

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่องความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อ บริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อบริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด และศึกษาปัญหาตัวแทนจำหน่ายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อบริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด

ผลการศึกษสามารถสรุปได้เป็น 6 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของตัวแทนจำหน่าย

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ต่อบริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะต่อบริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด

ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ต่อบริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด จำแนกตามตำแหน่งในสถานประกอบการ

ส่วนที่ 5 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ต่อบริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด จำแนกตามประเภทของกิจการ

ส่วนที่ 6 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ต่อบริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด จำแนกตามระยะเวลาประกอบกิจการ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของตัวแทนจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิงร้อยละ 56.1 และเป็นชายร้อยละ 43.9 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 40.4 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 50.3 มีตำแหน่งเป็นเจ้าของหรือผู้ประกอบการ ร้อยละ 69.0 ประเภทกิจการเป็นแบบเจ้าของคนเดียว ร้อยละ 39.8 และมีระยะเวลาประกอบกิจการมากกว่า 10 ปี ร้อยละ 72.5 และส่วนใหญ่จะตั้งซื้อสินค้ามาเพิ่มเมื่อเห็นว่าสินค้าที่มีอยู่จนจะหมด คิดเป็นร้อยละ 77.2

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ต่อบริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด

จากการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด เรียงตามลำดับคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านราคา โดยมีความพึงพอใจต่อยังย้อยในแต่ละด้านดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่าย มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุดต่อคุณภาพไม้ฝ้าสังเคราะห์ ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก และมีความพึงพอใจในระดับน้อยต่อคุณภาพสินค้ากระเบื้องกรอบ AC

2. ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่าย มีความพึงพอใจในด้านราคา โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุดต่อความเหมาะสมของราคาสินค้าที่จำหน่าย และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยสุดต่อความเหมาะสมของการคิดอัตราค่าขนส่งสินค้า

3. ด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุดต่อระยะเวลาการเปิดและปิดการให้บริการขายสินค้า รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุดต่อด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร และวารสารต่างๆ ไปยังผู้บริโภค ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก และมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยสุด ในเรื่องการจัดประชุมให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าแก่ร้านค้าตัวแทนจำหน่ายโดยผู้เชี่ยวชาญ

5. ด้านกระบวนการ

จากการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจด้านกระบวนการ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุดต่อกระบวนการขายสินค้า รองลงมาได้แก่ กระบวนการจัดส่งสินค้า (กรณีบริษัทส่งให้) และกระบวนการจัดส่งสินค้า (กรณีเข้ามารับสินค้าเอง) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจในด้านกระบวนการขายสินค้าโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุดต่อความสะดวกในขั้นตอนการสั่งซื้อ และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยสุด ในเรื่องความรวดเร็วในการได้รับเอกสารหลังการขาย

ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจในด้านกระบวนการจัดส่งสินค้า (กรณีบริษัทจัดส่งสินค้าให้) โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุดในด้านความถูกต้องของสินค้าที่ได้รับทั้งชนิดและจำนวน และมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยสุดในเรื่องการจัดเรียงป้องกันการแตกเสียหายของสินค้าและความเรียบร้อยในการลงสินค้า

ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจในด้านกระบวนการจัดส่งสินค้า (กรณีเข้ามารับสินค้าเอง) โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุดต่อความพอใจในด้านการบริการของพนักงานขึ้นสินค้า และมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยสุดในเรื่องความรวดเร็วในการได้รับสินค้า

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจในด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุด ต่อความทันสมัยของเทคโนโลยีการผลิตสินค้า ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก และมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยสุดในเรื่องสถานที่จอดรถมีเพียงพอสะดวกต่อการขึ้นลงสินค้า

7. ด้านบุคลากร

จากการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจในด้านบุคลากร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเรียงตามลำดับ คือ ผู้แทนขาย เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า เจ้าหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพสินค้า (QA) และเจ้าหน้าที่ขนส่งสินค้า ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจต่อผู้แทนขาย โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุดในด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของผู้แทนขาย และมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยสุด ในเรื่องความรู้ ความสามารถในการแนะนำสินค้าของผู้แทนขาย

ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องมารยาทในการพูดจา และมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยสุด ในการตอบข้อสงสัยหรือให้คำแนะนำได้อย่างรวดเร็ว

ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพสินค้า (QA) โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุดในด้านการให้คำ

แนะนำแนวทางในการแก้ปัญหาเบื้องต้น และมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยสุดต่อความพอใจ
ในผลของการแก้ไข้ปัญหา

ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ขนส่งสินค้า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย
ระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องการแต่งกายของพนักงานขนส่ง
สินค้า และมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยสุดในเรื่องมารยาทของพนักงานขนส่งสินค้า



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านปัญหา ต่อบริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาที่ตัวแทนจำหน่ายพบ แบ่ง ได้เป็น 2 ระดับ คือ

ปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง โดยเรียงตามค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาได้ดังนี้ คือ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด

ปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย โดยเรียงตามค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาได้ดังนี้ คือ ปัญหาด้านกระบวนการ ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านการจัดจำหน่าย

1. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีปัญหาทางด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยของปัญหาสูงสุดในกรณีสินค้าไม่เพียงพอจำหน่าย รองลงมา ได้แก่ ปัญหาด้านคุณภาพของกระเบื้องกรอบ AC คุณภาพกระเบื้อง AC แผ่นเรียบ คุณภาพกระเบื้อง AC ลอนคู่ คุณภาพกระเบื้องคอนกรีต คุณภาพสินค้าไม้ฝาสังเคราะห์ และคุณภาพกระเบื้อง AC ลอนเล็ก เรียงตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ทางด้านคุณภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์กระเบื้อง AC ลอนคู่ ลอนเล็ก แผ่นเรียบ และกลุ่มผลิตภัณฑ์กระเบื้องคอนกรีต พบว่ามีค่าเฉลี่ยของปัญหาสูงสุดในเรื่องกระเบื้องเปราะแตกง่าย ซึ่งเป็นปัญหาระดับปานกลาง

กลุ่มผลิตภัณฑ์กระเบื้องกรอบ AC มีค่าเฉลี่ยของปัญหาสูงสุดในกรณีกระเบื้องกรอบตัวบนและตัวล่างไม่ได้มาตรฐานทำให้กรอบกันไม่สนิท ซึ่งเป็นปัญหาระดับปานกลาง

และกลุ่มผลิตภัณฑ์ไม้ฝาสังเคราะห์ มีค่าเฉลี่ยของปัญหาสูงสุดในเรื่องสีลอกหลุดง่าย ซึ่งเป็นปัญหาระดับปานกลาง

2. ปัญหาด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีปัญหาทางด้านราคา โดยภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยของปัญหาสูงสุด กรณีสินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง และที่มีค่าเฉลี่ยของปัญหาน้อยสุดในเรื่องเงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม

3. ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีปัญหาทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับน้อย กรณีสถานที่จ่อครดมีไม่เพียงพอ

4. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีปัญหาทางการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยของปัญหาสูงสุด กรณีได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชันล่าช้า และมีค่าเฉลี่ยของปัญหาน้อยสุดในเรื่องการโฆษณาไม่ดึงดูดใจ

5. ปัญหาด้านกระบวนการ

จากการศึกษาพบว่าตัวแทนจำหน่ายมีปัญหาทางด้านกระบวนการ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยของปัญหาสูงสุดในกรณีมารับสินค้าเองต้องเสียเวลารอขึ้นสินค้านาน และมีค่าเฉลี่ยของปัญหาน้อยสุดในเรื่องส่งสินค้าผิดรายการ

6. ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่าตัวแทนจำหน่ายมีปัญหาทางด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ในกรณีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องรอรับสินค้ามีไม่เพียงพอ

7. ปัญหาด้านบุคลากร

จากการศึกษาพบว่าตัวแทนจำหน่ายมีปัญหาทางด้านบุคลากร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยของปัญหาสูงสุด กรณีผู้แทนขายมีอำนาจในการตัดสินใจน้อย และมีค่าเฉลี่ยของปัญหาน้อยสุดในกรณีพนักงานบริการไม่สุภาพ

นอกจากนี้จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า ในด้านความต้องการสั่งซื้อสินค้าของ บริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด ผ่านทางอินเทอร์เน็ต (E-Commerce) สรุปได้ว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความต้องการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด และรองลงมาไม่ต้องการ

ในส่วนของความต้องการของตัวแทนจำหน่าย ในด้านการใช้สื่อในการแจ้งข้อมูลข่าวสารของบริษัท พบว่า ตัวแทนจำหน่ายส่วนใหญ่ต้องการให้แจ้งข้อมูลผ่านทางไปรษณีย์มากที่สุด รองลงมา คือ ทางโทรศัพท์ และน้อยสุด คือ ส่งมาพร้อมใบกำกับภาษี

ในส่วน of ความคิดเห็นของตัวแทนจำหน่าย ต่อภาพลักษณ์สินค้าของ บริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าของบริษัทอื่นพบว่า สินค้าของบริษัทฯ มีภาพลักษณ์ไม่แตกต่างจากบริษัทอื่น รองลงมา คือ มีภาพลักษณ์ที่ดีกว่าบริษัทอื่น

ในส่วน of สาเหตุในการเลือกซื้อสินค้าจากบริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด สรุปได้ว่า ตัวแทนจำหน่ายเลือกซื้อสินค้า เนื่องจาก สินค้ามีคุณภาพดี รองลงมา คือ สินค้ามีราคาถูก และน้อยสุด คือ บริษัทมีการช่วยเหลือตัวแทนจำหน่ายดี

ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ต่อ บริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด จำแนกตามตำแหน่งในสถานประกอบการ

จากการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายที่มีตำแหน่งในสถานประกอบการ กรณีเป็นเจ้าของหรือผู้ประกอบการ มีความพึงพอใจต่อบริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจสูงสุด ในด้านการจัดจำหน่าย รองลงมาได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านราคา ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจ จำแนกตามตำแหน่งในสถานประกอบการกรณีเป็นเจ้าของหรือผู้ประกอบการ พบว่า มีความพึงพอใจในด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องระยะเวลาการเปิด-ปิดการให้บริการขายสินค้า ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในความทันสมัยของเทคโนโลยีการผลิตสินค้า ความพึงพอใจด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านผู้แทนขาย ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสารและวารสารต่างๆ ไปยังผู้บริโภค ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อคุณภาพสินค้าไม้ฝาสังเคราะห์ ความพึงพอใจด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านกระบวนการขายสินค้า ความพึงพอใจด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องราคาของสินค้าที่จำหน่ายมีความเหมาะสม

