

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาอิทธิพลของสื่อภายในร้านค้าต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัข ในกรุงเทพมหานคร ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 350 ราย ผลการวิเคราะห์นำเสนอได้ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 2-4)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลี้ยงและการซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัข (ตารางที่ 5-9)

ส่วนที่ 3 อิทธิพลของสื่อภายในร้านค้า ตามขั้นตอนของโมเดล AIDA ได้แก่ ชั้นความตั้งใจ (Attention) ชั้นความสนใจ (Interest) ชั้นปรารถนา (Desire) และชั้นการกระทำ (Action) (ตารางที่ 10-14)

ส่วนที่ 4 อิทธิพลของสื่อภายในร้านค้า ตามขั้นตอนของโมเดล AIDA จำแนกตามเพศ และอายุ (ตารางที่ 15-32)

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อภายในร้านค้า (ตารางที่ 33)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	118	33.71
หญิง	232	66.29
รวม	350	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.29 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 33.71 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
15 – 24 ปี	108	30.86
25 – 34 ปี	138	39.43
35 – 44 ปี	67	19.14
ตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป	37	10.57
รวม	350	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 25-34 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.43 รองลงมาคือ อายุ 15-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.86 อายุ 35-44 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.14 และอายุ ตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	87	24.86
ปริญญาตรี	221	63.14
สูงกว่าปริญญาตรี	42	12.00
รวม	350	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 63.14 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 24.86 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเลี้ยงและการซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัข

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสุนัขที่เลี้ยง

จำนวนสุนัขที่เลี้ยง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ตัว	199	56.86
2 – 3 ตัว	110	31.43
4 – 5 ตัว	25	7.14
มากกว่า 5 ตัว	16	4.57
รวม	350	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลี้ยงสุนัขจำนวน 1 ตัว คิดเป็นร้อยละ 56.86 รองลงมาคือ จำนวน 2-3 ตัว คิดเป็นร้อยละ 31.43 จำนวน 4-5 ตัว คิดเป็นร้อยละ 7.14 และจำนวนมากกว่า 5 ตัว คิดเป็นร้อยละ 4.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสายพันธุ์ของสุนัขที่เลี้ยง

สายพันธุ์ของสุนัขที่เลี้ยง		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ขนาดเล็ก	ชิสุ	53	15.14
	ปัก	34	9.71
	ปอมเปอเรเนียน	31	8.86
	ชีวาว่า	22	6.29
	ยอร์กไชรเทอร์เรีย	14	4.00
	บีเกิ้ล	11	3.14
	พุดเดิ้ล	9	2.57
	ชเนาเซอร์	3	0.86
	มินิเจอร์พินเชอร์	1	0.29
ขนาดกลาง	พันธุ์ผสม	116	33.14
	ไทยบางแก้ว	37	10.57
	ไซบีเรียน ฮัสกี้	21	6.00
	ไทยหลังอาน	21	6.00
	บูลลี่ด็อก	10	2.86
	อิงลิช ค็อกเกอร์ สเปนเนียน	2	0.57
	เซาเซา	1	0.29
ขนาดใหญ่	โกลเด้นรีทรีฟเวอร์	47	13.43
	ร็อตตไวเลอร์	17	4.86
	ลาบราดอร์	2	0.57
	อัลเซเชียน	1	0.29

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 350 คน

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลี้ยงสุนัขสายพันธุ์ขนาดกลางมากที่สุด ได้แก่ พันธุ์ผสม คิดเป็นร้อยละ 33.14 ไทยบางแก้ว คิดเป็นร้อยละ 10.57 ไซบีเรียน ฮัสกี้ และไทยหลังอาน คิดเป็นร้อยละ 6.00 เท่ากัน บูลลี่ด็อก คิดเป็นร้อยละ 2.86 อิงลิช ค็อกเกอร์ สเปนเนียน คิดเป็นร้อยละ 0.57 เซาเซา คิดเป็นร้อยละ 0.29 รองลงมาคือ สุนัขสายพันธุ์ขนาดเล็ก ได้แก่ ชิสุ คิดเป็นร้อยละ 15.14 ปัก คิดเป็นร้อยละ 9.71 ปอมเปอเรเนียน คิดเป็นร้อยละ 8.86 ชีวาว่า คิดเป็น

ร้อยละ 6.29 ยอร์กไทร์เทอเรีย คิดเป็นร้อยละ 4.00 บีเกิ้ล คิดเป็นร้อยละ 3.14 พุดเดิ้ล คิดเป็นร้อยละ 2.57 ชเนาเซอร์ คิดเป็นร้อยละ 0.86 มินิเจอร์พินเชอร์ คิดเป็นร้อยละ 0.29 และสุนัขสายพันธุ์ขนาดใหญ่ ได้แก่ โกลเด้นรีทรีฟเวอร์ คิดเป็นร้อยละ 13.43 ร็อตตไวเลอร์ คิดเป็นร้อยละ 4.86 ลาบราดอร์ คิดเป็นร้อยละ 0.57 อัลเซเชียน คิดเป็นร้อยละ 0.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของอาหารสำเร็จรูป สำหรับสุนัขที่ซื้อบ่อยที่สุด

ชนิดของอาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขที่ซื้อบ่อยที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชนิดเปียกบรรจุในซองพลาสติก	51	14.57
ชนิดกระป๋อง	58	16.57
ชนิดเม็ด	241	68.86
รวม	350	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขชนิดเม็ดบ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.86 รองลงมาคือ ชนิดกระป๋อง คิดเป็นร้อยละ 16.57 และชนิดเปียกบรรจุในซองพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 14.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้ออาหารสำเร็จรูป สำหรับสุนัข

สถานที่ซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัข	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี เทสโก้ โลตัส	175	50.00
ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น ท็อปส์ โสมเฟรชมาร์ท	175	50.00
รวม	350	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขจากไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี เทสโก้ โลตัส และซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น ท็อปส์ โสมเฟรชมาร์ท คิดเป็นร้อยละ 50.00 เท่ากัน

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัข

ความถี่ในการซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัข	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า	173	49.43
เดือนละ 2-3 ครั้ง	149	42.57
เดือนละ 4 ครั้งขึ้นไป	28	8.00
รวม	350	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขเดือนละครั้งหรือน้อยกว่ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.43 รองลงมาคือ เดือนละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.57 และเดือนละ 4 ครั้งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 อิทธิพลของสื่อภายในร้านค้า ตามขั้นตอนของโมเดล AIDA

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ

สื่อภายในร้านค้า	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ (Attention)							
	สามารถให้ ข่าวสารข้อมูล เกี่ยวกับสินค้า		ช่วยให้จ่ายหือสินค้า ได้ หลังจากที่เคย เห็นโฆษณามาก่อน		ช่วยสื่อสารตรา สินค้า		รวม	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
1. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่	3.39 เฉยๆ	4	3.57 เห็นด้วย	6	3.71 เห็นด้วย	4	3.56 เห็นด้วย	5
2. การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามา กดดูข้อมูล	3.69 เห็นด้วย	2	3.33 เฉยๆ	13	3.55 เห็นด้วย	9	3.52 เห็นด้วย	6
3. การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์ เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล	3.38 เฉยๆ	5	3.62 เห็นด้วย	4	3.73 เห็นด้วย	2	3.58 เห็นด้วย	3
4. การใช้สติ๊กเกอร์แทนตราสินค้า โดยอาจติดตามทางเดินหรือชั้น วางสินค้า	2.96 เฉยๆ	17	3.37 เฉยๆ	12	3.46 เฉยๆ	13	3.26 เฉยๆ	14
5. การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อ โทรทัศน์ ณ จุดซื้อ	3.75 เห็นด้วย	1	3.52 เห็นด้วย	8	3.63 เห็นด้วย	7	3.63 เห็นด้วย	2
6. การใช้การแต่งกายของพนักงาน ในการสื่อสาร	3.05 เฉยๆ	15	3.16 เฉยๆ	18	3.35 เฉยๆ	14	3.19 เฉยๆ	16
7. การจัดตกแต่งประตูหน้าต่างของ ร้านด้วยภาพสินค้าหรือรูปต่างๆ	3.25 เฉยๆ	9	3.60 เห็นด้วย	5	3.67 เห็นด้วย	6	3.51 เห็นด้วย	7
8. การติดป้ายที่เป็นลักษณะสองด้าน ติดตั้งที่เพดานหรือจุดให้บริการ	3.08 เฉยๆ	14	3.41 เฉยๆ	11	3.51 เห็นด้วย	11	3.33 เฉยๆ	12
9. การนำสินค้ามาวางในกระบะที่ แยกส่วน	3.02 เฉยๆ	16	3.18 เฉยๆ	16	3.19 เฉยๆ	17	3.13 เฉยๆ	17
10. ภาพของสินค้าที่ทำจากกระดาษ พลาสติกวางตามทางเดิน	3.32 เฉยๆ	7	3.44 เฉยๆ	9	3.50 เห็นด้วย	12	3.42 เฉยๆ	10
11. ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางรวมถึง ป้ายแขวนที่ติดบนหัวชั้น	3.29 เฉยๆ	8	3.44 เฉยๆ	9	3.52 เห็นด้วย	10	3.42 เฉยๆ	10

ตารางที่ 10 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ

สื่อภายในร้านค้า	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ (Attention)							
	สามารถให้ ข่าวสารข้อมูล เกี่ยวกับสินค้า		ช่วยให้จ่ายหือสินค้า ได้ หลังจากที่เคย เห็นโฆษณามาก่อน		ช่วยสื่อสารตรา สินค้า		รวม	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
12.การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็น ตัวแทนของสินค้า	3.14 เฉยๆ	13	3.63 เห็นด้วย	3	3.68 เห็นด้วย	5	3.49 เฉยๆ	8
13.การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่ กว่าปกติ	3.33 เฉยๆ	6	3.68 เห็นด้วย	2	3.73 เห็นด้วย	2	3.58 เห็นด้วย	3
14.การจำลองสินค้าให้มีขนาดเล็ก กว่าปกติ	2.77 เฉยๆ	19	2.90 เฉยๆ	19	3.01 เฉยๆ	19	2.89 เฉยๆ	19
15.การจัดตกแต่งด้วยไฟประดับ เช่น ไฟว๊ิง ไฟเรืองแสง	2.86 เฉยๆ	18	3.17 เฉยๆ	17	3.14 เฉยๆ	18	3.06 เฉยๆ	18
16.การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการ ตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง	3.51 เห็นด้วย	3	3.80 เห็นด้วย	1	3.79 เห็นด้วย	1	3.70 เห็นด้วย	1
17.สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของหรือ บนโต๊ะเชิญชวนให้ซื้อสินค้า	3.20 เฉยๆ	10	3.28 เฉยๆ	14	3.33 เฉยๆ	15	3.27 เฉยๆ	13
18.ภาพของสินค้าที่มีการตัดเข้ารูปมี ขนาดบางที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวาง สินค้า	3.16 เฉยๆ	12	3.26 เฉยๆ	15	3.28 เฉยๆ	16	3.23 เฉยๆ	15
19.การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการ สื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกัน เป็นยี่ห้อ	3.20 เฉยๆ	10	3.56 เห็นด้วย	7	3.61 เห็นด้วย	8	3.46 เฉยๆ	9

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง
เฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้าของ
อาหารสุนัขสำเร็จรูป ชั้นความตั้งใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็น
ด้วย ได้แก่ การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.70) รองลงมา

คือ การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.63) และการจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะโดยอาจจัดตามเทศกาล และการจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.58) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า

ด้านสามารถให้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ขึ้นความตั้งใจ ด้านสามารถให้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมาคือ การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.69) และการใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ด้านช่วยให้จำยี่ห้อสินค้าได้ หลังจากที่เคยเห็นโฆษณามาก่อน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ขึ้นความตั้งใจ ด้านช่วยให้จำยี่ห้อสินค้าได้ หลังจากที่เคยเห็นโฆษณามาก่อน 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมาคือ การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และการทำตุ๊กตาสัตว์สัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ด้านช่วยสื่อสารตราสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ขึ้นความตั้งใจ ด้านช่วยสื่อสารตราสินค้า 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมาคือ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล และการจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความสนใจ

สื่อภายในร้านค้า	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความสนใจ (Interest)	
	ช่วยให้สินค้าน่าสนใจ	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
1. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึง สินค้าที่มีจำหน่ายอยู่	3.30 เฉยๆ	11
2. การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล	3.70 เห็นด้วย	4
3. การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจ จัดตามเทศกาล	3.72 เห็นด้วย	3
4. การใช้สติกเกอร์แทนตราสินค้าโดยอาจติดตาม ทางเดินหรือชั้นวางสินค้า	3.41 เฉยๆ	8
5. การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ	3.51 เห็นด้วย	7
6. การใช้การแต่งกายของพนักงานในการสื่อสาร	3.13 เฉยๆ	15
7. การจัดตกแต่งประติมากรรมต่างของร้านด้วยภาพ สินค้าหรือรูปต่างๆ	3.41 เฉยๆ	8
8. การคิดป้ายที่เป็นลักษณะสองด้านติดตั้งที่เพดาน หรือจุดให้บริการ	3.28 เฉยๆ	12
9. การนำสินค้ามาวางในกระเบาะที่แยกส่วน	3.05 เฉยๆ	19
10. ภาพของสินค้าที่ทำจากกระดาษพลาสติกวางตาม ทางเดิน	3.25 เฉยๆ	13
11. ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางรวมถึงป้ายแขวนที่ติดบน หัวชั้น	3.16 เฉยๆ	14
12. การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า	3.82 เห็นด้วย	1
13. การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ	3.73 เห็นด้วย	2

ตารางที่ 11 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความสนใจ

สื่อภายในร้านค้า	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความสนใจ (Interest)	
	ช่วยให้สินค้าน่าสนใจ	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
14. การจำลองสินค้าให้มีขนาดเล็กกว่าปกติ	3.08 เฉยๆ	17
15. การจัดตกแต่งด้วยไฟประดับ เช่น ไฟว๊ิง ไฟเรืองแสง	3.36 เฉยๆ	10
16. การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตาม ผนังหรือกำแพง	3.54 เห็นด้วย	6
17. สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของหรือบน โต๊ะเชิญชวน ให้ซื้อสินค้า	3.07 เฉยๆ	18
18. ภาพของสินค้าที่มีการตัดเข้ารูปมีขนาดบางที่ ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางสินค้า	3.13 เฉยๆ	15
19. การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห่อ	3.70 เห็นด้วย	4

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง
เฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้าของ
อาหารสุนัขสำเร็จรูป ชั้นความสนใจ คือ ช่วยให้สินค้าน่าสนใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบ
แบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า
(ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมาคือ การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และการจัด
ตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความปรารถนา

สื่อภายในร้านค้า	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความปรารถนา (Desire)	
	ช่วยให้เกิดความต้องการ ณ จุดซื้อ	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
1. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึง สินค้าที่มีจำหน่ายอยู่	3.32 เฉยๆ	9
2. การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล	3.33 เฉยๆ	8
3. การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจ จัดตามเทศกาล	3.66 เห็นด้วย	1
4. การใช้สติกเกอร์แทนตราสินค้าโดยอาจติดตาม ทางเดินหรือชั้นวางสินค้า	3.16 เฉยๆ	13
5. การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ	3.50 เห็นด้วย	3
6. การใช้การแต่งกายของพนักงานในการสื่อสาร	3.09 เฉยๆ	18
7. การจัดตกแต่งประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพ สินค้าหรือรูปต่างๆ	3.37 เฉยๆ	7
8. การคิดป้ายที่เป็นลักษณะสองด้านติดตั้งที่เพดาน หรือจุดให้บริการ	3.11 เฉยๆ	17
9. การนำสินค้ามาวางในกระเบาะที่แยกส่วน	3.29 เฉยๆ	10
10. ภาพของสินค้าที่ทำจากกระดาษพลาสติกวางตาม ทางเดิน	3.19 เฉยๆ	12
11. ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางรวมถึงป้ายแขวนที่ติดบน หัวชั้น	3.23 เฉยๆ	11
12. การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า	3.45 เฉยๆ	5
13. การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ	3.52 เห็นด้วย	2

ตารางที่ 12 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความปรารถนา

สื่อภายในร้านค้า	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความปรารถนา (Desire)	
	ช่วยให้เกิดความต้องการ ณ จุดซื้อ	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
14. การจำลองสินค้าให้มีขนาดเล็กกว่าปกติ	2.87 เฉยๆ	19
15. การจัดตกแต่งด้วยไฟประดับ เช่น ไฟรั้ว ไฟเรืองแสง	3.12 เฉยๆ	16
16. การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตาม ผนังหรือกำแพง	3.46 เฉยๆ	4
17. สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของหรือบน โต๊ะเชิญชวน ให้ซื้อสินค้า	3.13 เฉยๆ	15
18. ภาพของสินค้าที่มีการตัดเข้ารูปมีขนาดบางที่ ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางสินค้า	3.15 เฉยๆ	14
19. การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ	3.44 เฉยๆ	6

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง เฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้าของ
อาหารสุนัขสำเร็จรูป ชั้นความปรารถนา คือ ช่วยให้เกิดความต้องการ ณ จุดซื้อ 3 ลำดับแรก ดังนี้
ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ
โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.66) รองลงมาคือ การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ
(ค่าเฉลี่ย 3.52) และการสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นการกระทำ

สื่อภายในร้านค้า	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นการกระทำ (Action)	
	ช่วยให้เกิดการซื้อสินค้า	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
1. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึง สินค้าที่มีจำหน่ายอยู่	3.10 เฉยๆ	11
2. การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล	3.17 เฉยๆ	9
3. การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจ จัดตามเทศกาล	3.43 เฉยๆ	1
4. การใช้สติกเกอร์แทนตราสินค้าโดยอาจติดตาม ทางเดินหรือชั้นวางสินค้า	2.95 เฉยๆ	18
5. การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ	3.38 เฉยๆ	3
6. การใช้การแต่งกายของพนักงานในการสื่อสาร	3.01 เฉยๆ	15
7. การจัดตกแต่งประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพ สินค้าหรือรูปต่างๆ	3.30 เฉยๆ	6
8. การคิดป้ายที่เป็นลักษณะสองด้านติดตั้งที่เพดาน หรือจุดให้บริการ	2.96 เฉยๆ	17
9. การนำสินค้ามาวางในกระเบาะที่แยกส่วน	3.25 เฉยๆ	8
10. ภาพของสินค้าที่ทำจากกระดาษพลาสติกวางตาม ทางเดิน	3.10 เฉยๆ	11
11. ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางรวมถึงป้ายแขวนที่ติดบน หัวชั้น	3.17 เฉยๆ	9
12. การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า	3.31 เฉยๆ	5
13. การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ	3.43 เฉยๆ	1

ตารางที่ 13 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นการกระทำ

สื่อภายในร้านค้า	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า	
	ชั้นการกระทำ (Action)	
	ช่วยให้เกิดการซื้อสินค้า	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
14. การจำลองสินค้าให้มีขนาดเล็กกว่าปกติ	2.72 เฉยๆ	19
15. การจัดตกแต่งด้วยไฟประดับ เช่น ไฟว๊ิง ไฟเรืองแสง	2.99 เฉยๆ	16
16. การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตาม ผนังหรือกำแพง	3.34 เฉยๆ	4
17. สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของหรือบน โต๊ะเชิญชวน ให้ซื้อสินค้า	3.05 เฉยๆ	13
18. ภาพของสินค้าที่มีการตัดเข้ารูปมีขนาดบางที่ ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางสินค้า	3.04 เฉยๆ	14
19. การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ	3.27 เฉยๆ	7

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง เฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้าของ
อาหารสุนัขสำเร็จรูป ชั้นการกระทำ คือ ช่วยให้เกิดการซื้อสินค้า 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบ
แบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเฉยๆ ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัด
ตามเทศกาล และการจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.43) รองลงมาคือ การ
สาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ตารางที่ 14 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า

สื่อภายในร้านค้า	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า							
	ขั้นความตั้งใจ (Attention)		ขั้นความสนใจ (Interest)		ขั้นความปรารถนา (Desire)		ขั้นการกระทำ (Action)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
1. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อ บอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่	3.56 เห็นด้วย	5	3.30 เฉยๆ	11	3.32 เฉยๆ	9	3.10 เฉยๆ	11
2. การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดู ข้อมูล	3.52 เห็นด้วย	6	3.70 เห็นด้วย	4	3.33 เฉยๆ	8	3.17 เฉยๆ	9
3. การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์ เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล	3.58 เห็นด้วย	3	3.72 เห็นด้วย	3	3.66 เห็นด้วย	1	3.43 เฉยๆ	1
4. การใช้สติ๊กเกอร์แทนตราสินค้าโดย อาจติดตามทางเดินหรือชั้นวางสินค้า	3.26 เฉยๆ	14	3.41 เฉยๆ	8	3.16 เฉยๆ	13	2.95 เฉยๆ	18
5. การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อ โทรทัศน์ ณ จุดซื้อ	3.63 เห็นด้วย	2	3.51 เห็นด้วย	7	3.50 เห็นด้วย	3	3.38 เฉยๆ	3
6. การใช้การแต่งกายของพนักงานใน การสื่อสาร	3.19 เฉยๆ	16	3.13 เฉยๆ	15	3.09 เฉยๆ	18	3.01 เฉยๆ	15
7. การจัดตกแต่งประตูหน้าต่างของ ร้านด้วยภาพสินค้าหรือรูปต่างๆ	3.51 เห็นด้วย	7	3.41 เฉยๆ	8	3.37 เฉยๆ	7	3.30 เฉยๆ	6
8. การติดป้ายที่เป็นลักษณะสองด้าน ติดตั้งที่เพดานหรือจุดให้บริการ	3.33 เฉยๆ	12	3.28 เฉยๆ	12	3.11 เฉยๆ	17	2.96 เฉยๆ	17
9. การนำสินค้ามาวางในกระบะที่แยก ส่วน	3.13 เฉยๆ	17	3.05 เฉยๆ	19	3.29 เฉยๆ	10	3.25 เฉยๆ	8
10. ภาพของสินค้าที่ทำจากกระดาษ พลาสติก วางตามทางเดิน	3.42 เฉยๆ	10	3.25 เฉยๆ	13	3.19 เฉยๆ	12	3.10 เฉยๆ	11
11. ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางรวมถึงป้าย แขวนที่ติดบนหัวชั้น	3.42 เฉยๆ	10	3.16 เฉยๆ	14	3.23 เฉยๆ	11	3.17 เฉยๆ	9
12. การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็น ตัวแทนของสินค้า	3.49 เฉยๆ	8	3.82 เห็นด้วย	1	3.45 เฉยๆ	5	3.31 เฉยๆ	5
13. การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่า ปกติ	3.58 เห็นด้วย	3	3.73 เห็นด้วย	2	3.52 เห็นด้วย	2	3.43 เฉยๆ	1

ตารางที่ 14 (ต่อ) แสดงสรุปค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า

สื่อภายในร้านค้า	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า							
	ขั้นความตั้งใจ (Attention)		ขั้นความสนใจ (Interest)		ขั้นความปรารถนา (Desire)		ขั้นการกระทำ (Action)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
14. การจำลองสินค้าให้มีขนาดเล็กกว่าปกติ	2.89 เฉยๆ	19	3.08 เฉยๆ	17	2.87 เฉยๆ	19	2.72 เฉยๆ	19
15. การจัดตกแต่งด้วยไฟประดับ เช่น ไฟรั้ง ไฟเรืองแสง	3.06 เฉยๆ	18	3.36 เฉยๆ	10	3.12 เฉยๆ	16	2.99 เฉยๆ	16
16. การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง	3.70 เห็นด้วย	1	3.54 เห็นด้วย	6	3.46 เฉยๆ	4	3.34 เฉยๆ	4
17. สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของหรือบนโต๊ะเชิญชวนให้ซื้อสินค้า	3.27 เฉยๆ	13	3.07 เฉยๆ	18	3.13 เฉยๆ	15	3.05 เฉยๆ	13
18. ภาพของสินค้าที่มีการตัดเข้ารูปมีขนาดบางที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางสินค้า	3.23 เฉยๆ	15	3.13 เฉยๆ	15	3.15 เฉยๆ	14	3.04 เฉยๆ	14
19. การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อย	3.46 เฉยๆ	9	3.70 เห็นด้วย	4	3.44 เฉยๆ	6	3.27 เฉยๆ	7

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง เฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้าของอาหารสุนัขสำเร็จรูป ตามลำดับขั้นของโมเดล AIDA ดังนี้

ขั้นความตั้งใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ขั้นความตั้งใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.70) รองลงมาคือ การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.63) และการจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะโดยอาจจัดตามเทศกาล และการจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ขั้นความสนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ขั้นความสนใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมาคือ การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่

กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และการจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ชั้นความปรารถนา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความปรารถนา 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.66) รองลงมาคือ การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.52) และการสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ชั้นการกระทำ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นการกระทำ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเฉยๆ ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล และการจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.43) รองลงมาคือ การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.38) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 อิทธิพลของสื่อภายในร้านค้า ตามขั้นตอนของโมเดล AIDA จำแนกตามเพศ และอายุ

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ
ด้านสามารถให้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า จำแนกตามเพศ

สื่อภายในร้านค้า	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ยระดับ ความคิดเห็นใน ชั้นความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ยระดับ ความคิดเห็นใน ชั้นความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ
1. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึง สินค้าที่มีจำหน่ายอยู่	3.20 เฉยๆ	10	3.49 เฉยๆ	4
2. การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล	3.47 เฉยๆ	1	3.80 เห็นด้วย	2
3. การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดย อาจจัดตามเทศกาล	3.36 เฉยๆ	3	3.39 เฉยๆ	5
4. การใช้สติกเกอร์แทนตราสินค้าโดยอาจติดตาม ทางเดินหรือชั้นวางสินค้า	3.05 เฉยๆ	16	2.92 เฉยๆ	17
5. การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ	3.47 เฉยๆ	1	3.90 เห็นด้วย	1
6. การใช้การแต่งกายของพนักงานในการสื่อสาร	3.17 เฉยๆ	11	2.99 เฉยๆ	16
7. การจัดตกแต่งประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพ สินค้าหรือรูปต่างๆ	3.21 เฉยๆ	9	3.28 เฉยๆ	8
8. การคิดป้ายที่เป็นลักษณะสองด้านติดตั้งที่ เพดานหรือจุดให้บริการ	3.08 เฉยๆ	15	3.09 เฉยๆ	14
9. การนำสินค้ามาวางในกระบะที่แยกส่วน	2.99 เฉยๆ	17	3.03 เฉยๆ	18
10. ภาพของสินค้าที่ทำจากกระดาษพลาสติกวาง ตามทางเดิน	3.29 เฉยๆ	7	3.33 เฉยๆ	7
11. ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางรวมถึงป้ายแขวนที่ติด บนหัวชั้น	3.36 เฉยๆ	3	3.25 เฉยๆ	9

ตารางที่ 15 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านสามารถให้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า จำแนกตามเพศ

สื่อภายในร้านค้า	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ยระดับ ความคิดเห็นใน ชั้นความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ยระดับ ความคิดเห็นใน ชั้นความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ
12. การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า	3.17 เฉยๆ	11	3.13 เฉยๆ	12
13. การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ	3.31 เฉยๆ	6	3.34 เฉยๆ	6
14. การจำลองสินค้าให้มีขนาดเล็กกว่าปกติ	2.92 เฉยๆ	18	2.70 เฉยๆ	19
15. การจัดตกแต่งด้วยไฟประดับ เช่น ไฟว๊ิง ไฟเรืองแสง	2.87 เฉยๆ	18	2.86 เฉยๆ	18
16. การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตาม ผนังหรือกำแพง	3.36 เฉยๆ	3	3.59 เห็นด้วย	3
17. สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของหรือบนโต๊ะเชิญชวน ให้ซื้อสินค้า	3.09 เฉยๆ	14	3.25 เฉยๆ	9
18. ภาพของสินค้าที่มีการตัดเข้ารูปมีขนาดบางที่ ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางสินค้า	3.24 เฉยๆ	8	3.12 เฉยๆ	13
19. การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การ นำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ	3.15 เฉยๆ	13	3.22 เฉยๆ	11

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง
เฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อสื่อภายใน
ร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านสามารถให้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบ
แบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเฉยๆ ได้แก่ การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล และการ
สาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.47) รองลงมาคือ การจัดตกแต่ง
ร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางรวมถึงป้ายแขวนที่ติดบน

หัวข้อ และการใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.36) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านสามารถให้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น ระดับเห็นด้วย ได้แก่ การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมา คือ การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.80) และการใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการ ตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านช่วยให้จ่ายหือสินค้าได้ หลังจากที่เคยเห็น โฆษณามาก่อน จำแนกตามเพศ

สื่อภายในร้านค้า	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น ในชั้นความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น ในชั้นความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ
1. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่	3.43 เฉยๆ	7	3.64 เห็นด้วย	5
2. การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล	3.31 เฉยๆ	12	3.34 เฉยๆ	13
3. การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะโดยอาจจัดตามเทศกาล	3.58 เห็นด้วย	3	3.64 เห็นด้วย	5
4. การใช้สติ๊กเกอร์แทนตราสินค้าโดยอาจจัดตามทางเดินหรือชั้นวางสินค้า	3.26 เฉยๆ	14	3.42 เฉยๆ	12
5. การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ	3.35 เฉยๆ	10	3.60 เห็นด้วย	7
6. การใช้การแต่งกายของพนักงานในการสื่อสาร	3.11 เฉยๆ	18	3.19 เฉยๆ	17
7. การจัดตกแต่งประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพสินค้าหรือรูปต่างๆ	3.42 เฉยๆ	9	3.69 เห็นด้วย	3
8. การติดป้ายที่เป็นลักษณะสองด้านติดตั้งที่เพดานหรือจุดให้บริการ	3.26 เฉยๆ	14	3.48 เฉยๆ	9
9. การนำสินค้ามาวางในกระบะที่แยกส่วน	3.12 เฉยๆ	17	3.21 เฉยๆ	16
10. ภาพของสินค้าที่ทำจากกระดาษพลาสติกวางตามทางเดิน	3.46 เฉยๆ	6	3.43 เฉยๆ	11
11. ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางรวมถึงป้ายแขวนที่ติดบนหัวชั้น	3.43 เฉยๆ	7	3.45 เฉยๆ	10
12. การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า	3.50 เห็นด้วย	5	3.70 เห็นด้วย	2

