หัวข้อวิทยานิพนธ์	คุณภาพการบริการและการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อธุรกิจร้านผลิตป้ายโฆษณาในจังหวัดฉะเชิงเทรา
คำสำคัญ	คุณภาพการบริการ / การรับรู้คุณค่า / ความภักดี / ธุรกิจร้านผลิตป้ายโฆษณา
ชื่อนักศึกษา	พิมรดา ยิ้มกลิ่ม
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.รมิดา วงษ์เวทวณิชย์
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีในผู้รับบริการธุรกิจร้านผลิตป้าย จำแนกตามปัจจัยด้านผู้ประกอบการ 2) เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลของคุณภาพบริการที่มีผลต่อความภักดีในผู้รับบริการธุรกิจร้านผลิตป้าย และ 3) เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลของการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความภักดีในผู้รับบริการธุรกิจร้านผลิตป้าย กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ที่ใช้บริการร้านผลิตป้ายโฆษณา จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบที ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สมการเส้นถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยด้านผู้ประกอบการ ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจ และขนาดของธุรกิจ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีในผู้รับบริการธุรกิจร้านผลิตป้ายแตกต่างกัน 2) พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจป้ายโฆษณา ด้านการตัดสินใจทำป้ายโฆษณา ที่ส่งผลต่อความภักดีในผู้รับบริการธุรกิจร้านผลิตป้ายที่แตกต่างกัน 3) ปัจจัยคุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านความเอาใจใส่ ด้านการประกันคุณภาพ ที่ส่งผลต่อความภักดีในผู้รับบริการธุรกิจร้านผลิตป้ายที่แตกต่างกัน และ 4) การรับรู้คุณค่า ด้านคุณค่าด้านเงื่อนไข คุณค่าทางด้านความรู้ความคิด ด้านคุณค่าทางสังคม ที่ส่งผลต่อความภักดีในผู้รับบริการธุรกิจร้านผลิตป้ายที่แตกต่างกัน

SPU CHONBURI

Thesis Title	Service Quality and Perceived Value Affecting Loyalty of SMEs Customers Towards Signage Manufacturing Businessess in Chachoengsao Province
Keywords	Service Quality / Perceived Value / Loyalty / Signage Manufacturing Business
Student	Pimrada Yimklim
Thesis Advisor	Dr.Ramida Wongvedvanij
Level of Study	Master of Business Administration
Faculty	Graduate College of Management, Sripatum University at Chonburi
Year	2024

ABSTRACT

This research aims to 1) compare perceptions of service quality affecting customer loyalty in signage manufacturing business customers, categorized by business owner factors, and 2) examine the influence level of service quality on customer loyalty in signage manufacturing business, and 3) examine the influence level of perceived value on customer loyalty in signage manufacturing business customers. The sample includes 400 small and medium-sized enterprises (SMEs) in Chachoengsao Province that utilize signage manufacturing services, selected through convenience sampling. The statistics used for data analysis include descriptive statistics (mean and standard deviation) and inferential statistics (t-test, one-way ANOVA, and multiple regression analysis).

The research findings revealed that 1) business owner factors including gender, age, education level, type of business, and SME business size, significantly affect customer loyalty in the signage manufacturing business, and 2) service behavior in terms of decisions to use signage services affects customer loyalty differently, 3) service quality factors, such as customer responsiveness, service tangibility, reliability, attentiveness, and quality assurance, impact customer loyalty in varying ways, and 4) perceived value factors, including value in terms of conditions, cognitive value, and social value, have differing effects on customer loyalty in the signage manufacturing business.

SPU CHONBURI