

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
คำสำคัญ	สถานบันเท็กซคลับอินชอมนีย์ในเมืองพัททยาจังหวัดชลบุรี
ชื่อนักศึกษา	กลยุทธ์ทางการตลาด/ความพึงพอใจของลูกค้า
อาจารย์ที่ปรึกษา	สายฝน นักผูก
ระดับการศึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลธิศ ดาราวงษ์
คณะ	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
พ.ศ.	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
	2558

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในสถานบันเท็กซคลับอินชอมนีย์ ในเมืองพัททยา 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในสถานบันเท็กซคลับอินชอมนีย์ในเมืองพัททยา โดยจำแนกลักษณะประชากรตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ สัญชาติ ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพัททยา ประสบการณ์ในการมาเที่ยวของผู้รับบริการ ความถี่ในการรับบริการ 3) เพื่อศึกษาถึงระดับอิทธิพลของกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานบันเท็กซคลับอินชอมนีย์ในเมืองพัททยา ซึ่งผู้วิจัยเก็บตัวอย่างจากประชากรที่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการคลับอินชอมนีย์ทั้งหมดจำนวน 195 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการทดสอบสมมติฐานจะใช้การทดสอบทีและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ทดสอบหาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระในแต่ละกลุ่มและการวิเคราะห์การถดถอยแบบเส้นตรงพหุคูณเพื่อหาค่าระดับอิทธิพลระหว่างตัวแปร

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 - 35 ปี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป เป็นสัญชาติไทย อาศัยอยู่ในพัทยามากกว่า 3ปีขึ้นไป เคยมีประสบการณ์มาใช้บริการ มีความถี่ในการรับบริการ 1 -2 ครั้ง

ด้านระดับความพึงพอใจของลูกค้า พบว่ากลุ่มตัวอย่างนั้นเห็นด้วยกับปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ใช้บริการสถานบันเท็กซคลับอินชอมนีย์ในเมืองพัททยา ข้อมูลโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.01$) แล้วเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{x} = 4.09$) มากที่สุด และเห็นด้วยรองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.07$) ด้านราคา ($\bar{x} = 4.06$) ด้านบุคคล ($\bar{x} = 4.01$) ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{x} = 3.99$) ด้านกระบวนการ ($\bar{x} = 3.95$) และด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 3.89$) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมกับคลับอินชอมนีย์ในเมืองพัทยามากที่สุด คือ ด้านกระบวนการ โดยพนักงานทำงานร่วมกันอย่างมีระบบและรวดเร็วทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกประทับใจในการมาใช้บริการ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ทุกอย่างสำเร็จได้

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด มีผลต่อความสนุกสนานรื่นเริงในการใช้บริการจากคลับอินชอมนีย์ในเขตเมืองพัทยามากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยร้านอินชอมนีย์มีภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดี มีความปลอดภัยในการบริการพร้อมทั้งมีการเปิดเพลงที่มีแนวดนตรีเร้าใจทำให้ผู้ใช้บริการมีความสุขสนุกสนานรื่นเริง

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด มีผลต่อความรู้สึกที่ดีและคุ้มค่าเมื่อได้มาใช้บริการคลับอินชอมนีย์ในเมืองพัทยามากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยร้านอินชอมนีย์มีภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดี มีความปลอดภัยในการบริการพร้อมทั้งมีการเปิดเพลงที่มีแนวดนตรีเร้าใจทำให้ผู้ใช้บริการมีความสุขสนุกสนานรื่นเริง

SPU CHONBURI