

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2	4
แนวคิด ทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ข้อมูล บริษัทเอสซีจี เน็ตเวิร์ค แมเนจमेंท์ จำกัด	8
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3	12
ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตการศึกษา	12
วิธีการศึกษา	12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	13
สถานที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	14
ระยะเวลาในการศึกษา	14
บทที่ 4	15
ผลการศึกษา	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและธุรกิจของผู้แทนจำหน่าย	16

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดของบริษัท แอสซีจี เน็ตเวิร์ค แมเนจमेंท์ จำกัด	23
ส่วนที่ 3 ปัญหาส่วนประสมการตลาดของบริษัท แอสซีจี เน็ตเวิร์ค แมเนจमेंท์ จำกัด	37
ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดของบริษัท แอสซีจี เน็ตเวิร์ค แมเนจमेंท์ จำกัด จำแนกตามเพศ อายุ ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาที่ได้รับแต่งตั้งเป็นผู้แทน จำหน่ายบริษัทแอสซีจี เน็ตเวิร์ค แมเนจमेंท์	49
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	91
สรุปผลการศึกษา	91
อภิปรายผล	100
ข้อค้นพบ	103
ข้อเสนอแนะ	105
บรรณานุกรม	109
ภาคผนวก	110
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	111
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	119
ประวัติผู้เขียน	150

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง/หน้าที่ ภายในร้าน	16
2 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	16
3 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	17
4 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	17
5 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา สูงสุด	17
6 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อ เดือน	17
7 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการ ดำเนินธุรกิจ	17
8 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ได้รับ แต่งตั้งเป็นผู้แทนจำหน่ายบริษัทเอสซีจี เน็ตเวิร์ค แมเนจเม้นท์	20
9 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการ ดำเนินธุรกิจ และระยะเวลาที่ได้รับแต่งตั้งเป็นผู้แทนจำหน่ายบริษัทเอสซีจี เน็ตเวิร์ค แมเนจเม้นท์	21
10 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวัง ระดับของบริการจริงที่ได้รับและระดับ ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	23
11 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวัง ระดับของบริการจริงที่ได้รับและระดับ ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	26
12 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวัง ระดับของบริการจริงที่ได้รับและระดับ ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย การบริการลูกค้า	28
13 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวัง ระดับของบริการจริงที่ได้รับและระดับ ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย การจัดการโซ่อุปทาน	30

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
14 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวัง ระดับของบริการจริงที่ได้รับและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	32
15 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวัง ระดับของบริการจริงที่ได้รับและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	35
16 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	37
17 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา	38
18 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	39
19 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	42
20 สรุปลักษณะระดับความคาดหวัง ระดับของบริการจริงที่ได้รับและระดับความพึงพอใจในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
21 แสดงสรุปเปรียบเทียบระดับความไม่พึงพอใจและปัญหาที่พบเรียงลำดับสูงสุดถึงต่ำสุด	44
22 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	49
23 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	51
24 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย บริการลูกค้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	52
25 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย การจัดการโซ่อุปทานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	53

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
26 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	54
27 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	56
28 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	57
29 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง ทรายี่ห้อสินค้ามีชื่อเสียง เช่น เสือ ช้าง โยมมาร์ท เป็นต้น จำแนกตามอายุเป็นรายคู่	58
30 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	59
31 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย การบริการลูกค้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	60
32 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย การจัดการโซ่อุปทาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	61
33 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการจัดจำหน่าย การจัดการโซ่อุปทาน ในเรื่อง บริษัทเอสซีจี ๑ มีบริการขนส่งสินค้าในต้นทุนที่แข่งขันได้(กรณีค่าสินค้าไม่รวมค่าขนส่งและผู้แทนจำหน่ายว่าจ้างบริษัทเอสซีจี ๑ ขนส่งให้) จำแนกตามอายุเป็นรายคู่	62
34 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	63

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
35 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในด้านด้านการจัด จำหน่าย การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ในเรื่องมีการเปิดโอกาสให้มีการ สื่อสารสองทางระหว่างบริษัท จำแนกตามอายุเป็นรายคู่	64
36 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	65
37 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในด้านการส่งเสริม การตลาด ในเรื่องความชัดเจนของข้อมูลต่างๆ ที่พนักงานเอสซีจี ฯ อธิบายให้ ผู้แทนจำหน่ายทราบ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่	66
38 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	67
39 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัย ด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	68
40 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในด้านราคา ในเรื่อง ผู้แทนจำหน่ายมีส่วนเหลือมกำไรที่เหมาะสม จำแนกตามอายุเป็นรายคู่	69
41 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัย ด้านการจัดจำหน่าย การบริการลูกค้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	70
42 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัย ด้านการจัดจำหน่าย การจัดการโซ่อุปทาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	71
43 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัย ด้านการจัดจำหน่าย การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	72

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
44 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	74
45 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาเป็นผู้แทนจำหน่าย	75
46 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาเป็นผู้แทนจำหน่าย	76
47 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย การบริการลูกค้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเป็นผู้แทนจำหน่าย	77
48 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในด้านการจัดจำหน่ายการบริการลูกค้า ในเรื่อง สินค้าที่รับจากโรงงานอยู่ในสภาพดี ไม่ชำรุดเสียหาย จำแนกตามระยะเวลาเป็นผู้แทนจำหน่าย เป็นรายคู่	78
49 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในด้านการจัดจำหน่าย การบริการลูกค้า ในเรื่อง บริษัทเอสซีจี ฯ มีจำนวนสินค้าเพียงพอในการขาย จำแนกตามระยะเวลาเป็นผู้แทนจำหน่าย เป็นรายคู่	79
50 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในด้านการจัดจำหน่าย การบริการลูกค้า ในเรื่อง บริษัทเอสซีจี ฯ สามารถดำเนินการให้โรงงานผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค จำแนกตามระยะเวลาเป็นผู้แทนจำหน่าย เป็นรายคู่	80
51 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย การจัดการโซ่อุปทาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเป็นผู้แทนจำหน่าย	80

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
52 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเป็นผู้แทนจำหน่าย	82
53 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในด้านการจัดจำหน่าย การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ในเรื่อง บริษัทเอสซีจี ฯดำเนินการตามพันธะสัญญาที่มีต่อผู้แทนจำหน่ายโดยตลอด จำแนกตามระยะเวลาเป็นผู้แทนจำหน่าย เป็นรายคู่	83
54 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในด้านการจัดจำหน่าย การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ในเรื่อง บริษัทเอสซีจี ฯให้ความร่วมมือในการทำงานกับผู้แทนจำหน่ายเป็นอย่างดี จำแนกตามระยะเวลาเป็นผู้แทนจำหน่าย เป็นรายคู่	84
55 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในด้านการจัดจำหน่าย การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ในเรื่อง บริษัทเอสซีจี ฯ สามารถบริหารความขัดแย้งระหว่างบริษัทและผู้แทนจำหน่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำแนกตามระยะเวลาเป็นผู้แทนจำหน่าย เป็นรายคู่	85
56 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในประเด็นระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเป็นผู้แทนจำหน่าย	86
57 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่อง พนักงานขายของเอสซีจี ฯ เข้าใจความต้องการของลูกค้า จำแนกตามระยะเวลาเป็นผู้แทนจำหน่าย เป็นรายคู่	87



## สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1	โครงสร้างการแลกเปลี่ยนคุณค่าของธุรกิจต่อธุรกิจ	6
2	แนวคิดในการศึกษาความพึงพอใจของผู้แทนจำหน่าย ในเขตภาคเหนือที่มีต่อ กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดของบริษัทเอสซีจี เน็ตเวิร์ค แมเนจเม้นท์ จำกัด	8

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved