

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ
คำสำคัญ	ของลูกค้าโครงการบ้านบ่อกบ อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง
ชื่อนักศึกษา	ส่วนประสมทางการตลาด / ความพึงพอใจของลูกค้า
อาจารย์ที่ปรึกษา	บวรลักษณ์ แดงจ้อย
ระดับการศึกษา	ดร.ชลธิศ ดาราวงษ์
คณะ	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
พ.ศ.	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
	2557

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อโครงการบ้านบ่อกบ 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านบ่อกบ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าโครงการบ้านบ่อกบ ซึ่งผู้วิจัยเก็บตัวอย่างจากประชากรที่ย้ายทะเบียนบ้านเข้ามาอยู่ในบ้านเลขที่ที่ซื้อจากโครงการบ้านบ่อกบ จำนวน 220 คน จากจำนวนประชากร 477 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการทดสอบสมมติฐานจะใช้การทดสอบที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ทดสอบหาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระในแต่ละกลุ่ม และการวิเคราะห์การถดถอยแบบเส้นตรงพหุคูณเพื่อหาค่าระดับอิทธิพลระหว่างตัวแปร

ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 - 40 ปี สมรสแล้ว มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญา เป็นพนักงานบริษัทเอกชน / รัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับส่วนประสมทางการตลาดของโครงการด้านบุคคลมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการซื้อขาย และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ ด้านระดับความพึงพอใจของลูกค้า พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมต่อตัวโครงการและที่อยู่อาศัยมากที่สุด รองลงมาคือ มีความพึงพอใจที่จะแนะนำเพื่อนฝูงหรือคนรู้จักต่อ และมีความพึงพอใจเมื่อเทียบกับความความคาดหวังก่อนซื้อ ตามลำดับ

Independent Study Title	Management of marketing mix influencing customer satisfaction with Ban-bor-kob Project, Banchang District, Rayong Province
Keyword	Marketing Mix / Customer Satisfaction
Student	Bavornluck Taengjuy
Independent Study Advisor	Dr. Chonlatis Darawong
Level of Study	Master of Business Administration
Faculty	Graduate School, Sripatum University Chonburi Campus
Year	2014

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study customer satisfaction with Ban-bor-kob Project, 2) to examine customer satisfaction with Ban-bor-kob Project, compared by personal factors, and 3) to study the influence of marketing mix that enhances customer satisfaction with Ban-bor-kob Project. Samples were 220 residents from the population of 477 who lived in Ban-bor-kob Project and questionnaires were used for data collection. Statistics for data analysis were frequency, percentage, average mean, and standard deviation. In hypothesis testing, t-test and one-way analysis of variance were employed to test mean difference between independent variables. Multiple regression were used to test the effect size of each variable.

Finding showed that most respondents were females, aged between with 31 - 40 year olds, married, hold associate degree. Most of them were government employees with monthly income between 20,001 - 30,000 Baht. The feedback showed that the respondents preferred the project's marketing mix in dimension of people, followed by place, price, promotion, product, process and physical evidence, respectively . The level of overall customer satisfaction was at the highest level. The samples had most satisfaction in the dimension of overall satisfaction with house project and accommodation, followed by the recommendation to friends or acquaintances and the comparison with expectations before purchase, respectively.