



## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง เจตคติของตัวแทนจำหน่ายเครื่องสำอางที่มีผลต่อปัจจัยทางด้านการตลาดและการบริหารจัดการ ของ บริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด ในการวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการของบริษัทผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด 2) เพื่อศึกษาเจตคติของตัวแทนจำหน่ายเครื่องสำอางของบริษัทผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด 3) เพื่อเปรียบเทียบการบริหารจัดการของบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 4) เพื่อเปรียบเทียบเจตคติของตัวแทนจำหน่ายเครื่องสำอางของบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 5) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการกับเจตคติของตัวแทนจำหน่ายเครื่องสำอางของบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 500 ชุด โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติช่วยวิเคราะห์ข้อมูลได้ผลดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ตัวแทนจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.2 มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.8 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 71.8 มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.2 มีอาชีพหลัก คือ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน, ห้างร้าน คิดเป็นร้อยละ 38.4 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.6 มีตำแหน่งเป็นสมาชิกทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 30.0

ตัวแทนจำหน่ายมีความคิดเห็นของเกี่ยวกับการบริหารจัดการของบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการบริหารจัดการอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก เรื่องตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการจูงใจ ด้านการจัดองค์การ ด้านการวางแผน และด้านการควบคุม

ตัวแทนจำหน่ายมีเจตคติต่อบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด โดยเฉลี่ยเห็นด้วยอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ตัวแทนจำหน่ายเครื่องสำอางที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการของบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด ด้านการวางแผนแตกต่างกัน ตัวแทน

จำหน่ายเครื่องสำอางที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการของบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด ด้านการจัดองค์กร และด้านการควบคุมแตกต่างกัน และตัวแทนจำหน่ายเครื่องสำอางที่มีระดับตำแหน่งต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการของบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด ด้านการจัดองค์กร และด้านการจูงใจแตกต่างกัน

ตัวแทนจำหน่ายเครื่องสำอางของบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด เพศชาย และเพศหญิงมีเจตคติโดยภาพรวม ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคาแตกต่างกัน ตัวแทนจำหน่ายเครื่องสำอางของบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด ที่มีอายุ สถานภาพ และอาชีพต่างกัน มีเจตคติโดยภาพรวม ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ตัวแทนจำหน่ายเครื่องสำอางของบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีเจตคติด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน และตัวแทนจำหน่ายเครื่องสำอางของบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและระดับตำแหน่งต่างกันมีเจตคติด้านช่องทางการจำหน่ายแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Correlation ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 แสดงว่าเจตคติโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์ในด้านบวกกับการวางแผน (0.208) การจัดองค์กร (0.275) การจูงใจ (0.161) และการควบคุม (0.185) ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากถึงระดับต่ำ

## อภิปรายผล

การศึกษาเจตคติของตัวแทนจำหน่ายเครื่องสำอางที่มีผลต่อปัจจัยทางด้านการตลาดและการบริหารจัดการ ของ บริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด

จากผลการวิจัย ความสัมพันธ์เจตคติขอตัวแทนจำหน่ายเครื่องสำอางที่มีต่อการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ กับปัจจัยส่วนบุคคลนั้นแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสุปราณี นาคแก้ว (2541 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ เจตคติของบุคลากร สาย ข และ สาย ค ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่มีต่อการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ พบว่า เมื่อจำแนกสถานภาพเบื้องต้นของบุคลากร มีเจตคติด้านการบริหารต่าง ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

ด้านการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ตัวแทนจำหน่ายเครื่องสำอางของบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด มีเจตคติต่อเครื่องสำอางในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือด้านราคา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมป์ศิริ มณีผ่อง (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางจำหน่ายตรงที่ผลิตในประเทศไทยของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัด

เชิงใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคของธุรกิจจำหน่ายตรง  
เครื่องสำอาง ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านราคา

## ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะของการวิจัยครั้งนี้ มีประเด็นข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไป  
ประยุกต์ใช้และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป มีรายละเอียดดังนี้

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1.1 ผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด ควรส่งเสริม  
ให้มีการนำหลักการบริหารจัดการไปใช้ในการปฏิบัติงานของพนักงานทุกระดับ

1.2 บริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด ควรมีการจัดทำแผนกลยุทธ์เพื่อ  
สร้างความจงรักภักดีให้เกิดขึ้นภายในบริษัท

1.3 ควรมีการจัดทำคู่มือหรือขั้นตอนต่างๆ ในการปฏิบัติงานหรือสายการบังคับ  
บัญชาให้ชัดเจนเพื่อให้ความเป็นเอกภาพในการบริหารจัดการ

1.4 ผู้บริหารบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด ควรมีการพัฒนาปรับปรุง  
เจตคติในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  
ซึ่งอยู่ในระดับมากถึงปานกลางซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของตัวแทนจำหน่ายได้

### 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมด้านบุคลากรสำหรับบริษัท  
ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด

2.2 ควรมีการศึกษาถึงประสิทธิภาพในการบริหารคุณภาพแบบองค์รวม (TQM :  
Total quality management) เพื่อนำไปปรับใช้ในบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด