังกฤษ**

Brill, I.N. Teamwork : Working Together in the Human Service. Philadelphia : J.B. Lippincott, 1976.

Kaufman, L. Essential of Advertising. New York : Harcourt Brace Jovanich, 1980.

Kotler, P. Marketing Management : Analysis Planning Implementation and Control. 8th ed. Englewood Cliffs : Prentice-Hall, Inc., 1994.

Krieff. A. How to start and run your own advertising agency. New York : McGraw-Hill, 1993.

Littlejohn, Stephen W. Theories of human communication. 5th ed. Belmont, California : Wadsworth Publishing, 1996.

Tubbs, Stewart L. Human Communication. 7th ed. New York : McGraw-Hill, Inc.,1994.

# ภาคผนวก

**ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของบุคลากรกับบทบาทของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา**

เพศของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรรไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา 17 ตัวแปร มีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .05 1 ตัวแปร คือ สื่อโทรทัศน์และมีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .01 1 ตัวแปรคือ สื่อวิทยุ ตารางที่ 5

อายุของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรรไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา 17 ตัวแปร มีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .05 1 ตัวแปร คือ ใบปลิว และมีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .01 1 ตัวแปร คือ สื่อวิทยุ ตารางที่ 6

ระดับการศึกษาของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร ไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา 16 ตัวแปร มีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .05 2 ตัวแปรคือ บิลบอร์ด และการจัดงานแฟร์ และมีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .01 1 ตัวแปร คือ แผ่นพับข้อมูล ตารางที่ 7

รายได้ของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร ไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบ้านจัดสรรและบริษัทโฆษณา 14 ตัวแปร มีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .05 3 ตัวแปร คือ แผ่นพับ โบชัวร์ และแผ่นพับข้อมูล และมีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .01 2 ตัวแปร คือ สื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุ ตารางที่ 8

สถานภาพสมรสของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร ไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบ้านจัดสรรและบริษัทโฆษณา 17 ตัวแปร มีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .05 2 ตัวแปร คือ สื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ ตารางที่ 9

ระยะเวลาในการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรรไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบ้านจัดสรรและบริษัทโฆษณา 15 ตัวแปร มีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .05 3 ตัวแปร คือ สื่อโทรทัศน์ แผ่นพับและโบว์ชัวร์ และมีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .01 1 ตัวแปร คือ สื่อวิทยุ ตารางที่ 10

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบทบาทของสื่อโฆษณา

| สื่อโฆษณา | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| สื่อบุคคล | 3.20890 | 0.20100 |
| สื่อโทรทัศน์ | 8.04211 | 0.01793* |
| สื่อวิทยุ | 9.35952 | 0.0928** |
| สื่อหนังสือพิมพ์ | 3.05308 | 0.21729 |
| สื่อนิตยสารบ้าน | 2.84489 | 0.24112 |
| ป้ายบิลบอร์ด | 5.80408 | 0.05491 |
| โปสเตอร์ | 1.14461 | 0.56422 |
| ใบปลิว | 1.41759 | 0.49224 |
| แผ่นพับ | 1.98898 | 0.36991 |
| โบชัวร์ | .16183 | 0.92227 |
| แค็ตตาล็อก | 3.56587 | 0.16814 |
| แผ่นพับข้อมูล | 1.34758 | 0.50977 |
| แผ่นติด | .10927 | 0.94683 |
| ป้ายหลังรถเมล์ | .24724 | 0.88371 |
| ป้ายข้างรถเมล์ | 1.84118 | 0.39828 |
| การจัดนิทรรศการ | 1.88152 | 0.39033 |
| การจัดงานแฟร์ | 1.26257 | 0.53191 |
| การออกบูธ | 2.46148 | 0.29208 |
| การรณรงค์ | 4.35441 | 0.11336 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับบทบาทของสื่อโฆษณา

| สื่อโฆษณา | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| สื่อบุคคล | 1.24370 | 0.53695 |
| สื่อโทรทัศน์ | 1.53677 | 0.46376 |
| สื่อวิทยุ | 9.89177 | 0.00711** |
| สื่อหนังสือพิมพ์ | 1.03696 | 0.59542 |
| สื่อนิตยสารบ้าน | 2.72984 | 0.25540 |
| ป้ายบิลบอร์ด | 0.06101 | 0.96995 |
| โปสเตอร์ | 1.11980 | 0.57127 |
| ใบปลิว | 6.58412 | 0.03718* |
| แผ่นพับ | 5.52324 | 0.06319 |
| โบชัวร์ | 0.18172 | 0.91314 |
| แค็ตตาล็อก | 0.03126 | 0.98449 |
| แผ่นพับข้อมูล | 2.34342 | 0.30984 |
| แผ่นติด | 4.00413 | 0.13506 |
| ป้ายหลังรถเมล์ | 0.69301 | 0.70716 |
| ป้ายข้างรถเมล์ | 0.95657 | 0.61985 |
| การจัดนิทรรศการ | 2.65408 | 0.26526 |
| การจัดงานแฟร์ | 1.87321 | 0.39196 |
| การออกบูธ | 0.70149 | 0.70416 |
| การรณรงค์ | 5.26246 | 0.07199 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับบทบาทของสื่อโฆษณา

| สื่อโฆษณา | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| สื่อบุคคล | 3.99146 | 0.40716 |
| สื่อโทรทัศน์ | 1.98490 | 0.73854 |
| สื่อวิทยุ | 6.30078 | 0.17778 |
| สื่อหนังสือพิมพ์ | 3.89079 | 0.42099 |
| สื่อนิตยสารบ้าน | 2.23729 | 0.69221 |
| ป้ายบิลบอร์ด | 9.87499 | 0.04259* |
| โปสเตอร์ | 3.44874 | 0.48571 |
| ใบปลิว | 2.58075 | 0.63024 |
| แผ่นพับ | 4.99151 | 0.28814 |
| โบชัวร์ | 6.91235 | 0.14059 |
| แค็ตตาล็อก | 2.77889 | 0.59548 |
| แผ่นพับข้อมูล | 21.95713 | 0.00020** |
| แผ่นติด | 0.92711 | 0.92064 |
| ป้ายหลังรถเมล์ | 3.39603 | 0.49386 |
| ป้ายข้างรถเมล์ | 3.07831 | 0.54481 |
| การจัดนิทรรศการ | 1.24322 | 0.87093 |
| การจัดงานแฟร์ | 10.63829 | 0.03094* |
| การออกบูธ | 6.38295 | 0.17232 |
| การรณรงค์ | 7.38328 | 0.11697 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 8 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับบทบาทของสื่อโฆษณา

| สื่อโฆษณา | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| สื่อบุคคล | 5.27148 | 0.26056 |
| สื่อโทรทัศน์ | 18.47531 | 0.00100** |
| สื่อวิทยุ | 19.83560 | 0.00054** |
| สื่อหนังสือพิมพ์ | 8.79035 | 0.6656 |
| สื่อนิตยสารบ้าน | 9.28979 | 0.05425 |
| ป้ายบิลบอร์ด | 8.26825 | 0.8223 |
| โปสเตอร์ | 0.82330 | 0.93530 |
| ใบปลิว | 4.93935 | 0.29358 |
| แผ่นพับ | 12.10914 | 0.01656* |
| โบชัวร์ | 9.52576 | 0.04922* |
| แค็ตตาล็อก | 2.87568 | 0.57884 |
| แผ่นพับข้อมูล | 11.85418 | 0.01847* |
| แผ่นติด | 5.22630 | 0.26486 |
| ป้ายหลังรถเมล์ | 1.48061 | 0.83007 |
| ป้ายข้างรถเมล์ | 2.20813 | 0.69754 |
| การจัดนิทรรศการ | 1.17280 | 0.88256 |
| การจัดงานแฟร์ | 1.12190 | 0.89078 |
| การออกบูธ | 6.19933 | 0.18475 |
| การรณรงค์ | 5.28445 | 0.25934 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 9 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับบทบาทของสื่อโฆษณา

| สื่อโฆษณา | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| สื่อบุคคล | 0.28825 | 0.86578 |
| สื่อโทรทัศน์ | 7.51747 | 0.02331* |
| สื่อวิทยุ | 7.04548 | 0.02952* |
| สื่อหนังสือพิมพ์ | 2.93965 | 0.22997 |
| สื่อนิตยสารบ้าน | 5.21691 | 0.07365 |
| ป้ายบิลบอร์ด | 0.37201 | 0.83027 |
| โปสเตอร์ | 2.67783 | 0.26213 |
| ใบปลิว | 0.23436 | 0.88942 |
| แผ่นพับ | 1.07857 | 0.58317 |
| โบชัวร์ | 0.69464 | 0.70658 |
| แค็ตตาล็อก | 0.52812 | 0.76793 |
| แผ่นพับข้อมูล | 2.98765 | 0.22451 |
| แผ่นติด | 0.92548 | 0.62956 |
| ป้ายหลังรถเมล์ | 0.88220 | 0.64333 |
| ป้ายข้างรถเมล์ | 0.32039 | 0.85198 |
| การจัดนิทรรศการ | 0.22842 | 0.89207 |
| การจัดงานแฟร์ | 1.73118 | 0.42080 |
| การออกบูธ | 5.09478 | 0.07829 |
| การรณรงค์ | 3.36758 | 0.18567 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 10 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการปฏิบัติงานกับบทบาทของสื่อโฆษณา

| สื่อโฆษณา | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| สื่อบุคคล | 2.15624 | 0.34023 |
| สื่อโทรทัศน์ | 6.77343 | 0.03382* |
| สื่อวิทยุ | 14.83007 | 0.00060** |
| สื่อหนังสือพิมพ์ | 2.11665 | 0.34704 |
| สื่อนิตยสารบ้าน | 5.60324 | 0.06071 |
| ป้ายบิลบอร์ด | 4.58900 | 0.10081 |
| โปสเตอร์ | 0.11151 | 0.94579 |
| ใบปลิว | 0.92613 | 0.62935 |
| แผ่นพับ | 7.46335 | 0.02395* |
| โบชัวร์ | 9.17546 | 0.01018* |
| แค็ตตาล็อก | 0.19425 | 0.90744 |
| แผ่นพับข้อมูล | 4.19824 | 0.12256 |
| แผ่นติด | 0.93763 | 0.62574 |
| ป้ายหลังรถเมล์ | 0.53145 | 0.76665 |
| ป้ายข้างรถเมล์ | 2.42887 | 0.29688 |
| การจัดนิทรรศการ | 2.55772 | 0.27835 |
| การจัดงานแฟร์ | 2.84483 | 0.24113 |
| การออกบูธ | 2.58246 | 0.27493 |
| การรณรงค์ | 1.41806 | 0.49212 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.2 บทบาทของการส่งเสริมการขายมีผลต่อการทำงานร่วมกัน

การวิเคราะห์พบว่า บทบาทที่แสดงออกในการทำงานร่วมกันของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระดับคือ พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง และพึงพอใจน้อย ผลการศึกษาสรุปได้ดังตารางที่ 11 ดังนี้

การส่งเสริมการขายมีผลต่อการทำงานร่วมกันอย่างพึงพอใจมาก เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 6 รายการดังต่อไปนี้

| | | | |
|---|---|---|---|
| แถมโทรทัศน์สายตรง | พึงพอใจมาก | ค่าเฉลี่ย | 2.69 |
| ปูหินอ่อนหินแกรนิต | พึงพอใจมาก | ค่าเฉลี่ย | 2.59 |
| ปูพรมติดวอลเปเปอร์ | พึงพอใจมาก | ค่าเฉลี่ย | 2.52 |
| แจกทองฟรี | พึงพอใจมาก | ค่าเฉลี่ย | 2.46 |
| ให้ส่วนลดการขาย | พึงพอใจมาก | ค่าเฉลี่ย | 2.45 |
| ตกแต่งบริเวณดูแลต้นไม้ฟรี | พึงพอใจมาก | ค่าเฉลี่ย | 2.40 |

การส่งเสริมการขายมีผลต่อการทำงานร่วมกันอย่างพึงพอใจปานกลางเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 11 รายการดังต่อไปนี้

| | | | |
|---|---|---|---|
| การลุ้นของรางวัล | พึงพอใจปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 2.30 |
| แถมถังน้ำปั๊มน้ำ | พึงพอใจปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 2.29 |
| ผ่อนครบ 3 ปีรับเงินคืน | พึงพอใจปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 2.24 |
| ลดเงินดาวน์ | พึงพอใจปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 2.21 |
| จองทำสัญญาผ่อนดาวน์ฟรี | พึงพอใจปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 2.12 |
| รับของพิเศษต่างๆ | พึงพอใจปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 2.04 |
| ให้เครื่องไฟฟ้าแลกส่วนลด | พึงพอใจปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 1.96 |
| ผ่อนธนาคารฟรี 1 ปี | พึงพอใจปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 1.94 |
| เป็นสมาชิกชมรมกอล์ฟ | พึงพอใจปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 1.88 |
| ให้มุ้งลวดเหล็กดัด | พึงพอใจปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 1.87 |
| สอนขี่ม้าฟรี | พึงพอใจปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 1.76 |

ตารางที่ 11 บทบาทของการส่งเสริมการขายมีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา

| กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย | บทบาทที่แสดงออกในการทำงานร่วมกัน | | | $\overline{X}$ | S.D. |
|---|---|---|---|---|---|
| | พึงพอใจมาก | พึงพอใจปานกลาง | พึงพอใจน้อย | | |
| ให้ส่วนลดการขาย | 54 | 52 | 4 | 2.45 | .57 |
| | 49.1 | 47.3 | 3.6 | | |
| ลดเงินดาวน์ | 32 | 69 | 9 | 2.21 | .57 |
| | 29.1 | 62.7 | 8.2 | | |
| จองทำสัญญาผ่อนดาวน์ฟรี | 29 | 65 | 16 | 2.12 | .63 |
| | 26.4 | 59.1 | 14.5 | | |
| ผ่อนธนาคารฟรี 1 ปี | 25 | 54 | 31 | 1.94 | .72 |
| | 22.7 | 49.1 | 28.2 | | |
| การลุ้นของรางวัล | 51 | 41 | 18 | 2.30 | .74 |
| | 46.4 | 37.3 | 16.4 | | |
| การใช้เครื่องไฟฟ้าแลกส่วนลด | 23 | 59 | 28 | 1.96 | .68 |
| | 20.9 | 53.6 | 25.5 | | |
| การให้มุ้งลวดเหล็กดัดแลกส่วนลด | 19 | 58 | 33 | 1.87 | .68 |
| | 17.3 | 52.7 | 30.0 | | |
| แจกของฟรี | 60 | 41 | 9 | 2.46 | .64 |
| | 45.5 | 37.3 | 8.2 | | |
| ผ่อนครบ 3 ปีรับเงินคืนเป็นกรมธรรม์ | 40 | 57 | 13 | 2.24 | .65 |
| | 36.4 | 51.8 | 11.8 | | |
| รับของพิเศษต่างๆ | 36 | 43 | 31 | 2.04 | .78 |
| | 32.7 | 39.1 | 28.2 | | |
| แถมโทรศัพท์สายตรง | 79 | 28 | 3 | 2.69 | .52 |
| | 71.8 | 25.5 | 2.7 | | |
| ปูหินอ่อนหินแกรนิต | 69 | 37 | 4 | 2.59 | .56 |
| | 62.7 | 33.6 | 3.6 | | |
| ตกแต่งบริเวณดูแลต้นไม้ฟรี | 61 | 32 | 17 | 2.40 | .74 |
| | 55.5 | 29.1 | 15.5 | | |
| ปูพรมติดวอลเปเปอร์ | 64 | 39 | 7 | 2.52 | .62 |
| | 58.2 | 35.5 | 6.4 | | |
| แถมถังน้ำปั๊มน้ำ | 52 | 38 | 20 | 2.29 | .76 |
| | 47.3 | 34.5 | 18.2 | | |
| เป็นสมาชิกชมรมกอล์ฟ | 37 | 23 | 50 | 1.88 | .88 |
| | 33.6 | 20.9 | 45.5 | | |
| สอนขี่ม้าฟรี | 32 | 20 | 58 | 1.76 | .87 |
| | 29.1 | 18.2 | 52.7 | | |

**ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของบุคลากรกับบทบาทของการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา**

เพศของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร ไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา 13 ตัวแปร มีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .05 1 ตัวแปร คือ ผ่อนครบ 3 ปี ได้รับเงินคืนเป็นกรมธรรม์ และมีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .01 3 ตัวแปร คือ แจกทองฟรี รับของพิเศษต่างๆ และแถมถังน้ำปั๊มน้ำ ตารางที่ 12

อายุของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร ไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา 16 ตัวแปร และมีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .01 1 ตัวแปร คือ แจกทองฟรี ตารางที่ 13

ระดับการศึกษาของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร ได้มีความสัมพันธ์กับบทบาทของการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา 14 ตัวแปร มีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .05 1 ตัวแปร คือ แจกทองฟรี และมีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .01 2 ตัวแปร คือ การลุ้นของรางวัล และรับของพิเศษต่างๆ ตารางที่ 14

รายได้ของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร ไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา 11 ตัวแปร มีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .05 3 ตัวแปร คือ แถมโทรศัพท์สายตรง ตกแต่งบริเวณดูแลต้นไม้ฟรี และปูพรมติดวอลเปเปอร์ให้ และมีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .01 3 ตัวแปร คือ การลุ้นของรางวัล แจกทองฟรี และรับของพิเศษต่างๆ ตารางที่ 15

สถานภาพสมรสของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร ไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา 15 ตัวแปร และมีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .05 2 ตัวแปร คือ แจกทองฟรี และ แถมโทรศัพท์สายตรง ตารางที่ 16

ระยะเวลาในการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร ไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา 14 ตัวแปร และมีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .05 3 ตัวแปร คือ ผ่อนธนาคารฟรี 1 ปี ปูพรมติดวอลเปเปอร์ให้ และแถมถังน้ำปั๊มน้ำ ตารางที่ 17

ตารางที่ 12 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบทบาทของการส่งเสริมการขาย

| การส่งเสริมการขาย | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| ให้ส่วนลดการขาย | 3.93592 | 0.13974 |
| ลดเงินดาวน์ | 1.65212 | 0.43777 |
| จองทำสัญญาผ่อนดาวน์ฟรี | 0.80514 | 0.6860 |
| ผ่อนธนาคารฟรี 1 ปี | 2.37847 | 0.30445 |
| การลุ้นของรางวัล | 4.05370 | 0.13175 |
| การให้เครื่องไฟฟ้าแลกกับส่วนลด | 1.45281 | 0.48364 |
| การให้มุ้งลวดเหล็กดัดแลกกับส่วนลด | 4.16221 | 0.12479 |
| แจกทองฟรี | 11.03971 | 0.00401** |
| ผ่อนครบ 3 ปี ได้รับเงินคืนเป็นกรมธรรม์ | 7.80398 | 0.02020* |
| รับของพิเศษต่างๆ | 15.79590 | 0.00037** |
| แถมโทรศัพท์สายตรง | 3.51308 | 0.17264 |
| ปูหินอ่อนแกรนิตให้ | 0.01494 | 0.99256 |
| ตกแต่งบริเวณดูแลต้นไม้ฟรี | 4.58318 | 0.10111 |
| ปูพรมติดวอลเปเปอร์ให้ | 0.68977 | 0.70830 |
| แถมถังน้ำปั๊มน้ำ | 10.13485 | 0.00630** |
| เป็นสมาชิกชมรมกอล์ฟ | 2.99079 | 0.22416 |
| สอนขี่ม้าฟรี | 0.61069 | 0.73687 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 13 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับบทบาทของการส่งเสริมการขาย

| การส่งเสริมการขาย | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| ให้ส่วนลดการขาย | 4.67641 | 0.09650 |
| ลดเงินดาวน์ | 0.34775 | 0.84040 |
| จองทำสัญญาผ่อนดาวน์ฟรี | 3.12862 | 0.20923 |
| ผ่อนธนาคารฟรี 1 ปี | 4.93926 | 0.08462 |
| การลุ้นของรางวัล | 1.55344 | 0.45991 |
| การให้เครื่องไฟฟ้าแลกกับส่วนลด | 4.38303 | 0.11175 |
| การให้มุ้งลวดเหล็กดัดแลกกับส่วนลด | 1.20551 | 0.54730 |
| แจกทองฟรี | 7.97563 | 0.01854* |
| ผ่อนครบ 3 ปี ได้รับเงินคืนเป็นกรมธรรม์ | 0.20119 | 0.90430 |
| รับของพิเศษต่างๆ | 1.55393 | 0.45980 |
| แถมโทรศัพท์สายตรง | 1.67998 | 0.43172 |
| ปูหินอ่อนแกรนิตให้ | 0.74494 | 0.68903 |
| ตกแต่งบริเวณดูแลต้นไม้ฟรี | 0.49142 | 0.78215 |
| ปูพรมติดวอลเปเปอร์ให้ | 1.53136 | 0.46502 |
| แถมถังน้ำปั๊มน้ำ | 0.05420 | 0.97326 |
| เป็นสมาชิกชมรมกอล์ฟ | 0.18368 | 0.91225 |
| สอนขี่ม้าฟรี | 1.04956 | 0.59169 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 14 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับบทบาทของการส่งเสริมการขาย

