หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัทรับเหมาก่อสร้าง: กรณีศึกษา บริษัท กู๊ด พัทยา บิลเดอร์ จำกัด
คำสำคัญ	ส่วนประสมทางการตลาด / ความพึงพอใจ
ชื่อนักศึกษา	สุนิสา วิสุทธิรัตน์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.รวมศักดิ์ วีระสุนทร
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2559

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท กู๊ด พัทยา บิลเดอร์ จำกัด 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท กู๊ด พัทยา บิลเดอร์ จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท กู๊ด พัทยา บิลเดอร์ จำกัด จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการบริษัทรับเหมาก่อสร้าง 4) เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท กู๊ด พัทยา บิลเดอร์ จำกัด โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างของ บริษัท กู๊ด พัทยา บิลเดอร์ จำกัด จำนวน 224 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการทดสอบสมมติฐานจะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยแบบเส้นตรงพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า 1) ความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัท กู๊ด พัทยา บิลเดอร์ จำกัด พบว่า ความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัท กู๊ด พัทยา บิลเดอร์ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.29, SD = 0.58) 2) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุและรายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการบริษัทรับเหมาก่อสร้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31- 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านโดยรวมมากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 30ปี รายได้ 30,000-70,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 30,000 บาท 3) พฤติกรรมการใช้บริการบริษัทรับเหมาก่อสร้างด้านประเภทสิ่งปลูกสร้าง ระดับราคาของการใช้บริการ ช่องทางการรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการบริษัทรับเหมาก่อสร้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ลูกค้าที่ปลูกบ้านเดี่ยว 2 ชั้นมีความพึงพอใจโดยรวมมากกว่าบ้านเดี่ยวชั้นเดียวและสำนักงาน ลูกค้า

SPU CHONBURI

ที่ระดับราคาที่ใช้บริการ 4,000,001-8,000,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมากกว่าลูกค้าระดับราคาที่ใช้บริการต่ำกว่า 2,000,000 บาท ลูกค้าที่รับรู้ข่าวสารจากการแนะนำจากคนรู้จักมีความพึงพอใจโดยรวมมากกว่าเว็บไซต์และสื่อสิ่งพิมพ์ และ 4)ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจใช้บริการบริษัทรับเหมาก่อสร้างในเขตพัทยาจังหวัดชลบุรี มีจำนวน 3 ด้าน โดยเรียงลำดับน้ำหนักความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านสินค้าและบริการ ด้านขั้นตอนและกระบวนการ และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

SPUCHONBURI

Thesis Title	Marketing Mix Factors Affecting Customer Satisfaction Towards A Construction Company: A Case study of Good Pattaya Builder Company Limited.
Keyword	Marketing Mix / Satisfaction
Student	Sunisa Wisutthirat
Thesis Advisor	Dr. Ruamsak Veerasoontorn
Level of study	Master of Business Administration
Facuty	Graduate School, Sripatum University Chonburi Campus
Year	2016

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the level of customer satisfaction of Goode Pattaya Builder company limited, 2) to compare customer satisfaction levels of Goode Pattaya Builder company limited by personal factors, 3) to compare customer satisfaction levels of Good Pattaya Builder company limited by usage behavior, and 4) to study the impact level of marketing strategies affecting customer satisfaction of a construction company in the Pattaya district, Chonburi province. Questionnaire was used to collect data from 300 customers. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, average, and standard deviation. The hypothesis test used one-way analysis of variance and multiple regression analysis.

The research findings showed that 1) customer satisfaction of a Goode Pattaya Builder company limited was at the highest level ($\overline{X}$ = 4.29, SD = 0.58), 2) respondents who had different age and income had different. Satisfaction level of using a construction company with a significance level of 0.05. Respondents aged between 31- 50 years were more satisfied than the younger groups. Respondents who had income between 30,000-70,001 baht more were satisfied than those who earned less than 30,000 baht, 3) the use of service of a construction company in the dimension of building type, service charge and information channel respondents had different satisfaction level in using a construction company at the significance level of 0.05. Respondents who built 2 storey houses were more satisfaction than those who built house and office. Respondents who paid 4,000,001-8,000,000 baht were more satisfied than respondents who paid

SPUCHONBURI

less than 2 million baht respondents who were suggested by acquaintance were more satisfaction than those who were exposed to websites and printed media. and 4) marketing mix factors which had impacts on customer satisfaction of using service from a construction company in Pattaya, Chonburi province, ranking from the highest to the lowest scores, were product and services, procedure and process, and marketing promotion, respectively.

SPUCHONBURI