

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้ออาหารชุด
ในเขตบางแค

ชื่อผู้เขียน นางสาวมัณฑานา รอดมณี

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.วรรณัย สายประเสริฐ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้ออาหารชุดในเขตบางแค โดยทำการศึกษาจาก ประชากรที่เป็นผู้บริโภคที่เคยตัดสินใจซื้อหรือจองอาหารชุดในเขตบางแค จำนวน 400 ราย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามสุ่มตัวอย่างตามสะดวก การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่าส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้ออาหารชุดในเขตบางแคโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้ออาหารชุดในเขตบางแคในระดับมากที่สุดคือมีบริการหลังการขายที่ครอบคลุม และในระดับมากได้แก่ราคาขายเหมาะสมกับรูปแบบอาหารชุด มีอัตราดอกเบี้ยที่จูงใจ มีการให้ส่วนลดค่าธรรมเนียมเงื่อนไขการรับประกันหลังส่งมอบ มีระยะเวลาเหมาะสม รูปแบบการจัดแบ่งพื้นที่ตรงตามประโยชน์ใช้สอย ราคาขายเหมาะสมกับวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในอาหารชุด จำนวนที่จอร์รถเพียงพอ มีการให้ส่วนลดเงินสด และราคาขายเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและทำเลที่ตั้ง

Independent Study Title Marketing Mix Affecting Consumers Towards Purchasing Condominium in Khet Bang Khae

Author Ms. Mantana Rodmanee

Degree Master of Business Administration

Advisor Lecturer Dr. Wanlanai Saiprasert

ABSTRACT

This study aimed to explore marketing mix affecting consumers towards purchasing condominium in Khet Bang Khae. Populations of this study were identified to 400 consumers who purchased or secured room at the condominium in Khet Bang Khae. Data were collected by the distribution of questionnaires, according to the convenient sampling method and were analyzed by the descriptive statistics, including frequency, percentage, and means.

The findings presented that in an overview, all following marketing mix factors affected these consumers towards purchasing condominium in Khet Bang Khae at high level: price, product, promotion, and place, respectively.

According to study in detail, the sub-factor affected these consumers towards purchasing condominium in Khet Bang Khae at the highest level was the coverage of after-sales services. In the meanwhile, the following sub-factors affected them towards purchasing condominium in the studied area at high level: reasonable price comparing to the condominium style, attractive rate of interest, fee discount, assurance conditions at the post-handover stage, appropriate duration, functional space allocating, reasonable price comparing to materials used, sufficient parking space, cash discount, and reasonable price to surroundings and location.