

**ชื่อการค้นคว้าอิสระ** การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อสินค้าของห้างสรรพสินค้าแม่คโคร สาขาจรัญสนิทวงศ์ กรุงเทพมหานคร

**ผู้วิจัย** นายณัฐพล เมืองเจริญ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ดร.นพวรรณ วิเศษสินธุ์ 2) ดร.จันทวัลย์ สุนสวัสดิ์ ปีการศึกษา 2561 จำนวน 95 หน้า คำสำคัญ ส่วนประสมทางการตลาด การเลือกซื้อสินค้า การค้าปลีกค้าส่ง

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากส่วนประสมทางการตลาดห้างสรรพสินค้าแม่คโคร สาขาจรัญสนิทวงศ์ กรุงเทพมหานคร และ 2) เปรียบเทียบระดับความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากส่วนประสมทางการตลาดห้างสรรพสินค้าแม่คโคร สาขาจรัญสนิทวงศ์ กรุงเทพมหานคร ของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่มาใช้บริการในห้างสรรพสินค้าแม่คโคร สาขาจรัญสนิทวงศ์ จำนวน 398 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ได้ค่าความเชื่อมั่น .95 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้สถิติทดสอบที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าแม่คโคร สาขาจรัญสนิทวงศ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากจำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ด้าน คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และ 2) ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าแม่คโคร สาขาจรัญสนิทวงศ์ จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ พบว่าไม่แตกต่างกัน จำแนกตามอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ระดับความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1..... 2.....

**Independent study title:** The Study of Marketing Mixes Affecting Purchasing Decision of Siammakro Department Store Charan Sanit Wong Branch, Bangkok

**Researcher:** Mr. Nattapon Muangcharoen. Degree: Master of Business Administration. Dhonburi Rajabhat University. Independent study advisors: 1) Dr. Noppawan Wisedsind 2) Dr. Chantawan Soonsawad. Academic year: 2018. 95 pp.  
Keywords: marketing mixes, good purchasing, retailing wholesaling

### Abstract

The objectives of this research were to: 1) investigate the levels of significance of consumers' purchasing decision from marketing mixes of Siammakro Department Store, Charan Sanit Wong Branch, Bangkok, and 2) compare the consumers' levels of significance of consumers' purchasing decision from marketing mixes of Siammakro Department Store, Charan Sanit Wong Branch, Bangkok according to their personal factors. The samples were 398 consumers using services in Siammakro Department Store, Charan Sanit Wong Branch. The instrument used was a questionnaire with .95 reliability. Data were analyzed by frequency, percentage, means, standard deviation, t-test and analysis of variance.

The results of this research showed that: 1) the overall consumers' level of significance of purchasing decision of Siammakro Department Store, Charan Sanit Wong Branch was at a high level. Considering each aspect, it was found that there were 3 aspects rated at high levels namely product, price and place while the aspect of promotion was rated at a moderate level; and 2) the comparison of levels of significance of marketing mixes affecting purchasing decision from Siammakro Department Store, Charan Sanit Wong Branch showed that there was no difference among consumer groups with different gender, education and career. However, there were statistically significant differences at .05 level among groups with different age and average monthly income. Considering each aspect, it was found that in the aspects of product and place, consumers' level of significance of purchasing decision were statistically significant differences at .01 and .05 levels.

Student's signature.....

Independent study advisor' signatures 1..... 2.....