

สารนิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีในการใช้บริการศูนย์การค้า 24 ชั่วโมง
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2566



นางสาวกัลยารัตน์ เอกสิทธิ์

ผู้วิจัย



รองศาสตราจารย์ชนินทร์ อยู่เพชร,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญยิ่ง คงอาชาภัทร,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

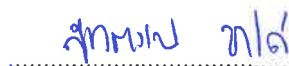


รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล



สุทธาวรรณ ชาโต้,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีในการเข้าใช้บริการศูนย์การค้า 24 ชั่วโมงในเขต
กรุงเทพมหานคร

FACTOR AFFECTING CUSTOMERS SATISFACTION AND LOYALTY TOWARD
24-HOUR SHOPPING CENTERS IN BANGKOK

กัลยารัตน์ เอกสิทธิ์ 6450454

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์ชนินทร์ อยู่เพชร, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์
บุญยิ่ง คงอาษาภัทร, Ph.D., สุทธาวรรณ ชาโต้, Ph.D.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีในการเข้าใช้บริการ
ศูนย์การค้า 24 ชั่วโมงในเขตกรุงเทพมหานคร โดย 1. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึง
พอใจของผู้เข้าใช้บริการศูนย์การค้า 24 ชั่วโมง ในเขตกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่
ส่งผลต่อความภักดีของผู้เข้าใช้บริการศูนย์การค้า 24 ชั่วโมง ในเขตกรุงเทพมหานคร 3. เพื่อศึกษาถึง
ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความพึงพอใจที่มีผลต่อความภักดีของผู้เข้าใช้บริการศูนย์การค้า 24 ชั่วโมง ในเขต
กรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ
ตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป ที่เคยเข้าใช้บริการศูนย์การค้า 24 ชั่วโมงในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยเครื่องมือ
การเก็บตัวอย่างเป็นแบบสอบถามออนไลน์ และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผ่านสถิติเชิงพรรณนา Descriptive
statistic, Independent Sample T-Test, ANOVA และ Multiple Regression Analysis จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่ม
ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25-35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานเอกชน
รายได้ 25,001 - 35,000 บาท โดยพบว่าพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยมากต่อปัจจัยด้านคุณภาพการ
บริการ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่า รวมถึงปัจจัยด้านความพึงพอใจส่งผลต่อปัจจัยด้าน
ความภักดีในการเข้าใช้บริการศูนย์การค้า 24 ชั่วโมง ในกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ : ศูนย์การค้า 24 ชั่วโมง/ คุณภาพการบริการ/ สภาพแวดล้อม/ การรับรู้ประโยชน์/ การรับรู้
คุณค่า/ ความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการ/ ความภักดีในการเข้าใช้บริการ