

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษาด้านข้อมูลทั่วไป

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ผลิตขึ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ โดยวิเคราะห์ผ่านส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7p's ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ผลิตขึ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกที่เป็นที่พึงประสงค์ของโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ และนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนกลยุทธ์ของผู้ผลิตขึ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกสำหรับโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ โดยการรวบรวมด้วยวิธีการใช้แบบสอบถามจำนวน 75 ชุด สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 50.7 มีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี ร้อยละ 34.7 ทำงานในตำแหน่งเจ้าหน้าที่แผนกจัดซื้อ ร้อยละ 66.7 สังกัดแผนกจัดซื้อ ร้อยละ 69.3 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 89.3 มีประสบการณ์ในการทำงานมาแล้ว 1 – 5 ปี ร้อยละ 41.3

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโรงงาน

ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจสั่งซื้อส่วนใหญ่ ร้อยละ 60.0 มีจำนวน 2 – 3 คน ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจคัดเลือกผู้ผลิตขึ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานส่วนใหญ่ ร้อยละ 100.0 อยู่ในตำแหน่งผู้จัดการแผนกจัดซื้อ ธุรกิจส่วนใหญ่เป็นธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 32.0 และส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตอุตสาหกรรมส่งออก ร้อยละ 65.3 รูปแบบธุรกิจเป็นแบบบริษัท จำกัด ร้อยละ 94.7 ลักษณะของการบริหารและการลงทุนเป็นการ

ร่วมทุนระหว่างผู้ถือหุ้นชาวไทยและชาวต่างประเทศ ร้อยละ 32.0 ลักษณะของการบริหารงานเป็นสาขาจากต่างประเทศโดยผู้ถือหุ้นชาวต่างประเทศ 100 % ร้อยละ 48.0 จำนวนพนักงานในแผนกส่วนใหญ่มี 3-5 คน ร้อยละ 42.7 พนักงานในแผนกผลิตมี 201-300 คน ร้อยละ 25.3 ยอดการซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการโดยเฉลี่ยคือ 100,001 – 500,000 บาทและสูงกว่า 500,000 บาท/เดือน ร้อยละ 36.0 นโยบายในการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกในปัจจุบันมีทั้งหมดมากกว่า 1 ราย ร้อยละ 53.3 โดยมีสาเหตุของการเลือกใช้บริการของผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกในปัจจุบันคือคุณภาพของสินค้า ร้อยละ 85.3 ซึ่งได้รับข้อมูลของผู้ให้บริการของผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกในปัจจุบันจากพนักงานขายเข้ามาติดต่อโดยตรง ร้อยละ 86.7 และปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการจัดซื้อชิ้นส่วนเครื่องจักรจากภายนอกในปัจจุบันคือวัตถุประสงค์ของผู้ใช้งาน ร้อยละ 74.7

สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ

ในส่วนนี้จะสรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือออกเป็น 2 ส่วน โดยส่วนที่ 1 แสดงให้เห็นถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาด 11 ลำดับแรกที่มีความสำคัญมากที่สุด ส่วนที่ 2 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale โดยสามารถวิเคราะห์เป็นกลุ่มตามหลัก 7p's ทำให้สามารถเรียงระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาด 11 ลำดับแรกได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.50 เรียงระดับความสำคัญส่วนประสมการตลาด 11 ลำดับแรก

ลำดับ	ปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาด	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย แปลผล
1	คุณภาพของสินค้า/ชิ้นงานของผู้ให้บริการ	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.65 (มากที่สุด)
2	ส่งสินค้าตรงกำหนดเวลา	ปัจจัยด้านช่องทางจัด จำหน่าย	4.64 (มากที่สุด)
3	ชิ้นส่วนที่ผลิตถูกต้องตามคำสั่งผลิต	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.63 (มากที่สุด)
4	พนักงานของบริษัทมีความรู้ความชำนาญในตัว ผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี	ปัจจัยด้านพนักงาน	4.61 (มากที่สุด)
5	ส่งสินค้าถูกต้องตามคำสั่งซื้อ	ปัจจัยด้านช่องทางจัด จำหน่าย	4.59 (มากที่สุด)
6	ความรวดเร็วในการผลิตและจัดหาชิ้นส่วน	ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.57 (มากที่สุด)
7	การส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าถูกต้องตามคำ สั่งซื้อ	ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.57 (มากที่สุด)
8	พนักงานช่วยแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า	ปัจจัยด้านพนักงาน	4.53 (มากที่สุด)
9	ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อปัญหาของ ลูกค้า	ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.53 (มากที่สุด)
10	การส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าได้รวดเร็ว	ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.52 (มากที่สุด)
11	ราคาขายของผลิตภัณฑ์	ปัจจัยด้านราคา	4.51 (มากที่สุด)

เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความแตกต่างของความสำคัญของปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาดตามลักษณะต่างๆของโรงงานพบว่า

-พบว่าตำแหน่งในกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกันเนื่องจากทุกตำแหน่งให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไปในทิศทางเดียวกัน

-จากผลการศึกษาพบว่าขนาดของกิจการที่มียอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนและลักษณะการบริหารงานที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไปในทิศทางที่แตกต่างกันดังนี้

-ในปัจจัยหลักด้านผลิตภัณฑ์ซึ่งมีปัจจัยย่อยในด้านคุณภาพของสินค้า/ชิ้นงานของผู้ให้บริการ และ ชิ้นส่วนที่ผลิตถูกต้องตามคำสั่งผลิต ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะการบริหารงานที่แตกต่างกันต่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะการบริหารงานแบบสาขาจากต่างประเทศโดยผู้ถือหุ้นชาวต่างประเทศ 100% ที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในด้านคุณภาพของสินค้า/ชิ้นงานของผู้ให้บริการ ในระดับมาก

-ในปัจจัยหลักด้านราคาซึ่งมีปัจจัยย่อยในด้านราคาขายของผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน 100,001 - 500,000 บาทและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะการบริหารงานแบบสาขาจากต่างประเทศโดยผู้ถือหุ้นชาวต่างประเทศ 100% ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 100,000 บาท และสูงกว่า 500,000 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะการบริหารงานแบบร่วมทุนจากต่างประเทศและแบบอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับมาก

-ในปัจจัยหลักด้านช่องทางจัดจำหน่ายซึ่งมีปัจจัยย่อยในด้านส่งสินค้าตรงกำหนดเวลา และส่งสินค้าถูกต้องตามคำสั่งซื้อ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน 100,001 - 500,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 500,000 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะการบริหารงานแบบสาขาจากต่างประเทศโดยผู้ถือหุ้นชาวต่างประเทศ 100% ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะการบริหารงานแบบร่วมทุนจากต่างประเทศและแบบอื่นๆต่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบ

แบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 100,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก

- ในปัจจัยหลักด้านพนักงานซึ่งมีปัจจัยย่อยในด้านพนักงานของบริษัทมีความรู้ ความชำนาญในตัวผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีและพนักงานช่วยแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 100,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน 100,001 – 500,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 500,000 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะการบริหารงานแบบสาขาจากต่างประเทศโดยผู้ถือหุ้นชาวต่างประเทศ 100% ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะการบริหารงานแบบร่วมทุนจากต่างประเทศและแบบอื่นๆ ต่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก

- ในปัจจัยหลักด้านกระบวนการซึ่งมีปัจจัยย่อยในด้านความรวดเร็วในการผลิต และจัดหาชิ้นส่วน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน 100,001 – 500,000 บาท และ สูงกว่า 500,000 บาท รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะการบริหารงานแบบสาขาจากต่างประเทศโดยผู้ถือหุ้นชาวต่างประเทศ 100% และแบบร่วมทุนจากต่างประเทศต่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ โดยเฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 100,000 บาท รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะการบริหารงานแบบอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านการส่งมอบสินค้า ให้แก่ลูกค้าถูกต้องตามคำสั่งซื้อผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000 – 100,000 บาท 100,001 – 500,000 บาท และสูงกว่า 500,000 บาท รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะการบริหารงานแบบสาขาจากต่างประเทศโดยผู้ถือหุ้นชาวต่างประเทศ 100% แบบร่วมทุนจากต่างประเทศและแบบอื่นๆ ต่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในปัจจัยย่อยด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อปัญหาของลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 100,001 – 500,000 บาท และ สูงกว่า 500,000 บาท รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะการบริหารงานแบบร่วมทุนจากต่างประเทศและแบบอื่นๆ ต่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วน

เครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 100,000 บาทและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะการบริหารงานแบบสาขาจากต่างประเทศโดยผู้ถือหุ้นชาวต่างประเทศ 100% ให้ความสำคัญในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าได้รวดเร็วผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 100,001 – 500,000 บาท และ สูงกว่า 500,000 บาท รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะการบริหารงานแบบสาขาจากต่างประเทศโดยผู้ถือหุ้นชาวต่างประเทศ 100% ต่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 100,000 บาทและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะการบริหารงานแบบร่วมทุนจากต่างประเทศและแบบอื่นๆต่างให้ความสำคัญในระดับมาก

-จากผลการศึกษาพบว่าตำแหน่งในกิจการ ยอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 500,000 บาท และการบริหารงานจากต่างประเทศโดยผู้ถือหุ้นชาวต่างประเทศ 100.0 %ต่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในแต่ละด้านสอดคล้องกัน

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ อภิปรายผลตาม ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ใช้กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ โดยส่วนประสมการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดบุคคลหรือพนักงาน การสร้างนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ โดยรวมเป็นตัวแปรทางการตลาด 7 ประการที่ควบคุมได้มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ คุณภาพของสินค้า/ชิ้นงานของผู้ให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของธีรศักดิ์ ดวงสวัสดิ์ (2551) ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระบบกึ่งอัตโนมัติของธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ที่ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ความแข็งแรงคงทนของสินค้า และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ กุสุมา อภิวรรณกุล (2546) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่

ซ่อมรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกในคือ มีพนักงานที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

ด้านราคา ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ราคาขายของผลิตภัณฑ์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของธีรศักดิ์ ดวงสวัสดิ์ (2551) ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระบบกล้องวงจรปิดของธุรกิจ โรงแรมในกรุงเทพมหานคร ที่ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ กุสุมา อภิวัชรกุล (2546) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ การให้ข้อมูลราคาของสินค้าแต่ละประเภท

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ส่งสินค้าตรงกำหนดเวลา ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของธีรศักดิ์ ดวงสวัสดิ์ (2551) ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระบบกล้องวงจรปิดของธุรกิจ โรงแรมในกรุงเทพมหานคร ที่ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ กุสุมา อภิวัชรกุล (2546) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ มีสินค้าพร้อมสำหรับการขายอยู่เสมอ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ การเสนอให้ส่วนลดพิเศษเป็นครั้งคราว ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของธีรศักดิ์ ดวงสวัสดิ์ (2551) ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระบบกล้องวงจรปิดของธุรกิจ โรงแรมในกรุงเทพมหานคร ที่ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ กุสุมา อภิวัชรกุล (2546) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัย

ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ การชักชวนจากผู้ประกอบการ
 อยู่ช่อมรยนต์อื่น

ด้านพนักงาน ปัจจัยย่อยด้านพนักงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยมี
 ค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ พนักงานของบริษัทที่มีความรู้ความชำนาญในตัวผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี
 และเป็นค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของธีรศักดิ์ ดวงสวัสดิ์ (2551)
 ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระบบกล้อง
 วงจรปิดของธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ที่ผลการศึกษพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม
 ให้ความสำคัญคือ พนักงานของบริษัทที่มีความรู้ความชำนาญในตัวผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี และอยู่ใน
 ปัจจัยหลักในด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

ทั้งนี้ความไม่สอดคล้องอาจเกิดจากตลาดที่ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาคือตลาดองค์กร
 ที่มีขนาดใหญ่มีปริมาณการสั่งซื้อต่อเดือนที่ค่อนข้างสูงและสินค้า/บริการที่มีรูปแบบเฉพาะ ซึ่งใน
 ส่วนของสินค้า/ชิ้นงานที่นำเสนอและลูกค้าต้องการคือชิ้นงานที่สั่งผลิตขึ้นมาโดยเฉพาะหรือ
 ชิ้นงานที่ถูกสั่งผลิตขึ้นมาตามความต้องการของลูกค้านั่นเอง ซึ่งแตกต่างกับการศึกษาของ กุสุมา
 อภิวัชรกุล (2546) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่
 รถยนต์ของผู้ประกอบการอยู่ช่อมรยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และธีรศักดิ์ ดวงสวัสดิ์
 (2551) ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระบบ
 กล้องวงจรปิดของธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นสินค้าทั่วไปและเป็นสินค้าที่ผลิต
 ออกมาจำหน่ายในปริมาณที่มากและมีหลากหลายยี่ห้อทำให้เกิดการเปรียบเทียบในด้านของราคาที่
 ค่อนข้างชัดเจนและผู้ตัดสินใจสามารถหาข้อมูลสินค้าได้จากสื่อประชาสัมพันธ์และโฆษณาที่มีการ
 เผยแพร่ทั่วไป รวมทั้งการสืบค้นข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆทำให้เกิดความแตกต่างและเกิดความไม่
 สอดคล้องระหว่างการศึกษารั้งนี้กับการศึกษาที่ผ่านมาที่ได้นำมาเปรียบเทียบนั่นเอง

สืบเนื่องจากการศึกษาที่ผ่านมาไม่พบการศึกษาที่ทำการศึกษาปัจจัยย่อยด้านตลาด
 องค์กร นอกจากนี้การศึกษาของกุสุมา อภิวัชรกุล (2546) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทาง
 การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอยู่ช่อมรยนต์ในอำเภอ
 เมือง จังหวัดเชียงใหม่ และธีรศักดิ์ ดวงสวัสดิ์ (2551) ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทาง
 การตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระบบกล้องวงจรปิดของธุรกิจโรงแรมใน
 กรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาโดยใช้กรอบใช้ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix 4Ps)
 เท่านั้น ทำให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในด้านกระบวนการและด้านลักษณะทางกายภาพ

ไม่สามารถทำการเปรียบเทียบกับการศึกษาอื่นในด้านปัจจัยหลักได้จึงขอทำการอภิปรายผลโดยใช้ส่วนประสมย่อยแทนซึ่งได้ทำการเปรียบเทียบกับการศึกษาอื่น ได้ผลดังนี้

ด้านกระบวนการ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ความรวดเร็วในการผลิตและจัดหา และการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าถูกต้องตามคำสั่งซื้อ

ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ การมีประกาศนียบัตรหรือมาตรฐานรับรองความสามารถ

ข้อค้นพบ

-จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านคุณภาพของสินค้า/ชิ้นงานของผู้ให้บริการซึ่งมีในระดับที่มากที่สุด

-จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจัยหลักด้านกระบวนการมากที่สุดซึ่งมีปัจจัยย่อยคือ ความรวดเร็วในการผลิตและจัดหาชิ้นส่วน การส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าถูกต้องตามคำสั่งซื้อ ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อปัญหาของลูกค้า และการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าได้รวดเร็ว

-จากผลการศึกษาพบว่าตำแหน่งในกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญในปัจจัยหลักด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน

-จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทให้ระดับความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านการให้เครดิตต่อลูกค้าในระดับมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามรายอื่นๆให้ระดับความสำคัญในระดับมาก

-จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทให้ระดับความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านการมีบริการส่งสินค้าถึงโรงงานในระดับมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามรายอื่นๆให้ระดับความสำคัญในระดับมาก

-จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทให้ระดับความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านบริษัทมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์ตามสื่อโฆษณาต่างๆเช่น หนังสือพิมพ์, เว็บไซต์,

นิตยสาร และการที่บริษัทเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมเพื่อชุมชนในระดับมากในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามรายอื่นๆ ให้ระดับความสำคัญในระดับปานกลาง

-จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทให้ระดับความสำคัญในปัจจุบันย่อยด้านพนักงานแต่งกายในชุดเครื่องแบบของบริษัทในระดับมากในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามรายอื่นๆ ให้ระดับความสำคัญในระดับปานกลาง

-จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทให้ระดับความสำคัญในปัจจุบันย่อยด้านสินค้าสามารถเปลี่ยน/แก้ไขได้ และความถูกต้องในการเรียกชำระเงินในระดับมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามรายอื่นๆ ให้ระดับความสำคัญในระดับมาก

-จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายสั่งซื้อ/ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทให้ระดับความสำคัญในปัจจุบันย่อยด้านรูปลักษณ์ สีสีนของหีบห่อสินค้าในระดับมากในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามรายอื่นๆ ให้ระดับความสำคัญในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเพื่อทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือครั้งนี้ จะนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการและการวางแผนกลยุทธ์แก่ผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกสำหรับ โรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ผู้ทำการศึกษาที่มีข้อเสนอแนะในแต่ละปัจจัย ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากลูกค้าต้องการให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานอุตสาหกรรมควรให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพของสินค้า/ชิ้นงานของผู้ให้บริการ ให้อยู่ในระดับที่มากที่สุด โดยจะต้องเริ่มตั้งแต่

1. การคัดสรรวัตถุดิบที่นำมาใช้เพื่อการผลิตจะต้องเป็นวัตถุดิบที่ตรงตามที่ลูกค้าต้องการ เพื่อป้องกันการชำรุดเสียหายหรือสึกหรอของชิ้นงานที่ผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานอุตสาหกรรมผลิตให้กับลูกค้าชำรุดเสียหายหรือสึกหรอก่อนระยะเวลาอันควร ซึ่งอาจทำให้ลูกค้ามองว่างานที่ผลิตเป็นงานที่มีมีคุณภาพซึ่งเมื่อเกิดการสั่งซื้อครั้งต่อไปลูกค้าอาจจะพิจารณาเป็นตัวเลือกสุดท้าย

2. สินค้าควรผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีความผิดพลาดน้อยที่สุดซึ่งจะต้องมีการควบคุมและตรวจสอบความถูกต้องในเรื่องของขนาดในทุกๆขั้นตอนการผลิตเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้อีกทั้งชิ้นส่วนที่ผลิตถูกต้องตามคำสั่งผลิต เพราะเมื่อลูกค้านำไปประกอบหรือใช้งานแล้วก็จะไม่ก่อให้เกิดปัญหาประกอบชิ้นส่วนไม่ได้หรือใช้งานไม่ได้นั่นเอง

3. ควรจัดให้มีการบริการหลังการขาย เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกว่าเมื่อซื้อสินค้ากับทางผู้ประกอบการแล้วเมื่อมีปัญหาผู้ประกอบการก็ยังมีบริการและให้ความสำคัญกับลูกค้าแม้ว่าจะซื้อสินค้าไปแล้วก็ตามซึ่งผู้ผลิตจะต้องมีการสอบถามไปยังผู้ใช้งานถึงงานหรือสินค้าที่ทางผู้ผลิตได้จัดส่งไปว่าใช้งานได้ตรงตามที่ต้องการหรือไม่ซึ่งสามารถทำได้โดยการสอบถามทางโทรศัพท์หรือจากการเข้าไปสอบถามโดยตรง

ปัจจัยด้านราคา เนื่องจากลูกค้าต้องการให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานอุตสาหกรรมควรให้ความสำคัญในด้านของราคาขายของผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมไม่สูงหรือต่ำจนเกินไป เพื่อให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ซื้อสินค้าที่ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของทั้งตัวผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการเอง ไม่รู้สึกว่าสินค้าที่ได้มีคุณภาพที่ไม่สมกับราคาอันจะนำมาซึ่งการเสาะแสวงหาผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีราคาเหมาะสมมากกว่านั่นเอง โดยผู้ประกอบการจะต้อง

1. หมั่นตรวจสอบราคาวัสดุที่ใช้ในการผลิตอยู่เสมอเพื่อให้ทำให้การเสนอราคาต่อลูกค้าเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและมีราคาที่ไม่ต่ำหรือสูงจนเกินไปนั่นเอง

2. ราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น (กรณีสินค้าเหมือนกัน) โดยการหมั่นตรวจสอบราคาขายของสินค้าเพื่อให้เกิดการตั้งราคาขายของสินค้าไม่สูงจนเกินไปและอาจใช้การเจรจาต่อรองสั่งซื้อสินค้าที่มีการสั่งซื้อประจำจากลูกค้าเพื่อให้ได้ส่วนลดและนำมาใช้ในการตั้งราคาขายที่ถูกกว่าผู้ขายรายอื่น

3. การให้ส่วนลดตามปริมาณการซื้อ ก็เป็นแนวทางหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจที่จะสั่งซื้อสินค้ากับผู้ประกอบการในปริมาณที่มาก ซึ่งสามารถทำได้โดยการเสนอส่วนลดให้กับลูกค้าในแบบขั้นบันไดโดยกำหนดอัตราการซื้อขั้นต่ำซึ่งจะได้ราคาซื้อปกติ แต่ถ้าลูกค้าซื้อในปริมาณที่มากขึ้นก็จะได้รับส่วนลดที่มากขึ้นตามไปด้วยเช่นกัน และในขณะเดียวกันควรมีการตรวจสอบราคาสินค้ากับร้านค้าประเภทเดียวกัน เพื่อให้ทราบข้อมูลและความเคลื่อนไหวของราคาภายในตลาด และสามารถปรับราคาให้สอดคล้องกับสภาวะการแข่งขัน

4. สำหรับลูกค้าที่มีปริมาณการสั่งซื้อต่ำกว่า 10,000 บาท ซึ่งให้ความสำคัญกับการที่ผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานอุตสาหกรรมให้เครดิตต่อลูกค้าในระดับมาก

ที่สุดดังนั้นผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานอุตสาหกรรมควรให้ความสำคัญแก่ปัจจัยย่อยในด้านนี้โดยการให้เครดิตที่ค่อนข้างยาวเป็นพิเศษเช่นการให้เครดิตจากปกติ 30 วันเป็น 45 วันสำหรับลูกค้าในกลุ่มนี้เพื่อเป็นการกระตุ้นและสร้างความน่าสนใจในตัวผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานอุตสาหกรรมต่อลูกค้าในกลุ่มนี้นั่นเอง

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากลูกค้าต้องการให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานอุตสาหกรรมควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายในระดับสูง ควรจะมีการสร้างเครื่องมือในการส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ซึ่งทำได้โดยการ

1. ส่งสินค้าถูกต้องตามคำสั่งซื้อ โดยจะต้องมีการตรวจสอบคำสั่งซื้อภายในองค์กรเมื่อได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าจะต้องทำการยืนยันคำสั่งซื้อทั้งในเรื่องของราคาและจำนวนที่ผลิตกับลูกค้าก่อนที่จะมีการผลิตสินค้าเพื่อเป็นการป้องกันการจัดส่งสินค้าที่ผิดพลาดให้กับลูกค้าอันจะนำมาซึ่งความล่าช้าเสียเวลาในการสั่งผลิตใหม่ซึ่งจะทำให้ต้นทุนของทางผู้ผลิตและลูกค้าเพิ่มขึ้นและอาจส่งผลต่อการสั่งซื้อในครั้งต่อไปรวมไปถึงความเชื่อมั่นที่ลูกค้ามีต่อองค์กรอาจจะลดลงตามไปด้วย

2. ในเรื่องของการส่งมอบสินค้าให้ตรงต่อเวลาทางผู้ประกอบการก็จะต้องให้ความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากันด้วยเช่นกัน โดยจะต้องมีการควบคุมระยะเวลาการผลิตให้เป็นไปตามกำหนดจะต้องมีการคำนวณระยะเวลาในการจัดเตรียมวัสดุ การผลิต และการตรวจสอบให้รอบคอบและทำการควบคุมเพื่อให้ระยะเวลาตั้งแต่การจัดเตรียมไปจนถึงการส่งมอบเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด

3. สำหรับลูกค้าที่มีปริมาณการสั่งซื้อต่ำกว่า 10,000 บาท ซึ่งให้ความสำคัญกับการที่ผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานอุตสาหกรรมมีบริการส่งสินค้าถึงโรงงานในระดับมากที่สุดดังนั้นผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานอุตสาหกรรมควรให้ความสำคัญแก่ปัจจัยย่อยในด้านนี้โดยการเสนอบริการส่งสินค้าถึงโรงงานแม้ว่าลูกค้าจะสั่งซื้อสินค้าในปริมาณที่น้อยเพื่อก่อให้เกิดแรงจูงใจในการสั่งซื้อและความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวกับลูกค้าในกลุ่มนี้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากลูกค้าต้องการให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานอุตสาหกรรมควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง ควรจะมีการสร้างเครื่องมือในการส่งเสริมการขาย อันได้แก่

1. ควรมีการเสนอให้ส่วนลดพิเศษเป็นครั้งคราว อาทิเช่นในกรณีที่ลูกค้ามียอดการสั่งซื้อตามที่คุณผู้ประกอบการตั้งไว้เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย และควรมีการให้ของสมนาคุณหรือ

รางวัลเพื่อใช้ในการแจกให้กับพนักงานใน โอกาสสำคัญแห่งปีเช่นวันปีใหม่เป็นต้นซึ่งผู้ประกอบการจะต้องให้รางวัลให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละรายตามปริมาณการซื้อสินค้าในปีนั้น ๆ ซึ่งเปรียบเสมือนการคืนกำไรกลับคืนสู่ลูกค้า ซึ่งอาจจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และมีการบอกต่อสู่ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจสั่งซื้อรายอื่นต่อไป รวมไปถึงการเป็นผู้สนับสนุนในด้านของกีฬาเมื่อมีการแข่งขันกีฬาภายในหรือการแข่งขันกีฬาระหว่าง โรงงานหรือบริษัทด้วยเช่นกัน

2. บริษัทควรมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์ตามสื่อโฆษณาต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์, เว็บไซต์, นิตยสาร เพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักและเข้าถึงได้มากขึ้น

3. สำหรับลูกค้าที่มีปริมาณการสั่งซื้อต่ำกว่า 10,000 บาท ซึ่งให้ความสำคัญกับการที่ผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานอุตสาหกรรมเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมเพื่อชุมชนในระดับมาดกั้นนั้นเมื่อมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชนหรือเกี่ยวข้องกับ โรงงาน ในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือและเกี่ยวข้องกับกลุ่มลูกค้าดังกล่าว เช่น กิจกรรมการแข่งขันกีฬาระหว่าง โรงงาน ในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าดังกล่าว โดยการเสนอตัวเป็นผู้สนับสนุน เช่น การสนับสนุนชุดกีฬา ของรางวัล หรือเครื่องดื่มและอาหาร เป็นต้น

ปัจจัยด้านพนักงานขาย เนื่องจากลูกค้าต้องการให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานอุตสาหกรรมควรส่งเสริมให้พนักงานขายของบริษัทมีความรู้ความสามารถคอยให้คำแนะนำสินค้าได้ พนักงานของบริษัทจะต้องมีความรู้ความชำนาญในตัวผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี มีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเองสามารถไว้วางใจได้ ทำงานด้วยความถูกต้องสม่ำเสมอสร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้า และ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ เนื่องจากชิ้นส่วนเครื่องจักรกลรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับเครื่องจักรกลมีความละเอียดซับซ้อนบางอย่างต้องการต้องผลิตอย่างพิถีพิถันบางอย่างไม่ต้องการความพิถีพิถันมาดกั้นนั้นพนักงานจะต้องสามารถอธิบายถึงความจำเป็นและไม่จำเป็นในแต่ละส่วนให้ลูกค้าเข้าใจเพื่อนำมาซึ่งกระบวนการผลิตที่ถูกต้องและมีราคาที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งสามารถทำได้โดย

1. ควรให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมพนักงานขายให้มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าอย่างแท้จริง สามารถให้บริการแนะนำสินค้าแต่ละชนิดได้และจัดให้พนักงานได้เข้ารับการฝึกอบรมในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานของแต่ละแผนกโดยตรงโดยสามารถหาตารางการฝึกอบรมได้จากหน่วยงานราชการได้เช่นกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้น เพื่อให้พนักงานมีความชำนาญและความรู้ที่เกี่ยวกับงานที่ตนเองรับผิดชอบเพิ่มมากขึ้น

2. ควรจัดระบบงานบริการด้านการขายให้มีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าเสมอด้วยความถูกต้องแม่นยำ และรวดเร็ว เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการมากยิ่งขึ้น โดยจะต้องมีการจัดเตรียมพนักงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการผลิตและรวมไปถึงวิศวกรที่พร้อมคอยให้คำปรึกษากับลูกค้าได้ตลอดเวลาสำหรับกรณีลูกค้าต้องการคำปรึกษาหรือสอบถามเกี่ยวกับความคืบหน้าของงานทางผู้ผลิตจะสามารถตอบและให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างทันท่วงที

3. สำหรับลูกค้าที่มีปริมาณการสั่งซื้อต่ำกว่า 10,000 บาท ซึ่งให้ความสำคัญกับการที่ผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานอุตสาหกรรมมีพนักงานแต่งกายในชุดเครื่องแบบของบริษัท โดยทางผู้ประกอบการควรมีชุดเครื่องแบบโดยเฉพาะเสื้อนอกของพนักงานควรจะเป็นเสื้อที่มีความรัดกุมและสามารถปฏิบัติงานได้อย่างคล่องแคล่ว สะดวกอีกทั้งเพื่อเป็นการบ่งบอกให้ลูกค้าทราบว่าผู้ที่เข้าไปติดต่อมาจากบริษัทใดผู้ประกอบการควรที่จะมีการปก โลโก้หรือตราของบริษัทไว้ในตำแหน่งที่ลูกค้าสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย สะดวกและยังเป็นการประชาสัมพันธ์บริษัทของผู้ประกอบการเองทางอ้อมอีกด้วย

ปัจจัยด้านกระบวนการ เนื่องจากลูกค้าต้องการให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานอุตสาหกรรมควรให้ความสำคัญในเรื่องของความรวดเร็วในการผลิตและการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าถูกต้องตามคำสั่งซื้อ โดยจะต้องผลิตชิ้นงานให้ได้รวดเร็วและไม่เกิดข้อผิดพลาดในชิ้นงานที่ต้องส่งให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าไม่เกิดการหยุดชะงักในกระบวนการผลิต อันนำมาซึ่งผลเสียต่างๆมากมายยังสามารถส่งสินค้าให้ลูกค้าเร็วเท่าไรยังเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาเลือกผู้ผลิตรายนั้น ในลำดับต้นๆเท่านั้น โดยจะต้องมีการวางแผนและดำเนินงานอย่างเป็นขั้นตอนดังนี้

1. เมื่อได้รับคำสั่งซื้อจะต้องมีการตอบรับและยืนยันระยะเวลาในการผลิตให้กับลูกค้า โดยจะต้องตรวจสอบกับภายในองค์กรเองว่าจะสามารถจัดส่งสินค้าได้ตามระยะเวลาที่ลูกค้าต้องการหรือไม่ในกรณีที่ไมทันตามความต้องการของลูกค้าจะต้องแจ้งและระบุให้ลูกค้าทราบว่าใช้ระยะเวลาเท่าใดเพื่อให้ลูกค้าได้ทำการตัดสินใจอีกครั้งหนึ่ง

2. เมื่อยืนยันระยะเวลาการผลิตให้กับลูกค้าแล้วจะต้องทำการวางแผนการผลิตภายในเพื่อจัดลำดับการทำงานและการผลิตให้เป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด

3. จะต้องมี การตรวจสอบความคืบหน้าในการผลิตเป็นระยะเพื่อให้สามารถรู้ได้ถึงความคืบหน้าของงานแต่ละชิ้น ในกรณีที่ที่มีข้อผิดพลาดในกระบวนการผลิตจะต้องรีบทำการแก้ไขโดยด่วนและทำการประชุมภายในเพื่อตรวจสอบถึงระยะเวลาในการผลิตว่าจะยังทันตามกำหนดหรือไม่ในกรณีที่ไมทันตามกำหนดจะต้องรีบทำการแจ้งให้กับลูกค้าเป็นการด่วนเพื่อให้ลูกค้าทราบและทำการประสานงานภายในต่อไป

4. จะต้องทำการตรวจสอบว่าสินค้าที่จะส่งมอบให้ลูกค้านั้นถูกต้องทั้งจำนวนและรายการตามที่ลูกค้าทำการสั่งซื้อ/ผลิต เพื่อที่จะได้ไม่ต้องมีการเปลี่ยนหรือส่งผลิตเพิ่มเติมเพื่อให้ครบและถูกต้องตามคำสั่งซื้อของลูกค้าซึ่งจะทำให้เสียเวลาและนำมาซึ่งต้นทุนที่เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

5. สำหรับลูกค้าที่มีปริมาณการสั่งซื้อต่ำกว่า 10,000 บาท ซึ่งให้ความสำคัญกับการที่ผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานอุตสาหกรรมสามารถให้ลูกค้าเปลี่ยน/แก้ไขสินค้าได้ และมีความถูกต้องในการเรียกชำระเงินในระดับมากที่สุดซึ่งผู้ประกอบการสามารถให้เงื่อนไขในการเปลี่ยน/แก้ไขสินค้าได้กับทางลูกค้าคือในกรณีที่เกิดความผิดพลาดจากทางผู้ประกอบการเองในกรณีที่ผิดพลาดเล็กน้อยสามารถแก้ไขได้ทางผู้ประกอบการจะทำการแก้ไขและจัดส่งให้กับลูกค้าโดยเร็วที่สุด แต่ในกรณีที่ไม่สามารถแก้ไขได้จะต้องทำการเปลี่ยน/ผลิตชิ้นใหม่ให้กับลูกค้าโดยเร็วที่สุดเช่นกันแต่ในกรณีที่ความผิดพลาดเกิดจากทางลูกค้าเองอาจจะเนื่องมาจากความผิดพลาดจากแบบงานไม่ตรงกับใบสั่งซื้อหรือแบบงานผิดพลาดทางผู้ประกอบการจะต้องทำการตกลงและหาข้อสรุปกับทางลูกค้าว่าเกิดจากสาเหตุใดและทางผู้ประกอบการจะทำเช่นใดซึ่งถ้าเป็นในกรณีที่ผิดพลาดเล็กน้อยสามารถแก้ไขได้ทางผู้ประกอบการจะทำการแก้ไขและจัดส่งให้กับลูกค้าโดยเร็วที่สุดแต่ในกรณีที่ไม่สามารถแก้ไขได้จะต้องทำการเปลี่ยน/ผลิตชิ้นใหม่ซึ่งมีค่าใช้จ่ายที่สูงผู้ประกอบการอาจจะต้องเจรจาให้ลูกค้ารับผิดชอบเรื่องค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นและต้องอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจว่าเหตุใดลูกค้าต้องรับผิดชอบในค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพื่อเป็นการรักษามิตรภาพอันดีระหว่างลูกค้าและผู้ประกอบการให้ยั่งยืนต่อไปและทางผู้ประกอบการจะต้องมีการตรวจสอบในด้านของเอกสารการวางบิล/เรียกเก็บเงินให้ตรงต่อเวลาและถูกต้องทั้งในเรื่องของจำนวนเงิน จำนวนสินค้าและวันที่จัดส่งให้แม่นยำที่สุดเพื่อป้องกันความผิดพลาดและความเข้าใจผิดระหว่างตัวผู้ประกอบการกับลูกค้านั่นเอง

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ เนื่องจากลูกค้าต้องการให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรกลจากภายนอกของโรงงานอุตสาหกรรมควรให้ความสำคัญในเรื่องของการมีประกาศนียบัตรหรือมาตรฐานรับรองความสามารถเพื่อเป็นเครื่องยืนยันหรือพิสูจน์ให้ลูกค้าเห็นว่าผู้ประกอบการมีมาตรฐานในการจัดการภายในที่ดีซึ่งมาตรฐานที่ใช้อยู่ในปัจจุบันที่เป็นที่ยอมรับ เช่น

1. มาตรฐาน ISO ซึ่งถ้าผู้ประกอบการมีระบบมาตรฐานเหล่านี้จะทำให้ลูกค้ามั่นใจและนำมาซึ่งการพิจารณาในลำดับต้นๆ โดยผู้ผลิตจะต้องมีการจัดการระบบของเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการจัดการมาตรฐานภายในองค์กรทั้งการเตรียมความพร้อมของบุคคลากรภายในโดยการจัดอบรมให้ความรู้และสร้างทัศนคติที่ดีในการทำระบบมาตรฐานการติดต่อและจัดหาที่

ปรึกษาเกี่ยวกับการจัดทำระบบมาตรฐานที่ไว้วางใจได้เพื่อความสะดวกในการปรึกษาและจัดทำระบบภายในองค์กร

2. ทางผู้ประกอบการจะต้องมีการจัดวางเครื่องจักร/อุปกรณ์ให้เป็นระเบียบเรียบร้อยรวมไปถึงรูปลักษณะของเครื่องจักร/อุปกรณ์ต่างเพื่อให้กระบวนการผลิตเป็นไปอย่างสะดวกไม่เกิดการติดขัดและก่อให้เกิดความล่าช้าขึ้นในกระบวนการผลิตซึ่งจะส่งผลให้การส่งมอบล่าช้าตามไปด้วย โดยจะต้องจัดวางเครื่องจักร โดยคำนึงถึงความต่อเนื่องในการผลิตเพื่อให้เกิดความไหลลื่นในการผลิตมากที่สุดซึ่งจะต้องมีการจัดวางให้เป็นไปตามหลักวิศวกรรม

3. ในส่วนของรูปลักษณะสีสันของหีบห่อสินค้า ควรให้ความสำคัญเช่นกันแต่ผู้ผลิตสามารถให้ความสำคัญในระดับปานกลางได้ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีการบรรจุหีบห่อให้เหมาะสมกับแต่ละผลิตภัณฑ์อีกทั้งจะต้องคำนึงถึงการเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้น ได้ขณะขนส่งฉะนั้นสินค้าจะต้องถูกหีบห่อไว้เป็นอย่างดีเพื่อป้องกันการเสียหาย โดยสินค้าที่มีขนาดเล็กและไม่เกิดความเสียหายได้ง่ายสามารถใช้พลาสติกห่อและบรรจุในถุงซิปล็อคได้แต่ในกรณีที่สินค้าต้องการการปกป้องเป็นพิเศษผู้ผลิตควรใช้พลาสติกกันกระแทก(Bubble)ห่อหรือฟองเพื่อเป็นการป้องกันการกระทบกระทั่งและความเสียหายที่อาจขึ้นกับตัวสินค้าได้นั่นเอง