

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะกล่าวถึงการสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล รวมทั้งข้อค้นพบและข้อเสนอแนะของความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ บริษัท สยาม โมลดิ้งพลาสติก จำกัด สำหรับกลุ่มลูกค้าภายในประเทศที่จะทำการศึกษา มีจำนวนทั้งสิ้น 60 ราย ซึ่งประกอบด้วยลูกค้าที่ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร จำนวน 54 ราย สุขภัณฑ์ จำนวน 5 ราย และแบบพิมพ์ฟัน จำนวน 1 ราย

สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลจากการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 60 ราย ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.30 ผู้ตอบแบบสอบถามปฏิบัติงานในตำแหน่งหัวหน้าแผนกแบบพิมพ์โมลมากที่สุด จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.70 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในธุรกิจประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารมากที่สุด จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.00 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาการซื้อสินค้าอยู่ในช่วง 0-3 ปี มากที่สุด จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.70 ประเภทปูนพลาสติกที่ใช้มากที่สุดคือ ปูนพลาสติกสำหรับงานแม่แบบ จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.00 ปริมาณการใช้ปูนพลาสติกที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ในช่วง 0-20 ตัน มากที่สุด จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.00 ฝ่ายที่ให้ข้อมูลในการตัดสินใจคือฝ่ายผลิตและฝ่ายบริหารมากที่สุด จำนวน 38 คิดเป็นร้อยละ 63.30 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อคือ ตำแหน่งผู้จัดการ โรงงานมากที่สุด จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.70

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ บริษัท สยามโมลติงพลาสเตอร์ จำกัด

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ บริษัท สยามโมลติงพลาสเตอร์ จำกัด โดยรวม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีการเรียงลำดับดังนี้ ระดับความพึงพอใจโดยรวมด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 3.86 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 3.72 ด้านราคามีค่าเฉลี่ย 3.69 และด้านส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ย 3.64 ตามลำดับ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของ บริษัท สยามโมลติงพลาสเตอร์ จำกัด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของ บริษัท สยามโมลติงพลาสเตอร์ จำกัด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สินค้ามีการระบุชื่อการผลิตชัดเจน รองลงมาคือสินค้ามีความปลอดภัยในการใช้งาน และชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านราคาของ บริษัท สยามโมลติงพลาสเตอร์ จำกัด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาของ บริษัท สยามโมลติงพลาสเตอร์ จำกัด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการแจ้งยอดและเวลาการชำระเงินที่ชัดเจน รองลงมาคือ วิธีการชำระเงิน และมีการแจ้งราคาที่ชัดเจน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของ บริษัท สยามโมลติงพลาสเตอร์ จำกัด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของ บริษัท สยามโมลติงพลาสเตอร์ จำกัด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามชนิดที่สั่งซื้อ รองลงมาคือ จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามจำนวนที่สั่งซื้อ และสภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดของ บริษัท สยามโมลติงพลาสเตอร์ จำกัด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดของ บริษัท สยามโมลติงพลาสเตอร์ จำกัด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สามารถสืบประวัติสินค้าได้เมื่อมีปัญหา รองลงมาคือ สามารถรักษาความลับของลูกค้า และความเอาใจใส่ติดตามงานของผู้แทนขาย/วิศวกรขาย

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ บริษัท สยามโมลดิ้งพลาสติกเตอร์ จำกัด จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ของลูกค้า

ลูกค้าที่ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ บริษัท สยามโมลดิ้งพลาสติกเตอร์ จำกัด โดยรวม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีการเรียงลำดับดังนี้ ระดับความพึงพอใจ โดยรวมด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 3.88 ด้านราคามีค่าเฉลี่ย 3.69 ด้านส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ย 3.65 และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 3.64 ตามลำดับ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของ บริษัท สยามโมลดิ้งพลาสติกเตอร์ จำกัด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของ บริษัท สยาม โมลดิ้งพลาสติกเตอร์ จำกัด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สินค้ามีการระบุชื่อการผลิตชัดเจน รองลงมาคือชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท และสินค้ามีความปลอดภัยในการใช้งาน

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยด้านราคาของ บริษัท สยามโมลดิ้งพลาสติกเตอร์ จำกัด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาของ บริษัท สยาม โมลดิ้งพลาสติกเตอร์ จำกัด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการแจ้งยอดและเวลาการชำระเงินที่ชัดเจน รองลงมาคือวิธีการชำระเงิน และมีการแจ้งราคาที่ชัดเจน

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของ บริษัท สยามโมลดิ้งพลาสติกเตอร์ จำกัด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของ บริษัท สยาม โมลดิ้งพลาสติกเตอร์ จำกัด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามชนิดที่สั่งซื้อ รองลงมาคือจัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามจำนวนที่สั่งซื้อ และสภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดของ บริษัท สยามโมลดิ้งพลาสติกเตอร์ จำกัด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดของ บริษัท สยาม โมลดิ้งพลาสติกเตอร์ จำกัด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ

แรก ได้แก่ สามารถสืบประวัติสินค้าได้เมื่อมีปัญหา รองลงมาคือ มีการแนะนำการใช้สินค้าก่อนการใช้จริง และ สามารถรักษาความลับของลูกค้า

ลูกค้าที่ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทสุขภัณฑ์

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ บริษัท สยามโมลดิ้งพลาสติกเตอร์ จำกัด โดยรวม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทสุขภัณฑ์มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้านยกเว้นด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการเรียงลำดับดังนี้ ระดับความพึงพอใจโดยรวมด้านส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ย 3.86 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 3.78 ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 3.58 และ ด้านราคามีค่าเฉลี่ย 3.43 ตามลำดับ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของ บริษัท สยามโมลดิ้งพลาสติกเตอร์ จำกัด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทสุขภัณฑ์มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของ บริษัท สยามโมลดิ้งพลาสติกเตอร์ จำกัด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สินค้ามีความปลอดภัยในการใช้งาน ขนาดบรรจุของสินค้า และสินค้ามีการระบุชื่อการผลิตชัดเจน

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยด้านราคาของ บริษัท สยามโมลดิ้งพลาสติกเตอร์ จำกัด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทสุขภัณฑ์มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาของ บริษัท สยามโมลดิ้งพลาสติกเตอร์ จำกัด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาจำหน่ายของสินค้าเหมาะสม/ น่าเชื่อถือ รองลงมาคือ มีการแจ้งราคาที่ชัดเจน และระยะเวลาการชำระเงิน/ เสร็จดีเยี่ยม

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของ บริษัท สยามโมลดิ้ง

พลาสติกเตอร์ จำกัด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทสุขภัณฑ์มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของ บริษัท สยามโมลดิ้งพลาสติกเตอร์ จำกัด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อผู้แทนขาย/วิศวกรขาย รองลงมาคือ จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามชนิดที่สั่งซื้อ และความถูกต้องของเอกสารกำกับสินค้า

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดของ บริษัท สยามโมลดิ้งพลาสติกเตอร์ จำกัด

เตอร์ จำกัด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทสุขภัณฑ์มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัย

ด้านส่งเสริมการตลาดของ บริษัท สยามโมลด์อิงพลาสติก จำกัด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้แทนขาย/วิศวกรขายพุดจาสุภาพเรียบร้อย มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างใกล้ชิด สะดวกในการติดต่อ และสามารถสืบประวัติสินค้าได้เมื่อมีปัญหา

ลูกค้าที่ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทแบบพิมพ์ฟัน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ บริษัท สยามโมลด์อิงพลาสติก จำกัด โดยรวม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทแบบพิมพ์ฟันมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีการเรียงลำดับดังนี้ ระดับความพึงพอใจโดยรวมด้านราคา ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.83 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.78 ด้านส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.76 และด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของ บริษัท สยามโมลด์อิงพลาสติก จำกัด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทแบบพิมพ์ฟันมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของ บริษัท สยามโมลด์อิงพลาสติก จำกัด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สินค้ามีความปลอดภัยในการใช้งาน การบรรจุหีบห่อของสินค้า/ พาเลท และขนาดบรรจุของสินค้า

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยด้านราคาของ บริษัท สยามโมลด์อิงพลาสติก จำกัด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทแบบพิมพ์ฟันมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาของ บริษัท สยามโมลด์อิงพลาสติก จำกัด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ระยะเวลาขึ้นราคาสินค้า มีการแจ้งราคาที่ชัดเจน และมีการแจ้งยอดและเวลาการชำระเงินที่ชัดเจน

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของ บริษัท สยามโมลด์อิงพลาสติก จำกัด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทแบบพิมพ์ฟันมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของ บริษัท สยามโมลด์อิงพลาสติก จำกัด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความสะดวก รวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า/ ติดต่อประสานงาน ความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อผู้แทนขาย/วิศวกรขาย และจัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามชนิดที่สั่งซื้อ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดของ บริษัท สยามโมลด์อิงพลาสติก จำกัด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทแบบพิมพ์ฟันมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดของ บริษัท สยามโมลด์อิงพลาสติก จำกัด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ

แรก ได้แก่ มีผู้แทนขาย/วิศวกรขาย มีการจัดรายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ และมีผู้เชี่ยวชาญที่สามารถให้คำปรึกษาในเรื่องปูนพลาสติก

ข้อเสนอแนะของลูกค้า

สำหรับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ได้รับจากผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถเรียบเรียงได้เป็น 3 ประเด็นดังนี้

1. ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ควรปรับปรุงเรื่องการบรรจุหีบห่อของสินค้า ไม่ให้เกิดปัญหาหมีเสยถุงปูนตกลงในเนื้อปูนขณะแกะถุง แต่ละแพคเกจควรมีการบรรจุในจำนวนที่เท่ากันเพื่อสะดวกต่อการตรวจนับ และเข้มงวดเรื่องความถูกต้องของเอกสารกำกับสินค้าให้มากขึ้น
2. ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดด้านราคา ได้แก่ ควรมีการปรับราคาเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่น และควรจัดส่งใบกำกับภาษีให้เร็วขึ้น
3. ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด ได้แก่ จัดทำเอกสารแนะนำสินค้า/ คู่มือการใช้งานที่มีรายละเอียดแนะนำการใช้งานทุกขั้นตอน

อภิปรายผล

เมื่อพิจารณาจากการสรุปผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัท สยาม โมลคิงพลาสติก จำกัด ครั้งนี้ พบว่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมพบว่ามีผลสอดคล้องกับผลการศึกษาวรรชาตันทันติวาจา ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับสุดท้าย ส่วนระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมแต่ละด้านที่เหลือไม่มีความสอดคล้องกันในลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ บริษัท สยาม โมลคิงพลาสติก จำกัด ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่สำคัญที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจมาก คือ ปัจจัยย่อยสินค้ามีการระบุชื่อการผลิตชัดเจนซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด เนื่องจากธรรมชาติของสินค้าปูนพลาสติกเป็นสินค้าที่มีความผันแปรในเรื่องของคุณภาพค่อนข้างมาก โดยเรื่องของระยะเวลาที่ทำการผลิตจนกระทั่งใช้งานเป็นปัจจัยที่สำคัญมาก

ปัจจัยย่อยเรื่องสินค้ามีความปลอดภัยในการใช้งาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจมากเป็นลำดับที่สอง เนื่องจากลักษณะการทำงานของลูกค้าต้องมีการสัมผัสกับผลิตภัณฑ์ ดังนั้นเรื่องของความปลอดภัยในการใช้งาน จึงมีความสำคัญมาก

ปัจจัยย่อยเรื่องชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท สยามโมลด์ิงพลาสติก จำกัด ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจมากเป็นลำดับที่สาม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วรชาติ ตันติวาจา ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อความมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย เนื่องจากลูกค้าที่เป็นผู้ใช้รายสุดท้าย (End Users) จะให้ความสำคัญมากเพราะเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปัจจัยอื่นๆ ที่สำคัญ เนื่องจากลูกค้ามีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้า เพื่อเข้าสู่การผลิตต่อจึงทำให้ลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องของชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท เพราะสามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในเบื้องต้น

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ บริษัท สยามโมลด์ิงพลาสติก จำกัด ในปัจจัยด้านราคา ในระดับมาก มีปัจจัยย่อยที่สำคัญที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจ คือ มีการแจ้งยอดและเวลาการชำระเงินที่ชัดเจน ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจมากเป็นลำดับแรก เนื่องจากการชำระเงินเป็นขั้นตอนที่สำคัญมากในการซื้อขาย หากไม่มีความชัดเจนอาจทำให้เกิดปัญหาได้ในภายหลังและย่อมส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าในที่สุด บริษัท สยามโมลด์ิงพลาสติก จำกัด มีการออกเอกสารใบกำกับภาษีที่เป็นรูปแบบมาตรฐานทุกรายการซื้อขายจึงมีความชัดเจนในเรื่องการแจ้งยอดและเวลาการชำระเงินทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก

ปัจจัยย่อยเรื่องวิธีการชำระเงินผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจมากเป็นลำดับที่สอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วรชาติ ตันติวาจา ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อวิธีการชำระเงิน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจมากเป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ บริษัท สยามโมลด์ิงพลาสติก จำกัด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมาก มีปัจจัยย่อยที่สำคัญที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจ คือ ปัจจัยย่อยจัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามชนิดที่สั่งซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจมากเป็นลำดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วรชาติ ตันติวาจา ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อความถูกต้องของชนิดสินค้าที่จัดส่ง ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจมากเป็นลำดับที่สาม ปัจจัยย่อยเรื่องจัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามจำนวนที่สั่งซื้อผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจมากเป็นลำดับที่สอง และ

สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจมากเป็นลำดับที่สาม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วรชาติ ต้นติวาจา ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อสภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจมากเป็นลำดับที่สี่ เนื่องลูกค้าเป็นผู้ใช้รายสุดท้าย (End Users) มีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าเพื่อเข้าสู่การผลิตต่อ และลักษณะของสินค้าปูนพลาสติกเป็นสินค้าที่มีความเฉพาะเจาะจง ไม่สามารถหาซื้อเพื่อใช้จากท้องตลาดทั่วไป จึงมีความจำเป็นที่จะต้องจัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามชนิดที่สั่งซื้อ จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามจำนวนที่สั่งซื้อ และสภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัท สยาม โมลคิงพลาสติก จำกัด ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก มีปัจจัยย่อยที่สำคัญที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจ คือ สามารถสืบประวัติสินค้าได้เมื่อมีปัญหา (จัดเป็นปัจจัยย่อยหนึ่งด้านกระบวนการให้บริการ) เนื่องจากธรรมชาติของสินค้าของสินค้าปูนพลาสติกเป็นสินค้าที่มีความผันแปรในตัวเอง อีกทั้งในการทำงานของลูกค้ามีปัจจัยร่วมอีกหลายอย่าง เมื่อเกิดปัญหาในการผลิตของลูกค้าโดยเฉพาะในกรณีที่สามารถบ่งชี้ได้ว่าเกิดเนื่องจากปูนพลาสติก จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสามารถสืบประวัติสินค้าได้เมื่อมีปัญหา

บริษัท สยาม โมลคิงพลาสติก จำกัด ขายสินค้าประเภทปูนพลาสติก และยังให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการใช้สินค้าด้วย สำหรับลักษณะของสินค้าอุตสาหกรรมนั้นคุณภาพการบริการจัดได้ว่าเป็นเรื่องสำคัญไม่น้อยไปกว่าคุณภาพสินค้า และพบว่าระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการจากผลการศึกษาครั้งนี้ เมื่ออภิปรายผลตามแนวคิดคุณภาพของการบริการ ได้ดังนี้

1. ความพึงพาได้ หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานในลักษณะที่เชื่อถือได้ ถูกต้อง สม่ำเสมอ จากการศึกษาครั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อความพึงพาได้ในปัจจัยย่อย จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามชนิดที่สั่งซื้อ จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามจำนวนที่สั่งซื้อ และสามารถสืบประวัติสินค้าได้เมื่อมีปัญหาในระดับมาก

2. ความพร้อมในการตอบสนอง หมายถึง ความเต็มใจที่จะให้บริการและช่วยเหลือลูกค้าอย่างรวดเร็ว จากการศึกษาครั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อความพร้อมในการตอบสนองในปัจจัยย่อย มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างใกล้ชิด สะดวกในการติดต่อ มีการให้คำปรึกษา เมื่อเกิดปัญหา อย่างรวดเร็วและสม่ำเสมอ แต่สำหรับปัจจัยย่อยเรื่องความพร้อมของสินค้าในสต็อกมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้น

3. ความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง ทักษะ ความรู้ ความสามารถ เพื่อให้การบริการ

เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จากการศึกษาครั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อความสามารถในการแข่งขันในปีจ้อย่อย มีผู้เชี่ยวชาญที่สามารถให้คำปรึกษาในเรื่องปูนพลาสเตอร์และความรู้ความสามารถของผู้แทนขาย/วิศวกรขายในระดับมาก

4. การเข้าถึงได้ง่าย หมายถึง ความสะดวกในการติดต่อ สามารถเข้าพบได้ง่าย จากการศึกษาครั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อการเข้าถึงได้ง่ายในปีจ้อย่อยความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า/ติดต่อประสานงาน และความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อผู้แทนขาย/วิศวกรขาย ในระดับมาก

5. การมีมารยาทที่ดี หมายถึง ความสุภาพ อ่อนน้อม ให้ความเคารพ ไม่ถือตัว จากการศึกษาครั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อการมีมารยาทที่ดีในปีจ้อย่อยผู้แทนขาย/วิศวกรขายพูดจาสุภาพเรียบร้อยในระดับมาก

6. การติดต่อสื่อสารที่ดี หมายถึง การตั้งใจฟัง และเข้าใจลูกค้า การให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ลูกค้า โดยใช้ภาษา และคำพูดที่ลูกค้าสามารถเข้าใจได้ง่าย จากการศึกษาครั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสารที่ดีในระดับปานกลางในปีจ้อย่อยเรื่องมีการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ และมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ในระดับปานกลาง

7. ความน่าเชื่อถือ หมายถึง มีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้ และมีความซื่อสัตย์ จากการศึกษาครั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อความน่าเชื่อถือในปีจ้อย่อย มีใบรับประกันคุณภาพสินค้าในระดับมาก แต่สำหรับปีจ้อย่อยเรื่องราคาจำหน่ายของสินค้าเหมาะสม/น่าเชื่อถือในระดับปานกลาง

8. ความปลอดภัย หมายถึง การปกป้องลูกค้าจากอันตราย ความเสี่ยง หรือข้อสงสัยต่างๆ เคารพในความลับที่เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า จากการศึกษาครั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อความปลอดภัยในปีจ้อย่อย สินค้ามีความปลอดภัยในการใช้งาน และสามารถรักษาความลับของลูกค้า ในระดับมาก

9. ความเข้าใจ หมายถึง ความพยายามที่จะเข้าใจความต้องการและความจำเป็นของลูกค้า จากการศึกษาครั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อความเข้าใจในปีจ้อย่อย ความเอาใจใส่ติดตามงานของผู้แทนขาย/วิศวกรขาย ในระดับมาก

10. สิ่งที่สัมผัสได้ หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือ อุปกรณ์ รวมถึงบุคลิกภาพ

ของพนักงาน จากการศึกษาครั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อสิ่งที่สัมผัสได้ ในปัจจัยย่อย ผู้แทนขาย/วิศวกรขายแต่งกายสุภาพเรียบร้อย และมีเอกสารแนะนำสินค้า/ คู่มือการใช้งาน ในระดับมาก

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ บริษัทสยามโมลด์คิงพลาสติก จำกัด เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย แต่พบว่าปัจจัยย่อยบางปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับต่ำกว่าปัจจัยย่อยอื่น ดังแสดงในข้อค้นพบดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยเรื่องการบรรจุหีบห่อของสินค้า/ พาเลท โดยเป็นปัญหาการบรรจุหีบห่อที่ก่อให้เกิดปัญหาขณะแกะถุงเพื่อใช้งานแล้วมีเศษถุงปูนตกปนลงในเนื้อปูน และเรื่องปริมาณการบรรจุปูนพลาสติกในแต่ละพาเลทที่ไม่เท่ากัน

ปัจจัยด้านราคา

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีพึงพอใจในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยเรื่องราคาจำหน่ายของสินค้าเหมาะสม/ นำเชื่อถือ โดยเป็นปัญหาราคาที่แพงกว่าคู่แข่งทางการค้ารายอื่น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยเรื่องความพร้อมของสินค้าในสต็อก โดยเป็นปัญหาเรื่องมีสินค้าในสต็อกไม่เพียงพอต่อการขายในแต่ละเดือน

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยเรื่องความถี่ในการเข้าเยี่ยมเยียนของผู้แทนขาย/วิศวกรขาย โดยเป็นปัญหาเรื่องความถี่ในการเข้าเยี่ยมเยียนของผู้แทนขาย/วิศวกรขายไม่เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยเรื่องมีเอกสารแนะนำสินค้า/ คู่มือการใช้งาน โดยเป็นปัญหาเรื่องมีเอกสารแนะนำสินค้า/ คู่มือการใช้งานน้อยไม่เพียงพอและครอบคลุมในทุกชนิดสินค้านำทั้งหมด ไม่มีการปรับปรุงให้ทันสมัยเพียงพอ

และนอกจากนี้ยังมีการค้นพบที่จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ของลูกค้า ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดแตกต่างกันไปดังนี้

ลูก้าที่ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยเรื่อง การบรรจุหีบห่อของสินค้า/ พาเลท

ด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยเรื่อง ราคาจำหน่ายของสินค้าเหมาะสม/ นำเชื่อถือ และระยะเวลาการชำระเงิน/ เครดิตเทอม

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับน้อย ในปัจจัยย่อยเรื่อง ความพร้อมของสินค้าในสต็อก

ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยเรื่อง มีการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ความถี่ในการเข้าเยี่ยมเยียนของผู้แทนขาย/วิศวกรขาย มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างใกล้ชิด สะดวกในการติดต่อ มีการให้คำปรึกษาเมื่อเกิดปัญหาอย่างรวดเร็วและสม่ำเสมอ รับผิดชอบต่อความบกพร่อง/เงื่อนไข การเปลี่ยนคืนสินค้า และมีเอกสารแนะนำสินค้า/คู่มือการใช้งาน

ลูก้าที่ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทสุขภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยเรื่อง ความหลากหลายของชนิดสินค้า คุณภาพสินค้า มีการพัฒนาสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง และชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท

ด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยเรื่อง ระยะเวลาขึ้นราคาสินค้า มีการแจ้งยอดและระยะเวลาการชำระเงินที่ชัดเจน ระยะเวลาการชำระเงิน/ เครดิตเทอม และวิธีการชำระเงิน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยเรื่อง ความพร้อมของสินค้าในสต็อก

ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยเรื่อง มีการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ มีการจัดรายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ มีผู้เชี่ยวชาญที่สามารถให้คำปรึกษาในเรื่องปูนพลาสติก และ มีเอกสารแนะนำสินค้า/คู่มือการใช้งาน

ลูก้าที่ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทแบบพิมพ์พื้น

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับน้อย ในปัจจัยย่อยเรื่อง ความหลากหลายของชนิดสินค้า และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยเรื่อง คุณภาพสินค้า มีการพัฒนาสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง และชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท

เลขหมู่.....๖๕๘.๘
๘ 176๑
สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
๘.๑

ด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยเรื่องราคาจำหน่ายของสินค้าเหมาะสม/ น่าเชื่อถือ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยเรื่องความพร้อมของสินค้าในสต็อก และส่งสินค้าได้ตามกำหนด

ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยเรื่องมีการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ และมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษานำมาใช้ในการปรับปรุงกลยุทธ์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัทสยามโมลคิงพลาสติก จำกัด เพื่อการแข่งขัน ได้ดังนี้

กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์

เนื่องจากลักษณะของถุงในปัจจุบันก่อให้เกิดปัญหาขณะที่ถูกค้ำแกะเปิดถุงเพื่อใช้งานและมักมีเศษพลาสติกตกลงไปปนกับเนื้อปูนพลาสติกและอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพการใช้งานได้ จึงควรมีการออกแบบการบรรจุหีบห่อของสินค้าใหม่ โดยให้ปรับเปลี่ยนวัสดุที่ใช้ทำถุงให้มีความหนาและเนื้อถุงมีความละเอียดแน่นขึ้น แต่ต้องไม่ส่งผลกระทบต่อราคาขายเนื่องจากคู่แข่งรายอื่นไม่ประสบปัญหาเรื่องนี้ และเรื่องบรรจุสินค้าในแต่ละพาเลทต้องบรรจุให้เท่ากันคือ 60 ถุง/ พาเลท แต่หากพาเลทใดที่ไม่เต็มให้ทำการหมายเหตุในใบกำกับสินค้าให้กับลูกค้าด้วยเพื่อความสะดวกในการตรวจรับสินค้าด้วย

ปกติบริษัท ฯ มีการเลือกนำเสนอสินค้าให้เหมาะกับลูกค้าแต่ละราย โดยพิจารณาจากลักษณะและเงื่อนไขการทำงานของลูกค้ารายนั้น ๆ โดยที่การขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันในลูกค้าต่างราย ทางบริษัท ฯ อาจแนะนำสินค้าที่ต่างชนิดกัน ซึ่งส่งผลให้ลูกค้ารู้จักแต่สินค้าชนิดที่แนะนำให้ใช้ ซึ่งในความเป็นจริงแล้วทางบริษัท ฯ มีสินค้าเพื่อใช้ในการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ชนิดนั้นอยู่หลากหลายชนิดด้วยกัน ดังนั้นในขั้นตอนที่จะแนะนำสินค้าให้ผู้แทนขาย/ วิศวกรขายแนะนำสินค้าหลาย ๆ ชนิดที่สามารถใช้ในการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ชนิดนั้น ได้แล้วจึงแสดงให้เห็นว่าเหตุใดจึงเลือกแนะนำสินค้าชนิดนั้น เพราะจะทำให้ลูกค้าได้รู้จักสินค้าหลากหลายชนิดมากขึ้น ส่วนลูกค้าที่ใช้สินค้าของบริษัท ฯ เป็นประจำอยู่แล้วผู้แทนขายหรือวิศวกรขายก็สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่มีอยู่นอกเหนือจากที่ลูกค้าใช้อยู่ได้เพื่อเป็นข้อมูลและทางเลือกให้แก่ลูกค้า ในกรณีที่สินค้าที่ใช้อยู่

ทั้งที่เป็นสินค้าของทางบริษัท ฯ และสินค้าของกลุ่มมีปัญหาจำเป็นต้องเปลี่ยนหรือลูกค้าขยายกำลังการผลิต

ทางบริษัท ฯ จะส่งสินค้าก็ต่อเมื่อสินค้าผ่านการตรวจคุณภาพแล้ว ซึ่งในหนึ่งถือการผลิตก่อนส่งสินค้าจริงจะมีการตรวจคุณภาพหนึ่งครั้ง ดังนั้นจึงมี 2 วิธีที่ทำได้เพื่อเพิ่มความมั่นใจเรื่องคุณภาพของสินค้า คือ วิธีที่หนึ่งเพิ่มความถี่ในการตรวจสอบคุณภาพมากขึ้นในลูกค้าที่เข้มงวดหรือมักมีปัญหาเรื่องคุณภาพ หรือวิธีที่สองในลูกค้าที่มีปัญหาเรื่องคุณภาพอันมีสาเหตุมาจากสเปคของสินค้าไม่เหมาะสม เช่น สเปคที่กำหนดไว้มีความขัดแย้งในตัวเอง หรือเมื่อลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการทำงานบางอย่างทำให้สเปคที่ใช้อยู่ไม่เหมาะสม ต้องมีการเจรจากับลูกค้าเพื่อตกลงร่วมกันเกี่ยวกับสเปคของสินค้าใหม่

จากกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดในภาพรวมพบว่าในกลุ่มลูกค้าประเภทแบบพิมพ์พิมพ์มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในเรื่อง การพัฒนาสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยต้องมีการกำหนดเป้าหมายไว้ว่าใน 1 ปีจะมีการออกสินค้าชนิดใหม่สำหรับลูกค้ากลุ่มนี้รวมทั้งชนิดและอาจตั้งเป้าหมายไว้เป็นรายเดือนด้วย

ด้านราคา

ปกติราคาจำหน่ายของสินค้าขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ได้แก่ ปริมาณการใช้ปูนพลาสติกต่อเดือน ชนิดของปูนพลาสติกที่ใช้ ลักษณะการเป็นลูกค้า (ลูกค้าทั่วไปหรือลูกค้าประจำ) เป็นต้น ทางบริษัท ฯ ควรจะมีการพิจารณาปรับลดราคาจำหน่ายของสินค้าบางชนิด และสำหรับลูกค้าบางกลุ่ม โดยทั้งนี้ต้องพิจารณาร่วมกับราคาของกลุ่มคู่แข่งและไม่ควรปรับลดจนเป็นการทำให้ราคาตลาดตกต่ำลง เพราะจะส่งผลเสียต่อบริษัท ฯ ในที่สุด

พิจารณาประวัติการชำระเงินของลูกค้า หากรายใดมีประวัติที่ถือว่าพิจารณาระยะเวลาการชำระเงินให้นานขึ้น เช่นเดิมจาก 30 วันเป็น 45 วัน เป็นต้น

ปกติแล้วทางบริษัท ฯ จะมีการปรับราคาสินค้าทุก ๆ ต้นปี และขึ้นราคาไว้ประมาณ 1 ปี แต่ในกรณีที่เสนอราคาตอนปลายปีควรขึ้นราคารุนั้นให้ถึงสิ้นปีหน้าไม่ควรปรับเปลี่ยนราคาตอนต้นปีอีก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลักษณะการส่งสินค้าของลูกค้าโดยปกติมี 2 แบบ คือ แจกล่วงหน้ามาก่อน ซึ่งทำให้ฝ่ายผลิตสามารถวางแผนการผลิตล่วงหน้าได้ และลูกค้าที่ไม่มีการแจ้งกำหนดการส่งสินค้าล่วงหน้ามาก่อน ซึ่งปัญหามักเกิดกับลูกค้ากลุ่มนี้ ดังนั้นทางบริษัท ฯ จึงควรประมาณการณ์ยอดขายสินค้าแต่ละชนิดของแต่ละเดือนไว้ล่วงหน้า และทำการผลิตสินค้าเพื่อเก็บสต็อกให้เพียงพอในแต่ละเดือน และอีกเรื่องที่ต้องทำการแก้ไข คือ มีกระบวนการในการขายสินค้าง่ายและสะดวก เนื่องจากการอนุมัติ

แต่งตั้งลูกค้าในปัจจุบันต้องรอการอนุมัติจากสำนักงานใหญ่ของเครือซิเมนต์ไทย อาจทำเรื่องขอ อนุมัติให้มีการอนุมัติแต่งตั้งลูกค้าได้โดยตรงที่บริษัท สยาม โมลคิงพลาสติก จำกัด เพื่อลด ขั้นตอนและเวลา

ด้านส่งเสริมการตลาด

เพิ่มความถี่ในการเข้าเยี่ยมเยียนลูกค้าของผู้แทนขาย/วิศวกรขายให้มากขึ้น โดยควรมีการจัดตารางการเยี่ยมลูกค้าไว้ล่วงหน้า และกำหนดเป้าหมายความถี่ในการเข้าเยี่ยมลูกค้าโดยพิจารณา ตามความเหมาะสมของลูกค้าแต่ละราย และต้องมีการติดตามสถานการณ์ของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยที่ผู้แทนขาย/วิศวกรขายต้องมีการสรุปรายงานความคืบหน้าและติดตามสถานการณ์ลูกค้าในที่ ประชุมบริษัท ฯ เกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าทุก ๆ 2 อาทิตย์หรืออาจเร็วกว่านี้หากมีเรื่อง ลูกเงิน เพื่อที่จะสามารถให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าเมื่อเกิดปัญหาได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังมีความ สม่ำเสมออีกด้วย

มีการจัดทำเอกสารแนะนำสินค้า/ คู่มือการใช้งาน ที่ครอบคลุมหัวข้อสำคัญ มีรายละเอียด ของทุกขั้นตอนที่จำเป็นสำหรับการทำงานของลูกค้า และมีความทันสมัยอยู่เสมอ โดยมีการกำหนด ระยะเวลาที่แน่นอนในการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ

เพิ่มการลงโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น วารสารเกี่ยวกับเซรามิค เป็นสปอนเซอร์ให้กับลูกค้า เนื่องในโอกาสสำคัญเช่นได้รับการรับรองมาตรฐานต่าง เป็นสปอนเซอร์ให้กับงานเซรามิคต่าง ๆ เป็นต้น โดยมีการกำหนดเป้าหมายไว้ว่าใน 1 ปีจะมีการลงโฆษณาในสื่อใดบ้าง และจำนวนกี่ครั้ง

จัดให้มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ของบริษัท ฯ เช่น ทำโบรชัวร์ประชาสัมพันธ์ บริษัท ฯ จัดงานสัมมนาเชิงวิชาการ จัดเวิร์คชอปเมื่อมีสินค้าชนิดใหม่ เป็นต้น เพื่อเป็นการ ประชาสัมพันธ์บริษัท ฯ โดยมีการกำหนดเป้าหมายการทำประชาสัมพันธ์ในแต่ละปีไว้ด้วย

จากกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดในภาพรวมพบว่าในกลุ่มลูกค้าประเภทเครื่องใช้บน โต๊ะ อาหารมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในเรื่อง ผู้แทนขาย/ วิศวกรขายต้องมีการติดตามสถานการณ์ลูกค้า อย่างใกล้ชิด ต่อเนื่องให้มากขึ้น หากเกิดปัญหาให้ทำการติดตามหาสาเหตุโดยเร็ว หากปัญหาเกิด เนื่องมาจากปูนพลาสติกของบริษัท ฯ ให้แสดงความรับผิดชอบต่อความบกพร่องและเปลี่ยน สินค้าคืนให้แก่ลูกค้าไม่ควรปล่อยให้ปัญหาหายไปเอง ลูกค้าประเภทสุขภัณฑ์มีข้อเสนอแนะ เพิ่มเติมในส่วนต่างในเรื่อง ให้ผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาในเรื่องปูนพลาสติก แก่ลูกค้า โดยเฉพาะ ในกรณีที่ลูกค้าเกิดปัญหาจากการใช้งานสินค้า หรือมีการใช้สินค้าชนิดใหม่ให้มากขึ้น

ข้อจำกัดของการศึกษา

เนื่องจากผลการศึกษาของลูกค้ากลุ่มแบบพิมพ์ฟิมมีจำนวนประชากรเพียง 1 ราย การนำ ข้อมูลไปใช้อาจต้องระมัดระวังในเรื่องนี้