

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องการศึกษาอิสระ : ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการรับประทาน
อาหารแบบบุฟเฟต์ของผู้บริโภคที่ถนนสีลม

โดย : นางสาวรัญญา ลีลาวดี

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเอก : การจัดการทั่วไป

อาจารย์ที่ปรึกษา :

(ดร. พิเชษฐ มุสิกะ โปดก)

..... / /

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคอาหารบุฟเฟต์ที่ถนนสีลม 2) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ที่ถนนสีลม 3) เพื่อศึกษาการรับประทานอาหารแบบบุฟเฟต์ของผู้บริโภคที่ถนนสีลม การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการรับประทานอาหารแบบบุฟเฟต์ของผู้บริโภคที่ถนนสีลม และศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคที่ถนนสีลม ระหว่างเดือน มกราคม-กุมภาพันธ์ 2560 กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยคือ ผู้บริโภคที่เคยรับประทานอาหารแบบบุฟเฟต์ที่ถนนสีลม จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Chi-Square

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีความถี่ในการรับประทานอาหารบุฟเฟต์น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน เหตุผลที่เลือกทานอาหารบุฟเฟต์เพื่อพบปะสังสรรค์ จำนวนเงินที่ต้องการจ่ายราคาต่อคนในแต่ละครั้ง 301-400 บาท โดยบุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารบุฟเฟต์คือเพื่อน ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมมีระดับความสำคัญต่อ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก อันดับที่หนึ่งคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านผลิตภัณฑ์/บริการ มีผลต่อการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคที่ถนนสีลม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Abstract

Research Title : Marketing Mix affecting to buffet of Customers at Silom Road

Researcher : Waranya Leelawadee

Degree : Master of Business Administration

Major : General Management

Advisor :
 (Dr. Pichet Musikapodok)
 / /

This research aims to explore the demographic characteristics of consumers on dining buffet food on Silom Road, to study the marketing mix that affects the dining behavior on Silom Road, to study the consumer behavior on buffet dining at Silom Road. The research aims to analyze the marketing mix in terms of price, promotion, and product/service in relation to buffet dining of consumers in Silom, as well as, Study factors affecting consumers' consumption behavior towards buffet dining in Silom area during the period between January and February of year 2017. The study has a samples size of 400 people and the methodology for data collection used were based on questionnaires distributed to consumers who had buffet dinners in Silom area. Statistics used in data analysis were percentage, frequency, mean, standard deviation, and hypothesis was based on Chi-square test.

The research found that majority of the respondents were female, aged between 21-30, mostly are employed from private sector with average monthly income of 10,001-20,000 Baht. The price range acceptable per buffet meal is around 301 – 400 Baht. The frequencies result for eating buffet is less than once a month and the main reason for eating buffet was for socializing with friends. According to the respondents, product/ services were considered the most important

factor of the marketing mix when considering eating buffet. Price follows second and promotion was considered as the least important factor. From the statistic data analysis, it can be concluded that the marketing mix factors of product/ services, price and promotion significantly affect the behavior of consumers in Silom on dining buffet at the level of 0.05.