

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้า
ตราเฉพาะในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษา
เทสโก้โลตัส

ชื่อผู้เขียน นางสาวปัทมา กิมสุวรรณ

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรชร มณีสงฆ์ ประธานกรรมการ
อาจารย์ ดร.นฤมล พงศ์ชัยเดชา กรรมการ
อาจารย์เพชรรัตน์ มีสมบุญพันธ์ุพูนสุข กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าตราเฉพาะในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาเทสโก้โลตัส มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าตราเฉพาะในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษาได้ใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัส โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้ที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัส สาขาเชียงใหม่ รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 225 ตัวอย่าง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ระดับการศึกษาชั้นปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าตราเฉพาะ พบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อซูเปอร์เซฟ โดยรู้จักตราสินค้าจากการเห็นตราสินค้าบนชั้นวาง โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อตามลำดับดังนี้ คือ ปัจจัยราคาต่ำกว่ายี่ห้ออื่นเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด รองลงมา คือปัจจัยด้านการลดราคา ปัจจัยคุณภาพ

ของสินค้า ปัจจัยด้านกระบวนการผลิตและหมดอายุชัดเจน ปัจจัยด้านสถานที่สะดวกในการเดินทาง บรรยากาศดี สะอาด มีป้ายแสดงราคาชัดเจน เวลาเปิดปิดของห้างสะดวกต่อการใช้บริการ และห้างตั้งอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ตามลำดับ โดยรวมแล้วปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะสูงที่สุด คือ ปัจจัยด้านราคา

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

Independent Study Title	The Marketing Mix Factors Influencing Buyers in Buying Private Brand Products in Mueang District, Chiang Mai Province : The Case Study of TESCO LOTUS
Author	Miss Pattama Kimsuwan
M.B.A	
Examining Committee	Assistant Prof. Dr.Orachorn Maneesong Chairman Dr.Narumon Pongchaidacha Member Lecturer Petcharat Meesomboonpoonsuk Member

Abstract

The purpose of the study was to determine the marketing mix factors influencing buyers in buying private brand products in Muang district, Chiang Mai province : The Case Study of TESCO LOTUS.

The data was collected from the sample group of consumers who purchased TESCO LOTUS private brand products. Most of the respondents were female, their ages were between 21 – 30 years, education level in bachelor degree and average earning level per month was Baht 5,001 – 10,000, most were company employees.

The result from the study found that the private brand which most of consumers bought and used was "Super Save" and they knew this brand from the shelf. The important factors influencing buyers in buying private brand products depended on the following conditions : lower price, discount, quality of product,

manufacturing and expiration date, convenience to access location, good environment, clear price tag, service hours and where the store was situated in the community, respectively.

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University