หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยด้านการสื่อสารและด้านการบริการที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์นิรภัยส่วนบุคคล
คำสำคัญ	ปัจจัยการสื่อสาร/ การบริการ/ความสัมพันธ์
ชื่อนักศึกษา	เมวดี สวัสดิ์เรียวกุล
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลธิศ ดาราวงษ์
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2561

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยคือ 1) เพื่อศึกษาระดับความความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์นิรภัยส่วนบุคคล 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์นิรภัยส่วนบุคคล จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ และ 3) เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยด้านการบริการมีต่อคุณภาพความสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานฝ่ายจัดซื้ออุปกรณ์นิรภัยส่วนบุคคล จำนวน 367 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และเลือกเก็บแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการทดสอบสมมติฐานจะใช้การวิเคราะห์ค่าสถิติ (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบเส้นตรงพหุคูณเพื่อหาค่าระดับอิทธิพลระหว่างตัวแปร

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัย 1) ระดับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้จัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16, SD = 0.38$) 2) ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์นิรภัยส่วนบุคคล จำแนกตามลักษณะธุรกิจไม่แตกต่าง ในด้าน รูปแบบธุรกิจ ประเภทสินค้าที่ซื้อและยอดการสั่งซื้อต่อเดือนความสัมพันธ์ที่มีความแตกต่างกันในด้าน เขตพื้นที่ตั้ง และซัพพลายเออร์ และ 3) ปัจจัยการสื่อสารและการบริการ มีความสัมพันธ์กับผู้ซื้อและผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์นิรภัยส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านการสื่อสารทางพบหน้า,การสื่อสารทางการเขียน ($\beta = 0.29,\ p = 0.00$) ด้านการสื่อสารทางโทรศัพท์ ($\beta = 0.11, p = 0.07$) ตามลำดับ

คำสำคัญ: ปัจจัยการสื่อสาร ,การบริการ, ความสัมพันธ์

SPU CHONBURI

Thesis Title	Communication and service factors affecting the relationship between buyers and suppliers of personal safety equipment
Keywords	Communication factors, Service, Relationship
Student	Maywadee Sawatryokun
Thesis Advisor	Prof. Dr. Chonlatis Darawong
Level of Study	Master of Business Administration
Faculty	Graduate School, Sripatum University Chonburi Campus
Year	2018

ABSTRACT

The research has objectives that are (1). the relationship between customer and supplier of personal protective equipment (2) To compare the relationship between customer and supplier of personal protective equipment by Type of and (3) To study the factors affecting the quality of the service relationship. The sample consisted of employees purchasing personal protective equipment. Samples were 367 a sample. Questionnaires were distributed for data collection. Statistics for data analysis were frequency, percentage, average mean, and standard deviation. In hypothesis testing, t-test, one-way analysis of variance, and multiple regression were employed.

The result of this research showed that (1) the relationship between buyer and supplier overall average level ($\bar{X}$ =4.16, SD = 0.38) (2) The relationship between customer and supplier of personal protective equipment. BY businesses do not differ in the type of business model and product purchase orders per month relationship with the different aspects. Area Location And suppliers (3) The means of communication and services Relationships with buyer and supplier of personal protective equipment, including the communications found, writing communication (β = 0.29, p= 0.00), followed by the telephone communication (β = 0.11 , p=0.00) respectively.

Keywords: Communication factor/ Service/ Relationship

SPU CHONBURI