



# ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

## ในการใช้ บริการ กรณีศึกษา ดังกิ้น โดนัท สาขาแมคโครรังสิต

ผู้วิจัย ศิริวรรณ แคนคันทน์รัมย์ และ จิรัฏฐ์ เลิศจิรัฏฐ์

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยปทุมธานี



### บทคัดย่อ

ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง 400 คน วิเคราะห์ด้วยสถิติ T-test, F-test และ Regression ผลพบว่า: ปัจจัย 7Ps มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ โดยเฉพาะ “ด้านกระบวนการ” สูงสุด

### บทนำ

ธุรกิจอาหารแข่งขันสูงลูกค้าเน้น “ความรวดเร็ว + ความคุ้มค่า” งานวิจัยนี้ช่วยวางกลยุทธ์ธุรกิจให้ตรงความต้องการลูกค้า

### วิธีการดำเนินการ

- รูปแบบ: วิจัยเชิงปริมาณ (Survey)
- กลุ่มตัวอย่าง: 400 คน
- เครื่องมือ: แบบสอบถาม (Google Form)
- วิเคราะห์: ค่าเฉลี่ย, T-test, F-test, Regression



ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

| ตัวแปร            | B      | ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน | เบต้า  | t      | นัยสำคัญ |
|-------------------|--------|------------------------|--------|--------|----------|
| ผลิตภัณฑ์         | -0.219 | 0.025                  | -0.21  | -8.872 | 0        |
| ราคา              | 0.194  | 0.021                  | 0.185  | 9.222  | 0        |
| สถานที่           | 0.209  | 0.017                  | 0.213  | 12.387 | 0        |
| การส่งเสริมการขาย | -0.126 | 0.021                  | -0.114 | -6.088 | 0        |
| บุคลากร           | -0.139 | 0.034                  | -0.134 | -4.08  | 0        |
| กระบวนการ         | 0.772  | 0.024                  | 0.807  | 32.825 | 0        |
| หลักฐานทางกายภาพ  | 0.314  | 0.022                  | 0.321  | 14.479 | 0        |



### อภิปรายผล

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ โดยเฉพาะด้าน กระบวนการ ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย



### สรุปผลการวิจัย

- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 41-50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้ 10,001-20,000 บาท
- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับ “มาก”
- ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ “กระบวนการ (Process)” และต่ำสุดคือ “ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)”
- ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์โดยรวมไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ยกเว้น “อายุ”
- ปัจจัย 7Ps ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ “กระบวนการ (Process)”



### ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย

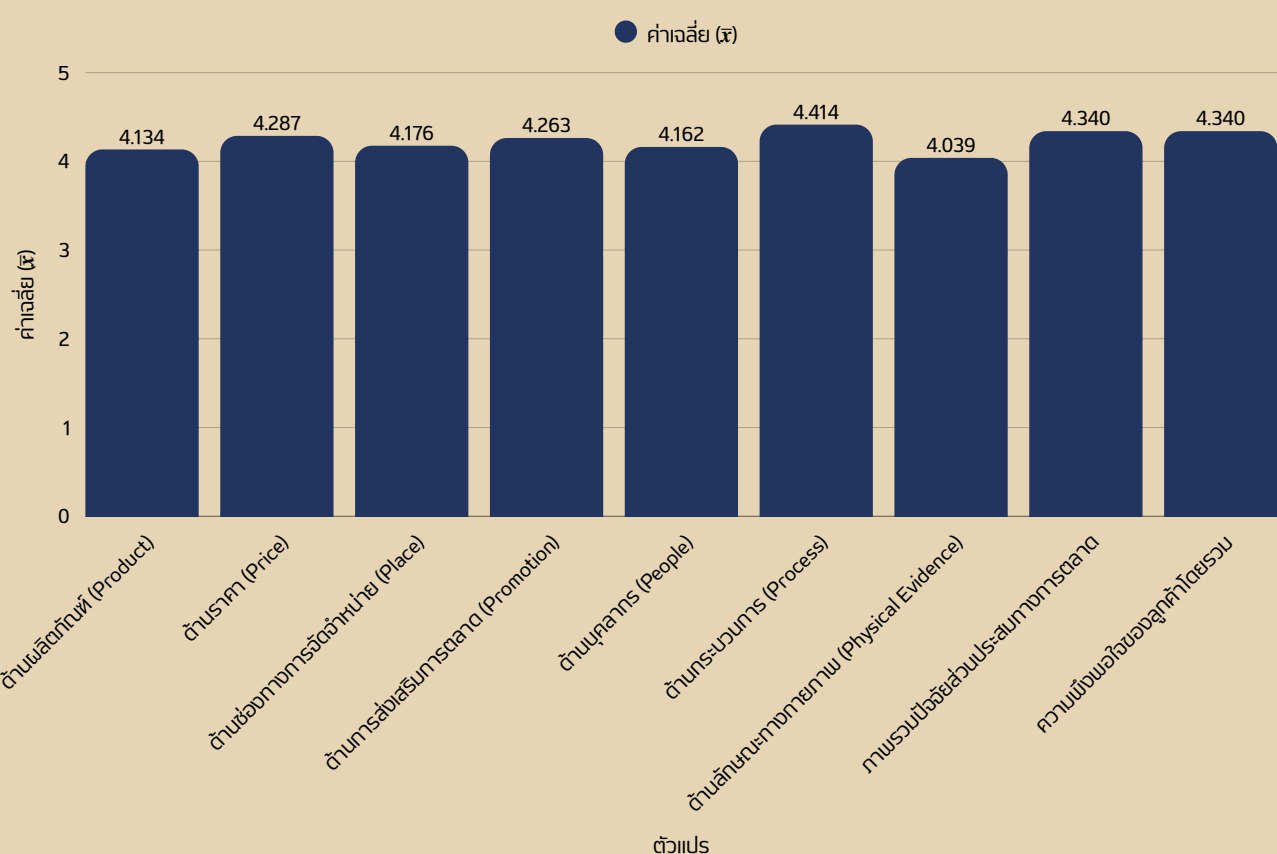
1. พัฒนาประสบการณ์บริการให้ตรงความคาดหวัง (บรรยากาศดี เป็นระเบียบ ใส่ใจลูกค้า)
  2. พัฒนาทักษะบุคลากรอย่างต่อเนื่อง
  3. เปิดช่องทางรับฟังความคิดเห็นลูกค้า
  4. นำผลวิจัยไปใช้วางแผนกลยุทธ์ธุรกิจสำหรับงานวิจัยในอนาคต
1. เพิ่มความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่าง
  2. ศึกษาหลายสาขาเพื่อเปรียบเทียบ
  3. ใช้วิจัยแบบผสม (เชิงปริมาณ + เชิงคุณภาพ)
  4. ศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยาผู้บริโภค



### ผลการดำเนินการ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และความพึงพอใจของลูกค้า



แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

### เอกสารอ้างอิง

Kotler & Keller (2016)

Zeithaml & Bitner (2000)

