

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของ  
บริษัท ซีไอเอ็มซี วีฮีเคิล (ประเทศไทย) จำกัด

**Customers' Satisfaction toward the Products and Services of  
CIMC Vehicle (Thailand) Co, Ltd.**

ปิยวดี เอื้อสามาลย์  
Piyawadee Aeusamarn

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
e-mail: piyawadee.uasa@bumail.net

---

**บทคัดย่อ**

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัท ซีไอเอ็มซี วีฮีเคิล (ประเทศไทย) จำกัด และ 2) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัท ซีไอเอ็มซี วีฮีเคิล (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าของบริษัท ซีไอเอ็มซี วีฮีเคิล (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 303 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน หาความแตกต่างของค่าที (t-Test) และทดสอบค่าเอฟ (F-Test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA)

ผลการวิจัย พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยส่วนใหญ่ซื้อสินค้าประเภทหางก้างปลาและพื้นเรียบบอยที่สุด ซึ่งมีตำแหน่งงานเป็นเจ้าของกิจการ และมียอดซื้อสินค้าโดยประมาณในแต่ละปี ไม่เกิน 5,000,000 บาท/ปี ซึ่งลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการของบริษัท ซีไอเอ็มซี วีฮีเคิล (ประเทศไทย) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านการบริการ รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ด้านสินค้า (หางรถพ่วง) และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้าย คือ ด้านราคา นอกจากนี้ยังพบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา การซื้อประเภทสินค้าหางรถพ่วง ตำแหน่งงาน ยอดซื้อสินค้าในแต่ละปี ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการของบริษัท ซีไอเอ็มซี วีฮีเคิล (ประเทศไทย) โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ :** ความพึงพอใจ ลูกค้า สินค้าและบริการ

**ABSTRACT**

This research aimed to study the customers' satisfaction toward the products and services of CIMC Vehicle (Thailand) Co, Ltd., also, to compares the customers' satisfactory level toward the products and services of the company which categorized accordingly to the personal information. 303 customers of the company were selected to participate in the research. Frequency, percentage, means, standard deviation, t-Test, and F-Test with One - Way ANOVA was used to analyze the data

The study reveals the majority of the customers is male, graduated a bachelor degree. The customers like to purchase a flatbed trailer and a skeleton trailer. They are the business owner and spending

up to 5,000,000 baht per year on the products. The research also showed that the customers were highly satisfied with the products and services of CIMC Vehicle (Thailand) Co, Ltd. The in-depth study has revealed that the factor which showed the averagely high level of satisfaction was service ,following by the sale team, products (trailers), and its promotion. On the other hand, the factor which customers concern the least is the price. Moreover, the different educational background, types of trailers, positions, and yearly orders reflect the different satisfactory level toward the products and services of CIMC Vehicle (Thailand) Co, Ltd. as the statistically significant level at 0.05

**Keyword:** Satisfaction Customers Products and Services

## 1. บทนำ

อุตสาหกรรมด้านโลจิสติกส์ของไทยนั้นถือว่าธุรกิจบริการขนส่งสินค้าเป็นหนึ่งในธุรกิจบริการที่มีบทบาทสำคัญในการกระจายสินค้าสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทำหน้าที่เคลื่อนย้ายสินค้าในแต่ละชั้นของห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่วัตถุดิบสินค้าขั้นต้น สินค้าขั้นกลางและสินค้าสำเร็จรูปภาวะของธุรกิจจึงเคลื่อนไหวในทิศทางเดียวกับปริมาณสินค้าซึ่งเติบโตตามภาวะเศรษฐกิจของประเทศ จากข้อมูลศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยาพบว่าธุรกิจบริการขนส่งสินค้าทางถนนในช่วงปี 2561-2563 มีแนวโน้มเติบโตเร่งขึ้นตามปริมาณความต้องการขนส่งสินค้าที่คาดว่าจะขยายตัว 3.0-5.0% ต่อปี เนื่องจากปัจจัยหนุนจากผลผลิตเกษตรเพิ่มขึ้นหลังผ่านพ้นปัญหาภัยแล้ง จึงมีแนวโน้มเติบโตขึ้นจากการลงทุนก่อสร้างภาครัฐและเอกชนมีแนวโน้มฟื้นตัว รวมทั้งการผลิตและการค้า ขยายตัวดีขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ รถบรรทุกในกิจการขนส่งสินค้าทางถนน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ รถบรรทุกส่วนบุคคลซึ่งเป็นรถที่ใช้ขนส่งสินค้าภายในกิจการหรือใช้ขนส่งสินค้าของตนเอง และรถบรรทุกรับจ้างขนส่งสินค้าทั่วไปไม่ประจำเส้นทาง (ปิยะนุช สถาพงศ์ภักดี, 2561)

บริษัท ซีไอเอ็มซี วิสียีเคิล (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรถพ่วงน้ำหนักเบา CIMC THAILAND ที่คำนึงถึงประโยชน์การใช้งานสูงสุดของผู้ใช้รถ โดยบริษัทได้ให้ความสำคัญในการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ จากต่างประเทศเข้ามาพัฒนาปรับปรุงรถพ่วง-กึ่งพ่วงให้มีน้ำหนักเบาแข็งแรงทนทาน ใช้วัตถุดิบในการผลิตเป็นเกรดพิเศษเหมาะสมกับรถที่ใช้ในการขนส่ง OEM PART ยี่ห้อสากลการซ่อมบำรุงรักษาง่ายและสามารถออกแบบตามความต้องการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทได้ก่อตั้งเมื่อต้นปี 2008 เป็นการร่วมลงทุนระหว่าง ซีไอเอ็มซี วิสียีเคิล กรุ๊ป (ประเทศจีน) และซูมิโตโม กรุ๊ป (ประเทศญี่ปุ่น) เป็นผู้ผลิต และจำหน่ายรถพ่วง และรถกึ่งพ่วง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการขนส่งตลอดจนให้บริการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้าตามการรับรองคุณภาพมาตรฐานการผลิต ISO9001:2015 พร้อมทั้งมีวิศวกรที่มีประสิทธิภาพคำนึงถึงความปลอดภัยในด้านการขนส่ง รวมทั้งบริการตรวจเช็คผลิตภัณฑ์หลังการขาย มุ่งสู่ความเป็นผู้นำด้านโลจิสติกส์ของภูมิภาคอาเซียน ซึ่งบริษัท ซีไอเอ็มซี วิสียีเคิล (ประเทศไทย) จำกัด มีภารกิจมุ่งมั่นสู่ความเป็นผู้นำในการจัดหาอุปกรณ์และบริการที่เหนือกว่าและเชื่อถือได้สำหรับอุตสาหกรรมด้านโลจิสติกส์ของไทย ดังนั้นการรับรู้ถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัท ซีไอเอ็มซี วิสียีเคิล (ประเทศไทย) จำกัด นอกจากนั้นจะเป็นการวัดระดับด้านความรู้สึกลูกค้าที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการของบริษัทนั้นว่าสามารถตอบสนองความต้องการได้เหนือความคาดหมายได้มากหรือน้อยเท่าไร ซึ่งจะประโยชน์ต่อผู้ประกอบการใช้เป็นข้อมูลเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบและพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้สอดคล้องกับความคิดเห็นของลูกค้ามากที่สุด นอกจากนี้การให้ความสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้า จะทำให้เกิดการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานที่รับรู้อันไปสู่ผลการดำเนินงานเป็นไปตามความคาดหวังของผู้บริโภคที่จะส่งผลความตั้งใจซื้อในอนาคต

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยมีความสนใจทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัท ซีไอเอ็มซี วีซีเคิล (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการใช้เป็นข้อมูลในดำเนินกลยุทธ์ของธุรกิจและนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบ และวิธีการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับความคิดเห็นและความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด

## 2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัท ซีไอเอ็มซี วีซีเคิล (ประเทศไทย) จำกัด
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัท ซีไอเอ็มซี วีซีเคิล (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

## 3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลวิจัยจะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัท ซีไอเอ็มซี วีซีเคิล (ประเทศไทย) จำกัด และจะประโยชน์ต่อผู้ประกอบการใช้เป็นข้อมูลในดำเนินกลยุทธ์ของธุรกิจและนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบและวิธีการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับความคิดเห็นและความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด
2. ผลวิจัยจะทำให้ทราบปัจจัยส่วนประสมการตลาดของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัท ซีไอเอ็มซี วีซีเคิล (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการนำมาใช้เป็นในการวางแผนเชิงกลยุทธ์และปรับปรุงกิจกรรมทางการตลาดให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้า
3. ผลวิจัยสามารถเพื่อไปใช้เป็นแนวทางกำหนดและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดในกลุ่มผู้ประกอบการผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรถพ่วงและธุรกิจที่เกี่ยวข้องตลอดจนสามารถใช้เป็นประโยชน์สำหรับการต่อยอดงานในวิจัยที่เกี่ยวข้องต่อไป

## 4. วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าบริษัท ซีไอเอ็มซี วีซีเคิล (ประเทศไทย) ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 1,250 ราย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของลูกค้าบริษัท ซีไอเอ็มซี วีซีเคิล (ประเทศไทย) โดยใช้สูตร Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน  $\pm 5$  ได้กลุ่มตัวอย่าง 303 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัท ซีไอเอ็มซี วีซีเคิล (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นคำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 39 ข้อ

### การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ผู้ศึกษาได้สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดในการศึกษาแล้ว จึงทำการตรวจสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามโดยตรวจสอบถึงความถูกต้องของเนื้อหา เป็นการตรวจสอบและพิจารณาเนื้อหาของแบบสอบถาม ว่าทุกข้อคำถามครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการตามวัตถุประสงค์ที่ศึกษา แนวคิดทฤษฎี และกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการศึกษา
2. ทำการทดสอบแบบสอบถาม (Pre-Test) เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ตอบจะมีความเข้าใจตรงกัน และตอบคำถามตามความเป็นจริงทุกข้อ กำหนดกลุ่มตัวอย่างใช้ทดสอบ จำนวน 30 คน
3. ทดสอบความเชื่อถือและความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Test of Reliability) โดยวิธีการวัดน่าเชื่อถือของแบบสอบถามตามแนวคิดครอนบาค (Cronbach Alpha Formula) ทำการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามโดยถ้าแบบสอบถามมีค่าระหว่าง  $0 \leq \alpha \leq 1$  ค่าใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อถือระดับสูงและจะต้องมีค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามให้มากกว่า 0.7 จึงถือได้ว่าแบบสอบถาม มีความเชื่อถือได้ และสามารถนำไปใช้ในการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้
4. ผลการทดสอบพบว่ามีความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม พบว่า มีค่าความน่าเชื่อถือ ที่ 0.925 ดังนั้นแสดงว่า มีค่าความน่าเชื่อถือสามารถนำไปใช้ในการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้ จำนวน 303 ตัวอย่าง

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับลูกค้าบริษัท ซีไอเอ็มซี วีซีเคิล (ประเทศไทย) ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 303 ตัวอย่าง พร้อมทั้งรองรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง

### การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. ประเมินระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัท ซีไอเอ็มซี วีซีเคิล (ประเทศไทย) จำกัด วิเคราะห์โดยคำนวณค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. ทดสอบความแตกต่างของค่าที่ (t-Test) และทดสอบค่าเอฟ (F-Test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัท ซีไอเอ็มซี วีซีเคิล (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล และหากมีความแตกต่างให้ใช้การเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการแบบ LSD

## 5. ผลการวิจัย

1. ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 59.08 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 54.13 โดยส่วนใหญ่มีประเภทสินค้าทางรถพ่วงที่ซื้อมือที่สูงสุด คือ ประเภททางก้างปลาและพื้นเรียบ คิดเป็นร้อยละ 33.67 ซึ่งมีตำแหน่งงานเป็นเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 39.94 และมียอดซื้อสินค้าโดยประมาณในแต่ละปี ไม่เกิน 5,000,000 บาท/ปี คิดเป็นร้อยละ 36.31

2. ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการของบริษัท ซีไอเอ็มซี วีซีเคิล (ประเทศไทย) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.87$ , S.D.= 0.82) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการบริการ ( $\bar{x} = 4.03$ , S.D.= 0.87) รองลงมา คือ ด้านบุคลากร ( $\bar{x} = 4.02$ , S.D.= 0.78) ด้านสินค้า (ทางรถพ่วง) ( $\bar{x} = 3.83$ , S.D.= 0.79) และด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{x} = 3.77$ , S.D.= 0.78) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้าย คือ ด้านราคา ( $\bar{x} = 3.69$ , S.D.= 0.86) ตามลำดับ

3. การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัท ซีไอเอ็มซี วีซีเคิล (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการของบริษัท ซีไอเอ็มซี วีซีเคิล (ประเทศไทย) โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสินค้า (หารถพ่วง) และด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนลูกค้าที่มีการซื้อประเภทสินค้าหารถพ่วง ตำแหน่งงาน ยอดซื้อสินค้าโดยประมาณในแต่ละปีต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการของบริษัท ซีไอเอ็มซี วีซีเคิล (ประเทศไทย) โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสินค้า (หารถพ่วง) ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นอกจากนี้ยังพบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการของบริษัท ซีไอเอ็มซี วีซีเคิล (ประเทศไทย) โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## 6. อภิปรายผล

พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีประเภทสินค้าหารถพ่วงที่ซื้อบ่อยที่สุด คือ ประเภทหางก้างปลาและพื้นเรียบ และรองลงมา คือ ประเภทหาง Mixer และหางบรรทุกผงปูน ซึ่งลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุด คือ กระทะล้อ ไซค์การ์ด กล่องล้างเครื่องมือ ทำจากอลูมิเนียม ทำให้สวยงามและคงทน ทำให้เป็นที่ต้องการของลูกค้าเป็นอย่างยิ่ง ส่วนด้านที่ลูกค้าไม่พึงพอใจ คือ คุณภาพของเกรดเหล็กคงทน มีความยืดหยุ่นสูง

ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการของบริษัท ซีไอเอ็มซี วีซีเคิล (ประเทศไทย) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของสมชาย รุ่งชนกิจ (2548) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและการให้บริการของบริษัท กุลธร จำกัด ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อสินค้าและการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ

ด้านการบริการ สอดคล้องกับการศึกษาของแวนรัตน์ เวสสุสิทธิ์ (2557) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการกับความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้า บริษัท พี ซี แอล โฮลดิ้ง จำกัด ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าในคุณภาพบริการของบริษัท พี ซี แอล โฮลดิ้ง จำกัด ในโรงพยาบาลเขตภาคใต้ ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก

ด้านบุคลากร สอดคล้องกับการศึกษาของกุลวดี อัมโมน (2561) ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้า ร้านค้าสะดวกซื้อเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษา พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณสมบัติพนักงานภายใน อยู่ในระดับมาก

ด้านสินค้า (หารถพ่วง) สอดคล้องกับการศึกษาของอรอลิศรา อุดมทวี, จารุวรรณ นาคประสิทธิ์, ดาราวรรณ ศรีจันทร์, สุดารัตน์ อนันต์, ราเมศน์ ลำไยชูชะ (2548) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของห้างสรรพสินค้าโฮมโปร ในเขตกรุงเทพมหานคร ประจำปี 2548 ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด สอดคล้องกับการศึกษาของสมชาย รุ่งชนกิจ (2548) ศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและการให้บริการของบริษัท กุลธร จำกัด ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อสินค้าและการให้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก

ด้านราคา สอดคล้องกับการศึกษาของสมชาย รุ่งชนกิจ (2548) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและการให้บริการของบริษัท กุลธร จำกัด ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อสินค้าและการให้บริการด้านราคา อยู่ในระดับมาก

นอกจากนี้ยังพบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการของบริษัท ซีไอเอ็มซี วีซีเคิล (ประเทศไทย) โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับการศึกษาของ กมลภา นภสิทธิจินดา (2556) ศึกษาการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด กรณีศึกษา บริษัท ออโต้แพลนเน็ต ซูเปอร์คาร์ จำกัด พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในปัจจัยด้านตัวผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของบริษัท ปัจจัยด้านความคุ้มค่า และปัจจัยด้านการเก็บรักษาข้อมูลแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสินค้า (หารถพ่วง) และด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นอกจากนี้ยังพบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการของบริษัท ซีไอเอ็มซี วีซีเคิล (ประเทศไทย) โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับการศึกษาของศุภโชค อรทัย (2558) ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการรับชำระเงินตามใบแจ้งหนี้ (Bill Payment) ณ เคาน์เตอร์เซอร์วิสของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรับชำระเงิน ตามใบแจ้งหนี้ (Bill Payment) ณ เคาน์เตอร์เซอร์วิสของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

## 7. ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. คุณภาพของเกรดเหล็กกองทน มีความยืดหยุ่นสูง ลูกค้ายังมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยมาก จึงควรปรับปรุงคุณภาพเกรดเหล็กให้มีคุณภาพมากกว่านี้
2. บริษัทควรมีการกำหนดเงินดาวน์และอัตราดอกเบี้ยผ่อนชำระในอัตราที่เหมาะสม จากผลการวิจัย พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจยังอยู่ในระดับปานกลาง
3. ให้มีการจัดทำเอกสารแนะนำและแสดงข้อมูลสินค้าและบริการอย่างละเอียดจัดส่งให้ถึงมือลูกค้า ลูกค้ายังมีความพึงพอใจน้อยมาก ควรปรับปรุงระบบการให้บริการให้มีข้อมูลรายละเอียดที่เข้าใจได้ง่ายมากกว่านี้
4. บริษัทควรมีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความสุภาพและมีจริยธรรมในการให้บริการที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าให้ความไว้วางใจและใช้บริการอย่างยาวนานและมากยิ่งขึ้น
5. บริษัทควรมีการเตรียมอุปกรณ์เครื่องมือในการดูแลและซ่อมบำรุงไว้บริการลูกค้าอย่างพร้อมมูล ให้มีการจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์สำหรับบริการหลังการขายอย่างเต็มที่ มีความพร้อมให้บริการตลอดเวลา

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความพอใจของลูกค้าเฉพาะส่วนประสมการตลาดบางตัวในเชิงลึก เช่น ความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขาย
2. ควรมีการเก็บข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ เนื่องจากสิ่งแวดล้อมหรือปัจจัยต่างๆ เปลี่ยนไปทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไป

## 8. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลือจาก รศ.กรรณิการ์ แจกแสงรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้ความกรุณาพร้อมให้คำปรึกษา แนะนำ แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี จนกระทั่งงานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ และขอขอบพระคุณกลุ่มลูกค้าบริษัท ซีไอเอ็มซี วีซีเคิล (ประเทศไทย) ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้ง 303 คน ที่ทุกท่านได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

## 9. เอกสารอ้างอิง

- กมลลา นภสิทธิ์จินดา. (2556). การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดกรณีศึกษา บริษัท ออโต้แพลนเน็ต ซูเปอร์คาร์ จำกัด. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- กุลวดี อัมโภชน์. (2561). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าร้านค้าสะดวกซื้อเขตพญา จังหวัดชลบุรี. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม*, 13(1), 43-55.
- แววรัตน์ เวสณุสิทธิ์. (2557). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการกับความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้า บริษัท พี ซี แอล โฮลดิ้ง จำกัด*. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- ศุภโชค อรทัย. (2558). ความพึงพอใจในการใช้บริการรับชำระเงินตามใบแจ้งหนี้ (Bill Payment) ณ เคาน์เตอร์เซอร์วิสของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมชาย รุ่งธนกิจ. (2548). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและการให้บริการของบริษัทกฤษกร จำกัด. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการทั่วไป โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- อรอลิศรา อุดมทวี, จารุวรรณ นาคประสิทธิ์, ดาราวรรณ ศรีจันทร์, สุदारัตน์ อนันต์ และราเมศน์ ลำไยชูเชื้อ. (2548). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของห้างสรรพสินค้าโฮมโปร ในเขตกรุงเทพมหานคร ประจำปี 2548. การวิจัยทางธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.