

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

ข้อมูลธุรกิจการตลาด. กรุงเทพฯธุรกิจ. 25 ธันวาคม 2541 : 5

คณิงนิจ แซ่ฉัง. พฤติกรรมผู้บริโภคในรถยนต์และพฤติกรรมกาไปห้างสรรพสินค้าของลูกค้า
ห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2539.

ดำรง ชัยสนิท. การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. กรุงเทพมหานคร : วัฒนาพานิช, 2536.

ธงชัย สันติวงษ์. การตลาดสำหรับนักบริหาร. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2528

นิวัติ วงศ์พรหมปรีดา. โฆษณาอย่างไรจะใจผู้ซื้อ. กรุงเทพมหานคร : บริษัท เดอะ เสรีฯ เซอร์
จำกัด, 2536.

พนา ทองมีอาคม. โฆษณา ณ ที่ขายโอกาสของพ่อค้าปลีกที่จะทำไร. นิตยสาร, 2520 : 63 - 69.

พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการสื่อสารกับพฤติกรรมซื้อสินค้า
จากบ้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษา เฉพาะร้านเซเว่นอีเลฟเว่น. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.

พรพิมล ก้านกนก. สื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, พิมพ์ครั้งที่ 6,
2530.

พรรณราย ทรัพย์ะประภา. จิตวิทยาอุตสาหกรรม. ภาควิชาจิตวิทยา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2529.

พัลลภ เหมือนศิริ. การสื่อสารการตลาดค้าปลีกของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น. วิทยานิพนธ์ปริญญา
โทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

พิชัย นิรมานสกุล. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น Brand Name จากต่างประเทศ.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ยุทธนา ไกรเสม. รายงานเศรษฐกิจ. หนังสือพิมพ์สยามรัฐ, 7 มีนาคม 2537.

ระมิต ฝ่ายริย์. การบริหารการตลาด การศึกษาในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร :
กรมการฝึกหัดครู, 2530.

รุ่งนภา พิตรปรีชา. การโฆษณากับพฤติกรรมผู้บริโภค. ธุรกิจการโฆษณา. หน่วยที่ 8 - 15
กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2535.

ศิริวรรณ ทวีสุข. สถานที่พักผ่อนของคนกรุงเทพฯ. ไทยรัฐ. 16 เมษายน 2536 : 11.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การส่งเสริมการขาย. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2534.

ศูนย์การค้า : ธุรกิจที่ต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ. ผู้จัดการรายสัปดาห์ 21 เมษายน 2541 : 19.

สายสวรรค์ เรืองวิเศษ และอัจฉิมา จันทร์ทิพย์. การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : สำนัก
พิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530.

สุภาวัญญา ลิ้มปิลสวัสดิ์. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2531.

สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. การสื่อสารการตลาด. เอกสารการสอนชุดวิชาธุรกิจการโฆษณา
หน่วยที่ 1 - 5, กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530.

อภิรดี นิตุธร. อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการเครดิตของคน
รุ่นใหม่ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2539.

ภาษาอังกฤษ

Assael, Henry. Consumer Behavior and Marketing Action - 5th ed., Ohio. South-Western College, 1995.

Greco, Alan J. and Swayne, Linda E. Sales response of elderly consumers to Point-of-Purchase Advertising. Journal of ADVERTISING RESEARCH, (September/October 1992) : 43 – 51.

Hawkins, Del I., Best, Roger J. and Coney, Kenneth A. Consumer Behavior. 6th ed., The United State of America, 1995.

Menin, Ben , Benning Arthur E., Sr. with Lee Edwards Benning. The Power of Point-of-Purchase Advertising. New York. Amacom, 1992.

Schultz, Don E. and Robinson, William A. Sales Promotion Essentials. National Textbook Company. Illiinois, 1982.

Shiffman, Leon G. Consumer Behavior / Leon G. Schiffman. Leslie Lazar Kanuk. – 5th ed., 1994.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชย์บัญชา. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- นิตากร ตันลาพุดม. การรับรู้และการจําการจดจำภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ และพฤติกรรมการซื้อและให้ยาแก้ปวดลดไข้ ของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- มกร พงศ์โสมสิต. วิจัยทัศนคติการตลาด. กรุงเทพมหานคร : มติชน, 2534.
- มนัญ แสงหิรัญ. สุรพล เทาอักษร, และบัญญัติ จุลนาพันธ์. สื่อการโฆษณา. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2521.
- ภาวดี โมกษะสมิต. กระบวนการสื่อความหมายผ่านสื่อมวลชนในการจัดแสดงสินค้าของห้างเซ็นทรัล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. ศัพท์การตลาดและการโฆษณา. สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา, 2538.
- เสรี วงษ์มณฑา. ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. บริษัท วิสิทธ์พัฒนา จำกัด, 2540
- อำนาจ สุวัตติพงษ์. พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อ โฆษณาภาพเคลื่อนไหว เครื่องดื่มกําลังชนิดใหม่ทางสื่อโทรทัศน์กับพฤติกรรมกรบริโภคภาพเคลื่อนไหวของกลุ่มผู้ใช้แรงงานไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

เรื่อง การสื่อสารการตลาด ณ จุดขายและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
 ส่วนหนึ่งของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมายถูก (/) ในข้อที่เป็นคำตอบของท่าน หรือเติมข้อความในช่องว่าง

สำหรับผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เลขที่แบบสอบถาม

1. เพศ

1. ชาย
 2. หญิง

2. อายุ

1. 16 - 25 ปี
 2. 26 - 35 ปี
 3. 36 - 45 ปี

3. รายได้ / เดือน

1. ต่ำกว่า 5,000 บาท
 2. 5,000 - 10,000 บาท
 3. 10,001 - 15,000 บาท
 4. 15,001 - 20,000 บาท
 5. 20,001 - 25,000 บาท
 6. 25,001 บาทขึ้นไป

4. การศึกษา

1. ประถมศึกษา
 2. มัธยมศึกษา / อาชีวศึกษา
 3.ปริญญาตรี
 4. สูงกว่าปริญญาตรี
 5. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการรับซื้อการสื่อสารการตลาด ณ จุดขาย

การสื่อสารการตลาด ณ จุดขาย (Point-of-Purchase Marketing Communication) หรือ POP หมายถึง การทำการสื่อสารใดๆ เกี่ยวกับตัวสินค้า ณ จุดแห่งการซื้อ - ขาย ผ่านสื่อสื่อต่างๆ ภายในห้างสรรพสินค้า เช่น ป้ายบอกราคา การตกแต่งเคาน์เตอร์ขายสินค้า การขายของพนักงานขาย เป็นต้น

5. คุณเคยซื้อของในห้างสรรพสินค้าหรือไม่

- 1. เคย
- 2. ไม่เคย

6. อะไรคือเหตุจูงใจที่ทำให้คุณ มาซื้อ สินค้าในห้างสรรพสินค้า (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- 1. มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษ เช่น การลด แลก แจก แถม ชิงรางวัล ฯลฯ
- 2. มีการจัดวางโชว์สินค้าอย่างสวยงาม
- 3. ความสะอาดของสถานที่
- 4. ความสะดวกสบายในการเลือกซื้อ
- 5. บรรยากาศในการเลือกซื้อดี
- 6. มีสินค้าให้เลือกมากมาย หลากหลาย
- 7. มีการจัดสินค้าเป็นระเบียบ / หมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ
- 8. มีสินค้านี้อีกที่ต้องการวางขายอยู่
- 9. มีการเปิดตัวสินค้าใหม่
- 10. สินค้ามีราคาที่เป็นมาตรฐาน
- 11. การตั้งราคาสินค้าที่ยุติธรรม
- 12. มีพนักงานคอยให้บริการ
- 13. มีการจัดรายการโปรโมชั่นตามเทศกาล / ฤดูกาลต่างๆ
- 14. ที่จอดรถสะดวก
- 15. มีบริการเสริมอื่นๆ เช่น บริการห่อของขวัญ รับประกันสินค้า สามารถเปลี่ยนสินค้าได้ เป็นต้น
- 16. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____
- 17. ไม่มีอะไรดึงดูดความสนใจเลย

