

## บทที่ 1

### ที่มาและความสำคัญของเรื่อง

การส่งเสริมการขายเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ถือได้ว่าเป็นหัวใจของการตลาด เพราะสามารถที่จะช่วยให้เกิดการซื้อและใช้สินค้าเพิ่มสูงขึ้น เป็นการช่วยเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้น ซึ่งยอดขายที่เพิ่มขึ้นนับได้ว่าเป็นการขยายตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายให้ท้องตลาดปัจจุบัน หรืออาจเป็นการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาด

ในการกระตุ้นให้ผู้บริโภครทดลองใช้สินค้าใหม่นั้น นอกจากการโฆษณาผ่านทางสื่อมวลชนให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางในหมู่ผู้บริโภคแล้ว กลยุทธ์การส่งเสริมการขายก็เป็นสิ่งสำคัญที่ผลักดันให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเกิดการทดลองใช้สินค้า

การทดลองใช้สินค้า นับเป็นก้าวแรกของการยอมรับสินค้าของตลาดเป้าหมาย ผู้ทดลองใช้จะได้ประเมินคุณภาพสินค้าด้วยประสบการณ์ของตัวเอง ถ้าสินค้านี้มีคุณภาพเป็นที่พอใจของกลุ่มผู้บริโภคแล้ว การทดลองใช้ถือเป็นการเปิดประตูสู่การเป็นผู้ซื้อสินค้าที่มีความภักดีต่อตราขายที่นั่น ๆ ต่อไปในอนาคต

### วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงบทบาท และความสำคัญของการส่งเสริมการขาย
2. เพื่อศึกษากระบวนการวางแผนและการจัดการส่งเสริมการขาย
3. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและวิธีการใช้กลยุทธ์การแจกตัวอย่างและการใช้คูปอง
4. เพื่อศึกษาข้อดี ข้อเสีย ของการส่งเสริมการขายโดยการแจกตัวอย่างและการใช้คูปอง
5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย

### วิธีการศึกษา

1. ศึกษาจากการฝึกงานที่บริษัท เงินอายุ จำกัด ฝ่ายบริหารงานลูกค้า
2. ศึกษาจากการสังเกตการณ์สอบถามและรับฟังความคิดเห็นและข้อมูลต่าง ๆ จากอาจารย์ผู้สอนวิชาบริหารการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค

3. ศึกษาโดยการค้นคว้าจากตำราวิชาการ หนังสือ บทความ วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ รวมทั้งสารนิพนธ์ของคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

#### ขอบข่ายการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้จะเป็นการศึกษากลยุทธ์การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเกิดการทดลองใช้สินค้า เฉพาะในส่วนของการแจกตัวอย่างและการใช้คูปอง เพื่อส่งเสริมการขาย

ฉะนั้นในสารนิพนธ์ฉบับนี้จะประกอบด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับการแจกตัวอย่างและการใช้คูปองเพื่อส่งเสริมการขาย สำหรับสินค้าบริโภค (CONSUMER PRODUCT) ในด้านความหมาย ความสำคัญ เทคนิควิธีการใช้ ข้อดี ข้อเสีย อิทธิพลที่มีต่อพฤติกรรมผู้บริโภค โดยมีตัวอย่างสินค้าที่ใช้วิธีการส่งเสริมการขายแบบนี้ประกอบ

#### ข้อจำกัด

เนื่องจากกลยุทธ์การส่งเสริมการขายเป็นกลยุทธ์ที่ใช้กันโดยกว้างขวาง ด้วยเทคนิคที่หลากหลายกับสินค้าแต่ละประเภท การใช้ในแต่ละสถานการณ์จะแตกต่างกันไป จะต้องอาศัยประสบการณ์ในการทำงานจริงเป็นเวลานานมากพอ ในการศึกษาจึงจะครอบคลุม แต่เนื่องจากระยะเวลาในการฝึกงานประมาณ 150 ชั่วโมง เป็นเวลาที่น้อยมากสำหรับเรื่องนี้ ดังนั้นประสบการณ์จริงในการเขียนสารนิพนธ์ฉบับนี้จึงค่อนข้างน้อย ข้อมูลจะมาจากการศึกษาทฤษฎีจากผู้มีประสบการณ์

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการจะเป็นนักโฆษณาที่ดี จะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้กว้างขวางทางการตลาด ประกอบด้วยจึงจะสามารถผลิตงานโฆษณาเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาดได้ดี และกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย เพื่อให้เกิดการทดลองใช้สินค้า ก็เป็นส่วนหนึ่งของเครื่องมือทางการตลาดและเป็นวิธีการที่ได้มีประสิทธิภาพสูงในการจูงใจผู้บริโภค มีแนวโน้มว่าในอนาคตวิธีนี้จะมีบทบาทมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้เขียนจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจในการทำ ความเข้าใจกลยุทธ์การตลาดที่มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการทดลองใช้สินค้า โดยการแจกตัวอย่าง และคูปอง