หัวข้อวิทยานิพนธ์	กลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัย โครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดฉะเชิงเทรา
คำสำคัญ	กลยุทธ์การตลาด / คุณภาพชีวิต
ชื่อนักศึกษา	เขมิสรา สิงห์เทพ
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. ชลธิศ ดารวงษ์
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2565

บทคัดย่อ

งานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อเปรียบเทียบระดับคุณภาพชีวิตของลูกค้าโครงการหมู่บ้านจัดสรรในฉะเชิงเทราจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาดของบ้านจัดสรรที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตของผู้อาศัยในโครงการหมู่บ้านจัดสรรในฉะเชิงเทรา กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ คือ เป็นผู้ซื้อบ้านและโอนกรรมสิทธิ์เป็นเจ้าของบ้านโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามสูตรของ Taro Yamane ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย การทดสอบความแปรปรวน และการวิเคราะห์สมการเส้นถดถอยพหุคูณ ผลวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามมีคุณภาพชีวิตของลูกค้าโครงการหมู่บ้านจัดสรรแตกต่างกันตามปัจจัยด้านเพศ อายุ และสถานภาพสมรส และ 2) ปัจจัยกลยุทธ์การตลาดบ้านจัดสรรที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้พักอาศัยโครงการหมู่บ้านจัดสรรในฉะเชิงเทรา ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัย ด้านตำแหน่งสถานที่ และ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนบ้านตามลำดับ

SPU CHONBURI

Thesis Title	Marketing strategy affecting residents' quality of life in housing projects in chachoengsao province
Keywords	Marketing Strategy / Quality of Life
Student	Khemisara singthep
Thesis Advisor	Associate Professor Dr. Chonlatis Darawong
Level of Study	Master of Business Administration
Faculty	Graduate Colleage of Management, Sripatum University at Chonburi
Year	2022

ABSTRACT

The research aims 1) to compare by personal factor quality of life of customers in housing estate projects in Chachoengsao classified by personal factor and 2) to study the impact of marketing strategies on quality of life of housing estates in Chachoengsao province. The samples of this research were 400 home buyers and ownership of houses in Chachoengsao province. The sample size was computed by Taro Yamane's formula. The statistics used in the data analysis were frequency, mean, variance test. and analysis of multiple regression lines. The results showed that 1) the respondents had different quality of life in terms of gender, age, and marital status, and 2) the housing marketing strategy factors affecting the quality of life of the residents of the housing estate project in Chachoengsao. were physical appearance, environmental, location, and relationship with neighbors, respectively.

SPU CHONBURI