กรณีตัวแทนจำหน่ายมีตำแหน่งในสถานประกอบการเป็นตัวแทนเจ้าของหรือผู้ประกอบการ พบว่า มีความพึงพอใจต่อบริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ในด้านการจัดจำหน่าย รองลงมาได้แก่ ความพึงพอใจด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านราคา ตามลำดับ

กรณีเป็นตัวแทนเจ้าของหรือผู้ประกอบการ มีความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านระยะเวลาการเปิดและปิดการให้บริการขายสินค้า ความพึงพอใจด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านผู้แทนขาย ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในความทันสมัยของเทคโนโลยีการผลิตสินค้า ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อคุณภาพสินค้าไม้ฝาสังเคราะห์ ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสารและวารสารต่างๆ ไปยังผู้บริโภค ความพึงพอใจด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านกระบวนการขายสินค้า ความพึงพอใจด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องราคาของสินค้าที่จำหน่ายมีความเหมาะสม

ส่วนที่ 5 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ต่อ บริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด จำแนกตามประเภทของกิจการ

จากการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายที่มีประเภทกิจการเป็นแบบเจ้าของคนเดียว มีความพึงพอใจ ต่อบริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ในด้านการจัดจำหน่ายและด้านบุคลากร รองลงมาเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านราคา

เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่ากรณีกิจการเป็นแบบเจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านระยะเวลาการเปิดและปิด การให้บริการขายสินค้า ความพึงพอใจด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านผู้แทนขาย ในเรื่องความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับผู้แทนขายในระดับมาก ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านความทันสมัยของเทคโนโลยีการผลิตสินค้า ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร และวารสารต่าง ๆ ไปยังผู้บริโภค ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อคุณภาพสินค้าไม้ฝาสังเคราะห์ ความพึงพอใจด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในกระบวนการขายสินค้า ในเรื่องความสะดวกในขั้นตอนการสั่งซื้อในระดับมาก และมีความพึงพอใจด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องราคาของสินค้าที่จำหน่ายมีความเหมาะสม

กรณีตัวแทนจำหน่ายที่มีประเภทของกิจการเป็นแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด มีความพึงพอใจ ต่อบริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านการจัดจำหน่าย รองลงมาเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านกระบวนการ ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า กรณีกิจการเป็นแบบห้างหุ้นส่วนจำกัดมีความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านระยะเวลาการเปิดและปิดการให้บริการขายสินค้า ความพึงพอใจในด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านความทันสมัยของเทคโนโลยีการผลิตสินค้า ความพึงพอใจด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านผู้แทนขาย ในเรื่องการมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในการแจ้งข่าวสารข้อมูลประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมต่างๆ ของบริษัท ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านคุณภาพไม้ฝาสังเคราะห์ ความพึงพอใจด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในกรณีราคาของสินค้าที่จำหน่ายมีความ

เหมาะสม และความพึงพอใจด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านกระบวนการขายสินค้าใน ด้านความสะดวกในขั้นตอนการสั่งซื้อ

กรณีตัวแทนจำหน่ายที่มีประเภทของกิจการเป็นแบบบริษัทจำกัด มีความพึงพอใจ ต่อ บริษัท โอติมปิกระเบียงไทย จำกัด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้าน การจัดจำหน่าย รองลงมาเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้าน ผลิตรถยนต์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านราคา ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า กรณีกิจการเป็นแบบบริษัทจำกัด มีความพึงพอใจใน ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านระยะเวลาเปิดและปิดการให้บริการขายสินค้า ความ พึงพอใจในด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านผู้แทนขาย ในเรื่องการมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านความทันสมัยของเทคโนโลยีการ ผลิตรถยนต์ ความพึงพอใจด้านผลิตรถยนต์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด กรณีสินค้าแต่ละประเภทมีหลากหลาย ขนาดให้เลือกตามต้องการ ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดกรณีข้อความ ในแคตตาล็อกสินค้ามีความชัดเจนเข้าใจง่าย ความพึงพอใจด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดใน ด้านกระบวนการขายสินค้า ในเรื่องความสะดวกในขั้นตอนการสั่งซื้อ และความพึงพอใจด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อความเหมาะสมของราคาสินค้าที่จำหน่าย

ส่วนที่ 6 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่าย ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ต่อ บริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด จำแนกตามระยะเวลาการประกอบกิจการ

จากการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการ 1-10 ปี มีความพึงพอใจต่อบริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด ในภาพรวม ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ในด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมาเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านราคา ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า กรณีดำเนินกิจการ 1-10 ปี มีความพึงพอใจในด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านความทันสมัยของเทคโนโลยีการผลิตสินค้า ความพึงพอใจในด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านระยะเวลาเปิดและปิด การให้บริการขายสินค้า ความพึงพอใจด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านผู้แทนขายในเรื่องการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร และวารสารต่างๆ ไปยังผู้บริโภค ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านสินค้าแต่ละประเภทมีหลากหลายขนาดให้เลือกตามต้องการ ความพึงพอใจด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านกระบวนการขายสินค้า ในเรื่องความสะดวกในขั้นตอนการสั่งซื้อ และความพึงพอใจด้านราคามีค่าเฉลี่ยสูงสุดในความเหมาะสมของราคาสินค้าที่จำหน่าย