ตารางที่ 16 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านช่วยให้จ่ายหือสินค้าได้ หลังจากที่เคยเห็นโฆษณามาก่อน จำแนกตามเพศ

สื่อภายในร้านค้า	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น ในชั้นความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น ในชั้นความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ
13. การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ	3.65 เห็นด้วย	2	3.69 เห็นด้วย	3
14. การจำลองสินค้าให้มีขนาดเล็กกว่าปกติ	2.96 เฉยๆ	19	2.87 เฉยๆ	19
15. การจัดตกแต่งด้วยไฟประดับ เช่น ไฟรั้งไฟเรืองแสง	3.18 เฉยๆ	16	3.17 เฉยๆ	18
16. การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง	3.66 เห็นด้วย	1	3.87 เห็นด้วย	1
17. สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของหรือบนโต๊ะเชิญชวนให้ซื้อสินค้า	3.29 เฉยๆ	13	3.27 เฉยๆ	14
18. ภาพของสินค้าที่มีการตัดเข้ารูปมีขนาดบางที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางสินค้า	3.34 เฉยๆ	11	3.22 เฉยๆ	15
19. การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ	3.55 เห็นด้วย	4	3.56 เห็นด้วย	8

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง เฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านช่วยให้จ่ายหือสินค้าได้ หลังจากที่เคยเห็นโฆษณามาก่อน 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.66) รองลงมาคือ การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.65) และการจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านช่วยให้จ่ายี่หื้อสินค้าได้ หลังจากที่เคยเห็นโฆษณามาก่อน 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมาคือ การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.70) และการจัดตกแต่งประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพสินค้าหรือรูปต่างๆ และการจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านช่วยเหลือสารตราสินค้า จำแนกตามเพศ

สื่อภายในร้านค้า	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น ในชั้นความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น ในชั้นความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ
1. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่	3.55 เห็นด้วย	5	3.80 เห็นด้วย	2
2. การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล	3.45 เฉยๆ	10	3.60 เห็นด้วย	9
3. การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล	3.68 เห็นด้วย	1	3.76 เห็นด้วย	4
4. การใช้สติ๊กเกอร์แทนตราสินค้า โดยอาจติดตามทางเดินหรือชั้นวางสินค้า	3.36 เฉยๆ	13	3.50 เห็นด้วย	13
5. การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ	3.53 เห็นด้วย	6	3.68 เห็นด้วย	8
6. การใช้การแต่งกายของพนักงานในการสื่อสาร	3.31 เฉยๆ	14	3.38 เฉยๆ	14
7. การจัดตกแต่งประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพสินค้าหรือรูปต่างๆ	3.48 เฉยๆ	7	3.77 เห็นด้วย	3
8. การติดป้ายที่เป็นลักษณะสองด้านติดตั้งที่เพดานหรือจุดให้บริการ	3.48 เฉยๆ	7	3.52 เห็นด้วย	12
9. การนำสินค้ามาวางในกระบะที่แยกส่วน	3.13 เฉยๆ	17	3.23 เฉยๆ	17
10. ภาพของสินค้าที่ทำจากกระดาษพลาสติก วางตามทางเดิน	3.44 เฉยๆ	11	3.53 เห็นด้วย	11
11. ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางรวมถึงป้ายแขวนที่ติดบนหัวชั้น	3.47 เฉยๆ	9	3.55 เห็นด้วย	10
12. การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า	3.59 เห็นด้วย	3	3.72 เห็นด้วย	6

ตารางที่ 17 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านช่วยสื่อสารตราสินค้า จำแนกตามเพศ

สื่อภายในร้านค้า	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น ในชั้นความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น ในชั้นความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ
13. การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ	3.67 เห็นด้วย	2	3.75 เห็นด้วย	5
14. การจำลองสินค้าให้มีขนาดเล็กกว่าปกติ	3.03 เฉยๆ	18	2.99 เฉยๆ	19
15. การจัดตกแต่งด้วยไฟประดับ เช่น ไฟวิ่ง ไฟเรืองแสง	3.03 เฉยๆ	18	3.20 เฉยๆ	18
16. การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง	3.58 เห็นด้วย	4	3.91 เห็นด้วย	1
17. สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของหรือบนโต๊ะเชิญชวนให้ซื้อสินค้า	3.26 เฉยๆ	15	3.37 เฉยๆ	15
18. ภาพของสินค้าที่มีการตัดเข้ารูปมีขนาดบางที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางสินค้า	3.25 เฉยๆ	16	3.29 เฉยๆ	16
19. การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ	3.42 เฉยๆ	12	3.71 เห็นด้วย	7

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง เฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านช่วยสื่อสารตราสินค้า 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมาคือ การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และการทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านช่วยสื่อสารตราสินค้า 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย

ได้แก่ การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.91) รองลงมาคือ ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่ (ค่าเฉลี่ย 3.80) และการจัดตกแต่ง ประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพสินค้าหรือรูปต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความสนใจ ด้านช่วยให้สินค้าน่าสนใจ จำแนกตามเพศ

สื่อภายในร้านค้า	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น ในชั้นความสนใจ (Interest)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น ในชั้นความสนใจ (Interest)	ลำดับ
1. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่	3.11 หลายๆ	17	3.40 หลายๆ	11
2. การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล	3.58 เห็นด้วย	4	3.76 เห็นด้วย	3
3. การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล	3.71 เห็นด้วย	2	3.72 เห็นด้วย	5
4. การใช้สติ๊กเกอร์แทนตราสินค้าโดยอาจติดตามทางเดินหรือชั้นวางสินค้า	3.35 หลายๆ	9	3.44 หลายๆ	8
5. การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ จดจอ	3.39 หลายๆ	7	3.57 เห็นด้วย	7
6. การใช้การแต่งกายของพนักงานในการสื่อสาร	3.19 หลายๆ	14	3.09 หลายๆ	15
7. การจัดตกแต่งประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพสินค้าหรือรูปต่างๆ	3.36 หลายๆ	8	3.44 หลายๆ	8
8. การติดป้ายที่เป็นลักษณะสองด้านติดตั้งที่เพดานหรือจุดให้บริการ	3.26 หลายๆ	11	3.28 หลายๆ	12
9. การนำสินค้ามาวางในกระเบที่แยกส่วน	3.14 หลายๆ	16	3.01 หลายๆ	19
10. ภาพของสินค้าที่ทำจากกระดาษพลาสติกวางตามทางเดิน	3.33 หลายๆ	10	3.20 หลายๆ	13

ตารางที่ 18 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความสนใจ ด้านช่วยให้สินค้าน่าสนใจ จำแนกตามเพศ

สื่อภายในร้านค้า	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น ในชั้นความสนใจ (Interest)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น ในชั้นความสนใจ (Interest)	ลำดับ
11. ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางรวมถึงป้ายแขวนที่ติดบนหัวชั้น	3.15 เฉยๆ	15	3.17 เฉยๆ	14
12. การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า	3.77 เห็นด้วย	1	3.85 เห็นด้วย	1
13. การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ	3.68 เห็นด้วย	3	3.76 เห็นด้วย	3
14. การจำลองสินค้าให้มีขนาดเล็กกว่าปกติ	3.11 เฉยๆ	17	3.07 เฉยๆ	16
15. การจัดตกแต่งด้วยไฟประดับ เช่น ไฟวิ่ง ไฟเรืองแสง	3.20 เฉยๆ	13	3.44 เฉยๆ	8
16. การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง	3.45 เฉยๆ	6	3.59 เห็นด้วย	6
17. สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของหรือบนโต๊ะเชิญชวนให้ซื้อสินค้า	3.08 เฉยๆ	19	3.06 เฉยๆ	17
18. ภาพของสินค้าที่มีการตัดเข้ารูปมีขนาดบางที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางสินค้า	3.25 เฉยๆ	12	3.06 เฉยๆ	17
19. การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ	3.53 เห็นด้วย	5	3.79 เห็นด้วย	2

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง เฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความสนใจ ด้านช่วยให้สินค้าน่าสนใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.77)

รองลงมาคือ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.71) และการจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความสนใจด้านช่วยให้สินค้าน่าสนใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมาคือ การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.79) และการติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล และการจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความปรารถนา
ด้านช่วยให้เกิดความต้องการ ณ จุดซื้อ จำแนกตามเพศ

สื่อภายในร้านค้า	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ยระดับ ความคิดเห็นใน ชั้นความปรารถนา (Desire)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ยระดับ ความคิดเห็นใน ชั้นความปรารถนา (Desire)	ลำดับ
1. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึง สินค้าที่มีจำหน่ายอยู่	3.08 เฉยๆ	15	3.44 เฉยๆ	7
2. การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล	3.22 เฉยๆ	8	3.39 เฉยๆ	9
3. การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจ จัดตามเทศกาล	3.58 เห็นด้วย	1	3.70 เห็นด้วย	1
4. การใช้สติ๊กเกอร์แทนตราสินค้า โดยอาจติดตาม ทางเดินหรือชั้นวางสินค้า	3.06 เฉยๆ	16	3.21 เฉยๆ	12
5. การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ	3.33 เฉยๆ	4	3.58 เห็นด้วย	3
6. การใช้การแต่งกายของพนักงานในการสื่อสาร	3.14 เฉยๆ	11	3.07 เฉยๆ	18
7. การจัดตกแต่งประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพ สินค้าหรือรูปต่างๆ	3.27 เฉยๆ	7	3.41 เฉยๆ	8
8. การติดป้ายที่เป็นลักษณะสองด้านติดตั้งที่เพดาน หรือจุดให้บริการ	3.04 เฉยๆ	17	3.15 เฉยๆ	16
9. การนำสินค้ามาวางในกระบะที่แยกส่วน	3.19 เฉยๆ	10	3.35 เฉยๆ	10
10. ภาพของสินค้าที่ทำจากกระดาษพลาสติกวางตาม ทางเดิน	3.20 เฉยๆ	9	3.19 เฉยๆ	13
11. ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางรวมถึงป้ายแขวนที่ติดบน หัวชั้น	3.13 เฉยๆ	13	3.29 เฉยๆ	11
12. การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า	3.38 เฉยๆ	2	3.48 เฉยๆ	6

ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความปรารถนา ด้านช่วยให้เกิดความต้องการ ณ จุดซื้อ จำแนกตามเพศ

สื่อภายในร้านค้า	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ยระดับ ความคิดเห็นใน ชั้นความปรารถนา (Desire)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ยระดับ ความคิดเห็นใน ชั้นความปรารถนา (Desire)	ลำดับ
13. การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ	3.37 เฉยๆ	3	3.60 เห็นด้วย	2
14. การจำลองสินค้าให้มีขนาดเล็กกว่าปกติ	3.00 เฉยๆ	18	2.81 เฉยๆ	19
15. การจัดตกแต่งด้วยไฟประดับ เช่น ไฟรั้ง ไฟเรืองแสง	3.00 เฉยๆ	18	3.19 เฉยๆ	13
16. การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง	3.33 เฉยๆ	4	3.52 เห็นด้วย	4
17. สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของหรือบนโต๊ะเชิญชวนให้ซื้อสินค้า	3.12 เฉยๆ	14	3.14 เฉยๆ	17
18. ภาพของสินค้าที่มีการตัดเข้ารูปมีขนาดบางที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางสินค้า	3.14 เฉยๆ	11	3.16 เฉยๆ	15
19. การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห่อ	3.33 เฉยๆ	4	3.50 เห็นด้วย	5

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง เฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความปรารถนา ด้านช่วยให้เกิดความต้องการ ณ จุดซื้อ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะโดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเฉยๆ ได้แก่ การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.38) และการจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.37) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความ
ปรารถนา ด้านช่วยให้เกิดความต้องการ ณ จุดซื้อ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความ
คิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะโดยอาจจัดตามเทศกาล
(ค่าเฉลี่ย 3.70) รองลงมาคือ การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.60) และการสาธิต
การใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นการกระทำ ด้านช่วยให้เกิดการซื้อสินค้า จำแนกตามเพศ

สื่อภายในร้านค้า	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น ในชั้นการกระทำ (Action)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น ในชั้นการกระทำ (Action)	ลำดับ
1. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่	2.95 เฉยๆ	14	3.17 เฉยๆ	10
2. การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล	3.12 เฉยๆ	11	3.20 เฉยๆ	9
3. การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล	3.34 เฉยๆ	3	3.47 เฉยๆ	1
4. การใช้สติ๊กเกอร์แทนตราสินค้า โดยอาจจัดตามทางเดินหรือชั้นวางสินค้า	2.91 เฉยๆ	17	2.97 เฉยๆ	16
5. การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ	3.35 เฉยๆ	2	3.40 เฉยๆ	4
6. การใช้การแต่งกายของพนักงานในการสื่อสาร	3.09 เฉยๆ	12	2.97 เฉยๆ	16
7. การจัดตกแต่งประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพสินค้าหรือรูปต่างๆ	3.19 เฉยๆ	8	3.35 เฉยๆ	5
8. การติดป้ายที่เป็นลักษณะสองด้านติดตั้งที่เพดานหรือจุดให้บริการ	2.95 เฉยๆ	14	2.96 เฉยๆ	18
9. การนำสินค้ามาวางในกระบะที่แยกส่วน	3.17 เฉยๆ	10	3.29 เฉยๆ	8
10. ภาพของสินค้าที่ทำจากกระดาษพลาสติก วางตามทางเดิน	3.19 เฉยๆ	8	3.06 เฉยๆ	13
11. ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางรวมถึงป้ายแขวนที่ติดบนหัวชั้น	3.21 เฉยๆ	6	3.15 เฉยๆ	11
12. การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า	3.26 เฉยๆ	4	3.34 เฉยๆ	6

ตารางที่ 20 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นการกระทำ ด้านช่วยให้เกิดการซื้อสินค้า จำแนกตามเพศ

