

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(7)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(11)
 บทที่ 1 บทนำ	 1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
สมมติฐานของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
 บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	 7
แนวคิดเกี่ยวกับความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty)	7
แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ	15
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
 บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	 33
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	33
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	33
การรวบรวมข้อมูล	34
การวิเคราะห์ข้อมูล	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	35
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	37
ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ระดับความภักดีของลูกค้าต่อตราสินค้า เอบีบี บริษัท ซีดีดี เอ็นจิเนียริง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด	41
ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนระดับความภักดี ต่อตราสินค้า เอบีบี ของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์	64
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	83
วิธีดำเนินการวิจัย	83
สรุปผลการวิจัย	84
อภิปรายผล	87
ข้อเสนอแนะ	89
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	90
บรรณานุกรม	91
ภาคผนวก	
แบบสอบถาม	95
ประวัติผู้วิจัย	99

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์	38
4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความภักดีต่อตราสินค้า เอบีบี ของลูกค้า จำแนกตามเพศ	41
4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความภักดีต่อตราสินค้า เอบีบี ของลูกค้า จำแนกตามอายุ	44
4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความภักดีต่อตราสินค้า เอบีบี ของลูกค้า จำแนกตามสถานภาพสมรส	48
4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความภักดีต่อตราสินค้า เอบีบี ของลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา	52
4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความภักดีต่อตราสินค้า เอบีบี ของลูกค้า จำแนกตามอาชีพ	56
4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความภักดีต่อตราสินค้า เอบีบี ของลูกค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	60
4.8 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความภักดีต่อตราสินค้า เอบีบี ของลูกค้า จำแนกตามเพศ	64
4.9 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความภักดีต่อตราสินค้า เอบีบี ของลูกค้า จำแนกตามอายุ	67
4.10 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความภักดีต่อตราสินค้า เอบีบี ของลูกค้า จำแนกตามสถานภาพสมรส	70
4.11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความภักดีต่อตราสินค้า เอบีบี ของลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา	73
4.12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความภักดีต่อตราสินค้า เอบีบี ของลูกค้า จำแนกตามอาชีพ	77
4.13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความภักดีต่อตราสินค้า เอบีบี ของลูกค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	80

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
2.1 ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ	20
2.2 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ	21
2.3 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ	23
2.4 ลำดับชั้นความต้องการตามทฤษฎีของมาสโลว์	26