

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญภาพ	น
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
3. ขอบเขตของการศึกษา	2
4. กรอบแนวความคิด	5
5. คำนิยามศัพท์	6
6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 แนวความคิดที่เกี่ยวข้อง	8
1. แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย	8
2. แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง	11
3. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ใช้ในการส่งเสริมการขาย	14
4. แนวคิดเกี่ยวกับวิธีการส่งเสริมการขาย	15
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	19
1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	19
2. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	19
3. เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล	19
4. การทดสอบเครื่องมือ	20
5. วิธีการเก็บและรวบรวมข้อมูล	20
6. การวิเคราะห์ข้อมูล	21

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	23
1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์และลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	24
2. ข้อมูลและเหตุผลของของการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และตราสินค้าบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ในสถานบริการ	33
3. ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลางที่สถานบริการต้องการ	48
4. ปัญหาและข้อเสนอแนะจากแบบสอบถาม	50
5. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบไขว้ (Cross Tabulation) ในด้านข้อมูลพื้นฐาน ของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์และสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขาย ที่มุ่งสู่คนกลางที่สถานบริการต้องการ	51
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	155
1. สรุปผลการศึกษา	155
2. อภิปรายผลการศึกษา	178
3. ข้อค้นพบจากการศึกษา	184
4. ข้อเสนอแนะ	185
5. ข้อจำกัดในการศึกษา	186
6. ข้อเสนอแนะสำหรับงานศึกษาครั้งต่อไป	186
บรรณานุกรม	188
ภาคผนวก	190
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	191
ภาคผนวก ข รายชื่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีจำหน่ายในท้องตลาดปัจจุบัน	197
ประวัติผู้เขียน	205

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	16
3.1	21
4.1	24
4.2	25
4.3	26
4.4	27
4.5	28
4.6	29
4.7	30
4.8	31
4.9	32
4.10	33
4.11	34
4.12	35
4.13	36
4.14	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.15 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายที่สถานบริการ เลือกจากการได้รับการผ่อนปรนชำระเงิน	38
4.16 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายที่สถานบริการ เลือกจากปัจจัยด้านรู้จักตัวแทนของบริษัท	39
4.17 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของสถานบริการที่เลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายจากปัจจัยด้านความนิยมผลิตภัณฑ์เป็นการส่วนตัว	40
4.18 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายที่สถานบริการ เลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของจากปัจจัยด้านภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์	41
4.19 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายที่สถานบริการ เลือกจากปัจจัยด้านความสะดวกในการจัดซื้อ	42
4.20 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายที่สถานบริการ เลือกจากเหตุผลที่หุ้นส่วนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	43
4.21 สรุปเหตุผลของการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และตราสินค้าของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายในสถานบริการ	44
4.22 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของตราสินค้าที่สถานบริการกำหนดมีไว้จำหน่าย	46
4.23 แสดงถึงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของสถานบริการ กับระดับความต้องการต่อวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง	49
4.24 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการ กับวิธีส่งเสริมการขายในรูปแบบการกำหนดยอดขายผลิตภัณฑ์กับการได้รับ แถมตัวสินค้า	51
4.25 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการ กับวิธีส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดกิจกรรมการให้ราคาพิเศษในช่วงเวลาสั้น	52
4.26 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับ วิธีส่งเสริมการขายในรูปแบบจัดโชว์และแสดงวัสดุโฆษณาเพื่อเป็นการส่งเสริม การขาย ณ สถานบริการ	53

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.27 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะมีการจัดชิงโชค	54
4.28 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะได้รับงบประมาณ(การให้เงินปลั๊กคั่นสินค้า) ช่วยสถานบริการทุกเดือน	55
4.29 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดทำโฆษณาร่วมกัน	56
4.30 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์ มาช่วยประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการ	57
4.31 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ	58
4.32 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการได้รับแถมตัวสินค้าที่นอกเหนือจากการ กำหนดยอดขายนำผลิตภัณฑ์	59
4.33 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับ วิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการมีของชำร่วยให้ลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ ในสถานบริการนั้น	60
4.34 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง	61
4.35 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้ช่วงเทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริม การขายเป็นพิเศษ	62
4.36 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีส่วนร่วม ในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำ	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.37 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับการได้รับแต้มตัวสินค้า	64
4.38 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดกิจกรรมการให้ราคาพิเศษในช่วงเวลาสั้น	65
4.39 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบจัดโชว์และแสดงวัสดุเพื่อส่งเสริมการขาย ณ สถานบริการ	66
4.40 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะมีการจัดชิงโชค	67
4.41 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะได้รับงบประมาณ(การให้เงินปลักตันสินค้า) ช่วยสถานบริการทุกเดือน	68
4.42 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดทำโฆษณาร่วมกัน	69
4.43 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์มาช่วยประชาสัมพันธ์	70
4.44 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบมีการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ	71
4.45 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการได้รับแต้มตัวสินค้าที่นอกเหนือจากการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์	72
4.46 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการมีของชำร่วยให้แก่ลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในสถานบริการนั้น	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.47 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง	74
4.48 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้ช่วงเทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริมการขายเป็นกรณีพิเศษ	75
4.49 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำ	76
4.50 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบกำหนดยอดขายผลิตภัณฑ์กับการได้รับแต้มตัวสินค้า	77
4.51 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดกิจกรรมการให้ราคาพิเศษในช่วงเวลานั้น	78
4.52 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดโชว์และแสดงวัสดุโฆษณาเพื่อการส่งเสริมการขาย ณ สถานบริการ	79
4.53 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะมีการจัดชิงโชค	80
4.54 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบได้รับงบประมาณ (การให้เงินปลั๊กคั่นสินค้า) ช่วยสถานบริการทุกเดือน	81
4.55 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดทำโฆษณาร่วมกัน	82
4.56 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์มาช่วยประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการ	83

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.57 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ	84
4.58 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการได้รับแต้มตัวสินค้าที่นอกเหนือจากการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์	85
4.59 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบในการมีของขวัญให้แก่ลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในสถานบริการนั้น	86
4.60 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง	87
4.61 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้ช่วงเทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริมการขายเป็นพิเศษ	88
4.62 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีส่วนร่วมกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำ	89
4.63 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับการได้รับแต้มตัวสินค้า	90
4.64 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดกิจกรรมการให้ราคาพิเศษในช่วงเวลาสั้น	91
4.65 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบจัดโชว์และแสดงวัสดุโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย ณ สถานบริการ	92
4.66 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะมีการจัดชิงโชค	93
4.67 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะได้รับงบประมาณ(การให้เงินผลัดกันสินค้า) ช่วยสถานบริการทุกเดือน	94

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.68	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดทำโฆษณาร่วมกัน	95
4.69	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการ กับการวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์ มาช่วยประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการ	96
4.70	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ	97
4.71	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการได้รับแถมตัวสินค้าที่นอกเหนือจากการ กำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์	98
4.72	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการมีของชำร่วยให้แก่ลูกค้าที่สนับสนุน ผลิตภัณฑ์ในสถานบริการนั้น	99
4.73	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง	100
4.74	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้ช่วงเทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริม การขายเป็นกรณีพิเศษ	101
4.75	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีส่วนร่วม ในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำ	102
4.76	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับการ ได้รับแถมตัวสินค้า	103
4.77	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของสถานบริการกับ วิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดกิจกรรมการให้ราคาพิเศษในช่วงเวลาสั้น	104

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.78	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของสถานบริการกับวิธีส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดโชว์และแสดงวัสดุโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย ณ สถานบริการ	105
4.79	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของสถานบริการกับวิธีส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะมีการจัดชิงโชค	106
4.80	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของสถานบริการกับวิธีส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะได้รับงบประมาณ(การให้เงินปลั๊กคั่นสินค้า) ช่วยสถานบริการทุกเดือน	107
4.81	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของสถานบริการกับวิธีส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดทำโฆษณาาร่วมกัน	108
4.82	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของสถานบริการกับการจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์มาช่วยประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการ	109
4.83	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของสถานบริการกับวิธีส่งเสริมการขายในรูปแบบมีการจัดแสดงคอนเสิร์ตที่สถานบริการ	110
4.84	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของสถานบริการกับวิธีส่งเสริมการขายในรูปแบบการได้รับแถมตัวสินค้าที่นอกเหนือจากการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์	111
4.85	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของสถานบริการกับวิธีส่งเสริมการขายในรูปแบบการมีของชำร่วยให้ลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในสถานบริการนั้น	112
4.86	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของสถานบริการกับวิธีส่งเสริมการขายในรูปแบบให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง	113
4.87	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของสถานบริการกับวิธีส่งเสริมการขายในรูปแบบให้ช่วงเทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริมการขายเป็นพิเศษ	114
4.88	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของสถานบริการกับวิธีส่งเสริมการขายในรูปแบบให้บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำ	115

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.89	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับการได้รับแต้มตัวสินค้า	116
4.90	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดกิจกรรมการให้ราคาพิเศษในช่วงเวลาสั้น	117
4.91	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับวิธีการในการจัดโชว์และแสดงวัสดุโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย ณ สถานบริการ	118
4.92	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะมีการจัดชิงโชค	119
4.93	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะได้รับงบประมาณ(การให้เงินปลั๊กดันสินค้า)ช่วยสถานบริการทุกเดือน	120
4.94	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดทำโฆษณาร่วมกัน	121
4.95	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์มาช่วยประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการ	122
4.96	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการมีการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ	123
4.97	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะได้รับแต้มตัวสินค้าที่นอกเหนือจากการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์	124
4.98	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการมีของชำร่วยให้ลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในสถานบริการนั้น	125
4.99	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง	126

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.100 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับ วิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้ช่วงเทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริม การขายเป็นพิเศษ	127
4.101 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับ วิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีส่วนร่วม ในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำ	128
4.102 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบกำหนดยอดขายผลิตภัณฑ์ กับการได้รับแต้มตัวสินค้า	129
4.103 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการกับ วิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดกิจกรรมการให้ราคาพิเศษในช่วงเวลาสั้น	130
4.104 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการกับ วิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบจัดโชว์และแสดงวัสดุโฆษณาเพื่อการส่งเสริม การขายที่สถานบริการ	131
4.105 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะมีการจัดชิงโชค	132
4.106 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะได้รับงบประมาณ(การให้เงินปลั๊กคันทันสินค้า) ช่วยสถานบริการทุกเดือน	133
4.107 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดทำโฆษณาาร่วมกัน	134
4.108 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการกับ วิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์ มาช่วยประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการ	135
4.109 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบมีการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ	136

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.110 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการได้รับแต้มตัวสินค้าที่นอกเหนือจากการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์	137
4.111 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการมีของชำร่วยให้แก่ลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในสถานบริการ	138
4.112 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง	139
4.113 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้ช่วงเทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริมการขายเป็นพิเศษ	140
4.114 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำ	141
4.115 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับการได้รับแต้มตัวสินค้า	142
4.116 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดกิจกรรมการให้ราคาพิเศษในช่วงเวลาสั้น	143
4.117 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบจัดโชว์และแสดงวัสดุโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย ณ สถานบริการ	144
4.118 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะมีการจัดชิงโชค	145
4.119 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับความต้องการที่จะได้รับงบประมาณ(การให้เงินผลักดันสินค้า)ช่วยสถานบริการ	146

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.120 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการในการจัดทำโฆษณาร่วมกัน	147
4.121 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์มาช่วยประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการ	148
4.122 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ	149
4.123 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการได้รับแถมตัวสินค้าที่นอกเหนือจากการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์	150
4.124 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการมีของชำร่วยให้แก่ลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในสถานบริการนั้น	151
4.125 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง	152
4.126 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้ช่วงเทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริมการขายเป็นกรณีพิเศษ	153
4.127 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำ	154
5.1 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งและเพศกับวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง	158
5.2 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง	159
5.3 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง	160

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
5.4 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการ กับวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง	161
5.5 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งกับวิธีการส่งเสริมการขาย ที่มุ่งสู่คนกลาง	162
5.6 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนธุรกิจ กับวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง	163
5.7 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานกับ วิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง	164

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงกรอบแนวความคิดในการศึกษา	5
2.1 แสดงขั้นตอนการบริหารการส่งเสริมการขาย	10
2.2 แสดงกลยุทธ์ผลักดันและดึง	15

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University