ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาคบริการที่มีผลต่อการ ตัคสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโต๊ะจีนใน จังหวัดนครปฐม

ผู้เขียน

างวาณี หาญแก้ว

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการก้นกว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์บุญสวาท พฤกษิกานนท์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาคบริการที่มี ผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม ซึ่งได้เปรียบเทียบ ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาคบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจาก ผู้ประกอบการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ใช้บริการ อาหารโต๊ะจีนที่เลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐมที่ผ่านมาตรฐานโต๊ะจีน ประจำจังหวัดนครปฐม โดยเลือกจากผู้ประกอบการโต๊ะจีน 4 ราย ที่มีผู้ใช้บริการใกล้เคียงกัน ในช่วงเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2552 ได้จำนวนประชากร 160 คน โดยคัดตามสัดส่วนประชากร 40 คน ต่อผู้ประกอบการ 1 ราย ซึ่งจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ โดยวัดระดับความสำคัญเป็น 5 ระดับ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต ผลของการศึกษาครั้งนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 35-44 ปี สถานภาพโสค ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,100-22,399 บาท ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จากผู้ประกอบการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐมของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านราคาคือราคาที่ เป็นมาตรฐาน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์คือรสชาติของอาหาร และปัจจัยด้านผู้ประกอบการคือความ น่าเชื่อถือของผู้ประกอบการโต๊ะจีน ซึ่งผลของการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงปัจจัยส่วนประสม การตลาคบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม เพื่อให้ได้มาตรฐานดียิ่งขึ้นอีก และยังสามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่สนใจจะเป็นผู้ประกอบการ โต๊ะจีนที่มีมาตรฐานโต๊ะจีน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Copyright[©] by Chiang Mai University All rights reserved
 Independent Study Title
 Services Marketing Mix Factors Affecting Consumer Selection

 of Chiness Food Catering Services in Changwat Nakhon
 Pathom

Author

Mrs. Wanee Hankaew

Degree

Master of Business Administration

Independent Study Advisor Associate Professor Boonsawat Prucksiganon

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study service marketing mix factors affecting consumer selection of Chinese food set service in Nakhon Pathom Province. The population of this research was 160 consumers who had used the service from 4 Chinese food entrepreneurs in Nakhon Pathom Province. The data collection was done through the use of questionnaire, 40 copies for each entrepreneur. The data was analyzed by using descriptive statistics namely percentage, frequency and mean.

The study showed that most respondents were female, 35-44 years old, single, with Bachelor's degree, and were company employees. Their average monthly income was 17,100-22,399 baht. The service marketing mix factors affecting consumer selection of Chinese food set service in Nakhon Pathom Province were rated at the middle level. And the first 3 priority factors were price (standard price), product (good taste) and entrepreneurship (reputation).

The results from this study can be used to improve service marketing mix factors affecting consumer decision to use the service and as guideline for those who are interested in staring the business.