

50601362 : สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

คำสำคัญ : การซื้อสินค้า

วสันต์ พิษณุพันธ์ : ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายหลักในพื้นที่ภาคกลาง เขต 1 ของบริษัท ไทยเซ็นทรัลเคมี จำกัด (มหาชน). อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : ผศ.ดร.สุธรรม รัตนโชติ. 75 หน้า.

การศึกษาเรื่อง “ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายหลัก ในพื้นที่ภาคกลาง เขต 1 ของ บริษัท ไทยเซ็นทรัลเคมี จำกัด (มหาชน) ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจ และ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ในการเลือกซื้อสินค้าปุ๋ยเคมีของตัวแทนจำหน่าย เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้ มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุง การบริหารการขาย งานบริการ ในภาคกลางเขต 1 ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อที่จะส่งผลให้มียอดขาย เพิ่มขึ้น เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เป็นตัวแทนจำหน่าย จำนวน 57 แห่ง โดยใช้แบบสอบถาม ใช้สถิติค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ใช้ one way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน และใช้ Multiple Linear Regression ในการสร้างตัวแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ พบว่า ประการแรก ระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของตัวแทนจำหน่ายหลักอยู่ในระดับปานกลาง ประการที่สอง จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยทางด้านตัวแทนจำหน่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในการซื้อปุ๋ยเคมี ประการที่สาม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในการซื้อปุ๋ยเคมี อย่างมีนัยสำคัญที่  $\alpha = 0.05$  ประการที่สี่ พบว่าเมื่อ 1) ปัจจัยด้านชื่อเสียงของบริษัทฯ มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการซื้อสินค้าปุ๋ยเคมี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05(p-value =0.008) 2) ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการซื้อสินค้าปุ๋ยเคมี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p-value =0.000) 3) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการซื้อสินค้าปุ๋ยเคมี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05(p-value =0.000) เป็นตัวแปรที่ใช้ในการทำนายระดับความพึงพอใจได้อย่างมีนัยสำคัญที่  $\alpha = 0.05$  ประการที่ห้า ส่วนในด้านอื่นๆ จะไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการซื้อสินค้าปุ๋ยเคมี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการบริหารการขาย งานบริการ ในภาคกลางเขต 1 ได้ดังนี้ 1) ปัจจัยทางด้านชื่อเสียงบริษัท ควรเน้นให้ความสำคัญในการรักษาชื่อเสียงของบริษัท เช่น การเน้นคุณภาพสินค้าให้สม่ำเสมอและดียิ่งขึ้น การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อตัวแทนจำหน่ายและผู้บริโภค 2) ปัจจัยทางด้านราคา ควรเน้นการตั้งราคาขายให้เหมาะสมทำให้ตัวแทนจำหน่ายสามารถนำไปขายต่อแล้วทำกำไร ตั้งราคาไม่ให้เหลื่อมล้ำกับราคาของบริษัทคู่แข่งมากเกินไป ปรับราคาขึ้น-ลงให้รวดเร็วตามสถานการณ์ มีการชดเชยค่าสินค้าในสต็อกเมื่อราคาสินค้าปรับลง 3) ปัจจัยทางด้าน การส่งเสริมการขาย ควรเน้นการจัดรายการส่งเสริมการขายที่จูงใจมากขึ้น เป็นต้น

---

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน   บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร   ปีการศึกษา 2552

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ .....

50601362: MAJOR: PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT  
KEY WORD: PURCHASE

WASAN PHICHAIPHAN: FACTORS EFFECTING SATISFACTION OF THE MAIN DEALER IN CENTRAL AREA 1 OF THAI CENTRAL CHEMICAL PUBLIC COMPANY LIMITED. INDEPENDENT STUDY ADVISOR: ASST.PROF.SUDHUM RATTANACHOT, Ph.D. 75 pp.

The objectives of this research were to study the levels of the satisfaction, factors affecting the levels of satisfaction purchase decision of Chemical fertilizers of the main dealer in central area 1 of Thai central chemical public company limited. To bring information to development and improve sales management and services in central area 1 provide more effective. The data were collected by using a constructed questionnaire, and analyzed by using frequency, percentage and mean as descriptive statistics, using one way ANOVA to test hypotheses and using Multiple Linear Regression for constructing model of relationships between independent and dependent variables. The results from data analysis suggested that the dealer did not affect the levels of satisfaction. But the marketing mix affected the levels of satisfaction at  $\alpha = 0.05$ . This can be separated into different areas as follows.

Corporate reputation affected the levels of satisfaction at  $\alpha = 0.05$  (p-value =0.008). Price affected the levels of satisfaction at  $\alpha = 0.05$  (p-value =0.000). Promotion affected the levels of satisfaction at  $\alpha = 0.05$  (p-value =0.000). The others such as brand and sales will likely affect levels of satisfaction. Because brand affected the corporate reputation and sales affected the discount and extend the payment.

According to the study. Therefore recommended that the operators. The management of the following methods.

1. To build corporate reputation, The company should emphasize the importance of maintaining the company's reputation such as highlighting the consistent quality products and better. Creating a good image to dealers and consumers such as providing scholarships for children of agricultural company's purchases. Chosen by dealers in that area. For create a good image of the company and loyalty to the company's brand. The environmental social responsibility such as the development of improved environmental management (ISO 14000) and improves plant and warehouse environments.

2. It should focus on setting the right price that the dealers can be profitable. The price is will not different from the competitors. The price should be adapted in appropriate with economic situation.

3. It should be program promotion in the way such that more attractive such as the bonus programming when purchasing full 50 tons getting 1 ton or 1 ton of fertilizer purchased getting 1 T-shirt, for example.

---

Program of Public and Private Management Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2009  
Student's signature.....  
Independent Study Advisor's signature.....