

52602323 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : ความพึงพอใจในกลยุทธ์ทางการตลาด / การรับรู้ในภาพลักษณ์ / ความไว้วางใจในการ
ใช้บริการ / บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

พัญญา สุขทอง : ความพึงพอใจในกลยุทธ์ทางการตลาด และการรับรู้ในภาพลักษณ์
ที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการใช้บริการของลูกค้า บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัด
นครปฐม. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : อ.ดร. วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. 113 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความพึงพอใจในกลยุทธ์ทางการตลาด และการ
รับรู้ในภาพลักษณ์ ที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการใช้บริการของลูกค้า บริษัท ทีโอที จำกัด
(มหาชน) จังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าที่ใช้บริการ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)
จังหวัดนครปฐม ทั้ง 6 สาขา คือ สาขานครปฐม สาขานครชัยศรี สาขาสามพราน สาขาบางเลน
สาขากำแพงแสน และสาขาดอนตูม จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บ
รวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในกลยุทธ์ทางการตลาดในระดับมาก โดย
พึงพอใจในกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มากที่สุด และลูกค้ามีการรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับ
มาก โดยมีการรับรู้ภาพลักษณ์ในด้านบริหารจัดการ มากที่สุด ในด้านความไว้วางใจในการใช้
บริการ ลูกค้ามีความไว้วางใจใน ปัจจัยด้านเป็นองค์กรที่มีความมั่นคงในด้านการบริหารจัดการที่
เป็นมาตรฐานสากล มากที่สุด และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ พบว่า ความพึงพอใจในกลยุทธ์
ทางการตลาด มีอิทธิพลทางบวก ต่อความไว้วางใจในการใช้บริการของลูกค้า การรับรู้ใน
ภาพลักษณ์ มีอิทธิพลทางบวก ต่อความไว้วางใจในการใช้บริการ และความพึงพอใจในกลยุทธ์
ทางการตลาด มีอิทธิพลทางบวก ต่อการรับรู้ในภาพลักษณ์ของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ผู้วิจัยได้เสนอแนะแนวทาง ในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาด และภาพลักษณ์ของบริษัท ทีโอที
จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม เพื่อรักษาความไว้วางใจจากลูกค้าให้ต่อไป

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์.....

52602323 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORD : SATISFACTION OF MARKETING STRATEGY / PERCEPTION IMAGE / TRUST IN SERVICE / TOT PUBLIC COMPANY LIMITED

PIYADA SOOKTHONG : THE SATISFACTION OF MARKETING STRATEGY AND PERCEPTION IMAGE AFFECTING TRUST IN CUSTOMER SERVICE OF TOT PUBLIC COMPANY LIMITED, NAKORN PATHOM. THESIS ADVISOR : VIROJ JEDESADALUG, Ph.D. 113 pp.

The purpose of research is to study the satisfaction of marketing strategy and perception image affecting trust in customer service of TOT Public Company Limited, Nakorn Pathom. The representative sample is customers who use the service of TOT Public Company Limited, Nakorn Pathom with 6 branches which are Nakorn Chaisri branch, Sampran branch, Bang Lain branch, Kumpaengsaen branch, and Don Toom branch about 400 customers by using the questionnaire as data collection tools. The results show that customers are satisfied. The most in the marketing strategy, they are satisfied in the marketing strategy about the product at highest level. In addition customers also recognize the perception image at high level, especially the perception image of management. For trust in service, customer has a confidence in to the best organization stability for standardization of international management. The multiple regression analysis shows that the satisfaction of marketing strategy had the positive influence to trust in customer service. Therefore the perception image has the positive influence to trust in service. And the satisfaction of marketing strategy also has the positive influence to the perception image of customer with statistical significance. The researcher has suggested the way to apply the marketing strategy and perception image of TOT Public Company Limited, for maintaining the confidence of customers.

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2011
Student's signature.....
Thesis Advisor's signature.....