

รหัสโครงการ : PDF/46/2542
ชื่อโครงการ : ความพึงพอใจของลูกค้าในฐานะผลที่ตามมาของความพึงพอใจในงาน
ของผู้จำหน่าย/พนักงานขายตรงในระบบการตลาดแบบหลายชั้น
ชื่อนักวิจัย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปราณี คูเจริญไพศาล (หัวหน้าโครงการ)
ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และ
ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร. นงลักษณ์ วิรัชชัย (นักวิจัยที่ปรึกษา) ภาควิชา
วิจัยการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
E-mail Address : baipkjm@chiangmai.ac.th

ระยะเวลาโครงการ : 1 มิถุนายน 2542 - 15 สิงหาคม 2545

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสหสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ เพื่อสำรวจองค์ประกอบของความพึงพอใจในงานของผู้จำหน่าย เพื่อสำรวจองค์ประกอบของความพึงพอใจของลูกค้า และเพื่อทดสอบตัวแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างความพึงพอใจในงานของผู้จำหน่ายกับความพึงพอใจของลูกค้า ทั้งแบบที่มีและไม่มีตัวแปรคุณลักษณะผู้จำหน่าย คุณลักษณะลูกค้า และคุณลักษณะสินค้า กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้จำหน่ายของธุรกิจที่ใช้ระบบการตลาดแบบหลายชั้น (Multi-level marketing) ที่มีรายชื่อเป็นสมาชิกของสมาคมการขายโดยตรง (ไทย) จำนวน 154 ราย และลูกค้าจำนวน 462 ราย ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล แบบสอบถามที่ใช้มี 2 ชุดคือชุดผู้จำหน่าย เก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า และชุดลูกค้า เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ การวิเคราะห์องค์ประกอบ และการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural equation model) โดยโปรแกรมลิสเรล ผลการทดสอบตัวแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเชิงเส้น พบว่า ตัวแบบที่ไม่มีตัวแปรคุณลักษณะของผู้จำหน่าย ลูกค้า และสินค้า มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากกว่า โดยมีค่า RMSEA = 0.00 และค่า GFI = 0.99 ทั้งนี้ ตัวแปรความพึงพอใจในงานมีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้า = 0.73 ค่า R Square = 0.12 กลุ่มตัวแปรความพึงพอใจในงาน เรียงลำดับตามน้ำหนักอิทธิพล ได้แก่ ความพึงพอใจในผลประโยชน์ (1.18) ความพึงพอใจในนโยบายการบริหารของบริษัท (1.12) และความพึงพอใจในรายได้ (1.00) กลุ่มตัวแปรความพึงพอใจของลูกค้า เรียงลำดับตามน้ำหนักอิทธิพล ได้แก่ ความพึงพอใจในคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ (0.39) และความพึงพอใจในข่าวสาร (0.34) ผู้บริหารธุรกิจ MLM ควรให้ความสำคัญกับแผนการจ่ายผลประโยชน์และรายได้ ตลอดจนการกำหนดนโยบายบริษัทเพื่อให้ผู้จำหน่ายมีความพึงพอใจในงานอันจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในที่สุด อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้รายงานข้อจำกัดของการวิจัยไว้ด้วย

Project Code : PDF/46/2542

Project Title : Customer Satisfaction as Consequence of Job Satisfaction: A Case of Independent Distributors in Multi-Level Marketing

Investigator : Assistant Professor Dr. Pranee Koojaroenpaisan, Dept. of Marketing, Faculty of Business Administration (Researcher) and Emeritus Professor Dr. Nonglak Wiratchai, Dept. of Education Research, Faculty of Education, Chulalongkorn University (Mentor)

E-mail Address : baipkjr@chiangmai.ac.th

Project Period: 1 June 1999 - 15 August 2002

This study is a correlation research aiming at 3 objectives: 1) to investigate the components of distributors' job satisfaction, 2) to investigate the components of customer satisfaction, and 3) to test 2 structural equation models of the relationship of job satisfaction and customer satisfaction: the model with and without characteristics of distributors, customers, and products. Samples used are of 154 distributors of businesses employing multi-level marketing (MLM) strategies listed as members of Thailand Direct Selling Association and 462 customers. Both distributors and customers reside in Bangkok and metropolitan. Two sets of questionnaires are used. One is for face-to-face interviewing of distributors, and another is for interviewing those distributors' customers by telephone. Descriptive statistics, correlation analysis, factor analysis, and LISREL are used for analyzing the collected data. The research found that the structural model without the characteristics of distributors, customers, and products (Model I) fits the empirical data better than the model with the characteristics of distributors, customers, and products (Model II). Model I shows RMSEA = 0.00 and GFI = 0.99. Job satisfaction is found to have some significant influence on customer satisfaction ($\beta = 0.73$) and R Square = 0.12. The components of job satisfaction ordered by their beta coefficients are benefit satisfaction (1.18), satisfaction in company and management (1.12), and income satisfaction (1.00). The components of customer satisfaction ordered by their beta coefficients are attribute satisfaction (0.39) and information satisfaction (0.34). Managers of MLM businesses should emphasize the importance on benefit plan for their distributors. In addition, the MLM companies should set policies to create distributors' job satisfaction, and in turn will create customer satisfaction. Finally, limitations of the research are presented.