สื่อภายในร้านค้า	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น ในชั้นการกระทำ (Action)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น ในชั้นการกระทำ (Action)	ลำดับ
13. การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ	3.36 เฉยๆ	1	3.47 เฉยๆ	1
14. การจำลองสินค้าให้มีขนาดเล็กกว่าปกติ	2.83 เฉยๆ	19	2.66 เฉยๆ	19
15. การจัดตกแต่งด้วยไฟประดับ เช่น ไฟวิ่ง ไฟเรืองแสง	2.90 เฉยๆ	18	3.04 เฉยๆ	14
16. การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง	3.25 เฉยๆ	5	3.38 เฉยๆ	3
17. สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของหรือบนโต๊ะเชิญชวนให้ซื้อสินค้า	2.93 เฉยๆ	16	3.11 เฉยๆ	12
18. ภาพของสินค้าที่มีการตัดเข้ารูปมีขนาดบางที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางสินค้า	3.03 เฉยๆ	13	3.04 เฉยๆ	14
19. การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห่อ	3.21 เฉยๆ	6	3.30 เฉยๆ	7

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง เฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นการกระทำ ด้านช่วยให้เกิดการซื้อสินค้า 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเฉยๆ ได้แก่ การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.36) รองลงมาคือ การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.35) และการจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะโดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.34) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นการกระทำ ด้านช่วยให้เกิดการซื้อสินค้า 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเฉยๆ ได้แก่

การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล และการจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.47) รองลงมาคือ การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.38) ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้าของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย

สื่อภายในร้านค้า	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า							
	ขั้นความตั้งใจ (Attention)		ขั้นความสนใจ (Interest)		ขั้นความปรารถนา (Desire)		ขั้นการกระทำ (Action)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
1. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่	3.40 เฉยๆ	8	3.11 เฉยๆ	17	3.08 เฉยๆ	15	2.95 เฉยๆ	14
2. การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล	3.41 เฉยๆ	7	3.58 เห็นด้วย	4	3.22 เฉยๆ	8	3.12 เฉยๆ	11
3. การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล	3.54 เห็นด้วย	2	3.71 เห็นด้วย	2	3.58 เห็นด้วย	1	3.34 เฉยๆ	3
4. การใช้สติ๊กเกอร์แทนตราสินค้าโดยอาจติดตามทางเดินหรือชั้นวางสินค้า	3.23 เฉยๆ	14	3.35 เฉยๆ	9	3.06 เฉยๆ	16	2.91 เฉยๆ	17
5. การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ จดซื้อ	3.45 เฉยๆ	4	3.39 เฉยๆ	7	3.33 เฉยๆ	4	3.35 เฉยๆ	2
6. การใช้การแต่งกายของพนักงานในการสื่อสาร	3.20 เฉยๆ	16	3.19 เฉยๆ	14	3.14 เฉยๆ	11	3.09 เฉยๆ	12
7. การจัดตกแต่งประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพสินค้าหรือรูปต่างๆ	3.37 เฉยๆ	11	3.36 เฉยๆ	8	3.27 เฉยๆ	7	3.19 เฉยๆ	8
8. การติดป้ายที่เป็นลักษณะสองด้านติดตั้งที่เพดานหรือจุดให้บริการ	3.27 เฉยๆ	13	3.26 เฉยๆ	11	3.04 เฉยๆ	17	2.95 เฉยๆ	14
9. การนำสินค้ามาวางในกระบะที่แยกส่วน	3.08 เฉยๆ	17	3.14 เฉยๆ	16	3.19 เฉยๆ	10	3.17 เฉยๆ	10
10. ภาพของสินค้าที่ทำจากกระดาษพลาสติกวางตามทางเดิน	3.40 เฉยๆ	8	3.33 เฉยๆ	10	3.20 เฉยๆ	9	3.19 เฉยๆ	8

ตารางที่ 21 (ต่อ) แสดงสรุปค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้าของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย

สื่อภายในร้านค้า	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า							
	ขั้นความตั้งใจ (Attention)		ขั้นความสนใจ (Interest)		ขั้นความปรารถนา (Desire)		ขั้นการกระทำ (Action)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
11. ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางรวมถึงป้ายแขวนที่ติดบนหัวชั้น	3.42 เฉยๆ	5	3.15 เฉยๆ	15	3.13 เฉยๆ	13	3.21 เฉยๆ	6
12. การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า	3.42 เฉยๆ	5	3.77 เห็นด้วย	1	3.38 เฉยๆ	2	3.26 เฉยๆ	4
13. การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ	3.55 เห็นด้วย	1	3.68 เห็นด้วย	3	3.37 เฉยๆ	3	3.36 เฉยๆ	1
14. การจำลองสินค้าให้มีขนาดเล็กกว่าปกติ	2.97 เฉยๆ	19	3.11 เฉยๆ	17	3.00 เฉยๆ	18	2.83 เฉยๆ	19
15. การจัดตกแต่งด้วยไฟประดับ เช่น ไฟวง ไฟเรืองแสง	3.03 เฉยๆ	18	3.20 เฉยๆ	13	3.00 เฉยๆ	18	2.90 เฉยๆ	18
16. การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง	3.53 เห็นด้วย	3	3.45 เฉยๆ	6	3.33 เฉยๆ	4	3.25 เฉยๆ	5
17. สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของหรือบนโต๊ะเชิญชวนให้ซื้อสินค้า	3.21 เฉยๆ	15	3.08 เฉยๆ	19	3.12 เฉยๆ	14	2.93 เฉยๆ	16
18. ภาพของสินค้าที่มีการตัดเข้ารูปมีขนาดบางที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางสินค้า	3.28 เฉยๆ	12	3.25 เฉยๆ	12	3.14 เฉยๆ	11	3.03 เฉยๆ	13
19. การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ	3.38 เฉยๆ	10	3.53 เห็นด้วย	5	3.33 เฉยๆ	4	3.21 เฉยๆ	6

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง เฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้าของอาหารสุนัขสำเร็จรูป ตามลำดับขั้นของโมเดล AIDA ดังนี้

ขั้นความตั้งใจ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ขั้นความตั้งใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การจำลอง

สินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.55) รองลงมาคือ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.54) และการใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือ กำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

ขั้นความสนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ขั้นความสนใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.77) รองลงมาคือ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.71) และการจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ขั้นความปรารถนา ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ขั้นความปรารถนา 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเฉยๆ ได้แก่ การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.38) และการจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.37) ตามลำดับ

ขั้นการกระทำ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ขั้นการกระทำ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเฉยๆ ได้แก่ การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.36) รองลงมาคือ การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.35) และการจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.34) ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้าของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง

สื่อภายในร้านค้า	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า							
	ขั้นความตั้งใจ (Attention)		ขั้นความสนใจ (Interest)		ขั้นความปรารถนา (Desire)		ขั้นการกระทำ (Action)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
1. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่	3.64 เห็นด้วย	3	3.40 เฉยๆ	11	3.44 เฉยๆ	7	3.17 เฉยๆ	10
2. การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล	3.58 เห็นด้วย	6	3.76 เห็นด้วย	3	3.39 เฉยๆ	9	3.20 เฉยๆ	9
3. การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล	3.60 เห็นด้วย	4	3.72 เห็นด้วย	5	3.70 เห็นด้วย	1	3.47 เฉยๆ	1
4. การใช้สติ๊กเกอร์แทนตราสินค้าโดยอาจติดตามทางเดินหรือชั้นวางสินค้า	3.28 เฉยๆ	14	3.44 เฉยๆ	8	3.21 เฉยๆ	12	2.97 เฉยๆ	16
5. การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ จดซื้อ	3.73 เห็นด้วย	2	3.57 เห็นด้วย	7	3.58 เห็นด้วย	3	3.40 เฉยๆ	4
6. การใช้การแต่งกายของพนักงานในการสื่อสาร	3.18 เฉยๆ	16	3.09 เฉยๆ	15	3.07 เฉยๆ	18	2.97 เฉยๆ	16
7. การจัดตกแต่งประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพสินค้าหรือรูปต่างๆ	3.58 เห็นด้วย	6	3.44 เฉยๆ	8	3.41 เฉยๆ	8	3.35 เฉยๆ	5
8. การคิดป้ายที่เป็นลักษณะสองด้านติดตั้งที่เพดานหรือจุดให้บริการ	3.36 เฉยๆ	12	3.28 เฉยๆ	12	3.15 เฉยๆ	16	2.96 เฉยๆ	18
9. การนำสินค้ามาวางในกระบะที่แยกส่วน	3.16 เฉยๆ	17	3.01 เฉยๆ	19	3.35 เฉยๆ	10	3.29 เฉยๆ	8
10. ภาพของสินค้าที่ทำจากกระดาษพลาสติกวางตามทางเดิน	3.43 เฉยๆ	10	3.20 เฉยๆ	13	3.19 เฉยๆ	13	3.06 เฉยๆ	13
11. ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางรวมถึงป้ายแขวนที่ติดบนหัวชั้น	3.42 เฉยๆ	11	3.17 เฉยๆ	14	3.29 เฉยๆ	11	3.15 เฉยๆ	11
12. การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า	3.52 เห็นด้วย	8	3.85 เห็นด้วย	1	3.48 เฉยๆ	6	3.34 เฉยๆ	6

ตารางที่ 22 (ต่อ) แสดงสรุปค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้าของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง

สื่อภายในร้านค้า	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า							
	ขั้นความตั้งใจ (Attention)		ขั้นความสนใจ (Interest)		ขั้นความปรารถนา (Desire)		ขั้นการกระทำ (Action)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
13. การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ	3.60 เห็นด้วย	4	3.76 เห็นด้วย	3	3.60 เห็นด้วย	2	3.47 เฉยๆ	1
14. การจำลองสินค้าให้มีขนาดเล็กกว่าปกติ	2.85 เฉยๆ	19	3.07 เฉยๆ	16	2.81 เฉยๆ	19	2.66 เฉยๆ	19
15. การจัดตกแต่งด้วยไฟประดับ เช่น ไฟรั้ง ไฟเรืองแสง	3.08 เฉยๆ	18	3.44 เฉยๆ	8	3.19 เฉยๆ	13	3.04 เฉยๆ	14
16. การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง	3.79 เห็นด้วย	1	3.59 เห็นด้วย	6	3.52 เห็นด้วย	4	3.38 เฉยๆ	3
17. สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของหรือบนโต๊ะเชิญชวนให้ซื้อสินค้า	3.30 เฉยๆ	13	3.06 เฉยๆ	17	3.14 เฉยๆ	17	3.11 เฉยๆ	12
18. ภาพของสินค้าที่มีการตัดเข้ารูปมีขนาดบางที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางสินค้า	3.21 เฉยๆ	15	3.06 เฉยๆ	17	3.16 เฉยๆ	15	3.04 เฉยๆ	14
19. การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ	3.50 เห็นด้วย	9	3.79 เห็นด้วย	2	3.50 เห็นด้วย	5	3.30 เฉยๆ	7

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง เฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้าของอาหารสุนัขสำเร็จรูป ตามลำดับขั้นของโมเดล AIDA ดังนี้

ขั้นความตั้งใจ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้าขั้นความตั้งใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมาคือ การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่ (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ชั้นความสนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความสนใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การทำ ตึกตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมาคือ การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห่อ (ค่าเฉลี่ย 3.79) และการติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามา กดดูข้อมูล และการจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

ชั้นความปรารถนา ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความปรารถนา 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.70) รองลงมาคือ การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.60) และการสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อ โทรทัศน์ ณ จุดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ชั้นการกระทำ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นการกระทำ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเฉยๆ ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล และการจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.47) รองลงมาคือ การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือ กำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.38) ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านสมารถให้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า จำแนกตามอายุ

สื่อภายในร้านค้า	อายุ							
	15-24 ปี		25-34 ปี		35-44 ปี		45 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ
1. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้น สินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่ มีจำหน่ายอยู่	3.32 เฉยๆ	7	3.48 เฉยๆ	5	3.25 เฉยๆ	4	3.51 เห็นด้วย	2
2. การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้ เข้ามาดูข้อมูล	3.74 เห็นด้วย	2	3.75 เห็นด้วย	2	3.66 เห็นด้วย	1	3.32 เฉยๆ	7
3. การจัดตกแต่งร้านให้มี เอกลักษณ์เฉพาะโดยอาจ จัดตามเทศกาล	3.41 เฉยๆ	5	3.50 เห็นด้วย	4	3.10 เฉยๆ	10	3.38 เฉยๆ	6
4. การใช้สติ๊กเกอร์แทนตรา สินค้าโดยอาจติดตาม ทางเดินหรือชั้นวางสินค้า	2.90 เฉยๆ	19	2.88 เฉยๆ	17	3.07 เฉยๆ	12	3.24 เฉยๆ	10
5. การสาธิตการใช้สินค้า โดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุด ซื้อ	3.75 เห็นด้วย	1	3.88 เห็นด้วย	1	3.63 เห็นด้วย	2	3.51 เห็นด้วย	2
6. การใช้การแต่งกายของ พนักงานในการสื่อสาร	3.27 เฉยๆ	11	2.92 เฉยๆ	16	2.93 เฉยๆ	15	3.11 เฉยๆ	15
7. การจัดตกแต่งประตู หน้าต่างของร้านด้วยภาพ สินค้าหรือรูปต่างๆ	3.31 เฉยๆ	10	3.24 เฉยๆ	10	3.03 เฉยๆ	13	3.54 เห็นด้วย	1
8. การคิดป้ายที่เป็นลักษณะ สองด้านติดตั้งที่เพดาน หรือจุดให้บริการ	3.15 เฉยๆ	13	3.09 เฉยๆ	14	2.90 เฉยๆ	17	3.22 เฉยๆ	12
9. การนำสินค้ามาวางใน กระบะที่แยกส่วน	3.09 เฉยๆ	15	2.99 เฉยๆ	15	2.91 เฉยๆ	16	3.11 เฉยๆ	15

ตารางที่ 23 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านสามารถให้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า จำแนกตามอายุ

สื่อภายในร้านค้า	อายุ							
	15-24 ปี		25-34 ปี		35-44 ปี		45 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ
10. ภาพของสินค้าที่ทำจาก กระดาษพลาสติก วางตาม ทางเดิน	3.42 เฉยๆ	4	3.29 เฉยๆ	9	3.22 เฉยๆ	6	3.30 เฉยๆ	9
11. ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวาง รวมถึงป้ายแขวนที่ติดบน หัวชั้น	3.32 เฉยๆ	7	3.30 เฉยๆ	8	3.16 เฉยๆ	9	3.32 เฉยๆ	7
12. การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์ เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า	3.02 เฉยๆ	16	3.21 เฉยๆ	11	3.21 เฉยๆ	7	3.14 เฉยๆ	14
13. การจำลองสินค้าให้มี ขนาดใหญ่กว่าปกติ	3.34 เฉยๆ	6	3.33 เฉยๆ	7	3.25 เฉยๆ	4	3.49 เฉยๆ	5
14. การจำลองสินค้าให้มี ขนาดเล็กกว่าปกติ	2.92 เฉยๆ	17	2.70 เฉยๆ	19	2.73 เฉยๆ	19	2.70 เฉยๆ	18
15. การจัดตกแต่งด้วยไฟ ประดับ เช่น ไฟวิ่ง ไฟ เรืองแสง	2.92 เฉยๆ	17	2.88 เฉยๆ	17	2.82 เฉยๆ	18	2.70 เฉยๆ	18
16. การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ ในการตกแต่งติดตามผนัง หรือกำแพง	3.58 เห็นด้วย	3	3.52 เห็นด้วย	3	3.37 เฉยๆ	3	3.51 เห็นด้วย	2
17. สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของ หรือบนโต๊ะเชิญชวนให้ ซื้อสินค้า	3.13 เฉยๆ	14	3.35 เฉยๆ	6	2.99 เฉยๆ	14	3.24 เฉยๆ	10
18. ภาพของสินค้าที่มีการตัด เข้ารูปมีขนาดบางที่ติดตั้ง ไว้ที่ชั้นวางสินค้า	3.17 เฉยๆ	12	3.20 เฉยๆ	12	3.10 เฉยๆ	10	3.11 เฉยๆ	15

ตารางที่ 23 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านสามารถให้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า จำแนกตามอายุ

สื่อภายในร้านค้า	อายุ							
	15-24 ปี		25-34 ปี		35-44 ปี		45 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นในชั้นความตั้งใจ (Attention)	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นในชั้นความตั้งใจ (Attention)	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นในชั้นความตั้งใจ (Attention)	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นในชั้นความตั้งใจ (Attention)
19. การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ	3.32	7	3.10	13	3.21	7	3.19	13

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง เฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-24 ปี มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านสามารถให้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมาคือ การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.74) และการใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-34 ปี มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านสามารถให้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมาคือ การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.75) และการใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35-44 ปี มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านสามารถให้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.66) รองลงมาคือ การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเฉยๆ ได้แก่ การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.37) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า
ขึ้นความตั้งใจ ด้านสามารถให้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมี
ความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การจัดตกแต่งประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพสินค้าหรือรูปต่างๆ
(ค่าเฉลี่ย 3.54) รองลงมาคือ ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่ การ
สาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ และการใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตาม
ผนังหรือกำแพง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านช่วยให้จ่าอี้หื้อสินค้ำได้ หลังจากที่เคยเห็น โฆษณามาก่อน จำแนกตามอายุ

สื่อภายในร้านค้า	อายุ							
	15-24 ปี		25-34 ปี		35-44 ปี		45 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ
1. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้น สินค้ำ เพื่อบอกถึงสินค้ำที่ มีจำหน่ายอยู่	3.50 เห็นด้วย	9	3.67 เห็นด้วย	4	3.43 เฉยๆ	7	3.68 เห็นด้วย	3
2. การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้ เข้ามาดูข้อมูล	3.46 เฉยๆ	10	3.31 เฉยๆ	14	3.21 เฉยๆ	14	3.22 เฉยๆ	16
3. การจัดตกแต่งร้านให้มี เอกลักษณ์เฉพาะโดยอาจ จัดตามเทศกาล	3.59 เห็นด้วย	4	3.67 เห็นด้วย	4	3.57 เห็นด้วย	4	3.62 เห็นด้วย	5
4. การใช้สติ๊กเกอร์แทนตรา สินค้ำโดยอาจติดตาม ทางเดินหรือชั้นวางสินค้ำ	3.27 เฉยๆ	15	3.43 เฉยๆ	11	3.45 เฉยๆ	6	3.27 เฉยๆ	14
5. การสาธิตการใช้สินค้ำ โดยใช้สื่อ โทรทัศน์ ณ จุด ซื้อ	3.56 เห็นด้วย	5	3.61 เห็นด้วย	7	3.36 เฉยๆ	9	3.35 เฉยๆ	11
6. การใช้การแต่งกายของ พนักงานในการสื่อสาร	3.29 เฉยๆ	14	3.09 เฉยๆ	18	3.01 เฉยๆ	17	3.32 เฉยๆ	12
7. การจัดตกแต่งประตู หน้าต่างของร้านด้วยภาพ สินค้ำหรือรูปต่างๆ	3.62 เห็นด้วย	3	3.66 เห็นด้วย	6	3.42 เฉยๆ	8	3.68 เห็นด้วย	3
8. การคิดป้ายที่เป็นลักษณะ สองด้านติดตั้งที่เพดาน หรือจุดให้บริการ	3.36 เฉยๆ	12	3.45 เฉยๆ	10	3.34 เฉยๆ	10	3.51 เห็นด้วย	7
9. การนำสินค้ำมาวางใน กระบะที่แยกส่วน	3.21 เฉยๆ	16	3.20 เฉยๆ	17	3.00 เฉยๆ	18	3.32 เฉยๆ	12

ตารางที่ 24 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ
ด้านช่วยให้จ่ายหือสินค้าได้ หลังจากที่เคยเห็นโฆษณามาก่อน จำแนกตามอายุ

สื่อภายในร้านค้า	อายุ							
	15-24 ปี		25-34 ปี		35-44 ปี		45 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ
10. ภาพของสินค้าที่ทำจาก กระดาษพลาสติกวางตาม ทางเดิน	3.54 เห็นด้วย	7	3.42 เฉยๆ	12	3.33 เฉยๆ	11	3.41 เฉยๆ	10
11. ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวาง รวมถึงป้ายแขวนที่ติดบน หัวชั้น	3.44 เฉยๆ	11	3.49 เฉยๆ	9	3.33 เฉยๆ	11	3.46 เฉยๆ	8
12. การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์ เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า	3.54 เห็นด้วย	7	3.75 เห็นด้วย	2	3.60 เห็นด้วย	3	3.57 เห็นด้วย	6
13. การจำลองสินค้าให้มี ขนาดใหญ่กว่าปกติ	3.68 เห็นด้วย	2	3.75 เห็นด้วย	2	3.52 เห็นด้วย	5	3.70 เห็นด้วย	2
14. การจำลองสินค้าให้มี ขนาดเล็กกว่าปกติ	3.04 เฉยๆ	19	2.68 เฉยๆ	19	2.88 เฉยๆ	19	2.65 เฉยๆ	19
15. การจัดตกแต่งด้วยไฟ ประดับ เช่น ไฟวิ่ง ไฟ เรืองแสง	3.19 เฉยๆ	18	3.25 เฉยๆ	16	3.13 เฉยๆ	16	2.92 เฉยๆ	18
16. การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ ในการตกแต่งติดตามผนัง หรือกำแพง	3.69 เห็นด้วย	1	3.99 เห็นด้วย	1	3.63 เห็นด้วย	2	3.73 เห็นด้วย	1
17. สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของ หรือบนโต๊ะเชิญชวนให้ ซื้อสินค้า	3.20 เฉยๆ	17	3.41 เฉยๆ	13	3.15 เฉยๆ	15	3.24 เฉยๆ	15
18. ภาพของสินค้าที่มีการตัด เข้ารูปมีขนาดบางที่ติดตั้ง ไว้ที่ชั้นวางสินค้า	3.30 เฉยๆ	13	3.28 เฉยๆ	15	3.25 เฉยๆ	13	3.08 เฉยๆ	17

ตารางที่ 24 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านช่วยให้จ่ายหือสินค้าได้ หลังจากที่เคยเห็น โฆษณามาก่อน จำแนกตามอายุ

สื่อภายในร้านค้า	อายุ							
	15-24 ปี		25-34 ปี		35-44 ปี		45 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นในชั้นความตั้งใจ (Attention)	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นในชั้นความตั้งใจ (Attention)	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นในชั้นความตั้งใจ (Attention)	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นในชั้นความตั้งใจ (Attention)
19. การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ	3.56	5	3.53	8	3.69	1	3.43	9

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง เฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-24 ปี มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านช่วยให้จ่ายหือสินค้าได้ หลังจากที่เคยเห็น โฆษณามาก่อน 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.69) รองลงมาคือ การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และการจัดตกแต่งประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพสินค้าหรือรูปต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-34 ปี มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านช่วยให้จ่ายหือสินค้าได้ หลังจากที่เคยเห็น โฆษณามาก่อน 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมาคือ การทำตุ๊กตาสัตว์ลักษณะเป็นตัวแทนของสินค้า และการจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35-44 ปี มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านช่วยให้จ่ายหือสินค้าได้ หลังจากที่เคยเห็น โฆษณามาก่อน 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.69) รองลงมาคือ การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่ง

ติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.63) และการทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านช่วยให้จ๋ายี่ห้อสินค้าได้ หลังจากที่เคยเห็นโฆษณามาก่อน 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่ง ติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมาคือ การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่ และการจัดตกแต่งประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพสินค้าหรือรูปต่างๆ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านช่วยเหลือสารตราสินค้า จำแนกตามอายุ

สื่อภายในร้านค้า	อายุ							
	15-24 ปี		25-34 ปี		35-44 ปี		45 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ
1. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้น สินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่ มีจำหน่ายอยู่	3.54 เห็นด้วย	9	3.78 เห็นด้วย	5	3.79 เห็นด้วย	1	3.86 เห็นด้วย	2
2. การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้ เข้ามาดูข้อมูล	3.64 เห็นด้วย	6	3.55 เห็นด้วย	10	3.48 เฉยๆ	10	3.41 เฉยๆ	11
3. การจัดตกแต่งร้านให้มี เอกลักษณ์เฉพาะโดยอาจ จัดตามเทศกาล	3.74 เห็นด้วย	2	3.86 เห็นด้วย	1	3.57 เห็นด้วย	4	3.54 เห็นด้วย	6
4. การใช้สติ๊กเกอร์แทนตรา สินค้าโดยอาจติดตาม ทางเดินหรือชั้นวางสินค้า	3.44 เฉยๆ	12	3.46 เฉยๆ	14	3.51 เห็นด้วย	8	3.41 เฉยๆ	11
5. การสาธิตการใช้สินค้าโดย ใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ	3.62 เห็นด้วย	7	3.70 เห็นด้วย	7	3.52 เห็นด้วย	6	3.59 เห็นด้วย	5
6. การใช้การแต่งกายของ พนักงานในการสื่อสาร	3.39 เฉยๆ	14	3.48 เฉยๆ	13	3.09 เฉยๆ	15	3.27 เฉยๆ	14
7. การจัดตกแต่งประตู หน้าต่างของร้านด้วยภาพ สินค้าหรือรูปต่างๆ	3.65 เห็นด้วย	4	3.70 เห็นด้วย	7	3.54 เห็นด้วย	5	3.86 เห็นด้วย	2
8. การคิดป้ายที่เป็นลักษณะ สองด้านติดตั้งที่เพดานหรือ จุดให้บริการ	3.46 เฉยๆ	11	3.55 เห็นด้วย	10	3.46 เฉยๆ	13	3.54 เห็นด้วย	6
9. การนำสินค้ามาวางใน กระบะที่แยกส่วน	3.27 เฉยๆ	17	3.18 เฉยๆ	17	3.07 เฉยๆ	18	3.24 เฉยๆ	16

ตารางที่ 25 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ
ด้านช่วยสื่อสารตราสินค้า จำแนกตามอายุ

สื่อภายในร้านค้า	อายุ							
	15-24 ปี		25-34 ปี		35-44 ปี		45 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความตั้งใจ (Attention)	ลำดับ
10. ภาพของสินค้าที่ทำจาก กระดาษพลาสติก วางตาม ทางเดิน	3.44 เฉยๆ	12	3.59 เห็นด้วย	9	3.48 เฉยๆ	10	3.32 เฉยๆ	13
11. ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวาง รวมถึงป้ายแขวนที่ติดบน หัวชั้น	3.55 เห็นด้วย	8	3.54 เห็นด้วย	12	3.48 เฉยๆ	10	3.49 เฉยๆ	9
12. การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์ เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า	3.53 เห็นด้วย	10	3.86 เห็นด้วย	1	3.64 เห็นด้วย	2	3.54 เห็นด้วย	6
13. การจำลองสินค้าให้มี ขนาดใหญ่กว่าปกติ	3.72 เห็นด้วย	3	3.85 เห็นด้วย	4	3.49 เฉยๆ	9	3.70 เห็นด้วย	4
14. การจำลองสินค้าให้มี ขนาดเล็กกว่าปกติ	3.17 เฉยๆ	19	2.98 เฉยๆ	19	2.93 เฉยๆ	19	2.78 เฉยๆ	19
15. การจัดตกแต่งด้วยไฟ ประดับ เช่น ไฟว๊ิง ไฟ เรืองแสง	3.19 เฉยๆ	18	3.18 เฉยๆ	17	3.09 เฉยๆ	15	2.97 เฉยๆ	18
16. การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ ในการตกแต่งติดตามผนัง หรือกำแพง	3.77 เห็นด้วย	1	3.86 เห็นด้วย	1	3.64 เห็นด้วย	2	3.92 เห็นด้วย	1
17. สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของ หรือบนโต๊ะเชิญชวนให้ ซื้อสินค้า	3.32 เฉยๆ	16	3.43 เฉยๆ	15	3.09 เฉยๆ	17	3.43 เฉยๆ	10
18. ภาพของสินค้าที่มีการตัด เข้ารูปมีขนาดบางที่ติดตั้ง ไว้ที่ชั้นวางสินค้า	3.33 เฉยๆ	15	3.30 เฉยๆ	16	3.21 เฉยๆ	14	3.19 เฉยๆ	17

ตารางที่ 25 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านช่วยเหลือสารตราสินค้า จำแนกตามอายุ

สื่อภายในร้านค้า	อายุ							
	15-24 ปี		25-34 ปี		35-44 ปี		45 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นในชั้นความตั้งใจ (Attention)	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นในชั้นความตั้งใจ (Attention)	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นในชั้นความตั้งใจ (Attention)	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นในชั้นความตั้งใจ (Attention)
19. การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อม	3.65	4	3.72	6	3.52	6	3.27	14

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง เฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-24 ปี มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านช่วยเหลือสารตราสินค้า 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.77) รองลงมาคือ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะโดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.74) และการจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-34 ปี มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านช่วยเหลือสารตราสินค้า 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะโดยอาจจัดตามเทศกาล การทำตุ๊กตาสัตว์สัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า และการใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35-44 ปี มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความตั้งใจ ด้านช่วยเหลือสารตราสินค้า 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่ (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมาคือ การทำตุ๊กตาสัตว์สัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า และการใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า
ชั้นความตั้งใจ ด้านช่วยเหลือสารตราสินค้า 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น
ระดับเห็นด้วย ได้แก่ การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.92)
รองลงมาคือ ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่ และการจัดตกแต่ง
ประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพสินค้าหรือรูปต่างๆ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความสนใจ ด้านช่วยให้สินค้าน่าสนใจ จำแนกตามอายุ

สื่อภายในร้านค้า	อายุ							
	15-24 ปี		25-34 ปี		35-44 ปี		45 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความสนใจ (Interest)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความสนใจ (Interest)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความสนใจ (Interest)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความสนใจ (Interest)	ลำดับ
1. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้น สินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่ มีจำหน่ายอยู่	3.37 เฉยๆ	11	3.36 เฉยๆ	10	3.03 เฉยๆ	14	3.38 เฉยๆ	8
2. การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้ เข้ามาดูข้อมูล	3.73 เห็นด้วย	3	3.78 เห็นด้วย	3	3.58 เห็นด้วย	5	3.54 เห็นด้วย	4
3. การจัดตกแต่งร้านให้มี เอกลักษณ์เฉพาะโดยอาจ จัดตามเทศกาล	3.73 เห็นด้วย	3	3.75 เห็นด้วย	4	3.52 เห็นด้วย	6	3.92 เห็นด้วย	1
4. การใช้สติ๊กเกอร์แทนตรา สินค้าโดยอาจติดตาม ทางเดินหรือชั้นวางสินค้า	3.38 เฉยๆ	10	3.47 เฉยๆ	8	3.37 เฉยๆ	8	3.32 เฉยๆ	10
5. การสาธิตการใช้สินค้า โดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุด ซื้อ	3.56 เห็นด้วย	6	3.51 เห็นด้วย	7	3.43 เฉยๆ	7	3.46 เฉยๆ	6
6. การใช้การแต่งกายของ พนักงานในการสื่อสาร	3.17 เฉยๆ	18	3.13 เฉยๆ	14	3.00 เฉยๆ	16	3.22 เฉยๆ	13
7. การจัดตกแต่งประตู หน้าต่างของร้านด้วยภาพ สินค้าหรือรูปต่างๆ	3.48 เฉยๆ	8	3.44 เฉยๆ	9	3.25 เฉยๆ	9	3.38 เฉยๆ	8
8. การคิดป้ายที่เป็นลักษณะ สองด้านติดตั้งที่เพดาน หรือจุดให้บริการ	3.31 เฉยๆ	15	3.26 เฉยๆ	12	3.16 เฉยๆ	12	3.46 เฉยๆ	6
9. การนำสินค้ามาวางใน กระบะที่แยกส่วน	3.20 เฉยๆ	17	3.01 เฉยๆ	18	2.90 เฉยๆ	19	3.05 เฉยๆ	17

ตารางที่ 26 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความสนใจ
ด้านช่วยให้สินค้าน่าสนใจ จำแนกตามอายุ

สื่อภายในร้านค้า	อายุ							
	15-24 ปี		25-34 ปี		35-44 ปี		45 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความสนใจ (Interest)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความสนใจ (Interest)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความสนใจ (Interest)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น ความสนใจ (Interest)	ลำดับ
10. ภาพของสินค้าที่ทำจาก กระดาษพลาสติก วางตาม ทางเดิน	3.36 เฉยๆ	12	3.20 เฉยๆ	13	3.21 เฉยๆ	11	3.16 เฉยๆ	14
11. ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวาง รวมถึงป้ายแขวนที่ติดบน หัวชั้น	3.35 เฉยๆ	13	3.05 เฉยๆ	16	3.01 เฉยๆ	15	3.30 เฉยๆ	11
12. การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์ เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า	3.73 เห็นด้วย	3	3.86 เห็นด้วย	1	3.87 เห็นด้วย	1	3.86 เห็นด้วย	2
13. การจำลองสินค้าให้มี ขนาดใหญ่กว่าปกติ	3.74 เห็นด้วย	2	3.80 เห็นด้วย	2	3.61 เห็นด้วย	4	3.68 เห็นด้วย	3
14. การจำลองสินค้าให้มี ขนาดเล็กกว่าปกติ	3.35 เฉยๆ	13	2.99 เฉยๆ	19	2.99 เฉยๆ	17	2.81 เฉยๆ	19
15. การจัดตกแต่งด้วยไฟ ประดับ เช่น ไฟวิ่ง ไฟ เรืองแสง	3.54 เห็นด้วย	7	3.34 เฉยๆ	11	3.24 เฉยๆ	10	3.14 เฉยๆ	16
16. การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ ในการตกแต่งติดตามผนัง หรือกำแพง	3.44 เฉยๆ	9	3.57 เห็นด้วย	6	3.66 เห็นด้วย	3	3.51 เห็นด้วย	5
17. สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของ หรือบนโต๊ะเชิญชวนให้ ซื้อสินค้า	3.17 เฉยๆ	18	3.03 เฉยๆ	17	2.96 เฉยๆ	18	3.16 เฉยๆ	14
18. ภาพของสินค้าที่มีการตัด เข้ารูปมีขนาดบางที่ติดตั้ง ไว้ที่ชั้นวางสินค้า	3.23 เฉยๆ	16	3.12 เฉยๆ	15	3.06 เฉยๆ	13	3.00 เฉยๆ	18

ตารางที่ 26 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความสนใจ ด้านช่วยให้สินค้าน่าสนใจ จำแนกตามอายุ

สื่อภายในร้านค้า	อายุ							
	15-24 ปี		25-34 ปี		35-44 ปี		45 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นในชั้นความสนใจ (Interest)	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นในชั้นความสนใจ (Interest)	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นในชั้นความสนใจ (Interest)	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นในชั้นความสนใจ (Interest)
19. การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อย	3.79	1	3.70	5	3.79	2	3.30	11

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง เฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-24 ปี มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความสนใจ ด้านช่วยให้สินค้าน่าสนใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อย (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมาคือ การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.74) และการติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะโดยอาจจัดตามเทศกาล และการทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-34 ปี มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความสนใจ ด้านช่วยให้สินค้าน่าสนใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมาคือ การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.80) และการติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35-44 ปี มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความสนใจ ด้านช่วยให้สินค้าน่าสนใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมาคือ การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อย (ค่าเฉลี่ย 3.79) และการใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า
ขึ้นความสนใจ ด้านช่วยให้สินค้าน่าสนใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น
ระดับเห็นด้วย ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย
3.92) รองลงมาคือ การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.86) และการจำลอง
สินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความปรารถนา ด้าน
ช่วยให้เกิดความถี่ต้องการ ณ จุดซื้อ จำแนกตามอายุ

สื่อภายในร้านค้า	อายุ							
	15-24 ปี		25-34 ปี		35-44 ปี		45 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นใน ชั้นความ ปรารถนา (Desire)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นใน ชั้นความ ปรารถนา (Desire)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นใน ชั้นความ ปรารถนา (Desire)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นใน ชั้นความ ปรารถนา (Desire)	ลำดับ
1. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้น สินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่ มีจำหน่ายอยู่	3.23 เฉยๆ	14	3.42 เฉยๆ	7	3.06 เฉยๆ	12	3.68 เห็นด้วย	1
2. การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้ เข้ามากดดูข้อมูล	3.55 เห็นด้วย	3	3.22 เฉยๆ	11	3.28 เฉยๆ	8	3.22 เฉยๆ	12
3. การจัดตกแต่งร้านให้มี เอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจ จัดตามเทศกาล	3.69 เห็นด้วย	1	3.78 เห็นด้วย	1	3.37 เฉยๆ	6	3.65 เห็นด้วย	2
4. การใช้สติ๊กเกอร์แทนตรา สินค้าโดยอาจติดตาม ทางเดินหรือชั้นวางสินค้า	3.18 เฉยๆ	18	3.08 เฉยๆ	16	3.28 เฉยๆ	8	3.19 เฉยๆ	13
5. การสาธิตการใช้สินค้า โดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุด ซื้อ	3.53 เห็นด้วย	5	3.49 เฉยๆ	4	3.45 เฉยๆ	2	3.54 เห็นด้วย	5
6. การใช้การแต่งกายของ พนักงานในการสื่อสาร	3.21 เฉยๆ	15	3.04 เฉยๆ	17	3.01 เฉยๆ	14	3.11 เฉยๆ	16
7. การจัดตกแต่งประตู หน้าต่างของร้านด้วยภาพ สินค้าหรือรูปต่างๆ	3.28 เฉยๆ	12	3.38 เฉยๆ	8	3.39 เฉยๆ	4	3.51 เห็นด้วย	6
8. การคิดป้ายที่เป็นลักษณะ สองด้านติดตั้งที่เพดานหรือ จุดให้บริการ	3.20 เฉยๆ	17	3.03 เฉยๆ	18	3.13 เฉยๆ	10	3.14 เฉยๆ	15
9. การนำสินค้ามาวางใน กระบะที่แยกส่วน	3.21 เฉยๆ	15	3.45 เฉยๆ	6	3.07 เฉยๆ	11	3.35 เฉยๆ	9

ตารางที่ 27 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความปรารถนา
ด้านช่วยให้เกิดความต้องการ ณ จุดซื้อ จำแนกตามอายุ

สื่อภายในร้านค้า	อายุ							
	15-24 ปี		25-34 ปี		35-44 ปี		45 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นใน ชั้นความ ปรารถนา (Desire)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นใน ชั้นความ ปรารถนา (Desire)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นใน ชั้นความ ปรารถนา (Desire)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นใน ชั้นความ ปรารถนา (Desire)	ลำดับ
10. ภาพของสินค้าที่ทำจาก กระดวยพลาสติก วางตาม ทางเดิน	3.34 เฉยๆ	6	3.13 เฉยๆ	13	3.04 เฉยๆ	13	3.24 เฉยๆ	11
11. ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวาง รวมถึงป้ายแขวนที่ติดบน หัวชั้น	3.31 เฉยๆ	9	3.24 เฉยๆ	10	2.99 เฉยๆ	16	3.46 เฉยๆ	7
12. การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์ เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า	3.33 เฉยๆ	7	3.49 เฉยๆ	4	3.45 เฉยๆ	2	3.62 เห็นด้วย	3
13. การจำลองสินค้าให้มี ขนาดใหญ่กว่าปกติ	3.54 เห็นด้วย	4	3.61 เห็นด้วย	2	3.30 เฉยๆ	7	3.57 เห็นด้วย	4
14. การจำลองสินค้าให้มี ขนาดเล็กกว่าปกติ	3.00 เฉยๆ	19	2.83 เฉยๆ	19	2.91 เฉยๆ	18	2.59 เฉยๆ	19
15. การจัดตกแต่งด้วยไฟ ประดับ เช่น ไฟวง ไฟ เรืองแสง	3.30 เฉยๆ	10	3.10 เฉยๆ	14	3.01 เฉยๆ	14	2.89 เฉยๆ	18
16. การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ ในการตกแต่งติดตามผนัง หรือกำแพง	3.33 เฉยๆ	7	3.60 เห็นด้วย	3	3.39 เฉยๆ	4	3.41 เฉยๆ	8
17. สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของ หรือบน โต๊ะเชิญชวนให้ ซื้อสินค้า	3.25 เฉยๆ	13	3.09 เฉยๆ	15	2.90 เฉยๆ	19	3.35 เฉยๆ	9
18. ภาพของสินค้าที่มีการตัด เข้ารูปมีขนาดบางที่ติดตั้ง ไว้ที่ชั้นวางสินค้า	3.29 เฉยๆ	11	3.18 เฉยๆ	12	2.99 เฉยๆ	16	2.97 เฉยๆ	17

ตารางที่ 27 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความปรารถนา ด้านช่วยให้เกิดความต้องการ ณ จุดซื้อ จำแนกตามอายุ

สื่อภายในร้านค้า	อายุ							
	15-24 ปี		25-34 ปี		35-44 ปี		45 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นใน ชั้นความ ปรารถนา (Desire)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นใน ชั้นความ ปรารถนา (Desire)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นใน ชั้นความ ปรารถนา (Desire)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นใน ชั้นความ ปรารถนา (Desire)	ลำดับ
19. การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ	3.59	2	3.38	8	3.46	1	3.19	13

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง เฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-24 ปี มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความปรารถนา ด้านช่วยให้เกิดความต้องการ ณ จุดซื้อ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะโดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.69) รองลงมาคือ การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.59) และการติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-34 ปี มีความคิดเห็นต่อการสื่อภายในร้านค้า ชั้นความปรารถนา ด้านช่วยให้เกิดความต้องการ ณ จุดซื้อ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะโดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมาคือ การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.61) และ การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35-44 ปี มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความปรารถนา ด้านช่วยให้เกิดความต้องการ ณ จุดซื้อ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเฉยๆ ได้แก่ การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.46) รองลงมาคือ การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ และการทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.45) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า
 ชั้นความปรารถนา ด้านช่วยให้เกิดความต้องการ ณ จุดซื้อ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมี
 ความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่
 (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมาคือ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล
 (ค่าเฉลี่ย 3.65) และการทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ขึ้นการกระทำ ด้านช่วยให้เกิดการซื้อสินค้า จำแนกตามอายุ

สื่อภายในร้านค้า	อายุ							
	15-24 ปี		25-34 ปี		35-44 ปี		45 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น การกระทำ (Action)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น การกระทำ (Action)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น การกระทำ (Action)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น การกระทำ (Action)	ลำดับ
1. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้น สินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่ มีจำหน่ายอยู่	3.20 เฉยๆ	14	3.02 เฉยๆ	11	2.85 เฉยๆ	14	3.51 เห็นด้วย	1
2. การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้ เข้ามาดูข้อมูล	3.37 เฉยๆ	5	3.09 เฉยๆ	9	3.07 เฉยๆ	8	3.11 เฉยๆ	12
3. การจัดตกแต่งร้านให้มี เอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจ จัดตามเทศกาล	3.56 เห็นด้วย	1	3.51 เห็นด้วย	1	3.03 เฉยๆ	9	3.46 เฉยๆ	2
4. การใช้สติ๊กเกอร์แทนตรา สินค้าโดยอาจติดตาม ทางเดินหรือชั้นวางสินค้า	3.06 เฉยๆ	18	2.83 เฉยๆ	18	2.97 เฉยๆ	12	3.05 เฉยๆ	16
5. การสาธิตการใช้สินค้า โดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุด ซื้อ	3.39 เฉยๆ	4	3.41 เฉยๆ	4	3.30 เฉยๆ	1	3.38 เฉยๆ	3
6. การใช้การแต่งกายของ พนักงานในการสื่อสาร	3.28 เฉยๆ	10	2.87 เฉยๆ	17	2.93 เฉยๆ	13	2.89 เฉยๆ	18
7. การจัดตกแต่งประตู หน้าต่างของร้านด้วยภาพ สินค้าหรือรูปต่างๆ	3.32 เฉยๆ	7	3.26 เฉยๆ	7	3.28 เฉยๆ	2	3.38 เฉยๆ	3
8. การคิดป้ายที่เป็นลักษณะ สองด้านติดตั้งที่เพดานหรือ จุดให้บริการ	3.09 เฉยๆ	17	2.90 เฉยๆ	16	2.78 เฉยๆ	19	3.11 เฉยๆ	12
9. การนำสินค้ามาวางใน กระบะที่แยกส่วน	3.32 เฉยๆ	7	3.29 เฉยๆ	6	3.00 เฉยๆ	11	3.32 เฉยๆ	7

ตารางที่ 28 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ขึ้นการกระทำ
ด้านช่วยให้เกิดการซื้อสินค้า จำแนกตามอายุ

