

ชื่อวิทยานิพนธ์ การทดลองสร้างยุทธศาสตร์การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าของศูนย์สาธิตการตลาด บ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัย นางสาวรัตนา วิไลรัตน์ สาขาวิชา ยุทธศาสตร์การพัฒนา พ.ศ. 2550

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างและทดลองใช้ยุทธศาสตร์การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าและรายได้ ก่อนและหลังการทดลองใช้ยุทธศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เป็นสมาชิกของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรในจำนวน 325 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ ยุทธศาสตร์การสร้างความพึงพอใจและแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า ระยะเวลาในการทดลองใช้ยุทธศาสตร์ ตั้งแต่ วันที่ 1 - 30 มิถุนายน 2549 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที

ผลการวิจัยพบว่า

1. ยุทธศาสตร์การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในการวิจัยในครั้งนี้ สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรได้ และจากการวัดค่าความความพึงพอใจของลูกค้าพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้าพึงพอใจในด้านราคามากที่สุด
2. ความพึงพอใจของลูกค้าก่อนและหลังการใช้ยุทธศาสตร์ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ทั้งในภาพรวมและรายด้าน
3. รายรับของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร หลังการใช้ยุทธศาสตร์สูงกว่าก่อนการใช้ยุทธศาสตร์

Thesis Title : An Experiment on Creation of the Strategy for Increasing Customers' Satisfaction of the Marketing Demonstrated Center at Ban-dansingkorn Village, Klongwal Sub-district, Muang District, Prachuap Khiri Khan Province. **Researcher :** Miss Rattana Wilairat **Major :** Development Strategy **Year :** 2007

Abstract

The purposes of this research were : 1) to create and experiment of creation the experiment of the strategy for increasing customers' satisfaction of the marketing demonstrated center at Ban-dansingkorn village, Klongwal Sub-district, Muang district, Prachuap Khiri Khan Province, and 2) to compare the customer's satisfactions and income before and after the experiment. The samples were 325 customers from the marketing demonstrated center at Ban-dansingkorn village. The instruments of the research were the strategy for increasing customers' satisfaction and the questionnaire concerning customers' satisfaction. The experiment was conducted during June 1-30, 2006. The statistics used in data analysis were percentage, mean, standard deviation, and t-test.

The results of this research were as follows :

1. The strategy of increasing customers' satisfaction of the marketing demonstrated center at Ban-dansingkorn village, Klongwal Sub-district, Muang district, Prachuap Khiri Khan Province created satisfaction for customers. In overall, the customers' satisfaction was at high level, while the price was at the highest level.
2. The customers' satisfaction before and after the experiment were significantly different at .05 as a whole and each aspect.
3. After the experiment, the income of the marketing demonstrated center at Ban-dansingkorn village, Klongwal Sub-district, Muang district, Prachuap Khiri Khan Province, was higher than the period of before experiment.