

ภาคผนวก ข



มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
การวิจัยตลาดเกี่ยวกับกิจกรรมการส่งเสริมการขาย

สถานที่ซื้อในครั้งล่าสุด

- [] ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7/11 แฟมิลีมาร์ท 108 shop [] ห้างสรรพสินค้า เช่น เซ็นทรัล เดอแมอลล์ อีเซตัน
[] ห้างสรรพสินค้าราคาประหยัด เช่น บิ๊กซี โลตัส คาร์ฟูร์ [] ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น ท็อปส์ โฮมเฟรชมาร์ท ฟู้ดแลนด์

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

- เพศ [] ชาย [] หญิง
อายุ [] 15 ปีและต่ำกว่า [] 16-25 ปี [] 26-35 ปี
[] 36-45 ปี [] 46-55 ปี [] 56-65 ปี
[] มากกว่า 65 ปี

การศึกษา

- [] มัธยม เทียบเท่า หรือต่ำกว่า []ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า [] ปริญญาโท
[] ปริญญาเอก [] อื่น ๆ.....

สถานภาพสมรส

- [] โสด [] สมรส [] แยก/หย่าร้าง
[] คู่สมรสเสียชีวิต [] อื่น ๆ.....

อาชีพหลัก

- [] รับราชการ [] รัฐวิสาหกิจ/พนักงานบริษัท [] นักเรียน/นักศึกษา
[] กิจการส่วนตัว/งานครอบครัว [] ผู้ประกอบวิชาชีพ [] แม่บ้าน/พ่อบ้าน
[] รับจ้างทั่วไป [] เกษียณอายุ [] อื่น ๆ.....

รายได้ต่อเดือน

- [] ต่ำกว่า 5,000 บาท [] 5,000-10,000 บาท [] 10,001-15,000 บาท
[] 15,001-25,000 บาท [] 25,001-35,000 บาท [] มากกว่า 35,000 บาท

รายได้ครอบครัวต่อเดือน

- [] ต่ำกว่า 15,000 บาท [] 15,000-30,000 บาท [] 30,001-45,000 บาท
[] 45,001-60,000 บาท [] 60,001-75,000 บาท [] มากกว่า 75,000 บาท

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

- [] พักอาศัยอยู่คนเดียว [] 2-4 คน [] 5-7 คน
[] 8-10 คน [] มากกว่า 10 คน

แหล่งที่มาของข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายในการซื้อครั้งนี้ (ตอบไม่เกิน 3 ข้อ)

- | | | |
|--|--|--|
| ☐ โฆษณา ณ จุดขาย | ☐ บรรจุภัณฑ์ | ☐ เอกสารของร้าน |
| ☐ ป้ายโฆษณาใน/นอกบริเวณร้าน | ☐ โฆษณาโทรทัศน์ | ☐ พนักงานขาย |
| ☐ ประสบการณ์/ความรู้ที่มี | ☐ คนรู้จัก | ☐ อื่น ๆ..... |

กรุณาเสนอแนะวิธีการส่งเสริมการขายที่คิดว่าจะทำให้คุณได้ประโยชน์ที่สุด

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายที่ สนใจให้เข้า ร้านสะดวกซื้อ/ ห้างสรรพสินค้า/ ซูเปอร์มาร์เก็ต

กรุณา ✕ แต่ละข้อที่ ○ 2 ที่ เท่านั้น

1. การส่งเสริมการขายที่ สนใจให้เข้าร้าน นั้น มากที่สุด
2. การส่งเสริมการขายที่ สนใจให้เข้าร้าน นั้น น้อยที่สุด

ตัวอย่าง

การส่งเสริมการขาย	ที่สนใจให้เข้ามากที่สุด	ที่สนใจให้เข้าน้อยที่สุด
เพื่อน	○	○
แจกแผนผังร้าน	○	○
ราคาสินค้าเป็นชุดหรือแพ็คเกจรวม	○	○
สะสมแต้มหรือบัตรสมาชิก	○	⊗
ชิงโชค	⊗	○

หมายถึง ผู้ตอบอยากเข้าร้านเพราะอยากเข้าร่วมกิจกรรมชิงโชคมากที่สุด
และการสะสมแต้มจึงสนใจให้เข้าร้านน้อยที่สุด

