

- หัวข้อวิทยานิพนธ์ : การรับรู้ในตราสินค้า ระดับความพึงพอใจ และพฤติกรรมการซื้อ สำหรับสายไฟฟ้าแรงดันต่ำ เอ็มซีไอ-ดราโก้ และ ไทย-ยาซากิ : กรณีศึกษาเปรียบเทียบผู้ซื้อสินค้าอุตสาหกรรมในประเทศไทยและประเทศสิงคโปร์
- โดย : นายโสภณ เพิ่มพิบูลย์ จำนวน 174 หน้า
- ปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
- คณะ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร
- อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.สุรจิต ลักษณะสุด
- ปีการศึกษา : 2545

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะเปรียบเทียบการรับรู้ในตราสินค้า ระดับความพึงพอใจของลูกค้า พฤติกรรมการซื้อที่มีต่อสายไฟฟ้าแรงดันต่ำ เอ็มซีไอ-ดราโก้ และ ไทย-ยาซากิ ของลูกค้าในประเทศไทยและประเทศสิงคโปร์ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ในตราสินค้า ระดับความพึงพอใจและพฤติกรรมการซื้อกับตัวแปรอิสระ ซึ่งได้แก่ ประเภทและขนาดของธุรกิจ และคุณลักษณะทางประชากรของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมีจำนวน 400 คน ประกอบด้วยพนักงานของบริษัทผู้รับเหมางานระบบไฟฟ้าและบริษัทตัวแทนจำหน่ายสายไฟฟ้าในประเทศไทยอย่างละ 100 คน และประเทศสิงคโปร์อย่างละ 100 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติทดสอบแบบที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว สถิติทดสอบไคสแควร์และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ชื่อเสียงของผู้ผลิต มาตรฐานของโรงงานและมาตรฐานของสายไฟฟ้า มีผลต่อการรับรู้ในตราสินค้าของกลุ่มตัวอย่างในประเทศไทยและประเทศสิงคโปร์ แตกต่างกัน
2. คุณภาพของสายไฟฟ้า การจัดจำหน่ายและราคา มีผลต่อระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในประเทศไทยและประเทศสิงคโปร์ แตกต่างกัน
3. คุณลักษณะทางประชากร ประเภทและขนาดของธุรกิจ เป็นตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าในประเทศไทยและประเทศสิงคโปร์ แตกต่างกัน
4. พฤติกรรมการซื้อของลูกค้าในประเทศไทยและประเทศสิงคโปร์ ไม่มี ความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นกับ ประเภทของธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ คุณลักษณะทางประชากร การรับรู้ในตราสินค้า และระดับความพึงพอใจ

Thesis Title : Brand Awareness, Satisfaction and Buying Behavior for MCI-Draka and Thai-Yazaki Low Voltage Power Cables : A Comparative Study of Industrial Customers in Thailand and Singapore.

By : Mr.Sopon Permpibool, Total no. of pages : 174

Degree : Master of Business Administration

Faculty : Graduate School, Mahanakorn University of Technology

Thesis Advisor : Surachit Laksanasut, Ph.D.

Academic Year : 2002

The purpose of this research is to compare customers' brand awareness, satisfaction and buying behavior toward the MCI-Draka and Thai-Yazaki low voltage power cable in Thailand and Singapore, as well as to study the relationships between customers' brand awareness, satisfaction and buying behavior with independent variables such as type and size of business as well as demographic factors of the target group.

Survey questionnaires were used to collect data from 400 customers, using multi-state random sampling from employees of electrical contractors and sales agents in Thailand and Singapore. T-test, one way analysis of variance – ANOVA, Chi-square test and multiple regression analysis were employed for data analysis.

The results of the research could be summed up as follows :

1. The reputation of the producer and the standard of the factory and cables have difference level of influence on brand awareness of customers in Thailand compared to Singapore.
2. Product quality, distribution and price have difference level of influence on satisfaction of customers in Thailand compared to Singapore.
3. Demographic, type and size of business are important variables which have difference level of influence on the buying behavior of customers in Thailand compared to Singapore.
4. There is no significant linear relationship between buying behavior with type and size of business, demographic, brand awareness and customers' satisfaction in both Thailand and Singapore.