

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดและทฤษฎี	5
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
ขนาดตัวอย่างและวิธีคัดเลือกตัวอย่าง	11
วิธีการศึกษา	13
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	14
การวิเคราะห์ข้อมูล	14
ระยะเวลาของการเก็บรวบรวมข้อมูล	16
สถานที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	16

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ผล	17
ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	18
ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	18
ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค	21
ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อการตลาด ณ จุดซื้อและประเภทสินค้าที่ซื้อ	24
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อการตลาด ณ จุดซื้อ	33
ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อการตลาด ณ จุดซื้อ สรุปตามเพศ	33
ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อการตลาด ณ จุดซื้อสรุปตามอายุ	42
ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อการตลาด ณ จุดซื้อ สรุปตามรายได้	55
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	68
สรุปผลการศึกษา	68
อภิปรายผลการศึกษา	95
ข้อค้นพบ	98
ข้อเสนอแนะ	101
บรรณานุกรม	104
ภาคผนวก	106
ประวัติผู้เขียน	116

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงการเปรียบเทียบลำดับขั้นตอนการตอบสนอง	8
2	แสดงจำนวนประเภทร้านค้าปลีกและขนาดตัวอย่างที่ทำการเก็บแบบสอบถาม	13
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	18
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	18
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส	19
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	19
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	20
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	20
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่โดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค	21
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบร้านค้าปลีกที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค	22
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุจูงใจในการมาซื้อสินค้าในร้านค้า	23
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อการตลาด ณ จุดซื้อ	24
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อการตลาด ณ จุดซื้อแต่ละประเภท	26
14	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสินค้าที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อการตลาด ณ จุดซื้อ	31
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ณ จุดซื้อประเภทต่าง ๆ จำแนกตามเพศ	33
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสื่อการตลาด ณ จุดซื้อประเภทต่าง ๆ จำแนกตามเพศ	35
17	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อการตลาด ณ จุดซื้อประเภทต่าง ๆ ที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าจำแนกตามเพศ	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
18	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบร้านค้าปลีกที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค จำแนกตามอายุ	42
19	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อการตลาด ณ จุดซื้อประเภทต่างๆ จำแนกตามอายุ	45
20	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อการตลาด ณ จุดซื้อประเภทต่างๆ จำแนกตามอายุ	48
21	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบร้านค้าปลีกที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค จำแนกตามรายได้	55
22	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อการตลาด ณ จุดซื้อประเภทต่างๆ จำแนกตามรายได้	58
23	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อการตลาด ณ จุดซื้อประเภทต่างๆ จำแนกตามรายได้	61
24	สรุปผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการซื้อ จำแนกตามรูปแบบร้านค้าปลีกที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค	69
25	สรุปผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการซื้อ จำแนกตามเหตุจูงใจในการซื้อสินค้าในร้านค้า 5 อันดับแรก	70
26	สรุปผลการศึกษาข้อมูลประเภทของสื่อการตลาด ณ จุดซื้อที่มีผู้เคยเห็นมากที่สุด	72
27	สรุปผลการศึกษาข้อมูลประเภทของสื่อการตลาด ณ จุดซื้อที่เคยเห็นมากที่สุด จำแนกตามความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับสื่อแต่ละประเภท	73
28	สรุปผลการศึกษาข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อสื่อการตลาด ณ จุดซื้อแต่ละประเภท 5 อันดับแรก	74
29	สรุปผลการศึกษาข้อมูลประเภทสินค้าที่ได้รับการตอบสนองต่อสื่อการตลาด ณ จุดซื้อมากที่สุด	77
30	สรุปผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการซื้อ จำแนกตามรูปแบบร้านค้าปลีกที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค จำแนกตามเพศ	79
31	สรุปผลการศึกษาข้อมูลประเภทของสื่อการตลาด ณ จุดซื้อที่มีผู้เคยเห็นมากที่สุดตามลำดับ จำแนกตามเพศ	80

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
32	สรุปผลการศึกษาข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อการตลาด ณ จุดซื้อประเภทต่างๆ ที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า จำแนกตามเพศ	82
33	สรุปผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการซื้อ จำแนกตามรูปแบบร้านค้าปลีก ที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค 3 อันดับแรก จำแนกตามอายุ	85
34	สรุปผลการศึกษาข้อมูลประเภทของสื่อการตลาด ณ จุดซื้อที่มีผู้เคยเห็นมากที่สุด 5 อันดับ จำแนกตามอายุ	86
35	สรุปผลการศึกษาข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อการตลาด ณ จุดซื้อประเภทต่างๆ ที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า จำแนกตามอายุ	87
36	สรุปผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการซื้อ จำแนกตามรูปแบบร้านค้าปลีก ที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค 3 อันดับแรก จำแนกตามรายได้	90
37	สรุปผลการศึกษาข้อมูลประเภทของสื่อการตลาด ณ จุดซื้อที่มีผู้เคยเห็นมากที่สุด 5 อันดับ จำแนกตามรายได้	91
38	สรุปผลการศึกษาข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อการตลาด ณ จุดซื้อประเภทต่างๆ ที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า จำแนกตามรายได้	92