กรณีตัวแทนจำหน่ายที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการมากกว่า 10 ปี มีความพึงพอใจต่อบริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด ในภาพรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ในด้านบุคลากร รองลงมาเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านราคา ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กรณีตัวแทนจำหน่ายดำเนินกิจการมากกว่า 10 ปี มีความพึงพอใจในด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านผู้แทนขายในเรื่องการบริการและการเข้าเยี่ยมลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านความทันสมัยของเทคโนโลยีการผลิตสินค้า ด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านระยะเวลาการเปิดและปิด การให้บริการขายสินค้า ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร และวารสารต่างๆ ไปยังผู้บริโภค ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในคุณภาพสินค้าไม่ฝ้าสังเคราะห์ ความพึงพอใจด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านกระบวนการขายสินค้า ในเรื่องความสะดวกในขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ต่อบริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด ได้สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจของฮาร์วี วอลเลออสไตร์และเมเนาร์คเชลลี สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นความรู้สึกหลังการซื้อของบุคคลหรือตัวแทนจำหน่าย ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการหรือประสิทธิภาพของสินค้า (Perceived Performance) กับการให้บริการที่ตัวแทนจำหน่ายที่คาดหวัง (Expected Performance) โดยถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ (Product Performance) ต่ำกว่าความคาดหวังของตัวแทนจำหน่าย ทำให้ตัวแทนจำหน่ายเกิดความไม่พึงพอใจ แต่ถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการตรงกับความคาดหวังของตัวแทนจำหน่าย จะทำให้ตัวแทนจำหน่ายเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังที่ตัวแทนจำหน่ายตั้งไว้ ก็จะทำให้ตัวแทนจำหน่ายเกิดความประทับใจ ดังนั้นจากผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจโดยภาพรวม ของตัวแทนจำหน่ายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อ บริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง โดยตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจต่อด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านราคา และด้านบุคลากร และสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการของฟิลิป คอตเลอร์ (2000) ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จากการศึกษาพบว่าตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า มีความพึงพอใจมากกับคุณภาพสินค้าไม่ผาสังเคราะห์ รองลงมา คือ สินค้าแต่ละประเภทมีหลากหลายขนาดให้เลือกตามต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ฉัตรชัย ประเสริฐธนาวัฒน์ (2540) ที่ศึกษาพบว่า สิ่งสำคัญที่สุดที่ผู้บริโภคต้องการในการเลือกซื้อสินค้าก็คือ การมีสินค้าให้เลือกหลายชนิด หลายขนาด เมื่อพิจารณาจากตัวแทนจำหน่ายโดยละเอียดแล้วพบว่า ตำแหน่งในสถานประกอบการ ประเภทของกิจการและระยะเวลาดำเนินงาน มีผลต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ในระดับเดียวกัน

ด้านราคา (Price) จากการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดกับความเหมาะสมของราคาของสินค้าที่จำหน่าย รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคาสินค้าได้ เมื่อพิจารณาจากตัวแทนจำหน่ายโดยละเอียดแล้วพบว่า ตำแหน่งในสถานประกอบการ ประเภทของกิจการและระยะเวลาดำเนินงาน มีผลต่อความพึงพอใจในด้านราคา ในระดับเดียวกัน

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) จากการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในระดับมากกับระยะเวลาการเปิดและปิดการให้บริการขายสินค้า รองลงมาเป็นความพึงพอใจระดับปานกลาง ในทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับ ฟิลิป คอตเลอร์ (2000) กล่าวไว้ว่า การเลือกทำเลที่ตั้งของร้านค้าขึ้นอยู่กับความสำคัญต้องสามารถตอบสนองผู้บริโภคได้ในด้านความสะดวกสบาย อยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมไปมาได้สะดวก สามารถครอบคลุมพื้นที่รองรับลูกค้าได้มากที่สุด เมื่อพิจารณาจากตัวแทนจำหน่ายโดยละเอียดแล้วพบว่า ตำแหน่งในสถานประกอบการ ประเภทของกิจการ และระยะเวลาดำเนินกิจการ มีผลต่อความพึงพอใจในการจัดจำหน่ายในระดับเดียวกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทางสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร และวารสารต่าง ๆ ไปยังผู้บริโภค รองลงมาคือ ข้อความในแคตตาล็อกสินค้ามีความชัดเจนเข้าใจง่าย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ทศนีย์ สุทธิโสภานภรณ์ (2540) ที่ศึกษาพบว่า การส่งเสริมการตลาดจะเน้นการประชุมอบรมเพื่อให้ผู้จำหน่ายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นหลัก และนิยมใช้เอกสารในการให้ความรู้ด้านต่าง ๆ และตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และมีความพึงพอใจต่อการที่บริษัทมีการมอบของขวัญในโอกาสพิเศษหรือเทศกาลสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการจูงใจคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่าย ของ ฟิลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler อ้างถึงใน อุษณีย์ จิตตะปาโล, 2540: 57) และสอดคล้องกับการศึกษาของ นพพร กิรติ-บรรหาร (2539) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ผลิตใช้กลยุทธ์การดึงสินค้าออกจากร้านค้าตัวแทนจำหน่าย (Pull Strategies) โดยการสร้างภาพลักษณ์สินค้าของตนให้เกิดกับผู้บริโภค โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคตระหนัก และจดจำตราสินค้า เมื่อพิจารณาจากตัวแทนจำหน่ายโดยละเอียดแล้วพบว่าตำแหน่งในสถานประกอบการ ประเภทของกิจการ และระยะเวลาดำเนินกิจการ โดยภาพรวมมีผลต่อความพึงพอใจในการส่งเสริมการตลาด ในระดับเดียวกัน

ด้านกระบวนการ (Process) จากการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในด้านกระบวนการขายสินค้า รองลงมาคือ กระบวนการด้านการจัดส่งสินค้า โดยในด้านกระบวนการขายสินค้า พบว่ามีความพึงพอใจมากในด้านความสะดวกในขั้นตอนการสั่งซื้อ รองลงมาคือ ความสะดวกในการפקซ์ใบสั่งซื้อเข้ามาที่โรงงาน และในด้านกระบวนการจัดส่งสินค้ากรณีบริษัทจัดส่งสินค้าให้ มีความพึงพอใจในระดับปานกลางกับความถูกต้องของสินค้าที่ได้รับทั้งชนิดและจำนวน เมื่อพิจารณาจากตัวแทนจำหน่ายโดยละเอียด แล้วพบว่าตำแหน่งในสถานประกอบการ ประเภทของ

กิจการ และระยะเวลาดำเนินกิจการ โดยภาพรวมมีผลต่อความพึงพอใจในด้านกระบวนการในระดับเดียวกัน

ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) พบว่าตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ในด้านความทันสมัยของเทคโนโลยีการผลิตสินค้ารองลงมาคือ ที่จอดรถมีเพียงพอสะดวกต่อการขึ้นลงสินค้า เมื่อพิจารณาจากตัวแทนจำหน่ายโดยละเอียดแล้ว พบว่าตำแหน่งในสถานประกอบการ และประเภทของกิจการ โดยภาพรวมมีผลต่อความพึงพอใจในด้านลักษณะทางกายภาพในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อจำแนกตัวแทนจำหน่ายตามระยะเวลาดำเนินกิจการ

ด้านบุคลากร (People) พบว่าตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจ โดยภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดต่อผู้แทนขายในด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าในด้านมารยาทในการพูดจา เมื่อพิจารณาจากตัวแทนจำหน่ายโดยละเอียดแล้วพบว่าเมื่อจำแนกตัวแทนจำหน่ายตามตำแหน่งในสถานประกอบการและประเภทของกิจการ พบว่ามีความพึงพอใจในด้านบุคลากรในภาพรวมในระดับปานกลาง ส่วนตัวแทนจำหน่ายที่จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการ มีความพึงพอใจในด้านบุคลากรโดยภาพรวมในระดับมาก

นอกจากนี้จากการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความต้องการที่จะสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต และมีความต้องการรับข่าวสารของบริษัทผ่านทางไปรษณีย์ ส่วนในด้านภาพลักษณ์ตัวแทนจำหน่ายมีความคิดเห็นว่า สินค้าของบริษัทมีภาพลักษณ์ที่ไม่แตกต่างจากบริษัทอื่น มากที่สุด และสาเหตุที่ตัวแทนจำหน่ายเลือกซื้อสินค้ากับทางบริษัท เนื่องมาจากสินค้ามีคุณภาพดีมากที่สุด

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษา ความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลต่อบริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ โดยสามารถอธิบายจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ค้นพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจในระดับมากต่อด้านคุณภาพสินค้าไม้ฝาสังเคราะห์ รองลงมาคือ สินค้าแต่ละประเภทมีหลากหลายขนาดให้เลือกตามต้องการ แต่มีความพึงพอใจในระดับน้อยต่อคุณภาพสินค้าประเภทกระเบื้องกรอบ AC เนื่องจากพบว่า กระเบื้องกรอบ AC มีปัญหาสูงสุดในเรื่องขนาดของกรอบตัวล่าง และตัวบนไม่มาตรฐานกรอบกันไม่สนิท และมีปัญหา รองลงมาในเรื่องสีของกระเบื้องหน้าบางไม่เท่ากันทั้งแผ่น นอกจากนี้พบว่าในด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยของปัญหาสูงสุด กรณีสินค้ามีไม่เพียงพอจำหน่าย

ด้านราคา (Price)

ค้นพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจกับความเหมาะสมของราคาสินค้าที่จำหน่ายในระดับปานกลาง และมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจน้อยสุดในเรื่องความเหมาะสมของการคิดอัตราค่าขนส่งสินค้า และมีค่าเฉลี่ยของปัญหาสูงสุดในเรื่องสินค้าของบริษัทมีราคาแพงกว่าคู่แข่ง และไม่สามารรถต่อรองราคาได้

ด้านการจัดจำหน่าย (Place)

ค้นพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจในระดับมาก ในด้านระยะเวลาการเปิดและปิดการให้บริการขายสินค้า รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และมีปัญหาในระดับน้อยกับกรณีสถานที่จอดรถมีไม่เพียงพอ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ค้นพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจในระดับมาก ในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร และวารสารต่างๆ ไปยังผู้บริโภค รองลงมาคือข้อความในแคตตาล็อกสินค้ามีความชัดเจนเข้าใจง่าย และปัญหาที่พบมีค่าเฉลี่ยของปัญหาสูงสุดกับความล่าช้าในการได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชัน

ด้านกระบวนการ (Process)

ค้นพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจในด้านการบวนการขายสินค้าในระดับมากกับความสะดวกในขั้นตอนการสั่งซื้อ รองลงมาในด้านกระบวนการจัดส่งสินค้า (กรณีบริษัทจัดส่งสินค้าให้) มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากสุดในเรื่องความถูกต้องของสินค้าที่ได้รับทั้งชนิดและ

จำนวน และรองลงมาคือความรวดเร็วในการส่งสินค้าตรงตามกำหนดเวลา และมีความพึงพอใจในด้านกระบวนการจัดส่งสินค้า (กรณีเข้ามารับสินค้าเอง) มีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจสูงสุดในการบริการของพนักงานขึ้นสินค้า และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยสุด ในเรื่องความรวดเร็วในการได้รับสินค้า และพบว่าในกรณีมารับสินค้าเองต้องเสียเวลารองขึ้นสินค้านาน และมีปัญหารองลงมาคือความล่าช้าในการได้รับเอกสารหลังการซื้อสินค้า

ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

ค้นพบว่าตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจในระดับมาก ในด้านความทันสมัยของเทคโนโลยีการผลิตสินค้า

ด้านบุคลากร (People)

ค้นพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจผู้แทนขาย ในระดับมากในเรื่องการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รองลงมาคือ ในด้านการบริการและเข้าเยี่ยมชมลูกค้าอย่างสม่ำเสมอของผู้แทนขาย และพบว่ามีปัญหาในระดับปานกลางในกรณีผู้แทนขายมีอำนาจในการตัดสินใจน้อย

นอกจากนี้ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าในระดับมาก ในเรื่องมารยาทในการพูดจา รองลงมาคือ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า และพบว่ามีปัญหาในระดับน้อย ในกรณีที่เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าปล่อยให้ลูกค้ารอสายนาน

และพบว่าตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพสินค้า (QA) ในระดับปานกลาง ต่อความพึงพอใจในคำแนะนำแนวทางในการแก้ปัญหาเบื้องต้น รองลงมาคือความรวดเร็วในการดำเนินการแก้ปัญหา และพบว่าตัวแทนจำหน่ายพอใจในผลของการแก้ไขปัญหาในระดับปานกลาง

นอกจากนี้จากผลการศึกษา ค้นพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจ ที่จะสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต และต้องการรับข้อมูลข่าวสารของบริษัทผ่านทางไปรษณีย์ และในส่วนของภาพลักษณ์นั้น สินค้าของบริษัทมีภาพลักษณ์ไม่แตกต่างจากบริษัทอื่น แต่สิ่งที่ทำให้ตัวแทนจำหน่ายซื้อสินค้าจากบริษัท เนื่องจากสินค้าของบริษัทมีคุณภาพดี

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ต่อบริษัท โอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในแต่ละด้านดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจในระดับมากต่อคุณภาพสินค้าไม้ ฝาสังเคราะห์และรองลงมาคือ สินค้ามีหลากหลายขนาดให้เลือกตามต้องการ ดังนั้นบริษัทจึงควร เน้นพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้ได้มาตรฐานมากยิ่งขึ้น สำหรับสินค้าที่อยู่ในระดับที่ลูกค้า พึงพอใจมาก ควรทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีหลากหลายรูปแบบ หลากหลายขนาด และสีสันทัน เพิ่ม ชนิดหรือลวดลายให้แตกต่างจากคู่แข่งขยันอยู่ตลอดเวลา และมีรูปแบบที่หลากหลายให้เลือกมากกว่าคู่แข่ง มีการออกผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ เพิ่มขึ้นมา เช่น ฝา ระแนง เจริงชาย หรือไม้บัว สำหรับปิดใต้ลอนกระเบื้อง เพื่อทดแทนไม้จากธรรมชาติโดยนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ในการ ผลิตเพื่อเป็นการยกระดับของสินค้าให้ดูดีมากขึ้น เพื่อเพิ่มทางเลือกและตอบสนองความต้องการ ของลูกค้า และจากผลการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจในระดับน้อยต่อคุณภาพ กระเบื้อง AC นั้น เนื่องจากมีปัญหาในเรื่องขนาดของกรอบตัวบนและตัวล่างไม่ได้มาตรฐาน ดังนั้น ผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่า ควรพัฒนาขบวนการผลิตกระเบื้องกรอบ โดยใช้เครื่องจักรทดแทนการปั้น มือจากแรงงานคน เพื่อให้สินค้าที่ออกมามีคุณภาพและได้มาตรฐานเท่าเทียมกันทุกแผ่น และเนื่อง จากใช้แรงงานคนในการทาสี จึงทำให้สีบนกระเบื้องหน้าบางไม่เท่ากันทั้งแผ่น จึงควรมีการวิจัย และพัฒนานำเครื่องพ่นสีมาใช้ในการพ่นสีลงบนกระเบื้องแทนการทาสีด้วยมือ เพื่อลดปัญหาสีหน้า บางไม่เท่ากัน และควรตรวจสอบคุณภาพสินค้าอย่างละเอียดก่อนนำออกจำหน่าย เพื่อสร้างความ ประทับใจให้แก่ลูกค้า

ด้านราคา

จากผลการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจด้านราคาในระดับปานกลางและ ตัวแทนจำหน่ายมีความคิดเห็นว่า สินค้าของบริษัทมีราคาค่อนข้างแพงกว่าของคู่แข่งระดับเดียวกัน ดังนั้นผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่า บริษัทควรเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ร้านค้าตัวแทน จำหน่ายรับรู้ว่า สินค้าของบริษัทแตกต่างจากคู่แข่งทั่วไป เพราะใช้ระบบการผลิตที่ทันสมัยมากกว่า เช่น ทำการผลิตโดยใช้ระบบบอโต้เคลฟที่เป็นเทคโนโลยีขั้นสูง และจัดให้มีการโฆษณาตามสื่อ ต่างๆ เข้าช่วยเพื่อให้ตัวแทนจำหน่ายรับรู้ว่า และเข้าใจมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ในการตั้งราคาสินค้า สามารถใช้วิธีการต่าง ๆ มาผสมผสานกันได้แก่ การตั้งราคาโดยการกำหนดส่วนลด การตั้งราคา

เชิงจิตวิทยา การตั้งราคาเพื่อส่งเสริมการขาย การตั้งราคาตามคู่แข่ง เป็นต้น ซึ่งขึ้นอยู่กับสินค้าแต่ละชนิด แต่ละประเภท ช่วงโอกาสฤดูกาล และเวลาเป็นสิ่งประกอบ และต้องติดตามเป็นพิเศษถึงภาวะการแข่งขันด้านราคา หรืออีกมุมมองหนึ่งที่จะทำการแข่งขันได้ คือ นำสินค้าตราห้หรือรอง (Fighting Brand) เข้าสู่ตลาดเพื่อการแข่งขันโดยรักษาราคาของตราสินค้าหลักไว้ หรือใช้กลยุทธ์ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ ขึ้น เช่น มีคูปองส่วนลด แลกของรางวัล หรือชิงโชคต่างๆ

ด้านการจัดจำหน่าย

ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความหลากหลาย รวดเร็วและทันต่อยุคของการแข่งขันโดยนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วย เช่น เพิ่มระบบการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือลงทุนทางด้านซอฟต์แวร์ (Software) ให้กับตัวแทนจำหน่ายที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดต่อบริษัทสูง โดยซอฟต์แวร์ดังกล่าวช่วยในการจัดการข้อมูลด้านการขายและการบริการข้อมูลให้กับตัวแทนจำหน่าย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเชื่อม (Integrated) กับข้อมูลของบริษัทเพื่อประหยัดเวลาทำงานด้านการจัดการข้อมูลของตัวแทนจำหน่าย และเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อตัวแทนจำหน่าย ซึ่งก่อให้เกิดความจงรักภักดีต่อสินค้าของบริษัทตามมา และผลสุดท้ายคือสามารถต่อสู้กับคู่แข่งได้ นอกจากนี้ในด้านสถานที่การจอร์ด ควรมีการปรับปรุงให้มีพื้นที่สำหรับลูกค้าให้มีสถานที่จอร์ดเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้บริษัทควรมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในส่วนของการให้บริการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต และส่งข้อมูลข่าวสารของบริษัทผ่านทางไปรษณีย์ พร้อมแนบข่าวสารหรือข้อมูลโปรโมชั่นต่างๆ ให้กับตัวแทนจำหน่าย และในด้านผลิตภัณฑ์ควรมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากบริษัทอื่นๆ อยู่ตลอดเวลา และควบคุมคุณภาพของสินค้าให้อยู่ในมาตรฐานและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ควรเพิ่มช่องทางการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น รวมทั้งจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบใหม่ๆ ให้สามารถดึงดูดใจร้านค้าตัวแทนจำหน่าย เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า และเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ เพิ่มขึ้น อาทิเช่น ในพื้นที่ที่มีการแข่งขันสูงให้ทำการโฆษณาทางสถานีวิทยุและสื่อสิ่งพิมพ์ หรือควรทำแผ่นผ้าป้ายโฆษณาไปกระจายติดในที่ชุมชนให้มากขึ้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ควรเน้นจัดทำกิจกรรมออกเยี่ยมลูกค้าตัวแทนจำหน่ายให้บ่อยขึ้น เพื่อสอบถามข้อมูลด้านต่างๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการสร้างโอกาสทางการตลาดต่อไป ในด้านความล่าช้าในการแจ้งข้อมูลการขายและข่าวสารโปรโมชั่นนั้น ควรนำเทคโนโลยีมาใช้ในสื่อสารข้อมูล เช่น ส่งข้อมูลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์แฟกซ์ (E-Fax) หรืออิเล็กทรอนิกส์ (E-mails) ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ในกรณีมีโปรโมชั่นเร่งด่วน หรือ

เปลี่ยนแปลง โปรโมชันแบบเร่งด่วนให้ทำการโทรแจ้งตัวแทนจำหน่ายให้รับทราบ แล้วทำการส่งข้อมูลเป็นลายลักษณ์อักษรตามไปในภายหลัง

ด้านกระบวนการ

จากผลการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีปัญหาในกรณีมารับสินค้าเองต้องเสียเวลารอขึ้นสินค้านาน มีค่าเฉลี่ยของปัญหาสูงสุด ดังนั้นบริษัทจึงควรเพิ่มการบริการให้ความสะดวกรวดเร็วขึ้น แนวทางแก้ไขคือ ทำการสื่อสารให้ตัวแทนจำหน่ายเข้าใจถึงขั้นตอนในการสั่งซื้อกรณีเข้ามารับสินค้าเอง โดยทำการแฟกซ์ข้อมูลการสั่งซื้อเข้ามายังบริษัทล่วงหน้า ก่อนที่จะให้รถเข้ามารับสินค้า ซึ่งจะช่วยให้เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าและเจ้าหน้าที่คลังสินค้ามีเวลาด่วนหน้าในการจัดเตรียมสินค้า ก่อนรถเข้ามารับสินค้า บริษัทควรนำระบบการบริหารจัดการด้านคิวรถเข้ามาช่วยเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการเข้ารับสินค้า และบริษัทควรนำระบบบาร์โค้ดเข้ามาใช้ เพื่อการจัดการสินค้าคงคลัง ด้านกระบวนการจ่ายสินค้าให้มีประสิทธิภาพและมีความถูกต้องแม่นยำมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ร้านค้าตัวแทนจำหน่ายและช่วยลดขั้นตอนในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ให้สั้นลง ใช้เวลาน้อยลงทำให้การรับจ่ายสินค้านั้นรวดเร็วขึ้น มีความถูกต้องมากขึ้น

นอกจากนี้ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาระบบการจัดการด้านการขนส่งให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ มีการศึกษาวางแผนเส้นทางคมนาคมในการรับส่งล่วงหน้า เพื่อให้คล่องตัว และการตรวจสอบเส้นทางใหม่ ๆ เพื่อวางแผนล่วงหน้า เพื่อให้สะดวกรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า

ด้านลักษณะทางกายภาพ

ในด้านลักษณะทางกายภาพพบว่ามีความพึงพอใจมากในด้านเทคโนโลยีการผลิตสินค้าที่ทันสมัย ดังนั้นบริษัทจึงควรมีการวิจัยพัฒนาและนำเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยและวิธีการที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิตสินค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความแตกต่างที่เหนือชั้นกว่าผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

ด้านบุคลากร

จากผลการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจโดยภาพรวมในระดับปานกลาง ในด้านบุคลากร โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยสุดต่อเจ้าหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพสินค้า (QA) ในเรื่องความรวดเร็วในการดำเนินการแก้ไขปัญหา และพึงพอใจผลของการแก้ไขปัญหา ในระดับปานกลาง ดังนั้นบริษัทควรศึกษาและทบทวนขั้นตอนการทำงานให้กระชับและตัดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อนหรือ ควรลดขั้นตอนการอนุมัติให้กระชับและรวดเร็วไม่ต้องผ่านหลายหน่วยงาน เพื่อให้การปฏิบัติงานรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่วนปัญหากรณีผู้แทนขายมีอำนาจในการตัดสินใจน้อย บริษัทควรทบทวนนโยบายลดข้อจำกัดในการให้อำนาจผู้แทนขายในการตัดสินใจเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้การบริการเป็นที่พึงพอใจแก่ตัวแทนจำหน่ายมากที่สุด นอกจากนี้พบว่า ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจน้อยสุดต่อเจ้าหน้าที่ขนส่งสินค้า ในเรื่องการแต่งกายและมารยาท

ของพนักงานขนส่งสินค้า บริษัทควรดูแลและเข้มงวดต่อการแต่งกายของพนักงาน หรือปรับปรุง ให้มีความเรียบร้อยมากขึ้น เพราะจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

ดังนั้นบริษัทควรมีการปรับปรุงในด้านความรู้ของบุคลากรให้มากขึ้น ควรมีการฝึกอบรม ให้ความรู้ และพัฒนาคุณภาพของพนักงานอย่างสม่ำเสมออย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง โดยเฉพาะใน เรื่องของการบริการที่สุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และให้มีความรู้ความชำนาญในตัวผลิตภัณฑ์ ทั้ง ในด้านคุณสมบัติและวิธีการใช้งาน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแนะนำ ช่วยเหลือ และแก้ไข ปัญหาเบื้องต้นให้แก่ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย ควรมีการเน้นย้ำเพื่อให้พนักงานมีความกระตือรือร้น ในการปฏิบัติงานและตระหนักถึงความสำคัญในด้านการให้บริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับ ตัวแทนจำหน่าย พร้อมทั้งมอบรางวัลตอบแทนให้แก่พนักงานตามโอกาสที่เหมาะสมเพื่อสร้างขวัญ และกำลังใจแก่พนักงาน และควรมีการวัดผลหลังจากการฝึกอบรมทุกครั้ง เพื่อจะได้นำผลมาปรับ ปรุงในการฝึกอบรมในครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

1. ควรศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผู้รับเหมาก่อสร้างที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์ เพิ่มเติมเพื่อสามารถนำข้อมูลมาวางแผนการตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่อไป
2. ควรมีการวัดระดับความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่าย อย่างสม่ำเสมอเพื่อนำมาใช้ใน การปรับปรุงและพัฒนาในด้านส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่ม เป้าหมาย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved