

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้าปลานิลในจังหวัดฉะเชิงเทรา
คำสำคัญ	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์/ความพึงพอใจของลูกค้า/ความตั้งใจซื้อซ้ำ
ผู้วิจัย	ณัฐนิชา อ้นเกษม
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.พิเชษฐ เบญจรงค์รัตน์
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2562

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อซ้ำปลานิล 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อซ้ำปลานิลจำแนกตามปัจจัยจากประชากรศาสตร์ 3) เพื่อทดสอบอิทธิพลของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีต่อความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อซ้ำปลานิล กลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าที่ซื้อปลานิลในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยรวม ความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวม ด้านความตั้งใจซื้อสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันจะมีผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อปลานิลมาประกอบอาหารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ ได้แก่ ด้านฐานข้อมูลลูกค้า ด้านการสื่อสาร ด้านผู้นำทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านเกษตรกร ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ ด้านฐานข้อมูลลูกค้า ด้านผู้นำทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการสื่อสาร ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านความตั้งใจซื้อ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อ ด้านความตั้งใจซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านผู้นำทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการสื่อสาร ด้านฐานข้อมูลลูกค้า

Thesis Title	Customer Relationship Management Affecting Satisfaction and Customer Intention to Purchase of Tilapia in Chachoengsao Province
Keyword	Customer relationship/Customer satisfaction/Intention to purchase
Student	Natnicha Onkasem
Independent Study Advisor	Dr. Pichate Benjarongrat
Level of Study Advisor	Master of Business Administration
Faculty	College of Management, Sripatum University Chonburi Campus
Year	2019

ABSTRACT

The objectives of this research were; 1) to study the level of customer relationship, affecting satisfaction, intention to purchase of tilapia 2) to compare personal factors affecting satisfaction and customer intention to purchase of tilapia classified by demographic factors 3) to test the influence of customer relationship, affecting satisfaction, intention to purchase of tilapia. The samples have 400 persons.

The results of 1) the level of factor of customer relationship, sales, response, communications, customer database, affecting satisfaction, intention to purchase and customer satisfaction, all above are in high level side of result. 2) demographic factors of age, education, career, income of influence of affecting satisfaction in statistical significance .05 3) customer relationship management that influences purchasing intent such as customer database communication in the aspect of product leaders, farmers, responding to customers' needs with statistical significance at the level of 0.05 and customer relationship management has an effect on customer satisfaction, such as the customer database product leader communication in responding to the needs of the farmers, with a statistical significance of 0.05.