

# ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจ ตัวแทนจำหน่าย ขายปลีกและขายส่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวและผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตในเขตฉะเชิงเทรา

## Demand and operation of Dealer Retail and wholesale of fermented milk products and yoghurt products in Chachoengsao.

สมชาย ศรทอง

### บทคัดย่อ

ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจ ตัวแทนจำหน่าย ขายปลีกและขายส่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวและผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตในเขตฉะเชิงเทรา

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นการศึกษา 1) ความต้องการของตลาด 2) ยอดขาย 3) การดำเนินการของธุรกิจ และ 4) การจัดการเชิงกลยุทธ์ การเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ และผู้ประกอบการหรือศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจ

### ผลการวิจัย

ความต้องการของตลาด ตัวแทนจำหน่าย ขายปลีกและขายส่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวและผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี กำไรต่อยอดขาย (Return On Sales : ROS) ในปี 2565 อยู่ที่ = 53.84 การดำเนินการของธุรกิจ บริษัทจ้างผู้ผลิตจากภายนอก ดังนั้นบริษัทจึงทำการติดต่อกับโรงงานที่รับผลิตสินค้าโดยดูจากโรงงานที่ต้องได้รับมาตรฐานการรับรองการจัดการเชิงกลยุทธ์คือ การบริหารทีมขาย การจัดการและพัฒนาทีมขาย ที่จะช่วยให้ธุรกิจ สามารถบรรลุผลสำเร็จได้ตาม เป้าหมาย การบริหารทีมขายที่ดี ผู้บริหารหรือผู้จัดการทีมขาย จำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจใน ทุก ๆ ขั้นตอนของกระบวนการขาย รวมถึงต้องมีการวางกลยุทธ์ เพื่อให้ทีมขายทุกคนเข้าใจใน หน้าที่ และช่วยยกระดับการทำงานให้มีประสิทธิภาพอย่างได้ ผลการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ จำนวน 200 ตัวอย่าง ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเป็นตัวแทนจำหน่าย ขายปลีกและขายส่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว บริษัทควรนัดตัวแทนจำหน่ายมาพบปะพูดคุยกับตัวแทนท่านอื่นๆเพื่อสร้างความสัมพันธ์และแลกเปลี่ยนความรู้ในการบริหารงาน และบริษัทควรมีระบบการบริหารจัดการคลังสินค้าที่เป็นระบบเมื่อสินค้าหมด

ตัวแทนสามารถแจ้งผ่านระบบออนไลน์ได้ทันปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจตัวแทนจำหน่าย คือ บริษัทควรมีระบบการบริหารงานในการรับสมัครตัวแทนอย่างเป็นระบบและเหมาะสม

คำสำคัญ : ความต้องการดำเนินงาน, ตัวแทนจำหน่ายขายปลีกและขายส่ง,ผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว, ผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต,การตลาดออนไลน์

## ABSTRACT

### **Demand and operation of Dealer Retail and wholesale of fermented milk products and yoghurt products in Chachoengsao.**

**Province**The research purpose and to study 1) demand of the market, 2) Sale, 3) business operation and 4) strategic management by collecting data from target customers and entrepreneurs or executive as well as the information related to business operations

#### **Results show that**

market demand Dealer Retail and wholesale of fermented milk products and yoghurt products are products that can meet the needs of consumers as well. Profit per sales (Return On Sales: ROS) in 2022 is = 53.84 business operations. The company employs external manufacturers, so the company contacts factories that produce products by looking at factories that have to be certified. Strategic management is sales team management Sales team management and development to help business Able to achieve success according to the goals, good sales team management Executive or sales team manager It is necessary to have knowledge and understanding of every step of the sales process. Including the need to have a strategy. So that all sales teams understand their duties and can help raise the level of work efficiency. The results of collecting data from 200 target groups of businesses. Problems arising from being a distributor. Retail and wholesale of fermented milk products The company should make appointments for dealers to meet and talk with other representatives to build relationships and exchange management knowledge. And the company should have a systematic warehouse management system when the product runs out.

Agents can be notified via online system in time for marketing mix factors that affect the needs and operations of the dealer business, namely, the company should have a systematic and appropriate management system for recruiting agents.

**Keywords: operational needs, retail and wholesale distributors, yogurt products, yogurt products, online marketing**

## บทนำ

ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายหรือดีลเลอร์ มีลักษณะรูปแบบของธุรกิจที่เป็นข้อตกลงระหว่างคุณกับบริษัทเจ้าของสินค้าที่เป็นฝ่ายให้คุณเป็นผู้ “รับสินค้า” หรือแบกสต็อกจำนวนหนึ่งเพื่อให้คุณสามารถนำไปเสนอขายกับลูกค้าผู้บริโภคสินค้าแทนเจ้าของสินค้าในพื้นที่ที่กำหนดอย่างชัดเจนสินค้ากลุ่มนมเปรี้ยวและโยเกิร์ตจะมีลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ คือการขนส่งและการจัดจำหน่ายต้องควบคุมอุณหภูมิตลอดเวลานกว่าจะถึงมือผู้บริโภค เพื่อเป็นการเก็บรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีความจำเป็นที่ต้องมีตัวแทนจำหน่ายกระจายอยู่ตามหัวเมืองหรือจุดสำคัญต่าง ๆ เพื่อความรวดเร็ว และตอบสนองต่อความต้องการของร้านค้าย่อยในพื้นที่ได้อย่างมีคุณภาพข้อมูลการสำรวจตลาด “ส่วนแบ่งตลาดนมเปรี้ยวและโยเกิร์ตปี 2560” มีมูลค่า 30,196 ล้านบาท เดิมโต 7.5% โดยมีบริษัท ดัชมิลล์ จำกัด(38.6%),บริษัท ยาคูลท์ เซลล์ (ประเทศไทย) จำกัด(20.5%), บริษัท ซีพี-เมจิ จำกัด(11.7%), บริษัท ฟริสแลนด์คัมพิน่า (ประเทศไทย) จำกัด(7.7%) และบริษัทอื่น ๆ (14.7%)จังหวัดฉะเชิงเทรา มีเนื้อที่ประมาณ 5,351 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 3.34ล้านไร่ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร 75 กิโลเมตร มีประชากร 690,226 คน แบ่งเขตการปกครองเป็น 11 อำเภอ 93 ตำบล 779 หมู่บ้าน มีลักษณะภูมิประเทศแบ่งเป็น 2ลักษณะ คือ เป็นที่ราบลุ่มเหมาะแก่การเพาะปลูก และพื้นที่ทางด้านตะวันออกเป็นบริเวณที่ดอนป่าและภูเขา ซึ่งเป็นพื้นที่เกือบครึ่งของพื้นที่จังหวัดจากข้อมูลส่วนแบ่งตลาด (ข้างต้น) ทำให้เกิดการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้นของตัวแทนจำหน่ายนมเปรี้ยวและโยเกิร์ตของแต่ละบริษัทฯ โดยมีร้านค้าเป็นหนึ่งในปัจจัยที่จะเพิ่มหรือลดยอดขายสินค้าได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง ความคาดหวัง การรับรู้ต่อคุณภาพการบริการร้านค้าของตัวแทนจำหน่าย ขายปลีกและขายส่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว และผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต ในเขตฉะเชิงเทรา เพื่อเป็นแนวทางปรับปรุงวิธีการให้บริการร้านค้าอย่างแท้จริง

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ในการทำวิจัยความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจ ตัวแทนจำหน่าย ขายปลีกและขายส่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวและผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตในเขตฉะเชิงเทรา บริษัท สหโชคพานิชย์(2018) จำกัด

1. เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของตลาด
2. เพื่อศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี
3. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจ
4. เพื่อศึกษาการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ เป็นระยะเวลา 5 ปี

## ขอบเขตของการวิจัย

1.ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัยนี้มุ่งศึกษาความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายขายปลีกและขายส่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว และผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตบริษัท สห โศคพานิชย์(2018) จำกัดโดยกำหนดตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้

### 1.1 ตัวแปรอิสระ(Independent Variable)

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ลักษณะกลุ่มธุรกิจ

1.2 ตัวแปรตาม(Dependent Variable) แบ่งเป็น ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด (4P) ที่มีผลต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว และผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ด้านราคา (Price)
3. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)
4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

2. ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยลักษณะกลุ่มธุรกิจ ได้แก่ ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีกและผู้บริโภค

3.การวิจัยครั้งนี้มีรูปแบบงานวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม(Questionnaire) ปลายปิดและปลายเปิด เพื่อสอบถามข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับหัวข้อวิจัยเรื่องความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจตัวแทนจำหน่าย ขายปลีกและขายส่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว และผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต บริษัท สห โศคพานิชย์ (2018) จำกัด ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ โดยแบบสอบถามได้สร้างจากความหมายและแนวคิดทฤษฎีส่ว่นประสมทางการตลาด ได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกตัวอย่าง คือ กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการร้านค้าส่ง ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก และผู้บริโภคที่สนใจ ประชากรกลุ่มตัวอย่างจะนำมาศึกษาทั้งหมด 200 คน

4.ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือ คือ แบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวางแผนและดำเนินการดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่สำคัญแล้วซึ่งผ่านความเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้วไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการร้านค้าส่ง ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก และผู้บริโภคที่สนใจ

2. เก็บรวบรวมแบบสอบถามแล้วตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อความที่กลุ่มตัวอย่างได้กรอกรายละเอียดลงในแบบสอบถาม

3. นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาประมวลผล วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลเป็นค่าเฉลี่ยและอัตราร้อยละ เพื่อใช้ในการพรรณนาอธิบายข้อมูล

## การทบทวนวรรณกรรม

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎี SWOT Analysis คือ ทฤษฎีที่ใช้ในการประเมินและวิเคราะห์สถานภาพขององค์กรเพื่อหาจุดแข็งและจุดอ่อนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งเป้าหมายไว้รวมไปถึงวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคที่อาจส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร

### **จุดแข็งภายในองค์กร**

1.ตัวแทนจำหน่าย ขายปลีกและขายส่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวและผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เนื่องจากในปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวและผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตในท้องตลาดที่เน้นคุณภาพประโยชน์ด้านการเสริมอาหารแบบเฉพาะบุคคลทั้งที่ในยุคโลกาภิวัตน์นี้คนที่สามารถทานอาหารให้ได้ครบ 5 หมู่ได้นั้นเป็นไปได้ยากมากและคนส่วนใหญ่เป็นโรคทูปโภชนาการโดยไม่รู้ตัวรวมไปถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่เราเน้นส่วนประกอบที่ได้มาตรฐานและสามารถรับประกันได้อย่างปลอดภัยโดยเราทำการศึกษาค้นคว้ามาอย่างดีเพื่อให้ได้ ผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวและผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีคุณภาพสูงสุด

2.เจ้าของกิจการมีความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ในการรับประกันผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวและผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต มาเป็นเวลานานจึงมั่นใจได้ว่า ผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวและผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต จะผ่านการคัดสรรมาอย่างดี เพื่อให้เหมาะกับแต่ละบุคคล

3.ผลิตด้วยเครื่องจักรที่ทันสมัยและโรงงานที่ได้มาตรฐานการรับรองว่าต้องมีห้องทดลองเป็นของตัวเองเนื่องจากในปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวและผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต ได้คุณภาพมีเป็นจำนวนมากในท้องตลาดการผลิตจากโรงงานที่ได้มาตรฐานจะเพิ่มความไว้วางใจให้กับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

### **จุดอ่อนภายในองค์กร**

1.ด้านการเงินเนื่องจากเป็นธุรกิจที่ใช้ค่าใช้จ่ายสูงรวมไปถึงวัตถุดิบในการผลิตค่อนข้างมีราคาแพงเพราะเราใช้ของที่มีคุณภาพจึงต้องเสียค่าใช้จ่ายในส่วนนี้มากดังนั้นจึงต้องจัดเตรียมหาแหล่งเงินทุนสำรองอย่างธนาคาร

2.รัฐบาลกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศโดยการสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งด้านการยกเว้นภาษีสรรพสามิตช่วยลดต้นทุนให้ผู้ประกอบการรวมไปถึงการปล่อยสินเชื่อให้กับผู้ลงทุนในดอกเบี้ยต่ำ

3.ในยุคโลกาภิวัตน์นี้ผู้คนใช้สื่อโซเชียลมีเดียกันเป็นจำนวนมากทำให้เราสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายดังนั้นเราจึงถือโอกาสทำการโปรโมทสินค้าผ่านสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆอาทิเช่นการสร้างเพจเพื่อให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่ผู้บริโภคในการเลือกรับประทานผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวและผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต ที่เหมาะกับแต่ละบุคคลรวมไปถึงสร้างไลน์ออฟฟิเชียลเพื่อให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของทางร้านรวมไปถึงการแจ้งโปรโมชั่นต่างๆของทางร้านผ่านไลน์ทำให้ผู้บริโภคสามารถได้รับข่าวสารอย่างรวดเร็วโดยจะมีแอดมินคอยตอบ

คำถามและให้คำแนะนำแก่ลูกค้านอกจากนี้ลูกค้าสามารถเสนอความคิดเห็นเพื่อให้ทางเราได้นำไปปรับปรุงพัฒนาการสินค้าและบริการให้ตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้าสูงสุด

## **อุปสรรค**

1.สินค้าประเภทผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวและผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต มีเป็นจำนวนมากในตลาดทั้งที่ได้มาตรฐานและไม่ได้มาตรฐาน

2.หลังจากที่รัฐบาลมีการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำทำให้ต้นทุนในการผลิตมากขึ้นทำให้สินค้าทุกอย่างมีราคาแพงประชาชนจึงไม่ค่อยใช้จ่ายฟุ่มเฟือยเศรษฐกิจชะลอตัวทำให้การค้าขายในปัจจุบันเป็นไปอย่างยากลำบากผู้ผลิตต้องคอยหากิจกรรมเพื่อกระตุ้นยอดขายและมองหา BlueOcean ในสภาวะการแข่งขันสูง (Red Ocean) เช่นในปัจจุบันที่ค่าครองชีพสูงขึ้นสวนทางกับรายได้

## **การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจโดยใช้เครื่องมือ Michael Porter's Five Force Model**

1.อำนาจการต่อรองจากผู้บริโภคมีน้อยเนื่องจากสินค้ามีการแสดงราคาอย่างชัดเจนและมีการจัดโปรโมชั่นตามเทศกาลต่างๆเพื่อเป็นการคืนกำไรให้กับผู้บริโภคอยู่แล้ว

2.อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์มีมากเนื่องจากโรงงานที่ทำการผลิตต้องมั่นใจได้ว่าเป็นโรงงานที่ได้รับมาตรฐานการรับรองรวมไปถึงมีห้องทดลองและเครื่องมือที่ทันสมัยโดยในปัจจุบันโรงงานที่ได้มาตรฐานมีอยู่ไม่มากนักรวมไปถึงการพัฒนาสูตรมีความจำเป็นต้องทำร่วมกับโรงงานผลิตเนื่องจากผลิตภัณฑ์ประเภทวิตามินอาหารเสริมไม่สามารถผลิตได้เองเนื่องจากเครื่องจักร

3.การคุกคามของผู้ประกอบการใหม่มีมากเนื่องจากการขายสินค้าออนไลน์เป็นไปได้อย่างแค้มมี Facebook ก็สามารถขายของได้แล้วจึงทำให้สถานการณ์ในปัจจุบันเกิดผู้ค้ารายใหม่เข้ามาแสวงหากำไรจากการขายของออนไลน์กันเป็นจำนวนมากดังนั้นควรสร้างความแตกต่างและพัฒนาสินค้าอยู่เสมอ

4.การแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ค่อนข้างสูงจะเห็นได้จากสินค้าประเภทวิตามินอาหารเสริมไม่ว่าจะวิตามินบำรุงลดน้ำหนักบำรุงผิวพรรณหรือแม้กระทั่งรักษาโรคมะเร็งให้เลือกเป็นจำนวนมากในตลาดยังรวมไปถึงผู้ค้ารายเก่าอย่างสินค้าที่ติดตลาดมาอย่างยาวนานเช่น Black mores Centrum ล้วนเป็นวิตามินที่ผู้บริโภคเลือกซื้อเนื่องจากเป็นสินค้าที่อยู่มานานและมีภาพลักษณ์ที่ดีดังนั้นจึงควรสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ด้านราคาหรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความสะดุดตาทานง่ายที่สำคัญที่สุดคือต้องคุณภาพดีลูกค้าจึงจะเกิดการบอกปากต่อปากและสร้างความจงรักภักดีให้กับตราสินค้า

## วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจ ตัวแทนจำหน่าย ขายปลีกและขายส่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวและผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา

### ประเภทของงานวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อสอบถามข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวกับหัวข้อวิจัย โดยแบบสอบถามได้สร้างจากความหมายและแนวคิดทฤษฎี ส่วนประสมทางการตลาด โดยแบ่งเนื้อหาและ โครงสร้างของแบบสอบถามเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถาม ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเป็นตัวแทนจำหน่าย ขายปลีกและขายส่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว และผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต ของ บริษัท สหโชคพานิชย์ (2018)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจตัวแทนจำหน่าย ขายปลีกและขายส่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว และผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต บริษัท สหโชคพานิชย์ (2018)

### ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกตัวอย่าง คือ กลุ่มตัวอย่างในสื่อสังคมออนไลน์ และผู้ประกอบการและผู้บริโภค จำนวน 200 คน ช่วงระยะเวลาที่ทำการเก็บข้อมูล เริ่มตั้งแต่วันที่ วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2565 ถึง 30 กรกฎาคม พ.ศ. 2565 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 30 วัน

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง : การวิจัยนี้มีประชากรเป้าหมายเป็นตัวแทนจำหน่าย ขายปลีกและขายส่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว และผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต ของ บริษัท สหโชคพานิชย์ (2018) ซึ่งมีประชากรจำนวนมากและไม่ทราบจำนวนของประชากรทั้งหมดที่แน่นอนทำให้งานวิจัยครั้งนี้ต้องกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีกรรมวิธีที่ไม่ทราบจำนวนของประชากรทั้งหมดที่แท้จริง เพื่อประมาณสัดส่วนของจำนวนประชากร ซึ่งจากการคำนวณกำหนดให้มีค่าความแปรปรวนสูงสุด คือ  $p$  เท่ากับร้อยละ 50 และ  $q$  เท่ากับ ร้อยละ 50 รวมถึงค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ คือ ร้อยละ 7 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมได้เท่ากับ 200 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้หลักการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) จะเน้นการบรรยายคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างหรือประชากรที่เก็บรวบรวมข้อมูลมาได้ โดยข้อมูลที่เก็บรวบรวมนี้ จะต้องเป็นไปตามกรอบแนวความคิดของงานวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูลจะต้องสามารถตอบคำถาม หรือประเด็นปัญหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยซึ่งได้แก่

1. ป้ายัยพื้นฐานส่วนบุคคล ใช้สถิติร้อยละ (Percentage)
2. แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7 P's)
3. แบบสอบถามตัวแทนจำหน่าย ขายปลีกและขายส่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว และผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตของ บริษัท สหโชคพานิชย์ (2018) โดยใช้สถิติร้อยละ(Percentage) ใช้ Likert Scale กำหนด 5 ระดับ คือ โดยใช้สถิติร้อยละ(Percentage) ใช้ Likert Scale

## เครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล (Tools for data collection)

ใช้แบบสอบถาม เพื่อศึกษาตัวแทนจำหน่าย ขายปลีกและขายส่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว และผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต ของ บริษัท สหโชคพานิชย์ (2018) โดยแบ่งเป็น 2 ตอนดังนี้

**ตอนที่ 1** ศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเป็นตัวแทนจำหน่าย ขายปลีกและขายส่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว และผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต ของ บริษัท สหโชคพานิชย์ (2018)

**ตอนที่ 2** ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจตัวแทนจำหน่าย ขายปลีกและขายส่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว และผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต บริษัท สหโชคพานิชย์ (2018)

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือ คือ แบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวางแผนและปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. นำแบบสอบถาม ที่สมบูรณ์แล้ว ซึ่งผ่านความเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ไปใช้ตัวแทนจำหน่าย ขายปลีกและขายส่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว และผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต ของ บริษัท สหโชคพานิชย์ (2018)

2. ดำเนินการแจกแบบสอบถามโดยขอความร่วมมือ จากกลุ่มตัวอย่างประชากรที่สุ่มเลือกมาจำนวน 200 คน

3. เก็บรวบรวมแบบสอบถาม แล้วตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อความที่กลุ่มตัวอย่างได้กรอรายละเอียดลงในแบบสอบถาม

4. นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วย สรุปผลเป็นค่าเฉลี่ย และอัตรา ร้อยละ ใช้การพรรณนาเพื่ออธิบายข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ



## ผลการวิจัย

### ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ชาย ร้อยละ 44.1 เพศหญิง ร้อยละ 55.9
2. อายุ พบว่าอยู่ระหว่าง 31-35 ปี
3. ระดับการศึกษาสูงสุด อยู่ที่การศึกษาระดับปริญญาตรี
4. อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน
5. รายได้พบว่ามีอยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท

### ส่วนที่ 2 แบบสอบถาม ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเป็นตัวแทนจำหน่าย ขายปลีกและขายส่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว และผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต ของ บริษัท สหโชคพานิชย์ (2018)

#### 1. ความสะดวกในการติดต่อบริษัท

- การติดต่อบริษัทได้โดยตรงผ่านพนักงานขายของบริษัท
- การติดต่อบริษัทผ่านระบบแอปพลิเคชันของทางบริษัทที่สร้างไว้ในการบริหารงาน
- การติดต่อบริษัทโดยติดต่อผ่านทาง Call Center ของบริษัท

#### 2. การฝึกอบรมและให้คำแนะนำกับตัวแทนจำหน่าย

- บริษัทฝึกอบรมกลยุทธ์ด้านการเป็นตัวแทนจำหน่าย
- บริษัททำหลักสูตรการทำการตลาดออนไลน์เพื่อให้ประสบความสำเร็จ
- บริษัททำหลักสูตรการถ่ายรูปและการประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้า
- บริษัททำหลักสูตรการทำบัญชีในการบริหารจัดการร้านค้าที่ถูกต้อง

#### 3. การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการประกอบธุรกิจตัวแทนจำหน่าย

- บริษัทควรนัดตัวแทนจำหน่ายมาพบปะพูดคุยกับตัวแทนท่านอื่นๆเพื่อสร้างความสัมพันธ์และแลกเปลี่ยนความรู้ในการบริหารงาน
- บริษัทควรทำแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อความสำเร็จในอาชีพตัวแทนจำหน่าย

#### 4. ความสุภาพเรียบร้อยของพนักงานขายที่นำเสนอสินค้าให้กับตัวแทนจำหน่าย

- พนักงานขายของทางบริษัทควรชี้แจงรายละเอียดให้กับผู้ที่สนใจอยากเป็นตัวแทนให้ชัดเจน
- ทางบริษัทควรแจ้งรายละเอียดและผลตอบแทนที่ได้รับจากการเป็นตัวแทนอย่างถูกต้องและชัดเจน
- ทางบริษัทต้องจัดทำสัญญาการเป็นตัวแทนเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อความเข้าใจตรงกันระหว่างบริษัทกับตัวแทนจำหน่ายสินค้า

#### 5.ระบบการชำระเงินที่ดีตรวจสอบได้ทั้งออนไลน์และออฟไลน์

- บริษัทควรสร้างระบบออนไลน์ทางการเงินเพื่อให้ตัวแทนและทางบริษัทตรวจสอบสถานะการเงินได้
- บริษัทมีระบบการบริหารจัดการคลังสินค้าที่เป็นระบบเมื่อสินค้าหมด ตัวแทนสามารถแจ้งผ่านระบบออนไลน์ได้ทันที

**ส่วนที่ 3** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจตัวแทนจำหน่าย ขายปลีกและขายส่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว และผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต บริษัท สหโชคพานิชย์ (2018)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจตัวแทนจำหน่าย ขายปลีกและขายส่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว และผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต

ด้านผลิตภัณฑ์ ระดับปานกลาง คือ สินค้าตรงตามผู้บริโภคต้องการ ที่ร้อยละ 68.5 รองลงมา สินค้าตรงตามผู้บริโภคต้องการ ที่ร้อยละ 68.0 และมีสินค้าให้ขายหลากหลายรสชาติ ที่ร้อยละ 64.5 ตามลำดับ

ด้านราคา อยู่ในระดับ ปานกลาง คือ สินค้าแต่ละชนิดมีราคาถูกและเหมาะสม ที่ร้อยละ 69.5 รองลงมาคือ มีสินค้าราคาพิเศษในแต่ละช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมกระตุ้นการขาย และ สินค้ามีให้เลือกหลายราคาหลายระดับ ที่ร้อยละ 69.0 เท่ากัน ตามลำดับ

ด้านปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง คือ ทางบริษัทมีการอบรมหรือแนะนำกระบวนการจัดเก็บสินค้าให้ถูกต้องไม่เน่าเสียก่อนกำหนด ที่ร้อยละ 66.0 รองลงมาคือ ทางบริษัทควรมีการอบรมตัวแทนและให้ความรู้ในการขายและการจัดวางสินค้าภายในร้านค้าที่จัดจำหน่าย ที่ร้อยละ 65.5 และทางบริษัทควรมีโปรแกรมในการคำนวณต้นทุนและกำไรให้กับตัวแทนขาย ที่ร้อยละ 64.0 ตามลำดับ

ด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ระดับความสำคัญอยู่ในระดับกลาง คือ มีการจูงใจโดยการแนะนำของตัวแทนขาย หรือ พนักงานขายที่น่าเชื่อถือ ที่ร้อยละ 68.5 รองลงมา คือ มีการส่งเสริมการขายโดยการทำการตลาดออนไลน์ทุกช่องทางเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้ามากขึ้นและทางบริษัทควรทำการส่งเสริมการขายโดยการแจกสินค้าตัวอย่างฟรีอย่างสม่ำเสมอ ที่ร้อยละ 68.0 เท่ากัน สุดท้ายคือ ทางบริษัทมีการส่งเสริมการขายโดยการลดราคาพิเศษอย่างสม่ำเสมอโดยมีระบบสมาชิกและการสะสมยอด ที่ร้อยละ 67.5 ตามลำดับ

ด้านปัจจัยด้านบุคลากร (พนักงานขาย) ที่ระดับความสำคัญอยู่ในระดับกลาง คือ พนักงานมีทักษะและประสิทธิภาพในการทำงาน สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ ที่ร้อยละ 63.0 รองลงมา คือ การฝึกอบรมกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับตัวแทนจำหน่ายสินค้าของทางบริษัท ที่ร้อยละ 62.0 และมีการฝึกอบรมพนักงานขายสินค้าให้กับตัวแทนอยู่สม่ำเสมอ ที่ร้อยละ 61.5 ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ระดับความสำคัญอยู่ในระดับกลาง คือ บริษัทมีระบบการให้คำปรึกษาให้กับตัวแทนตลอดโดยไม่ทิ้งให้ตัวแทนเจอปัญหาเพียงลำพัง ที่ร้อยละ 67.5 รองลงมาคือ มีสถานที่ในการฝึกอบรมให้กับพนักงานและตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่เหมาะสม ที่ร้อยละ 66.0 และบริษัทมีระบบการบริหารงานในการรับสมัครตัวแทนอย่างเป็นระบบที่ร้อยละ 65.5 ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการที่ระดับความสำคัญอยู่ในระดับกลาง คือ ทางบริษัทควรมีระบบการบริหารจัดการตัวแทนจำหน่ายที่ตัวแทนสามารถดูออนไลน์ได้ ที่ร้อยละ 68.0 รองลงมา คือ ทางบริษัทมีความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การชำระเงินที่รวดเร็ว สามารถตรวจสอบได้ 24 ชั่วโมง และ ทางบริษัทควรมีระบบการบริหารจัดการตัวแทนจำหน่ายที่ตัวแทนสามารถดูออนไลน์ได้ ที่ร้อยละ 67.5 เท่ากันตามลำดับ

## สรุปและวิจารณ์ผล

สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจตัวแทนจำหน่าย ขายปลีกและขายส่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว และผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต
<b>1.ด้านผลิตภัณฑ์</b>
มีสินค้าให้ขายหลากหลายรสชาติ
สินค้าตรงตามผู้บริโภคต้องการ
ตราสินค้าและยี่ห้อสินค้ามีคุณภาพและผ่านการรับรองมาตรฐาน
<b>2.ด้านราคา</b>
สินค้าแต่ละชนิดมีราคาถูกและเหมาะสม
สินค้ามีให้เลือกหลายราคาหลายระดับ
มีสินค้าราคาพิเศษในแต่ละช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมกระตุ้นการขาย
<b>3.ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>
ทางบริษัทจะต้องจัดส่งสินค้าที่รวดเร็วตามรอบการสั่งซื้อที่กำหนด
ทางบริษัทควรมีการอบรมตัวแทนและให้ความรู้ในการขายและการจัดวางสินค้าภายในร้านค้าที่จัดจำหน่าย
ทางบริษัทมีการอบรมหรือแนะนำกระบวนการจัดเก็บสินค้าให้ถูกต้องไม่เน่าเสียก่อนกำหนด
ทางบริษัทควรมีโปรแกรมในการคำนวณต้นทุนและกำไรให้กับตัวแทนขาย
<b>4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด</b>
ทางบริษัทควรทำการส่งเสริมการขายโดยการแจกสินค้าตัวอย่างฟรีอย่างสม่ำเสมอ
มีการส่งเสริมการขาย โดยการลดราคาพิเศษอย่างสม่ำเสมอ โดยมีระบบสมาชิกและการสะสมยอด
มีการส่งเสริมการขาย โดยการทำการตลาดออนไลน์ทุกช่องทางเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้ามากขึ้น
มีการจูงใจ โดยการแนะนำของตัวแทนขาย หรือ พนักงานขายที่น่าเชื่อถือ
<b>5.ด้านบุคลากร (พนักงานขาย)</b>
การฝึกอบรมพนักงานขายสินค้าให้กับตัวแทนอยู่สม่ำเสมอ
การฝึกอบรมกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับตัวแทนจำหน่ายสินค้าของทางบริษัท

พนักงานมีทักษะและประสิทธิภาพในการทำงาน สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ
บริษัทมีระบบการบริหารงานในการรับสมัครตัวแทนอย่างเป็นระบบ
มีสถานที่ในการฝึกอบรมให้กับพนักงานและตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่เหมาะสม
บริษัทมีระบบการให้คำปรึกษาให้กับตัวแทนตลอดโดยไม่ทิ้งให้ตัวแทนเจอปัญหาเพียงลำพัง
<b>7. ด้านกระบวนการให้บริการ</b>
ทางบริษัทควรมีระบบการบริหารจัดการตัวแทนจำหน่ายที่ตัวแทนสามารถดูออนไลน์ได้
ทางบริษัทมีความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การชำระเงินที่รวดเร็ว สามารถตรวจสอบได้ 24 ชั่วโมง
การสร้างระบบแอปพลิเคชัน ในการจัดการสินค้าของบริษัทในการบริการตัวแทน

## การอภิปรายผล

จากการทำการเก็บข้อมูลวิจัยตัวแทนจำหน่าย ขายปลีกและขายส่งผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวและผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตในเขตทะเลเชิงเทรา ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อสรุปว่า ระบบตัวแทนจำหน่าย เป็น กลยุทธ์สำคัญในการขยายธุรกิจยิ่งเรามีตัวแทนจำหน่ายเยอะ ยิ่งเพิ่มยอดขาย ยิ่งมีฐานลูกค้ากว้างขึ้นแถมยังช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้เร็วขึ้น แต่สิ่งสำคัญคือการดูแลตัวแทนจำหน่ายของคุณให้อยู่กับธุรกิจของคุณไปนานๆ ว่าแต่ละจะต้องทำอะไรดี ผู้วิจัยจึงขอสรุปดังต่อไปนี้

**1.ดูแลตัวแทนจำหน่ายด้วยความจริงใจ** สิ่งสำคัญในการทำให้ตัวแทนจำหน่ายของคุณอยู่กับแบรนด์ไปนานๆ นั่นคือความจริงใจที่แบรนด์มอบให้กับตัวแทนจำหน่าย ไม่ว่าจะเป็นการบอกข้อมูลแบบตรงๆ ไม่หมกเม็ดเรื่องยอดขาย มีการตั้งราคาที่เหมาะสม แบ่งเปอร์เซ็นต์แบบชัดเจน ไม่เอาเปรียบตัวแทนจำหน่าย ความจริงใจจะช่วยให้แบรนด์ของคุณกลายเป็นที่รักของตัวแทนได้ไม่ยาก และเมื่อไหร่ที่พวกเขารู้สึกดีกับคุณแล้ว เมื่อนั้นพวกเขาก็พร้อมที่จะทุ่มเต็มที่ให้แก่การขายสินค้าของแบรนด์

**2.ต้องทำให้พวกเขามีกำไร** หัวใจสำคัญของการสมัครเข้ามาเป็นตัวแทนจำหน่ายในธุรกิจนั้นคือเรื่องของการมีกำไรอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าสินค้าจะดีแค่ไหน ธุรกิจจะจริงใจแค่ไหน แต่ถ้าสินค้าปล่อยไม่ได้ขายไม่ออก ขายไปแล้วขาดทุน ไม่มีกำไร ก็จะส่งผลให้พวกเขาจากคุณไปอย่างแน่นอน ฉะนั้น คุณจะต้องมีการบริหารตัวแทนจำหน่ายให้พวกเขามีกำไรและรายได้ที่เหมาะสม หรือจัดโปรโมชั่นสำหรับตัวแทนจำหน่าย ยิ่งขายเยอะ ยิ่งได้ส่วนแบ่งเยอะ เป็นต้น

ปัญหาหลักของการมีตัวแทนจำหน่ายคือการบริหารตัวแทนให้พวกเขาอยู่กับธุรกิจคุณไปนานๆ ทำให้พวกเขาขายได้อย่างสม่ำเสมอและมีกำไรอย่างต่อเนื่อง โดยพีเจอร์ของ Fillgoods จะช่วยให้คุณบริหารตัวแทนได้ดียิ่งขึ้น คุณภาพรวมได้เลยว่าตัวแทนคนไหนมีออเดอร์เท่าไร ขายได้เท่าไร มีกำไรเท่าไร เพื่อที่จะได้ช่วยคุณวางแผนและพัฒนาตัวแทนให้มีประสิทธิภาพและขายดีกว่าเดิม

**3.มีแรงจูงใจให้พวกเขา** ในการบริหารตัวแทนจำหน่ายก็ไม่แตกต่างจากการดูแลลูกค้าหรือพนักงานของคุณ บางทีก็ต้องมีแรงจูงใจอะไรบางอย่างเพื่อให้เขารู้สึกว่าการทำงานกับคุณแล้วเขามีแรงกระตุ้น มีความท้าทาย คล้ายได้เล่นเกม ไม่ว่าจะเป็นการพาท่องเที่ยวสิ้นปีสำหรับตัวแทนจำหน่ายที่ทำยอดขายได้ทะลุเป้า หรือใช้วิธีการแบ่งขั้นให้ตัวแทนจำหน่าย เช่น ขายได้ 1,000 ชิ้น/เดือน เป็น Silver Member ขายได้ 2,000 ชิ้น เป็น Gold Member เป็นต้น

**4.โปรโมทให้พวกเขา** นอกจากการที่ตัวแทนจำหน่ายของคุณจะต้องโปรโมทสินค้าและทำการขายอย่างต่อเนื่องแล้ว ในฐานะที่เป็นแบรนด์แม่ก็จำเป็นต้องมีการโปรโมทอย่างต่อเนื่องด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นการโปรโมทสินค้าใหม่ๆ โปรโมทว่ามีตัวแทนจำหน่ายในพื้นที่ไหนบ้างหรือสามารถซื้อได้ที่ไหน ซื้อกับใครและอย่าลืมการทำโปรโมชันเพื่อส่งเสริมยอดขายด้วย

**5.ไม่รับตัวแทนจำหน่ายเยอะจนดูแลไม่ได้** แน่แน่นอนว่าการมีตัวแทนจำหน่ายเยอะ ยิ่งทำให้ธุรกิจโตเร็ว แต่ถ้าคุณอยากบริหารธุรกิจให้โตอย่างยั่งยืน อย่าเปิดรับตัวแทนจำหน่ายที่เยอะเกินกว่ากำลัง คุณควรที่จะเปิดรับในจำนวนที่เหมาะสม สามารถดูแลตัวแทนจำหน่ายได้อย่างทั่วถึง ที่สำคัญต้องไม่รับตัวแทนจำหน่ายมาเพื่อแข่งขันกันเอง อย่างเช่น มีการทับซ้อนกันในแต่ละพื้นที่หรือมีการตัดราคากันเอง คุณต้องควบคุมปัญหาเหล่านี้ให้ได้

### ข้อเสนอแนะ

การใช้ระบบตัวแทนขายสินค้าออนไลน์เพื่อความสำเร็จของธุรกิจตัวแทนในอนาคต สำหรับร้านค้าหรือ บริษัทที่ขายสินค้าหลากหลายช่องทาง รวมถึงมีลูกค้าหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าปลีก ลูกค้าส่ง หรือลูกค้าประเภทตัวแทนจำหน่าย ก็คงจะเคยประสบปัญหาเรื่องการบริหารงานที่มีความยุ่งยาก โดยเฉพาะลูกค้าประเภทตัวแทนจำหน่าย เนื่องจากลูกค้าตัวแทนจำหน่ายแต่ละระดับก็จะมีส่วนลดที่ต่างกันไป อีกทั้งคุณยังต้องคอยอัปเดตสต็อกสินค้า คำนวณค่าคอมมิชชั่นให้ตัวแทนจำหน่ายแต่ละคน และต้องคอยตอบคำถามของตัวแทนอยู่เรื่อย ๆ ด้วยปัญหาเหล่านี้ ทางผู้บริหาร จึงได้ออกแบบระบบตัวแทนขายสินค้าออนไลน์ ที่ตอบโจทย์ต่อลูกค้าตัวแทนจำหน่ายโดยเฉพาะ ให้ตัวแทนทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งคุณเองก็จะมีเวลาเพิ่ม สามารถดูแลธุรกิจส่วนอื่น ๆ ให้เติบโตอย่างรวดเร็วได้ โดยระบบตัวแทนขายของ ผ่านระบบออนไลน์ทั้งหมด เป็นระบบการจัดการสำเร็จรูปที่ทุกองค์กรควรนำมาใช้ โดยจะมีฟีเจอร์ดังต่อไปนี้

**1.ตัวแทนสามารถเช็คสต็อก และออเดอร์สินค้าได้เอง** ระบบตัวแทนจำหน่ายจะถูกออกแบบมาให้ตัวแทนจำหน่ายสามารถเช็คจำนวนสต็อกสินค้า และราคาได้เอง อีกทั้งยังสามารถออเดอร์สินค้าได้โดยตรงผ่านระบบลิงก์ที่เราก่อสร้างขึ้นมา จึงช่วยแก้ปัญหาเรื่องตัวแทนจำหน่ายสั่งซื้อสินค้าทับซ้อนกันได้อย่างดี อีกทั้งยังช่วยให้ลูกค้าออเดอร์สินค้า และดำเนินธุรกิจได้แบบไม่ติดขัด เพราะไม่ต้องคอยถามข้อมูล หรือรอข้อมูลจากร้านค้านั่นเอง

**2.รองรับระบบตัวแทนแบบแบ่งระดับ** เนื่องจากตัวแทนจำหน่ายแต่ละระดับก็จะได้รับส่วนลด หรือ เปรอร์เซ็นต์ที่แตกต่างกันไป ซึ่งระบบตัวแทนถูกออกแบบมาให้คุณสามารถตั้งค่าตามระดับของตัวแทนจำหน่ายได้ เช่น ตัวแทนแบบ VIP ก็อาจได้ส่วนลดมากกว่าตัวแทนแบบปกติ หรือหากคุณต้องการระบุราคาเฉพาะสำหรับตัวแทนขายแต่ละประเภทก็สามารถทำได้เช่นกัน

**3.คำนวณค่าคอมมิชชั่นอัตโนมัติ** การบริหารงานง่ายขึ้นกว่าเดิมด้วยระบบตัวแทนขายสินค้าออนไลน์ที่สรุปยอดขาย และคำนวณค่าคอมมิชชั่นให้ตัวแทนจำหน่ายได้แบบอัตโนมัติ ช่วยให้คุณ และตัวแทนทำงานได้อย่างราบรื่น และง่ายขึ้น ซึ่งเมื่อตัวแทนทำงานได้ง่ายขึ้น ก็จะทำให้ตัวแทนอยากขายสินค้ามากขึ้น จึงเป็นการสร้างการเติบโตให้กับธุรกิจของคุณได้เป็นอย่างดี

**4.ตัวแทนสามารถเช็คยอดขายได้เอง** ระบบของตัวแทนขายไม่เพียงแต่จะดูแลร้านค้าของคุณเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เสมือนเป็นผู้ช่วยของคุณที่จะคอยดูแลตัวแทนจำหน่ายด้วยเช่นกัน โดยตัวแทนจำหน่ายจะสามารถเช็คยอดขาย และออเดอร์รวมของตัวเองได้โดยตรงผ่านระบบ ช่วยให้ตัวแทนสามารถนำข้อมูลไปวางแผนการขายของร้านตนเองได้อย่างแม่นยำ อีกทั้งคุณเองก็ไม่จำเป็นต้องคอยตอบคำถามของตัวแทนอีกด้วย

**5.การจัดการออเดอร์ (Order Management)** การบริหารธุรกิจ และร้านค้าออนไลน์ของคุณให้ดำเนินไปอย่างราบรื่นด้วยตัวช่วยจากระบบจัดการออเดอร์แบบออนไลน์ ที่จะช่วยให้คุณจัดการออเดอร์ทุกคำสั่งซื้อออนไลน์ได้อย่างครบถ้วน ตั้งแต่ต้นจนจบ และสามารถส่งมอบสินค้าให้ถึงมือลูกค้าได้อย่างถูกต้องสมบูรณ์แบบ เพื่อให้การบริหารธุรกิจออนไลน์เป็นไปอย่างสะดวกราบรื่น และด้วยระบบจัดการคำสั่งซื้อ (Order Management System: OMS) หรือซอฟต์แวร์จัดการคำสั่งซื้อที่ครบวงจร จะช่วยบริหารจัดการเกี่ยวกับการขาย และรายการสั่งซื้อสินค้าให้ร้านค้าของคุณอย่างมีประสิทธิภาพในทุกขั้นตอน ช่วยให้您可以ติดตามรายการสั่งซื้อต่าง ๆ รวมถึงการจัดการคำสั่งซื้อได้ตั้งแต่ต้นจนจบภายในระบบเดียว

**6.ระบบจัดการออเดอร์ออนไลน์ใช้งานสะดวก** ธุรกิจออนไลน์จำเป็นต้องมีตัวช่วยที่เป็นเครื่องมือเพื่อช่วยทำให้การจัดการออเดอร์ออนไลน์เป็นไปอย่างสะดวกสบายสำหรับคนทำธุรกิจ E-commerce ซึ่งจะเป็นการลดขั้นตอนความยุ่งยาก ป้องกันข้อผิดพลาดจากออเดอร์ตกหล่น รวมถึงสามารถติดตามสถานะของสินค้าได้ตั้งแต่ต้นจนถึงมือลูกค้ารับออเดอร์สินค้าได้จากหลายช่องทาง

รับออเดอร์ออนไลน์ และรวมออเดอร์จาก Social Commerce อย่าง Facebook และ LINE ตอบลูกค้าจาก Facebook Fanpage ได้โดยตรงบนระบบรับออเดอร์ พร้อมเปิดบิลสร้างรายการขายได้เลยทันทีแบบไม่ต้องสลับหน้าจอ จัดการออเดอร์ออนไลน์จาก Lazada Shopee และ JD Central ซึ่งผู้ขายสามารถกด Ready to ship ด้วยระบบจัดการคำสั่งซื้อผ่านระบบตัวแทนได้เลย ไม่ต้องสลับจอ

รวมออเดอร์จากเว็บไซต์ของคุณ ไม่ว่าจะเป็น KeshopWeb, Shopify, Magento WooCommerce และอื่น ๆ

## เอกสารอ้างอิง

- ชานูวัฒน์ คาวินโน. (2550). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อโยเกิร์ตของ นักศึกษา  
ระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย สาขาวิชา  
การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชุติมา เฟิงปรีชา. (2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคโยเกิร์ต ยี่ห้อเมจิในเขต  
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัย สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทร  
วิโรฒ.
- ณัฐกานต์ พินิจเวชการ. (2550). การรับรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมการซื้อนมพร้อมมันเนย์ยี่ห้อโฟร์ โมสต์ของ  
ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัย สาขาวิชาการตลาด  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธีรพัฒน์ แสงนวกิจ. (2549). ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ การโฆษณาและการส่งเสริมการขายที่มีต่อ พฤติกรรมการ  
ซื้อน้ำชาเขียวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา บริหารธุรกิจมหาวิทยาลัย  
สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- รุ่งทิวา สลากัน. (2550). การส่งเสริมการขายที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในบีกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ของ  
ผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัย สาขาวิชาการตลาด  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อรรถสิทธิ์ หลวงบำรุง. (2550). ทักษะคิด ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการเลือกกลิ่นรสของตรา สินค้าดัช  
มิลล์ และตราสินค้าซีพีเมจิในผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัย สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บริษัท เอซีเนลเส็น (ประเทศไทย) จำกัด. (2551). ผลการวิจัยตลาดโยเกิร์ต. (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ :  
บริษัท เอซีเนลเส็น (ประเทศไทย) จำกัด.
- กมล ชัยรัตน์. (ม.ป.ป.). การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ แมคกรอ-ฮิล.
- ดารา ทีปะปาล. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ปริญญา ลักขิตานนท์. (2544). ทักษะคิดและพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทาง การศึกษาและ  
จิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิบูล ทีปะปาล. (2545). การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์ กราฟฟิค.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคนอื่นๆ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ชรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2546). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์วิสิทธิ์วัฒนา.
- ศุภร เสรีรัตน์. (2544). พฤติกรรมผู้บริโภค(พิมพ์ครั้งที่3). กรุงเทพฯ : เอ อาร์ บีวิเนต เพรส.
- สุวิมล แม้นจริง. (2543). การส่งเสริมการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยุคเข่น.