

## บทที่ 5

### การสรุปและอภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะกล่าวถึงการสรุปและอภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 90 ราย โดยกำหนดให้สัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้มีหน้าที่จัดซื้อ และเป็นผู้มีหน้าที่ติดตั้งและซ่อมบำรุงเครื่องจักรมีสัดส่วนที่เท่ากัน คือ 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.00 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.30 โดย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในบริษัทที่มีผู้ถือหุ้นเป็นชาวต่างชาติมากที่สุด จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.20 โดยอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คือ 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.70 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในบริษัทขนาดใหญ่ จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.00

##### ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด

###### ต้นตอโตเมชั่น

###### ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัดต้นตอโตเมชั่นด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลางทุกปัจจัยย่อย โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือความมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือของตราผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.43 ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การบริการหลังการขายซึ่งมีค่าเฉลี่ย 2.66

### ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดันตืออโตเมชั่นด้านราคาในระดับปานกลางเกือบทุกปีจ้อย่อย ยกเว้นปีจ้อย่อยด้านวิธีการชำระเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยปีจ้อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ วิธีการชำระเงินซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.52 ในขณะที่ปีจ้อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อซึ่งมีค่าเฉลี่ย 2.87

### ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดันตืออโตเมชั่นด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลางทุกปีจ้อย่อย โดยปีจ้อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับห้าง ฯ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.30 ในขณะที่ปีจ้อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ท่าเลที่ตั้งของห้าง ฯ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 2.87

### ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดันตืออโตเมชั่นด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลางทุกปีจ้อย่อย โดยปีจ้อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขายซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.30 ในขณะที่ปีจ้อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 2.73

### ส่วนที่ 3 ปัญหาของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัดดันตืออโตเมชั่น

#### ปัญหาที่ลูกค้าพบในส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในปีจ้อย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับน้อยเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นในเรื่องความหลากหลายของครายี่ห้อสินค้าที่จัดจำหน่าย บริการให้ข้อมูลปรึกษาทางวิศวกรรม เอกสารประกอบสินค้า/คู่มือการใช้งาน เงื่อนไขการเปลี่ยน/คืนสินค้า และการบริการหลังการขายที่ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในระดับปานกลาง

### ปัญหาที่ลูกค้าพบในส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในปัจจุบันย้อยย้านราคาในระดับน้อยเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นในเรื่องราคาจำหน่ายของสินค้าที่ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในระดับปานกลาง

### ปัญหาที่ลูกค้าพบในส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในปัจจุบันย้อยย้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลางเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นในเรื่องทำเลที่ตั้งของห้าง ๆ ความถูกต้องของประเภท/ชนิดสินค้าที่จัดส่ง และความพร้อมของสต็อกสินค้าของห้าง ๆ ที่ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในระดับน้อย

### ปัญหาที่ลูกค้าพบในส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในปัจจุบันย้อยย้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับน้อยเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นในเรื่องมารยาท/บุคลิกภาพของพนักงานขาย ความเหมาะสมเรียบร้อยของรูปแบบพนักงาน ความรู้/ความสามารถของพนักงานขาย ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย และความหลากหลายของหลักสูตรที่จัดฝึกอบรมแก่ลูกค้าที่ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในระดับปานกลาง

### ส่วนที่ 4 ปัญหาอื่น ๆ ที่พบและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

สำหรับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบนอกเหนือจากในส่วนที่ 3 สามารถเรียบเรียงได้เป็น 3 ประเด็นดังนี้

1. ปัญหาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การให้คำปรึกษาทางด้านวิศวกรรมมีน้อยเกินไป และสินค้าที่เป็นเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางห้าง ๆ นำเข้ามาจำหน่ายล่าช้า
2. ปัญหาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ความล่าช้าในการออกเอกสารกำกับสินค้า
3. ปัญหาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การจัดทำใบเสนอราคาให้กับลูกค้าใช้เวลาค่อนข้างนาน

สำหรับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ได้รับจากผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถเรียบเรียงได้เป็น 3 ประเด็นดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ควรจัดให้มีวิศวกรประจำฝ่ายการตลาด
2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ได้แก่ สิ้นค้าบางชนิด/บางประเภทราคาค่อนข้างแพงกว่าร้านจากเชียงใหม่
3. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ควรมีการจัดโปรโมชั่นสินค้าแก่ลูกค้า ควรจัดทำแคตตาล็อกสินค้าให้ครอบคลุมสินค้าที่จำหน่ายทั้งหมด รูปแบบการนำเสนอสินค้าควรจัดทำเป็นเว็บไซต์ และมีการติดต่อประสานงานกับลูกค้าทางอีเมล และควรจัดให้มีการแสดงเทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าโดยเน้นกลุ่มวิศวกรเพื่อให้ลูกค้าสามารถก้าวทันต่อเทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้

## อภิปรายผลการศึกษา

เมื่อพิจารณาจากการสรุปผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาด จะสามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดในระดับปานกลางทั้ง 4 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัดต้นต้อโตเมชั่นสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้ในระดับพึงพอใจ อย่างไรก็ตามแนวคิดเรื่องความพึงพอใจกล่าวว่าลูกค้าที่มีความพึงพอใจนั้นอาจจะเปลี่ยนไปซื้อสินค้าจากคู่แข่งกันได้ถ้าหากว่าคู่แข่งสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้มากกว่าของห้างฯ แต่ลูกค้าที่มีระดับความพึงพอใจมากและมากที่สุดซึ่งอาจรวมเรียกได้ว่าลูกค้าที่มีความประทับใจจะมีแนวโน้มที่จะติดต่อซื้อสินค้ากับห้างฯ ต่อไปในระยะยาวดังนั้นบริษัทจึงยังจำเป็นต้องหาวิธีเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้า

เมื่อพิจารณาผลการศึกษาแยกแต่ละส่วนประสมทางการตลาด พบว่าสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix Concept) โดยลูกค้าให้ความสำคัญในส่วนประสมทางการตลาดในทุก ๆ ด้าน แต่เมื่อแยกปัจจัยย่อย ๆ แล้วพบว่ายังมีปัจจัยบางปัจจัยที่ทางห้างฯ ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษดังนี้

### ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

เมื่อนำระดับความพึงพอใจมาพิจารณาร่วมกับระดับของปัญหา พบว่าปัจจัยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ คือ ความมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือของตราหือสินค้าและคุณภาพของสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของนลินรัตน์ รักกุศล และจารุวรรณ เจริญสุข ซึ่งลูกค้าที่เป็นองค์กรจะให้ความสำคัญกับคุณภาพและความน่าเชื่อถือในตัวสินค้าเนื่องจากวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าขององค์กร คือ การซื้อไปเพื่อผลิตต่อ หรือซื้อไปจำหน่ายซึ่งต้องมีการควบคุมคุณภาพอย่างใกล้ชิด เพราะถ้าหากเกิดความบกพร่องแล้วจะเกิดความเสียหายต่อชื่อเสียงขององค์กรได้

ส่วนอีกปัจจัยหนึ่งที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ คือ ความหลากหลายของตราหือและชนิดสินค้าที่จำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของจารุวรรณ เจริญสุข ซึ่งลูกค้าที่เป็นองค์กรจะให้ความสำคัญกับการเลือกผู้จำหน่ายที่มีสินค้าครบถ้วนตามความต้องการเพราะจะทำให้ไม่ต้องซื้อสินค้าจากหลาย ๆ แหล่งอันจะเป็นการเพิ่มภาระในด้านการจัดเตรียมเอกสารการสั่งซื้อ การติดตามและประเมินผลผู้จำหน่ายโดยไม่จำเป็น ส่วนปัจจัยที่ต้องได้รับการแก้ไข คือ การให้

