

ADVERTISING AND MARKETING COMMUNICATION RESEARCH

AAM8401 การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

รองศาสตราจารย์ ดร.ประกายภาวิล ศรีจินดา

AAM4801-63483

การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด 002

0.0 ดาว☆☆☆☆ (0)

ความสำคัญ หลักการ รูปแบบ กระบวนการวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด ปฏิบัติการวางแผนและออกแบบงานวิจัย การวิเคราะห์ สรุปผลและการนำเสนอผลการวิจัย

รายละเอียด

โครงสร้าง

0การศึกษา
2569/1

วันเปิดคลาสเรียน
10 ก.ค. 2569

อาจารย์ผู้สอน
รศ.ดร. ประกายกาวิล ศรีจินดา

กลุ่มการเรียน
กลุ่มเรียน002 ปริญญาโทภาคปกติ

วันปิดคลาสเรียน
26 ต.ค. 2569



หัวข้อเรียน: ครั้งที่ 2 ทบทวนความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับ
การวิจัยด้านการสื่อสาร (21 ก.ค. 2569, 08:00)

เข้าเรียน

ผลการเรียน

ประกอบด้วย

📄 14 หัวข้อ

ความสำคัญ หลักการ รูปแบบ กระบวนการวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด
ปฏิบัติการวางแผนและออกแบบงานวิจัย การวิเคราะห์ สรุปผลและการนำเสนอผลการวิจัย

AAM4801-63087

การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด 201

0.0 ☆☆☆☆ (0)

ความสำคัญ หลักการ รูปแบบ กระบวนการวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด ปฏิบัติการวางแผนและออกแบบงานวิจัย การวิเคราะห์ สรุปลผลและการนำเสนอผลการวิจัย

รายละเอียด โครงสร้าง

0การศึกษา
2569/1

วันเปิดคลาสเรียน
10 ก.ค. 2569

อาจารย์ผู้สอน
รศ.ดร. ประภาพรวิลา ศรีจินดา

กลุ่มการเรียน
กลุ่มเรียน201นักศึกษาภาคปกตวิทยาสิย
นิเทศศาสตร์

วันปิดคลาสเรียน
26 ต.ค. 2569



หัวข้อเรียน: ครั้งที่ 2 ทบทวนความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับ
การวิจัยด้านการสื่อสาร (22 ก.ค. 2569, 08:00)

เข้าเรียน

ผลการเรียน

ประกอบด้วย

13 หัวข้อ

ความสำคัญ หลักการ รูปแบบ กระบวนการวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด
ปฏิบัติการวางแผนและออกแบบงานวิจัย การวิเคราะห์ สรุปลผลและการนำเสนอผลการวิจัย

เอกสารประกอบการเรียน



วิจัย

Re + Search



การวิจัยการโฆษณา และสื่อสารการตลาด



ประเภทของ การวิจัยการโฆษณา และสื่อสารการตลาด



**การวิจัย
การโฆษณา**

**การวิจัย
เพื่อสื่อสาร
แบรนด์**

**การวิจัย
พฤติกรรม
ผู้บริโภค**

**การวิจัย
สื่อ**

**การวิจัย
เพื่อพัฒนา
ผลิตภัณฑ์**

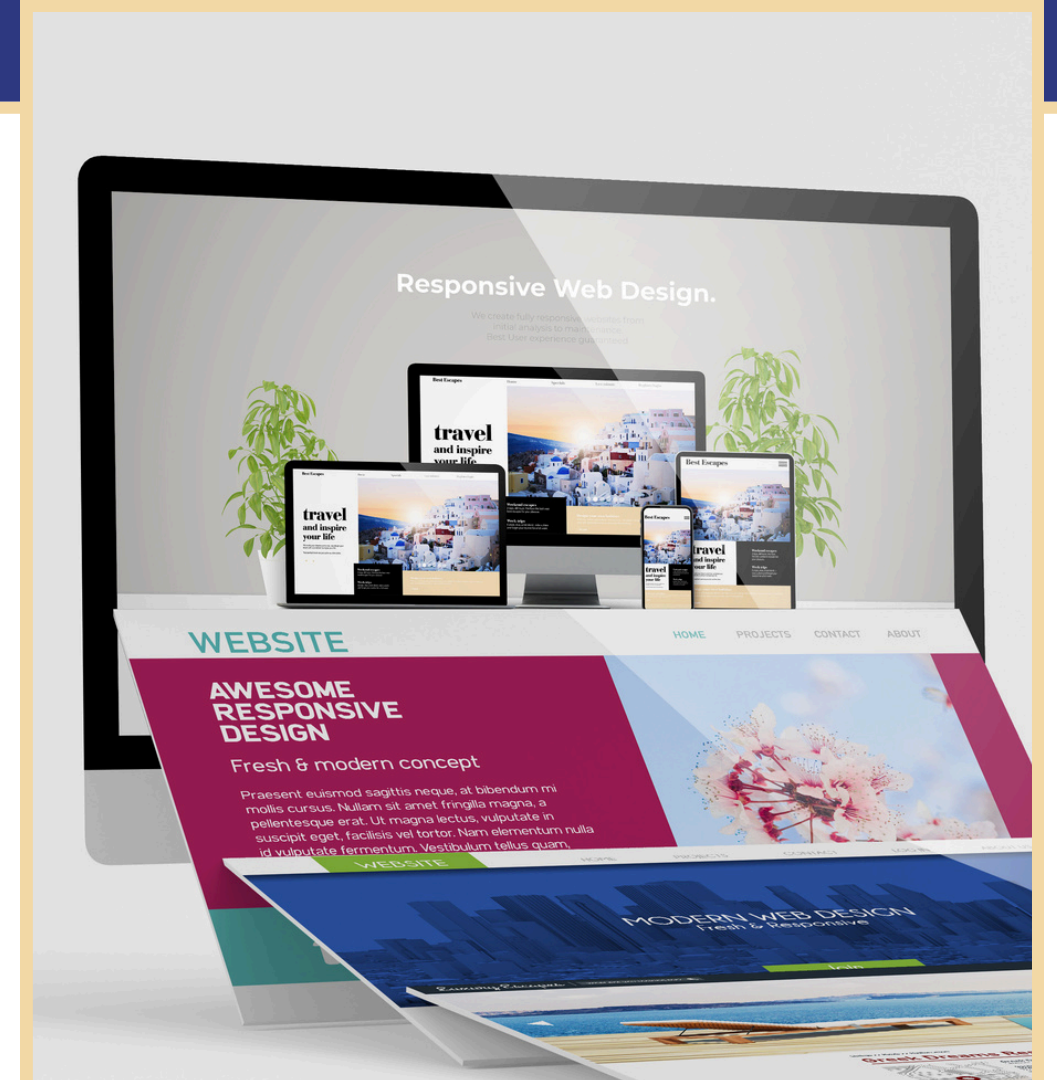
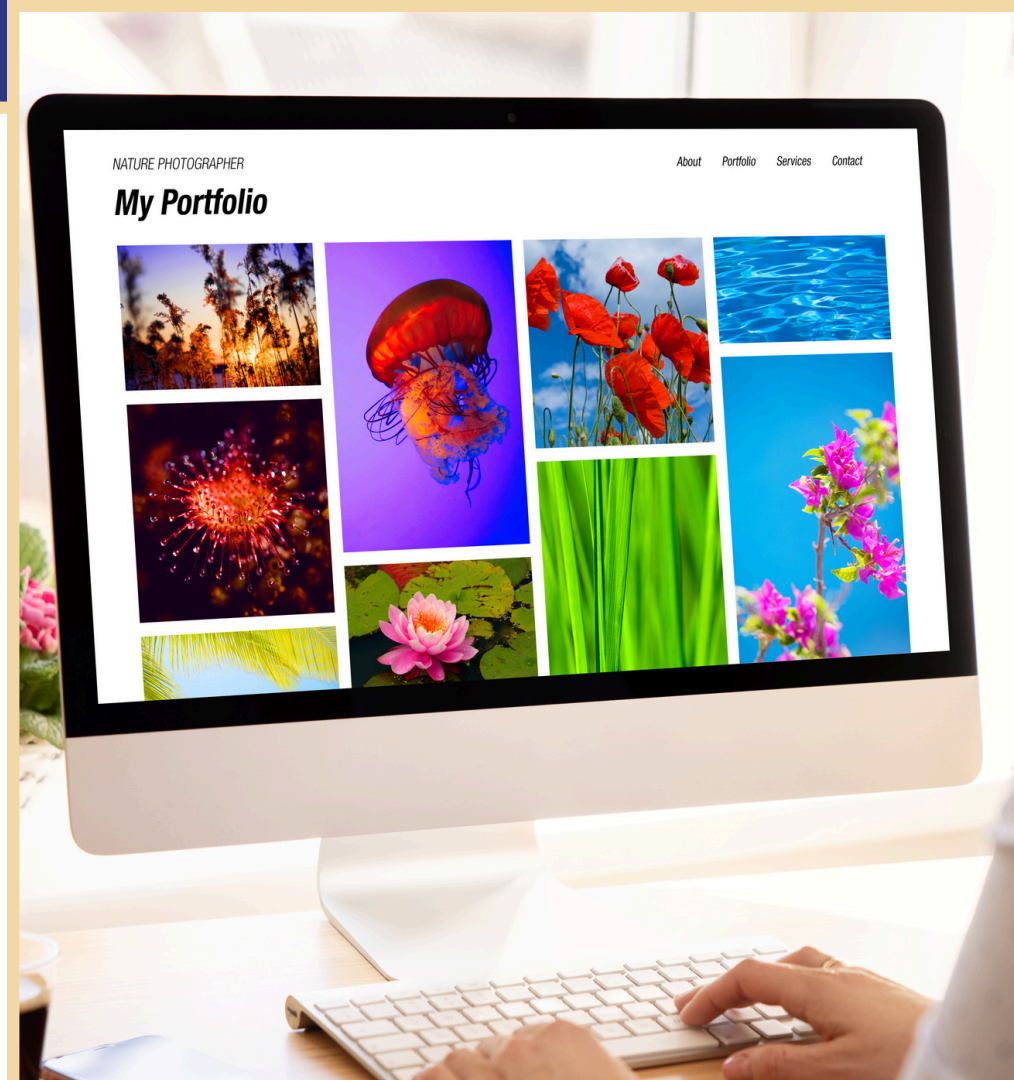
**การวิจัย
กลยุทธ์
ทางการตลาด**

“ถ้าคุณต้องทำวิจัย
เพื่อเพิ่มยอดขายสินค้า...

คุณจะเริ่มค้นคว้า
สิ่งใดบ้าง?”



การวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค



การวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษา
กระบวนการ
ตัดสินใจของผู้
บริโภค

การศึกษา
คุณลักษณะ
ของผู้บริโภค

การศึกษาปัจจัย
อิทธิพลที่มีต่อผู้
บริโภค

การศึกษา
พฤติกรรมในการ
บริโภคสินค้าและ
การเปิดรับสื่อ

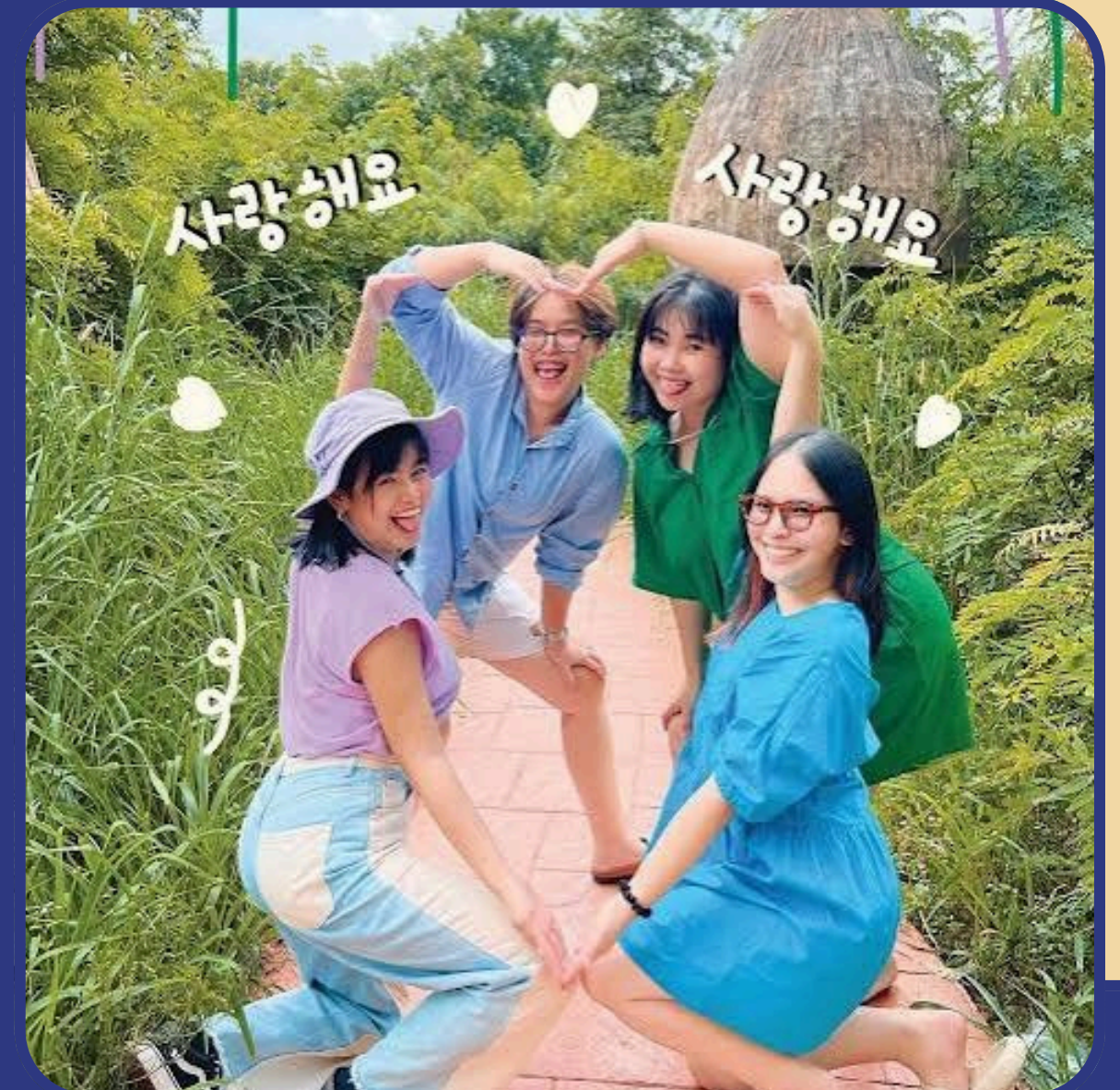
Consumer Behavior Detective 🕵️

“ถอดรหัสผู้บริโภค
จากภาพถ่าย?”



รายละเอียดของกิจกรรม

นักศึกษาแบ่งกลุ่ม
ออกเป็น 4 คน/กลุ่ม



ให้แต่ละกลุ่มจับสลากเลือกหมายเลข ภาพกิจกรรมผู้บริโภคร

กลุ่มวิเคราะห์ภาพที่ได้ โดยตอบคำถามที่กำหนดให้



กลุ่มวิเคราะห์ภาพที่ได้ โดยตอบคำถามที่กำหนดให้

1. ผู้บริโภคกำลังทำอะไร
2. คิดว่าเขากำลังตัดสินใจเรื่องอะไร
3. อะไรคือปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เช่น
 - ราคา
 - โปรโมชั่น
 - แบนด์
 - เพื่อน
 - เวลา
 - Convenience
 - อารมณ์
 - Social Media



กลุ่มวิเคราะห์ภาพที่ได้ โดยตอบคำถามที่กำหนดให้

4 ถ้าคุณเป็นนักวิจัย จะเก็บข้อมูลอะไรเพิ่ม เช่น

- แอบสังเกต
- สัมภาษณ์
- นับจำนวนคน
- ถ่ายภาพ
- วัดเวลา

6. Present กลุ่มละ 3 นาที





Consumer Behavior Detective 

“ถอดรหัสผู้บริโภค จากภาพถ่าย?”

Present กลุ่มละ 3 นาที



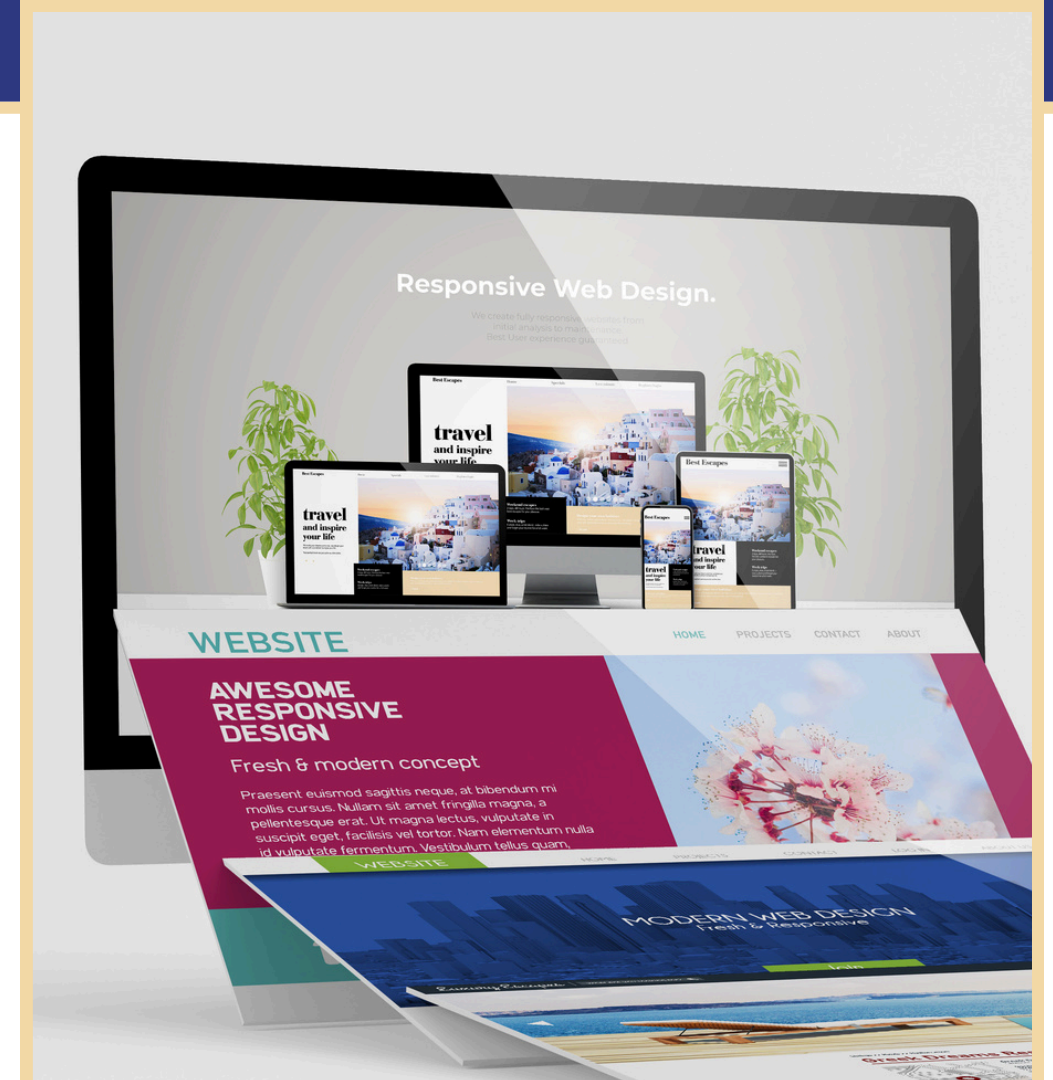
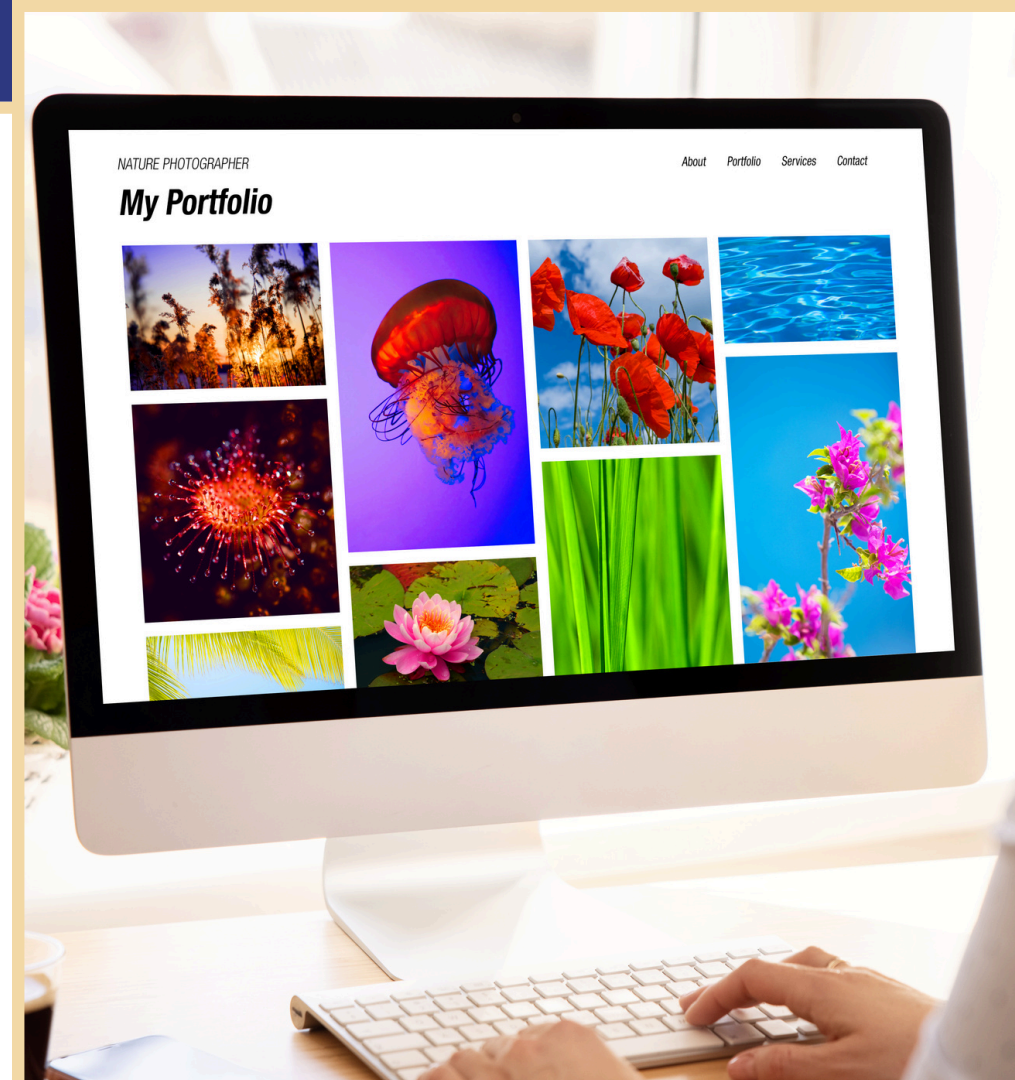
นักวิจัย...
ไม่ใช่คนที่ "เดา"

แต่เป็นคนที่...
"สังเกตอย่างเป็นระบบ"



ภารกิจกลุ่ม:

Observation Challenge จำลองสถานการณ์จริง





TNN

เงินน้อย-ลดซื้อ พฤติกรรมผู้บริโภคปี 66 | การตลาดเงินล้าน | 18-04-66
TNN

การตลาด
เงินล้าน



เงินน้อย-ลดซื้อ
พฤติกรรมผู้บริโภคปี 66

Watch on  YouTube



จากวิดีโอ
สังเกตเห็นอะไรบ้าง??



"การสังเกต" ยากกว่าที่คิด จึงต้องมีแบบบันทึกการสังเกต (OBSERVATION SHEET)



DESIGN YOUR OBSERVATION SHEET





ให้แต่ละกลุ่มออกแบบ OBSERVATION CHECKLIST ตามโจทย์ที่ได้รับ



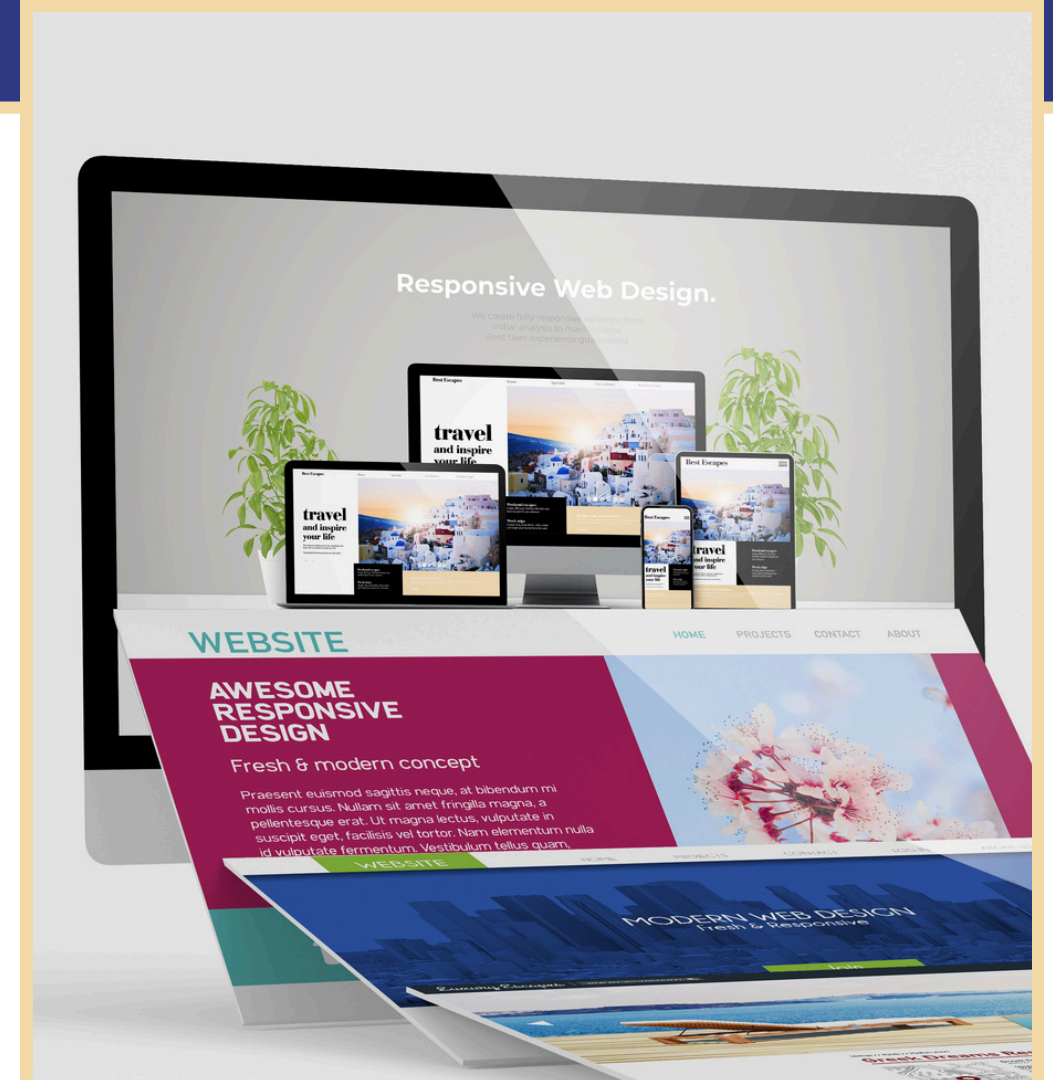
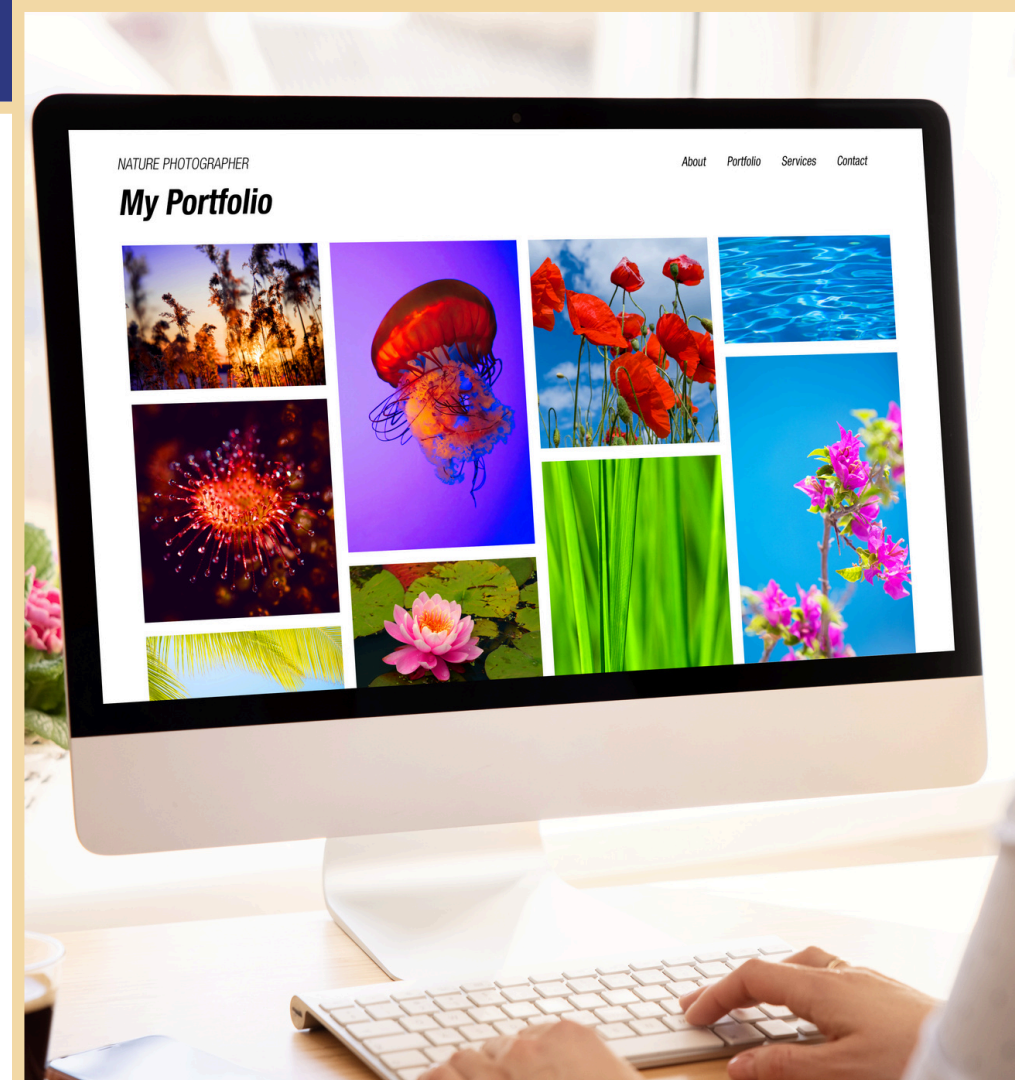
เช่น

ร้านกาแฟ ต้องเก็บอะไรบ้าง

- ☐ เวลาเข้า
- ☐ มากี่คน
- ☐ ชื่ออะไร
- ☐ ยืนเลือกที่นาที่
- ☐ ถ่ายรูปไหม
- ☐ ใช้มือถือไหม
- ☐ นั่งทำงานไหม
- ☐คุยกับพนักงานไหม

แล้วในกลุ่มแลกเปลี่ยนวิจารณ์เพื่อเลือกแบบฟอร์มที่ดีที่สุด เพื่อนำเสนอกับอาจารย์ผู้สอนน

ภารกิจกลุ่ม: Research Design Battle



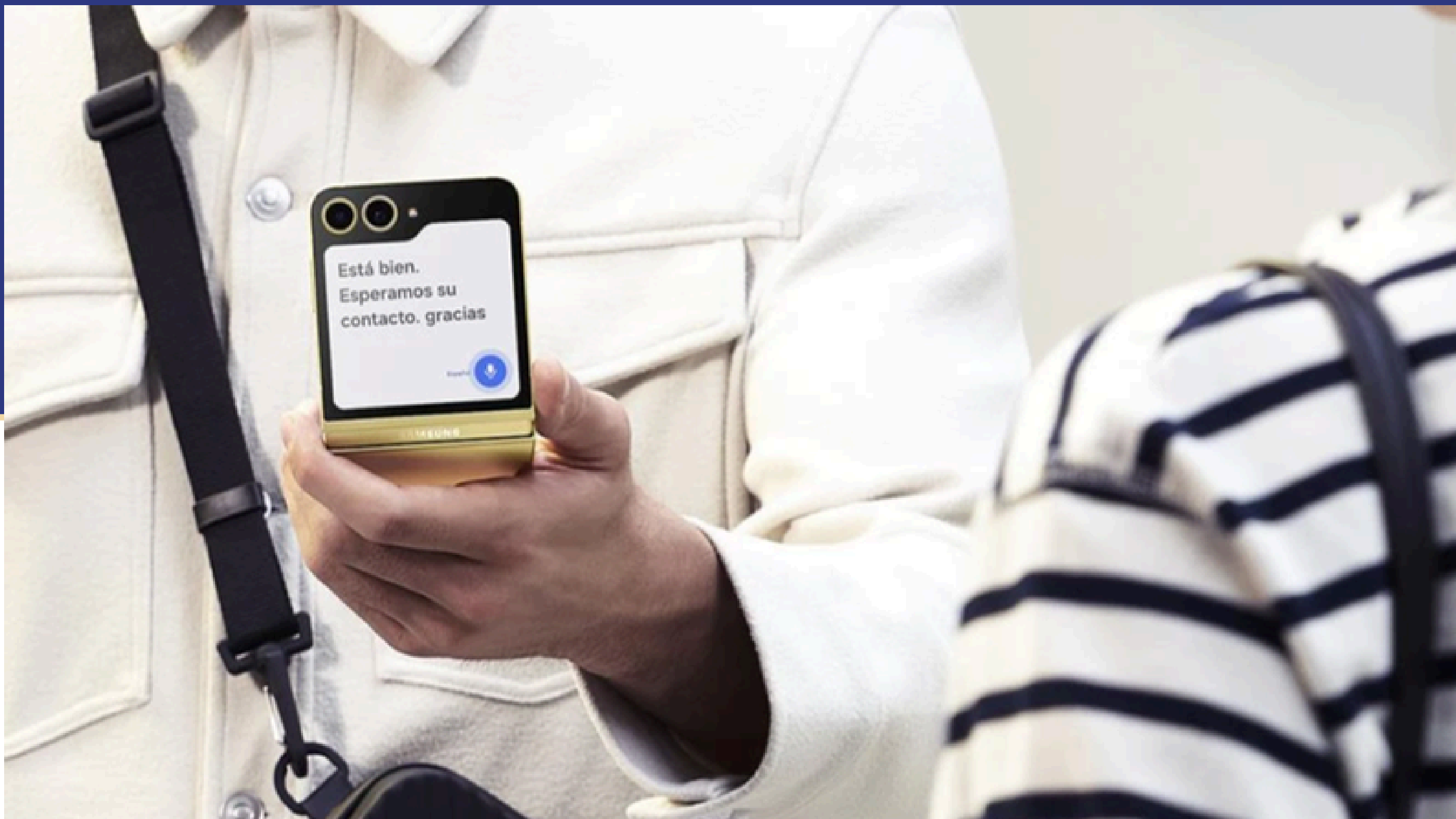
การวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษา
กระบวนการ
ตัดสินใจของผู้
บริโภค

การศึกษา
คุณลักษณะ
ของผู้บริโภค

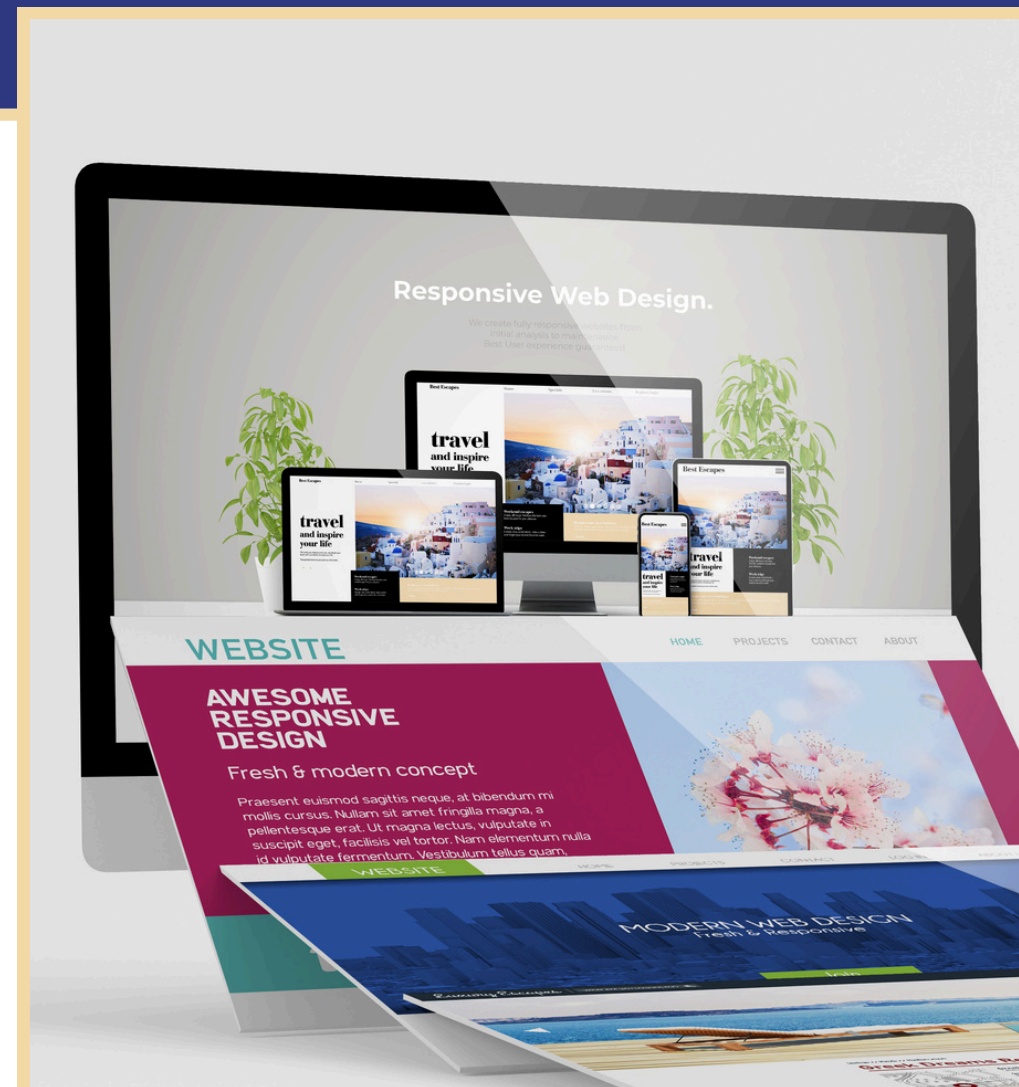
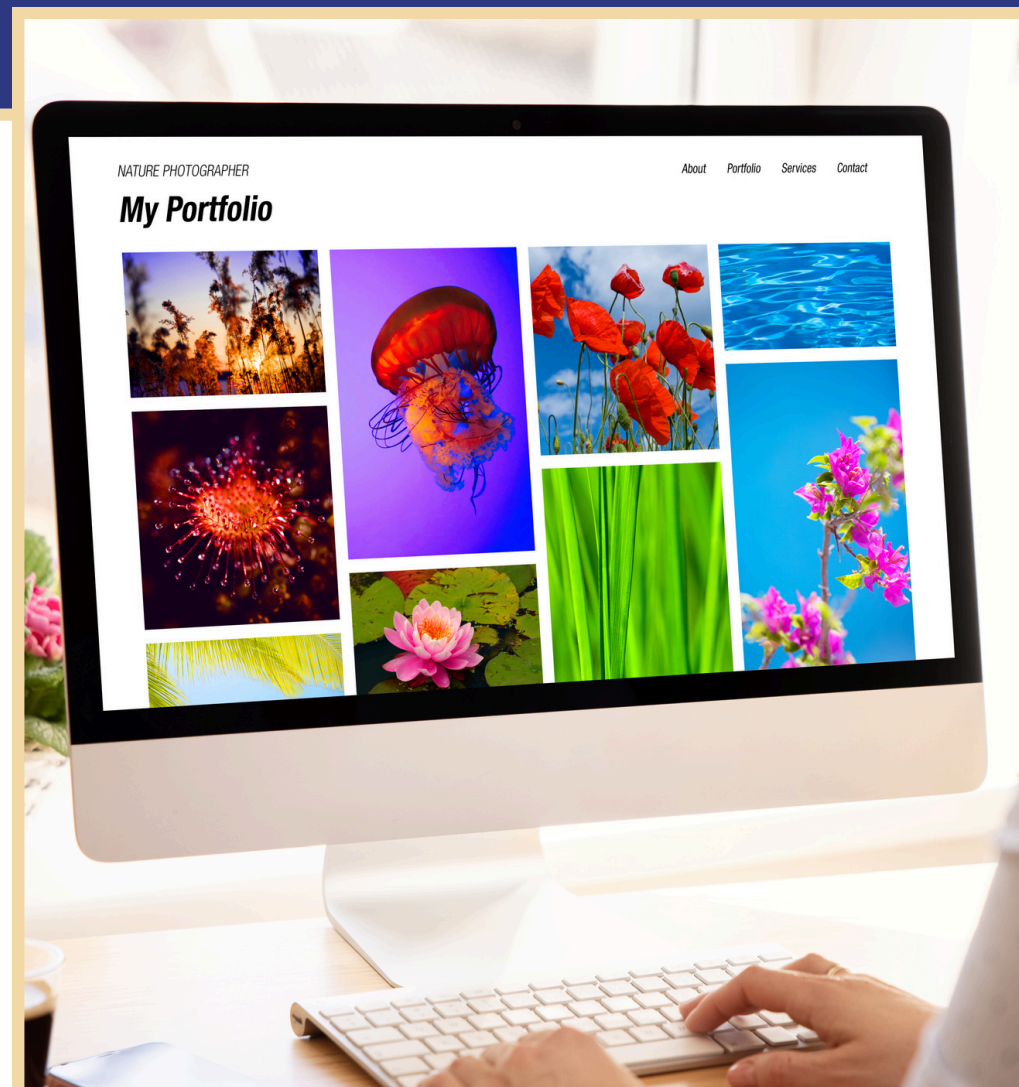
การศึกษาปัจจัย
อิทธิพลที่มีต่อผู้
บริโภค

การศึกษา
พฤติกรรมในการ
บริโภคสินค้าและ
การเปิดรับสื่อ



1

การวิจัยการโฆษณา



การวิจัยการโฆษณา

การศึกษาแผน
กลยุทธ์การ
โฆษณา
(ADVERTISING
STRATEGY)

การทดสอบงาน
โฆษณา
(ADVERTISING
TEST)

การวิจัยสื่อ
โฆษณา
(ADVERTISING
CHANNEL)



ให้แต่ละกลุ่มจับฉลาก ทำการการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ตามโจทย์ที่ได้รับ



- ตั้งปัญหาวิจัยว่าต้องการศึกษาอะไรบ้างเกี่ยวกับผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายของโจทย์สินค้าตัวเอง
- ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ตามโจทย์สินค้า 2 แบรินด์ใน 1 สถานที่
- สรุปผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของวันนี้เอาไว้
- ในวันอังคาร/พุธหน้า ลงพื้นที่เก็บข้อมูลผู้บริโภคอีก 1 สถานที่ ตามที่เสนอไว้ในวันนี้
- สรุปผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ของครั้งที่ 2
- ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคมารวมกันและนำเสนอผลการศึกษา
ใน วันอังคารที่ 18 สิงหาคม / วันพุธที่ 26 สิงหาคม

สรุปผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค..... (โจทย์สินค้า)

วันที่ สิงหาคม 2569

สถานที่ สาขา

ผลการศึกษา พบว่า

.....

.....

สรุปผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค..... (โจทย์สินค้า)

วันที่ สิงหาคม 2569

สถานที่ สาขา

ผลการศึกษา พบว่า...

1. การเปรียบเทียบคุณสมบัติของผู้บริโภค....
2. การตัดสินใจของผู้บริโภค....
3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค....



สรุปผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค..... (โจทย์)

วันที่ สิงหาคม 2569

สถานที่ สาขา

ผลการศึกษา พบว่า



สรุปผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค..... (โจทย์)

วันที่ สิงหาคม 2569

สถานที่ สาขา

ผลการศึกษา พบว่า

การเรียนรู้การสอน

เดือนสิงหาคม 2569



วิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค
ภาคทฤษฎี
และลงพื้นที่ ครั้งที่ 1



วิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค
ลงพื้นที่ ครั้งที่ 2



นำเสนอผลวิจัย
พฤติกรรมผู้บริโภค
ลงพื้นที่ ครั้งที่ 2



Lorem ipsum dolor sit
amet, consectetur
adipiscing elit. Cras in
libero sit amet nisl
cursus fringilla. Nullam
felis orci, maximus sit.



การศึกษากระบวนการตัดสินใจ ของผู้บริโภค



ADVERTISING AND MARKETING COMMUNICATION RESEARCH

AAM8401 การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

รองศาสตราจารย์ ดร.ประกายภาวิล ศรีจินดา