

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความภักดีต่อตราสินค้า  
โทรศัพท์มือถือ

ผู้เขียน

นายศุภชาติ เกตุแคะ

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พัชรา ตันติประภา ประธานกรรมการ  
อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์ กรรมการ

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้าประเภท  
โทรศัพท์มือถือ ระดับความภักดีต่อตราสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือ รวมถึงศึกษาความสัมพันธ์  
ของความพึงพอใจที่มีต่อความภักดีต่อตราสินค้าโทรศัพท์มือถือ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้  
ทั้งหมด 400 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากผู้ใช้โทรศัพท์มือถือทั้ง 4 ยี่ห้อ ยี่ห้อละ 100 คน  
ได้แก่ ยี่ห้อโนเกีย ซัมซุง โมโตโรลาและโซนี่-อิริคสัน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการ  
รวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจต่อตราสินค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความภักดี  
ต่อตราสินค้าโทรศัพท์มือถือ โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์  
เชิงบวกมากที่สุดกับความภักดีแบบคิดไตร่ตรองไว้แล้ว และความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
มีความสัมพันธ์เชิงบวกมากที่สุดกับความภักดีแบบพฤติกรรมซื้อซ้ำ ระดับความพึงพอใจต่อ  
โทรศัพท์มือถือยี่ห้อโนเกียมีค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุด รองลงมาได้แก่ ซัมซุง โมโตโรลาและ  
โซนี่-อิริคสัน ตามลำดับ และระดับความภักดีต่อตราสินค้ายี่ห้อโนเกียมีค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุด  
รองลงมาได้แก่ โซนี่-อิริคสัน โมโตโรลาและซัมซุง ตามลำดับ

**Independent Study Title**            The Relationship Between Satisfaction and Brand Loyalty of  
Mobile Phone Hand-Sets

**Author**                                    Mr. Suppachart Ketcare

**Degree**                                    Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Assistant Professor Dr. Patchara Tantiprabha    Chairperson

Lecturer Dr. Narumon Kimpakorn                Member

### ABSTRACT

This research objectives were to study the level of customer's satisfaction and brand loyalty of mobile phones, and study the relationship between the satisfaction and brand loyalty of mobile phones. The four hundred samples were selected by purposive sampling from four brands users; one hundred for each brand, i.e., Nokia, Samsung, Motorola and Sony Ericsson. The research tool was questionnaire. The results were found as followed: the customer satisfaction with the brands positively correlated to the brand loyalty. The satisfaction towards the factor of promotion was most significantly positive correlated to brand loyalty in Cognitive Repurchase type and the satisfaction towards the product factor was significantly positive correlated to brand loyalty in Behavior Repeat Purchase type. The average customer satisfactory level for Nokia is in highest level then Samsung, Motorola and Sony Ericsson respectively. The average brand loyalty level for Nokia is in highest level then Sony Ericsson, Motorola and Samsung respectively.