

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคต่อสินค้าแฮนด์แบรด์ที่ห่อเทสโก้ของห้างเทสโก้ โลตัส เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการจัดทำส่วนประสมทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การศึกษานี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการห้างเทสโก้ โลตัส ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง จากสาขาต่าง ๆ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจำนวน 4 สาขา และใช้การกำหนดโควต้าสาขาละ 100 ตัวอย่าง

การอธิบายผลการศึกษา ผู้วิจัยได้ใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา อธิบายผลในรูปการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานคือ ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-square) ค่าสถิติ t-Test , F test , ค่าสถิติการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย และทำการเปรียบเทียบสมมติฐานจากการใช้สถิติที่ใช้พารามิเตอร์และไม่ใช้พารามิเตอร์ซึ่งผลการศึกษาเป็นดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36-50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างคือพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท

2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการที่ 2-3 ครั้งต่อเดือน หมวดสินค้าตราเทสโก้ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ หมวดของผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด เช่น กระดาษชำระ ลำลี หมวดสารประกอบอาหาร เช่น ข้าวสาร น้ำมันพืช และหมวดน้ำยาทำความสะอาด เช่น น้ำยาล้างจาน น้ำยาล้างห้องน้ำ ตามลำดับ ทัศนคติที่มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อสินค้าแฮนด์แบรด์ตราเทสโก้ในระดับปานกลาง กล่าวคือ การรู้จักแบรด์ตราเทสโก้ การจัดวางสินค้าที่ง่ายต่อการเลือกซื้อคุณภาพของสินค้า แต่มีทัศนคติในการที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าแฮนด์แบรด์ตราเทสโก้โลตัสในระดับน้อย ตามลำดับ รูปแบบการส่งเสริมการขายที่ต้องการมากที่สุดคือ การจัดรายการพิเศษแบบมีของแถม ส่วนสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่จะไม่ซื้อเกินกว่าร้อยละ 56.3 คือ ประเภทขนมขบเคี้ยวและไม่ซื้อเกินกว่าร้อยละ 64.6 คือประเภทผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย

3. จากการทดสอบดูความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดกับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยทั้ง 4 ด้าน คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับทัศนคติที่มีต่อสินค้า แฮาส์แบรนต์ตราเทสโก้ หมายความว่า ถ้าผู้บริโภคเห็นด้วยกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด อันได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ , ปัจจัยด้านราคา , ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย , ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ทางห้างเทสโก้ได้ให้ความสำคัญมากขึ้น จะทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าแฮาส์แบรนต์ตราเทสโก้ตามไปด้วย และยังมีโอกาสให้ผู้บริโภค เข้ามาซื้อสินค้าแฮาส์แบรนต์ตราเทสโก้ได้มากขึ้นไปด้วย

จากผลการศึกษานี้ ผู้ประกอบการหรือผู้สนใจในด้านค้าปลีกสามารถนำผลการวิเคราะห์ที่ได้และแนวทางการกำหนดรูปแบบของส่วนประสมทางการตลาดไปประยุกต์ใช้ให้เกิดผลได้