

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดของเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ของผู้บริโภคในเขตอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช

Personal Charectoristic Affect to Marketing Mix of Tesco Lotus's consumer in Sichon district Nakhon Si Thammarat Area

สิริมา เกื้อมา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าในเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของเทสโก้ โลตัส ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าเทสโก้ โลตัส ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช 3) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับส่วนประสมทางการตลาดเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากประชากรในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชที่ซื้อสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ จำนวน 400 คน ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติไคสแควร์

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ประชากรส่วนใหญ่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพมีทั้งโสดและสมรสจำนวนเท่ากัน ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ของกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) พบว่า ให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด คือเวลาในการเปิดปิดห้างมีความเหมาะสม

คำสำคัญ : เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus), ปัจจัยส่วนบุคคล, ส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

The purposes of this research were as follows : 1) to study demography characteristics such as gender, age, status, education, occupation and salary to the decision-making in purchasing Tesco Lotus products of the customer in Sichon district, Nakhon Si Thammarat province. 2) to study the service marketing mix' 7Ps of Tesco Lotus including product, price, place, promotion, people (employee), physical evidence and presentation and process of the customer in Sichon district, Nakhon Si Thammarat province. 3) to find out relationship between demography characteristics and the service marketing mix' 7Ps of Tesco Lotus customer in Sichon district, Nakhon Si Thammarat province. The study was a quantitative research and collected by using survey online. A sample 400 people was selected from Nakhon Si Thammarat cases were included as a sample. Chi-square test was used for data analysis : frequency, percent, average and standard deviation.

Results of the study are as follows : Most of the respondents were female, at the ages between 31-40 years old. The numbers of single and married status were equal. Most of the respondents graduated Bachelor's degree. They were employees in government officers, had monthly income of 15,001 – 30,000 Baht. The

hypotheses test revealed that personal factors is associated with the service marketing mix 7Ps for decision-making in purchasing Tesco Lotus products. Most of respondents are focus on place and opening hours.

Keywords : Tesco Lotus, Personal factors, The service marketing mix 7Ps

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดนครศรีธรรมราช ถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีประชากรมากที่สุดในภาคใต้ และในแต่ละอำเภอก็มีพื้นที่และจำนวนประชากรแตกต่างกันออกไป ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร ซึ่งทางผู้วิจัยได้ศึกษาในเขตอำเภอสิชล ซึ่งมีประชากร 81,884 คน ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ เกษตรกร ประมง ค้าขาย และอื่นๆ อีกทั้งในเขตอำเภอสิชลผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจไฮเปอร์มาเก็ต ธุรกิจคอนวีเนียนสโตร์ และอื่นๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเป็นอำเภอที่มีสภาพเศรษฐกิจที่ดี มีการจับจ่ายใช้สอยค่อนข้างสูง

ธุรกิจคอนวีเนียนสโตร์ เช่น 7-Eleven 108 Shop Family Mart ที่เน้นการเข้าถึงชุมชนและพื้นที่ต่างๆ ไม่ต้องใช้พื้นที่มาก ลงทุนน้อยกว่า อยู่ใกล้ชุมชนและซื้อเมื่อไหร่ก็ได้ สะดวกสบาย ไม่จำเป็นต้องซื้อของที่ละจำนวนมากๆ และไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปซื้อของเยอะ มีแนวโน้มที่จะเติบโตมากกว่าธุรกิจไฮเปอร์มาเก็ต ขยายตัวอย่างรวดเร็ว และมีการแข่งขันราคาให้ถูกเพื่อสู้กับธุรกิจไฮเปอร์มาเก็ต ส่งผลให้ธุรกิจไฮเปอร์มาเก็ตต้องปรับตัวเป็นอย่างมาก โดยหากกล่าวถึงธุรกิจไฮเปอร์มาเก็ตผู้นำตลาดอันดับ 1 คือห้างเทสโก้ โลตัส รองลงมาคือห้างบิ๊กซี และอื่นๆ ซึ่งปัจจุบันเทสโก้ โลตัส มีทั้งสิ้นประมาณ 2,150 สาขา โดยมีรูปแบบสาขาอยู่ 5 แบบ ได้แก่ เอ็กซ์ตรา ไฮเปอร์มาเก็ต ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ ตลาด และเอ็กซ์เพรส ห้างเทสโก้ โลตัส เป็นกลุ่มไฮเปอร์มาเก็ต โดยเปิดตั้งแต่ปี 2537 บริหารงานโดยบริษัทเอกชัย ดิสทริบิวชัน ซิสเทม จำกัด โดยจำหน่ายสินค้าปลีกที่มีคุณภาพสูงในราคาถูก และยังมีช่องทางให้เอสเอ็มอี รวมไปถึงเกษตรกรไทยเข้ามาขายสินค้าในห้าง ทำให้ส่งผลกำไรไปยังเอสเอ็มอี และเกษตรกรได้อย่างดี (Tesco lotus, 2560) ในขณะที่ห้างเทสโก้ โลตัสครองส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับ 1 มาโดยตลอด คู่แข่งอย่างห้างบิ๊กซีก็ปรับกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อต้องการเลื่อนส่วนแบ่งการตลาดจากอันดับสองมาเป็นอันดับ 1 ด้วยวิธีการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเน้นการค้าขายในรูปแบบอีคอมเมิร์ซ การชิงบการตลาด 6-7 พันล้านบาท เพื่อขยายสาขาเพิ่ม 22 แห่งใช้กลยุทธ์ด้านราคา ลดราคาสินค้าทุกวัน โดยใช้งบมากถึง 1 หมื่นล้านบาท อีกทั้งยังมีการจัดแคมเปญ และโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ห้างเทสโก้ โลตัส จำเป็นต้องทราบความต้องการของผู้บริโภค ว่าผู้บริโภคมีความต้องการของสินค้าหรือบริการอย่างไร เพราะถ้ารูปแบบของสินค้าหรือบริการเป็นที่น่าพอใจ ก็จะทำให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง และสามารถทำให้ออขายของเทสโก้ โลตัส สามารถเพิ่มสูงขึ้นเหนือคู่แข่งได้ (ฐานเศรษฐกิจ, 2560)

ทางผู้วิจัยเห็นถึงปัญหาเศรษฐกิจรวมถึงคู่แข่งของห้างเทสโก้ โลตัส จึงทำให้สนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดของเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ของผู้บริโภคในเขตอำเภอสิชลจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด รวมไปถึงการบริหารจัดการในการปรับปรุงด้านสินค้าหรือบริการเพื่อตอบโจทย์ของผู้บริโภคมากขึ้น เพื่อเป็นการรักษาส่วนแบ่งการตลาดอันดับ 1 เอาไว้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าในเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช

2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของเทสโก้ โลตัส ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าเทสโก้ โลตัส ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช

3. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับส่วนประสมทางการตลาดของเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา ผลการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดของเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอบเขตด้านประชากรและตัวอย่าง งานวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดของเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) เป็นการศึกษาประชากรที่เลือกซื้อสินค้าในเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช

ด้านพื้นที่ การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช (อำเภอสิชลที่ตั้งของเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus))

ตัวแปรต้น ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านเวลา การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดของเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่มาเลือกซื้อสินค้าตั้งแต่วันที่ 6 ธันวาคม ถึง 31 ธันวาคม 2561

สมมติฐานในการวิจัย

ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดของเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าในเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช

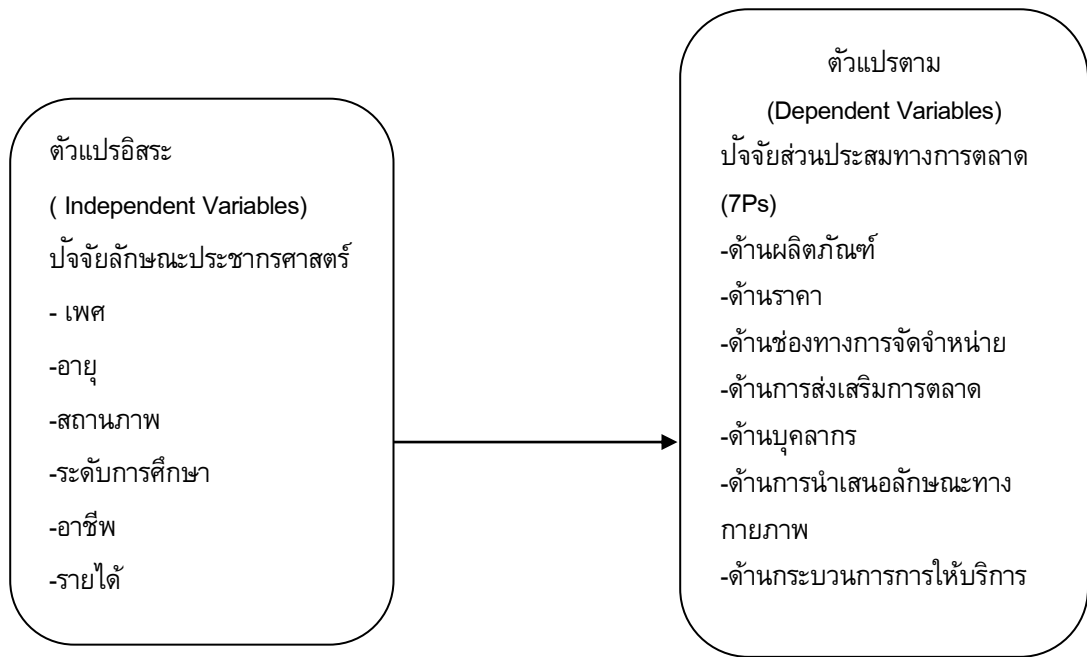
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้บริษัทฯ ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช และนำผลงานวิจัยที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการวางแผนกลยุทธ์หรือการตลาดต่อไป

2. เพื่อให้ทราบความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) เพื่อนำไปปรับปรุงแนวทางและดำเนินการในการผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อให้เข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

กรอบแนวความคิดการวิจัย

กรอบแนวความคิดการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดของเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงเป็นรูปภาพดังนี้



รูปแบบวิธีการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ทางคณะผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยทำการสอบถามความคิดเห็น โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลกับประชาชนในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างคือประชากรในอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเป็นกลุ่มผู้ที่เคยเลือกซื้อสินค้าเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ทั้งนี้จะเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) จำนวน 81,884 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้โควตา (Quota Sampling) และใช้ตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane ในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2546 หน้า 20)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N คือ ขนาดของประชากร
 e คือ ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ เท่ากับ 0.05

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{81,884}{1 + 81,884 (0.05)^2}$$

$$= 394.2227 \text{ ปัดเป็น } 395 \text{ ชุด}$$

ทั้งนี้ เพื่อผลการวิจัยที่น่าเชื่อถือ ผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา 400 คน จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ที่เคยใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบปลายปิด (Close-End Question) เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อให้ได้เครื่องมือที่สมบูรณ์และมีคุณภาพ โดยสร้างเครื่องมือตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาสร้างแบบสอบถาม โดยปรับปรุงจากแบบสอบถามของวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยลักษณะของการตอบแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ โดยเฉลี่ยแล้วท่านซื้อสินค้าเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) บ่อยครั้งเพียงใด ท่านใช้จ่ายในการซื้อสินค้าในเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) โดยเฉลี่ยครั้งละเท่าไร ส่วนใหญ่ท่านใช้บริการซื้อสินค้าในเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ประเภทใด และ ท่านเลือกซื้อสินค้าในเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) เพราะเหตุใด โดยลักษณะของการตอบแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 7 ด้าน มีคำถามจำนวน 28 ข้อ แบ่งได้ดังนี้

- | | |
|-----------------------------------|--|
| 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 5 ข้อ | 2) ด้านราคา 3 ข้อ |
| 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 ข้อ | 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 4 ข้อ |
| 5) ด้านบุคลากร 4 ข้อ | 6) ด้านการสร้างและส่งเสริมภาพลักษณ์ทางกายภาพ 4 ข้อ |
| 7) ด้านกระบวนการ 5 ข้อ | |

โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 3 นี้ เป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของ Likert แปลผลระดับความคิดเห็น ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	การแปลผล
5	ระดับความสำคัญมากที่สุด
4	ระดับความสำคัญมาก
3	ระดับความสำคัญปานกลาง
2	ระดับความสำคัญน้อย
1	ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายในการวิเคราะห์ข้อมูล การพิจารณาแปลความหมายโดยคำนวณค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์การให้คะแนน ด้วยการนำสูตรคำนวณหาความกว้างอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\text{ค่าพิสัย} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$
$$= \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

จากเกณฑ์พิจารณาข้างต้น จึงกำหนดความหมายในข้อคำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ดังนี้

- | | |
|-------------|--|
| 4.21 – 5.00 | หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด |
| 3.41 – 4.20 | หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับมาก |
| 2.61 – 3.40 | หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับปานกลาง |
| 1.81 – 2.60 | หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับน้อย |

1.00 – 1.80 หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (validity) ว่าตรงตามจุดมุ่งหมายและสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้หรือไม่ หลังจากนั้นนำมาแก้ไขปรับปรุงเพื่อดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

4. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

การทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) แบบทดสอบชุดนี้ ได้หาความเที่ยงตรงของเนื้อหา(Content Validity) โดยได้นำแบบสอบถามไปปรึกษาอาจารย์ผู้ควบคุมงานวิจัย ไปตรวจสอบและทำการแก้ไขปรับปรุงให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้ว ไปทดสอบกับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มประชากรตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยพิจารณา ความเข้าใจในคำถามด้วยการนำแบบสอบถามมาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งเป็นการหาค่าความคงที่ภายใน (Internal Consistency) ด้วยสูตร สัมประสิทธิ์ แอลฟา (Coefficient Alpha) โดย Cronbach

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ดังนี้

1.1 หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ

1.2 ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

1.3 หนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย 400 คนที่ใช้เคเบริการที่เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนี้

2.1 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปดำเนินการสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายที่เคยใช้บริการบริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช เก็บตัวอย่างตามความสะดวก

2.2 นำแบบสอบถามมาลงรหัสเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลที่นำมาทำการวิเคราะห์และประมวลผลโดยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยมีขั้นตอนการตรวจสอบดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อให้ทราบข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม, พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้ที่เคยใช้บริการบริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยสามารถวิเคราะห์แบบสอบถามได้ดังนี้

1.1 แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงผลเป็นความถี่และร้อยละ

1.2 แบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อสินค้าในเทสโก้ โลตัส(Tesco Lotus) ในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงผลเป็นความถี่ และร้อยละ

1.3 แบบสอบถามส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงผลเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมุติฐานการวิจัยเพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตามโดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Chi-Square) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาวินิจฉัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพมีทั้งโสดและสมรสจำนวนเท่ากัน ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	98	24.5
หญิง	302	75.5
	400	100.0
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	24	6.0
21 - 30 ปี	200	50.0
31 - 40 ปี	219	32.3
41 – 50 ปี	37	9.3
51 ปีขึ้นไป	10	2.5
	400	100.0
สถานภาพ		
โสด	186	46.5
สมรส	186	46.5
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	28	7.0
	400	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 9,000 บาท	58	14.5
9,001 – 15,000 บาท	124	31.0
15,001 – 30,000 บาท	156	39.0
30,001 บาทขึ้นไป	62	15.5
	400	100.0
ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนต้น	48	12.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	59	14.8
ปวส./อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	59	14.8
ปริญญาตรี	190	47.5
สูงกว่าปริญญาตรี	44	11.0

	400	100.0
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	43	10.8
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	112	28.0
พนักงานบริษัทเอกชน	80	20.0
ธุรกิจส่วนตัว	74	18.5
แม่บ้าน	32	8.0
รับจ้างทั่วไป	59	14.8
	400	100.0

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus)

ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า เหตุผลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) คือมีสินค้าให้เลือกหลากหลายตามที่ต้องการ ประเภทของสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อส่วนใหญ่ คือผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและของใช้ในครัวเรือน โดยความถี่ในการใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ส่วนใหญ่ คือ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน และส่วนใหญ่ใช้เงินในการซื้อสินค้าหรือบริการที่เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) โดยเฉลี่ยครั้งละ 500 – 1,000 บาท

พฤติกรรมการซื้อสินค้าในเทสโก้ โลตัส	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่เฉลี่ยที่มาซื้อสินค้า		
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	80	20.0
1 - 2 ครั้งต่อเดือน	163	40.8
3 - 4 ครั้งต่อเดือน	93	23.3
5 - 6 ครั้งต่อเดือน	26	6.5
มากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน	31	7.8
ทุกวัน	7	1.8
	400	100.0
ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง		
น้อยกว่า 500 บาท	85	21.3
500 – 1,000 บาท	173	43.3
1,001 – 1,500 บาท	99	24.8
1,501 บาทขึ้นไป	43	10.8
	400	100.0
พฤติกรรมการซื้อสินค้าในเทสโก้ โลตัส	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทของสินค้า		
อาหารสด อาหารแช่แข็ง เบเกอรี่	79	19.8
อาหารแห้ง อาหารกระป๋อง	29	7.3
เครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว ของหวาน	80	20.0
ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม	86	21.5
เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์ภายในบ้าน	26	6.5
ผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง	2	5

ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและของใช้ในครัวเรือน	93	23.3
ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก	5	1.3
	400	100.0
เหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าในเทสโก้ โลตัส		
มีสินค้าให้เลือกหลากหลายตามที่ต้องการ	151	37.8
ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน สะดวกสบาย	143	35.8
มีชื่อเสียง	28	7.0
สินค้ามีราคาถูกกว่าที่อื่น	2	0.5
สินค้ามีคุณภาพดีกว่าที่อื่น	66	16.5
มีการให้บริการที่ดี	10	2.5
	400	100.0

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ระดับความต้องการมากที่สุดเฉลี่ย 4.00 (S.D.= 0.62) รองลงมาคือ ด้านการสร้างและส่งเสริมภาพลักษณ์ทางกายภาพ มีระดับความต้องการเฉลี่ย 3.99 (S.D.= 0.59) ถัดมาคือ ด้านกระบวนการ มีระดับความต้องการเฉลี่ย 3.93 (S.D.= 0.59) ถัดมาคือ ด้านการส่งเสริมการขายมีระดับความต้องการมากที่สุดเฉลี่ย 3.92 (S.D.= 0.66) ถัดมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความต้องการมากที่สุดเฉลี่ย 3.89 (S.D.= 0.61) ถัดมาคือ ด้านบุคลากร มีระดับความต้องการมากที่สุดเฉลี่ย 3.85 (S.D.= 0.66) และสุดท้ายคือ ด้านราคา มีระดับความต้องการมากที่สุดเฉลี่ย 3.78 (S.D.= 0.62)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลค่า
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.89	0.61	มาก
2. ด้านราคา	3.78	0.62	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.00	0.62	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	3.92	0.66	มาก
5. ด้านบุคลากร	3.85	0.66	มาก
6. ด้านการสร้างและส่งเสริมภาพลักษณ์ทางกายภาพ	3.99	0.59	มาก
7. ด้านกระบวนการ	3.93	0.59	มาก
รวม	3.91	0.62	มาก

ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความสัมพันธ์

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล						
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านบุคลากร	ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ด้านกระบวนการ
1. เพศ	-	-	-	-	-	-	-
2. อายุ	*	*	-	-	-	-	*
3. สถานภาพ	*	*	*	-	*	*	-
4. ระดับการศึกษา	-	*	-	*	*	*	*
5. อาชีพ	*	-	-	-	-	*	-
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	*	-	-	-	-	-	-

* สัมพันธ์กัน , - ไม่สัมพันธ์กัน

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ Pearson Chi-Square เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอ สีชล จังหวัดนครศรีธรรมราช กับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า โดยรวมแล้ว อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอสีชล จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีัยสำคัญที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐาน ส่วนเพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอสีชล จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีัยสำคัญที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ไม่ยอมรับสมมติฐาน

สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพมีทั้งโสดและสมรสจำนวนเท่ากัน ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าในเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ผลจากการศึกษาวิจัย พบว่า เหตุผลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) คือมีสินค้าให้เลือกหลากหลายตามที่ต้องการ ประเภทของสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อส่วนใหญ่ คือ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและของใช้ในครัวเรือน โดยความถี่ในการใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ส่วนใหญ่ คือ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน และส่วนใหญ่ใช้เงินในการซื้อสินค้าหรือบริการที่เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) โดยเฉลี่ยครั้งละ 500 – 1,000 บาท

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีคุณภาพและมาตรฐาน สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีความหลากหลายและเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า สินค้าที่นำมาจำหน่ายสดใหม่เสมอ สินค้ามีความแปลกใหม่และทันสมัย และชื่อ "โลตัส" มีความน่าเชื่อถือ มีระดับความเห็นในระดับมาก

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านราคาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ราคาสินค้าต่ำกว่าไฮเปอร์มาเก็ตทั่วไป และระดับราคามีความหลากหลายให้เลือก มีระดับความเห็นในระดับมาก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ท่าเลที่ตั้งของห้างสะดวกต่อการเดินทาง เวลาในการเปิดปิดห้างมีความเหมาะสม และมีการแสดงราคาไว้ที่จุดจำหน่ายชัดเจน มีระดับความเห็นในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม อย่างเพียงพอ มีการจัดรายการโปรโมชั่นส่วนลดพิเศษอย่างต่อเนื่อง มีประชาสัมพันธ์กิจกรรมการส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่างๆ อย่างทั่วถึง และมีการจัดทำบัตรสมาชิกคลับการ์ด เพื่อสะสมคะแนน แจ็งข้อมูลข่าวสาร และโปรโมชั่นต่างๆ อย่างเหมาะสม มีระดับความเห็นในระดับมาก

ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า พนักงานมีธรรมาภิบาลและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความกระตือรือร้นในการบริการ พนักงานพูดจาไพเราะสุภาพ เรียบร้อย พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย และพนักงานขายมีความชำนาญในการแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ มีระดับความเห็นในระดับมาก

ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การจัดบรรยากาศภายในมีความสะอาด สวยงาม แสงสว่างพอเหมาะ อากาศถ่ายเทได้ดี การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ชัดเจน มองหาสินค้าได้ง่าย การจัดเรียงสินค้าสวยงาม ทันสมัย ดึงดูดใจ และมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ มีระดับความเห็นในระดับมาก

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้าที่ซื้อ บริการจัดส่งสินค้ามีความเหมาะสม สะดวกรวดเร็วในการชำระสินค้า ความสะดวกในการหยิบจับสินค้า และมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี มี รปภ. ครอบคลุม มีระดับความเห็นในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความสัมพันธ์

สมมติฐาน ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าในเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช

สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า โดยรวม อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐาน ส่วนเพศ ไม่มีความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ไม่ยอมรับสมมติฐาน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราชทุกด้าน

อายุ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านกระบวนการ ส่วนอายุกับปัจจัย

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอสิชล จังหวัด นครศรีธรรมราช ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านการนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้าน บุคลากร และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ส่วนสถานภาพกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการ เลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านบุคลากร ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ส่วนระดับการศึกษาที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านผลิตภัณฑ์ และด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีความสัมพันธ์กัน

อาชีพ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ส่วน อาชีพกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้าน กระบวนการ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านผลิตภัณฑ์ เพียงด้านเดียว ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อ เดือนกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจควรอภิปรายผลดังนี้

1. ในส่วนของข้อมูลทั่วไป ผู้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพมีทั้งโสดและสมรสจำนวนเท่ากัน ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท เพราะเพศหญิงเป็นเพศที่รักสวยรักงาม โดยเฉพาะสถานภาพโสดและสมรสจะ มี การจับจ่ายในการซื้อของอุปโภคบริโภคมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเอกสิทธิ์ สุนทรนนท์ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ประเภทซูเปอร์เซ็นเตอร์ของประชาชน กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 30 ปี จบ การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือนทัศนคติต่อ ซูเปอร์เซ็นเตอร์ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83

2. พฤติกรรมการซื้อสินค้าเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ผลจากการศึกษาวิจัย พบว่า เหตุผลของ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) คือมีสินค้าให้เลือกหลากหลายตามที่

ต้องการ ประเภทของสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อส่วนใหญ่ คือ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและของใช้ในครัวเรือน โดยความถี่ในการใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ส่วนใหญ่ คือ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน และส่วนใหญ่ใช้เงินในการซื้อสินค้าหรือบริการที่เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) โดยเฉลี่ยครั้งละ 500 - 1,000 บาท เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันไม่เอื้ออำนวยต่อการใช้จ่ายฟุ่มเฟือย ในการซื้อสินค้าแต่อย่างใดก็จะเลือกสินค้าที่จำเป็นทั้งของใช้ส่วนตัวและของใช้ภายในครอบครัว เช่น ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดหรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน ซึ่งเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาจังหวัดนครปฐมของสร้อยรุจิ อินทร (2546) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากในส่วนประสมทางการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ อันเนื่องมาจาก ห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกมากมายตามต้องการ อีกทั้งสินค้าภายในร้านค้ามีคุณภาพสดและใหม่

3. ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอสีชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สิ่งที่ผู้บริโภคพึงพอใจมากที่สุดคือ สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีความหลากหลายและเพียงพอกับความต้องการของลูกค้าซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา ความพึงพอใจในปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกดั้งเดิม (โชห่วย) ในเขตกรุงเทพมหานครของชื่นสมล บุนนาค (2559) พบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มาก เนื่องจากร้านมีการปรับเปลี่ยนสินค้าอยู่เสมอ ของมีความหลากหลายและสะอาดน่าจับต้อง ดังนั้นร้านค้าปลีกควรเพิ่มประเภทของสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการเพื่อเพิ่มปริมาณการซื้อ อีกทั้งสินค้ายังต้องมีความสะอาดสดใหม่เสมอ และยังคงให้ความใส่ใจอย่างมากในเรื่องของคุณภาพที่ดีที่ได้มาตรฐานของสินค้า ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมเลือกซื้อสินค้าผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของผู้บริโภค

ด้านราคา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอสีชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สิ่งที่ผู้บริโภคพึงพอใจมากที่สุดคือ ระดับราคามีความหลากหลายให้เลือก สอดคล้องกับงานวิจัยของจิรวรรณ ดีประเสริฐ และคณะ (2551) ในเรื่องของความพึงพอใจและพฤติกรรมเลือกซื้อสินค้าผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของผู้บริโภคกรณีศึกษาพื้นที่กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ นครราชสีมา ภูเก็ตพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามาก ในเรื่องของการแสดงป้ายราคาที่ชัดเจนรองลงมาคือความเหมาะสมของคุณภาพและราคาของสินค้า ผลิตภัณฑ์มีหลายระดับราคาให้เลือกและถูกกว่าที่อื่น ประหยัดเมื่อซื้อสินค้าจำนวนมาก และรูปแบบการชำระเงินของร้านค้า เช่น มีการชำระผ่านบัตรเครดิต ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอสีชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สิ่งที่ผู้บริโภคพึงพอใจมากที่สุดคือ เวลาในการเปิดปิดห้างมีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของความพึงพอใจและพฤติกรรมเลือกซื้อสินค้าผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของผู้บริโภคกรณีศึกษาพื้นที่กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ นครราชสีมา ภูเก็ต ของจิรวรรณ ดีประเสริฐ และคณะ(2551) พบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องของการจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ในการเลือกซื้อตามมาด้วย สถานที่จอดรถกว้างขวางปลอดภัยฟรี อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานเดินทางสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวก การโฆษณาสามารถช่วยให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจ มีการปรับอากาศภายในร้านที่เหมาะสม มีการใช้รูปแบบและระดับความดังของเสียงภายในร้านที่เหมาะสม การจัดแต่งร้านสวยงามและเข้ากับเทศกาล และมีการใช้กลิ่นภายในร้านที่เหมาะสมตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอสีชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สิ่งที่ผู้บริโภคพึงพอใจมากที่สุดคือ มีการจัดทำบัตรสมาชิกคลับการ์ด เพื่อสะสมคะแนน แจงข้อมูลข่าวสาร

และโปรโมชั่นต่างๆ อย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธีรชัย ช่างปลิว (2553) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ของประชาชนในเขตตำบลช้างคลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่พบว่า โปรโมชั่นชื่อ 1 แกรม 1 มีให้ลูกค้าเลือกเยอะ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ใบปลิว วิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น รวมไปถึงการสะสมแต้มสมาชิก มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกของผู้บริโภคในระดับมาก

ด้านบุคลากร ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สิ่งที่ผู้บริโภคพึงพอใจมากที่สุดคือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนนทศักดิ์ สุตจิตร (2553) ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการห้างโคลีเซียม สาขาสุราษฎร์ธานี พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญโดยรวมในด้านบุคลากรและพนักงานว่ามีความสัมพันธ์ระดับมากที่สุด พบว่า พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าและบริการ พนักงานแต่งกายสะอาด เรียบร้อย และพนักงานพูดจาไพเราะสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ มีผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา เป็นพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการและพนักงานมีความเพียงพอต่อการให้บริการ

ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สิ่งที่ผู้บริโภคพึงพอใจมากที่สุดคือ การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ชัดเจน มองหาสินค้าได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของทนายพร เลิศธนะโชค (2550) ได้ศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Hyper Market) พบว่า บรรยากาศภายในร้านค้าและการจัดวางเรียงสินค้าที่ดี สร้างความพึงพอใจและความสนใจในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ และงานวิจัยของ จีรพรรณ ดีประเสริฐ และคณะ (2551) ธีระพงษ์ แสงวิเศษ (2556) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ เซเว่น อีเลฟเว่น ที่มีต่อการจัดวาง Layout ในสาขาที่ได้รับการปรับปรุงร้าน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ โดยลูกค้าให้ความสำคัญกับแสงสว่างภายในร้านที่มีความพอดีที่ทำให้มองหาสินค้าภายในร้านได้ง่ายมากที่สุด รองลงมาคือบรรยากาศภายในร้าน

ด้านกระบวนการการให้บริการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในเขตอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านกระบวนการการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สิ่งที่ผู้บริโภคพึงพอใจมากที่สุดคือ ความสะดวกในการหยิบจับสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑารัตน์ ปิจิตร และคณะ (2559) ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกใช้บริการห้างสรรพสินค้าบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาราชบุรี พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก เนื่องจากแผนผังแสดงตำแหน่งที่ตั้งสินค้า ความรวดเร็วในการชำระเงิน เครื่องเข็ราคาสินค้าตามจุดต่างๆ ที่สร้างความประทับใจให้ลูกค้า มาใช้บริการห้างสรรพสินค้าบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาราชบุรี

4. ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ของผู้บริโภคในเขตอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล คนได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ของผู้บริโภคในเขตอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวม แต่เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ของผู้บริโภคในเขตอำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงให้เห็นว่าเพศต่างกันมีผลทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถให้ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย นำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

1. จากผลการศึกษาในส่วนของคุณข้อมูลทั่วไป ผู้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพมีทั้งโสดและสมรสจำนวนเท่ากัน ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท เหตุผลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เลือกใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) คือมีสินค้าให้เลือกหลากหลายตามที่ต้องการ ประเภทของสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อส่วนใหญ่คือ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและของใช้ในครัวเรือน โดยความถี่ในการใช้บริการเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ส่วนใหญ่คือ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน และส่วนใหญ่ใช้เงินในการซื้อสินค้าหรือบริการที่เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) โดยเฉลี่ยครั้งละ 500 – 1,000 บาท ผู้ที่ทำธุรกิจค้าปลีก สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป เช่น จากผลการศึกษาผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องของสินค้าที่นำมาจำหน่ายมีความหลากหลายและเพียงพอ กับความต้องการของลูกค้า สามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ในขั้นตอนการจัดหาสินค้าเพื่อนำมาจำหน่ายให้แก่ลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

2. จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด ควรให้ความสำคัญกับจำนวนสินค้าที่มีให้ลูกค้าเลือกหลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบสินค้าแต่ละยี่ห้อได้ และได้สินค้าที่ต้องการ และพนักงานควรเรียงสินค้าให้ลูกค้าสามารถหยิบจับสินค้าได้ง่าย จัดวางให้ลูกค้าเห็นสินค้าง่าย ไม่วางในชั้นที่สูงเกินไปทำให้ลูกค้าหยิบสินค้ายาก ทุกๆ จุดจำหน่ายจะต้องมีการติดราคาสินค้าชัดเจน เพื่อทำให้เกิดความสะดวกสบายของลูกค้าในการเปรียบเทียบราคาสินค้า รวมไปถึงเวลาในการเปิดปิดห้างมีความเหมาะสมกับผู้บริโภคปัจจุบันที่มีช่วงเวลารีบเร่ง และอาจจะต้องซื้อสินค้าในช่วงเวลาหลังเลิกงาน อีกทั้งผู้บริโภคยังให้ความสำคัญกับร้านค้าปลีกที่มีหลายสาขา เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าและเดินทางได้อย่างสะดวกสบายใกล้บ้าน และมีความพึงพอใจถ้ามีสถานที่จอดรถกว้างขวางต่อการซื้อสินค้า

5.4 ข้อจำกัดงานวิจัย

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นเวลา 1 เดือน อาจทำให้ผลการวิจัยมีความคลาดเคลื่อนในการนำไปอ้างอิงกับกลุ่มประชากรได้เพราะกลุ่มประชากรอาจไม่กระจายตัวเท่าที่ควร ดังนั้น ผู้ที่จะนำข้อมูลวิจัยชุดนี้ไปใช้ควรระมัดระวังการนำข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และข้อมูลเชิงสถิติอื่นๆที่จะเชื่อมโยงไปสู่สินค้าและบริการ ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามระยะเวลา

5.5 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถขยายต่อไปในทัศนคติที่กว้างขึ้นอันจะเป็นประโยชน์ในการอธิบายผลที่ได้ ผู้ทำวิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเพิ่มเติม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการซื้อสินค้าเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ของผู้บริโภคโดยเจาะลึกสาขาแต่ละเขตพื้นที่ เพื่อทราบความต้องการของผู้บริโภคแต่ละเขตพื้นที่ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจพบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการซื้อที่แตกต่างกันในแต่ละสาขา

2. ควรศึกษาปัจจัยใดที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) เนื่องจากเป็นการศึกษาที่สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลและใช้ในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อรักษฐานลูกค้าของเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ไว้ได้อย่างยาวนานและขยายฐานลูกค้าให้มาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดีจากความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของอาจารย์ที่ปรึกษา การค้นคว้าอิสระ รองศาสตราจารย์ สมจิตร์ ล้วนจำเริญ ที่ให้คำปรึกษา แนะนำ จึงใคร่ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณประชากรในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามเพื่อทำการวิจัยจนทำให้การดำเนินการวิจัยประสบผลสำเร็จด้วยดี และขอขอบพระคุณทุกท่านที่สนับสนุน ตลอดจนให้ความช่วยเหลือและปรารภนาดีต่อผู้วิจัยตลอดมา

เอกสารอ้างอิง

- ชนาธิป ผลววรรณ และจิรวรรณ ดีประเสริฐ (กรกฎาคม 2556). พฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของกลุ่มเบบี๋บูมเมอร์ที่ร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 5 (1).121-134.
- ชื่นสุมล บุนนาค. (มกราคม 2559). ความพึงพอใจในปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกดั้งเดิม (โชห่วย) ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร, 13 (1). 66-91.
- ธนากร มาอุทธรณ์. (2557). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคต่อร้าน Max Value. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะบริหารธุรกิจ.
- ปรมิษฐ์ นิมานนท์. (2545). พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าและบริการของห้างสรรพสินค้าบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาเชียงราย . (ปัญหาพิเศษปริญญาโท). มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ศรินทิพย์ เขียวนิล. (2558). พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้ใช้บริการร้านโชห่วยในจังหวัดนนทบุรี. (จุลนิพนธ์).มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริณา ชูสอนสาย. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ของผู้บริโภค ในพื้นที่กรุงเทพฯใต้. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สาขาวิชาการตลาด.
- ศิริพร พงศ์เวชชัย. (2556). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านแม่กซ์แวลูของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สาขาวิชาการจัดการ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับพื้นฐาน. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารการค้าปลีก. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สร้อยรุจี อินทสร. (2548). ความพึงพอใจลูกค้าที่มีต่อการให้บริการห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาจังหวัดนครปฐม. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- Armstrong, Gary and Kotler, Philip. (2009). Marketing An Introduction. 9th Edition. N J: Pearson Education.
- Kotler, P. (1997). Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control. 9th Edition. N J: Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, P. (2003). Marketing Management. 11th Edition. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- สื่ออิเล็กทรอนิกส์**
- อนุศาสตร์ สระทองเวียง. (2553). ธุรกิจค้าปลีกประเทศไทย. สืบค้นจาก http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/july_sep_10/pdf/aw21.pdf
- Tesco lotus. (2560). สาขา. สืบค้นจาก <https://www.tescolotus.com/location>