สื่อภายในร้านค้า	อายุ							
	15-24 ปี		25-34 ปี		35-44 ปี		45 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น การกระทำ (Action)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น การกระทำ (Action)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น การกระทำ (Action)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น การกระทำ (Action)	ลำดับ
10. ภาพของสินค้าที่ทำจาก กระดาษพลาสติก วางตาม ทางเดิน	3.16 เฉยๆ	16	3.01 เฉยๆ	13	3.15 เฉยๆ	6	3.22 เฉยๆ	10
11. ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวาง รวมถึงป้ายแขวนที่ติดบน หัวชั้น	3.35 เฉยๆ	6	3.09 เฉยๆ	9	3.01 เฉยๆ	10	3.22 เฉยๆ	10
12. การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์ เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า	3.32 เฉยๆ	7	3.32 เฉยๆ	5	3.25 เฉยๆ	4	3.38 เฉยๆ	3
13. การจำลองสินค้าให้มี ขนาดใหญ่กว่าปกติ	3.52 เห็นด้วย	2	3.48 เฉยๆ	2	3.27 เฉยๆ	3	3.32 เฉยๆ	7
14. การจำลองสินค้าให้มี ขนาดเล็กกว่าปกติ	2.81 เฉยๆ	19	2.64 เฉยๆ	19	2.82 เฉยๆ	16	2.57 เฉยๆ	19
15. การจัดตกแต่งด้วยไฟ ประดับ เช่น ไฟวิ่ง ไฟ เรืองแสง	3.22 เฉยๆ	13	2.91 เฉยๆ	15	2.82 เฉยๆ	16	2.92 เฉยๆ	17
16. การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ ในการตกแต่งติดตามผนัง หรือกำแพง	3.26 เฉยๆ	11	3.45 เฉยๆ	3	3.21 เฉยๆ	5	3.38 เฉยๆ	3
17. สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของ หรือบนโต๊ะเชิญชวนให้ ซื้อสินค้า	3.23 เฉยๆ	12	3.00 เฉยๆ	14	2.84 เฉยๆ	15	3.11 เฉยๆ	12
18. ภาพของสินค้าที่มีการตัด เข้ารูปมีขนาดบางที่ติดตั้ง ไว้ที่ชั้นวางสินค้า	3.18 เฉยๆ	15	3.02 เฉยๆ	11	2.82 เฉยๆ	16	3.08 เฉยๆ	15

ตารางที่ 28 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า ขึ้นการกระทำ ด้านช่วยให้เกิดการซื้อสินค้า จำแนกตามอายุ

สื่อภายในร้านค้า	อายุ							
	15-24 ปี		25-34 ปี		35-44 ปี		45 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น การกระทำ (Action)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น การกระทำ (Action)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น การกระทำ (Action)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย ระดับความ คิดเห็นในชั้น การกระทำ (Action)	ลำดับ
19. การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อย	3.49 เฉยๆ	3	3.20 เฉยๆ	8	3.09 เฉยๆ	7	3.24 เฉยๆ	9

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง เฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-24 ปี มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ขึ้นการกระทำ ด้านช่วยให้เกิดการซื้อสินค้า 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.56) รองลงมาคือ การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.52) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเฉยๆ ได้แก่ การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อย (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-34 ปี มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ขึ้นการกระทำ ด้านช่วยให้เกิดการซื้อสินค้า 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.51) รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเฉยๆ ได้แก่ การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.48) และการใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.45) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35-44 ปี มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ขึ้นการกระทำ ด้านช่วยให้เกิดการซื้อสินค้า 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเฉยๆ ได้แก่ การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.30) รองลงมาคือ การจัด

ตกแต่งประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพสินค้าหรือรูปต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.28) และการจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.27) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ขึ้นการกระทำ ด้านช่วยให้เกิดการซื้อสินค้า 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่ (ค่าเฉลี่ย 3.51) รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเฉยๆ ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.46) และการสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ การจัดตกแต่งประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพสินค้าหรือรูปต่างๆ การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า และการใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.38) ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-24 ปี

สื่อภายในร้านค้า	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า							
	ขั้นความตั้งใจ (Attention)		ขั้นความสนใจ (Interest)		ขั้นความปรารถนา (Desire)		ขั้นการกระทำ (Action)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
1. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่	3.45 เฉยๆ	9	3.37 เฉยๆ	11	3.23 เฉยๆ	14	3.20 เฉยๆ	14
2. การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล	3.61 เห็นด้วย	3	3.73 เห็นด้วย	3	3.55 เห็นด้วย	3	3.37 เฉยๆ	5
3. การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล	3.58 เห็นด้วย	4	3.73 เห็นด้วย	3	3.69 เห็นด้วย	1	3.56 เห็นด้วย	1
4. การใช้สติ๊กเกอร์แทนตราสินค้าโดยอาจติดตามทางเดินหรือชั้นวางสินค้า	3.20 เฉยๆ	16	3.38 เฉยๆ	10	3.18 เฉยๆ	18	3.06 เฉยๆ	18
5. การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ จดซื้อ	3.64 เห็นด้วย	2	3.56 เห็นด้วย	6	3.53 เห็นด้วย	5	3.39 เฉยๆ	4
6. การใช้การแต่งกายของพนักงานในการสื่อสาร	3.31 เฉยๆ	13	3.17 เฉยๆ	18	3.21 เฉยๆ	15	3.28 เฉยๆ	10
7. การจัดตกแต่งประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพสินค้าหรือรูปต่างๆ	3.53 เห็นด้วย	6	3.48 เฉยๆ	8	3.28 เฉยๆ	12	3.32 เฉยๆ	7
8. การคิดป้ายที่เป็นลักษณะสองด้านติดตั้งที่เพดานหรือจุดให้บริการ	3.32 เฉยๆ	12	3.31 เฉยๆ	15	3.20 เฉยๆ	17	3.09 เฉยๆ	17
9. การนำสินค้ามาวางในกระบะที่แยกส่วน	3.19 เฉยๆ	17	3.20 เฉยๆ	17	3.21 เฉยๆ	15	3.32 เฉยๆ	7
10. ภาพของสินค้าที่ทำจากกระดาษพลาสติกวางตามทางเดิน	3.47 เฉยๆ	8	3.36 เฉยๆ	12	3.34 เฉยๆ	6	3.16 เฉยๆ	16
11. ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางรวมถึงป้ายแขวนที่ติดบนหัวชั้น	3.44 เฉยๆ	10	3.35 เฉยๆ	13	3.31 เฉยๆ	9	3.35 เฉยๆ	6
12. การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า	3.36 เฉยๆ	11	3.73 เห็นด้วย	3	3.33 เฉยๆ	7	3.32 เฉยๆ	7

ตารางที่ 29 (ต่อ) แสดงสรุปค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-24 ปี

สื่อภายในร้านค้า	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า							
	ขั้นความตั้งใจ (Attention)		ขั้นความสนใจ (Interest)		ขั้นความปรารถนา (Desire)		ขั้นการกระทำ (Action)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
13. การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ	3.58 เห็นด้วย	4	3.74 เห็นด้วย	2	3.54 เห็นด้วย	4	3.52 เห็นด้วย	2
14. การจำลองสินค้าให้มีขนาดเล็กกว่าปกติ	3.04 เฉยๆ	19	3.35 เฉยๆ	13	3.00 เฉยๆ	19	2.81 เฉยๆ	19
15. การจัดตกแต่งด้วยไฟประดับ เช่น ไฟรั้ง ไฟเรืองแสง	3.10 เฉยๆ	18	3.54 เห็นด้วย	7	3.30 เฉยๆ	10	3.22 เฉยๆ	13
16. การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง	3.68 เห็นด้วย	1	3.44 เฉยๆ	9	3.33 เฉยๆ	7	3.26 เฉยๆ	11
17. สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของหรือบนโต๊ะเชิญชวนให้ซื้อสินค้า	3.22 เฉยๆ	15	3.17 เฉยๆ	18	3.25 เฉยๆ	13	3.23 เฉยๆ	12
18. ภาพของสินค้าที่มีการตัดเข้ารูปมีขนาดบางที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางสินค้า	3.27 เฉยๆ	14	3.23 เฉยๆ	16	3.29 เฉยๆ	11	3.18 เฉยๆ	15
19. การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ	3.51 เห็นด้วย	7	3.79 เห็นด้วย	1	3.59 เห็นด้วย	2	3.49 เฉยๆ	3

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง เฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-24 ปีมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้าของอาหารสุนัขสำเร็จรูป ตามลำดับขั้นของ โมเดล AIDA ดังนี้

ขั้นความตั้งใจ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-24 ปีมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ขั้นความตั้งใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมาคือ การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.64) และการติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามากดดูข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

ขั้นความสนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-24 ปีมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ขั้นความสนใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมาคือ การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.74) และการติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล และการทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

ขั้นความปรารถนา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-24 ปีมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ขั้นความปรารถนา 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.69) รองลงมาคือ การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.59) และการติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

ขั้นการกระทำ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15-24 ปีมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ขั้นการกระทำ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.56) รองลงมาคือ การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.52) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเฉยๆ ได้แก่ การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-34 ปี

สื่อภายในร้านค้า	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า							
	ขั้นความตั้งใจ (Attention)		ขั้นความสนใจ (Interest)		ขั้นความปรารถนา (Desire)		ขั้นการกระทำ (Action)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
1. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่	3.64 เห็นด้วย	4	3.36 เฉยๆ	10	3.42 เฉยๆ	7	3.02 เฉยๆ	11
2. การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล	3.54 เห็นด้วย	7	3.78 เห็นด้วย	3	3.22 เฉยๆ	11	3.09 เฉยๆ	9
3. การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล	3.68 เห็นด้วย	3	3.75 เห็นด้วย	4	3.78 เห็นด้วย	1	3.51 เห็นด้วย	1
4. การใช้สติ๊กเกอร์แทนตราสินค้าโดยอาจติดตามทางเดินหรือชั้นวางสินค้า	3.26 เฉยๆ	14	3.47 เฉยๆ	8	3.08 เฉยๆ	16	2.83 เฉยๆ	18
5. การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ จดซื้อ	3.73 เห็นด้วย	2	3.51 เห็นด้วย	7	3.49 เฉยๆ	4	3.41 เฉยๆ	4
6. การใช้การแต่งกายของพนักงานในการสื่อสาร	3.16 เฉยๆ	16	3.13 เฉยๆ	14	3.04 เฉยๆ	17	2.87 เฉยๆ	17
7. การจัดตกแต่งประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพสินค้าหรือรูปต่างๆ	3.53 เห็นด้วย	8	3.44 เฉยๆ	9	3.38 เฉยๆ	8	3.26 เฉยๆ	7
8. การคิดป้ายที่เป็นลักษณะสองด้าน ติดตั้งที่เพดานหรือจุดให้บริการ	3.36 เฉยๆ	13	3.26 เฉยๆ	12	3.03 เฉยๆ	18	2.90 เฉยๆ	16
9. การนำสินค้ามาวางในกระบะที่แยกส่วน	3.12 เฉยๆ	17	3.01 เฉยๆ	18	3.45 เฉยๆ	6	3.29 เฉยๆ	6
10. ภาพของสินค้าที่ทำจากกระดาษพลาสติกวางตามทางเดิน	3.43 เฉยๆ	11	3.20 เฉยๆ	13	3.13 เฉยๆ	13	3.01 เฉยๆ	13
11. ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางรวมถึงป้ายแขวนที่ติดบนหัวชั้น	3.44 เฉยๆ	10	3.05 เฉยๆ	16	3.24 เฉยๆ	10	3.09 เฉยๆ	9
12. การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า	3.60 เห็นด้วย	6	3.86 เห็นด้วย	1	3.49 เฉยๆ	4	3.32 เฉยๆ	5

ตารางที่ 30 (ต่อ) แสดงสรุปค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-34 ปี

สื่อภายในร้านค้า	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า							
	ขั้นความตั้งใจ (Attention)		ขั้นความสนใจ (Interest)		ขั้นความปรารถนา (Desire)		ขั้นการกระทำ (Action)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
13. การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ	3.64 เห็นด้วย	4	3.80 เห็นด้วย	2	3.61 เห็นด้วย	2	3.48 เฉยๆ	2
14. การจำลองสินค้าให้มีขนาดเล็กกว่าปกติ	2.85 เฉยๆ	19	2.99 เฉยๆ	19	2.83 เฉยๆ	19	2.64 เฉยๆ	19
15. การจัดตกแต่งด้วยไฟประดับ เช่น ไฟรั้ง ไฟเรืองแสง	3.11 เฉยๆ	18	3.34 เฉยๆ	11	3.10 เฉยๆ	14	2.91 เฉยๆ	15
16. การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง	3.79 เห็นด้วย	1	3.57 เห็นด้วย	6	3.60 เห็นด้วย	3	3.45 เฉยๆ	3
17. สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของหรือบนโต๊ะเชิญชวนให้ซื้อสินค้า	3.39 เฉยๆ	12	3.03 เฉยๆ	17	3.09 เฉยๆ	15	3.00 เฉยๆ	14
18. ภาพของสินค้าที่มีการตัดเข้ารูปมีขนาดบางที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางสินค้า	3.26 เฉยๆ	14	3.12 เฉยๆ	15	3.18 เฉยๆ	12	3.02 เฉยๆ	11
19. การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ	3.45 เฉยๆ	9	3.70 เห็นด้วย	5	3.38 เฉยๆ	8	3.20 เฉยๆ	8

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง เฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-34 ปีมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้าของอาหารสุนัขสำเร็จรูป ตามลำดับขั้นของ โมเดล AIDA ดังนี้

ขั้นความตั้งใจ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-34 ปีมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ขั้นความตั้งใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมาคือ การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และการจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ขั้นความสนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-34 ปีมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ขั้นความสนใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมาคือ การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.80) และการติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามากดดูข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

ขั้นความปรารถนา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-34 ปีมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ขั้นความปรารถนา 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมาคือ การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.61) และการใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

ขั้นการกระทำ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-34 ปีมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ขั้นการกระทำ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.51) รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเฉยๆ ได้แก่ การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.48) และการใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.45) ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35-44 ปี