7. แผนกใดของห้างสรรพสินค้าที่คุณมักจะไปเลือกซื้อสินค้าบ่อยที่สุด 3 อันดับแรก
(กรุณวงกรอกหมายเลข 1 - 3 เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย)

- 1. แผนกเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายชาย
- 2. แผนกเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายหญิง
- 3. แผนกเด็ก
- 4. ซูเปอร์มาร์เก็ต
- 5. แผนกเครื่องกีฬา
- 6. แผนกเครื่องเขียน
- 7. แผนกเครื่องประดับ
- 8. แผนกเครื่องสำอางค์ น้ำหอม
- 9. แผนกรองเท้า กระเป๋า
- 10. แผนกเครื่องนอน
- 11. แผนกของตกแต่งบ้าน เฟอร์นิเจอร์
- 12. แผนกกีฬาตีช็อป
- 13. แผนกเครื่องใช้ไฟฟ้า
- 14. แผนกชุดชั้นใน
- 15. แผนกเครื่องแก้ว
- 16. แผนกเครื่องครัว

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

8. กิจกรรมการสื่อสารการตลาด ณ จุดขายรูปแบบใดที่ทำให้คุณสนใจเข้าไป เลือกชมสินค้าในแผนกต่างๆ

ภายในห้างสรรพสินค้า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 สินค้าลดราคา | <input type="checkbox"/> 28 การจัดหมวดหมู่สินค้าให้หาง่าย / เป็นระเบียบ |
| <input type="checkbox"/> 2 สินค้าเงินผ่อน | <input type="checkbox"/> 29 การจัดแสดงสินค้าสินค้าในตู้โชว์ |
| <input type="checkbox"/> 3 สินค้ามีข้อเสนอพิเศษ เช่น ผ่อนไม่มีดอกเบี้ย ฯลฯ | <input type="checkbox"/> 30 การจัดแสดงสินค้าบริเวณทางเดิน |
| <input type="checkbox"/> 4 สินค้าทันสมัย | <input type="checkbox"/> 31 การจัดแสดงสินค้าบริเวณหน้าบันไดเลื่อน |
| <input type="checkbox"/> 5 สินค้าทุกอย่างขายในราคาเดียว (one price sale) | <input type="checkbox"/> 32 การจัดมุมทางเดินในห้างฯ อย่างสวยงาม |
| <input type="checkbox"/> 6 สินค้ามีแบบที่หลากหลาย | <input type="checkbox"/> 33 แผ่นพับ / ใบปลิว |
| <input type="checkbox"/> 7 สินค้าที่ติดอันดับขายดี (best sell) | <input type="checkbox"/> 34 เสียงตามสาย |
| <input type="checkbox"/> 8 สินค้าที่บอกเปอร์เซ็นต์ในการลดราคา เช่น ลดจากป้าย 70% เป็นต้น | <input type="checkbox"/> 35 ป้ายข้อความโฆษณาภายในห้างฯ แบบตั้งพื้น |
| <input type="checkbox"/> 9 สินค้าที่มีคนรุมซื้อเยอะๆ | <input type="checkbox"/> 36 ป้ายข้อความโฆษณาภายในห้างฯ แบบแขวนจากเพดาน |
| <input type="checkbox"/> 10 สินค้าที่ตั้งแยกออกมาต่างหากจากสินค้าอื่นๆ ในแผนก | <input type="checkbox"/> 37 ป้ายข้อความโฆษณาขนาดใหญ่ภายในห้างฯ (banner) |
| <input type="checkbox"/> 11 สินค้าที่มีขายเฉพาะที่ | <input type="checkbox"/> 38 เห็นสินค้าจากแค็ตตาล็อก |
| <input type="checkbox"/> 12 สินค้าที่ตั้งอยู่หัวชั้นวางสินค้า | <input type="checkbox"/> 39 การสาธิตการใช้สินค้าโดยพนักงาน |
| <input type="checkbox"/> 13 สินค้าใหม่ (new arrival) | <input type="checkbox"/> 40 วิดีโอสาธิตการใช้สินค้า |
| <input type="checkbox"/> 14 ยี่ห้อของสินค้า | <input type="checkbox"/> 41 วิดีโอโฆษณาสินค้า |
| <input type="checkbox"/> 15 สินค้าจัดเป็นชุดขายในราคาพิเศษ เช่น ชุด gift set ฯลฯ | <input type="checkbox"/> 42 โปสเตอร์ |
| <input type="checkbox"/> 16 สินค้ามีขายเฉพาะเทศกาล หรือตามฤดูกาล | <input type="checkbox"/> 43 สติกเกอร์บนพื้นห้างฯ |
| <input type="checkbox"/> 17 หีบห่อของสินค้าที่สวยงาม | <input type="checkbox"/> 44 ธงราว |
| <input type="checkbox"/> 18 สินค้ามีขนาด / ไซส์พิเศษ | <input type="checkbox"/> 45 ตัวอย่างสินค้าขนาดใหญ่ (mog up) เช่น ลิปสติคแท่งยักษ์ ปากกาด้ามโต ฯลฯ |
| <input type="checkbox"/> 19 สินค้ามีของแถม | <input type="checkbox"/> 46 ข้อความโฆษณาบนชั้นวางสินค้า |
| <input type="checkbox"/> 20 สินค้ามีของให้แลกซื้อ | <input type="checkbox"/> 47 พนักงานขายให้การบริการดี |
| <input type="checkbox"/> 21 การแจกตัวอย่างสินค้า | <input type="checkbox"/> 48 พนักงานขายเชิญชวน |
| <input type="checkbox"/> 22 กิจกรรมพิเศษ เช่น การแสดงบนเวที การออกร้าน ฯลฯ | <input type="checkbox"/> 49 พนักงานขายนำเชือถือ |
| <input type="checkbox"/> 23 กระบะลดราคาสินค้า | <input type="checkbox"/> 50 พนักงานขายบุคลิกดี |
| <input type="checkbox"/> 24 การจัดแสดงสินค้าที่สวยงาม | <input type="checkbox"/> 51 พนักงานขายหน้าตาดี |
| <input type="checkbox"/> 25 ฟูนิโชว์สินค้า เช่น ฟูนิโชว์เสื้อผ้า การตั้งเตียงโชว์ เครื่องนอน จัดโต๊ะโชว์เครื่องแก้ว ฯลฯ | <input type="checkbox"/> 52 มีบริการพิเศษ เช่น ห่อของขวัญ แก้วใส่เสื้อผ้าฟรี แต่งหน้าฟรี เป็นต้น |
| <input type="checkbox"/> 26 กองโชว์ | |
| <input type="checkbox"/> 27 การจัดแสดงสินค้าตามเทศกาล / ฤดูกาล | |

9. หากคุณจะ **ซื้อ** สินค้าในห้างสรรพสินค้า กิจกรรมการสื่อสารการตลาด ณ จุดขายเหล่านี้ **มีส่วนเกี่ยวข้องกับ**
ในการตัดสินใจที่จะซื้อสินค้า ของคุณมากน้อยแค่ไหน

การสื่อสารการตลาด ณ จุดขาย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เกี่ยวข้อง
1 สินค้าลดราคา					
2 สินค้าเงินผ่อน					
3 สินค้ามีข้อเสนอพิเศษ เช่น ผ่อนไม่มีดอกเบี้ย ฯลฯ					
4 สินค้าทันสมัย					
5 สินค้าทุกอย่างขายในราคาเดียว (one price sale)					
6 สินค้ามีแบบที่หลากหลาย					
7 สินค้าที่ติดอันดับขายดี (best sell)					
8 สินค้าที่บอกรเปอร์เซ็นต์ในการลดราคา เช่น ลดจากป้าย 70% เป็นต้น					
9 สินค้าที่มีคนรุมซื้อเยอะๆ					
10 สินค้าที่ตั้งแยกออกมาต่างหากจากสินค้าอื่นๆ ในแผนก					
11 สินค้าที่มีขายเฉพาะที่					
12 สินค้าที่ตั้งอยู่หัวชั้นวางสินค้า					
13 สินค้าใหม่ (new arrival)					
14 ยี่ห้อของสินค้า					
15 สินค้าจัดเป็นชุดขายในราคาพิเศษ เช่น ชุด gift set ฯลฯ					
16 สินค้ามีขายเฉพาะเทศกาล หรือตามฤดูกาล					
17 หีบห่อของสินค้าที่สวยงาม					
18 สินค้ามีขนาด / ไซส์พิเศษ					
19 สินค้ามีของแถม					
20 สินค้ามีของให้แลกซื้อ					
21 การแจกตัวอย่างสินค้า					
22 กิจกรรมพิเศษ เช่น การแสดงบนเวที การออกร้าน ฯลฯ					
23 กระบะลดราคาสินค้า					
24 การจัดแสดงสินค้าที่สวยงาม					

การสื่อสารการตลาด จุดขาย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เกี่ยวข้อง
25 หุ่นโชว์สินค้า เช่น หุ่นโชว์เสื้อผ้า การตั้งเตียง โชว์เครื่องนอน จัดโต๊ะโชว์เครื่องแก้ว ฯลฯ					
26 กองโชว์					
27 การจัดแสดงสินค้าตามเทศกาล / ฤดูกาล					
28 การจัดหมวดหมู่สินค้าให้หาง่าย / เป็นระเบียบ					
29 การจัดแสดงสินค้าสินค้าในตู้โชว์					
30 การจัดแสดงสินค้าบริเวณทางเดิน					
31 การจัดแสดงสินค้าบริเวณหน้าบันไดเลื่อน					
32 การจัดซุ้มทางเดินในห้างฯ อย่างสวยงาม					
33 แผ่นพับ / ใบปลิว					
34 เสียงตามสาย					
35 ป้ายข้อความโฆษณาภายในห้างฯ แบบตั้งพื้น					
36 ป้ายข้อความโฆษณาภายในห้างฯ แบบแขวนจากเพดาน					
37 ป้ายข้อความโฆษณาขนาดใหญ่ภายในห้างฯ (banner)					
38 เหนสินค้าจากเค็ตตาสล๊อค					
39 การสาธิตการใช้สินค้าโดยพนักงาน					
40 วิดีโอสาธิตการใช้สินค้า					
41 วิดีโอโฆษณาสินค้า					
42 โปสเตอร์					
43 สติกเกอร์บนพื้นห้างฯ					
44 ธงราว					
45 ตัวอย่างสินค้าขนาดใหญ่ (mog up) เช่นลิปสติกแท่งยักษ์ ปากกาด้ามโต ฯลฯ					
46 ข้อความโฆษณาบนชั้นวางสินค้า					
47 พนักงานขายให้การบริการดี					
48 พนักงานขายเชิญชวน					
49 พนักงานขายนำเชือถือ					
50 พนักงานขายบุคลิกดี					
51 พนักงานขายหน้าตาดี					
52 มีบริการพิเศษ เช่น ห่อของขวัญ แก้วใสเสื้อผ้าฟรี แต่งหน้าฟรี เป็นต้น					

10. กิจกรรมการสื่อสารการตลาด ณ จุดขายรูปแบบใดใน **แผนกซูเปอร์มาร์เก็ต** ที่สามารถดึงดูดความสนใจคุณให้ **แวะชม** สินค้าได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 สินค้าลดราคา | <input type="checkbox"/> 26 ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่แบบตัดพื้น (cut out) |
| <input type="checkbox"/> 2 สินค้าที่วางอยู่ตรงหัวชั้นวางสินค้า | <input type="checkbox"/> 27 ป้ายข้อความโฆษณาแบบตัดพื้น |
| <input type="checkbox"/> 3 สินค้าที่วางขายที่เคาน์เตอร์จ่ายเงิน | <input type="checkbox"/> 28 ป้ายข้อความโฆษณาแบบแขวนจากเพดาน |
| <input type="checkbox"/> 4 สินค้าราคาพิเศษ | <input type="checkbox"/> 29 ป้ายผ้าโฆษณาขนาดใหญ่แบบแขวนผนัง (banner) |
| <input type="checkbox"/> 5 สินค้าที่มีข้อเสนอพิเศษ เช่น ซื้อสินค้า 1 ชิ้นรับบริการอื่นๆ ฟรี เป็นต้น | <input type="checkbox"/> 30 ป้ายโฆษณาตรงเคาน์เตอร์จ่ายเงิน |
| <input type="checkbox"/> 6 สินค้ามีความหลากหลาย มีให้เลือกมากมาย | <input type="checkbox"/> 31 ป้ายบอกหมวดหมู่ของสินค้า |
| <input type="checkbox"/> 7 สินค้ามาใหม่ (new arrival) | <input type="checkbox"/> 32 ข้อความโฆษณาบนชั้นวางสินค้าแบบห้อยออกมาจากชั้น |
| <input type="checkbox"/> 8 สินค้ามีความสด / ใหม่ | <input type="checkbox"/> 33 ข้อความโฆษณาบนชั้นวางสินค้าแบบแทรก |
| <input type="checkbox"/> 9 หีบห่อสวยงาม น่าใช้ | <input type="checkbox"/> 34 โปสเตอร์ |
| <input type="checkbox"/> 10 สินค้าทุกอย่างขายราคาเดียว (one price sale) | <input type="checkbox"/> 35 การลดราคาให้สินค้าโดยพนักงาน |
| <input type="checkbox"/> 11 สินค้ามีการจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น การจับฉลากชิงรางวัล ฯลฯ | <input type="checkbox"/> 36 วิดีโอสาธิตการใช้สินค้า |
| <input type="checkbox"/> 12 ซูเปอร์มาร์เก็ตมีการจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น การสะสมใบเสร็จรับของรางวัล ฯลฯ | <input type="checkbox"/> 37 วิดีโอโฆษณาสินค้า |
| <input type="checkbox"/> 13 สินค้ามีการวางขายเฉพาะเทศกาล / ฤดูกาล | <input type="checkbox"/> 38 การเปิดโอกาสให้เห็นกรรมวิธีการผลิต เช่น การทำอาหารให้ลูกค้าเห็น เป็นต้น |
| <input type="checkbox"/> 14 สินค้าที่มีคนรุมซื้อ | <input type="checkbox"/> 39 การเปิดโอกาสให้ทดลองใช้สินค้า / ซิมฟรี |
| <input type="checkbox"/> 15 สินค้ามีของแถม | <input type="checkbox"/> 40 เสียงตามสาย |
| <input type="checkbox"/> 16 สินค้าแลกซื้อ | <input type="checkbox"/> 41 พนักงานขายเชิญชวน |
| <input type="checkbox"/> 17 การแจกตัวอย่างสินค้า | <input type="checkbox"/> 42 พนักงานขายให้บริการดี |
| <input type="checkbox"/> 18 สินค้าขนาดพิเศษ / เพิ่มปริมาณในราคาเท่าเดิม | <input type="checkbox"/> 43 พนักงานขายนำเชื้อถือ |
| <input type="checkbox"/> 19 กระบะลดราคาสินค้า | <input type="checkbox"/> 44 พนักงานขายบุคคลิกดี |
| <input type="checkbox"/> 20 กองโชว์ | <input type="checkbox"/> 45 พนักงานขายหน้าตาดี |
| <input type="checkbox"/> 21 การจัดแสดงสินค้าที่สวยงาม | <input type="checkbox"/> 46 มีบริการพิเศษ เช่น นอของขวัญ จัดกระเป๋า |
| <input type="checkbox"/> 22 การจัดโชว์สินค้าตามเทศกาล / ฤดูกาล | <input type="checkbox"/> ปกผลไม้ ปรงอาหารฟรี เป็นต้น |
| <input type="checkbox"/> 23 การขายสินค้าเป็นชุดในราคาพิเศษ เช่น การจัดชุดสินค้า gift set | |
| <input type="checkbox"/> 24 ความสะอาดของสถานที่ | |
| <input type="checkbox"/> 25 แผ่นพับ / ใบปลิว | |

11. หากคุณจะใช้ **ชื่อสินค้าในแผนกซูเปอร์มาร์เก็ต** กิจกรรมการสื่อสารการตลาด ณ จุดขายเหล่านี้มีส่วนในการตัดสินใจซื้อสินค้า ของคุณมากน้อยแค่ไหน

การสื่อสารการตลาด ณ จุดขาย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เกี่ยวข้อง
1 สินค้าลดราคา					
2 สินค้าที่วางอยู่ตรงหัวชั้นวางสินค้า					
3 สินค้าที่วางขายที่เคาน์เตอร์จ่ายเงิน					
4 สินค้าราคาพิเศษ					
5 สินค้าที่มีข้อเสนอพิเศษ เช่น ชื่อสินค้า 1 ชิ้น รับบริการอื่นๆ ฟรี เป็นต้น					
6 สินค้ามีความหลากหลาย มีให้เลือกมากมาย					
7 สินค้ามาใหม่ (new arrival)					
8 สินค้ามีความสด / ใหม่					
9 หีบห่อสวยงาม น่าใช้					
10 สินค้าทุกอย่างขายราคาเดียว (one price sale)					
11 สินค้ามีการจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น การจับฉลาก ชิงรางวัล ฯลฯ					
12 ซูเปอร์มาร์เก็ตมีการจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น การสะสมใบเสร็จรับของรางวัล ฯลฯ					
13 สินค้ามีการวางขายเฉพาะเทศกาล / ฤดูกาล					
14 สินค้าที่มีคนรุมซื้อ					
15 สินค้ามีของแถม					
16 สินค้าแลกซื้อ					
17 การแจกตัวอย่างสินค้า					
18 สินค้าขนาดพิเศษ / เพิ่มปริมาณในราคาเท่าเดิม					
19 กระบะลดราคาสินค้า					
20 กองโชว์					
21 การจัดแสดงสินค้าที่สวยงาม					
22 การจัดโชว์สินค้าตามเทศกาล / ฤดูกาล					
23 การขายสินค้าเป็นชุดในราคาพิเศษ เช่น การจัดชุดสินค้า gift set					

การสื่อสารการตลาด ณ จุดขาย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เกี่ยวข้อง
24 ความสะอาดของสถานที่					
25 แผ่นพับ / ใบปลิว					
26 ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่แบบตั้งพื้น (cut out)					
27 ป้ายข้อความโฆษณาแบบตั้งพื้น					
28 ป้ายข้อความโฆษณาแบบแขวนจากเพดาน					
29 ป้ายผ้าโฆษณาขนาดใหญ่แบบแขวนผนัง (banner)					
30 ป้ายโฆษณาตรงเคาน์เตอร์จ่ายเงิน					
31 ป้ายบอกหมวดหมู่ของสินค้า					
32 ข้อความโฆษณาบนชั้นวางสินค้าแบบห้อยออกมาจากรั้ว					
33 ข้อความโฆษณาบนชั้นวางสินค้าแบบติดอยู่ที่ชั้น					
34 โปสเตอร์					
35 การสาธิตการใช้สินค้าโดยพนักงาน					
36 วิดีโอสาธิตการใช้สินค้า					
37 วิดีโอโฆษณาสินค้า					
38 การเปิดโอกาสให้เห็นกรรมวิธีการผลิต เช่น การทำอาหารให้ลูกค้าเห็น เป็นต้น					
39 การเปิดโอกาสให้ทดลองใช้สินค้า / ซิมฟรี					
40 เสียงตามสาย					
41 พนักงานขายเชิญชวน					
42 พนักงานขายให้บริการดี					
43 พนักงานขายนำเชื้อถือ					
44 พนักงานขายบุคลิกดี					
45 พนักงานขายหน้าตาดี					
46 มีบริการพิเศษ เช่น พ่อของขวัญ จัดกระเช้า ปอกผลไม้ ปรุงอาหารฟรี เป็นต้น					

จบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณในความร่วมมือ

ประวัติผู้เขียน

นางสาวรินฤติ เตชะอินทรวงศ์ เกิดวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ.2517 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีในเทคนิควิศวกรรมบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2537 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย