

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ ข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ และการเลือกผู้จำหน่าย ในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและ ข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 77.0 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 93.0 ตำแหน่งปัจจุบันเป็นเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 47.0 มีประเภทกิจการเป็น สถาบันการศึกษาของรัฐบาล คิดเป็นร้อยละ 54.0

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานเอกชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 77.0 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 77.0 ตำแหน่งปัจจุบันเป็นเจ้าของกิจการ/หัวหน้าสูงสุดในหน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ 39.0 มีประเภทกิจการเป็น บริษัทเอกชน/ค้าส่ง/ค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 67.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์

กลุ่มหน่วยงานราชการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อสินค้าขององค์กรนานๆครั้ง (กำหนดไม่ได้) คิดเป็นร้อยละ 35.0 มีงบประมาณในการซื้อสินค้ามากกว่า 30,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.0 มีบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์คืออาจารย์/ผู้บริหารที่มีอำนาจสูงสุดในการตัดสินใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.0 มีงบประมาณการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ที่ต้องได้รับการอนุมัติโดยผู้มีอำนาจการตัดสินใจซื้อสินค้ามากที่สุดระหว่าง 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.0

ส่วนใหญ่มีการซื้อเคมีภัณฑ์เมื่อสินค้าใกล้หมด คิดเป็นร้อยละ 85.0 โดยทราบแหล่งข้อมูลการซื้อสินค้าและผู้จำหน่ายสินค้าเคมีภัณฑ์จากพนักงานขายตรงของบริษัทผู้ขาย

คิดเป็นร้อยละ 88.0 ซึ่งส่วนใหญ่ทราบข้อมูลการซื้อสินค้าและผู้จำหน่ายสินค้าเคมีภัณฑ์จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์ อีเมล อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 70.0

ส่วนใหญ่ซื้อสารเคมีจากผู้จำหน่ายเป็นประจำมากกว่า 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 45.0 ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์จากผู้จำหน่ายที่มีที่ตั้งในจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 98.0 และซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์โดยทางโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 93.0

กลุ่มหน่วยงานเอกชน

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานเอกชนส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อสินค้าขององค์กรเดือนละ 4 ครั้งหรือมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 29.0 มีงบประมาณในการซื้อสินค้ามากกว่า 30,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.0 มีบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์คือเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 47.0 มีงบประมาณการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ที่ต้องได้รับการอนุมัติโดยผู้มีอำนาจการตัดสินใจซื้อมากที่สุดระหว่าง 10,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.0

ส่วนใหญ่มีการซื้อเคมีภัณฑ์เมื่อสินค้าใกล้หมด คิดเป็นร้อยละ 95.0 โดยทราบแหล่งข้อมูลการซื้อสินค้าและผู้จำหน่ายสินค้าเคมีภัณฑ์จากพนักงานขายตรงของบริษัทผู้ขาย คิดเป็นร้อยละ 73.0 ซึ่งส่วนใหญ่ทราบข้อมูลการซื้อสินค้าและผู้จำหน่ายสินค้าเคมีภัณฑ์จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์ อีเมล อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 69.0

ส่วนใหญ่ซื้อสารเคมีจากผู้จำหน่ายเป็นประจำมากกว่า 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 50.0 ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์จากผู้จำหน่ายที่มีที่ตั้งในจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 91.0 และซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์โดยทางโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 83.0

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และการเลือกผู้จำหน่าย

ตารางที่ 36 สรุปผลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และเลือกผู้จำหน่ายเคมีภัณฑ์ ในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อ หน่วยงานราชการ ในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อ หน่วยงานเอกชน ในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์
การใช้ช่องทางขายตรง (ค่าเฉลี่ยรวม 4.04)	<ul style="list-style-type: none"> - มีความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ หรือ อีเมลล์ (ค่าเฉลี่ย 4.57) - พนักงานขายตรงมีความรู้ความเข้าใจสามารถอธิบายคุณสมบัติของสินค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.34) - พนักงานขายตรงมีแคตตาล็อกสินค้าพร้อมนำเสนอได้ทันที เมื่อลูกค้าต้องการรายละเอียดสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.25) - พนักงานขายตรงส่งข่าวสารใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.17) * - การมีพนักงานขายตรงจำนวนเพียงพอในการดูแลลูกค้า(ค่าเฉลี่ย 4.12) * - พนักงานขายนำเสนอสินค้าให้ตามกระบวนการซื้อ(ค่าเฉลี่ย 3.99) - พนักงานขายมีการจัดอบรมและสัมมนาโดยเชิญลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (ค่าเฉลี่ย 3.36) 	<ul style="list-style-type: none"> - มีความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ หรือ อีเมลล์ (ค่าเฉลี่ย 4.45) - พนักงานขายตรงมีความรู้ความเข้าใจสามารถอธิบายคุณสมบัติของสินค้าได้(ค่าเฉลี่ย 4.21) -พนักงานขายตรงมีแคตตาล็อกสินค้าพร้อมนำเสนอได้ทันทีเมื่อลูกค้าต้องการรายละเอียดสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.15) -พนักงานขายตรงส่งข่าวสารใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า(ค่าเฉลี่ย 3.90) * -พนักงานขายนำเสนอสินค้าให้ตามกระบวนการซื้อ(ค่าเฉลี่ย 3.89) -การมีพนักงานขายตรงจำนวนเพียงพอในการดูแลลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.78) * -พนักงานขายมีการจัดอบรมและสัมมนาโดยเชิญลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (ค่าเฉลี่ย 3.37)

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 36 (ต่อ) สรุปผลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ และเลือกผู้จำหน่ายเคมีภัณฑ์ ในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อ หน่วยงานราชการ ในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อ หน่วยงานเอกชน ในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์
การใช้ช่องทางการตลาดโดยตรง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.76)	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.39) - สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอีเมล (ค่าเฉลี่ย 4.03) * - สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.41) -สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางแคตตาล็อก(ค่าเฉลี่ย 3.35) 	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.22) - สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอีเมล (ค่าเฉลี่ย 3.71) * -สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านแคตตาล็อก (ค่าเฉลี่ย 3.55) -สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.46)
การใช้ช่องทางการตลาดหลายระดับ (ค่าเฉลี่ยรวม 3.88)	<ul style="list-style-type: none"> - การมีตัวแทนจำหน่ายในแต่ละเขตพื้นที่/อำเภอ (ค่าเฉลี่ย 4.24) * - การจัดให้มีตัวแทนกระจายสินค้าเพื่อจัดส่งสินค้าให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.17) - การให้ลูกค้าสามารถเลือกบริษัทขนส่งที่ต้องการได้ (ค่าเฉลี่ย 3.70) -การจัดให้มีสถาบันการเงินให้บริการเมื่อต้องการขอเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.52) 	<ul style="list-style-type: none"> -การจัดให้มีตัวแทนกระจายสินค้าเพื่อจัดส่งสินค้าให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.04) -การมีตัวแทนจำหน่ายในแต่ละเขตพื้นที่/อำเภอ (ค่าเฉลี่ย 3.90) * -การให้ลูกค้าสามารถเลือกบริษัทขนส่งที่ต้องการได้ (ค่าเฉลี่ย 3.87) -การจัดให้มีสถาบันการเงินให้บริการเมื่อต้องการขอเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.62)
ความหนาแน่นของคนกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.62)	<ul style="list-style-type: none"> -มีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น หน่วยงานของรัฐบาล สถาบันการศึกษา โรงงานอุตสาหกรรม บริษัทเอกชน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.84) - มีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายระดับค้าส่งในแต่ละอำเภอ (ค่าเฉลี่ย 3.58) 	<ul style="list-style-type: none"> -มีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น หน่วยงานของรัฐบาล สถาบันการศึกษา โรงงานอุตสาหกรรม บริษัทเอกชน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.55) - มีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายระดับค้าส่งในแต่ละอำเภอ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 36 (ต่อ) สรุปผลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ และเลือกผู้จำหน่ายเคมีภัณฑ์ ในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อ หน่วยงานราชการ ในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อ หน่วยงานเอกชน ในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์
การแบ่งกลุ่มลูกค้า/ การวางตำแหน่ง/ การเลือกกลุ่มเป้าหมาย และการให้บริการที่ สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย (ค่าเฉลี่ยรวม 4.21)	-การจัดให้มีบริการที่หลากหลายตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น ต้องการให้จัดซื้อสินค้าเพิ่มเติมที่นอกเหนือจากร้านค้ามีจำหน่าย มีบริการขายสินค้าในปริมาณน้อยหรือมากตามความต้องการของลูกค้า การบริการจัดส่งถึงที่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.21) -การให้ความสะดวกในเรื่องสถานที่จัดจำหน่ายและเวลา (เปิดจำหน่ายทุกวัน) (ค่าเฉลี่ย 4.19)	-การจัดให้มีบริการที่หลากหลายตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น ต้องการให้จัดซื้อสินค้าเพิ่มเติมที่นอกเหนือจากร้านค้ามีจำหน่าย มีบริการขายสินค้าในปริมาณน้อยหรือมากตามความต้องการของลูกค้า การบริการจัดส่งถึงที่ เป็นต้น(ค่าเฉลี่ย 4.29) -การให้ความสะดวกในเรื่องสถานที่จัดจำหน่ายและเวลา (เปิดจำหน่ายทุกวัน) (ค่าเฉลี่ย 4.17)
ศูนย์กลางการซื้อ (ค่าเฉลี่ยรวม 4.04)	-มีการจัดส่งรายละเอียดและตัวอย่างสินค้าพร้อมกับการให้ข้อมูลทางเลือกต่างๆ ในการซื้อและเงื่อนไขการซื้อแก่ผู้ที่มีหน้าที่หาข้อมูลหรือฝ่ายจัดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.18) -ตัวแทนจำหน่ายมีความสัมพันธ์อันดีและสนิทสนมกับพนักงานต้อนรับและเจ้าหน้าที่จัดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.18) * -ตัวแทนจำหน่ายได้สาธิตและอธิบายคุณสมบัติของสินค้าให้แก่ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.13) -ตัวแทนจำหน่ายเข้าพบผู้ใช้หรือพนักงานที่ใช้สินค้าเพื่อนำเสนอสินค้าใหม่เป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 4.06) *	-มีการจัดส่งรายละเอียดและตัวอย่างสินค้าพร้อมกับการให้ข้อมูลทางเลือกต่างๆ ในการซื้อและเงื่อนไขการซื้อแก่ผู้ที่มีหน้าที่หาข้อมูลหรือฝ่ายจัดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.14) -ตัวแทนจำหน่ายได้สาธิตและอธิบายคุณสมบัติของสินค้าให้แก่ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.99) -ตัวแทนจำหน่ายมีความสัมพันธ์อันดีและสนิทสนมกับพนักงานต้อนรับและเจ้าหน้าที่จัดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.91) * -ตัวแทนจำหน่ายเข้าพบผู้ใช้หรือพนักงานที่ใช้สินค้าเพื่อนำเสนอสินค้าใหม่เป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.78)*

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 36 (ต่อ) สรุปผลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ และเลือกผู้จำหน่ายเคมีภัณฑ์ ในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อ หน่วยงานราชการ ในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อ หน่วยงานเอกชน ในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์
กระบวนการขายสินค้า อุตสาหกรรม (ค่าเฉลี่ยรวม 4.23)	- มีการส่งสินค้าอย่างรวดเร็ว ช่วยลด ต้นทุนการเก็บสินค้าคงคลังของผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.50) - มีการติดตามผลและให้บริการอย่าง ต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.33) - มีเว็บไซต์ให้ลูกค้าได้ค้นหา รายละเอียดสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.33) - มีการสำรวจวิธีการใช้งานและการดูแล รักษาผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.20) - มีบริการชำระด้วยบัตรเครดิต หรือ ระบบเงินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.16)	- มีการส่งสินค้าอย่างรวดเร็ว ช่วยลด ต้นทุนการเก็บสินค้าคงคลังของผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.32) - มีการติดตามผลและให้บริการอย่าง ต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.23) - มีบริการชำระด้วยบัตรเครดิต หรือ ระบบเงินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.13) - มีเว็บไซต์ให้ลูกค้าได้ค้นหา รายละเอียดสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.10) - มีการสำรวจวิธีการใช้งานและการดูแล รักษาผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการสั่งซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการ พบปัญหาในการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.30) ปัญหาที่พบสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ระยะเวลาที่ลูกค้าได้รับสินค้า (ค่าเฉลี่ย = 3.54) รองลงมาคือ ปริมาณสินค้าที่มีพร้อมจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 3.53) และความสะดวกในการสั่งซื้อทางโทรศัพท์/แฟกซ์/อีเมล (ค่าเฉลี่ย = 3.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานเอกชน พบปัญหาในการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.22) ปัญหาที่พบสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ระยะเวลาที่ลูกค้าได้รับสินค้า (ค่าเฉลี่ย = 3.53) รองลงมาคือ ปริมาณสินค้าที่มีพร้อมจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 3.37) และที่จอดรถของสำนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย = 3.25)

ตารางที่ 37 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก

อันดับ	ปัจจัยที่มีผลต่อ หน่วยงานราชการในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ปัจจัยที่มีผลต่อ หน่วยงานเอกชนในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์	\bar{X}	S.D.
1	มีความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์และอีเมล	4.57	0.69	มีความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์และอีเมล	4.45	0.81
2	มีการส่งสินค้าอย่างรวดเร็ว ช่วยลดต้นทุนการเก็บสินค้าคงคลังของผู้ซื้อ	4.50	0.67	มีการส่งสินค้าอย่างรวดเร็ว ช่วยลดต้นทุนการเก็บสินค้าคงคลังของผู้ซื้อ	4.32	0.84
3	สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางโทรศัพท์	4.39	0.78	การจัดให้มีบริการที่หลากหลายตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น ต้องการให้จัดซื้อสินค้าเพิ่มเติมที่นอกเหนือจากที่ร้านค้ามีจำหน่าย มีบริการขายสินค้าในปริมาณน้อยหรือมากตามความต้องการของลูกค้า การบริการจัดส่งถึงที่ เป็นต้น	4.29	0.86
4	พนักงานขายตรงมีความรู้ความเข้าใจสามารถอธิบายคุณสมบัติของสินค้าได้	4.34	0.81	มีการติดตามผลและบริการอย่างต่อเนื่อง	4.23	0.89
5	มีการติดตามผลและบริการอย่างต่อเนื่อง	4.33	0.77	สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางโทรศัพท์	4.22	0.88
6	มีเว็บไซต์ให้ลูกค้าได้ค้นหารายละเอียดสินค้า	4.33	0.83	พนักงานขายตรงมีความรู้ความเข้าใจสามารถอธิบายคุณสมบัติของสินค้าได้	4.21	0.90
7	พนักงานขายตรงมีแคตตาล็อกสินค้าพร้อมนำเสนอได้ทันทีเมื่อลูกค้าต้องการรายละเอียดสินค้า	4.25	0.83	การให้ความสะดวกในเรื่องสถานที่จัดจำหน่ายและเวลา (เปิดจำหน่ายทุกวัน)	4.17	0.83

ตารางที่ 37 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก

อันดับ	ปัจจัยที่มีผลต่อ หน่วยงานราชการในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ปัจจัยที่มีผลต่อ หน่วยงานเอกชนในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์	\bar{X}	S.D.
8	การมีตัวแทนจำหน่ายในแต่ละเขตพื้นที่/อำเภอ	4.24	0.75	พนักงานขายตรงมีแคตตาล็อกสินค้าพร้อมนำเสนอได้ทันที เมื่อลูกค้าต้องการรายละเอียดสินค้า	4.15	0.85
9	การจัดให้มีบริการที่หลากหลายตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น ต้องการให้จัดซื้อสินค้าเพิ่มเติมที่นอกเหนือจากที่ร้านค้ามีจำหน่ายมีบริการขายสินค้าในปริมาณน้อยหรือมากตามความต้องการของลูกค้า การบริการจัดส่งถึงที่ เป็นต้น	4.21	0.76	มีการจัดส่งรายละเอียดและตัวอย่างสินค้าพร้อมกับให้ข้อมูลทางเลือกต่างๆ ในการซื้อและเงื่อนไขการซื้อแก่ผู้ที่มีหน้าที่หาข้อมูลหรือฝ่ายจัดซื้อ	4.14	0.89
10	การให้ความสะดวกในเรื่องสถานที่จัดจำหน่ายและเวลา (เปิดจำหน่ายทุกวัน)	4.19	0.83	มีบริการชำระด้วยบัตรเครดิต หรือระบบเงินเชื่อ	4.13	0.98

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ และเลือกผู้จำหน่าย ในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

การใช้ช่องทางการขายตรงมีผลต่อหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชนในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และเลือกผู้จำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดคือ มีความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ หรืออีเมล ซึ่งเป็นการติดต่อพนักงานขายผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการในปัจจุบันสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการติดต่อสื่อสาร เพราะทำให้เกิดความสะดวกสบาย รวดเร็วในการสั่งซื้อได้ทันทีที่ลูกค้ามีความต้องการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์มากกว่าที่จะรอพบและสั่งซื้อกับพนักงานขายโดยตรง อาจเนื่องจาก

สินค้าเคมีภัณฑ์มีรายละเอียดจำเพาะและไม่มีเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะของสารเคมีนั้นๆได้ตามต้องการ สามารถสั่งซื้อโดยการแจ้งชื่อและปริมาณที่ต้องการทางโทรศัพท์ได้ในกรณีที่เป็นการสั่งซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ที่มีการสั่งซื้อเป็นประจำและต่อเนื่อง แต่สำหรับกรณีที่เป็นการสั่งซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ชนิดใหม่ ก็อาจต้องมีการติดต่อกับพนักงานขายโดยตรงเพื่อทราบรายละเอียดของสินค้าเคมีภัณฑ์นั้นๆให้ชัดเจน และตรงกับความต้องการที่แท้จริงก่อนการสั่งซื้อ ซึ่งผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของพัชรนันท์ ณ วรรณไชย (2551) ศึกษาเรื่องการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ จังหวัดลำพูน พบว่า มีการจำหน่ายผ่านช่องทางตรงมากที่สุด คือ ผ่านผู้จำหน่ายอิสระ ซึ่งเป็นการติดต่อผ่านตัวบุคคล ทั้งนี้เนื่องจากการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์มีผู้จำหน่ายอิสระที่เข้าพบลูกค้าได้โดยตรงพร้อมกับจัดส่งสินค้าได้ทันที และเป็นผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายตรงให้แก่ผู้บริโภค

2. ปัจจัยด้านการซื้อขององค์กร-กระบวนการขายสินค้าอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านการซื้อขององค์กร-กระบวนการขายสินค้าอุตสาหกรรมมีผลต่อหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชนในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และเลือกผู้จำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดคือ มีการส่งสินค้าอย่างรวดเร็ว ช่วยลดต้นทุนการเก็บสินค้าคงคลังของผู้ซื้อ ทั้งนี้เนื่องมาจากปัจจุบันลูกค้าให้ความสำคัญในการจัดส่งสินค้าเพื่อให้ทันต่อการใช้งานทั้งส่วนของหน่วยงานราชการสำหรับใช้ในการวิจัย การเรียนการสอนในภาคเรียนนั้นๆ และหน่วยงานเอกชนสำหรับใช้ในกระบวนการผลิต/การจัดจำหน่ายเพื่อให้ทันต่อการส่งมอบให้ลูกค้าต่อไป และเป็นไปตามที่ได้ทำการตกลงระยะเวลาการจัดส่งไว้ล่วงหน้า เพื่อช่วยลดต้นทุนการเก็บสินค้าคงคลัง ในด้านของพื้นที่การจัดเก็บ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการบริหารงานสินค้าคงคลัง จากผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการตัดสินใจซื้อขององค์กรของ เอก บุญเจือ และปิยพรรณ กลั่นกลิ่น (2552) ได้กล่าวว่า การประเมินสินค้าที่มีอยู่ในรายชื่อ เพื่อพิจารณาสินค้าใดตรงตามข้อกำหนดสินค้าที่จัดทำขึ้นในขั้นตอนที่สอง ผู้ขายหลายรายจะถูกประเมินโดยเกณฑ์การซื้อขององค์กร คือ คุณสมบัติของสินค้าและบริการของผู้ขายและความสามารถของผู้ขาย เกณฑ์ที่นิยมใช้ ได้แก่ ราคา ความสามารถในการมีคุณภาพที่กำหนด ความสามารถในการจัดส่งตรงเวลา ความสามารถทางเทคนิค

3. การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชนในการเลือกซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และเลือกผู้จำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่ โดยอภิปรายผลในส่วนที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.05 ดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอีเมลล์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด โดยมีผลต่อหน่วยงานราชการมากกว่าหน่วยงานเอกชน อาจเนื่องมาจากเจ้าหน้าที่พัสดุหรือผู้มีอำนาจในการจัดซื้ออาจจะเน้นความสะดวกสบายและรวดเร็ว ทั้งนี้ยังเป็นการประหยัดเวลาใน

การสั่งซื้อล่วงหน้า แต่อย่างไรแล้วทางผู้จำหน่ายจะต้องเข้าไปลงชื่อรับใบสั่งซื้อในเอกสารต้นฉบับของทางราชการด้วยทุกครั้ง ซึ่งมีผลมากกว่าหน่วยงานเอกชน ที่จะสั่งซื้อสินค้าทางอีเมลล์น้อยกว่าทางโทรสาร ซึ่งต้องมีการลงชื่อและตอบกลับใบสั่งซื้อทุกครั้ง เพื่อเป็นการยืนยันการได้รับเอกสารอย่างแน่นอนและถูกต้อง

3.2 ปัจจัยด้านการมีพนักงานขายตรงจำนวนเพียงพอในการดูแลลูกค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่อหน่วยงานราชการมากกว่าหน่วยงานเอกชน อาจเนื่องมาจากการที่หน่วยงานราชการมีเจ้าหน้าที่พัสดุและเจ้าหน้าที่ห้องปฏิบัติการ ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจและหน้าที่ในการรับผิดชอบซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ ที่อยู่ในส่วนงานต่างๆเป็นจำนวนมาก ทั้งในส่วนของแต่ละคณะ, ภาควิชาที่สังกัดในคณะหรือหน่วยงานวิจัยต่างๆ ทำให้ต้องการมีจำนวนพนักงานขายเพียงพอเพื่อเข้าไปติดต่อพบปะกับลูกค้าได้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ได้เป็นอย่างมาก ซึ่งมีผลมากกว่าหน่วยงานเอกชน ที่มีเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ ส่วนใหญ่แล้วก็จะพบว่า มีจำนวน 1-2 ท่านต่อโรงงานอุตสาหกรรมหรือบริษัทเอกชน

3.3 ปัจจัยด้านการมีตัวแทนจำหน่ายในแต่ละเขตพื้นที่อำเภอ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผลต่อหน่วยงานราชการมากกว่าหน่วยงานเอกชน อาจเนื่องมาจากการที่หน่วยงานราชการมีที่ตั้งการกระจายตัวอยู่ทั้งในอำเภอเมืองและต่างอำเภอในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้การมีตัวแทนจำหน่ายในแต่ละเขตพื้นที่ส่งผลให้ลูกค้าสามารถเข้าไปเลือกซื้อสินค้าหรือสั่งซื้อสินค้าได้โดยตรง เพราะอาจจะมีการซื้อสินค้าที่หลากหลายชนิดและเป็นสินค้าสำหรับการทดลองและวิจัยใหม่ๆ ซึ่งมีผลมากกว่าหน่วยงานเอกชน ที่มีการสั่งซื้อเคมีภัณฑ์ชนิดเดิมเป็นประจำและต่อเนื่อง ซึ่งสามารถสั่งซื้อได้กับผู้จำหน่ายแห่งเดียวและดำเนินการจัดส่งไปได้ถึงที่

ข้อค้นพบ

ตารางที่ 38 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์
จำแนกตามประเภทกิจการ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทของกิจการ				
	หน่วยงาน รัฐบาล (X)	สถาบัน การศึกษา รัฐบาล (X)	สถาบัน การศึกษา เอกชน (X)	โรงงาน อุตสาหกรรม (X)	บริษัท เอกชน (X)
การใช้ช่องทางขายตรง					
การมีพนักงานขายตรงจำนวนเพียงพอใน การดูแลลูกค้า	3.96	4.26	4.17	3.41	3.90
พนักงานขายตรงส่งข่าวสารใหม่ที่เป็น ประโยชน์ต่อลูกค้า	4.07	4.26	4.17	3.81	3.91
พนักงานขายตรงมีความรู้ความเข้าใจ สามารถอธิบายคุณสมบัติของสินค้าได้	4.15	4.50	4.50	4.07	4.24
พนักงานขายตรงมีแคตตาล็อกสินค้าพร้อม นำเสนอได้ทันที เมื่อลูกค้าต้องการ รายละเอียดสินค้า	4.04	4.43	4.33	4.11	4.15
พนักงานขายนำเสนอสินค้าให้ตาม กระบวนการจัดซื้อขององค์กร	3.96	4.02	4.67	3.89	3.82
พนักงานขายมีการจัดอบรมและสัมมนา โดยเชิญลูกค้าเฉพาะกลุ่ม	3.26	3.44	3.83	3.44	3.30
มีความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน ขายผ่านทางโทรศัพท์ หรืออีเมลล์	4.41	4.70	4.83	4.37	4.45
การใช้ช่องทางการตลาดโดยตรง					
สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านแคตตาล็อก	3.20	3.48	4.00	3.41	3.57
สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์	3.30	3.50	4.17	3.33	3.45
สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางโทรศัพท์	4.17	4.57	4.50	3.59	4.05
สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอีเมลล์	3.89	4.15	4.50	3.67	3.66

ตารางที่ 38 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า
เคมีภัณฑ์จำแนกตามประเภทกิจการ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทของกิจการ				
	หน่วยงาน รัฐบาล (X)	สถาบัน การศึกษา รัฐบาล (X)	สถาบัน การศึกษา เอกชน (X)	โรงงาน อุตสาหกรรม (X)	บริษัท เอกชน (X)
การใช้ช่องทางตลาดหลายระดับ					
การมีตัวแทนจำหน่ายในแต่ละเขตพื้นที่/ อำเภอ	4.07	4.39	4.17	3.70	3.96
การจัดให้มีสถาบันการเงินให้บริการเมื่อ ต้องการขอเครดิต	3.50	3.54	4.17	3.33	3.69
การจัดให้มีตัวแทนกระจายสินค้าเพื่อจัดส่ง สินค้าให้ครอบคลุมทุกพื้นที่	4.04	4.28	4.17	3.89	4.09
การให้ลูกค้าสามารถเลือกบริษัทขนส่งที่ ต้องการได้	3.70	3.70	4.00	3.48	4.01
ความหนาแน่นของคนกลาง					
มีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายระดับค้าส่งใน แต่ละอำเภอ	3.50	3.65	4.17	3.30	3.52
มีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายสำหรับลูกค้า เฉพาะกลุ่ม เช่น หน่วยงานของรัฐบาล สถาบันการศึกษา โรงงานอุตสาหกรรม บริษัทเอกชน เป็นต้น	3.87	3.81	4.33	3.41	3.54
การแบ่งกลุ่มลูกค้า/การวางตำแหน่ง/การเลือกกลุ่มเป้าหมาย และการให้บริการที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย					
การจัดให้มีบริการที่หลากหลายตรงตาม ความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น ต้องการให้จัดซื้อสินค้าเพิ่มเติมที่ นอกเหนือจากร้านค้ามีจำหน่าย มีบริการ ขายสินค้าในปริมาณน้อยหรือมากตามความ ต้องการของลูกค้า การบริการจัดส่งถึงที่ เป็นต้น	4.09	4.31	4.67	4.22	4.28
การให้ความสะดวกในเรื่องสถานที่จัด จำหน่ายและเวลา) เปิดจำหน่ายทุกวัน(4.15	4.22	4.50	4.22	4.12

ตารางที่ 38 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า
เคมีภัณฑ์จำแนกตามประเภทกิจการ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทของกิจการ				
	หน่วยงาน รัฐบาล (X)	สถาบัน การศึกษา รัฐบาล (X)	สถาบัน การศึกษา เอกชน (X)	โรงงาน อุตสาหกรรม (X)	บริษัท เอกชน (X)
ศูนย์กลางการซื้อ					
ตัวแทนจำหน่ายได้เข้าพบผู้ใช้หรือพนักงาน ที่ใช้สินค้าเพื่อนำเสนอสินค้าใหม่เป็น ประจำ	3.98	4.13	4.50	3.44	3.78
มีการจัดส่งรายละเอียดและตัวอย่างสินค้า พร้อมกับให้ข้อมูลทางเลือกต่างๆในการซื้อ และเงื่อนไขการซื้อแก่ผู้ที่มีหน้าที่หาข้อมูล หรือฝ่ายจัดซื้อ	4.15	4.20	4.83	4.00	4.13
ตัวแทนจำหน่ายได้สาริตและอธิบาย คุณสมบัติของสินค้าให้แก่ผู้มีอำนาจในการ ตัดสินใจซื้อ	4.06	4.24	4.50	4.04	3.98
ตัวแทนจำหน่ายมีความสัมพันธ์อันดีและ สนิทสนมกับพนักงานต้อนรับ และ เจ้าหน้าที่จัดซื้อ	4.20	4.17	4.50	3.81	3.90
กระบวนการขายสินค้าอุตสาหกรรม					
มีเว็บไซต์ให้ลูกค้าได้ค้นหารายละเอียด สินค้า	4.28	4.37	4.33	4.11	4.07
มีการส่งสินค้าอย่างรวดเร็ว ช่วยลดต้นทุน การเก็บสินค้าคลังของผู้ซื้อ	4.37	4.61	4.50	4.30	4.31
มีการสาธิตวิธีการใช้งานและการดูแลรักษา ผลิตภัณฑ์	4.13	4.26	4.33	4.07	3.94
มีบริการชำระด้วยบัตรเครดิต หรือระบบ เงินเชื่อ	4.30	4.04	4.83	4.11	4.07
มีการติดตามผลและให้บริการอย่างต่อเนื่อง	4.24	4.41	4.67	4.19	4.21

ตารางที่ 39 ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรซื้อและปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์มากที่สุดจำแนกตามประเภทของกิจการ

ปัจจัยด้าน พฤติกรรมกรซื้อ และปัจจัยด้านช่อง ทางการจำหน่าย	ประเภทของกิจการ				
	หน่วยงาน รัฐบาล	สถาบัน การศึกษา รัฐบาล	สถาบัน การศึกษา เอกชน	โรงงาน อุตสาหกรรม	บริษัทเอกชน/ ค้าส่ง/ค้าปลีก
บุคคลที่มีอำนาจใน การตัดสินใจซื้อมาก ที่สุด	อาจารย์/ ผู้บริหาร ที่มีอำนาจใน การตัดสินใจซื้อ	อาจารย์/ ผู้บริหารที่มี อำนาจในการ ตัดสินใจซื้อ	เจ้าของกิจการ	เจ้าของกิจการ	เจ้าของกิจการ
งบประมาณที่ต้อง ได้รับการอนุมัติ	>30,000	>5,000	>10,000	>30,000	>10,000
การซื้อสินค้า เคมีภัณฑ์	ใกล้ปิด งบประมาณ 30 กันยายน	ใกล้ปิด งบประมาณ 30 กันยายน	มีการปรับขึ้น ราคาสินค้า	มีการปรับขึ้น ราคาสินค้า	มีการปรับขึ้นราคา สินค้า
การใช้ช่องทาง ขายตรง	มีความสะดวก ในการติดต่อ พนักงานขาย ทางโทรศัพท์/ อีเมล	มีความสะดวก ในการติดต่อ พนักงานขาย ทางโทรศัพท์/ อีเมล	มีความสะดวก ในการติดต่อ พนักงานขาย ทางโทรศัพท์/ อีเมล	มีความสะดวก ในการติดต่อ พนักงานขาย ทางโทรศัพท์/ อีเมล	มีความสะดวก ใน การติดต่อ พนักงานขายทาง โทรศัพท์/อีเมล
การใช้ช่องทาง การตลาดโดยตรง	สั่งซื้อสินค้า ผ่านทาง โทรศัพท์	สั่งซื้อสินค้า ผ่านทาง โทรศัพท์	สั่งซื้อสินค้า ผ่านทาง โทรศัพท์/อีเมล	สั่งซื้อสินค้า ผ่านทางอีเมล	สั่งซื้อสินค้าผ่าน ทางโทรศัพท์
การใช้ช่องทาง การตลาดหลายระดับ	มีตัวแทน จำหน่ายในแต่ละ เขตพื้นที่/ อำเภอ	มีตัวแทน จำหน่ายในแต่ละ เขตพื้นที่/ อำเภอ	มีตัวแทน กระจายสินค้า เพื่อจัดส่งให้ ทุกพื้นที่	มีตัวแทน กระจายสินค้า เพื่อจัดส่งให้ ทุกพื้นที่	มีตัวแทนกระจาย สินค้าเพื่อจัดส่ง ให้ทุกพื้นที่

ตารางที่ 39 (ต่อ) ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรซื้อและปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์มากที่สุดจำแนกตามประเภทของกิจการ

ปัจจัยด้าน พฤติกรรมกร ซื้อและปัจจัย ด้านช่องทางการ จำหน่าย	ประเภทของกิจการ				
	หน่วยงาน รัฐบาล	สถาบัน การศึกษา รัฐบาล	สถาบัน การศึกษา เอกชน	โรงงาน อุตสาหกรรม	บริษัทเอกชน/ ค้าส่ง/ค้าปลีก
ความหนาแน่น ของคนกลาง	มีการแต่งตั้ง ตัวแทนจำหน่าย สำหรับลูกค้า เฉพาะกลุ่ม เช่น หน่วยงานของ รัฐบาล สถาบัน การ ศึกษา โรงงาน อุตสาหกรรม บริษัทเอกชน เป็น ต้น	มีการแต่งตั้ง ตัวแทนจำหน่าย สำหรับลูกค้า เฉพาะกลุ่ม เช่น หน่วยงานของ รัฐบาล สถาบันการศึกษา โรงงาน อุตสาหกรรม บริษัทเอกชน เป็น ต้น	มีการแต่งตั้ง ตัวแทนจำหน่าย สำหรับลูกค้า เฉพาะกลุ่ม เช่น หน่วยงาน ของ รัฐบาล สถาบัน การศึกษา โรงงาน อุตสาหกรรม บริษัทเอกชน เป็น ต้น	มีการแต่งตั้ง ตัวแทนจำหน่าย สำหรับลูกค้า เฉพาะกลุ่ม เช่น หน่วยงานของ รัฐบาล สถาบัน การ ศึกษา โรงงาน อุตสาหกรรม บริษัทเอกชน เป็นต้น	มีการแต่งตั้ง ตัวแทนจำหน่าย สำหรับลูกค้าเฉพาะ กลุ่ม เช่น หน่วยงานของ รัฐบาล สถาบันการ ศึกษา โรงงาน อุตสาหกรรม บริษัทเอกชน เป็นต้น
การแบ่งกลุ่ม ลูกค้า/การวาง ตำแหน่ง/การเลือก กลุ่มเป้าหมาย และการให้บริการ ที่สอดคล้องกับ กลุ่มเป้าหมาย	การให้ความ สะดวกในเรื่อง สถานที่จัด จำหน่ายและ เวลา (เปิด จำหน่าย ทุกวัน)	การจัดให้มีบริการ ที่หลากหลาย ตาม ความต้องการของ ลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น ต้องการ ให้ จัดซื้อสินค้าเพิ่มเติม นอกเหนือจากที่ ร้านค้ามีจำหน่าย มีบริการขายสินค้า ในปริมาณน้อยหรือ มากตามความ ต้องการของลูกค้า การบริการจัดส่งถึง เป็นต้น	การจัดให้มีบริการ ที่หลากหลายตาม ความต้องการของ ลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น ต้องการให้ จัดซื้อสินค้า เพิ่มเติม นอกเหนือจากที่ ร้านค้ามีจำหน่าย มี บริการขายสินค้า ในปริมาณน้อย หรือมากตามความ ต้องการของลูกค้า การบริการจัดส่ง ถึงที่ เป็นต้น	การจัดให้มี บริการที่ หลากหลายตาม ความต้องการ ของลูกค้าแต่ละ กลุ่ม เช่น ต้องการให้จัดซื้อ สินค้าเพิ่มเติม นอกเหนือจากที่ ร้านค้ามีจำหน่าย มีบริการขาย สินค้าในปริมาณ น้อยหรือมาก ตามความ ต้องการของ ลูกค้า การ บริการจัดส่งถึงที่ เป็นต้น	การจัดให้มีบริการที่ หลากหลายตาม ความต้องการของ ลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น ต้องการให้ จัดซื้อสินค้าเพิ่มเติม นอกเหนือจากที่ ร้านค้ามีจำหน่าย มีบริการขายสินค้า ในปริมาณน้อยหรือ มากตามความ ต้องการของลูกค้า การบริการจัดส่งถึง ที่ เป็นต้น

ตารางที่ 39 (ต่อ) ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรซื้อและปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์มากที่สุดจำแนกตามประเภทของกิจการ

ปัจจัยด้าน พฤติกรรมกร ซื้อและปัจจัย ด้านช่องทางการ จำหน่าย	ประเภทของกิจการ				
	หน่วยงาน รัฐบาล	สถาบัน การศึกษา รัฐบาล	สถาบัน การศึกษา เอกชน	โรงงาน อุตสาหกรรม	บริษัทเอกชน/ ค้าส่ง/ค้าปลีก
ศูนย์กลางการซื้อ	ตัวแทนจำหน่าย มีความสัมพันธ์ อันดีและสนิท สนมกับ พนักงานต้อนรับ และเจ้าหน้าที่ จัดซื้อ	ตัวแทนจำหน่าย ได้สาริตและ อธิบาย คุณสมบัติของ สินค้าให้แก่ผู้มี อำนาจในการ ตัดสินใจซื้อ	มีการจัดส่ง รายละเอียด/ ตัวอย่างสินค้า พร้อมกับข้อมูล ทางเลือกในการ ซื้อและเงื่อนไข การซื้อแก่ผู้ที่มี หน้าที่หาข้อมูล/ ฝ่ายจัดซื้อ	ตัวแทน จำหน่ายได้ สาริตและ อธิบาย คุณสมบัติของ สินค้าให้แก่ผู้ มีอำนาจใน การตัดสินใจ ซื้อ	มีการจัดส่ง รายละเอียด/ ตัวอย่างสินค้า พร้อมกับข้อมูล ทางเลือกในการ ซื้อและเงื่อนไข การซื้อแก่ผู้ที่มี หน้าที่หาข้อมูล/ ฝ่ายจัดซื้อ
กระบวนการขาย สินค้า อุตสาหกรรม	มีการส่งสินค้า อย่างรวดเร็ว ช่วยลดต้นทุน การเก็บสินค้าคง คลังของผู้ซื้อ	มีการส่งสินค้า อย่างรวดเร็ว ช่วยลดต้นทุน การเก็บสินค้าคง คลังของผู้ซื้อ	มีบริการ ชำระด้วย บัตรเครดิตหรือ ระบบเงินเชื่อ	มีการส่งสินค้า อย่างรวดเร็ว ช่วยลดต้นทุน การเก็บสินค้า คงคลังของผู้ ซื้อ	มีการส่งสินค้า อย่างรวดเร็ว ช่วย ลดต้นทุนการเก็บ สินค้าคงคลังของ ผู้ซื้อ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยแบ่งตามประเภทกิจการ มีรายละเอียดดังนี้

1. สำหรับการจัดจำหน่ายให้หน่วยงานของรัฐบาล

1. ควรต้องมีช่องทางการจำหน่ายโดยพนักงานขาย ทั้งนี้พนักงานขายต้องมีความพร้อมเรื่องความรู้และสะดวกในการติดต่อกับลูกค้า โดยอาจมีการแจ้งลูกค้าให้สามารถติดต่อได้ ทั้งทางโทรศัพท์และอีเมล นอกจากนี้ที่สำคัญพนักงานขายต้องมีการสำรวจความต้องการของลูกค้า โดยเบื้องต้นอาจใช้ข้อมูลของแผนงบประมาณการจัดซื้อวัสดุและครุภัณฑ์ในแต่ละปี ทำให้ทราบ

ว่ามีงบประมาณการซื้อสินค้าอะไรบ้างในปีนั้นๆ ส่งผลให้สามารถนำเสนอรายการสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้

2. ควรแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายให้ครอบคลุมในแต่ละพื้นที่หรืออำเภอ เนื่องมาจากการที่ลูกค้า มีการกระจายตัวอยู่ในแต่ละอำเภอของจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นการให้ความสะดวกในการมีตัวแทนจำหน่ายในต่างอำเภอ และจัดให้มีการเปิดจำหน่ายทุกวัน ก็มีโอกาสส่งผลให้ลูกค้าเข้าไปเลือกซื้อสินค้าที่หน้าร้านหรือสั่งซื้อสินค้าได้ง่าย แต่ทั้งนี้ก็ต้องพิจารณาถึงคุณสมบัติที่เหมาะสม มีความชำนาญ และมีประสบการณ์ในการจำหน่ายสินค้าเคมีภัณฑ์ของตัวแทนจำหน่าย รวมถึงพิจารณาความหนาแน่นของกลุ่มลูกค้าในแต่ละพื้นที่ด้วยเช่นกัน

3. ควรมีจำนวนพนักงานขายที่เพียงพอในการดูแลลูกค้า อาจจะให้พนักงานขาย 1 คนดูแลในส่วนของหน่วยงานของรัฐบาลที่อยู่ในพื้นที่อำเภอเมืองและอำเภอใกล้เคียง ทำให้พนักงานขายสามารถเข้าพบลูกค้าอย่างน้อยได้ 6-8 รายต่อวัน และต้องเข้าพบลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง พร้อมกับการส่งข้อมูลข่าวสารใหม่ให้ลูกค้า เช่น การแจ้งเคมีภัณฑ์ตัวใหม่เข้ามาจำหน่ายพร้อมรายละเอียด นอกจากนี้อาจเป็นข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องอื่นๆ ที่นอกเหนือจากเคมีภัณฑ์ เช่น เรื่องสุขภาพ ครอบครัวย การเงิน เป็นต้น เน้นที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าซึ่งจะส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์อันดี, สนับสนุนเป็นกันเองกับทางลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

4. ควรมีการสำรวจความต้องการของลูกค้าและขอพยากรณ์ประมาณการซื้อสินค้าล่วงหน้า ทำให้สามารถจัดส่งสินค้าอย่างรวดเร็วและตรงตามระยะเวลาที่ลูกค้าต้องการเพื่อให้ลูกค้าได้สต็อกสินค้าเพื่อการจัดจำหน่ายต่อไป

5. หากมีการเสนอราคาสารเคมีที่มากกว่า 30,000 บาท ควรจะต้องขอเข้าพบผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์มากที่สุดโดยตรง เพราะจะต้องเป็นผู้อนุมัติในงบประมาณดังกล่าว หรืออาจจะมีการติดต่อกับผู้รับผิดชอบประจำในการจัดซื้อ เพื่อขอจัดสรรเสนอราคาแบ่งเป็นรอบๆ หรือแยกเสนอราคาให้งบประมาณน้อยกว่าวงที่จะต้องขออนุมัติดังกล่าว เพื่อเน้นถึงความสะดวกและรวดเร็วในการตัดสินใจซื้อสินค้าโดยไม่ต้องรอกกระบวนการขออนุมัติจากผู้มีอำนาจสูงสุด

6. ควรมีการส่งเสริมการขายโดยเฉพาะใกล้ช่วงปีงบประมาณ 30 กันยายน เป็นช่วงที่ต้องใช้จ่ายงบประมาณให้หมดภายในปีงบประมาณ จะส่งผลให้ยอดขายสินค้าเคมีภัณฑ์เพิ่มมากขึ้นหรือมากกว่าในช่วงอื่นๆ

2. สำหรับการจัดจำหน่ายให้สถาบันการศึกษาของรัฐบาล

1. ควรต้องมีช่องทางการจำหน่ายโดยพนักงานขาย ทั้งนี้พนักงานขายต้องมีความพร้อมเรื่องความรู้และสะดวกในการติดต่อกับลูกค้า โดยอาจมีการแจ้งลูกค้าให้สามารถติดต่อได้ ทั้งทางโทรศัพท์และอีเมล ซึ่งส่วนนี้ต้องมีอุปกรณ์การสื่อสาร เช่น มือถือสมาร์ตโฟนหรือคอมพิวเตอร์ที่พร้อมด้วยระบบอินเทอร์เน็ตสามารถตรวจเช็คและตอบอีเมลของลูกค้าได้ตลอดเวลาและรวดเร็ว เนื่องจากสถาบันการศึกษาส่วนใหญ่มีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการที่จะเน้นความสะดวกในการสั่งซื้อทางโทรศัพท์เป็นหลัก นอกจากนี้ที่สำคัญพนักงานขายต้องมีการสำรวจความต้องการของลูกค้า โดยเบื้องต้นอาจเช็คข้อมูลจากแผนงบประมาณการจัดซื้อวัสดุและครุภัณฑ์ในแต่ละปีการศึกษา ทำให้ทราบว่ามีงบประมาณการซื้อสินค้าอะไรบ้างในปีนั้นๆ ส่งผลให้สามารถนำเสนอรายการสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้

2. ควรแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายให้ครอบคลุมในแต่ละพื้นที่หรืออำเภอ เนื่องมาจากการที่ลูกค้า มีการกระจายตัวอยู่ในแต่ละอำเภอของจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นการให้ความสะดวกในการมีตัวแทนจำหน่ายในต่างอำเภอ ก็มีโอกาสส่งผลให้ลูกค้าเข้าไปเลือกซื้อสินค้าที่หน้าร้านหรือสั่งซื้อสินค้าได้ง่าย แต่ทั้งนี้ก็ต้องพิจารณาถึงคุณสมบัติที่เหมาะสม มีความชำนาญ และมีประสบการณ์ในการจำหน่ายสินค้าเคมีภัณฑ์ของตัวแทนจำหน่าย รวมถึงพิจารณาความหนาแน่นของกลุ่มลูกค้าในแต่ละพื้นที่ด้วยเช่นกัน

3. ควรมีจำนวนพนักงานขายที่เพียงพอในการดูแลลูกค้า อาจจะให้พนักงานขาย 1 คน ดูแลในส่วน of สถาบันการศึกษา 1 แห่งที่สำคัญ เช่น มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เป็นต้น ทำให้พนักงานขายสามารถเข้าพบลูกค้าอย่างน้อยได้ 6-8 รายต่อวัน และต้องเข้าพบลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง และควรมีตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้งานพร้อมกับสาริต และอธิบายรายละเอียดสินค้าได้อย่างครบถ้วน

4. ควรเน้นการจำหน่ายสินค้าในปริมาณน้อยสำหรับงานการเรียนการสอน งานทดลองในห้องปฏิบัติการ หรืออาจจะจัดหาสินค้าที่หลากหลายประเภทหรือสินค้ากลุ่มใหม่ๆ ในการทดลองเพื่อให้สอดคล้องกับตามความต้องการของลูกค้า

5. ควรมีการสำรวจความต้องการของลูกค้าและขอพยากรณ์ประมาณการซื้อสินค้าล่วงหน้า ทำให้สามารถจัดส่งสินค้าอย่างรวดเร็วและตรงตามระยะเวลาที่ลูกค้าต้องการเพื่อให้ลูกค้าได้สต็อกสินค้าเพื่อการจัดจำหน่ายต่อไป

6. หากมีการเสนอราคาสารเคมีที่มากกว่า 5,000 บาท ควรจะต้องขอเข้าพบอาจารย์ หรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์มากที่สุดโดยตรง เพราะจะต้องเป็นผู้อนุมัติในงบประมาณดังกล่าว หรืออาจจะมีการติดต่อกับผู้รับผิดชอบประจำในการจัดซื้อ เพื่อขอจัดสรร

เสนอราคาแบ่งเป็นรอบๆหรือแยกเสนอราคาให้งบประมาณน้อยกว่าบที่จะต้องขออนุมัติดังกล่าว เพื่อเน้นถึงความสะดวกและรวดเร็วในการตัดสินใจซื้อสินค้าโดยไม่ต้องรอกะบวนการขออนุมัติจากผู้มีอำนาจสูงสุด

7. ควรมีการส่งเสริมการขายโดยเฉพาะใกล้ช่วงปิดงบประมาณประมาณ 30 กันยายน เพราะเป็นช่วงที่ต้องใช้จ่ายงบประมาณให้หมดภายในปีงบประมาณ ซึ่งจะส่งผลให้ยอดขายสินค้าเคมีภัณฑ์เพิ่มมากขึ้นหรือมากกว่าในช่วงอื่นๆ

8. ควรมีบริการหลังการขาย เช่น มีการรับกำจัดภาชนะบรรจุสารเคมีหรือรับสารเคมีที่ใช้แล้วไปทำลาย ซึ่งส่วนนี้ทางผู้จำหน่ายก็ควรพิจารณาความเหมาะสมหรือความสำคัญของลูกค้ารายนั้นๆ เป็นหลัก เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง

3. สำหรับการจัดจำหน่ายให้สถาบันการศึกษาของเอกชน

1. ควรต้องมีช่องทางการจำหน่ายโดยพนักงานขาย ทั้งนี้พนักงานขายต้องมีความพร้อมเรื่องความรู้และสะดวกในการติดต่อกับลูกค้า โดยอาจมีการแจ้งลูกค้าให้สามารถติดต่อได้ทั้งทางโทรศัพท์และอีเมล

2. ควรมีการจัดส่งรายละเอียดและตัวอย่างสินค้าให้กับทางผู้ใช้หรือผู้ซื้อ ได้ดูรูปภาพและรายละเอียดสินค้า เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากว่าการซื้อสินค้าในแต่ละรายการต้องทราบรายละเอียดที่ถูกต้องและชัดเจนก่อนการออกเอกสารสั่งซื้อสินค้า

3. ควรมีตัวแทนกระจายสินค้าเพื่อจัดส่งสินค้าถึงที่และครอบคลุมในแต่ละพื้นที่หรืออำเภอของจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากจากการที่ลูกค้ามีการกระจายตัวอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นการให้ความสะดวกในจัดส่งสินค้าให้ถึงที่และครอบคลุมทุกพื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่ ส่งผลให้ลูกค้ามีความสะดวกสบายและไม่ต้องเดินทางเข้ามาซื้อสินค้าด้วยตนเอง ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

4. ควรมีการให้บริการชำระด้วยบัตรเครดิต หรือการให้ระบบเงินเชื่อ เช่น เมื่อมีการจัดส่งสินค้าถึงที่ก็พร้อมให้บริการชำระด้วยบัตรเครดิต หรือให้ระบบเงินเชื่อในการชำระเงินระยะเวลา 30-45 วันแล้วแต่เงื่อนไขที่ตกลง ซึ่งการให้ระบบเงินเชื่อถือว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้จำหน่าย

5. ควรเน้นการจำหน่ายสินค้าในปริมาณน้อยสำหรับงานการเรียนการสอน งานทดลองในห้องปฏิบัติการ หรืออาจจะจัดหาสินค้าที่หลากหลายประเภทหรือสินค้ากลุ่มใหม่ๆในการทดลองเพื่อให้สอดคล้องกับตามความต้องการของลูกค้า

6. หากมีการเสนอราคาสารเคมีที่มากกว่า 10,000 บาท ควรจะต้องขอเข้าพบอาจารย์ หรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์มากที่สุดโดยตรง เพราะจะต้องเป็นผู้อนุมัติในงบประมาณดังกล่าว ทั้งนี้สถาบันการศึกษาที่ต้องการเสนอขออนุมัติจัดซื้อและดำเนินการตามระบบเพื่อชำระเงินต่อไป คล้ายคลึงกับสถาบันการศึกษาของรัฐบาล

7. ควรจะมีการแจ้งข้อมูล ก่อนจะมีการปรับขึ้นราคาสินค้า และควรมีการส่งเสริมการขาย เช่น คุปองส่วนลด แลก แจก แถม เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายสินค้าเคมีภัณฑ์ให้เพิ่มมากขึ้น

4. สำหรับการจัดจำหน่ายให้กับโรงงานอุตสาหกรรม

1. ควรต้องมีช่องทางการจำหน่ายโดยพนักงานขาย ทั้งนี้พนักงานขายต้องมีความพร้อมเรื่องความรู้และสะดวกในการติดต่อกับลูกค้า โดยอาจมีการแจ้งลูกค้าให้สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมงทั้งทางโทรศัพท์และอีเมล โดยต้องเน้นการตอบกลับอีเมลของลูกค้าได้ตลอดเวลา และรวดเร็ว รวมทั้งพนักงานขายต้องมีการวิเคราะห์ถึงข้อมูลการสั่งซื้อของลูกค้าย้อนหลังหรือการสำรวจความต้องการของลูกค้าและขอพยากรณ์ประมาณการใช้สินค้าล่วงหน้า เพื่อสามารถจัดสต็อกสินค้าและจัดส่งตรงตามระยะเวลาที่ลูกค้าต้องการ ทั้งยังช่วยลดต้นทุนการเก็บสินค้าคงคลังของลูกค้าได้ เนื่องจากโรงงานอุตสาหกรรมบางประเภทต้องการสินค้าเคมีภัณฑ์ตามฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิตทางการเกษตร เป็นต้น

2. ตัวแทนจำหน่ายควรมีการสาธิตและอธิบายคุณสมบัติของสินค้าให้กับทางผู้ใช้หรือผู้ซื้อ ได้เข้าใจถึงรายละเอียดสินค้าอย่างชัดเจน เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากว่าการซื้อสินค้าในแต่ละรายการต้องทราบรายละเอียดที่ถูกต้องก่อนการออกเอกสารสั่งซื้อสินค้า

3. ควรมีตัวแทนกระจายสินค้าเพื่อจัดส่งสินค้าถึงที่และครอบคลุมในแต่ละพื้นที่หรืออำเภอของจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องมาจากการที่ลูกค้ามีการกระจายตัวอยู่ต่างอำเภอมากกว่าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ดังนั้นการให้ความสะดวกในจัดส่งสินค้าให้ถึงที่และครอบคลุมทุกพื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่ ส่งผลให้ลูกค้ามีความสะดวกสบายและไม่ต้องเดินทางเข้ามาซื้อสินค้าด้วยตนเอง ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

4. ควรเน้นการจำหน่ายสินค้าในปริมาณมาก สำหรับการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นสินค้าเคมีภัณฑ์ที่ใช้ประจำและต่อเนื่อง เพื่อให้การบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

5. หากมีการเสนอราคาสารเคมีโดยเฉลี่ยมากกว่า 30,000 บาทให้กับโรงงานอุตสาหกรรม ควรที่จะต้องเข้าพบหรือติดต่อกับเจ้าของกิจการโดยตรง ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจสูงสุดในการอนุมัติซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์

6. ควรจะมีการแจ้งข้อมูลก่อนจะมีการปรับขึ้นราคาสินค้า และควรมีการส่งเสริมการขาย เช่น คุปองส่วนลด แลก แจก แถม เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายสินค้าเคมีภัณฑ์ให้เพิ่มมากขึ้น

7. โรงงานอุตสาหกรรม ส่วนใหญ่มีการใช้เคมีภัณฑ์ชนิดเดิมและต่อเนื่องเป็นประจำ หากสารเคมีชนิดหรือยี่ห้อเดิมที่เคยใช้ขาดตลาดหรือยกเลิกการผลิต อาจทำให้เกิดความเสียหายแก่โรงงานอุตสาหกรรมได้ ควรมีแนวทางในการหาสารเคมีตัวอื่นๆที่คุณภาพใกล้เคียงกันเข้ามาทดแทน เช่น การติดต่อกับทางผู้จำหน่ายหลายราย ที่มีการจำหน่ายยี่ห้อเคมีภัณฑ์ที่แตกต่างกัน เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นและยังส่งผลให้มียี่ห้อเคมีภัณฑ์ที่หลากหลายให้ลูกค้าได้ตัดสินใจเลือกซื้อด้วย

5. สำหรับการจัดจำหน่ายให้กับบริษัทเอกชน/บริษัทค้าส่ง/ค้าปลีก

1. ควรต้องมีช่องทางการจำหน่ายโดยพนักงานขาย ทั้งนี้พนักงานขายต้องมีความพร้อมเรื่องความรู้และสะดวกในการติดต่อกับลูกค้า โดยอาจมีการแจ้งลูกค้าให้สามารถติดต่อได้ทั้งทางโทรศัพท์และอีเมล โดยเน้นทางโทรศัพท์เป็นหลัก เนื่องจากบริษัทต้องการติดต่ออย่างเร่งด่วนในกรณีที่ต้องการซื้อสินค้าเพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้ทันตามความต้องการของลูกค้าต่อไป

2. ควรมีการจัดส่งรายละเอียดและตัวอย่างสินค้าส่งให้กับทางผู้ใช้หรือผู้ซื้อ ได้ดูรูปภาพและรายละเอียดสินค้า เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากว่าการซื้อสินค้าในแต่ละรายการต้องทราบรายละเอียดที่ถูกต้องและชัดเจนก่อนการออกเอกสารสั่งซื้อสินค้า

3. ควรมีตัวแทนกระจายสินค้าเพื่อจัดส่งสินค้าถึงที่และครอบคลุมในแต่ละพื้นที่หรืออำเภอของจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องมาจากการที่ลูกค้ามีการกระจายตัวอยู่ทั้งในอำเภอเมืองและต่างอำเภอ ดังนั้นการให้ความสะดวกในจัดส่งสินค้าให้ถึงที่และครอบคลุมทุกพื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

4. ควรมีการจำหน่ายสินค้าทั้งในปริมาณน้อยและมาก เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของบริษัท เนื่องจากมีความต้องการจัดซื้อสินค้าในปริมาณที่หลากหลายเพื่อจัดจำหน่ายต่อไป

5. ควรมีการสำรวจความต้องการของลูกค้าและขอพยากรณ์ประมาณการซื้อสินค้าล่วงหน้า ทำให้สามารถจัดส่งสินค้าอย่างรวดเร็วและตรงตามระยะเวลาที่ลูกค้าต้องการเพื่อให้ลูกค้าได้สต็อกสินค้าเพื่อการจำหน่ายต่อไป

6. หากมีการเสนอราคาสารเคมีโดยเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทให้กับบริษัทเอกชนควรที่จะต้องติดต่อกับเจ้าของกิจการโดยตรง ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจสูงสุดในการอนุมัติซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์

7. ควรมีการแจ้งข้อมูลก่อนจะมีการปรับขึ้นราคาสินค้า และควรมีการส่งเสริมการขาย เช่น 쿠폰ส่วนลด แลก แจก แถม โดยเฉพาะการให้ส่วนลดปริมาณ เพื่อเป็นการจูงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้าในปริมาณมากหรือการสะสมยอดซื้อหลายๆครั้ง เพื่อได้รับส่วนลดที่มากขึ้น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved