

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของตัวแทนจำหน่ายปูนซีเมนต์อุตสาหกรรม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ ผู้ศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลเกี่ยวกับกิจการของร้านค้าช่วงปูนซีเมนต์สูง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 55.30 เพศหญิง ร้อยละ 44.70 ส่วนใหญ่อยู่อายุ 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.40 รองลงมาอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.80 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46.80 รองลงมาคืออนุปริญญา หรือ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 23.40 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้รวมของสถานประกอบการเฉลี่ยต่อเดือน อยู่ระหว่าง 1,000,000 – 2,000,000 บาท และน้อยกว่า 1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.70 เท่ากัน รองลงมา มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 3,000,001 – 4,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.90 ส่วนใหญ่ มีกิจการในแบบร้านค้าหรือเจ้าของกิจการคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 61.70 รองลงมา มีกิจการในแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด คิดเป็นร้อยละ 36.20 ส่วนใหญ่ มีตำแหน่งเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 85.10 รองลงมา มีตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 8.50 ส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง มากกว่า 7 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.40 รองลงมา มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 6-7 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.10 ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์สูงในสถานประกอบการ ส่วนใหญ่คือ เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 97.90

ข้อมูลเกี่ยวกับกิจการของร้านค้าช่วงปูนซีเมนต์สูง

กิจการของร้านค้าช่วงปูนซีเมนต์สูงที่ซื้อสินค้าจากตัวแทนจำหน่ายปูนซีเมนต์ มีร้านค้าช่วงเลือกซื้อปูนซีเมนต์อุตสาหกรรม จาก บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 97.90 รองลงมา ได้แก่ ปูนซีเมนต์อุตสาหกรรม เสือ จาก บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 76.60 เหตุผลที่ร้านค้าช่วงเลือกซื้อปูนซีเมนต์สูงจากตัวแทนจำหน่ายต่างๆ เนื่องจากผู้ซื้อจะจงใจห้อมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.00 รองลงมา ได้แก่ ราคาถูกกว่าตัวแทนจำหน่ายอื่น คิดเป็นร้อยละ 74.50

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของตัวแทนจำหน่ายปูนซีเมนต์ถุงตราอินทรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.63 ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมาก ลำดับแรกคือ มาตรฐานสินค้า (3.86) รองลงมา คือ การยอมรับในตราชื่อ/คุณภาพของสินค้า (3.95)

ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.30 ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมาก ลำดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ (3.88) รองลงมา คือ การให้วงเงินเพียงพอต่อการซื้อ (3.70)

ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.23 ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมาก ลำดับแรกคือ การบริการจัดส่งสินค้า (3.72) รองลงมาคือ การจัดส่งสินค้ารวดเร็วตรงตามเวลา (3.51)

ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.34 ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมาก ลำดับแรกคือ ความน่าสนใจในการโฆษณาของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายทำให้ผู้บริโภคจำได้ (3.60) รองลงมาคือ ความถี่ในการโฆษณาของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายทำให้ผู้บริโภคจดจำ (3.56)

สรุปได้ว่าความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของตัวแทนจำหน่ายปูนซีเมนต์ถุงตราอินทรี โดยรวมมีความพึงพอใจระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามประสิทธิภาพในการขายปูนซีเมนต์ถุงและรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ

ความพึงพอใจของร้านค้าช่วง จำแนกตามประสิทธิภาพในการขายปูนซีเมนต์ถุง

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 โดยร้านค้าช่วงที่มีประสิทธิภาพในการขายปูนซีเมนต์ถุง 1-3 ปี, 4-5 ปี, 6-7 ปีและมากกว่า 7 ปี มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.45, 3.67, 3.68 และ 3.65 ตามลำดับ ปัจจัยย่อยของร้านค้าช่วงที่มีประสิทธิภาพในการขายปูนซีเมนต์ถุง 1-3 ปี พึงพอใจสูงสุดคือ ความจดจำในตราชื่อของสินค้า ประสิทธิภาพในการขาย

ปูนซีเมนต์สูง 4-5 ปีและ 6-7 ปี มีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ คุณภาพของสินค้าเหมาะสมกับการใช้งาน ร้านค้าช่วงที่มีประสิทธิภาพในการขายปูนซีเมนต์สูง 6-7 ปี และมากกว่า 7 ปี มีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ การยอมรับในตราหือของสินค้า

ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ร้านค้าช่วงที่มีประสิทธิภาพในการขายปูนซีเมนต์สูง 1-3 ปี, 4-5 ปี, 6-7 ปีและมากกว่า 7 ปี มีความพึงพอใจด้านราคาในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.09,3.33,3.28 และ 3.33 ตามลำดับ โดยร้านค้าช่วงมีปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดเหมือนกันคือ ราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ

ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 ร้านค้าช่วงที่มีประสิทธิภาพในการขายปูนซีเมนต์สูง 1-3 ปี, 4-5 ปี, 6-7 ปีและมากกว่า 7 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.18,3.29,3.33 และ 3.21 ตามลำดับ โดยปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดของร้านค้าช่วงที่มีประสิทธิภาพในการขายปูนซีเมนต์สูง 1-3 ปี คือ ความพร้อมของสินค้าในสต็อก ร้านค้าช่วงที่มีประสิทธิภาพ 4-5 ปี มีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ ความสะดวกในการสั่งซื้อ และร้านค้าช่วงที่มีประสิทธิภาพ 6-7 ปี และมากกว่า 7 ปี มีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ การบริการจัดส่งสินค้า

ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 ร้านค้าช่วงที่มีประสิทธิภาพในการขายปูนซีเมนต์สูง 1-3 ปี, 4-5 ปี, 6-7 ปีและมากกว่า 7 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.36,3.31,3.33 และ 3.19 ตามลำดับ โดยปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดของร้านค้าช่วงที่มีประสิทธิภาพในการขายปูนซีเมนต์สูง 1-3 ปี คือ พนักงานของตัวแทนจำหน่ายมีความสุภาพ อ่อนน้อมน่าประทับใจ ร้านค้าช่วงที่มีประสิทธิภาพ 4-5 ปี มีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ ความถี่ในการโฆษณาของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายทำให้ผู้บริโภคจดจำ และร้านค้าช่วงที่มีประสิทธิภาพในการขายปูนซีเมนต์สูง 6-7 ปี และมากกว่า 7 ปี มีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ ความน่าสนใจในการโฆษณาของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายทำให้ผู้บริโภคจำได้

ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงปูนซีเมนต์สูง จำแนกตามรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.64 ร้านค้าช่วงปูนซีเมนต์สูงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ น้อยกว่า 1,000,000 บาท, 1,000,000-2,000,000 บาท, 2,000,001-3,000,000 บาท, 3,000,001-4,000,000 บาทและมากกว่า 4,000,000 บาท มีความพึงพอใจระดับมาก ค่าเฉลี่ย

3.74, 3.56, 3.81, 3.62 และ 3.55 ตามลำดับ โดยปัจจัยย่อยที่ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ น้อยกว่า 1,000,000 บาท และ 1,000,000-2,000,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุดคือ การยอมรับใน ตรายี่ห้อ/คุณภาพของสินค้า และร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ 2,000,001-3,000,000 บาท, 3,000,001-4,000,000 บาท และมากกว่า 4,000,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ ความ จดจำในตรายี่ห้อของสินค้า

ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ใน ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.30 ร้านค้าช่วงปูนซีเมนต์ถุงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยน้อยกว่า 1,000,000 บาทและ 2,000,001-3,000,000 บาท มีความพึงพอใจระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.50 เท่ากัน ร้านค้าช่วง ปูนซีเมนต์ถุงที่มีรายได้รวมเฉลี่ย 1,000,000-2,000,000 บาท, 3,000,001-4,000,000 บาทและ มากกว่า 4,000,000 บาท มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.25, 3.16 และ 3.11 ตามลำดับ โดยปัจจัยย่อยที่ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ น้อยกว่า 1,000,000 บาท, 1,000,000- 2,000,000 บาท, 3,000,001-4,000,000 บาท และมากกว่า 4,000,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุดคือ การให้วงเงินเพียงพอต่อการซื้อ และร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ 2,000,001-3,000,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ ราคาสินค้ามีให้เลือกหลายระดับ

ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัด จำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.24 ร้านค้าช่วงปูนซีเมนต์ถุงที่มีรายได้รวม เฉลี่ยน้อยกว่า 1,000,000 บาท มีความพึงพอใจระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.43 ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวม เฉลี่ย 1,000,000-2,000,000 บาท, 2,000,001-3,000,000 บาท, 3,000,000-4,000,001 บาทและ มากกว่า 4,000,000 บาท มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.28, 3.04, 3.14 และ 3.08 ตามลำดับ โดยปัจจัยย่อยที่ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ น้อยกว่า 1,000,000 บาทและ 2,000,001-3,000,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุดคือ ความพร้อมของสินค้าในสต็อก และร้านค้า ช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ 1,000,000-2,000,000 บาท, 2,000,001-3,000,000 บาท, 3,000,001-4,000,000 บาท และมากกว่า 4,000,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ การบริการ จัดส่งสินค้า

ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 ร้านค้าช่วงปูนซีเมนต์ถุงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน ของกิจการ น้อยกว่า 1,000,000 บาท, 1,000,000-2,000,000 บาท, 2,000,001-3,000,000 บาท, 3,000,001-4,000,000 บาทและมากกว่า 4,000,000 บาท มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.37, 3.18, 3.30, 3.18 และ 3.21 ตามลำดับ โดยปัจจัยย่อยที่ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของ กิจการ น้อยกว่า 1,000,000 บาท, 1,000,000-2,000,000 บาทและมากกว่า 4,000,000 บาท มีความพึง

พอใจสูงสุดคือ พนักงานของตัวแทนจำหน่ายมีความสุภาพ อ่อนน้อมน่าประทับใจ และร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ 2,000,001-3,000,000 บาทและ 3,000,001-4,000,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ ความถี่ในการโฆษณาของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่าย ทำให้ผู้บริโภคจดจำ

ส่วนที่ 4 ปัญหาของร้านค้าช่วง

ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาของร้านค้าช่วงปูนซีเมนต์อุตสาหกรรมด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่คือ งบประมาณที่ต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 80.90 รองลงมา คือ สินค้าเก็บไว้ไม่ได้นาน คิดเป็นร้อยละ 44.70

ปัญหาของร้านค้าช่วงปูนซีเมนต์อุตสาหกรรมด้านราคา ส่วนใหญ่คือ ราคาสินค้าสูงกว่าคู่แข่ง คิดเป็นร้อยละ 76.60 รองลงมา คือ ราคาสินค้าไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ ร้อยละ 72.30

ปัญหาของร้านค้าช่วงปูนซีเมนต์อุตสาหกรรมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่คือ การไม่มีงบประมาณที่สำรองกรณีแตกเสียหาย คิดเป็นร้อยละ 83.00 รองลงมา คือ พื้นที่จัดเก็บสินค้าไม่มีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 19.10 และขาดความสะดวกในการขนส่งสินค้า ร้อยละ 12.80

ปัญหาของร้านค้าช่วงปูนซีเมนต์อุตสาหกรรมด้านส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่คือ การขาดการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด การชิงโชค การแจกแถม คิดเป็นร้อยละ 70.20 รองลงมา คือ การไม่เคยได้รับแจ้งข้อมูลการส่งเสริมการขายหรือแจ้งล่าช้า คิดเป็นร้อยละ 40.40

อภิปรายผล

จากการศึกษาความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของตัวแทนจำหน่ายปูนซีเมนต์อุตสาหกรรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ร้านค้าช่วงมีความพึงพอใจโดยรวมระดับปานกลาง

ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความพึงพอใจ 2 ลำดับแรกคือมาตรฐานสินค้า และการยอมรับในตราหือ/คุณภาพของสินค้า ซึ่งมีผลสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมพงษ์ แจ่มเจษฎา (2543) ที่พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้ปูนซีเมนต์ด้วยความเชื่อมั่นในคุณภาพเป็นสำคัญ และมีการเจาะจงตราสินค้าของปูนซีเมนต์มากขึ้น

ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยของความพึงพอใจระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมา คือ การให้วงเงินเพียงพอต่อการซื้อ และการให้เครดิตการชำระเงิน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วสันต์ ลิขิตเสถียร (2546) ที่ศึกษาปัจจัยที่มี

อิทธิพลต่อผู้ค้าส่งปูนซีเมนต์สูง เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยทางด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือ การให้เครดิตการชำระเงิน

ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยของความพึงพอใจที่ระดับมากที่สุดคือการบริการจัดส่งสินค้าและการจัดส่งสินค้าตรงตามเวลา จากการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับวสันต์ ลิขิตเสถียร (2546) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าส่งปูนซีเมนต์สูง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าการจัดส่งสินค้าตรงตามเวลาที่มีอิทธิพลต่อการซื้อมากที่สุด การศึกษาครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วนิตา เกาค้าง (2546) ที่ศึกษาว่าความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจมากที่สุดคือ ระยะเวลาการเปิด-ปิด การให้บริการขายสินค้า ทั้งนี้สินค้าปูนซีเมนต์สูงแตกต่างกับสินค้ากระเบื้องมุงหลังคาเพราะปูนซีเมนต์สูงไม่สามารถเก็บไว้ได้นานจึงต้องมีการจัดส่งให้ตรงตามเวลา

ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่พึงพอใจระดับมาก 3 อันดับแรกประกอบด้วย พนักงานของตัวแทนจำหน่ายมีความสุภาพ อ่อนน้อมน่าประทับใจ ความน่าสนใจในการโฆษณาของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายทำให้ผู้บริโภคจำได้ ความถี่ในการโฆษณาของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่าย ทำให้ผู้บริโภคจดจำ สอดคล้องกับการศึกษาของ วนิตา เกาค้าง (2546) ที่ศึกษาความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อบริษัท โอติมปิถกระเบื้องไทย จำกัด พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจในระดับมากกับปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสารและวารสารต่างๆ ไปยังผู้บริโภค

ข้อค้นพบ

ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะมาตรฐานสินค้า การยอมรับในตราสัญลักษณ์/คุณภาพของสินค้าและคุณภาพของสินค้าเหมาะสมกับการใช้งาน ความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยราคาสินค้าต้องเหมาะสมกับคุณภาพ การให้เงินเพียงพอต่อการซื้อ และการให้เครดิตการชำระเงิน คือปัจจัยทางด้านราคาที่สำคัญที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วง ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยต้องพยายามรักษาจุดแข็งด้านความสะดวกในการสั่งซื้อ การบริการจัดส่งสินค้า และการจัดส่งสินค้ารวดเร็วตรงตามเวลา ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 34 แสดงความพึงพอใจของร้านค้าข้างอันดับแรกของแต่ละปัจจัยย่อยในส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ประสิทธิภาพการขายเพิ่มขึ้นมากที่สุด				ระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ (บาท)				
	1-3 ปี	4-5 ปี	6-7 ปี	มากกว่า 7 ปี	น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000-2,000,000	2,000,001-3,000,000	3,000,001-4,000,000	มากกว่า 4,000,000
ด้านผลิตภัณฑ์	ความจดจำในตราชี้หือของสินค้า 4.00	คุณภาพของสินค้าเหมาะสมกับการใช้งาน 4.33	การยอมรับในตราชี้หือของสินค้า 4.00	การยอมรับในตราชี้หือของสินค้า 3.94	การยอมรับในตราชี้หือ/คุณภาพของสินค้า 4.15	การยอมรับในตราชี้หือ/คุณภาพของสินค้า 3.92	ความจดจำในตราชี้หือของสินค้า 4.00	ความจดจำในตราชี้หือของสินค้า 4.00	ความจดจำในตราชี้หือของสินค้า 3.80
ด้านราคา	ราคาสินค้ามีให้เลือกหลายระดับ 3.80	ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ - 4.00	ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ 4.00	ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ 3.93	ราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ 4.31	การให้วงเงินเพียงพอต่อ - การซื้อ 3.62	ราคาสินค้ามีให้เลือกหลายระดับ 3.75	การให้วงเงินเพียงพอต่อ การซื้อ 4.00	การให้วงเงินเพียงพอต่อ การซื้อ 3.50

ตารางที่ 34(ต่อ) แสดงความพึงพอใจของร้านค้าช่วงอันดับแรกของแต่ละปัจจัยย่อยในส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วน ประสม ทางการตลาด	ประสบการณ์ในการขายปุ๋ยเคมีมาตรฐาน				ระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ (บาท)				
	1-3 ปี	4-5 ปี	6-7 ปี	มากกว่า 7 ปี	น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000- 2,000,000	2,000,001- 3,000,000	3,000,001- 4,000,000	มากกว่า 4,000,000
ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	ความพร้อม ของสินค้า ในสต็อก 3.80	ความสะดวก ในการสั่งซื้อ 3.67	การบริการ จัดส่งสินค้า 3.89	การบริการ จัดส่งสินค้า 3.74	ความพร้อม ของสินค้า ในสต็อก 3.85	การบริการ จัดส่งสินค้า 3.62	การบริการ จัดส่งสินค้า 3.25	การบริการ จัดส่งสินค้า 4.14	การบริการ จัดส่งสินค้า 3.80
ด้านการส่งเสริม การตลาด	พนักงานของ ตัวแทน จำหน่ายมีความ สุภาพอ่อนน้อม น่าประทับใจ 4.20	ความถี่ในการ โฆษณาของผู้ ผลิตและตัว แทนจำหน่าย ทำให้ผู้บริโภค จดจำ 3.83	ความน่าสนใจ ในการโฆษณา ของผู้ผลิตและ ตัวแทน จำหน่ายทำให้ ผู้บริโภคจำได้ 3.78	ความ น่าสนใจใน การโฆษณา ของผู้ผลิต และตัวแทน จำหน่ายทำให้ ผู้บริโภค จำได้ 3.63	พนักงาน ของตัวแทน จำหน่ายมี ความสุภาพ อ่อนน้อม น่า ประทับใจ 3.77	พนักงาน ของตัวแทน จำหน่ายมี ความสุภาพ อ่อนน้อม น่า ประทับใจ 3.77	ความถี่ใน การโฆษณา ของผู้ผลิต และตัวแทน จำหน่ายทำให้ ผู้บริโภค จดจำ 3.57	ความถี่ใน การโฆษณา ของผู้ผลิต และตัวแทน จำหน่ายทำให้ ผู้บริโภค จดจำ 3.86	พนักงาน ของตัวแทน จำหน่ายมี ความสุภาพ อ่อนน้อม น่า ประทับใจ 3.80

จากตารางที่ 34 แสดงถึงความพึงพอใจของร้านค้าช่วงสูงสุดอันดับแรกของแต่ละปัจจัยย่อยในส่วนประสมทางการตลาดแยกตามประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูงและรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ

ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ แยกตามประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์พบว่ามีความพึงพอใจระดับมากทั้งหมด ปัจจัยย่อยอันดับรองลงมาของร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 1-3 ปี และ 4-5 ปี คือ สินค้ามีมาตรฐาน ร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ 6-7 ปี และ มากกว่า 7 ปี มีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจอันดับรองลงมาคือ ความสดใหม่ของสินค้า แยกตามระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ พบว่าระดับรายได้รวมเฉลี่ยน้อยกว่า 1,000,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจอันดับรองลงมาคือ สินค้ามีมาตรฐานคุณภาพของสินค้าเหมาะสมกับการใช้งาน และความจดจำในตราหือของสินค้า ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ 1,000,000-2,000,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจอันดับรองลงมาคือ สินค้ามีมาตรฐานคุณภาพของสินค้าเหมาะสมกับการใช้งาน ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ 2,000,001-3,000,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจอันดับรองลงมาคืออายุการเก็บรักษาของสินค้า การบริการหลังการขาย และการยอมรับในตราหือ/คุณภาพของสินค้า ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ 3,000,001-4,000,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจอันดับรองลงมาคือ สินค้ามีมาตรฐานร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ มากกว่า4,000,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจอันดับรองลงมาคือความจดจำในตราหือของสินค้า

ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านราคา แยกตามประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์พบว่ามีความพึงพอใจระดับปานกลางทั้งหมด ปัจจัยย่อยอันดับรองลงมาของร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 1-3 ปี คือราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ ร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 4-5 ปี, 6-7 ปี และ มากกว่า 7 ปี มีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจอันดับรองลงมาคือ การให้วงเงินเพียงพอต่อการซื้อ แยกตามระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการพบว่า ระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการน้อยกว่า 1,000,000 บาท และมากกว่า 4,000,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจอันดับรองลงมาคือ การให้วงเงินเพียงพอต่อการซื้อ ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ 1,000,000-2,000,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจอันดับรองลงมาคือการให้เครดิตการชำระเงิน ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ 2,000,001-3,000,000 บาท และ3,000,001-4,000,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจอันดับรองลงมาคือราคาสินค้ามีความยืดหยุ่นสูง

ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปีจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแยกตามประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์พบว่ามีความพึงพอใจระดับปานกลางทั้งหมด ปีจจัยย่อยอันดับรองลงมาของร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 1-3 ปี คือ การบริการจัดส่งสินค้า ร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 4-5 ปี มีปีจจัยย่อยที่พึงพอใจอันดับรองลงมาคือ ความพร้อมของสินค้าในสต็อก ร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 6-7 ปี และมากกว่า 7 ปี มีปีจจัยย่อยที่พึงพอใจอันดับรองลงมาคือ การจัดส่งสินค้ารวดเร็วตรงตามเวลา แยกตามระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการพบว่า ระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการน้อยกว่า 1,000,000 บาท, 1,000,000-2,000,000 บาท และ 2,000,001-3,000,000 บาท มีปีจจัยย่อยที่พึงพอใจอันดับรองลงมาคือ ความสะดวกในการสั่งซื้อ ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ 3,000,001-4,000,000 บาท และมากกว่า 4,000,000 บาท มีปีจจัยย่อยที่พึงพอใจอันดับรองลงมาคือการจัดส่งสินค้ารวดเร็วตรงตามเวลา

ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปีจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางการส่งเสริมการตลาดแยกตามประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์พบว่ามีความพึงพอใจระดับปานกลางทั้งหมด ปีจจัยย่อยอันดับรองลงมาของร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 1-3 ปี คือ ความสม่ำเสมอของพนักงานของตัวแทนจำหน่าย ร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 4-5 ปี มีปีจจัยย่อยที่พึงพอใจอันดับรองลงมาคือ สื่อในการโฆษณาเช่นป้าย โฆษณา แคตตาล็อก การโฆษณาทางสื่อวิทยุ ความน่าสนใจในการโฆษณาของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายทำให้ผู้บริโภคจำได้ และพนักงานของตัวแทนจำหน่ายมีความสุภาพอ่อนน้อมน่าประทับใจ ร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 6-7 ปี และประสบการณ์มากกว่า 7 ปี มีปีจจัยย่อยที่พึงพอใจอันดับรองลงมาคือ ความถี่ในการโฆษณาของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายทำให้ผู้บริโภคจดจำ และพนักงานของตัวแทนจำหน่ายมีความสุภาพอ่อนน้อมน่าประทับใจ แยกตามระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการพบว่า ระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการน้อยกว่า 1,000,000 บาท, 1,000,000-2,000,000 บาท และ 3,000,001-4,000,000 บาท มีปีจจัยย่อยที่พึงพอใจอันดับรองลงมาคือ ความน่าสนใจในการโฆษณาของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายทำให้ผู้บริโภคจำได้ ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ 2,000,001-3,000,000 บาท มีปีจจัยย่อยที่พึงพอใจอันดับรองลงมาคือ พนักงานของตัวแทนจำหน่ายมีความสุภาพอ่อนน้อมน่าประทับใจ ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ มากกว่า 4,000,000 บาท มีปีจจัยย่อยที่พึงพอใจอันดับรองลงมาคือ ความสม่ำเสมอของพนักงานของตัวแทนจำหน่าย

ตารางที่ 35 แสดงสรุปความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเรียงตามลำดับมาก
น้อย และปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	ความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก	ความพึงพอใจน้อย 3 ลำดับแรก	ปัญหาของร้านค้าช่วง
ด้านผลิตภัณฑ์	1) คุณภาพของสินค้า เหมาะสมกับการใช้ งาน (3.94) 2) การยอมรับในตรา ยี่ห้อ/คุณภาพของ สินค้า (3.94) 3) สินค้ามีมาตรฐาน (3.87)	1) ความสะอาดของถุง บรรจุภัณฑ์ (3.19) 2) บรรจุภัณฑ์แข็งแรง ทนทาน (3.26) 3) อายุการเก็บรักษา ของสินค้า (3.43)	1) ถุงบรรจุภัณฑ์แตก ง่าย 2) สินค้าเก็บไว้ไม่ได้ นาน 3) ไม่สามารถคืน สินค้าได้เมื่อไม่พอใจ
ด้านราคา	1) ราคาของสินค้า เหมาะสมกับคุณภาพ (3.89) 2) การให้วงเงิน เพียงพอต่อการซื้อ (3.64) 3) การให้เครดิตการ ชำระเงิน (3.53)	1) ราคาสินค้า สอดคล้องกับราคา สินค้าของคู่แข่ง (2.98) 2) ราคาสอดคล้องกับ ความต้องการของผู้ซื้อ (3.04) 3) การรับผิดชอบด้าน การเปลี่ยนแปลงขึ้นลง ของราคาสินค้า (3.06)	1) ราคาสินค้าสูงกว่าคู่แข่ง แข่งขัน 2) ราคาสินค้าไม่ สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ 3) ราคาของสินค้าไม่มี ความยืดหยุ่น

ตารางที่ 35(ต่อ) แสดงสรุปความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเรียงตามลำดับ
มาก น้อย และปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	ความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก	ความพึงพอใจน้อย 3 ลำดับแรก	ปัญหาของร้านค้าช่วง
ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	1) การบริการจัดส่ง สินค้า (3.74) 2) การจัดส่งสินค้า รวดเร็วตรงตามเวลา (3.53) 3) ความสะดวกในการ สั่งซื้อ (3.47)	1) การจัดเตรียมถุง บรรจุภัณฑ์สำรอง กรณีแตกเสียหาย (2.72) 2) มีสินค้าอื่นไว้ ตอบสนอง ความ ต้องการ (3.06) 3) ความเหมาะสมของ พื้นที่การจัดเก็บสินค้า (3.09)	1) ไม่มีถุงบรรจุภัณฑ์ สำรองกรณีแตก เสียหาย 2) พื้นที่จัดเก็บสินค้า ไม่มีความเหมาะสม 3) ขาดความสะดวกใน การขนส่งสินค้า
ด้านการส่งเสริม การตลาด	1) พนักงานของ ตัวแทนจำหน่ายมี ความสุภาพ อ่อนน้อม น่าประทับใจ (3.68) 2) ความน่าสนใจใน การโฆษณาของผู้ผลิต และตัวแทนจำหน่าย ทำให้ผู้บริโภคจำได้ (3.62) 3) ความถี่ในการ โฆษณาของผู้ผลิตและ ตัวแทนจำหน่ายทำให้ ผู้บริโภคจำได้ (3.57)	1) การส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด, การชิง โชค (2.81) 2) การรับคืนสินค้า (2.89) 3) การแจ้งข้อมูลการ ส่งเสริมการขายใหม่ๆ (2.98)	1) ขาดการส่งเสริมการ ขาย เช่น ส่วนลด การ ชิงโชค การแจกแถม 2) ไม่เคยได้รับแจ้ง ข้อมูลการส่งเสริมการ ขายหรือแจ้งล่าช้า 3) การส่งเสริมการ โฆษณามีไม่ต่อเนื่อง เช่น ป้ายโฆษณา แคตตาล็อก การโฆษณาทางสื่อ วิทยุ

ข้อเสนอแนะ

ผู้ผลิตปูนซีเมนต์อุตสาหกรรม

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ผลิตปูนซีเมนต์ควรปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีความแข็งแรงทนทานมากยิ่งขึ้น โดยการเพิ่มชั้นถุงพลาสติกอีก 1 ชั้น จากเดิมที่มีเพียงชั้นถุงกระดาษ 2 ชั้น เพื่อป้องกันหรือลดจำนวนผลิตภัณฑ์แตกเสียหายและป้องกันความชื้นเป็นการรักษาคุณภาพและเพิ่มระยะเวลาการเก็บรักษาให้นานขึ้น

ด้านราคา

ผู้ผลิตปูนซีเมนต์ควรกำหนดราคาให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยการกำหนดราคาขายต้องไม่สูงกว่าราคาของคู่แข่งและเป็นไปตามความต้องการของผู้ซื้อ และกำหนดเป็นนโยบายการประกันความเสียหายโดยการชดเชยราคากรณีราคาปูนซีเมนต์สูงในสต็อกของร้านค้าสูงกว่าราคาที่สั่งซื้อใหม่

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ผลิตปูนซีเมนต์ควรตอกย้ำจุดแข็งของการจัดส่งตรงตามเวลาโดยการกำหนดเวลาการจัดส่งจากโรงงานถึงร้านค้าและประกันความเสียหายหากไม่สามารถส่งได้ตรงตามกำหนด ด้านถุงบรรจุภัณฑ์ไม่เพียงพอ ต้องให้โรงงานผู้ผลิตปูนซีเมนต์จัดส่งถุงบรรจุภัณฑ์สำรองมาพร้อมกับการจัดส่งปูนซีเมนต์จากโรงงานให้ร้านค้า

ด้านส่งเสริมการตลาด

ผู้ผลิตปูนซีเมนต์ควรมีการส่งเสริมการขายในด้านต่างๆ ให้มากขึ้น เช่น การสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล การชิงโชคจากคูโปง การแจกหรือแถมสินค้า ทั้งนี้ต้องทำตลอดทั้งปี และที่สำคัญต้องแจ้งข่าวหรือมีวิธีการประชาสัมพันธ์ให้ร้านค้าช่วงทราบอย่างรวดเร็วและทั่วถึง โดยการแจ้งผ่านตัวแทนจำหน่าย แจ้งผ่านผู้แทนขายที่ดูแลพื้นที่ และจัดส่งเอกสารแจ้งไปยังร้านค้าช่วงโดยตรง ผ่านทางไปรษณีย์ อีเมลล์หรือส่งมาพร้อมกับใบกำกับภาษี/ใบส่งของ ควรมีการผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าให้มากขึ้น ในส่วนของแผ่นพับ ป้ายโฆษณา รวมทั้งสื่อท้องถิ่น เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นหรือสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ เพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมให้ร้านค้าช่วงขายสินค้าในพื้นที่ได้มากขึ้น

ตัวแทนจำหน่ายปูนซีเมนต์อุตสาหกรรม

ด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาการเก็บสินค้าไว้ไม่ได้มานานส่วนใหญ่จะเกิดจากการเก็บสต็อกของตัวแทนจำหน่ายไว้แล้วระยะเวลาหนึ่งก่อนที่จะขายต่อไปยังร้านค้าช่วง ซึ่งบางครั้งอาจมีการเก็บไว้นานทำให้ร้านค้าช่วงมีเวลาเก็บสต็อกสินค้าสั้นลงกว่าปกติ จากกรณีนี้ตัวแทนจำหน่ายควรจัดระบบการจัดเก็บสินค้าและบริหารสต็อกโดยการใช้วิธีสินค้าเข้าก่อนให้ระบายออกก่อน (First in-First out) เพื่อลดปัญหาดังกล่าว และควรแนะนำให้ร้านค้าช่วงที่มีศักยภาพและโกดังเก็บสินค้าขนาดใหญ่ให้สั่งซื้อสินค้าด้วยวิธีการจัดส่งโดยตรงจากโรงงานเพื่อให้ได้รับสินค้าที่ใหม่และสดเสมอ เก็บไว้ได้นานมากขึ้น

ด้านราคา

ตัวแทนจำหน่ายควรปรับปรุงเรื่องการแจ้งให้ร้านค้าช่วงทราบล่วงหน้าเสมอก่อนปรับขึ้นหรือลดราคาสินค้าเพื่อการเตรียมการสต็อกสินค้าของร้านค้าช่วง นอกจากนี้ควรปรับปรุงเรื่องความรวดเร็วในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของราคา

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ตัวแทนจำหน่ายควรควบคุมเรื่องวิธีการขนถ่ายสินค้ากรณีการใช้แรงงานคน ให้ถูกต้องตามคำแนะนำเพื่อลดปัญหาการแตกเสียหายของบรรจุภัณฑ์ และถ้าเป็นไปได้ควรสั่งสินค้าจากโรงงานผู้ผลิตพร้อมพาเลท (Pallet) และใช้การขนถ่ายด้วยโฟคลิฟท์ (Forklift) เพื่อลดการแตกเสียหายของบรรจุภัณฑ์จากการขนส่งและขนถ่าย

ตัวแทนจำหน่ายควรสนับสนุนให้ร้านค้าช่วงจัดหารถโฟคลิฟท์ (Forklift) เพื่อใช้สำหรับการขนถ่ายสินค้าด้วยพาเลท (Pallet) โดยการแนะนำเรื่องสถานที่ขายรถโฟคลิฟท์และราคาารถเพื่อผลักดันให้ร้านค้าช่วงทุกรายใช้การขนถ่ายสินค้าด้วยพาเลทเป็นการลดปัญหาการแตกเสียหายของบรรจุภัณฑ์

นอกจากนี้ตัวแทนจำหน่ายควรมีการบริหารและจัดระบบการขนส่งสินค้าให้ทันกับความต้องการของร้านค้าช่วง ควรมีการจัดการเรื่องการสต็อกและการหมุนเวียนของสินค้าให้เพียงพอรองรับต่อความต้องการ

ด้านส่งเสริมการตลาด

ตัวแทนจำหน่ายควรมีการจัดทำการส่งเสริมการตลาดท้องถิ่น โดยการจัดรายการส่งเสริมการขายขึ้นเอง (Localize Promotion) หรืออาจร่วมมือกับผู้ผลิตในการดำเนินการดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของร้านค้าช่วงและกลุ่มผู้ซื้อหรือผู้ใช้ในพื้นที่ เช่น การแจกเครื่องมือช่างที่นิยมใช้ในพื้นที่ เป็นต้น

ตัวแทนจำหน่ายควรปรับปรุงเรื่องระบบการแจ้งข่าวสารข้อมูลรายการส่งเสริมการขายให้รวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งอาจมีการจัดกลุ่มร้านค้าช่วงว่าร้านใดควรแจ้งก่อน-หลัง เพราะแต่ร้านมีความสามารถในการสั่งสินค้าได้มาก-น้อยแตกต่างกัน และทำให้ลดปัญหาเรื่องการแจ้งข้อมูลข่าวสารล่าช้าหรือการหลงลืมจนกระทั่งไม่มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารกับร้านค้าช่วง

นอกจากนี้ควรใช้จุดเด่นเรื่องความสุภาพอ่อนน้อมของพนักงานของตัวแทนจำหน่ายในการติดต่อแจ้งข้อมูลข่าวสารกับร้านค้าช่วงให้ต่อเนื่องสม่ำเสมอทุกวัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved