



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ซ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพประกอบ.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
สมมุติฐานการวิจัย.....	7
ขอบเขตการวิจัย.....	7
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	8
คำจำกัดความ/นิยามศัพท์.....	8
2 เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
ประวัติบริษัทผู้แทนจำหน่าย.....	10
แนวคิดที่เกี่ยวข้อง.....	12
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	40
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	52
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	57
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	57
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	59
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	60
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	61



สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 (ต่อ) การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	64
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	92
สรุปผล.....	92
อภิปรายผล.....	97
ข้อเสนอแนะ.....	101
บรรณานุกรม.....	103
ภาคผนวก.....	108
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	109
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	121
ประวัติผู้วิจัย.....	136



สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	ปฏิริยาต่อความไม่เพียงพอของการสนับสนุนทางการกระจายสินค้าต่อ การตลาด.....	28
2	ข้อมูลขนาดประชากร และตัวอย่างของร้านค้าแต่ละจังหวัดในเขตภาคกลาง.....	58
3	จำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามปัจจัยส่วนบุคคล.....	64
4	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย สินค้าอุปโภค บริโภคในเขตภาคกลาง ด้านการบริหารจัดการ.....	66
5	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย สินค้าอุปโภค บริโภคในเขตภาคกลาง ด้านผลิตภัณฑ์.....	67
6	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย สินค้าอุปโภค บริโภคในเขตภาคกลาง ด้านราคา.....	68
7	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย สินค้าอุปโภค บริโภคในเขตภาคกลาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	69
8	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย สินค้าอุปโภคบริโภคในเขตภาคกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	70
9	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย สินค้าอุปโภคบริโภคในเขตภาคกลาง ด้านการขนส่งสินค้า.....	71
10	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่าย สินค้าอุปโภคบริโภคในเขตภาคกลาง โดยสรุปรวมแต่ละด้าน.....	72
11	เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค ในเขตภาคกลาง จำแนกตามเพศ.....	73
12	เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค ในเขตภาคกลาง จำแนกตามอายุ.....	74
13	เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ในเขตภาคกลาง จำแนกตามการศึกษา.....	75

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
14	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD สำหรับระดับความพึงพอใจของลูกค้า ต่อผู้แทนจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามการศึกษา.....	77
15	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD สำหรับระดับความพึงพอใจของ ลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค ด้านการส่งเสริมการขาย จำแนกตามการศึกษา.....	78
16	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD สำหรับระดับความพึงพอใจของ ลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค ด้านการขนส่งสินค้า จำแนกตามการศึกษาของลูกค้า.....	79
17	การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายสินค้า อุปโภค บริโภค ในเขตภาคกลาง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	80
18	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD สำหรับระดับความพึงพอใจของ ลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค ด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	82
19	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD สำหรับระดับความพึงพอใจของ ลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	83
20	จำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล.....	84



สารบัญญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	5
2 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์.....	6
3 บทบาทหน้าที่ขององค์ประกอบการจัดการ.....	17
4 กระบวนการบริหารในองค์กรสมัยใหม่.....	17
5 แผนภูมิแสดงการตัดสินใจทางการตลาดของผู้ค้าส่ง.....	19
6 ระบบการส่งกำลังทางธุรกิจ.....	25
7 กระบวนการจัดการ.....	41
8 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix).....	47