

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	3
แนวคิดและทฤษฎี	3
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	17
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	19
ขอบเขตการศึกษา	19
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	19
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	20
การวิเคราะห์ข้อมูล	20
ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล	20
บทที่ 4 ผลการศึกษา	21
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	22
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร	25
4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการในร้านค้าปลีก	27
4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับโฆษณา ณ จุดซื้อประเภทต่าง ๆ	29

	หน้า
4.5 ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อโฆษณา ณ จุดซื้อต่อการเลือกซื้อสินค้า อุปโภคบริโภค	43
4.6 ข้อมูลเกี่ยวกับ ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อโฆษณา ณ จุดซื้อ	46
4.7 ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อโฆษณา ณ จุดซื้อต่อการเลือกซื้อสินค้า อุปโภคบริโภคจำแนกตามเพศ	48
4.8 ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อโฆษณา ณ จุดซื้อต่อการเลือกซื้อสินค้า อุปโภคบริโภคจำแนกตามความถี่โดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค	62
บทที่ 5	
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	90
สรุปผลการศึกษา	90
อภิปรายผล	102
ข้อค้นพบ	107
ข้อเสนอแนะ	108
บรรณานุกรม	110
ภาคผนวก	111
แบบสอบถาม	112
ประวัติผู้เขียน	117

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	22
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	22
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	23
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	24
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่โดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค	25
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบร้านค้าปลีกที่นิยมไปซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค	26
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการในร้านค้าปลีก	27
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อประเภทแผ่นป้ายตั้งกองกลางทางเดิน (Floor Display)	29
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อประเภทโฆษณาบริเวณชั้นสินค้า (Shelf Vision)	30
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อประเภทโฆษณาบริเวณรอบรถเข็น (Carts around)	31
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อประเภทโฆษณาที่พื้น (Floor Vision)	32
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อประเภทแผ่นป้ายรอบกระเบะลดราคา (Dumpbin Sign)	33
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อประเภทบูธชิมฟรีและสาธิตสินค้า (Demo Booth)	34
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อประเภทการแจกตัวอย่างสินค้า (Sampling)	35

15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อประเภทการจัดช้กิจกรรมพิเศษโดยใช้พริตต์หรือพีธีกร (Event Marketing)	36
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อประเภทโฆษณาแนวตั้งบริเวณทางออก (Exit Panal)	37
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อประเภทการแจกแผ่นพับใบปลิว (Brochure & Leaflet)	38
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อประเภทการโฆษณาด้วยทีวี/วิดีโอ/คอมพิวเตอร์ (Multimedia Advertising)	39
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อประเภทโฆษณาขนาดใหญ่แบบตั้งพื้น (Stand Display)	40
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อประเภทชั้นวางสินค้าลอยตัวพร้อมโฆษณาบริเวณทางเดิน (Function Standee)	41
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อประเภทป้ายโฆษณาบริเวณเคาน์เตอร์จ่ายเงิน (Counter Sign)	42
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจเลือกยี่ห้อของสินค้าอุปโภคบริโภค	43
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเลือกร้านค้าที่ใช้บริการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค	44
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค	45
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการแสดงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ	46

26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ ประเภทแผ่นป้ายตั้งกองกลางทางเดิน (Floor Display) จำแนกตามเพศ	48
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ ประเภทโฆษณาบริเวณชั้นวางสินค้า (Shelf vision) จำแนกตามเพศ	49
28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ ประเภทโฆษณาบริเวณรอบรถเข็น (Carts around) จำแนกตามเพศ	50
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับโฆษณา ณ จุดซื้อ ประเภทโฆษณาที่พื้น (Floor vision) จำแนกตามเพศ	51
30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับโฆษณา ณ จุดซื้อ ประเภทแผ่นป้ายรอบกะบะลดราคา (Dumpbin sign) จำแนกตามเพศ	52
31	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับโฆษณา ณ จุดซื้อ ประเภทบู๊ทชงชิมและสาธิตสินค้า (Demo booth) จำแนกตามเพศ	53
32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับโฆษณา ณ จุดซื้อ ประเภทการแจกตัวอย่างสินค้า (Sampling) จำแนกตามเพศ	54
33	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับโฆษณา ณ จุดซื้อ ประเภทการจัดหุ้มกิจกรรมพิเศษ โดยใช้พิตตี้หรือพิธีกร (Event marketing) จำแนกตามเพศ	55
34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับโฆษณา ณ จุดซื้อ ประเภทโฆษณาแนวตั้งบริเวณทางออก (Exit panel) จำแนกตามเพศ	56
35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับโฆษณา ณ จุดซื้อ ประเภทการแจกแผ่นพับใบปลิว (Brochure&Leaflet) จำแนกตามเพศ	57

- 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับ โฆษณา ณ จุดซื้อ ประเภทการโฆษณาด้วยทีวี/วิดีโอ/คอมพิวเตอร์ (Multimedia advertising) จำแนกตามเพศ 58
- 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับ โฆษณา ณ จุดซื้อ ประเภทโฆษณาขนาดใหญ่แบบตั้งพื้น (Stand display) จำแนกตามเพศ 59
- 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับ โฆษณา ณ จุดซื้อ ประเภทชั้นวางสินค้าลอยตัวพร้อมโฆษณาบริเวณทางเดิน (Function standee) จำแนกตามเพศ 60
- 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับ โฆษณา ณ จุดซื้อ ประเภทป้ายโฆษณาบริเวณเคาเตอร์ (Counter sign) จำแนกตามเพศ 61
- 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการ สื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ ประเภทแผ่นป้ายตั้งกองกลางทางเดิน (Floor Display) จำแนกตามความถี่เฉลี่ยในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค 62
- 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการ สื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ ประเภทโฆษณาบริเวณชั้นวางสินค้า (Shelf vision) จำแนกตามความถี่เฉลี่ยในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค 64
- 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการ สื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ ประเภทโฆษณาบริเวณรอบรถเข็น (Carts around) จำแนกตามความถี่เฉลี่ยในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค 66
- 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการ สื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ ประเภทโฆษณาที่พื้น (Floor vision) จำแนกตาม ความถี่เฉลี่ยในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค 68
- 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการ สื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ ประเภทโฆษณาบริเวณแผ่นป้ายรอบกะบะลดราคา (Dumpbin sign) จำแนกตามความถี่เฉลี่ยในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค 70
- 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการ สื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ ประเภทบู๊ทซิงชิมฟรีและสาธิตสินค้า (Demo booth) จำแนกตามความถี่เฉลี่ยในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค 72

- 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการ 74  
 สื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ ประเภทการแจกตัวอย่างสินค้า (Sampling)  
 จำแนกตามความถี่เฉลี่ยในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค
- 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการ 76  
 การสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ ประเภทการจัดซุ้มกิจกรรมพิเศษโดยใช้พิตตี้  
 หรือพิธีกร (Event marketing) จำแนกตามความถี่เฉลี่ยในการซื้อสินค้า  
 อุปโภคบริโภค
- 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการ 78  
 สื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ ประเภทโฆษณาแนวตั้งบริเวณทางออก (Exit panel)  
 จำแนกตามความถี่เฉลี่ยในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค
- 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการ 80  
 สื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ ประเภทการแจกแผ่นพับใบปลิว (Brochure&leaflet)  
 จำแนกตามความถี่เฉลี่ยในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค
- 50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการ 82  
 สื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ ประเภทโฆษณาด้วยทีวี/วิดีโอ/คอมพิวเตอร์  
 (Multimedia advertising) จำแนกตามความถี่เฉลี่ยในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค
- 51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการ 84  
 สื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ ประเภท โฆษณาขนาดใหญ่แบบตั้งพื้น (Stand display)  
 จำแนกตามความถี่เฉลี่ยในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค
- 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการ 86  
 สื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ ประเภทชั้นวางสินค้าลอยตัวพร้อมโฆษณาบริเวณทาง  
 เดิน (Function standee) จำแนกตามความถี่เฉลี่ยในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค
- 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการ 88  
 สื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อ ประเภทป้ายโฆษณาบริเวณเคาน์เตอร์จ่ายเงิน (Counter  
 sign) จำแนกตามความถี่เฉลี่ยในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค
- 54 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการ 92  
 ตลาด ณ จุดซื้อ
- 55 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการ 94  
 ตลาด ณ จุดซื้อจำแนกตามเพศ

56 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการ  
ตลาด ณ จุดซื้อจำแนกตามความถี่โดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค 96



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 แผ่นป้ายตั้งกองกลางทางเดิน (Floor Display)	5
2 โฆษณาบริเวณชั้นวางสินค้า (Shelf Vision)	5
3 โฆษณาบริเวณรอบรถเข็น (Carts Around)	5
4 โฆษณาที่พื้น (Floor vision)	6
5 แผ่นป้ายรอบกระบะลดราคา (Dumpbin Sign)	6
6 บู๊ทชงชิมฟรีและสาธิตสินค้า (Demo Booth)	6
7 การแจกตัวอย่างสินค้า (Sampling)	7
8 การจัดซุ้มกิจกรรมพิเศษ โดยใช้พริตตี้หรือพิธีกร (Event Marketing)	7
9 โฆษณาแนวตั้งบริเวณทางออก (Exit Panal)	7
10 การแจกแผ่นพับใบปลิว (Brochure & Leaflet)	8
11 การโฆษณาด้วยทีวี/วิดีโอ/คอมพิวเตอร์ (Multimedia Advertising)	8
12 ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่แบบตั้งพื้น (Stand Display)	8
13 ชั้นวางสินค้าพร้อมโฆษณาบริเวณทางเดิน (Function Standee)	9
14 ป้ายโฆษณาบริเวณเคาน์เตอร์จ่ายเงิน (Counter Display)	9