

ชื่อการค้นคว้าอิสระ ความภักดีของลูกค้าต่อตราสินค้า เอบีบี บริษัท ซีดีดี เอ็นจิเนียริง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด

ผู้วิจัย นายชัช อินตะสาร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป)

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ผศ.ดร.บุรลักษ์ณ์ เวชวิทยาขลัง 2) ดร.จันทวัลย์ สุนสวัสดิ์
ปีการศึกษา 2554 จำนวน 99 หน้า คำสำคัญ ความภักดีต่อตราสินค้า

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความภักดีของลูกค้าต่อตราสินค้า เอบีบี บริษัท ซีดีดี เอ็นจิเนียริง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด และเพื่อเปรียบเทียบความภักดีต่อตราสินค้า เอบีบี ของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าผู้ใช้สินค้าตรา เอบีบี บริษัท ซีดีดี เอ็นจิเนียริง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด จำนวน 203 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีความภักดีต่อตราสินค้า เอบีบี บริษัท ซีดีดี เอ็นจิเนียริง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด ในภาพรวม คะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้ามีความภักดีต่อตราสินค้า เอบีบี โดยรวม ด้านเชิงพฤติกรรม เช่น ลูกค้ายอมจ่ายเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้อเอบีบี ด้วยความเต็มใจ และได้รับบริการจากการใช้ผลิตภัณฑ์ยี่ห้อเอบีบีอย่างเหมาะสม และด้านเชิงทัศนคติ เช่นลูกค้ามีความชื่นชอบต่อยี่ห้ออุปกรณ์ไฟฟ้าที่ใช้อยู่ และภาคภูมิใจที่ได้เป็นผู้ใช้บริการผลิตภัณฑ์ของบริษัท คะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความภักดีต่อตราสินค้า เอบีบี ของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความภักดีต่อตราสินค้า เอบีบี โดยรวม ด้านเชิงพฤติกรรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ลูกค้า มีความภักดีต่อตราสินค้า เอบีบี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความภักดีต่อตราสินค้า เอบีบี โดยรวม ด้านเชิงทัศนคติ แตกต่างกันในเรื่องภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นที่ยอมรับ และลูกค้ามั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ามีความภักดีต่อตราสินค้า เอบีบี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1..... 2.....


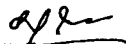
Independent study title: Customer Loyalties to “ABB” Brand Created by CDD Engineering & Supply Limited Company

Researcher: Mr. Chach Intasan. Degree: Master of Business Administration (General Management). Dhonburi Rajabhat University. Independent study advisors: 1) Asst. Prof. Dr. Yuwalak Vejwittayaklung 2) Dr. Chanthwan Soonsawad. Academic year: 2011. 99 pp.
Keywords: Brand loyalty

Abstract

The objectives of this research were to study customer loyalties to ABB brand created by CDD Engineering & Supply limited company, and to compare the loyalties of customers classified by demographic characteristics. The sample group consisted of 203 customers of the company. Questionnaires were used as a research tool. Data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and analysis of variance.

The results of the research indicated that the mean score of overall loyalties toward the brand “ABB” was determined at median level. With regard to analysis of individual aspect, customer loyalties in aspects of behavior- willingness to pay and service acquired- and in aspect of attitude - favorable and proud - were at median level. The comparison of mean scores of customer loyalties toward the brand classified by demographic characteristics showed that customer in different gender had overall loyalties in aspect of behavior differently at 0.05 significant levels and different in individual item at 0.05 levels as well. Customers in different educational level had loyalties in aspect of attitude differently at 0.05 level and different in individual items at 0.05 either.

Student’s signature.....
Independent study advisors’ signature 1..... 2.....