

การศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการของผู้แทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตภาคกลาง มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการของผู้แทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ในเขตภาคกลาง และ 3) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ในเขตภาคกลาง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า จำนวน 388 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS โดยใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบความแตกต่างโดยใช้ค่า t-test และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ด้วยค่า F-test

ผลการวิจัยพบว่า

1. การบริหารจัดการของผู้แทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ส่วนใหญ่เจ้าของกิจการทำเองบางส่วน นอกนั้นลูกจ้างทำงาน ผู้แทนจำหน่ายมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบภายในองค์กร โดยใช้หลักการบริหารจัดการองค์กรมาใช้ในหน่วยงาน มีการเตรียมแผนการดำเนินงาน
2. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในเขตภาคกลาง มีระดับความพึงพอใจในระดับมากทุกด้าน คือด้านการบริหารจัดการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/การส่งเสริมการตลาด และด้านการขนส่ง
3. การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ในเขตภาคกลาง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า พบว่าลูกค้าที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการขนส่ง แตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่มีรายได้/ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน

ABSTRACT

173897

The research aims to: 1) study the management of consumer product distributors 2) study the satisfaction of customers in the Central and 3) compare the level of satisfaction of customers towards the distributors in the Central as to the personal factors. Data was gathered from 388 customers. It was analyzed using SPSS with descriptive statistics of percentages, means, standard deviations, t-test, one-way ANOVA : F-test.

Findings indicated that:

1. The management of consumer distributors was mostly conducted by the business owners and partly by employees. The distributors had a systematic management within the organization by applying management principles to their organization, operation preparation with the overview of the operation and scope of operation prior to the operation.
2. The customer's satisfaction towards the consumer product distributors in terms of management, product, price and distribution channel/market promotion and transportation were mostly in the high level.
3. For the comparison of the level of satisfaction of customers towards the distributors in the Central divided by personal factors with the management of the distributors and customers with different income/monthly sale volume had different satisfaction with the price distribution channel.