คำปรึกษา/แนะนำทางวิศวกรรม และการบริการหลังการขายซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จารุวรรณ เจริญสุข ซึ่งลูกค้าที่เป็นองค์กรมีการให้ความสำคัญกับความถูกต้องของชนิดและ คุณสมบัติของสินค้าที่จะนำเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิต เพราะถ้าเกิดความผิดพลาดแล้ว ความเสียหายที่เกิดขึ้นมักจะมีมูลค่าสูงมาก และลูกค้ายังต้องการการให้บริการหลังการขาย เช่น การให้คำแนะนำในการติดตั้ง และบำรุงรักษา เพราะจะช่วยให้ระบบการผลิตมีประสิทธิภาพ สูงที่สุดเท่าที่จะทำได้

#### **ด้านราคา (Price)**

เมื่อนำระดับความพึงพอใจมาพิจารณาร่วมกับระดับของปัญหา พบว่าปัจจัยที่ต้องได้รับการแก้ไข คือ ราคาจำหน่ายของสินค้าที่สูงกว่าคู่แข่งซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จารุวรรณ เจริญสุข ซึ่งลูกค้าที่เป็นองค์กรจะให้ความสำคัญกับระดับราคาจำหน่ายของสินค้าซึ่งจะต้องอยู่ใน ระดับที่เหมาะสม คือ ต่ำที่สุด โดยที่คุณสมบัติของสินค้าและการบริการจะต้องอยู่ในระดับที่ยอมรับ ได้ และมีความสม่ำเสมอของราคาจำหน่าย เพราะนั่นหมายถึงผลกำไรขององค์กร ในท้ายที่สุด

#### **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)**

เมื่อนำระดับความพึงพอใจมาพิจารณาร่วมกับระดับของปัญหา พบว่าปัจจัยที่ต้องได้รับการแก้ไข คือ ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นลินรัตน์ รักกุศล ซึ่งลูกค้าที่เป็นองค์กรจะให้ความสำคัญอย่างมากในเรื่องความตรงต่อเวลา เพราะ ลูกค้าได้จัดเตรียมแผนการผลิตซึ่งจะต้องเกี่ยวข้องกับบุคคลหลาย ๆ ฝ่ายเป็นจำนวนมาก ถ้าหากการจัดส่งสินค้าล่าช้ากว่ากำหนดจะทำให้แผนการผลิตของลูกค้าคลาดเคลื่อนไปซึ่งอาจส่งผลให้เกิด ความเสียหายตามอย่างมากมาย เช่น การผลิตสินค้าไม่ทันตามกำหนดส่งมอบ และความเสียหาย ของสินค้าที่อยู่ในกระบวนการผลิต

#### **ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)**

เมื่อนำระดับความพึงพอใจมาพิจารณาร่วมกับระดับของปัญหา พบว่าปัจจัยที่ต้องได้รับการแก้ไข คือ ความรู้/ความสามารถของพนักงานขาย และความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จารุวรรณ เจริญสุข ซึ่งลูกค้าที่เป็นองค์กรจะให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานขายค่อนข้างมาก เพราะพนักงานขายเป็นผู้ที่ประสานงานระหว่างลูกค้า กับผู้จำหน่ายซึ่งถ้าหากความรู้/ความสามารถ และความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขายอยู่ในเกณฑ์ดี ลูกค้าก็จะได้รับการบริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว ซึ่งจะส่งผลดีต่อทั้งลูกค้าและผู้จำหน่าย เช่น การรับคำสั่งซื้อที่ถูกต้องโดยมีการตรวจสอบชนิด และคุณสมบัติของสินค้าที่ลูกค้าต้องการ อย่างละเอียดถี่ถ้วนก็จะทำให้สามารถจัดส่งสินค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

## ข้อค้นพบ

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่อยู่ในระดับพึงพอใจมากมีเพียงปัจจัยเดียวคือวิธีการชำระเงิน ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ต่างมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางทั้งสิ้น แต่อย่างไรก็ตามเมื่อแยกพิจารณาตามประเภทการประกอบการของลูกค้าพบว่าลูกค้าในแต่ละประเภทการประกอบการมีระดับความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันไป ดังนี้

### ลูกค้าที่ประกอบการด้านผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์

ลูกค้าในกลุ่มนี้มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยย่อยต่าง ๆ ในแต่ละส่วนประสมทางการตลาดในระดับปานกลางเกือบทุกปัจจัย โดยที่มีปัจจัยย่อยเพียง 1 ปัจจัยเท่านั้นที่มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก คือ วิธีการชำระเงิน

### ลูกค้าที่ประกอบการด้านแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร

ลูกค้าในกลุ่มนี้มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยย่อยต่าง ๆ ในแต่ละส่วนประสมทางการตลาดในระดับปานกลางเป็นส่วนใหญ่ โดยที่มีปัจจัยย่อย 8 ปัจจัยที่มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย ความทันต่อเทคโนโลยีของสินค้าที่จัดจำหน่าย ความมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย บริการให้ข้อมูล/ปรึกษาทางวิศวกรรม ระยะเวลาการชำระเงิน/เครดิตเทอม วิธีการชำระเงิน ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับ ห้าง ฯ และมารยาท/การให้ข้อมูลของพนักงานจัดส่ง

### ลูกค้าที่ประกอบการด้านอาหารและเครื่องดื่ม

ลูกค้าในกลุ่มนี้มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยย่อยต่าง ๆ ในแต่ละส่วนประสมทางการตลาดในระดับปานกลางเป็นส่วนใหญ่ โดยที่มีปัจจัยย่อย 6 ปัจจัยที่มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย บริการให้ข้อมูล/ปรึกษาทางวิศวกรรม ระยะเวลาการชำระเงิน/เครดิตเทอม ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับ ห้าง ฯ ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย และจำนวนครั้งในการจัดฝึกอบรมให้กับลูกค้าในรอบปี

### ลูกค้าที่ประกอบการด้านวัสดุก่อสร้าง

ลูกค้าในกลุ่มนี้มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันย่อยต่าง ๆ ในแต่ละส่วนประสมทางการตลาดในระดับปานกลางเป็นส่วนใหญ่ โดยที่มีปัจจัยย่อย 13 ปัจจัยที่มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความทันต่อเทคโนโลยีของสินค้าที่จัดจำหน่าย ความมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย การบรรจุหีบห่อของสินค้า เงื่อนไขการรับประกันสินค้า วิธีการชำระเงิน ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อจนได้รับสินค้า ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับห้าง ฯ ความถูกต้องของประเภท/ชนิดสินค้าที่จัดส่ง สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง ความถูกต้องของเอกสารกำกับสินค้า การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ และจำนวนครั้งในการจัดฝึกอบรมให้กับลูกค้าในรอบปี

### ลูกค้าที่ประกอบการด้านอัญมณีและเครื่องประดับ

ลูกค้าในกลุ่มนี้มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันย่อยต่าง ๆ ในแต่ละส่วนประสมทางการตลาดในระดับมากเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ ความทันต่อเทคโนโลยีของสินค้าที่จัดจำหน่าย ความมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย ความหลากหลายของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย ขนาดบรรจุของสินค้า บริการให้ข้อมูล/ปรึกษาทางวิศวกรรม เอกสารประกอบสินค้า/คู่มือการใช้งาน เงื่อนไขการรับประกันสินค้า ระยะการขึ้นราคาสินค้า การให้ส่วนลดตามปริมาณ การสั่งซื้อ ระยะเวลาการชำระเงิน/เครดิตเทอม วิธีการชำระเงิน ท่าเลที่ตั้งของห้าง ฯ ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อจนได้รับสินค้า ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับห้าง ฯ สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง มารยาท/การให้ข้อมูลของพนักงานจัดส่ง การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ มารยาท/บุคลิกภาพของพนักงานขาย ความเหมาะสมเรียบร้อยของเครื่องแบบพนักงาน ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย และจำนวนครั้งในการจัดฝึกอบรมให้กับลูกค้าในรอบปี



**ลูกค้าที่ประกอบการด้านสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม**

ลูกค้าในกลุ่มนี้มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยย่อยต่าง ๆ ในแต่ละส่วนประสมทางการตลาดในระดับปานกลางเป็นส่วนใหญ่ โดยที่มีปัจจัยย่อย 5 ปัจจัยที่มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย วิธีการชำระเงิน การจัดการรายการส่งเสริมการขายในช่วงต่าง ๆ เช่น การลดราคา การแถมสินค้าพิเศษ การแจกตัวอย่างสินค้า ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย และจำนวนครั้งในการจัดฝึกอบรมให้กับลูกค้าในรอบปี

**ลูกค้าที่ประกอบการด้านอื่น ๆ**

ลูกค้าในกลุ่มนี้มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยย่อยต่าง ๆ ในแต่ละส่วนประสมทางการตลาดในระดับปานกลางในทุกปัจจัย

## ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษานำมาใช้เป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด ตันตืออ โดเมชั่น ได้ดังนี้

### กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวม

#### ด้านผลิตภัณฑ์

ควรมีการนำสินค้าประเภท/ชนิดอื่น ๆ เข้ามาจำหน่าย ทั้งนี้อาจจะกระทำได้โดยการติดต่อผู้นำเข้าหรือตัวแทนจำหน่ายรายใหม่ ๆ หรือการนำเข้าสินค้าที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าเข้ามาจำหน่ายเอง ตลอดจนมีระบบการควบคุมคุณภาพสินค้าที่นำเข้ามาจำหน่ายให้อยู่ในระดับมาตรฐาน

ปรับปรุงเงื่อนไขการรับประกันสินค้า เงื่อนไขการเปลี่ยน/คืนสินค้าให้ดีขึ้น โดยพิจารณาเปรียบเทียบกับคู่แข่งแล้วให้เงื่อนไขการรับประกันที่เท่ากัน หรือดีกว่าถ้าสามารถกระทำได้

ปรับปรุงการให้บริการก่อนและหลังการขายโดยการเพิ่มพนักงานในตำแหน่งวิศวกรประจำฝ่ายการตลาดเพื่อให้คำแนะนำปรึกษาทางด้านวิศวกรรมแก่ลูกค้าและให้บริการหลังการขายแก่ลูกค้า เช่น การให้คำแนะนำในการติดตั้งและบำรุงรักษาผลิตภัณฑ์ที่ซื้อจากทางห้าง ฯ

#### ด้านราคา

ควรพิจารณาปรับปรุงราคาสินค้าให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมโดยการสืบหาข้อมูลราคาของคู่แข่งแล้วปรับราคาขายให้อยู่ในระดับเดียวกันหรือต่ำกว่า ทั้งนี้การนำเข้าสินค้ามาจำหน่ายเองจะทำให้ต้นทุนสินค้าลดลงก็จะสามารถลดราคาจำหน่ายสินค้าลงได้ พิจารณาระยะเวลาการให้เครดิตของลูกค้าแต่ละรายว่าเหมาะสมหรือไม่ หากรายใดที่มีประวัติทางการเงินดีและมียอดซื้อสูง อาจจะพิจารณาให้ระยะเวลาเครดิตที่ยาวขึ้น เช่น จากเดิม 30 วัน เป็น 45 วัน และกำหนดให้มีส่วนลดเงินสดเพื่อเร่งการชำระเงินและเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าอีกทางหนึ่ง

### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ควรเพิ่มความสะดวกในการติดต่อประสานงานระหว่างลูกค้ากับพนักงานขายและส่วนสนับสนุนการขายของห้าง ฯ โดยการเพิ่มเบอร์โทรศัพท์สายตรงและอีเมลล์สำหรับส่วนสนับสนุนการขาย

ปรับปรุงระบบการบริหารสินค้าคงคลังเพื่อให้ระดับของสต็อกสินค้าอยู่ในระดับที่เหมาะสมทั้งนี้ทำได้โดยการประมาณการณ์ยอดขายสินค้าแต่ละรายการไว้ล่วงหน้าและเก็บสต็อกสินค้าไว้ในระดับที่เพียงพอต่อการจำหน่ายในช่วงเวลานั้น อีกประเด็นที่ต้องทำการปรับปรุง คือ สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากลูกค้ามักจะตำหนิว่าสินค้าที่จัดส่งมีสภาพของตัวสินค้าและ/หรือบรรจุภัณฑ์ที่ไม่สมบูรณ์ จึงต้องทำการปรับปรุง โกงตั้งเก็บสินค้าให้มีการใช้พื้นที่ในแนวสูงให้ได้ประโยชน์มากที่สุด โดยการจัดสร้างชั้นเก็บสินค้าแบบวางพาเลตต์ได้หลาย ๆ ชั้น เพื่อลดปัญหาการกดทับกันของสินค้าที่ทำให้สินค้าที่อยู่ชั้นล่างมักเสียหายหรือสภาพของบรรจุภัณฑ์หรือตัวสินค้าอยู่ในสภาพไม่สมบูรณ์

ปรับปรุงระบบการออกเอกสารกำกับสินค้าและระบบตรวจสอบความถูกต้องของสินค้าขาออกโดยการนำเอาระบบบาร์โค้ดเข้ามาใช้

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ควรจัดให้มีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ ให้มากขึ้น เช่น การนำสินค้าที่ลูกค้าสั่งซื้อเป็นประจำมาทำการขายในลักษณะล็อตใหญ่ หรือทำข้อตกลงการสั่งซื้อล่วงหน้ากับลูกค้า บางรายที่สนใจโดยจะมีการให้ส่วนลดเพิ่มเติมจากราคาจำหน่ายปกติ ทั้งนี้ห้าง ฯ ก็จะได้ประโยชน์ด้านการลดความไม่แน่นอนในปริมาณการจำหน่ายของสินค้าแต่ละชนิดจึงสามารถวางแผนการสั่งซื้อ/นำเข้าสินค้านำล่วงหน้าและลดภาระสินค้าคงคลังที่ไม่มีการเคลื่อนไหว

เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของห้าง ฯ และสาระน่ารู้ที่เกี่ยวกับงานด้านวิศวกรรมโดยการออกวารสารรายเดือนส่งตรงไปยังลูกค้าปัจจุบันและลูกค้าเป้าหมาย เปิดเว็บไซต์สำหรับบริการข้อมูลผลิตภัณฑ์ ตลอดจนปรับปรุงระบบการประเมินประสิทธิภาพของพนักงานขาย เพื่อที่จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานขายให้สูงขึ้น

ควรพัฒนาหลักสูตรใหม่ ๆ เพื่อฝึกอบรมให้กับลูกค้าโดยเน้นทางด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่จะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในระบบการผลิตของลูกค้า เช่น การควบคุมกระบวนการผลิตแบบรวมศูนย์โดยใช้คอมพิวเตอร์ การใช้หุ่นยนต์และแขนกลให้กระบวนการผลิต เป็นต้น

### ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับแต่ละกลุ่มธุรกิจ

ลูกค้าในแต่ละกลุ่มธุรกิจมีการให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ เป็นพิเศษแตกต่างกันออกไป จึงขอเสนอแนะปัจจัยที่ห้างฯ ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่มดังนี้

#### ลูกค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์

ลูกค้าในกลุ่มนี้ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษในด้านความหลากหลายของชนิดสินค้าที่จำหน่าย การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ และความถี่ในการเข้าพบของพนักงานขาย เนื่องจากเครื่องจักรของลูกค้าในกลุ่มนี้มีเทคโนโลยีที่ค่อนข้างสูง ต้องการสินค้าที่เป็นเทคโนโลยีใหม่ ๆ และมีความหลากหลายมากพอที่จะสั่งซื้อเข้ามาใช้ให้ตรงกับความต้องการได้ทันที โดยพนักงานขายต้องมีบทบาทในการเข้าพบเพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับความรู้ใหม่ ๆ และสินค้าชนิดใหม่ที่ห้างฯ นำเข้ามาจำหน่าย ให้ลูกค้าทราบ

#### ลูกค้าในกลุ่มแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร

ลูกค้าในกลุ่มนี้ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษในการรับประกันสินค้า และความพร้อมของสต็อกสินค้า เนื่องจากเครื่องจักรของลูกค้าในกลุ่มนี้มีเทคโนโลยีที่ไม่สูงนัก สินค้าที่จะจำหน่ายได้จึงต้องมีความคงทนเป็นจุดขาย หากทางห้างฯ ให้เงื่อนไขการรับประกันสินค้าที่ดีกว่าคู่แข่ง ลูกค้าก็จะซื้อสินค้าของห้างฯ และเนื่องจากสินค้าเกษตรเป็นสินค้าที่จะต้องทำการแปรรูปทันที เพราะมีปัญหาเรื่องการเน่าเสีย เมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้า ทางห้างฯ จะต้องจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าได้ทันที

#### ลูกค้าในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม

ลูกค้าในกลุ่มนี้ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษในด้านความพร้อมของสต็อกสินค้า เนื่องจากลูกค้าในกลุ่มนี้ใช้เทคโนโลยีในการผลิตไม่สูงนัก เครื่องจักรที่ใช้ผลิตมีความคล้ายคลึงกันเกือบทุกที่ และสินค้าต้องมีการผลิตอย่างต่อเนื่อง ไม่สามารถหยุดรอได้เพราะจะทำให้สินค้าระหว่างผลิตเกิดความเสียหาย ดังนั้นหากเครื่องจักรเกิดการเสียหายจะต้องได้รับการซ่อมแซมในระยะเวลาอันสั้นถ้าหากทางห้างฯ มีสินค้าในสต็อกก็จะสามารถให้บริการลูกค้าได้ในทันที

### ลูกค้าในกลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับ

ลูกค้าในกลุ่มนี้ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษในด้านความพร้อมของสต็อกสินค้า และการจัดหาสินค้าตามความต้องการ เนื่องจากลูกค้าในกลุ่มนี้มีการใช้เครื่องจักรขนาดเล็กเป็นส่วนใหญ่ เช่น เครื่องเจียรระโน เครื่องขัดเงา เครื่องชุบเคลือบด้วยสุญญากาศ เป็นต้น ซึ่งอุปกรณ์ที่ใช้จะมีเพียงไม่กี่แบบและบางแบบอาจจำเป็นต้องจัดหาให้เป็นพิเศษ ดังนั้นถ้าทางห้างฯ สามารถจัดหาอุปกรณ์ตามแบบที่ลูกค้าต้องการได้และมีการเก็บสต็อกสินค้าไว้ระดับหนึ่ง ลูกค้าก็จะติดต่อสั่งซื้อเป็นประจำ

### ลูกค้าในกลุ่มวัสดุก่อสร้าง และกลุ่มสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

ลูกค้าในกลุ่มนี้ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษในด้านความพร้อมของสต็อกสินค้า และความถูกต้องรวดเร็วในการออกเอกสารกำกับสินค้า เนื่องจากลูกค้าในกลุ่มนี้มักจะทำการบำรุงรักษาแบบซ่อมแซมเมื่อเสียเท่านั้น ซึ่งจะต้องมีสินค้าให้กับลูกค้าทันทีที่ต้องการและลูกค้ามักจะเดินทางมาเลือกซื้อสินค้าด้วยตนเอง ดังนั้นความถูกต้องและรวดเร็วในการออกเอกสารกำกับสินค้าจึงมีความสำคัญเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

### ลูกค้าในกลุ่มอื่น ๆ

ลูกค้าในกลุ่มนี้ประกอบด้วยโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์และเครื่องตกแต่งบ้าน โรงงานผลิตอุปกรณ์กีฬา และโรงงานผลิตอาหารสัตว์ ซึ่งต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษในด้านความพร้อมของสต็อกสินค้า และความถูกต้องรวดเร็วในการออกเอกสารกำกับสินค้า เนื่องจากลูกค้าในกลุ่มนี้มักจะทำการบำรุงรักษาแบบซ่อมแซมเมื่อเสียเท่านั้น ซึ่งจะต้องมีสินค้าให้กับลูกค้าทันทีที่ต้องการและลูกค้ามักจะเดินทางมาเลือกซื้อสินค้าด้วยตนเอง ดังนั้นความถูกต้องและรวดเร็วในการออกเอกสารกำกับสินค้าจึงมีความสำคัญเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า