หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าอุตสาหกรรมแม่พิมพ์และชิ้นงานขึ้นรูปโลหะ
คำสำคัญ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดี/ ลูกค้า/ อุตสาหกรรมแม่พิมพ์/ อุตสาหกรรมชิ้นงานขึ้นรูปโลหะ
ชื่อนักศึกษา	กาญจนา ฉันมิตร
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาตราจารย์ ดร.จิราพร ระโหฐาน
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2566

SPU CHONBURI

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าอุตสาหกรรมแม่พิมพ์และชิ้นงานขึ้นรูปโลหะ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าอุตสาหกรรมแม่พิมพ์และชิ้นงานขึ้นรูปโลหะ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพความสัมพันธ์ที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าอุตสาหกรรมแม่พิมพ์และชิ้นงานขึ้นรูปโลหะ 4) เพื่อศึกษาปัจจัยกระบวนการจัดซื้อที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าอุตสาหกรรมแม่พิมพ์และชิ้นงานขึ้นรูปโลหะ 5) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณค่าตราสินค้าขององค์กรที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าอุตสาหกรรมแม่พิมพ์และชิ้นงานขึ้นรูปโลหะ 6) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าอุตสาหกรรมแม่พิมพ์และชิ้นงานขึ้นรูปโลหะ ประชากรคือพนักงานในบริษัทและโรงงานอุตสาหกรรมที่เป็นลูกค้าเก่า และที่คาดว่าจะเป็นลูกค้ากลุ่มธุรกิจปั้มขึ้นรูปโลหะ และทำแม่พิมพ์ MOLD ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่ชัดเจน จึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Cochran มีจำนวนตัวอย่างอย่างน้อยที่เก็บข้อมูล 385 ตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูลบริษัทละ 1 ชุด แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่ง ฝ่าย/แผนก ประเภทโรงงาน ทุนจดทะเบียน ของผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏว่า โดยภาพรวมและรายด้านตำแหน่งของพนักงานที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมความภักดีของลูกค้าที่ต่างกัน 2) ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความภักดีของลูกค้าอุตสาหกรรมแม่พิมพ์และชิ้นงานขึ้นรูปโลหะ ด้านทัศนคติ ด้านพฤติกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) ปัจจัยคุณภาพความสัมพันธ์มีผลต่อความภักดีของลูกค้าอุตสาหกรรมแม่พิมพ์

และชิ้นงานขึ้นรูปโลหะ ด้านพฤติกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 4) ปัจจัยกระบวนการจัดซื้อมีผลต่อความภักดีของลูกค้าอุตสาหกรรมแม่พิมพ์และชิ้นงานขึ้นรูปโลหะ ด้านพฤติกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 5) ปัจจัยปัจจัยคุณค่าตราสินค้าขององค์กรมีผลต่อความภักดีของลูกค้าอุตสาหกรรมแม่พิมพ์และชิ้นงานขึ้นรูปโลหะ ด้านทัศนคติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 6) ปัจจัยคุณภาพการบริการ ปัจจัยคุณภาพความสัมพันธ์ ปัจจัยกระบวนการจัดซื้อ และปัจจัยคุณค่าตราสินค้าขององค์กร มีผลต่อความภักดีของลูกค้าอุตสาหกรรมแม่พิมพ์และชิ้นงานขึ้นรูปโลหะ ด้านทัศนคติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

SPU CHONBURI

Thesis Title	Factors Influencing Customers' Loyalty of Molding and Metal Forming Industry
Keyword	Factors Influencing Loyalty/ Customers/ Molding Industry/ Metal Forming Industry.
Student	Kanjana Chanmit
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr.Jiraporn Rahothan
Level of Study	Master of Business Administration
Faculty	Graduate College of Management, Sripatum University at Chonburi
Year	2023

ABSTRACT

The research objectives were as follows: 1) to study the personal factors influencing customer loyalty in the molding and metal forming industry; 2) to examine the service quality factors impacting customer loyalty in the molding and metal forming industry; 3) to analyze the relationship quality factors affecting customer loyalty in the molding and metal forming industry; 4) to investigate the factors within the purchasing process that influence customer loyalty in the molding and metal forming industry; 5) to explore how corporate brand value factors affect customer loyalty in the molding and metal forming industry; 6) to identify various factors influencing customer loyalty in the molding and metal forming industry.

The research population consisted of employees from companies and industrial plants, including both current and potential customers in the metal stamping and molding business. While the precise number remains unknown, a minimum sample size of 385 samples was calculated using the Cochran sample size formula. Data was collected through a questionnaire distributed per company.

The research findings revealed the following: 1) Personal factors, such as position, division/department, type of factory, and registered capital of the respondents, considered overall and each aspect, significantly influenced customers' loyalty behavior, especially the position of employees, 2) Service

SPU CHONBURI

quality factors significantly affected customer loyalty in the molding and metal forming industry in terms of attitude and behavior at a significanof 0.05, 3) Relationship quality factors significantly impacted customer loyalty in the molding and metal forming industry in behavioral aspects at a significance level of 0.05, 4) Purchasing process factors had a significant effect on customer loyalty in the molding and metal forming industry in the behavioral aspect, with a significance level of 0.05, 5) Organizational brand value factors affected customer loyalty in the molding and metal forming industry, in the attitude aspect, with a significance level of 0.05, 6) Service quality, relationship quality, purchasing process, and organizational brand value factors collectively influenced customer loyalty in the molding and metal forming industry, in terms of attitude, at a significance level of 0.05.

SPU CHONBURI