หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อบริษัทผลิตและจัดจำหน่ายวัสดุการแพทย์ในจังหวัดฉะเชิงเทรา
คำสำคัญ	คุณภาพการให้บริการ / ความจงรักภักดี
ชื่อนักศึกษา	ประจักษ์ พุฒศิริ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราพร ระโหฐาน
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2563

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อบริษัทผลิตและจัดจำหน่ายวัสดุการแพทย์ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ในกลุ่มของลูกค้าที่เป็นประเภทองค์กร จำนวน400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็น แบบสอบถามแบบโดยแบ่งเป็น 4 ตอน ตอนที่ 1 และตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามคุณลักษณะทั่วไปและด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตอนละ 4 ข้อ เป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list) ตอนที่ 3และตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อบริษัทผลิตและจัดจำหน่ายวัสดุการแพทย์ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ด้านคุณภาพการให้บริการและด้านความจงรักภักดีเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 33 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .96 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงวิเคราะห์ ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเอฟ (F- test) ,สถิติไคสแควร์ (Chi-Square Test),สถิติความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อบริษัทผลิตและจัดจำหน่ายวัสดุการแพทย์ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ในกลุ่มของลูกค้าที่เป็นประเภทองค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจรองลงมาคือ คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการและด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองลูกค้าผลการเปรียบเทียบเปรียบเทียบ

SPU CHONBURI

พฤติกรรมกับคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

SPU CHONBURI

Thesis Title:	Service Quality Affecting The Customers Loyalty Of a Medical supplies Manufacturing Distribution Companies In Chachoengsao
Keywords	Quality of Service / Loyalty
Student	Prajak Puttsiri
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr.Jiraporn Rahothan
Level of Study	Master of Business Administratio n
Faculty	Graduate College of Management
Year	2020

SPU CHONBURI

Abstract

The objective of this research paper is to verify the quality of service that affects the loyalty of customers towards the company that manufacturing and distributing medical materials in Chachoengsao province. The data were collected by a quatitative research method by using a questionnaire as a research tool to obtain the results. The questionnaires were given to a group of 400 corporate customers. The questionnaire is divided into 4 parts, which part 1 and part 2 are questions about general characteristics and consumer behavior of the respondents. In these parts, the questionnaire is a check list type which consists of 4 questions in each part. The questions in part 3 and part 4 is about customer loyalty towards the company that manufacturing and distributing medical materials in Chachoengsao province in terms of quality of service and loyalty in 5 level rating scale. The questions consisted of 33 questions in these parts with the .96 of the reliability values. The statistics used in data analysis were in percentage, mean, standard deviation, F-test, Chi-square test, Pearson product moment correlation, and multiple regression. The results of the research indicated that a group of 400 corporate customers is satisfied with the quality of service and reliability and trust, which has the highest average and followed by service quality in terms of concrete service, and the aspect with the lowest average was the service quality in terms of customer response. The results of comparing behavior with different service quality had a statistically significant difference in customer loyalty, according to the reasons for purchasing and by individual aspects at the .05 level.