สื่อภายในร้านค้า	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า							
	ขั้นความตั้งใจ (Attention)		ขั้นความสนใจ (Interest)		ขั้นความปรารถนา (Desire)		ขั้นการกระทำ (Action)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
1. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่	3.49 เฉยๆ	3	3.03 เฉยๆ	14	3.06 เฉยๆ	12	2.85 เฉยๆ	14
2. การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล	3.45 เฉยๆ	6	3.58 เห็นด้วย	5	3.28 เฉยๆ	8	3.07 เฉยๆ	8
3. การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล	3.41 เฉยๆ	8	3.52 เห็นด้วย	6	3.37 เฉยๆ	6	3.03 เฉยๆ	9
4. การใช้สติ๊กเกอร์แทนตราสินค้าโดยอาจติดตามทางเดินหรือชั้นวางสินค้า	3.34 เฉยๆ	9	3.37 เฉยๆ	8	3.28 เฉยๆ	8	2.97 เฉยๆ	12
5. การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ จดซื้อ	3.50 เห็นด้วย	2	3.43 เฉยๆ	7	3.45 เฉยๆ	2	3.30 เฉยๆ	1
6. การใช้การแต่งกายของพนักงานในการสื่อสาร	3.01 เฉยๆ	16	3.00 เฉยๆ	16	3.01 เฉยๆ	14	2.93 เฉยๆ	13
7. การจัดตกแต่งประตูดูหน้าต่างของร้านด้วยภาพสินค้าหรือรูปต่างๆ	3.33 เฉยๆ	11	3.25 เฉยๆ	9	3.39 เฉยๆ	4	3.28 เฉยๆ	2
8. การคิดป้ายที่เป็นลักษณะสองด้านติดตั้งที่เพดานหรือจุดให้บริการ	3.23 เฉยๆ	13	3.16 เฉยๆ	12	3.13 เฉยๆ	10	2.78 เฉยๆ	19
9. การนำสินค้ามาวางในกระบะที่แยกส่วน	3.00 เฉยๆ	18	2.90 เฉยๆ	19	3.07 เฉยๆ	11	3.00 เฉยๆ	11
10. ภาพของสินค้าที่ทำจากกระดาษพลาสติกวางตามทางเดิน	3.34 เฉยๆ	9	3.21 เฉยๆ	11	3.04 เฉยๆ	13	3.15 เฉยๆ	6
11. ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางรวมถึงป้ายแขวนที่ติดบนหัวชั้น	3.32 เฉยๆ	12	3.01 เฉยๆ	15	2.99 เฉยๆ	16	3.01 เฉยๆ	10
12. การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า	3.48 เฉยๆ	4	3.87 เห็นด้วย	1	3.45 เฉยๆ	2	3.25 เฉยๆ	4

ตารางที่ 31 (ต่อ) แสดงสรุปค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35-44 ปี

สื่อภายในร้านค้า	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า							
	ขั้นความตั้งใจ (Attention)		ขั้นความสนใจ (Interest)		ขั้นความปรารถนา (Desire)		ขั้นการกระทำ (Action)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
13. การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ	3.42 เฉยๆ	7	3.61 เห็นด้วย	4	3.30 เฉยๆ	7	3.27 เฉยๆ	3
14. การจำลองสินค้าให้มีขนาดเล็กกว่าปกติ	2.85 เฉยๆ	19	2.99 เฉยๆ	17	2.91 เฉยๆ	18	2.82 เฉยๆ	16
15. การจัดตกแต่งด้วยไฟประดับ เช่น ไฟรั้ง ไฟเรืองแสง	3.01 เฉยๆ	16	3.24 เฉยๆ	10	3.01 เฉยๆ	14	2.82 เฉยๆ	16
16. การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง	3.55 เห็นด้วย	1	3.66 เห็นด้วย	3	3.39 เฉยๆ	4	3.21 เฉยๆ	5
17. สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของหรือบนโต๊ะเชิญชวนให้ซื้อสินค้า	3.07 เฉยๆ	15	2.96 เฉยๆ	18	2.90 เฉยๆ	19	2.84 เฉยๆ	15
18. ภาพของสินค้าที่มีการตัดเข้ารูปมีขนาดบางที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางสินค้า	3.19 เฉยๆ	14	3.06 เฉยๆ	13	2.99 เฉยๆ	16	2.82 เฉยๆ	16
19. การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ	3.47 เฉยๆ	5	3.79 เห็นด้วย	2	3.46 เฉยๆ	1	3.09 เฉยๆ	7

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง เฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35-44 ปีมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้าของอาหารสุนัขสำเร็จรูป ตามลำดับขั้นของ โมเดล AIDA ดังนี้

ขั้นความตั้งใจ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35-44 ปีมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ขั้นความตั้งใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.55) รองลงมาคือ การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเฉยๆ ได้แก่ ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่ (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

ชั้นความสนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35-44 ปีมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความสนใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมาคือ การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.79) และการใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ชั้นความปรารถนา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35-44 ปีมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความปรารถนา 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเฉยๆ ได้แก่ การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.46) รองลงมาคือ การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ และการทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.45) ตามลำดับ

ชั้นการกระทำ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 35-44 ปีมีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นการกระทำ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเฉยๆ ได้แก่ การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.30) รองลงมาคือ การจัดตกแต่งประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพสินค้าหรือรูปต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.28) และการจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.27) ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป

สื่อภายในร้านค้า	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า							
	ขั้นความตั้งใจ (Attention)		ขั้นความสนใจ (Interest)		ขั้นความปรารถนา (Desire)		ขั้นการกระทำ (Action)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
1. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่	3.68 เห็นด้วย	3	3.38 เฉยๆ	8	3.68 เห็นด้วย	1	3.51 เห็นด้วย	1
2. การติดตั้งคอมพิวเตอร์ให้เข้ามาดูข้อมูล	3.32 เฉยๆ	11	3.54 เห็นด้วย	4	3.22 เฉยๆ	12	3.11 เฉยๆ	12
3. การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล	3.51 เห็นด้วย	5	3.92 เห็นด้วย	1	3.65 เห็นด้วย	2	3.46 เฉยๆ	2
4. การใช้สติ๊กเกอร์แทนตราสินค้าโดยอาจติดตามทางเดินหรือชั้นวางสินค้า	3.31 เฉยๆ	12	3.32 เฉยๆ	10	3.19 เฉยๆ	13	3.05 เฉยๆ	16
5. การสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ จดซื้อ	3.49 เฉยๆ	6	3.46 เฉยๆ	6	3.54 เห็นด้วย	5	3.38 เฉยๆ	3
6. การใช้การแต่งกายของพนักงานในการสื่อสาร	3.23 เฉยๆ	15	3.22 เฉยๆ	13	3.11 เฉยๆ	16	2.89 เฉยๆ	18
7. การจัดตกแต่งประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพสินค้าหรือรูปต่างๆ	3.69 เห็นด้วย	2	3.38 เฉยๆ	8	3.51 เห็นด้วย	6	3.38 เฉยๆ	3
8. การคิดป้ายที่เป็นลักษณะสองด้านติดตั้งที่เพดานหรือจุดให้บริการ	3.42 เฉยๆ	7	3.46 เฉยๆ	6	3.14 เฉยๆ	15	3.11 เฉยๆ	12
9. การนำสินค้ามาวางในกระบะที่แยกส่วน	3.23 เฉยๆ	15	3.05 เฉยๆ	17	3.35 เฉยๆ	9	3.32 เฉยๆ	7
10. ภาพของสินค้าที่ทำจากกระดาษพลาสติกวางตามทางเดิน	3.34 เฉยๆ	10	3.16 เฉยๆ	14	3.24 เฉยๆ	11	3.22 เฉยๆ	10
11. ป้ายที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางรวมถึงป้ายแขวนที่ติดบนหัวชั้น	3.42 เฉยๆ	7	3.30 เฉยๆ	11	3.46 เฉยๆ	7	3.22 เฉยๆ	10
12. การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า	3.41 เฉยๆ	9	3.86 เห็นด้วย	2	3.62 เห็นด้วย	3	3.38 เฉยๆ	3

ตารางที่ 32 (ต่อ) แสดงสรุปค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป

สื่อภายในร้านค้า	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อภายในร้านค้า							
	ขั้นความตั้งใจ (Attention)		ขั้นความสนใจ (Interest)		ขั้นความปรารถนา (Desire)		ขั้นการกระทำ (Action)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ
13. การจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ	3.63 เห็นด้วย	4	3.68 เห็นด้วย	3	3.57 เห็นด้วย	4	3.32 เฉยๆ	7
14. การจำลองสินค้าให้มีขนาดเล็กกว่าปกติ	2.71 เฉยๆ	19	2.81 เฉยๆ	19	2.59 เฉยๆ	19	2.57 เฉยๆ	19
15. การจัดตกแต่งด้วยไฟประดับ เช่น ไฟรั้ง ไฟเรืองแสง	2.86 เฉยๆ	18	3.14 เฉยๆ	16	2.89 เฉยๆ	18	2.92 เฉยๆ	17
16. การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง	3.72 เห็นด้วย	1	3.51 เห็นด้วย	5	3.41 เฉยๆ	8	3.38 เฉยๆ	3
17. สิ่งที่ใช้วางบนชั้นวางของหรือบนโต๊ะเชิญชวนให้ซื้อสินค้า	3.31 เฉยๆ	12	3.16 เฉยๆ	14	3.35 เฉยๆ	9	3.11 เฉยๆ	12
18. ภาพของสินค้าที่มีการตัดเข้ารูปมีขนาดบางที่ติดตั้งไว้ที่ชั้นวางสินค้า	3.13 เฉยๆ	17	3.00 เฉยๆ	18	2.97 เฉยๆ	17	3.08 เฉยๆ	15
19. การใช้ตัวสินค้าเป็นสื่อในการสื่อสาร เช่น การนำมาเรียงต่อกันเป็นยี่ห้อ	3.30 เฉยๆ	14	3.30 เฉยๆ	11	3.19 เฉยๆ	13	3.24 เฉยๆ	9

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง เฉยๆ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้าของอาหารสุนัขสำเร็จรูป ตามลำดับขั้นของโมเดล AIDA ดังนี้

ขั้นความตั้งใจ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ขั้นความตั้งใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง (ค่าเฉลี่ย 3.72) รองลงมาคือ การจัดตกแต่งประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพสินค้าหรือรูปต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.69) และป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ชั้นความสนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความสนใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมาคือ การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.86) และการจำลองสินค้าให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ชั้นความปรารถนา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นความปรารถนา 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่ (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมาคือ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.65) และการทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

ชั้นการกระทำ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อสื่อภายในร้านค้า ชั้นการกระทำ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วย ได้แก่ ป้ายที่ติดตั้งบริเวณบนชั้นสินค้า เพื่อบอกถึงสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่ (ค่าเฉลี่ย 3.51) รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับเฉยๆ ได้แก่ การจัดตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยอาจจัดตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.46) และการสาธิตการใช้สินค้าโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ณ จุดซื้อ การจัดตกแต่งประตูหน้าต่างของร้านด้วยภาพสินค้าหรือรูปต่างๆ การทำตุ๊กตาสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้า และการใช้รูปภาพขนาดใหญ่ในการตกแต่งติดตามผนังหรือกำแพง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.38) ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อภายในร้านค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 350 ราย ตอบคำถามปลายเปิดของปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อภายในร้านค้า จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.29

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อภายในร้านค้า

ปัญหาและข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านการให้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ต้องการสื่อที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับลูกค้ามากขึ้น เช่น การแจกคู่มือแผ่นพับหรือคำแนะนำในการเลี้ยง การดูแลสุขภาพของสุนัข และการดูแลให้อาหารอย่างถูกต้อง เป็นต้น	3	0.85
ราคาของที่ชั้นวางกับที่แคชเชียร์ไม่ตรงกัน, ไม่ติดป้ายบอกราคา/ป้ายบอกราคาไม่ตรงกับสินค้า, ป้ายราคา Promotion หมดแล้วแต่ไม่นำมาเปลี่ยน	1	0.29
ด้านช่วยให้สินค้าน่าสนใจ บริเวณที่จำหน่ายอาหารสำหรับสัตว์เลี้ยงควรจัดแยกออกมาจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพื่อเป็นการแสดงจุดขายที่ชัดเจนมากขึ้น	2	0.57
ควรมีการจัดวางสินค้าของสุนัขในแต่ละช่วงอายุ และยี่ห้ออย่างเป็นหมวดหมู่	2	0.57
ควรทำป้ายขนาดใหญ่ และมีกิจกรรมต่างๆ ที่มีรูปแบบแปลกใหม่	2	0.57
ควรสร้างความแตกต่างในรูปแบบสินค้า เช่น การใช้สีและรูปภาพของผลิตภัณฑ์	1	0.29
ด้านช่วยให้เกิดความต้องการ ณ จุดซื้อ ควรมีการแจกสินค้าทดลอง กระจายตามจุดขาย หรือ บริเวณรอบๆ ห้าง เพื่อเป็นการช่วยย้่าเตือนผลิตภัณฑ์	2	0.57
ส่วนใหญ่สื่อภายในร้านค้าจะให้การสื่อสารทางเดียวหากสามารถสื่อสารตอบโต้กับลูกค้าก็อาจจะเป็นเครื่องมือในการโน้มน้าวให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า ณ จุดขายได้	1	0.29

ตารางที่ 33 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อภายในร้านค้า

ปัญหาและข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
ถ้าสามารถนำสัตว์เลี้ยงเข้าไป ณ จุดขายได้ การนำสินค้าบางตัวที่แปลกใหม่มาวาง เพื่อให้สัตว์เลี้ยงทดลองดูอาจจะเป็นการเพิ่มจุดสนใจมากขึ้น	1	0.29

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อภายในร้านค้า มีข้อเสนอแนะดังนี้

ด้านการให้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ได้แก่ ต้องการสื่อที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับสุนัขมากขึ้น เช่น การแจกคู่มือแผ่นพับหรือคำแนะนำในการเลี้ยง การดูแลสุขภาพของสุนัข และการดูแลให้อาหารอย่างถูกต้อง เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 0.85 ราคาของที่ชั้นวางกับที่ แคชเชียร์ไม่ตรงกัน, ไม่ติดป้ายบอกราคา/ป้ายบอกราคาไม่ตรงกับสินค้า, ป้ายราคา Promotion หมดแล้วแต่ไม่นำมาเปลี่ยน คิดเป็นร้อยละ 0.29

ด้านช่วยให้สินค้าน่าสนใจ ได้แก่ บริเวณที่จำหน่ายอาหารสำหรับสัตว์เลี้ยงควรจัดแยกออกมาจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพื่อเป็นการแสดงจุดขายที่ชัดเจนมากขึ้น ควรมีการจัดวางสินค้าของสุนัขในแต่ละช่วงอายุ และยี่ห้ออย่างเป็นหมวดหมู่ และควรทำป้ายขนาดใหญ่ และมีกิจกรรมต่างๆ ที่มีรูปแบบแปลกใหม่ คิดเป็นร้อยละ 0.57 เท่ากัน ควรสร้างความแตกต่างในรูปแบบสินค้า เช่น การใช้สีและรูปภาพของผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 0.29

ด้านช่วยให้เกิดความต้องการ ณ จุดซื้อ ได้แก่ ควรมีการแจกสินค้าทดลอง กระจายตามจุดขาย หรือ บริเวณรอบๆห้าง เพื่อเป็นการช่วยย้าเตือนผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 0.57 ส่วนใหญ่สื่อภายในร้านค้าจะให้การสื่อสารทางเดียวหากสามารถสื่อสารตอบโต้กับลูกค้าก็อาจจะเป็นเครื่องมือในการโน้มน้าวให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า ณ จุดขายได้ และถ้าสามารถนำสัตว์เลี้ยงเข้าไป ณ จุดขายได้ การนำสินค้าบางตัวที่แปลกใหม่มาวาง เพื่อให้สัตว์เลี้ยงทดลองดูอาจจะเป็นการเพิ่มจุดสนใจมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 0.29 เท่ากัน