

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการบริหารจัดการของบริษัทผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด 2) ศึกษาเจตคติของตัวแทนจำหน่ายเครื่องสำอางของบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด 3) เปรียบเทียบการบริหารจัดการของบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 4) เปรียบเทียบเจตคติของตัวแทนจำหน่ายเครื่องสำอางของบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการกับเจตคติของตัวแทนจำหน่ายเครื่องสำอางของบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ตัวแทนจำหน่ายเครื่องสำอางของบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด จำนวน 500 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีจุดมุ่งหมาย โดยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่แบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test และค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า

1. ความคิดเห็นด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการจูงใจอยู่ในระดับมาก และความคิดเห็นด้านการควบคุมอยู่ในระดับปานกลาง
2. ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ส่วนความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง
3. ตัวแทนจำหน่ายที่มีระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยและระดับตำแหน่งต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการของบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. ตัวแทนจำหน่ายที่มีเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับตำแหน่งแตกต่างกันมีเจตคติต่อเครื่องสำอางของบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
5. การบริหารจัดการของบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด มีความสัมพันธ์กับเจตคติของตัวแทนจำหน่ายเครื่องสำอางในระดับ ต่ำ ถึงระดับต่ำมาก

This research aims to 1) examine the management of Dr.Saroj's Herbal Products Co.,Ltd.; 2) investigate the attitude of cosmetics sales representatives of Dr.Saroj's Herbal Products Co.,Ltd.; 3) compare the management of Dr.Saroj's Herbal Products Co.,Ltd. in relation to personal factors; 4) compare the attitude of cosmetics sales representatives of Dr.Saroj's Herbal Products Co.,Ltd. in relation to their personal factors; and 5) determine the relationship between the management and attitude of cosmetics sales representatives of Dr.Saroj's Herbal Products Co.,Ltd. The sample group, which was drawn by quota sampling, consisted of 500 cosmetics sales representatives of Dr.Saroj's Herbal Products Co.,Ltd. The instrument for this exploratory research was questionnaire survey. Data analysis was performed using percentages, frequencies, t-test, F-test, and correlation coefficient. Findings reveal that:

1. Opinions on planning, organization, and motivation are at high levels, while opinions on controlling are at moderate levels.
2. Opinions on products and prices are at high levels, whereas those on marketing promotion and distribution channels are at moderate levels.
3. Differences in the cosmetics sales representatives' education, monthly income, and levels of positions relate to differences in their opinions on the management of Dr.Saroj's Herbal Products Co.,Ltd. with significance level of 0.05.
4. Differences in the cosmetics sales representatives' gender, age, status, occupation, education, and levels of positions relate to differences in their attitudes with significance level of 0.05.
5. Management of Dr.Saroj's Herbal Products Co.,Ltd. Relates to the attitudes of cosmetics sales representatives at low to the lowest levels.