ข้อ 1 เกี่ยวกับการเข้าร้าน

การส่งเสริมการขาย	ที่สนใจให้เข้ามากที่สุด	ที่สนใจให้เข้าน้อยที่สุด
ลดราคา	○	○
ราคาสมาชิก	○	○
แถมของกำนัล เช่น ถูผ้า แก้วน้ำ	○	○
แถมสินค้าแบบเดียวกัน เช่น 1 แกรม 1 หรือ 3 จ่าย 2	○	○
แถมสินค้าอื่น ๆ เช่น ขนมแถมนม น้ำมันพืชแถมน้ำจิ้ม	○	○

ข้อ 2 เกี่ยวกับการเข้าร้าน

การส่งเสริมการขาย	ที่สนใจให้เข้ามากที่สุด	ที่สนใจให้เข้าน้อยที่สุด
ชิงโชค	☐	☐
ราคาสมาชิก	☐	☐
สะสมแต้มหรือซื้อครบได้คูปองส่วนลด	☐	☐
สะสมแต้มหรือซื้อครบแลกคูปองเงินสดหรือบัตรกำนัล	☐	☐
จัดเทศกาล เช่น ผลไม้ บอลโลก อาหารญี่ปุ่น	☐	☐

ข้อ 3 เกี่ยวกับการเข้าร้าน

การส่งเสริมการขาย	ที่สนใจให้เข้ามากที่สุด	ที่สนใจให้เข้าน้อยที่สุด
ลดราคา	☐	☐
ราคาสมาชิก	☐	☐
แถมสินค้าอื่น ๆ เช่น ขนมแถมนม น้ำมันพืชแถมน้ำจิ้ม	☐	☐
สะสมแต้มหรือซื้อครบแลกคูปองเงินสดหรือบัตรกำนัล	☐	☐
สะสมแต้มหรือซื้อครบได้คูปองส่วนลด	☐	☐

ข้อ 4 เกี่ยวกับการเข้าร้าน

การส่งเสริมการขาย	ที่สนใจให้เข้ามากที่สุด	ที่สนใจให้เข้าน้อยที่สุด
ชิงโชค	☐	☐
ลดราคา	☐	☐
สะสมแต้มหรือซื้อครบได้คูปองส่วนลด	☐	☐
กิจกรรมร่วมกับคนดัง	☐	☐
จัดเทศกาล เช่น ผลไม้ บอลโลก อาหารญี่ปุ่น	☐	☐

ข้อ 5 เกี่ยวกับการเข้าร้าน

การส่งเสริมการขาย	ที่สนใจให้เข้ามากที่สุด	ที่สนใจให้เข้าน้อยที่สุด
ชิงโชค	☐	☐
ลดราคา	☐	☐
สะสมแต้มหรือซื้อครบแลกคูปองเงินสดหรือบัตรกำนัล	☐	☐
จัดเทศกาล เช่น ผลไม้ บอลโลก อาหารญี่ปุ่น	☐	☐
แถมสินค้าแบบเดียวกัน เช่น 1 แกรม 1 หรือ 3 จ่าย 2	☐	☐

ข้อ 6 เกี่ยวกับการเข้าร้าน

การส่งเสริมการขาย	ที่สนใจให้เข้ามากที่สุด	ที่สนใจให้เข้าน้อยที่สุด
แถมของกำนัน เช่น ถูผ้า แก้วน้ำ	☐	☐
แถมสินค้าอื่น ๆ เช่น ขนมแอมเมม น้ำมันพืชแถมน้ำจิ้ม	☐	☐
สะสมแต้มหรือซื้อครบแลกคูปองเงินสดหรือบัตรกำนัน	☐	☐
กิจกรรมร่วมกับคนดัง	☐	☐
ชิงโชค	☐	☐

ข้อ 7 เกี่ยวกับการเข้าร้าน

การส่งเสริมการขาย	ที่สนใจให้เข้ามากที่สุด	ที่สนใจให้เข้าน้อยที่สุด
กิจกรรมร่วมกับคนดัง	☐	☐
จัดเทศกาล เช่น ผลไม้ บอลโลก อาหารญี่ปุ่น	☐	☐
แถมของกำนัน เช่น ถูผ้า แก้วน้ำ	☐	☐
แถมสินค้าแบบเดียวกัน เช่น 1 แอม 1 หรือ 3 จ่าย 2	☐	☐
แถมสินค้าอื่น ๆ เช่น ขนมแอมเมม น้ำมันพืชแถมน้ำจิ้ม	☐	☐

ข้อ 8 เกี่ยวกับการเข้าร้าน

การส่งเสริมการขาย	ที่สนใจให้เข้ามากที่สุด	ที่สนใจให้เข้าน้อยที่สุด
ราคาสมาชิก	☐	☐
กิจกรรมร่วมกับคนดัง	☐	☐
สะสมแต้มหรือซื้อครบได้คูปองส่วนลด	☐	☐
แถมของกำนัน เช่น ถูผ้า แก้วน้ำ	☐	☐
แถมสินค้าแบบเดียวกัน เช่น 1 แอม 1 หรือ 3 จ่าย 2	☐	☐

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายที่ สนใจให้ซื้อ ที่ร้านสะดวกซื้อ/ ห้างสรรพสินค้า/ ซูเปอร์มาร์เก็ต

กรุณา ✕ แต่ละข้อที่ 0 2 ที่ เท่านั้น

1. การส่งเสริมการขายที่ สนใจให้ซื้อ ที่ร้านนั้น มากที่สุด
2. การส่งเสริมการขายที่ สนใจให้ซื้อ ที่ร้านนั้น น้อยที่สุด

ข้อ 1 เกี่ยวกับการจูงใจให้ซื้อ

การส่งเสริมการขาย	ที่จูงใจให้เข้ามากที่สุด	ที่จูงใจให้เข้าน้อยที่สุด
ลดราคา	☐	☐
ราคาสมาชิก	☐	☐
แถมของกำนัล เช่น ถุงผ้า แก้วน้ำ	☐	☐
แถมสินค้าแบบเดียวกัน เช่น 1 แกรม 1 หรือ 3 จ่าย 2	☐	☐
แถมสินค้าอื่น ๆ เช่น ขนมแถมนม น้ำมันพืชแถมน้ำจิ้ม	☐	☐

ข้อ 2 เกี่ยวกับการจูงใจให้ซื้อ

การส่งเสริมการขาย	ที่จูงใจให้เข้ามากที่สุด	ที่จูงใจให้เข้าน้อยที่สุด
ชิงโชค	☐	☐
ราคาสมาชิก	☐	☐
สะสมแต้มหรือซื้อครบได้คุปองส่วนลด	☐	☐
สะสมแต้มหรือซื้อครบแลกคุปองเงินสดหรือบัตรกำนัล	☐	☐
จัดเทศกาล เช่น ผลไม้ บอลโลก อาหารญี่ปุ่น	☐	☐

ข้อ 3 เกี่ยวกับการจูงใจให้ซื้อ

การส่งเสริมการขาย	ที่จูงใจให้เข้ามากที่สุด	ที่จูงใจให้เข้าน้อยที่สุด
ลดราคา	☐	☐
ราคาสมาชิก	☐	☐
แถมสินค้าอื่น ๆ เช่น ขนมแถมนม น้ำมันพืชแถมน้ำจิ้ม	☐	☐
สะสมแต้มหรือซื้อครบแลกคุปองเงินสดหรือบัตรกำนัล	☐	☐
สะสมแต้มหรือซื้อครบได้คุปองส่วนลด	☐	☐

ข้อ 4 เกี่ยวกับการจูงใจให้ซื้อ

การส่งเสริมการขาย	ที่จูงใจให้เข้ามากที่สุด	ที่จูงใจให้เข้าน้อยที่สุด
ชิงโชค	☐	☐
ลดราคา	☐	☐
สะสมแต้มหรือซื้อครบได้คุปองส่วนลด	☐	☐
กิจกรรมร่วมกับคนดัง	☐	☐
จัดเทศกาล เช่น ผลไม้ บอลโลก อาหารญี่ปุ่น	☐	☐

ข้อ 5 เกี่ยวกับการจูงใจให้ซื้อ

การส่งเสริมการขาย	ที่จูงใจให้เข้ามากที่สุด	ที่จูงใจให้เข้าน้อยที่สุด
ชิงโชค	☐	☐
ลดราคา	☐	☐
สะสมแต้มหรือซื้อครบแลกคูปองเงินสดหรือบัตรกำนัล	☐	☐
จัดเทศกาล เช่น ผลไม้ บอลโลก อาหารญี่ปุ่น	☐	☐
แถมสินค้าแบบเดียวกัน เช่น 1 แกรม 1 หรือ 3 จ่าย 2	☐	☐

ข้อ 6 เกี่ยวกับการจูงใจให้ซื้อ

การส่งเสริมการขาย	ที่จูงใจให้เข้ามากที่สุด	ที่จูงใจให้เข้าน้อยที่สุด
แถมของกำนัล เช่น ถุงผ้า แก้วน้ำ	☐	☐
แถมสินค้าอื่น ๆ เช่น ขนมแถมนม นมมันพีชแถมน้ำจิ้ม	☐	☐
สะสมแต้มหรือซื้อครบแลกคูปองเงินสดหรือบัตรกำนัล	☐	☐
กิจกรรมร่วมกับคนดัง	☐	☐
ชิงโชค	☐	☐

ข้อ 7 เกี่ยวกับการจูงใจให้ซื้อ

การส่งเสริมการขาย	ที่จูงใจให้เข้ามากที่สุด	ที่จูงใจให้เข้าน้อยที่สุด
กิจกรรมร่วมกับคนดัง	☐	☐
จัดเทศกาล เช่น ผลไม้ บอลโลก อาหารญี่ปุ่น	☐	☐
แถมของกำนัล เช่น ถุงผ้า แก้วน้ำ	☐	☐
แถมสินค้าแบบเดียวกัน เช่น 1 แกรม 1 หรือ 3 จ่าย 2	☐	☐
แถมสินค้าอื่น ๆ เช่น ขนมแถมนม นมมันพีชแถมน้ำจิ้ม	☐	☐

ข้อ 8 เกี่ยวกับการจูงใจให้ซื้อ

การส่งเสริมการขาย	ที่จูงใจให้เข้ามากที่สุด	ที่จูงใจให้เข้าน้อยที่สุด
ราคาสมาชิก	☐	☐
กิจกรรมร่วมกับคนดัง	☐	☐
สะสมแต้มหรือซื้อครบได้คูปองส่วนลด	☐	☐
แถมของกำนัล เช่น ถุงผ้า แก้วน้ำ	☐	☐
แถมสินค้าแบบเดียวกัน เช่น 1 แกรม 1 หรือ 3 จ่าย 2	☐	☐

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อการส่งเสริมการขายที่ร้านสะดวกซื้อ/ ห้างสรรพสินค้า/ ซูเปอร์มาร์เก็ต

กรุณา กากบาทที่วงกลม 2 ที่เท่านั้น

1. การส่งเสริมการขายที่สร้าง ความพึงพอใจ ต่อร้าน มากที่สุด
2. การส่งเสริมการขายที่สร้าง ความพึงพอใจ ต่อร้าน น้อยที่สุด

ข้อ 1 เกี่ยวกับความพึงพอใจที่ทำให้เกิดการซื้อซ้ำ/ ซื้อจำนวนมาก

การส่งเสริมการขาย	ที่พอใจซื้อซ้ำมากที่สุด	ที่พอใจซื้อซ้ำน้อยที่สุด
ลดราคา	☐	☐
แถมสินค้าแบบเดียวกัน เช่น 1 แกรม 1 หรือ 3 จ่าย 2	☐	☐
แถมของกำนัล เช่น ถูผ้า แก้วน้ำ	☐	☐
แถมสินค้าอื่น ๆ เช่น ขนมแถมนม น้ำมันพืชแถมน้ำจิ้ม	☐	☐
ราคาสมาชิก	☐	☐
สะสมแต้มหรือซื้อครบแลกคูปองเงินสดหรือบัตรกำนัล	☐	☐
สะสมแต้มหรือซื้อครบได้คูปองส่วนลด	☐	☐
ชิงโชค	☐	☐
จัดเทศกาล เช่น ผลไม้ บอลโลก อาหารญี่ปุ่น	☐	☐
กิจกรรมร่วมกับคนดัง	☐	☐

ข้อ 2 เกี่ยวกับความพึงพอใจที่ทำให้เกิดการบอกต่อเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายให้คนรู้จักทราบ

การส่งเสริมการขาย	ที่พอใจบอกต่อมากที่สุด	ที่พอใจบอกต่อน้อยที่สุด
ลดราคา	☐	☐
แถมสินค้าแบบเดียวกัน เช่น 1 แกรม 1 หรือ 3 จ่าย 2	☐	☐
แถมของกำนัล เช่น ถูผ้า แก้วน้ำ	☐	☐
แถมสินค้าอื่น ๆ เช่น ขนมแถมนม น้ำมันพืชแถมน้ำจิ้ม	☐	☐
ราคาสมาชิก	☐	☐
สะสมแต้มหรือซื้อครบแลกคูปองเงินสดหรือบัตรกำนัล	☐	☐
สะสมแต้มหรือซื้อครบได้คูปองส่วนลด	☐	☐
ชิงโชค	☐	☐
จัดเทศกาล เช่น ผลไม้ บอลโลก อาหารญี่ปุ่น	☐	☐
กิจกรรมร่วมกับคนดัง	☐	☐



ขอขอบพระคุณมากคะที่กรุณาให้ข้อมูล

ภาคผนวก ค



มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

การวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่
มุมมองของผู้บริโภคและผู้บริหารทางการตลาด

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เชิงวิชาการ คือ การสร้างองค์ความรู้ทางด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก

คำถามในการสัมภาษณ์

1. การวิจัย พบว่า **ลดราคา** คือ การส่งเสริมการขายที่ผู้บริโภคพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ **แถมสินค้าแบบเดียวกัน** (ข้อ 1 แถม 1) ท่านเห็นด้วยหรือไม่ เพราะเหตุใด

2. ท่านคิดว่า **ลดราคา**เป็นการส่งเสริมการขายที่**ดีที่สุด**ในการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม**การเข้าร้าน การซื้อ การซื้อซ้ำ และการบอกต่อ**หรือไม่ เพราะเหตุใด ถ้าไม่ใช่ การส่งเสริมการขายที่ดีที่สุดคืออะไร

3. การวิจัย พบว่า การส่งเสริมการขายที่ผู้บริโภคพึงพอใจน้อยที่สุด คือ **แถมสินค้าอื่น** (ขนมแถมนม) ในการจูงใจให้**เข้าร้านและซื้อ** และ**ชิงโชค**ในการจูงใจให้**ซื้อซ้ำและบอกต่อ** ท่านเห็นด้วยหรือไม่ เพราะเหตุใด

4. การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์การส่งเสริมการขาย10 รูปแบบ คือ 1)ลดราคา 2)แถมสินค้าแบบเดียวกัน 3)แถมของกำนัล 4)แถมสินค้าอื่น 5)ราคาสมาชิก 6)คูปองเงินสดหรือบัตรกำนัล 7)คูปองส่วนลด 8)ชิงโชค 9)จัดเทศกาล และ10)กิจกรรมร่วมกับคนดัง ท่านคิดว่า แบบใดดีที่สุดในการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า และแบบใดดีที่สุดในการทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

5. ท่านคิดว่า การส่งเสริมการขายใดดีที่สุดในการกระตุ้นให้ลูกค้าเข้าร้าน เพราะเหตุใด

6. ท่านคิดว่า การส่งเสริมการขายใดดีที่สุดในการกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อ เพราะเหตุใด

7. ท่านคิดว่า การส่งเสริมการขายใดดีที่สุดในการกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อซ้ำ เพราะเหตุใด

8. ท่านคิดว่า การส่งเสริมการขายใดดีที่สุดในการกระตุ้นให้ลูกค้าบอกต่อ เพราะเหตุใด

9. ท่านคิดว่า การส่งเสริมการขายใดดีที่สุดในการสร้างภาพลักษณ์แก่ธุรกิจ เพราะเหตุใด

10. ท่านใช้วิธีการใดในการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์การส่งเสริมการขายให้เหมาะสมกับสถานการณ์การแข่งขันและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า และปฏิกิริยาของท่านทำการวิจัยตลาดหรือไม่

11. การวิจัย พบว่า ประเภทร้านค้าปลีกมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการส่งเสริมการขายมากกว่าลักษณะส่วนบุคคล แต่อย่างไรก็ดี การวิจัยพบความสัมพันธ์ของลักษณะส่วนบุคคล เช่น เพศกับประเภทของร้าน การบอกต่อ และกิจกรรมร่วมกับคนดัง ท่านเห็นด้วยหรือไม่ เพราะเหตุใด

ก. ชื่อในการติดต่อ _____ ตำแหน่ง _____

ข. โทรศัพท์ _____ อีเมล _____

ค. ธุรกิจ ☒ ร้านสะดวกซื้อ ☐ ห้างสรรพสินค้า ☐ ห้างราคาประหยัด ☐ ซูเปอร์มาร์เก็ต

(ข้อ ก-ข จะไม่ถูกเปิดเผยในรายงานการวิจัยหรือที่อื่นใด)

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

คณะผู้วิจัย

ภาคผนวก ง

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson correlation) ของแอมลินค่าแบบเดียวกัน

	การเข้าร้าน	การซื้อ	การซื้อซ้ำ	การบอกต่อ
การเข้าร้าน	1			
การซื้อ	.535**	1		
การซื้อซ้ำ	.182**	.213**	1	
การบอกต่อ	.248**	.229**	.288**	1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson correlation) ของแอมของก้านัด

	การเข้าร้าน	การซื้อ	การซื้อซ้ำ	การบอกต่อ
การเข้าร้าน	1			
การซื้อ	.490**	1		
การซื้อซ้ำ	.169**	.172**	1	
การบอกต่อ	.143**	.200**	.204**	1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson correlation) ของแอมลินค่าอื่น

	การเข้าร้าน	การซื้อ	การซื้อซ้ำ	การบอกต่อ
การเข้าร้าน	1			
การซื้อ	.476**	1		
การซื้อซ้ำ	.283**	.187**	1	
การบอกต่อ	.241**	.252**	.175**	1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson correlation) ของราคาสมาชิก

	การเข้าร้าน	การซื้อ	การซื้อซ้ำ	การบอกต่อ
การเข้าร้าน	1			
การซื้อ	.607**	1		
การซื้อซ้ำ	.240**	.216**	1	
การบอกต่อ	.137**	.137**	.209**	1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson correlation) ของคูปองเงินสดหรือบัตรกำนัล

	การเข้าร้าน	การซื้อ	การซื้อซ้ำ	การบอกต่อ
การเข้าร้าน	1			
การซื้อ	.518**	1		
การซื้อซ้ำ	.205**	.251**	1	
การบอกต่อ	.145**	.221**	.085	1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ตารางที่ 6 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson correlation) ของคูปองส่วนลด

	การเข้าร้าน	การซื้อ	การซื้อซ้ำ	การบอกต่อ
การเข้าร้าน	1			
การซื้อ	.443**	1		
การซื้อซ้ำ	.163**	.147**	1	
การบอกต่อ	.175**	.210**	.115*	1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

ตารางที่ 7 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson correlation) ของชิงโชค

	การเข้าร้าน	การซื้อ	การซื้อซ้ำ	การบอกต่อ
การเข้าร้าน	1			
การซื้อ	.563**	1		
การซื้อซ้ำ	.186**	.273**	1	
การบอกต่อ	.202**	.218**	.237**	1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ตารางที่ 8 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson correlation) ของจัดเทศกาล

	การเข้าร้าน	การซื้อ	การซื้อซ้ำ	การบอกต่อ
การเข้าร้าน	1			
การซื้อ	.517**	1		
การซื้อซ้ำ	.158**	.288**	1	
การบอกต่อ	.226**	.325**	.249**	1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ตารางที่ 9 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson correlation) ของกิจกรรมร่วมกับคนดัง

	การเข้าร้าน	การซื้อ	การซื้อซ้ำ	การบอกต่อ
การเข้าร้าน	1			
การซื้อ	.609**	1		
การซื้อซ้ำ	.426**	.405**	1	
การบอกต่อ	.385**	.349**	.350**	1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).