

ชาญชัย จันทร์ศิริ. (2550). พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัท
คอนวูด จำกัด. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการทั่วไป). พระนครศรีอยุธยา :
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.พงศ์
พรศาล, รองศาสตราจารย์ลำยอง ปลั่งกลาง

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการสั่งซื้อสินค้าของบริษัท
คอนวูด จำกัด 2) ศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัท 3) เปรียบเทียบ
ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัท จำแนกตามข้อมูลของกิจการ
4) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัท จำแนกตามพฤติกรรมในการ
สั่งซื้อสินค้า และ 5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของลูกค้าในการสั่งซื้อสินค้ากับข้อมูลของ
กิจการ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ลูกค้าที่ซื้อขายกับบริษัทฯ จำนวน 142 ราย สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย ส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test และไคสแควร์ ผลการวิจัยพบว่า

1. ลูกค้าส่วนใหญ่สั่งซื้อสินค้าเดือนละ 1 – 3 ครั้ง ยอดสั่งซื้อปกติในแต่ละครั้ง 100,001–
200,000 บาท ระยะเวลาในการหมุนเวียนในกิจการ มากกว่า 15 วัน ลักษณะการหมุนเวียนของสินค้า
กิจการเป็นผู้จัดส่ง การรับสินค้า บริษัทคอนวูด จำกัด เป็นผู้จัดส่งให้กิจการ กิจการได้รับสินค้า
หลังจากทำการสั่งซื้อมากกว่า 7 วัน

2. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัทคอนวูดจำกัด โดยภาพรวมอยู่ใน
ระดับปานกลางทุกด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า ด้านการสั่งซื้อสินค้า ด้าน
การขนส่งสินค้า และด้านการบริการเอกสารขายและรับคืนสินค้า

3. ลูกค้าที่มีลักษณะของกิจการ แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของ
บริษัทคอนวูดจำกัด แตกต่างกันในด้านการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่าง
กัน

4. ลูกค้าที่มียอดสั่งซื้อปกติในแต่ละครั้งแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการ
ด้านการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าและด้านการสั่งซื้อสินค้าแตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่มีระยะเวลา
ในการหมุนเวียนในกิจการและลักษณะการหมุนเวียนสินค้าของกิจการ แตกต่างกัน มีระดับความพึง
พอใจต่อการให้บริการแตกต่างกันในด้านการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า ลูกค้าที่มีการรับสินค้า
แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ในด้านการสั่งซื้อสินค้า

5. ลักษณะของกิจการสัมพันธ์กับระยะเวลาที่ได้รับสินค้าหลังจากทำการสั่งซื้อ และ
ระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการสัมพันธ์กับยอดสั่งซื้อปกติในแต่ละครั้ง

Chanchai Chansiri. (2007). **The Behaviors and Satisfaction of Customers towards the Services of Conwood Co., Ltd.** A Thesis for Master of Business Administration Degree (General Management). Phranakhon Si Ayutthaya : Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. Advisory Committee: Associate Professor Dr. Pong Horadan, Associate Professor Lamyong Plangklang.

ABSTRACT

This study aimed to: 1) Examine the behaviors of customers in purchasing the products at Conwood Co., Ltd.; 2) Examine levels of the customers' satisfaction towards the services of Conwood Co., Ltd.; 3) Compare levels of the customers' satisfaction towards the services in relation to their business profiles; 4) Compare levels of the customers' satisfaction towards the services in relation to their purchasing behaviors; and 5) Determine the relationship between the customers' business profiles and their purchasing behaviors. Data was gathered from 142 customers trading with Conwood Co., Ltd. Statistical analysis was performed using means, standard deviations, t-test, F-test, and chi-square test. Findings are indicated as follows:

1. Most of the customers placed their orders once or three times a month. Each purchase amount was Baht 100,001-200,000. Their stock rotation was longer than 15 days. The representatives were responsible for deliveries to their customers. Products purchased from the company were transported by the company's representatives. It took longer than 7 days in receiving the products after placing the order.
2. The customers were moderately satisfied with the overall services of the company regarding the services of its customer service centers, ordering, product transport, and sales document and return services.
3. Differences in the customers' businesses related to differences in their satisfaction levels towards in the company's services on the customer service centers.
4. Differences in the customers' each purchase amount related to differences in their satisfaction on the services towards the services of the customer service centers and ways in placing the order. Differences in the customers' duration and aspects of stock relation related to differences in their satisfaction on the services towards the customer service centers. Differences in the customers' ways in receiving the products related to differences in their satisfaction on the services towards placing the order.
5. The aspects of the customers' businesses related to duration in receiving the products after placing the order, and duration in running the businesses related to each purchase amount.