

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้ากลุ่มองค์กร ในการเลือกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์  
FACTOR INFLUENCING SATISFACTION AND LOYALTY OF CORPORATE CUSTOMER  
FOR COMMERCIAL VEHICLE

พงษ์สุดา ยิ่งหาญ 6450463

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์ชนินทร์ อยู่เพชร, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์  
บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., สุทธาวรรณ ชาติ, Ph.D.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้ากลุ่ม  
องค์กรในการเลือกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ และเพื่อศึกษาถึงแนวทางและกลยุทธ์ในการสร้างความพึงพอใจและความ  
ภักดีต่อการเลือกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของลูกค้ากลุ่มองค์กรในด้านคุณภาพสินค้า ราคาของสินค้า ภาพลักษณ์ตรา  
สินค้า คุณภาพของการบริการ โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม  
ออนไลน์จำนวน 406 คน ที่มีเป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ และมีรถยนต์เพื่อการ  
พาณิชย์ใช้ในกิจการ ช่วงเวลา 3 เดือน จากการสุ่มแบบสะดวกและใช้สถิติเชิงพรรณนา และเชิงอนุมานในการทดสอบ  
สมมติฐาน

ผลงานวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มองค์กรในการเลือกรถยนต์เพื่อการ  
พาณิชย์ ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า รองลงมาคือ ปัจจัย  
ด้านคุณภาพการบริการในด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ ตามด้วยปัจจัยด้านคุณภาพการบริการในด้านความ  
มั่นใจในการได้รับบริการ ตามด้วยปัจจัยด้านคุณภาพการบริการในด้านการบริการความน่าเชื่อถือ และปัจจัยด้าน  
ราคาสินค้าตามลำดับ นอกจากนี้ยังศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้ากลุ่มองค์กรในการเลือกรถยนต์เพื่อ  
การพาณิชย์ พบว่า ปัจจัย 7 ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้า ได้แก่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด คือปัจจัยราคาสินค้า  
รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้า ตามด้วยปัจจัยด้านคุณภาพการบริการในด้านการบริการมีความ  
น่าเชื่อถือ ด้านความเอาใจใส่ในการให้บริการ ด้านการบริการที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรม ตามด้วยปัจจัย  
ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า และปัจจัยด้านคุณภาพสินค้าตามลำดับ

คำสำคัญ : รถยนต์เพื่อการพาณิชย์/ ความพึงพอใจของลูกค้า/ ความภักดีของลูกค้า/ คุณภาพของ  
สินค้า/ คุณภาพการบริการ