

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ของลูกค้ากลุ่มเซฟโรเลตวีกรูป
หน่วยกิต	3 หน่วยกิต
ผู้เขียน	นางสาวพัชรินทร์ ปฏิภาณวิทยา
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ปภัศร ชัยวัฒน์
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	การจัดการสำหรับผู้ประกอบการ
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม
พ.ศ.	2556

บทคัดย่อ

ธุรกิจการขายรถยนต์ ซึ่งเป็นสินค้าและบริการที่นำเสนอด้วยลูกค้า มีการแข่งขันกันสูง จำเป็นจะต้องวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนของสินค้าและบริการ โดยพิจารณาจากส่วนประสมทางการตลาดจากปัจจัย 7 ประการ คือ ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการขาย, ด้านบุคคล, ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ทุกตัวมีความเกี่ยวพันกันและทำเทียมกัน

ในธุรกิจจำเป็นต้องใช้ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดปัจจัยด้านใดที่ได้อยู่แล้วก็กำหนดกลยุทธ์เชิงรุก เพื่อสร้างโอกาส ปัจจัยด้านใดที่อ่อนก็กำหนดกลยุทธ์เชิงรับ เพื่อป้องกันอุปสรรค ส่วนจะใช้หนักไปที่ปัจจัยใดก็ต้องขึ้นอยู่กับผู้บริหาร ดังเช่นตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยไว้ในผลงานฉบับนี้

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด / กลยุทธ์เชิงรุก / กลยุทธ์เชิงรับ