| การส่งเสริมการขาย | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| ให้ส่วนลดการขาย | 7.01785 | 0.13495 |
| ลดเงินดาวน์ | 5.05108 | 0.28210 |
| จองทำสัญญาผ่อนดาวน์ฟรี | 6.81708 | 0.14588 |
| ผ่อนธนาคารฟรี 1 ปี | 4.99779 | 0.28752 |
| การลุ้นของรางวัล | 13.29212 | 0.00993** |
| การให้เครื่องไฟฟ้าแลกกับส่วนลด | 6.76179 | 0.14902 |
| การให้มุ้งลวดเหล็กดัดแลกกับส่วนลด | 5.27137 | 0.26057 |
| แจกทองฟรี | 13.06486 | 0.01096* |
| ผ่อนครบ 3 ปี ได้รับเงินคืนเป็นกรมธรรม์ | 9.04623 | 0.05995 |
| รับของพิเศษต่างๆ | 20.41901 | 0.00041** |
| แถมโทรศัพท์สายตรง | 7.64276 | 0.10558 |
| ปูหินอ่อนแกรนิตให้ | 6.80825 | 0.14637 |
| ตกแต่งบริเวณดูแลต้นไม้ฟรี | 8.55238 | 0.07332 |
| ปูพรมติดวอลเปเปอร์ให้ | 7.83162 | 0.09794 |
| แถมถังน้ำปั๊มน้ำ | 3.95555 | 0.41206 |
| เป็นสมาชิกชมรมกอล์ฟ | 6.57720 | 0.15999 |
| สอนขี่ม้าฟรี | 2.77703 | 0.59580 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 15 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับบทบาทของการส่งเสริมการขาย

| การส่งเสริมการขาย | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| ให้ส่วนลดการขาย | 3.70219 | 0.44781 |
| ลดเงินดาวน์ | 1.07428 | 0.89833 |
| จองทำสัญญาผ่อนดาวน์ฟรี | 2.74567 | 0.60125 |
| ผ่อนธนาคารฟรี 1 ปี | 5.48182 | 0.24133 |
| การลุ้นของรางวัล | 16.45354 | 0.00247** |
| การให้เครื่องไฟฟ้าแลกกับส่วนลด | 5.92045 | 0.20517 |
| การให้มุ้งลวดเหล็กดัดแลกกับส่วนลด | 5.56619 | 0.23397 |
| แจกทองฟรี | 25.11006 | 0.00005** |
| ผ่อนครบ 3 ปี ได้รับเงินคืนเป็นกรมธรรม์ | 5.95007 | 0.20291 |
| รับของพิเศษต่างๆ | 20.52742 | 0.00039** |
| แถมโทรศัพท์สายตรง | 10.96669 | 0.02694* |
| ปูหินอ่อนแกรนิตให้ | 6.93048 | 0.13961 |
| ตกแต่งบริเวณดูแลต้นไม้ฟรี | 10.45635 | 0.03340* |
| ปูพรมติดวอลเปเปอร์ให้ | 11.24454 | 0.02395* |
| แถมถังน้ำปั๊มน้ำ | 7.22874 | 0.12428 |
| เป็นสมาชิกชมรมกอล์ฟ | 6.73488 | 0.15058 |
| สอนขี่ม้าฟรี | 1.50875 | 0.82509 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 16 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับบทบาทของการส่งเสริมการขาย

| การส่งเสริมการขาย | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| ให้ส่วนลดการขาย | 4.35068 | 0.11357 |
| ลดเงินดาวน์ | 0.09337 | 0.95439 |
| จองทำสัญญาผ่อนดาวน์ฟรี | 0.71669 | 0.69883 |
| ผ่อนธนาคารฟรี 1 ปี | 1.99824 | 0.36820 |
| การลุ้นของรางวัล | 1.42973 | 0.48926 |
| การให้เครื่องไฟฟ้าแลกกับส่วนลด | 2.19088 | 0.33439 |
| การให้มุ้งลวดเหล็กดัดแลกกับส่วนลด | 2.47715 | 0.28980 |
| แจกทองฟรี | 7.43711 | 0.02424* |
| ผ่อนครบ 3 ปี ได้รับเงินคืนเป็นกรมธรรม์ | 4.15225 | 0.12542 |
| รับของพิเศษต่างๆ | 5.20045 | 0.07426 |
| แถมโทรศัพท์สายตรง | 7.59882 | 0.02238* |
| ปูหินอ่อนแกรนิตให้ | 1.34987 | 0.50919 |
| ตกแต่งบริเวณดูแลต้นไม้ฟรี | 5.54651 | 0.06246 |
| ปูพรมติดวอลเปเปอร์ให้ | 2.88351 | 0.23651 |
| แถมถังน้ำปั๊มน้ำ | 0.24051 | 0.88669 |
| เป็นสมาชิกชมรมกอล์ฟ | 2.80124 | 0.24644 |
| สอนขี่ม้าฟรี | 1.19399 | 0.55406 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 17 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการปฏิบัติงานกับบทบาทของการส่งเสริมการขาย

| การส่งเสริมการขาย | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| ให้ส่วนลดการขาย | 0.36612 | 0.83272 |
| ลดเงินดาวน์ | 0.49546 | 0.78057 |
| จองทำสัญญาผ่อนดาวน์ฟรี | 2.73937 | 0.25419 |
| ผ่อนธนาคารฟรี 1 ปี | 7.44407 | 0.02418* |
| การลุ้นของรางวัล | 5.62186 | 0.06015 |
| การให้เครื่องไฟฟ้าแลกกับส่วนลด | 0.01164 | 0.99420 |
| การให้มุ้งลวดเหล็กดัดแลกกับส่วนลด | 2.62872 | 0.27135 |
| แจกทองฟรี | 4.25830 | 0.11894 |
| ผ่อนครบ 3 ปี ได้รับเงินคืนเป็นกรมธรรม์ | 2.44167 | 0.29498 |
| รับของพิเศษต่างๆ | 4.61293 | 0.09961 |
| แถมโทรศัพท์สายตรง | 0.32348 | 0.85066 |
| ปูหินอ่อนแกรนิตให้ | 3.94219 | 0.13930 |
| ตกแต่งบริเวณดูแลต้นไม้ฟรี | 4.98711 | 0.08262 |
| ปูพรมติดวอลเปเปอร์ให้ | 7.17484 | 0.02767* |
| แถมถังน้ำปั๊มน้ำ | 6.04537 | 0.04867* |
| เป็นสมาชิกชมรมกอล์ฟ | 2.13275 | 0.34425 |
| สอนขี่ม้าฟรี | 0.14903 | 0.92819 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

**3. ปัญหาการสื่อสารในการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา**

3.1 ปัญหาของสื่อโฆษณามีผลต่อการทำงานร่วมกัน

การวิเคราะห์พบว่าปัญหาที่แสดงออกในการทำงานร่วมกันของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ปัญหามาก ปัญหาปานกลาง และปัญหาน้อย ผลการศึกษาสรุปได้ดังตารางที่ 18 ดังนี้

ปัญหาสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันไม่พบปัญหามากโดยปัญหาสื่อโฆษณาที่พบในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 14 รายการดังต่อไปนี้

| | | | |
|---|---|---|---|
| ปัญหาการออกบูธ | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 2.14 |
| ปัญหาการจัดงานแฟร์ | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 2.09 |
| ปัญหาการจัดนิทรรศการ | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 2.07 |
| ปัญหาสื่อบุคคล | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 2.06 |
| ปัญหารณรงค์ | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 1.98 |
| ปัญหาโทรทัศน์ | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 1.89 |
| ปัญหาแค็ตตาล็อก | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 1.87 |
| ปัญหาแผ่นพับข้อมูล | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 1.87 |
| ปัญหาโบชัวร์ | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 1.85 |
| ปัญหาป้ายบิลบอร์ด | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 1.84 |
| ปัญหาวิทยุ | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 1.80 |
| ปัญหาหนังสือพิมพ์ | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 1.79 |
| ปัญหานิตยสาร | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 1.69 |
| ปัญหาแผ่นพับ | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 1.69 |

ปัญหาสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันในระดับน้อย เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 5 รายการ ดังต่อไปนี้

| | | | |
|---|---|---|---|
| ปัญหาแผ่นติด | ปัญหาน้อย | ค่าเฉลี่ย | 1.61 |
| ปัญหาโปสเตอร์ | ปัญหาน้อย | ค่าเฉลี่ย | 1.60 |
| ปัญหาใบปลิว | ปัญหาน้อย | ค่าเฉลี่ย | 1.60 |
| ปัญหาป้ายหลังรถเมล์ | ปัญหาน้อย | ค่าเฉลี่ย | 1.54 |
| ปัญหาป้ายข้างรถเมล์ | ปัญหาน้อย | ค่าเฉลี่ย | 1.51 |

ตารางที่ 18 ปัญหาสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา

| ปัญหาสื่อโฆษณา | สภาพของปัญหา | | | $\bar{X}$ | S.D. |
|---|---|---|---|---|---|
| | ปัญหามาก | ปัญหาปานกลาง | ปัญหาน้อย | | |
| ปัญหาสื่อบุคคล | 24 | 68 | 198 | 2.06 | .62 |
| | 21.8 | 61.8 | 16.4 | | |
| ปัญหาโทรทัศน์ | 17 | 64 | 29 | 1.89 | .64 |
| | 15.5 | 58.2 | 26.4 | | |
| ปัญหาวิทยุ | 9 | 70 | 31 | 1.80 | .57 |
| | 8.2 | 63.6 | 28.2 | | |
| ปัญหาหนังสือพิมพ์ | 11 | 65 | 34 | 1.79 | .61 |
| | 10.0 | 59.1 | 30.9 | | |
| ปัญหานิตยสาร | 8 | 60 | 42 | 1.69 | .60 |
| | 7.3 | 54.5 | 38.2 | | |
| ปัญหาป้ายบิลบอร์ด | 17 | 59 | 34 | 1.84 | .67 |
| | 15.5 | 53.6 | 30.9 | | |
| ปัญหาโปสเตอร์ | 9 | 48 | 53 | 1.60 | .64 |
| | 8.2 | 43.6 | 48.2 | | |
| ปัญหาใบปลิว | 11 | 44 | 55 | 1.60 | .67 |
| | 10.0 | 40.0 | 50.0 | | |
| ปัญหาแผ่นพับ | 10 | 56 | 44 | 1.69 | .63 |
| | 9.1 | 50.9 | 40.0 | | |
| ปัญหาโบชัวร์ | 10 | 74 | 26 | 1.85 | .56 |
| | 9.1 | 67.3 | 23.6 | | |
| ปัญหาแค็ตตาล็อก | 12 | 72 | 26 | 1.87 | .58 |
| | 10.9 | 65.5 | 23.6 | | |
| ปัญหาแผ่นพับข้อมูล | 15 | 66 | 29 | 1.87 | .62 |
| | 13.6 | 60.0 | 26.4 | | |
| ปัญหาแผ่นติด | 9 | 49 | 52 | 1.61 | .64 |
| | 8.2 | 44.5 | 47.3 | | |
| ป้ายหลังรถเมล์ | 5 | 49 | 56 | 1.54 | .58 |
| | 4.5 | 44.5 | 50.9 | | |
| ป้ายข้างรถเมล์ | 3 | 50 | 57 | 1.51 | .55 |
| | 2.7 | 45.5 | 51.8 | | |
| ปัญหาการจัดนิทรรศการ | 28 | 62 | 20 | 2.07 | .66 |
| | 25.5 | 56.4 | 18.2 | | |
| ปัญหาการจัดงานแฟร์ | 27 | 66 | 17 | 2.09 | .62 |
| | 24.5 | 60.0 | 15.5 | | |
| ปัญหาการออกบูธ | 30 | 65 | 15 | 2.14 | .63 |
| | 27.3 | 59.1 | 13.6 | | |
| ปัญหาการรณรงค์ | 20 | 68 | 22 | 1.98 | .62 |
| | 18.2 | 61.8 | 20.0 | | |

**ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของบุคลากรกับปัญหาของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา**

เพศของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรรไม่มีความสัมพันธ์กับปัญหาของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา 16 ตัวแปร มีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .05 3 ตัวแปร คือ ปัญหาแผ่นติด ปัญหาป้ายข้างรถเมล์ และปัญหาการออกบูธ ตารางที่ 19

อายุของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรรไม่มีความสัมพันธ์กับปัญหาของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา 16 ตัวแปร มีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .05 2 ตัวแปร คือ ปัญหาแผ่นพับข้อมูล และปัญหาการจัดงานแฟร์ และมีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .01 1 ตัวแปร คือ ปัญหาการจัดนิทรรศการ ตารางที่ 20

ระดับการศึกษาของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร ไม่มีความสัมพันธ์กับปัญหาของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา 12 ตัวแปร มีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .05 5 ตัวแปรคือ คือ ปัญหาสื่อหนังสือพิมพ์ ปัญหาใบปลิว ปัญหาแผ่นพับ ปัญหาการจัดนิทรรศการ และปัญหาการรณรงค์ และมีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .01 2 ตัวแปร คือ ปัญหาป้ายหลังรถเมล์ และปัญหาป้ายข้างรถเมล์ ตารางที่ 21

รายได้ของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร ไม่มีความสัมพันธ์กับปัญหาของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบ้านจัดสรรและบริษัทโฆษณา 16 ตัวแปร มีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .05 2 ตัวแปร คือ ปัญหาแผ่นติด และปัญหาป้ายข้างรถเมล์ และมีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .01 1 ตัวแปร คือ ปัญหาป้ายหลังรถเมล์ ตารางที่ 22

สถานภาพสมรสของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร ไม่มีความสัมพันธ์กับปัญหาของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบ้านจัดสรรและบริษัทโฆษณา ทุกตัวแปรทั้ง 19 ตัวแปร ตารางที่ 23

ระยะเวลาในการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรรไม่มีความสัมพันธ์กับปัญหาของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบ้านจัดสรรและบริษัทโฆษณา ทุกตัวแปรทั้ง 19 ตัวแปร ตารางที่ 24

ตารางที่ 19 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปัญหาของสื่อโฆษณา

| ปัญหาสื่อโฆษณา | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| ปัญหาสื่อบุคคล | 1.75897 | 0.41500 |
| ปัญหาสื่อโทรทัศน์ | 1.33735 | 0.51239 |
| ปัญหาสื่อวิทยุ | 1.64854 | 0.43856 |
| ปัญหาสื่อหนังสือพิมพ์ | 2.18102 | 0.33605 |
| ปัญหาสื่อนิตยสารบ้าน | 0.92033 | 0.63752 |
| ปัญหาป้ายบิลบอร์ด | 0.10841 | 0.94724 |
| ปัญหาโปสเตอร์ | 1.65353 | 0.43746 |
| ปัญหาใบปลิว | 2.38825 | 0.30297 |
| ปัญหาแผ่นพับ | 1.44499 | 0.48554 |
| ปัญหาโบชัวร์ | 1.53823 | 0.46342 |
| ปัญหาแค็ตตาล็อก | 2.30510 | 0.31583 |
| ปัญหาแผ่นพับข้อมูล | 0.03553 | 0.98239 |
| ปัญหาแผ่นติด | 8.20659 | 0.01652* |
| ปัญหาป้ายหลังรถเมล์ | 4.67257 | 0.09669 |
| ปัญหาป้ายข้างรถเมล์ | 6.29604 | 0.04294* |
| ปัญหาการจัดนิทรรศการ | 1.40733 | 0.49477 |
| ปัญหาการจัดงานแฟร์ | 4.95739 | 0.08385 |
| ปัญหาการออกบูธ | 7.17556 | 0.02766* |
| ปัญหาการรณรงค์ | 5.46653 | 0.06501 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 20 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับปัญหาของสื่อโฆษณา

| ปัญหาสื่อโฆษณา | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| ปัญหาสื่อบุคคล | 0.67981 | 0.71184 |
| ปัญหาสื่อโทรทัศน์ | 1.57980 | 0.45389 |
| ปัญหาสื่อวิทยุ | 3.45006 | 0.17817 |
| ปัญหาสื่อหนังสือพิมพ์ | 0.43680 | 0.80380 |
| ปัญหาสื่อนิตยสารบ้าน | 1.76400 | 0.41395 |
| ปัญหาป้ายบิลบอร์ด | 0.00107 | 0.99947 |
| ปัญหาโปสเตอร์ | 0.02133 | 0.98939 |
| ปัญหาใบปลิว | 0.35753 | 0.83630 |
| ปัญหาแผ่นพับ | 0.38165 | 0.82628 |
| ปัญหาโบชัวร์ | 5.32537 | 0.06976 |
| ปัญหาแค็ตตาล็อก | 2.01531 | 0.36507 |
| ปัญหาแผ่นพับข้อมูล | 6.69170 | 0.03523* |
| ปัญหาแผ่นติด | 0.5678 | 0.97201 |
| ปัญหาป้ายหลังรถเมล์ | 1.38573 | 0.50014 |
| ปัญหาป้ายข้างรถเมล์ | 1.32669 | 0.51512 |
| ปัญหาการจัดนิทรรศการ | 10.15189 | 0.00625** |
| ปัญหาการจัดงานแฟร์ | 7.80888 | 0.02015* |
| ปัญหาการออกบูธ | 5.30496 | 0.08066 |
| ปัญหาการรณรงค์ | 3.06821 | 0.21565 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 21 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับปัญหาของสื่อโฆษณา

| ปัญหาสื่อโฆษณา | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| ปัญหาสื่อบุคคล | 1.26416 | 0.86743 |
| ปัญหาสื่อโทรทัศน์ | 2.66268 | 0.61576 |
| ปัญหาสื่อวิทยุ | 1.10796 | 0.86301 |
| ปัญหาสื่อหนังสือพิมพ์ | 9.57044 | 0.04832* |
| ปัญหาสื่อนิตยสารบ้าน | 4.55278 | 0.33634 |
| ปัญหาป้ายบิลบอร์ด | 4.42011 | 0.35213 |
| ปัญหาโปสเตอร์ | 7.09014 | 0.13120 |
| ปัญหาใบปลิว | 12.69000 | 0.01289* |
| ปัญหาแผ่นพับ | 9.70929 | 0.04562* |
| ปัญหาโบชัวร์ | 3.75021 | 0.44086 |
| ปัญหาแค็ตตาล็อก | 3.44181 | 0.48678 |
| ปัญหาแผ่นพับข้อมูล | 4.32192 | 0.36419 |
| ปัญหาแผ่นติด | 5.24871 | 0.26272 |
| ปัญหาป้ายหลังรถเมล์ | 21.60490 | 0.00024** |
| ปัญหาป้ายข้างรถเมล์ | 17.26961 | 0.00171** |
| ปัญหาการจัดนิทรรศการ | 9.92720 | 0.04167* |
| ปัญหาการจัดงานแฟร์ | 5.33624 | 0.25450 |
| ปัญหาการออกบูธ | 5.77641 | 0.21648 |
| ปัญหาการรณรงค์ | 9.67039 | 0.04636* |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 22 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปัญหาของสื่อโฆษณา

| ปัญหาสื่อโฆษณา | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| ปัญหาสื่อบุคคล | 1.80401 | 0.77175 |
| ปัญหาสื่อโทรทัศน์ | 0.44110 | 0.97998 |
| ปัญหาสื่อวิทยุ | 0.28270 | 0.99090 |
| ปัญหาสื่อหนังสือพิมพ์ | 1.11554 | 0.89180 |
| ปัญหาสื่อนิตยสารบ้าน | 3.49885 | 0.47805 |
| ปัญหาป้ายบิลบอร์ด | 5.44183 | 0.24489 |
| ปัญหาโปสเตอร์ | 7.22261 | 0.12458 |
| ปัญหาใบปลิว | 7.88498 | 0.09588 |
| ปัญหาแผ่นพับ | 4.90473 | 0.29721 |
| ปัญหาโบชัวร์ | 0.91729 | 0.92207 |
| ปัญหาแค็ตตาล็อก | 1.89113 | 0.75577 |
| ปัญหาแผ่นพับข้อมูล | 5.53221 | 0.23691 |
| ปัญหาแผ่นติด | 12.22411 | 0.01576* |
| ปัญหาป้ายหลังรถเมล์ | 16.64520 | 0.00227** |
| ปัญหาป้ายข้างรถเมล์ | 12.61770 | 0.01330* |
| ปัญหาการจัดนิทรรศการ | 3.85320 | 0.42624 |
| ปัญหาการจัดงานแฟร์ | 4.54930 | 0.33674 |
| ปัญหาการออกบูธ | 3.36244 | 0.49910 |
| ปัญหาการรณรงค์ | 5.15907 | 0.27136 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 23 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับปัญหาของสื่อโฆษณา

| ปัญหาสื่อโฆษณา | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| ปัญหาสื่อบุคคล | 1.94335 | 0.37845 |
| ปัญหาสื่อโทรทัศน์ | 2.20687 | 0.33173 |
| ปัญหาสื่อวิทยุ | 2.03379 | 0.36172 |
| ปัญหาสื่อหนังสือพิมพ์ | 0.25465 | 0.88045 |
| ปัญหาสื่อนิตยสารบ้าน | 2.13165 | 0.34444 |
| ปัญหาป้ายบิลบอร์ด | 0.00475 | 0.99763 |
| ปัญหาโปสเตอร์ | 0.80861 | 0.66744 |
| ปัญหาใบปลิว | 0.02204 | 0.98904 |
| ปัญหาแผ่นพับ | 0.56662 | 0.75329 |
| ปัญหาโบชัวร์ | 1.25706 | 0.53337 |
| ปัญหาแค็ตตาล็อก | 0.23146 | 0.89071 |
| ปัญหาแผ่นพับข้อมูล | 3.07936 | 0.21445 |
| ปัญหาแผ่นติด | 0.80181 | 0.66971 |
| ปัญหาป้ายหลังรถเมล์ | 3.27021 | 0.19493 |
| ปัญหาป้ายข้างรถเมล์ | 3.72867 | 0.15500 |
| ปัญหาการจัดนิทรรศการ | 1.95088 | 0.37703 |
| ปัญหาการจัดงานแฟร์ | 4.10931 | 0.12814 |
| ปัญหาการออกบูธ | 4.99014 | 0.08249 |
| ปัญหาการรณรงค์ | 4.83739 | 0.08904 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 24 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัทกับปัญหาของสื่อโฆษณา

| ปัญหาสื่อโฆษณา | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| ปัญหาสื่อบุคคล | 1.50728 | 0.47065 |
| ปัญหาสื่อโทรทัศน์ | 1.07819 | 0.58328 |
| ปัญหาสื่อวิทยุ | 0.96592 | 0.61695 |
| ปัญหาสื่อหนังสือพิมพ์ | 0.51903 | 0.77143 |
| ปัญหาสื่อนิตยสารบ้าน | 1.09981 | 0.57700 |
| ปัญหาป้ายบิลบอร์ด | 3.45969 | 0.17731 |
| ปัญหาโปสเตอร์ | 2.47674 | 0.28986 |
| ปัญหาใบปลิว | 1.96950 | 0.37353 |
| ปัญหาแผ่นพับ | 0.43767 | 0.80346 |
| ปัญหาโบชัวร์ | 1.71514 | 0.69936 |
| ปัญหาแค็ตตาล็อก | 1.06050 | 0.58846 |
| ปัญหาแผ่นพับข้อมูล | 0.11067 | 0.94617 |
| ปัญหาแผ่นติด | 0.85896 | 0.65085 |
| ปัญหาป้ายหลังรถเมล์ | 2.99388 | 0.22381 |
| ปัญหาป้ายข้างรถเมล์ | 3.75689 | 0.15283 |
| ปัญหาการจัดนิทรรศการ | 2.30909 | 0.31520 |
| ปัญหาการจัดงานแฟร์ | 3.93955 | 0.13949 |
| ปัญหาการออกบูธ | 1.56456 | 0.45736 |
| ปัญหาการรณรงค์ | 2.35138 | 0.30861 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 ปัญหาการส่งเสริมการขายมีผลต่อการทำงานร่วมกัน

การวิเคราะห์พบว่า ปัญหาที่แสดงออกในการทำงานร่วมกันของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ปัญหามาก ปัญหาปานกลาง และปัญหาน้อย ผลการศึกษาสรุปได้ดังตารางที่ 25 ดังนี้

ปัญหาส่งเสริมการขายมีผลต่อการทำงานร่วมกันไม่พบปัญหามาก โดยพบปัญหาส่งเสริมการขายในระดับปัญหาปานกลาง เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 15 รายการ ดังต่อไปนี้

| | | | |
|---|---|---|---|
| ปัญหาการลุ้นรางวัล | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 2.29 |
| ปัญหาการรับเงินคืนจากกรมธรรม์ | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 2.22 |
| ปัญหาการรับของพิเศษต่างๆ | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 2.16 |
| ปัญหาการแจกทอง | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 2.14 |
| ปัญหาการผ่อนดาวน์ | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 2.04 |
| ปัญหาการลดเงินดาวน์ | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 2.02 |
| ปัญหาการผ่อนธนาคาร | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 2.02 |
| ปัญหาการให้ส่วนลดการขาย | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 2.01 |
| ปัญหาตกแต่งบริเวณดูแลต้นไม้ | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 1.98 |
| ปัญหาการให้เครื่องไฟฟ้า | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 1.96 |
| ปัญหาการให้มุ้งลวดเหล็กดัด | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 1.86 |
| ปัญหาการปูหินอ่อนหินแกรนิต | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 1.84 |
| ปัญหาการปูพรมติดวอลเปเปอร์ | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 1.84 |
| ปัญหาการแถมถังน้ำปั๊มน้ำ | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 1.78 |
| ปัญหาการแถมโทรศัพท์สายตรง | ปัญหาปานกลาง | ค่าเฉลี่ย | 1.72 |

ปัญหาส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันในระดับน้อย เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 2 รายการดังต่อไปนี้

| | | | |
|---|---|---|---|
| ปัญหาการสอนขี่ม้า | ปัญหาน้อย | ค่าเฉลี่ย | 1.66 |
| ปัญหาการเป็นสมาชิกกอล์ฟ | ปัญหาน้อย | ค่าเฉลี่ย | 1.63 |

ตารางที่ 25 ปัญหาการส่งเสริมการขายมีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา

| ปัญหาการส่งเสริมการขาย | สภาพปัญหา | | | $\bar{X}$ | S.D. |
|---|---|---|---|---|---|
| | ปัญหามาก | ปัญหาปานกลาง | ปัญหาน้อย | | |
| ปัญหาการให้ส่วนลดการขาย | 24 | 63 | 23 | 2.01 | .66 |
| | 21.8 | 57.3 | 20.9 | | |
| ปัญหาการลดเงินดาวน์ | 23 | 66 | 21 | 2.02 | .64 |
| | 20.9 | 60.0 | 19.1 | | |
| ปัญหาการผ่อนดาวน์ | 20 | 75 | 15 | 2.04 | .56 |
| | 18.2 | 68.2 | 13.6 | | |
| ปัญหาการผ่อนธนาคาร | 18 | 76 | 16 | 2.02 | .56 |
| | 165.4 | 69.1 | 14.5 | | |
| ปัญหาการลุ้นรางวัล | 45 | 52 | 13 | 2.29 | .67 |
| | 40.9 | 47.3 | 11.8 | | |
| ปัญหาการให้เครื่องไฟฟ้า | 21 | 64 | 25 | 1.96 | .65 |
| | 19.1 | 58.2 | 22.7 | | |
| ปัญหาการให้มุ้งลวดเหล็กดัด | 17 | 61 | 32 | 1.86 | .66 |
| | 15.5 | 55.5 | 29.1 | | |
| ปัญหาการแจกทอง | 42 | 41 | 27 | 2.14 | .78 |
| | 38.2 | 37.3 | 24.5 | | |
| ปัญหาการรับเงินคืนจากกรมธรรม์ | 43 | 48 | 19 | 2.22 | .72 |
| | 39.1 | 43.6 | 17.3 | | |
| ปัญหาการรับของพิเศษต่างๆ | 42 | 44 | 24 | 2.16 | .76 |
| | 38.2 | 40.0 | 21.8 | | |
| ปัญหาการแถมโทรศัพท์สายตรง | 12 | 55 | 43 | 1.72 | .65 |
| | 10.9 | 50.0 | 39.1 | | |
| ปัญหาการปูหินอ่อนหินแกรนิต | 13 | 66 | 31 | 1.84 | .61 |
| | 11.8 | 60.0 | 28.2 | | |
| ปัญหาตกแต่งบริเวณดูแลต้นไม้ | 19 | 70 | 21 | 1.98 | .61 |
| | 17.3 | 63.6 | 19.1 | | |
| ปัญหาการปูพรมติดวอลเปเปอร์ | 9 | 75 | 26 | 1.84 | .54 |
| | 8.2 | 68.2 | 23.6 | | |
| ปัญหาการแถมถังน้ำปั๊มน้ำ | 11 | 64 | 35 | 1.78 | .61 |
| | 10.0 | 58.2 | 31.8 | | |
| ปัญหาการเป็นสมาชิกกอล์ฟ | 10 | 49 | 51 | 1.63 | .65 |
| | 9.1 | 44.5 | 46.4 | | |
| ปัญหาการสอนขี่ม้าฟรี | 12 | 49 | 49 | 1.66 | .67 |
| | 10.9 | 44.5 | 44.5 | | |

**ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของบุคลากรกับปัญหาของการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา**

เพศของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร ไม่มีความสัมพันธ์กับปัญหาของการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา 14 ตัวแปร มีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .05 2 ตัวแปร คือ ปัญหาการแจกทองฟรี และปัญหาการผ่อนครบ 3 ปี ได้รับเงินคืน และมีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .01 1 ตัวแปร คือปัญหาการรับของพิเศษต่างๆ ตารางที่ 26

อายุของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร ไม่มีความสัมพันธ์กับปัญหาของการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา 14 ตัวแปร มีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .05 1 ตัวแปร คือ ปัญหาปูพรมติดวอลเปเปอร์ และมีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .01 2 ตัวแปร คือ ปัญหาการผ่อนครบ 3 ปี ได้รับเงินคืน และ ปัญหาการรับของพิเศษต่างๆ ตารางที่ 27

ระดับการศึกษาของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร ไม่มีความสัมพันธ์กับปัญหาของการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา 15 ตัวแปร และมีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .05 2 ตัวแปร คือ ปัญหาการแจกทองฟรี และปัญหาการรับของพิเศษต่างๆ ตารางที่ 28

รายได้ของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร ไม่มีความสัมพันธ์กับปัญหาของการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา 15 ตัวแปร มีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .05 1 ตัวแปร คือ ปัญหาการลุ้นรางวัล และมีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .01 1 ตัวแปร คือ ปัญหาการรับของพิเศษต่างๆ ตารางที่ 29

สถานภาพสมรสของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร ไม่มีความสัมพันธ์กับปัญหาของการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา ทั้ง 17 ตัวแปร ตารางที่ 30

ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในบริษัทของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร ไม่มีความสัมพันธ์กับปัญหาของการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา 16 ตัวแปร และมีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .01 1 ตัวแปร คือ ปัญหาการรับของพิเศษต่าง ๆ ตารางที่ 31

ตารางที่ 26 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปัญหาการส่งเสริมการขาย

| ปัญหาการส่งเสริมการขาย | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| ปัญหาการให้ส่วนลดการขาย | 0.58696 | 0.74566 |
| ปัญหาการลดเงินดาวน์ | 2.45505 | 0.29302 |
| ปัญหาการผ่อนดาวน์ | 1.89499 | 0.38771 |
| ปัญหาการผ่อนธนาคาร | 1.13158 | 0.56791 |
| ปัญหาการลุ้นของรางวัล | 3.07006 | 0.21545 |
| ปัญหาการให้เครื่องไฟฟ้าแลกกับส่วนลด | 0.14851 | 0.92843 |
| ปัญหาการให้มุ้งลวดเหล็กดัดแลกกับส่วนลด | 0.17219 | 0.91751 |
| ปัญหาการแจกทองฟรี | 0.70733 | 0.02120* |
| ปัญหาการรับเงินคืนเป็นกรมธรรม์ | 6.58351 | 0.03719* |
| ปัญหาการรับของพิเศษต่างๆ | 10.14951 | 0.00625** |
| ปัญหาการแถมโทรศัพท์สายตรง | 0.55377 | 0.75814 |
| ปัญหาการปูหินอ่อนแกรนิต | 1.13434 | 0.56713 |
| ปัญหาการตกแต่งบริเวณดูแลต้นไม้ | 0.06795 | 0.96659 |
| ปัญหาการปูพรมติดวอลเปเปอร์ให้ | 5.04026 | 0.08045 |
| ปัญหาการแถมถังน้ำปั๊มน้ำ | 0.78960 | 0.67381 |
| ปัญหาการเป็นสมาชิกชมรมกอล์ฟ | 0.24036 | 0.88676 |
| ปัญหาการสอนขี่ม้า | 1.65110 | 0.73799 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 27 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับปัญหาการส่งเสริมการขาย

| ปัญหาการส่งเสริมการขาย | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| ปัญหาการให้ส่วนลดการขาย | 0.08228 | 0.95970 |
| ปัญหาการลดเงินดาวน์ | 0.59440 | 0.71289 |
| ปัญหาการผ่อนดาวน์ | 0.15758 | 0.92423 |
| ปัญหาการผ่อนธนาคาร | 1.99418 | 0.36895 |
| ปัญหาการลุ้นของรางวัล | 4.45232 | 0.10794 |
| ปัญหาการให้เครื่องไฟฟ้าแลกกับส่วนลด | 3.38499 | 0.18406 |
| ปัญหาการให้มุ้งลวดเหล็กดัดแลกกับส่วนลด | 0.42255 | 0.80955 |
| ปัญหาการแจกทองฟรี | 1.28769 | 0.52527 |
| ปัญหาการรับเงินคืนเป็นกรมธรรม์ | 10.92293 | 0.00425** |
| ปัญหาการรับของพิเศษต่างๆ | 13.72342 | 0.00106** |
| ปัญหาการแถมโทรศัพท์สายตรง | 0.51520 | 0.77290 |
| ปัญหาการปูหินอ่อนแกรนิต | 1.00171 | 0.60601 |
| ปัญหาการตกแต่งบริเวณดูแลต้นไม้ | 0.66936 | 0.71557 |
| ปัญหาการปูพรมติดวอลเปเปอร์ให้ | 8.46731 | 0.01450* |
| ปัญหาการแถมถังน้ำปั๊มน้ำ | 0.53417 | 0.76561 |
| ปัญหาการเป็นสมาชิกชมรมกอล์ฟ | 1.75954 | 0.41488 |
| ปัญหาการสอนขี่ม้า | 1.35675 | 0.50744 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 28 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับปัญหาการส่งเสริมการขาย

| ปัญหาการส่งเสริมการขาย | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| ปัญหาการให้ส่วนลดการขาย | 3.36307 | 0.49900 |
| ปัญหาการลดเงินดาวน์ | 2.29648 | 0.68141 |
| ปัญหาการผ่อนดาวน์ | 4.46844 | 0.34331 |
| ปัญหาการผ่อนธนาคาร | 2.20429 | 0.69824 |
| ปัญหาการลุ้นของรางวัล | 7.45587 | 0.11367 |
| ปัญหาการให้เครื่องไฟฟ้าแลกกับส่วนลด | 1.42197 | 0.84037 |
| ปัญหาการให้มุ้งลวดเหล็กดัดแลกกับส่วนลด | 3.36009 | 0.49947 |
| ปัญหาการแจกทองฟรี | 10.21310 | 0.3699* |
| ปัญหาการรับเงินคืนเป็นกรมธรรม์ | 4.76233 | 0.31256 |
| ปัญหาการรับของพิเศษต่างๆ | 10.99087 | 0.02667* |
| ปัญหาการแถมโทรศัพท์สายตรง | 1.99036 | 0.73753 |
| ปัญหาการปูหินอ่อนแกรนิต | 4.88084 | 0.29974 |
| ปัญหาการตกแต่งบริเวณดูแลต้นไม้ | 7.62391 | 0.10637 |
| ปัญหาการปูพรมติดวอลเปเปอร์ให้ | 3.13403 | 0.53565 |
| ปัญหาการแถมถังน้ำปั๊มน้ำ | 1.35676 | 0.85168 |
| ปัญหาการเป็นสมาชิกชมรมกอล์ฟ | 3.14306 | 0.53418 |
| ปัญหาการสอนขี่ม้า | 6.83821 | 0.14469 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 29 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปัญหาการส่งเสริมการขาย

| ปัญหาการส่งเสริมการขาย | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| ปัญหาการให้ส่วนลดการขาย | 0.84243 | 0.93295 |
| ปัญหาการลดเงินดาวน์ | 1.52445 | 0.82230 |
| ปัญหาการผ่อนดาวน์ | 1.05643 | 0.90112 |
| ปัญหาการผ่อนธนาคาร | 1.20864 | 0.87667 |
| ปัญหาการลุ้นของรางวัล | 10.52035 | 0.03252* |
| ปัญหาการให้เครื่องไฟฟ้าแลกกับส่วนลด | 1.37890 | 0.84785 |
| ปัญหาการให้มุ้งลวดเหล็กดัดแลกกับส่วนลด | 2.39915 | 0.66278 |
| ปัญหาการแจกทองฟรี | 9.22672 | 0.05568 |
| ปัญหาการรับเงินคืนเป็นกรมธรรม์ | 9.30040 | 0.05401 |
| ปัญหาการรับของพิเศษต่างๆ | 19.96520 | 0.00051** |
| ปัญหาการแถมโทรศัพท์สายตรง | 1.18730 | 0.88018 |
| ปัญหาการปูหินอ่อนแกรนิต | 1.68146 | 0.79408 |
| ปัญหาการตกแต่งบริเวณดูแลต้นไม้ | 8.73396 | 0.06810 |
| ปัญหาการปูพรมติดวอลเปเปอร์ให้ | 6.64276 | 0.15601 |
| ปัญหาการแถมถังน้ำปั๊มน้ำ | 0.66599 | 0.95546 |
| ปัญหาการเป็นสมาชิกชมรมกอล์ฟ | 6.67054 | 0.15436 |
| ปัญหาการสอนขี่ม้า | 5.44396 | 0.24470 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 30 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับปัญหาการส่งเสริมการขาย

| ปัญหาการส่งเสริมการขาย | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| ปัญหาการให้ส่วนลดการขาย | 0.81800 | 0.66431 |
| ปัญหาการลดเงินดาวน์ | 0.35110 | 0.83899 |
| ปัญหาการผ่อนดาวน์ | 1.02244 | 0.59976 |
| ปัญหาการผ่อนธนาคาร | 1.94606 | 0.37794 |
| ปัญหาการลุ้นของรางวัล | 0.02015 | 0.98997 |
| ปัญหาการให้เครื่องไฟฟ้าแลกกับส่วนลด | 1.43406 | 0.48820 |
| ปัญหาการให้มุ้งลวดเหล็กดัดแลกกับส่วนลด | 4.32464 | 0.11506 |
| ปัญหาการแจกทองฟรี | 0.00992 | 0.99505 |
| ปัญหาการรับเงินคืนเป็นกรมธรรม์ | 1.37161 | 0.50368 |
| ปัญหาการรับของพิเศษต่างๆ | 4.52720 | 0.10398 |
| ปัญหาการแถมโทรศัพท์สายตรง | 3.25302 | 0.19611 |
| ปัญหาการปูหินอ่อนแกรนิต | 3.65410 | 0.16089 |
| ปัญหาการตกแต่งบริเวณดูแลต้นไม้ | 0.36902 | 0.83151 |
| ปัญหาการปูพรมติดวอลเปเปอร์ให้ | 1.92652 | 0.38165 |
| ปัญหาการแถมถังน้ำปั๊มน้ำ | 1.65028 | 0.43817 |
| ปัญหาการเป็นสมาชิกชมรมกอล์ฟ | 1.46690 | 0.48025 |
| ปัญหาการสอนขี่ม้า | 0.55448 | 0.75787 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 31 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัทกับปัญหาการส่งเสริมการขาย

| ปัญหาการส่งเสริมการขาย | ค่าไคสแควร์ | ระดับมีความมีนัยสำคัญ |
|---|---|---|
| ปัญหาการให้ส่วนลดการขาย | 0.24731 | 0.88369 |
| ปัญหาการลดเงินดาวน์ | 0.49407 | 0.78111 |
| ปัญหาการผ่อนดาวน์ | 1.08930 | 0.58004 |
| ปัญหาการผ่อนธนาคาร | 0.19817 | 0.90567 |
| ปัญหาการลุ้นของรางวัล | 2.10977 | 0.34823 |
| ปัญหาการให้เครื่องไฟฟ้าแลกกับส่วนลด | 0.32381 | 0.85052 |
| ปัญหาการให้มุ้งลวดเหล็กดัดแลกกับส่วนลด | 0.24868 | 0.88308 |
| ปัญหาการแจกทองฟรี | 2.09424 | 0.35095 |
| ปัญหาการรับเงินคืนเป็นกรมธรรม์ | 9.25974 | 0.00976 |
| ปัญหาการรับของพิเศษต่างๆ | 9.39114 | 0.00914** |
| ปัญหาการแถมโทรศัพท์สายตรง | 0.23424 | 0.88948 |
| ปัญหาการปูหินอ่อนแกรนิต | 0.45927 | 0.79483 |
| ปัญหาการตกแต่งบริเวณดูแลต้นไม้ | 2.71640 | 0.25712 |
| ปัญหาการปูพรมติดวอลเปเปอร์ให้ | 5.58199 | 0.06136 |
| ปัญหาการแถมถังน้ำปั๊มน้ำ | 1.97992 | 0.37159 |
| ปัญหาการเป็นสมาชิกชมรมกอล์ฟ | 1.96525 | 0.37433 |
| ปัญหาการสอนขี่ม้า | 2.52377 | 0.28312 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ไม่มีสัญลักษณ์ = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

**สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ**

การศึกษาบทบาทของการสื่อสารในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา มีจุดประสงค์ที่ศึกษาบทบาทของการสื่อสารและปัญหาของการสื่อสารในการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา ตามความคิดเห็นของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ บุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 110 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ผ่านการทดสอบก่อนนำไปใช้จริง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการทดสอบไคสแควร์ (Chi-square)

ผลการวิจัยสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทั่วไปของบุคคลที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร

ส่วนใหญ่บุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรรเป็นเพศชาย จบปริญญาตรี มีรายได้/เดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท เป็นโสด ประมาณครึ่งหนึ่ง มีอายุระหว่าง 26-30 ปี มีอายุเฉลี่ย 28 ปี มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานในบริษัท ประมาณ 2-3 ปี

2. บทบาทการสื่อสารในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา

2.1 บทบาทด้านสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันอย่างพึงพอใจมากเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 6 รายการ คือ การออกบูธ นิตยสารบ้าน การจัดงานแฟร์ โบชัวร์ การจัดนิทรรศการและโทรทัศน์ สื่อโฆษณาที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันที่พึงพอใจปานกลาง เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 9 รายการ คือ หนังสือพิมพ์ ป้ายบิลบอร์ด แค็ตตาล็อก แผ่นพับ ข้อมูล วิทยุ สื่อบุคคล การรณรงค์และใบปลิว สื่อโฆษณาที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันที่พึงพอใจน้อยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 4 รายการ คือ โปสเตอร์ แผ่นติด ป้ายหลังรถเมล์ และป้ายข้างรถเมล์

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์พบว่า ส่วนใหญ่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส และระยะเวลาในการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร ไม่มีความสัมพันธ์กับสื่อโฆษณา

2.2 บทบาทของการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันอย่างพึงพอใจมากเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 6 รายการ คือ การแถมโทรศัพท์สายตรง ปูหินอ่อนแกรนิต ปูพรมติดวอลเปเปอร์ แจกทองฟรี ให้ส่วนลดการขาย และตกแต่งบริเวณดูแลต้นไม้ฟรี การส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันอย่างพึงพอใจปานกลางเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 11 รายการ คือ การลุ้นของรางวัล แถมถังน้ำปิ๊มน้ำ ผ่อนครบ 3 ปีรับเงินคืนเป็นกรมธรรม์ ลดเงินดาวน์ จองทำสัญญาผ่อนดาวน์ฟรี รับของพิเศษต่างๆ ให้เครื่องไฟฟ้าแลกส่วนลด ผ่อนธนาคารฟรี 1 ปี เป็นสมาชิกชมรมกอล์ฟ ให้มุ้งลวดเหล็กดัก และสอนขี่ม้าฟรี

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์พบว่า ส่วนใหญ่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส และระยะเวลาในการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร ไม่มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการขาย

3. ปัญหาการสื่อสารในการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา

3.1 ปัญหาของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันไม่พบที่เป็นปัญหามาก โดยพบแต่ปัญหาปานกลาง เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 14 รายการ คือ ปัญหาการออกบูธ ปัญหาการจัดงานแฟร์ ปัญหาการจัดนิทรรศการ ปัญหาสื่อบุคคล ปัญหาการรณรงค์ ปัญหาโทรศัพท์ ปัญหาแค็ตตาล็อก ปัญหาแผ่นพับข้อมูล ปัญหาโบชัวร์ ปัญหาป้ายบิลบอร์ด ปัญหาวิทยุ ปัญหาหนังสือพิมพ์ ปัญหานิตยสาร และปัญหาแผ่นพับ สำหรับปัญหาน้อย เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 5 รายการ คือ ปัญหาแผ่นติด ปัญหาโปสเตอร์ ปัญหาใบปลิว ปัญหาป้ายหลังรถเมล์ และปัญหาข้างรถเมล์

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์พบว่า ส่วนใหญ่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส และระยะเวลาในการปฏิบัติงานของบุคลากร ที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร ไม่มีความสัมพันธ์กับปัญหาของสื่อโฆษณา

3.1 ปัญหาการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันไม่พบที่เป็นปัญหามาก โดยพบแต่ปัญหาปานกลาง เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 15 รายการ คือ ปัญหาการลุ้น รางวัล ปัญหาการรับเงินคืนจากกรมธรรม์ ปัญหาการรับของพิเศษต่างๆ ปัญหาการแจกทอง ปัญหาการผ่อนดาวน์ ปัญหาการลดเงินดาวน์ ปัญหาการผ่อนธนาคาร ปัญหาการให้ส่วนลดการขาย ปัญหาตกแต่งบริเวณดูแลต้นไม้ ปัญหาการให้เครื่องไฟฟ้า ปัญหาการให้มุ้งลวดเหล็กดัด ปัญหาการปูหินอ่อนหินแกรนิต ปัญหาการปูพรมติดวอลเปเปอร์ ปัญหาการแถมถังน้ำปั๊มน้ำ และปัญหาการแถมโทรศัพท์สายตรง สำหรับปัญหาน้อย เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 2 รายการ คือ ปัญหาการสอนขี่ม้าฟรี และปัญหาการเป็นสมาชิกกอล์ฟ

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์พบว่า ส่วนใหญ่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส และระยะเวลาในการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ทำงานให้บริษัทบ้านจัดสรร ไม่มีความสัมพันธ์กับปัญหาการส่งเสริมการขาย

**ข้อเสนอแนะ**

1. การใช้สื่อเฉพาะเจาะจงสู่กลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย มีความจำเป็นอย่างมากในการสื่อสารเพื่อการโฆษณา เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2. ถ้ามีการทำวิจัยต่อในเรื่องกลยุทธ์การอยู่รอดของธุรกิจนี้ ก็จะเกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น

3. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในช่วงที่สภาวะเศรษฐกิจกลับเข้าสู่สภาพปกติเหมือนเดิมอีกครั้งว่า บทบาทของการสื่อสารในการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณามีการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์มากขึ้น อาจทำให้มีกลยุทธ์การตลาดไปในแนวทางใหม่

4. งานวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการศึกษากลยุทธ์การโฆษณาของธุรกิจประเภทอื่นภายใต้สภาวะเดียวกันว่ามีวิธีการอย่างไร

**แบบสอบถาม**
**เรื่อง**
**บทบาทของการสื่อสารในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการร่วมกันระหว่าง**
**บริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา**

**<u>คำแนะนำในการตอบแบบสอบถาม</u>**

1. แบบสอบถามทั้งหมดมี 3 ตอน โปรดตอบทุกข้อเพียงข้อละ 1 คำตอบเท่านั้น
2. แบบสอบถามดังกล่าวเป็นข้อมูลพื้นฐานในการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "บทบาทของการสื่อสารในการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา" ในด้านวิชาการเท่านั้น
3. ข้อมูลดังกล่าวจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ และจะเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมต่อไปในอนาคต

<u>ตอนที่ 1</u> ลักษณะทั่ว ๆ ไปของบุคลากรที่ทำงานในบริษัทบ้านจัดสรร

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษา ☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา
☐ อนุปริญญา ☐ ปริญญาตรี
☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้ / เดือน ☐ 10,000 บาทและต่ำกว่า ☐ 10,001 – 15,000 บาท
☐ 15,001 – 20,000 บาท ☐ 20,001 – 25,000 บาท
☐ 25,001 – 30,000 บาท ☐ 30,001 บาทและสูงกว่า

5. สถานภาพสมรส ☐ โสด ☐ แต่งงานแล้ว

6. ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัท.....ปี

ตอนที่ 2 บทบาทของการสื่อสารในการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา

2.1 บทบาทของสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา

| สื่อโฆษณา | บทบาทที่แสดงออกในการทำงาน | | |
|---|---|---|---|
| | พึงพอใจมาก | พึงพอใจปานกลาง | พึงพอใจน้อย |
| 1. สื่อบุคคล | | | |
| 2. สื่อมวลชน<br>2.1 โทรทัศน์ | | | |
| 2.2 วิทยุ | | | |
| 2.3 หนังสือพิมพ์ | | | |
| 2.4 นิตยสารบ้าน | | | |
| 2.5 เอกสารอื่นๆ (โปรดระบุ)..... | | | |
| 3. สื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ<br>3.1 ป้ายบิลบอร์ด (Bill board) | | | |
| 3.2 โปสเตอร์ (Poster) | | | |
| 3.3 ใบปลิว (Leaflet) | | | |
| 3.4 แผ่นพับ (Folder) | | | |
| 3.5 โบชัวร์ (Brochure) | | | |
| 3.6 แค็ตตาล็อก (Catalogue) | | | |
| 3.7 แผ่นพับข้อมูล (Data Sheet) | | | |
| 3.8 แผ่นติด (Sticker) | | | |
| 3.9 ป้ายหลังรถเมล์ (Busback) | | | |
| 3.10 ป้ายข้างรถเมล์ (Busside) | | | |
| 3.11 อื่นๆ (โปรดระบุ)<br>1. | | | |
| 2. | | | |
| 4. สื่อกิจกรรม<br>4.1 การจัดนิทรรศการ | | | |
| 4.2 การจัดงานแฟร์ | | | |
| 4.3 การออกบูธ | | | |
| 4.4 การรณรงค์ | | | |

2.2. บทบาทของการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา

| กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย | บทบาทที่แสดงออกในการทำงานร่วมกัน | | |
|---|---|---|---|
| | พึงพอใจมาก | พึงพอใจปานกลาง | พึงพอใจน้อย |
| ลดราคา | | | |
| 1. ให้ส่วนลดการขาย | | | |
| 2. ลดเงินดาวน์ | | | |
| 3. จองทำสัญญาผ่อนดาวน์ฟรี | | | |
| 4. ผ่อนธนาคารฟรี 1 ปี | | | |
| การแลกกับสิ่งของ | | | |
| 5. การลุ้นของรางวัล | | | |
| 6. การให้เครื่องไฟฟ้าแลกกับส่วนลด | | | |
| 7. การให้มุ้งลวดเหล็กดัดแลกกับส่วนลด | | | |
| การแจกสิ่งของหรือเงิน | | | |
| 8. แจกทองฟรี | | | |
| 9. ผ่อนครบ 3 ปีได้รับเงินคืนเป็นกรมธรรม์ | | | |
| 10. รับของพิเศษต่าง ๆ | | | |
| การแถมสิ่งของ | | | |
| 11. แถมโทรศัพท์สายตรง | | | |
| 12. ปูหินอ่อนหินแกรนิต | | | |
| 13. ตกแต่งบริเวณดูแลต้นไม้ฟรี | | | |
| 14. ปูพรมติดวอลเปเปอร์ | | | |
| 15. แถมถังน้ำ ปั๊มน้ำ | | | |
| 16. เป็นสมาชิกชมรมกอล์ฟ | | | |
| 17. สอนขี่ม้าฟรี | | | |
| อื่นๆ (โปรดระบุ) | | | |
| 1. | | | |
| 2. | | | |
| 3. | | | |

ตอนที่ 3 ปัญหาการสื่อสารในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา

3.1 ปัญหาเกี่ยวกับสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา

| สื่อโฆษณา | สภาพของปัญหา | | |
|---|---|---|---|
| | ปัญหามาก | ปัญหาปานกลาง | ปัญหาน้อย |
| 1. ปัญหาสื่อบุคคล | | | |
| 2. ปัญหาสื่อมวลชน | | | |
| 2.1 ปัญหาสื่อโทรทัศน์ | | | |
| 2.2 ปัญหาสื่อวิทยุ | | | |
| 2.3 ปัญหาสื่อหนังสือพิมพ์ | | | |
| 2.4 ปัญหาสื่อนิตยสาร | | | |
| 2.5 ปัญหาสื่ออื่นๆ (โปรดระบุ)..... | | | |
| 3. ปัญหาสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ | | | |
| 3.1 ปัญหาป้ายบิลบอร์ด | | | |
| 3.2 ปัญหาโปสเตอร์ | | | |
| 3.3 ปัญหาใบปลิว | | | |
| 3.4 ปัญหาแผ่นพับ | | | |
| 3.5 ปัญหาโบชัวร์ | | | |
| 3.6 ปัญหาแค็ตตาล็อก | | | |
| 3.7 ปัญหาแผ่นพับข้อมูล | | | |
| 3.8 ปัญหาแผ่นติด | | | |
| 3.9 ปัญหาป้ายหลังรถเมล์ | | | |
| 3.10 ปัญหาป้ายข้างรถเมล์ | | | |
| 3.11 ปัญหาอื่นๆ (โปรดระบุ) | | | |
| 1. | | | |
| 2. | | | |
| 4. ปัญหาสื่อกิจกรรม | | | |
| 4.1 ปัญหาการจัดนิทรรศการ | | | |
| 4.2 ปัญหาการจัดงานแฟร์ | | | |
| 4.3 ปัญหาการออกบูธ | | | |
| 4.4 ปัญหาการรณรงค์ | | | |

3.2. ปัญหาเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดร่วมกันระหว่างบริษัทบ้านจัดสรรกับบริษัทโฆษณา

| การส่งเสริมการขาย | สภาพของปัญหา | | |
|---|---|---|---|
| | ปัญหามาก | ปัญหาปานกลาง | ปัญหาน้อย |
| <u>ปัญหาการลดราคา</u><br>1. ปัญหาการให้ส่วนลดการขาย | | | |
| 2. ปัญหาการลดเงินดาวน์ | | | |
| 3. ปัญหาจอง, ทำสัญญาและผ่อนดาวน์ฟรี | | | |
| 4. ปัญหาผ่อนธนาคารฟรี 1 ปี | | | |
| <u>ปัญหาการแลกกับสิ่งของ</u><br>5. ปัญหาการลุ้นรางวัล | | | |
| 6. ปัญหาการให้เครื่องไฟฟ้าแลกส่วนลด | | | |
| 7. ปัญหาการให้มุ้งลวดเหล็กดัดแลกส่วนลด | | | |
| <u>ปัญหาการแจกสิ่งของหรือเงิน</u><br>8. ปัญหาการแจกทองฟรี | | | |
| 9. ปัญหาเมื่อผ่อนครบ 3 ปี ได้รับเงินคืนเป็นกรมธรรม์ | | | |
| 10. ปัญหาการรับของพิเศษต่างๆ | | | |
| <u>ปัญหาการแถมสิ่งของ</u><br>11. ปัญหาการแถมโทรศัพท์สายตรง | | | |
| 12. ปัญหาการปูหินอ่อน/แกรนิต | | | |
| 13. ปัญหาตกแต่งบริเวณดูแลต้นไม้ | | | |
| 14. ปัญหาการปูพรมติดวอลเปเปอร์ | | | |
| 15. ปัญหาการแถมถังน้ำ ปั๊มน้ำ | | | |
| 16. ปัญหาการเป็นสมาชิกกอล์ฟ | | | |
| 17. ปัญหาการสอนขี่ม้าฟรี | | | |
| ปัญหาอื่นๆ (โปรดระบุ) | | | |
| 1. | | | |
| 2. | | | |
| 3. | | | |

ขอขอบคุณทุกท่านที่ตอบแบบสอบถาม

# แบบสัมภาษณ์เจาะลึก

แบบสัมภาษณ์สำหรับลูกค้าบริษัทบ้านจัดสรร

1. เคยใช้บริการจากบริษัทโฆษณามานานหรือไม่ บริษัทใดบ้าง
2. เพระเหตุใดจึงใช้บริการจากบริษัทตัวแทนโฆษณา
3. ท่านคิดว่าบริษัทโฆษณาที่ท่านมีความพึงพอใจที่ทำงานร่วมกัน ควรมีลักษณะอย่างไร
4. ท่านเห็นด้วยหรอไม่ว่าการสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการทำงานและกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดร่วมกันกับบริษัทโฆษณาที่ใช้บริากรอยู่
5. ท่านมีหลักเกณฑ์ในการเลือกใช้บริษัทโฆษณาหรือไม่ อย่างไร
6. ความมีชื่อเสียง หรือ รางวัล มีส่วนในการใช้บริษัทโฆษณานั้นๆ หรือไม่ อย่างไร
7. ปัจจัยหรือองค์ประกอบอื่นๆ ของบริษัทโฆษณาที่ท่านเลือกที่จะทำงานด้วย
8. ส่วนใหญ่แล้ว ปัญหาในการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทฯ หรือฝ่ายการตลาด กับบริษัทตัวแทนโฆษณา มีอะไรบ้าง
9. คุณคิดว่ามีการแก้ไขปรับปรุงหรือไม่ อย่างไร
10. กระบวนการทำงานในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดร่วมกัน เป็นอย่างไร
11. สื่อโฆษณาที่ใช้ส่วนใหญ่ ใช้สื่ออะไรบ้าง เพราะเหตุใด
12. ก่อนวิกฤต/หลังวิกฤต ใช้สื่อต่างกันหรือไม่ อย่างไร

**แบบสัมภาษณ์สำหรับบริษัทโฆษณาที่มีลูกค้า หรือเคยทำโฆษณาให้กับลูกค้าบ้านจัดสรร**

1. เคยทำโฆษณาให้ลูกค้าบ้านจัดสรรมากี่บริษัท บริษัทใดบ้าง
2. เพราะเหตุใดจึงได้ทำโฆษณาให้กับลูกค้าบ้านจัดสรรรายนั้น
3. ท่านคิดว่าบริษัทลูกค้าบ้านจัดสรรที่ท่านมีความพึงพอใจที่ทำงานร่วมกันควรมีลักษณะอย่างไร
4. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่าการสื่อสารมีบทบาทในการทำงานและกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดร่วมกันกับบริษัทบ้านจัดสรรที่ใช้บริการอยู่
5. ท่านมีหลักเกณฑ์ในการเลือกบริษัทลูกค้าบ้านจัดสรรหรือไม่อย่างไร
6. ความมีชื่อเสียงของผู้ประกอบธุรกิจบ้านจัดสรร มีส่วนให้บริษัทโฆษณาตัดสินใจรับทำโฆษณาหรือไม่อย่างไร
7. ปัจจัย หรือ องค์ประกอบอื่นๆ ลูกค้าบ้านจัดสรรที่ท่านเลือกที่จะทำงานด้วย
8. ส่วนใหญ่แล้ว ปัญหาในการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทฯ กับลูกค้าบ้านจัดสรรคืออะไร
9. ท่านคิดว่ามีทางแก้ไขปรับปรุงหรือไม่ อย่างไร
10. กระบวนการทำงานในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดร่วมกัน เป็นอย่างไร
11. สื่อโฆษณาที่ใช้ส่วนใหญ่ ใช้สื่ออะไรบ้าง เพราะเหตุใด
12. ก่อนวิกฤต/หลังวิกฤต ใช้สื่อต่างกันหรือไม่อย่างไร

## รายชื่อผู้บริหารของบริษัทบ้านจัดสรรที่ให้สัมภาษณ์

1. คุณจุมพล มีสุข
   กรรมการผู้จัดการ บริษัท ควอลิตี้ เฮ้าส์ (มหาชน) จำกัด
2. คุณวิษณุ สุชาติล้ำพงศ์
   ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท ควอลิตี้ เฮ้าส์ (มหาชน) จำกัด
3. คุณศุภรัชฎ์ วีระกุล
   Assistant Vice President บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ (มหาชน) จำกัด
4. คุณอาภรรัตน์ อังศุสิงห์
   ผู้จัดการฝ่ายการตลาด (โครงการ) บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ (มหาชน) จำกัด
5. คุณสุริยะ วรรณบุตร
   ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท เอเซี่ยน พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด
6. คุณชลสิญจ์ วัฒนาธร
   ผู้จัดการฝ่ายโครงการ บริษัท สยามสินธร จำกัด

## รายชื่อบริษัทตัวแทนโฆษณาที่ให้สัมภาษณ์

1. คุณศิรินุช สุภานุพงษ์
   ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารงานลูกค้า บริษัท ลินตาส (ประเทศไทย) จำกัด
2. คุณมงคล จรัสนิรัติศัย
   ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารงานลูกค้า บริษัท ฟาร์อีสต์ แอดเวอร์ไทซิ่ง (มหาชน) จำกัด
3. คุณปราณี ปัญจนันท์
   ผู้อำนวยการกลุ่ม ฝ่ายบริหารงานลูกค้า บริษัท ฟาร์อีสต์ แอดเวอร์ไทซิ่ง (มหาชน) จำกัด
4. คุณรัชพงศ์ งามพิสัย
   ผู้อำนวยการกลุ่มบริหารงานลูกค้า บริษัท เฟมด์ไลน์ แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด

# ประวัติผู้วิจัย

นางบุษบา ศรีรัตนากร เกิดวันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2504 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีวารสารศาสตร์บัณฑิต วิชาเอก การโฆษณา วิชาโท ภาษาอังกฤษ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปีการศึกษา 2526 หลังจากจบการศึกษาปริญญาตรี เข้าทำงานที่บริษัท ฟาร์อีสต์ แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด (มหาชน) หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ และอีกหลายบริษัท และในปี พ.ศ. 2540 ได้เข้าทำงานที่ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์เซอร์วิส (มหาชน) จำกัด จนถึงปัจจุบัน ในตำแหน่ง ผู้จัดการแผนกประสานงานโฆษณา ฝ่ายการตลาด