

5BE-O32: อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของ ผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าในห้างเทสโก้โลตัสสาขาพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

The influence of the marketing mix affecting consumers decision making to
purchase the products in Tesco Lotus Phra Nakhon Si Ayutthaya
in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

ณัฐพันธ์ มีมุข^{1*} ขวัญใจ หาวี¹ จตุพล ชำมเมือง¹ และ พรพิศา เลหาพิชาติชัย¹
Nathaphan Meemuk^{1*}, Khwanjai Hawitee¹, Jatupon Chaemmuang¹
and Pornpisa Laohapichartchai¹

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าในห้างเทสโก้โลตัส สาขาพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกซื้อสินค้าในห้างเทสโก้โลตัสสาขาพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถาม และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เป็นประชากรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเลือกเฉพาะผู้บริโภคที่เคยเลือกซื้อสินค้าในห้างเทสโก้โลตัสสาขาพระนครศรีอยุธยา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วย ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis--MRA)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าในห้างเทสโก้โลตัสสาขาพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (2) อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกซื้อสินค้าในห้างเทสโก้โลตัสสาขาพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สมการมีอำนาจพยากรณ์ร้อยละ 23.3 สามารถเขียนสมการได้ดังนี้ $Z = 0.168X_1 + 0.086X_2 + 0.007X_3 + 0.150X_4 + 0.063X_5 + 0.110X_6 + 0.123X_7$

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจ การตัดสินใจซื้อ เทสโก้ โลตัส

Abstract

The purpose of this study was to 1) study the decision making of consumers to purchase products in Tesco Lotus Phra Nakhon Si Ayutthaya, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province and 2) study the influence of the marketing mix affecting consumers decision making to purchase the products in Tesco Lotus Phra Nakhon Si Ayutthaya in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The research instrument was a questionnaire and collected 400 samples from the population in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province by selecting specific who purchased products in Tesco Lotus Phra Nakhon Si Ayutthaya, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. with a Purposive Sampling method. The statistics used for analyzing the data were percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis

The research found that 1) The decision making of consumers to purchase products in Tesco Lotus Phra Nakhon Si Ayutthaya, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province in overall at a highest level. 2) The influence of the marketing mix affecting consumers' decision making to purchase the products in Tesco Lotus Phra Nakhon Si Ayutthaya in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province with predictive power as of 23.3 percent. The equation can be written as follow: $Z = 0.168X_1 + 0.086X_2 + 0.007X_3 + 0.150X_4 + 0.063X_5 + 0.110X_6 + 0.123X_7$

Keywords: Marketing Mix, Decision Making, Purchase Decision, Tesco Lotus

¹ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

¹ Business Administration and Information Technology Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

* Corresponding author. E-mail: nathaphan.m@rmutsb.ac.th