

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องการศึกษาอิสระ : ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้า
เดอะมอลล์บางแค

โดย : นางสาวศศิธร คุรุวาณิชย์

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเอก : การ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาประจำตัวนักศึกษา


(ดร. วิจิตร สุพันธ์)
14 / พ.ค. / 2560

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้า เดอะมอลล์บางแค มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้าเดอะมอลล์บางแค รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้าเดอะมอลล์บางแค ซึ่งผลการวิจัยทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการศูนย์การค้าเดอะมอลล์บางแค รวมทั้งทราบถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการเลือกใช้บริการศูนย์การค้าเดอะมอลล์บางแค ผู้ใช้เลือกใช้บริการศูนย์การค้าเดอะมอลล์บางแค จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกเก็บเฉพาะผู้ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่เข้ามาซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากศูนย์การค้าเดอะมอลล์บางแค ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เขตที่อยู่อาศัย ซึ่งมีลักษณะเป็น Checklist เป็นแบบสอบถามปลายเปิด

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้าเดอะมอลล์บางแค ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามแบบสเกลการจัดประเภทโดยให้ระดับอิทธิพล และให้ค่าคะแนนหรือ Rating Scale ซึ่งเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์จักรยาน

นอกจากนี้ยังพบว่า วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้าเดอะมอลล์บางแค เพื่อความประหยัดเพราะสะดวกในการเดินทาง ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์การค้าเดอะมอลล์บางแค โดยรวม ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการ

Title : Marketing factors influencing the decision to use The Mall Bangkae shopping mall
 Researcher : Miss
 Degree : Master of Business Administration
 Major :
 Advisor :

(Dr.Vijit Supinit)

..... / /

Abstract

This research study Research study Marketing factors influencing the decision to use the Mall Bangkae shopping mall. The purpose of this study was to study the demographic factors affecting the decision to use The Mall Bangkae shopping mall. Also, consumer behavior was studied to determine the choice of the Mall Bangkae shopping center. The results of this research reveal the factors influencing the choice behavior of The Mall Bangkae shopping center. Also know about the problems encountered in choosing the Mall Bangkae shopping center. There were 400 users of the Mall Bangkae shopping center using Convenience Sampling. Only those who cooperated in responding to the questionnaire were selected.

Part 1 Questionnaire about personal information of consumers who come to buy goods or services from The Mall Bangkae shopping center, ie sex, age, marital status, education level, occupation, average income per month. Residential area The Looklist is an open-ended questionnaire.

Part 2: The questionnaire on service marketing factors influencing the decision to use The Mall Bangkae shopping center. This is a typo-scale question, given the level of influence. And rating scale or Rating Scale, which is a measure of interpersonal information. Part 3. Information on the marketing mix factors that influence the decision to buy a bicycle.

It also found that. The purpose of the decision to use The Mall Bangkae In order to save money because it is easy to travel free of charge, it influences the decision to use The Mall Bangkae shopping center. And the promotion of marketing. It also found that. The purpose of the decision to use The Mall Bangkae In line with the research of Pongpong Wongsup (1997: 130), the factors that make customers satisfied with the location are convenience location. Not crowded on a clean, tidy journey of the place.