

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ ตัวแทนจำหน่าย บริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนประชากร จำนวน 81 ราย โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลด้วยเครื่องมือแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้คือ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งผลการศึกษาที่ได้สามารถนำมาสรุป อภิปรายผล ตลอดจนข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของตัวแทนจำหน่ายและข้อมูลเกี่ยวกับการเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าตัวแทนจำหน่ายเป็นเพศชายมากที่สุด ส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ โดยกรรมการผู้จัดการเป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์มากที่สุด ผู้จัดการฝ่ายการตลาดเป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าจากบริษัทผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเพื่อซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์มากที่สุด และส่วนใหญ่เจ้าของกิจการเป็นผู้มีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้ายในการเลือกบริษัทผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเพื่อซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ส่วนใหญ่มีบริษัทผู้นำเข้าและจัดจำหน่าย (Distributor) ที่มีการสั่งซื้อสินค้าหรือใช้บริการจำนวนมากกว่า 5 ราย มียอดซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์เฉลี่ยต่อเดือน ทั้ง 500,001 – 2,000,000 บาท และ 2,000,001 – 4,000,000 บาท จำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในกลุ่มเครื่องคอมพิวเตอร์ชุด (Computer Set) มากที่สุด

ในส่วนของการเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัทชินเน็คฯ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ เป็นเวลาดำกว่า 5 ปี และสั่งซื้อสินค้ากลุ่มอุปกรณ์เครื่องคอมพิวเตอร์ (PC Component) และกลุ่มเครื่องคอมพิวเตอร์ชุด (Computer Set) มากที่สุด รู้จักบริษัทชินเน็คฯ จากการได้คำแนะนำจากผู้ประกอบการรายอื่น มีเงื่อนไขการชำระค่าสินค้าโดยการชำระเป็นเช็คล่วงหน้า ได้รับ Credit Term เป็นจำนวน 30 วัน วงเงินรายเดือนสำหรับการสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทชินเน็คฯ เป็นจำนวนเงิน 1,500,001 – 3,000,000 บาท และมีเหตุผลในการเลือกเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัทชินเน็คฯ โดยเลือกจากราคาสินค้ามากที่สุด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในการให้บริการของบริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในการให้บริการของบริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ทางด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 4.02 รองลงมา ด้านบุคลากร อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.83 ด้านราคา อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.82 ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.73 ด้านสถานที่จัดจำหน่าย อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.61 ด้านการส่งเสริมและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.42 และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.34 ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ในการให้บริการของบริษัท ซินเน็คฯ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก คือ คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย ความทันสมัยของสินค้า และความมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือของครयीี่ห้อสินค้าที่จัดจำหน่าย

ด้านราคา

ความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ในการให้บริการของบริษัท ซินเน็คฯ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก คือ ราคาจำหน่ายของสินค้า โบนัสหรือส่วนลดราคาสินค้าและบริการ และความหลากหลายในระดับราคาของสินค้าและบริการ

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย

ความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่จัดจำหน่าย ในการให้บริการของบริษัท ซินเน็คฯ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจ 2 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก คือ มีบริการจัดส่งสินค้า และ 4 ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อจนได้รับสินค้า, ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า เช่น ทางโทรศัพท์ Email, ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับพนักงานบริษัทซินเน็คฯ และสภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในการให้บริการของบริษัท ซินเน็คฯ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง

ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจ 3 อันดับแรก คือ การจัดการส่งเสริมการขายในช่วงต่าง ๆ เช่น การชิงโชครถยนต์ และทอง เป็นต้น การส่งเสริมการขายโดยการลดราคาสินค้า และความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย

ด้านบุคลากร

ความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรในการให้บริการของบริษัท ชินเน็ทฯ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก คือ มนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน มารยาท/บุคลิกภาพของพนักงานขาย และการให้บริการด้านความเสมอภาคของพนักงาน

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในการให้บริการของบริษัท ชินเน็ทฯ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก คือ ความน่าเชื่อถือของบริษัท ความมีชื่อเสียงของบริษัทชินเน็ทฯ และบริษัทจัดตั้งมาเป็นเวลานาน

ด้านกระบวนการให้บริการ

ความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ ในการให้บริการของบริษัท ชินเน็ทฯ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจ 2 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก คือ ความถูกต้องของประเภท / ชนิด / จำนวน สินค้าที่จัดส่ง และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2 ปัจจัยคือ ความถูกต้องของเอกสารกำกับสินค้า และความถูกต้องในการให้บริการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของตัวแทนจำหน่าย

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ตัวแทนจำหน่ายประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์/บริการ 3 อันดับแรก คือ ไม่มีสินค้าให้ใช้ทดแทนขณะส่งสินค้าซ่อม การเคลมสินค้าใช้เวลานาน และสินค้าชำรุดเสียหาย

ด้านราคา

ตัวแทนจำหน่ายประสบปัญหาด้านราคา 3 อันดับแรก คือ ต่อรองราคาสินค้าได้ไม่มาก ระยะเวลาให้ Credit Term สั้นไป และไม่สามารถผ่อนชำระได้ ตามลำดับ

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย

ตัวแทนจำหน่ายประสบปัญหาด้านสถานที่จัดจำหน่าย 3 อันดับแรก คือ สินค้าขาดสต็อกบ่อย สินค้าที่ส่งมอบไม่ครบตามจำนวนที่ตั้งและไม่สามารถสั่งซื้อทางWebsite

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตัวแทนจำหน่ายประสบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรก คือ ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ ไม่มีการส่งเสริมการขายให้เลือกหลาย ๆ แบบและ ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า

ด้านบุคลากร

ตัวแทนจำหน่ายประสบปัญหาด้านบุคลากร 3 อันดับแรก คือ ให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน พนักงานบริการหลังการขายไม่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง และ พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ตัวแทนจำหน่ายประสบปัญหาด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 3 อันดับแรก คือ ที่จัดกรรมน้อย ไม่เพียงพอ ไม่มีห้องรับรองที่เป็นสัดส่วน และ ป้ายบริษัทชัดเจนไม่ชัดเจน

ด้านกระบวนการให้บริการ

ตัวแทนจำหน่ายประสบปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ 3 อันดับแรก คือ การให้ข้อมูลสินค้าใหม่ล่าช้า การให้บริการของพนักงานขายล่าช้า และ การสมัครเป็นตัวแทนจำหน่ายยุ่งยาก และจำนวนสินค้าไม่ตรงตามใบกำกับภาษี

สำหรับข้อเสนอแนะและปัญหาอื่นๆ ที่ตัวแทนจำหน่ายแจ้งเพิ่มเติม ได้แก่ การเคลมสินค้ายาวนาน ขั้นตอนการเคลมสินค้ายุ่งยาก มีการส่งสินค้าผิด แจ้งราคาสินค้าผิด การบริการช้าบ้างในบางครั้ง และมีการช่วยเหลือแก้ไขได้ดี

ส่วนที่ 4 สรุปความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อส่วนประสมทางการตลาด ในการให้บริการของบริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่
 จำแนกตามตำแหน่ง
 จำแนกตามยอดซื้อสินค้าที่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน
 และจำแนกตามระยะเวลาที่เป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท ชินเน็ค

4.1) จำแนกตามตำแหน่ง

ตารางที่ 54 สรุปความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในการให้บริการของบริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามตำแหน่ง

ปัจจัย	ตำแหน่ง				
	กรรมการผู้จัดการ	เจ้าของกิจการ	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	- ความมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือของตรา ยี่ห้อสินค้าที่จัด จำหน่าย	- คุณภาพของ สินค้าที่จัด จำหน่าย	- ความทันสมัย ของสินค้า	- ความทันสมัย ของสินค้า	- คุณภาพของ สินค้าที่จัด จำหน่าย
ด้านราคา	- ความหลากหลาย ในระดับราคาของ สินค้าและบริการ	- ราคาจำหน่ายของ สินค้า	- ความหลากหลาย ในระดับราคาของ สินค้าและบริการ - โบนัส - ใบนเสื้อ - รายละเอียดราคา สินค้าและบริการ	- ราคาจำหน่ายของ สินค้า - ระยะเวลาการ ชำระเงิน / เครดิต เทอม - ใบนเสื้อ - รายละเอียดราคา สินค้าและบริการ	- ระยะเวลาการ ชำระเงิน / เครดิต เทอม
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	- ความสะดวกใน การติดต่อ ประสานงานกับ พนักงานบริษัท ชินเน็คฯ	- มีบริการจัดส่ง สินค้า	- มีบริการจัดส่ง สินค้า	- มีบริการจัดส่ง สินค้า - ความสะดวกใน การสั่งซื้อสินค้า โทรศัพท์ ,Email	- ระยะเวลาในการ จัดส่งสินค้านับ จากวันที่สั่งซื้อจน ได้รับสินค้า

ตารางที่ 54 (ต่อ) สรุปความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อส่วน
ประสมทางการตลาดบริการ ในการให้บริการของบริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามตำแหน่ง

ปัจจัย ส่วนประสมทาง การตลาดบริการ	ตำแหน่ง				
	กรรมการ ผู้จัดการ	เจ้าของกิจการ	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการฝ่าย จัดซื้อ	ผู้จัดการฝ่าย การตลาด
(ต่อ) ด้าน สถานที่จัด จำหน่าย				ความแข็งแรง ทนทานของการ บรรจุหีบห่อ ในการ จัดส่ง	- มีบริการจัดส่ง สินค้า - ความสะดวกใน การสั่งซื้อสินค้า - ความสะดวกใน การติดต่อ ประสานงานกับ พนักงานบริษัท ชินเน็คฯความ แข็งแรงทนทาน ของการบรรจุหีบ ห่อ ในการจัดส่ง
ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	- ความเอาใจใส่ ติดตามงานของ พนักงานขาย	- การจัดการ ส่งเสริมการขาย ในช่วงต่าง ๆ เช่น การชิงโชครถยนต์ และทอง เป็นต้น	- ความถี่ในการเข้า พบเยี่ยมเยียน ติดต่องานของ พนักงานขาย - ความเอาใจใส่ ติดตามงานของ พนักงานขาย	- การจัดการ ส่งเสริมการขาย ในช่วงต่าง ๆ เช่น การชิงโชครถยนต์ และทอง เป็นต้น - การส่งเสริมการ ขายโดยการลด ราคาสินค้า	- การจัดการ ส่งเสริมการขาย ในช่วงต่าง ๆ เช่น การชิงโชครถยนต์ และทอง เป็นต้น - ความสะดวกใน การติดต่อ ประสานงานกับ ฝ่ายขาย

ตารางที่ 54 (ต่อ) สรุปความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในการให้บริการของบริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามตำแหน่ง

ปัจจัย ส่วนประสมทาง การตลาดบริการ	ตำแหน่ง				
	กรรมการ ผู้จัดการ	เจ้าของกิจการ	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการฝ่าย จัดซื้อ	ผู้จัดการฝ่าย การตลาด
ด้านบุคลากร	- มนุษยสัมพันธ์ ของพนักงาน - มารยาท / บุคลิกภาพของ พนักงานชาย	- มนุษยสัมพันธ์ ของพนักงาน	- มนุษยสัมพันธ์ ของพนักงาน - ความรู้ และ ความสามารถใน การให้บริการของ พนักงานทั่วไป - ความสามารถในการ แก้ไขปัญหา ของพนักงานชาย - การให้คำแนะนำ และอธิบายให้ ลูกค้าเข้าใจ	- มนุษยสัมพันธ์ ของพนักงาน	- มนุษยสัมพันธ์ ของพนักงาน
ด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	- ความน่าเชื่อถือ ของบริษัท	- ความน่าเชื่อถือ ของบริษัท	- ความน่าเชื่อถือ ของบริษัท	- ความมีชื่อเสียง ของบริษัทชินเน็ค - ความน่าเชื่อถือ ของบริษัท	- ความมีชื่อเสียง ของบริษัทชินเน็ค
ด้าน กระบวนการ ให้บริการ	- ความถูกต้องของ เอกสารกำกับ สินค้า - ความถูกต้องของ ประเภท / ชนิด / จำนวน สินค้าที่ จัดส่ง	- การจัดส่งสินค้าได้ ตรงเวลา - ความถูกต้องใน การให้บริการ	- ความถูกต้องใน การให้บริการ	- ความถูกต้องของ เอกสารกำกับ สินค้า - ความถูกต้องของ ประเภท / ชนิด / จำนวน สินค้าที่ จัดส่ง	- ความถูกต้องของ เอกสารกำกับ สินค้า - ความถูกต้องของ ประเภท / ชนิด / จำนวน สินค้าที่ จัดส่ง

4.2) จำแนกตามยอดซื้อสินค้าที่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 55 สรุปความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการในการให้บริการของบริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามยอดซื้อสินค้าที่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัย	ยอดซื้อสินค้าที่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า/เท่ากับ 500,000 บาท	500,001 – 2,000,000 บาท	2,000,001 – 4,000,000 บาท	4,000,001 – 6,000,000 บาท
ด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ	<ul style="list-style-type: none"> - ความหลากหลายของประเภท และชนิดสินค้า - ความหลากหลายของรุ่นสินค้า - ความทันสมัยของสินค้า - คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย 	<ul style="list-style-type: none"> - คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย 	<ul style="list-style-type: none"> - คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย 	<ul style="list-style-type: none"> - ความทันสมัยของสินค้า - คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย
ด้านราคา	<ul style="list-style-type: none"> - ความหลากหลายในระดับราคาของสินค้าและบริการ 	<ul style="list-style-type: none"> - ราคาจำหน่ายของสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - ราคาจำหน่ายของสินค้า - ความหลากหลายในระดับราคาของสินค้าและบริการ 	<ul style="list-style-type: none"> - ราคาจำหน่ายของสินค้า - ระยะเวลาการขึ้นราคาสินค้า - ระยะเวลาการชำระเงิน / เครดิตเทอม
ด้านสถานที่จัด จำหน่าย	<ul style="list-style-type: none"> - มีบริการจัดส่งสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - มีบริการจัดส่งสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับพนักงานบริษัทชินเน็ค 	<ul style="list-style-type: none"> - ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับพนักงานบริษัทชินเน็ค
ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดการส่งเสริมการขายในช่วงต่าง ๆ เช่น การชิงโชครถยนต์ และทอง เป็นต้น - การส่งเสริมการขายโดยการลดราคาสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - การส่งเสริมการขาย โดยการลดราคาสินค้า - ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย 	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดการส่งเสริมการขายในช่วงต่าง ๆ เช่น การชิงโชครถยนต์ และทอง เป็นต้น 	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดการส่งเสริมการขายในช่วงต่าง ๆ เช่น การชิงโชครถยนต์ และทอง เป็นต้น

ตารางที่ 55 (ต่อ) สรุปความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการในการให้บริการของบริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามยอดซื้อสินค้าที่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัย	ยอดซื้อสินค้าที่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า/เท่ากับ 500,000 บาท	500,001 – 2,000,000 บาท	2,000,001 – 4,000,000 บาท	4,000,001 – 6,000,000 บาท
ด้านบุคลากร	- มารยาท / บุคลิกภาพ ของพนักงานขาย	- มนุษยสัมพันธ์ของ พนักงาน	- มนุษยสัมพันธ์ของ พนักงาน	- มนุษยสัมพันธ์ของ พนักงาน - มารยาท / บุคลิกภาพ ของพนักงานขาย
ด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	- ความน่าเชื่อถือของ บริษัท	- ความมีชื่อเสียง ของบริษัท ชินเน็คฯ	- ความน่าเชื่อถือของ บริษัท	- ความมีชื่อเสียง ของบริษัท ชินเน็คฯ
ด้าน กระบวนการ ให้บริการ	- ความถูกต้องในการ ให้บริการ	- การจัดส่งสินค้าได้ตรง เวลา	- ความถูกต้องของ เอกสารกำกับสินค้า - ความถูกต้องของ ประเภท / ชนิด / จำนวน สินค้าที่จัดส่ง	- ความถูกต้องของ เอกสารกำกับสินค้า - ความถูกต้องของ ประเภท / ชนิด / จำนวน สินค้าที่จัดส่ง

4.3) จำแนกตามระยะเวลาที่เป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท ชินเน็คฯ

ตารางที่ 56 สรุปความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการในการให้บริการของบริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามระยะเวลาที่เป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท ชินเน็คฯ

ปัจจัย	ระยะเวลาที่เป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท ชินเน็คฯ		
	ต่ำกว่า 5 ปี	5 – 10 ปี	10 – 15 ปี
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ			
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	- คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย	- ความทันสมัยของสินค้า - คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย	- คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย
ด้านราคา	- ราคาจำหน่ายของสินค้า	- ใบบริจแสดงรายละเอียดราคาสินค้าและบริการ	- ราคาจำหน่ายของสินค้า
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	- ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า นับจากวันที่สั่งซื้อจนได้รับสินค้า - มีบริการจัดส่งสินค้า - ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า เช่น ทางโทรศัพท์, Email - สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง	- มีบริการจัดส่งสินค้า	- ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับพนักงานบริษัท ชินเน็คฯ
ด้านการส่งเสริมการตลาด	- การส่งเสริมการขายโดยการลดราคาสินค้า	- การจัดการส่งเสริมการขายในช่วงต่าง ๆ เช่น การชิงโชค รถยนต์ และทอง เป็นต้น - ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย	- ความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยียน - ติดต่องานของพนักงานขาย - ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย - ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย
ด้านบุคลากร	- มนุษย์สัมพันธ์ของพนักงาน	- มนุษย์สัมพันธ์ของพนักงาน	- มนุษย์สัมพันธ์ของพนักงาน - มารยาท / บุคลิกภาพของพนักงานขาย

ตารางที่ 56 (ต่อ) สรุปความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อส่วน
 ประสมทางการตลาดบริการในการให้บริการของบริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน
 สาขาเชียงใหม่จำแนกตามระยะเวลาที่เป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท ชินเน็คฯ

ปัจจัย	ระยะเวลาที่เป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท ชินเน็คฯ		
	ต่ำกว่า 5 ปี	5 – 10 ปี	10 – 15 ปี
ส่วนประสมทาง การตลาดบริการ			
ด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	- ความน่าเชื่อถือของบริษัท	- ความน่าเชื่อถือของบริษัท	- ความมีชื่อเสียงของบริษัท ชิน เน็คฯ
ด้าน กระบวนการ ให้บริการ	- การจัดส่งสินค้าได้ตรงเวลา	- ความถูกต้องของเอกสารกำกับ สินค้า - ความถูกต้องของประเภท / ชนิด / จำนวน สินค้าที่จัดส่ง	- การจัดส่งสินค้าได้ตรงเวลา - ความถูกต้องของเอกสารกำกับ สินค้า - ความถูกต้องของประเภท / ชนิด / จำนวน สินค้าที่จัดส่ง - ความสม่ำเสมอของคุณภาพใน การให้บริการ

5.2 อภิปรายผล

เมื่อพิจารณาจากสรุปผลการศึกษาความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อการให้บริการของ บริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ผู้ศึกษาใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาอภิปรายผล ดังนี้

ความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อการให้บริการของ บริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ในภาพรวมเรียงลำดับปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดถึงต่ำสุด อยู่ในระดับพึงพอใจมาก 5 ปัจจัย ตามลำดับ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสถานที่จัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยที่อยู่ในระดับถึงพอใจปานกลาง 2 ปัจจัย ตามลำดับ ได้แก่ ด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วนิภา เกาด้วง (2548 : บทคัดย่อ) ซึ่งศึกษาความพึงพอใจและศึกษาปัญหาของตัวแทนจำหน่ายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อบริษัทโอลิมปิกกระเบื้องไทย จำกัด พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดถึงต่ำสุดตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เรียงลำดับจากมาก ไปหาน้อย ได้แก่ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการบริการและด้านราคาตามลำดับ โดยในแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

จากการศึกษาพบว่าตัวแทนจำหน่ายมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยปัจจัยที่ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจสูงสุดคือ คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย และพึงพอใจต่ำสุดคือเอกสารประกอบสินค้า/คู่มือการใช้งาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ เสกสรร อินทร์ประสิทธิ์ (2548) ซึ่งศึกษาเรื่องความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของตัวแทนจำหน่ายปูนซีเมนต์ถุงตราอินทรี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยลูกค้าพึงพอใจมากในมาตรฐานของสินค้า และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ปิใหม่ ศรีสิทธิสมบัติ (2548) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านตัวแทนจำหน่ายในศูนย์การค้าคอมพิวเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากได้แก่ สินค้าได้รับการบรรจุหีบห่อเป็นอย่างดี เงื่อนไขการรับประกันสินค้ายี่ห้อที่บริษัทค้าส่งจำหน่ายมีศูนย์ซ่อมประจำสาขาเชียงใหม่ บริษัทค้าส่งมีระบบการให้บริการลูกค้าที่รวดเร็วตรงตามเวลา รวมถึงความมีชื่อเสียงของบริษัทค้าส่งและผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วรชาติ ตันติวาจา (2545) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจ และปัญหาที่ลูกค้ามีส่วนประสมทางการตลาดของอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับงานอุตสาหกรรมของห้างหุ้นส่วนจำกัดตันดิวโตะเมชั่น พบว่าความพึงพอใจ

ของลูกค้านั้นผลิตกันอยู่ในระดับปานกลางทุกปัจจัยย่อย โดยปัจจัยที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คือ ความมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย ความพึงพอใจต่ำสุด คือ การบริการหลังการขายและยังไม่สอดคล้องกับการศึกษาของมีธนา สฤณีนำ (2549) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัท ก๊อปปี้เทคซ์ จำกัด ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านผลิตภัณฑ์คือ การปรับเปลี่ยนหรือรับประกันสินค้า

ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าตัวแทนจำหน่ายมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยปัจจัยที่ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจสูงสุดคือ ราคาจำหน่ายของสินค้าและ พึ่งพอใจต่ำสุดคือราคาค่าบริการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของปีใหม่ ศรีสิทธิสมบัติ (2548) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านตัวแทนจำหน่ายในศูนย์การค้าคอมพิวเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ได้แก่ ราคาสินค้าถูกกว่าบริษัทค้าส่งอื่น ราคาของสินค้าเป็นราคาตลาดในขณะนั้น สามารถต่อรองราคาได้ และให้เครดิตในการชำระเงิน แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของวรชาติ ดันติวาจา (2545) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจ และปัญหาที่ลูกค้ามีส่วนประสมทางการตลาดของอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับงานอุตสาหกรรมของห้างหุ้นส่วนจำกัดดันตือโตเมชั่น ที่พบว่าด้านราคาลูกค้าพึงพอใจในระดับปานกลางเกือบทุกปัจจัยย่อย โดยปัจจัยที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คือ วิธีการชำระเงิน ความพึงพอใจต่ำสุด คือ การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่าตัวแทนจำหน่ายมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยปัจจัยที่ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจสูงสุดคือ มีบริการจัดส่งสินค้า และพึงพอใจต่ำสุดคือเวลาเปิดปิดทำการ โดยสอดคล้องกับการศึกษาของเสกสรร อินทร์ประสิทธิ์ (2548) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของตัวแทนจำหน่ายปูนซีเมนต์ถุงตราอินทรีในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าด้านสถานที่จัดจำหน่ายลูกค้ามีความพึงพอใจในบริการจัดส่งสินค้า แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ปีใหม่ ศรีสิทธิสมบัติ (2548) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านตัวแทนจำหน่ายในศูนย์การค้าคอมพิวเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ได้แก่ บริษัทค้าส่งมีสาขา และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของวรชาติ ดันติวาจา (2545) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจ และปัญหาที่ลูกค้ามี

ต่อส่วนประสมทางการตลาดของอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับงานอุตสาหกรรมของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดันตืออโตเมชั่น ที่พบว่าด้านช่องทางการจัดจำหน่ายลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลางทุกปัจจัยย่อย โดยปัจจัยที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คือ ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับห้างฯ ความพึงพอใจต่ำสุด คือ ท่าเลที่ตั้งของห้าง และยังไม่สอดคล้องกับการศึกษาของมิธนา สฤณดีนำ (2549) ซึ่งศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัท ก๊อปปี้เทคซ์ จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านสถานที่จัดจำหน่าย คือ บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าตัวแทนจำหน่ายมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง โดยปัจจัยที่ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจสูงสุดคือ การจัดการส่งเสริมการขายในช่วงต่างๆ เช่น รถยนต์ และทอง และพึงพอใจต่ำสุดคือมีการทำโฆษณาให้แก่ตัวแทนจำหน่าย ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของปีใหม่ ศรีสิทธิสมบัติ (2548) ซึ่งศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านตัวแทนจำหน่ายในศูนย์การค้าคอมพิวเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากได้แก่ การลดราคาสินค้าตามเทศกาล ฝ่ายขายของบริษัทค้าส่งมีความชำนาญในตัวสินค้า ตอบข้อซักถามได้รวดเร็ว และติดตามแก้ปัญหาให้กับร้านค้าได้รวดเร็ว และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของวรชาติ ดันติวาจา (2545) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจ และปัญหาที่ลูกค้ามีต่อส่วนประสมทางการตลาดของอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับงานอุตสาหกรรมของห้างหุ้นส่วนจำกัดดันตืออโตเมชั่น ที่พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาดลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลางทุกปัจจัยย่อย โดยปัจจัยที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คือ ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย ความพึงพอใจต่ำสุด คือ การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารต่าง ๆ

ด้านบุคลากร

จากการศึกษาพบว่าตัวแทนจำหน่ายมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยปัจจัยที่ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจสูงสุดคือ มนุษย์สัมพันธ์ของพนักงาน และพึงพอใจต่ำสุดคือความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานซ่อม ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของนินฐา ดันติวาณิชย์พงศ์ (2547) ซึ่งศึกษาเรื่องความพึงพอใจของการบริการของร้านดีแทค พบว่าความพึงพอใจมากในความสุขภาพ ความรู้ ความสามารถให้ข้อมูลถูกต้องแม่นยำของพนักงาน

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่าตัวแทนจำหน่ายมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง โดยปัจจัยที่ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจสูงสุดคือ ความน่าเชื่อถือของบริษัท และพึงพอใจต่ำสุดคือความเพียงพอของจำนวนพนักงานในการให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของชนินฐา ดันตวิภาณิชย์พงศ์ (2547) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านดีแทค พบว่าด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพลูกค้าพอใจมากในความเป็นระเบียบของหมวดหมู่สินค้าและบริการความทันสมัยของอุปกรณ์ การตกแต่งร้านและความสะอาด

ด้านกระบวนการให้บริการ

จากการศึกษาพบว่าตัวแทนจำหน่ายมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยปัจจัยที่ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจสูงสุดคือ ความถูกต้องของประเภท/ชนิด/จำนวนสินค้าที่จัดส่ง และพึงพอใจต่ำสุดคือความรวดเร็วในการให้บริการซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของชนินฐา ดันตวิภาณิชย์พงศ์ (2547) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านดีแทค พบว่าด้านกระบวนการลูกค้าพึงพอใจมากกับความเหมาะสมกับลำดับขั้นตอนการให้บริการ ความสม่ำเสมอของคุณภาพ ความรวดเร็วในขั้นตอนการให้บริการ

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อการให้บริการของ บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ทำให้พบสิ่งสำคัญ ดังนี้

(1) ข้อมูลส่วนบุคคลของตัวแทนจำหน่าย และข้อมูลการเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่

จากข้อมูลส่วนบุคคลของตัวแทนจำหน่ายพบว่า ตัวแทนจำหน่ายที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 8.6 ระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีเพียง ร้อยละ 18.5 และ 7.4 ตามลำดับ มีตำแหน่งเป็นกรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด และผู้จัดการทั่วไป เพียงร้อยละ 9.9, 7.4 และ 6.2 ตามลำดับ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์น้อยที่สุด 2 ตำแหน่ง ได้แก่ ผู้จัดการฝ่ายบัญชี และผู้จัดการฝ่ายบัญชี-การเงิน มีเพียงร้อยละ 8.6 และ 2.5 ตามลำดับ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าจากบริษัทผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเพื่อซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์น้อยที่สุด 3 ตำแหน่ง ได้แก่ ผู้จัดการฝ่ายบัญชีผู้จัดการฝ่ายบัญชี-การเงินตำแหน่งอื่น ๆ มีเพียง ร้อยละ 8.6, 2.5 และ 2.5 ตามลำดับ ผู้จัดการทั่วไป/หัวหน้างาน เป็นผู้มีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้ายในการเลือกบริษัทผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเพื่อซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์เพียงร้อยละ 9.9 ยอดซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์เฉลี่ยต่อเดือน ได้แก่ 500,001 – 2,000,000 บาท และ 2,000,001 – 4,000,000 บาท มีมากถึงร้อยละ 38.3 เท่ากันทั้ง 2 ยอด กลุ่มของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่มีการจำหน่ายน้อยที่สุด 2 รายการ ได้แก่ กลุ่มอุปกรณ์เครือข่าย (Enterprise Solution) และ กลุ่มสินค้าสิ้นเปลือง (Consumables) คิดเป็นร้อยละ 71.6 และ 69.1 ตามลำดับ

นอกจากนี้ในส่วนของการเป็นตัวแทนจำหน่ายของ บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ พบว่าสินค้าที่ตัวแทนจำหน่ายมีการสั่งซื้อน้อยที่สุด 2 รายการ ได้แก่ กลุ่มอุปกรณ์เครือข่าย (Enterprise Solution) และกลุ่มสินค้าสิ้นเปลือง (Consumables) คิดเป็นร้อยละ 69.1 และ 63.0 ตามลำดับ แหล่งที่ตัวแทนจำหน่ายรู้จักกับบริษัทซินเน็คฯ น้อยที่สุด 2 แหล่ง ได้แก่ หนังสือพิมพ์ จดหมายชาย มีเพียงร้อยละ 6.2 และ 2.5 ตามลำดับ เงื่อนไขการชำระค่าสินค้าที่ตัวแทนจำหน่ายทำธุรกรรมกับบริษัทซินเน็คฯ น้อยที่สุด 2 เงื่อนไข ได้แก่ E-Banking ตัดยอดจากบัญชี บัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 19.8 เท่ากัน Credit Term ที่บริษัทซินเน็คฯ ให้กับตัวแทนจำหน่ายส่วนใหญ่ คือ 15 วัน - 45 วัน และวงเงินรายเดือนสำหรับการสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทซินเน็คฯ ได้แก่ ยอด 3,000,001 – 5,000,000 บาท และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500,000 บาท ซึ่งมีเพียงร้อยละ 17.3 และ 9.9 ตามลำดับ

(2) ความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุดและความพึงพอใจต่ำสุดต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการเรียงลำดับระดับความพึงพอใจ ดังตารางที่ 57 – 68

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุดและค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่ำสุดของตัวแทนจำหน่ายต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ปัจจัย	ระดับความพึงพอใจสูงสุด		ระดับความพึงพอใจต่ำสุด	
	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย	4.35 พึงพอใจมาก	เอกสารประกอบสินค้า / คู่มือการใช้งาน	3.59 พึงพอใจมาก
ด้านราคา	ราคาจำหน่ายของสินค้า	4.04 พึงพอใจมาก	ราคาค่าบริการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์	3.47 พึงพอใจปานกลาง
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	มีบริการจัดส่งสินค้า	3.81 พึงพอใจมาก	เวลาการเปิด-ปิดทำการ	3.35 พึงพอใจปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การจัดการส่งเสริมการขายในช่วงต่าง ๆ เช่น รถยนต์ และทอง	3.54 พึงพอใจมาก	มีการทำโฆษณาให้แก่ตัวแทนจำหน่าย	3.11 พึงพอใจปานกลาง
ด้านบุคลากร	มนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	4.01 พึงพอใจมาก	ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานซ่อม	3.73 พึงพอใจมาก
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ความน่าเชื่อถือของบริษัท	3.81 พึงพอใจมาก	ความเพียงพอของจำนวนพนักงานในการให้บริการ	3.16 พึงพอใจปานกลาง
ด้านกระบวนการให้บริการ	ความถูกต้องของประเภท / ชนิด / จำนวน สินค้าที่จัดส่ง	3.79 พึงพอใจมาก	ความรวดเร็วในการให้บริการ	3.64 พึงพอใจมาก

ตารางที่ 58 แสดงระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ เรียงลำดับจากน้อยไปหามาก

อันดับ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความพึงพอใจ	
1	มีการทำโฆษณาให้แก่ตัวแทนจำหน่าย	3.11	พึงพอใจปานกลาง
2	ความหลากหลายของหลักสูตรที่ฝึกอบรมให้แก่ตัวแทนจำหน่ายฟรี	3.15	พึงพอใจปานกลาง
3	ความเพียงพอของจำนวนพนักงานในการให้บริการ	3.16	พึงพอใจปานกลาง
4	จำนวนครั้งการฝึกอบรมให้กับตัวแทนจำหน่ายในรอบปีฟรี	3.21	พึงพอใจปานกลาง
5	เอกสารแนะนำสินค้าที่มีแจกฟรีให้กับตัวแทนจำหน่าย	3.22	พึงพอใจปานกลาง
6	มีเอกสาร Catalog แจกฟรี	3.27	พึงพอใจปานกลาง
7	ความกว้างขวางและความสะอาดของบริษัทชินเน็คฯ	3.27	พึงพอใจปานกลาง
8	ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่นำมาให้บริการ	3.27	พึงพอใจปานกลาง
9	การตกแต่งบริษัทและบรรยากาศภายในบริษัทชินเน็คฯ	3.28	พึงพอใจปานกลาง
10	ความเหมาะสม เรียบร้อยของเครื่องแบบพนักงาน	3.31	พึงพอใจปานกลาง
11	เวลาการเปิด-ปิดทำการ	3.35	พึงพอใจปานกลาง
12	ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย	3.41	พึงพอใจปานกลาง
13	ความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยียน ติดตามงานของพนักงานขาย	3.42	พึงพอใจปานกลาง
14	ทำเลที่ตั้ง และความสะดวกในการเข้าถึงบริษัท	3.43	พึงพอใจปานกลาง

ตารางที่ 58 (ต่อ) แสดงระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จากมากไปหาน้อย

อันดับ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความพึงพอใจ	
15	ความพร้อมของสต็อกสินค้าของบริษัทชินเน็ค	3.44	พึงพอใจปานกลาง
16	การส่งเสริมการขายโดยการแถมสินค้า	3.44	พึงพอใจปานกลาง
17	ราคาค่าบริการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์	3.47	พึงพอใจปานกลาง
18	ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย	3.48	พึงพอใจปานกลาง
19	การส่งเสริมการขายโดยการลดราคาสินค้า	3.49	พึงพอใจปานกลาง
20	บริษัทจัดตั้งมาเป็นเวลานาน	3.52	พึงพอใจมาก
21	การจัดการส่งเสริมการขายในช่วงต่าง ๆ เช่น รถยนต์ และทอง	3.54	พึงพอใจมาก
22	เอกสารประกอบสินค้า / คู่มือการใช้งาน	3.59	พึงพอใจมาก
23	ความรวดเร็วในการให้บริการ	3.64	พึงพอใจมาก
24	การให้บริการตรงเวลา	3.68	พึงพอใจมาก
25	ความแข็งแรงทนทานของการบรรจุหีบห่อ (Packing) ในการจัดส่ง	3.68	พึงพอใจมาก
26	การแจ้งเปลี่ยนราคาล่วงหน้าก่อนการปรับราคา	3.69	พึงพอใจมาก
27	ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อจนได้รับสินค้า	3.69	พึงพอใจมาก
28	ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า เช่น ทางโทรศัพท์ ,Email	3.69	พึงพอใจมาก
29	ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับพนักงานบริษัทชินเน็คฯ	3.69	พึงพอใจมาก
30	สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง	3.69	พึงพอใจมาก
31	ราคาส่วนลดเงินสด	3.72	พึงพอใจมาก
32	ความเหมาะสมในลำดับขั้นตอนการให้บริการ	3.72	พึงพอใจมาก
33	ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานซ่อม	3.73	พึงพอใจมาก
34	ความถูกต้อง แม่นยำในการให้บริการของพนักงานทั่วไป	3.74	พึงพอใจมาก
35	ความสม่ำเสมอของคุณภาพในการให้บริการ	3.74	พึงพอใจมาก
36	การจัดส่งสินค้าได้ตรงเวลา	3.75	พึงพอใจมาก
37	ความมีชื่อเสียงของบริษัทชินเน็คฯ	3.75	พึงพอใจมาก
38	การบริการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์และโปรแกรม	3.77	พึงพอใจมาก
39	ความถูกต้องในการให้บริการ	3.78	พึงพอใจมาก

ตารางที่ 58 (ต่อ) แสดงระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จากมากไปหาน้อย

อันดับ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความพึงพอใจ	
40	ความถูกต้องของเอกสารกำกับสินค้า	3.78	พึงพอใจมาก
41	บริการให้ข้อมูล / ปรีกษาทางด้านเทคนิค	3.79	พึงพอใจมาก
42	ระยะเวลาการชำระเงิน / เครดิตเทอม	3.79	พึงพอใจมาก
43	ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานขาย	3.79	พึงพอใจมาก
44	ความถูกต้องของประเภท / ชนิด / จำนวน สินค้าที่จัดส่ง	3.79	พึงพอใจมาก
45	มีบริการจัดส่งสินค้า	3.81	พึงพอใจมาก
46	ความน่าเชื่อถือของบริษัท	3.81	พึงพอใจมาก
47	ความรู้และความสามารถในการให้บริการของพนักงานทั่วไป	3.83	พึงพอใจมาก
48	การให้คำแนะนำ และอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจ	3.83	พึงพอใจมาก
49	มี Price List ให้ล่วงหน้า	3.84	พึงพอใจมาก
50	การให้บริการด้านความเสมอภาคของพนักงาน	3.84	พึงพอใจมาก
51	ระยะเวลาการขึ้นราคาสินค้า	3.88	พึงพอใจมาก
52	ความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต	3.88	พึงพอใจมาก
53	มารยาท / บุคลิกภาพของพนักงานขาย	3.89	พึงพอใจมาก
54	ความหลากหลายของขนาด / สีสินค้า	3.9	พึงพอใจมาก
55	ความหลากหลายในระดับราคาของสินค้าและบริการ	3.94	พึงพอใจมาก
56	ความหลากหลายของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย	3.95	พึงพอใจมาก
57	ใบเสร็จแสดงรายละเอียดราคาสินค้าและบริการ	3.95	พึงพอใจมาก
58	หีบห่อบรรจุภัณฑ์ของสินค้า (Packaging)	3.98	พึงพอใจมาก
59	มนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	4.01	พึงพอใจมาก
60	ราคาจำหน่ายของสินค้า	4.04	พึงพอใจมาก
61	เงื่อนไขการเปลี่ยน / คืนสินค้า	4.05	พึงพอใจมาก
62	การบริการหลังการขาย	4.06	พึงพอใจมาก
63	ความหลากหลายของรุ่นสินค้า	4.07	พึงพอใจมาก
64	เงื่อนไขการรับประกันสินค้า	4.1	พึงพอใจมาก
65	ความหลากหลายของประเภท และชนิดสินค้า	4.16	พึงพอใจมาก
66	ความมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย	4.17	พึงพอใจมาก
67	ความทันสมัยของสินค้า	4.28	พึงพอใจมาก
68	คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย	4.35	พึงพอใจมาก

(3) ปัญหาและข้อเสนอแนะของตัวแทนจำหน่าย

ค่าร้อยละในการพบปัญหาและไม่พบปัญหาของตัวแทนจำหน่าย ค่าร้อยละของปัญหาที่พบบ่อยที่สุดในแต่ละปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และค่าร้อยละของปัญหาที่พบเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังตารางที่ 59-61

ตารางที่ 59 แสดงค่าร้อยละของการพบปัญหาและไม่พบปัญหาของตัวแทนจำหน่ายต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ปัจจัย	พบปัญหา ร้อยละ	ไม่พบปัญหา ร้อยละ
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	81.50	18.50
ด้านการส่งเสริมการตลาด	81.50	18.50
ด้านราคา	72.80	27.20
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	70.40	29.60
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	55.60	44.40
ด้านบุคลากร	35.80	64.20
ด้านกระบวนการให้บริการ	34.60	65.40

ตารางที่ 60 แสดงค่าร้อยละของปัญหาที่พบบ่อยที่สุดอันดับแรกของตัวแทนจำหน่ายต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ปัจจัย	ปัญหาที่ประสบลำดับแรก	ร้อยละ
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	65.40
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	สินค้าขาดสต็อกบ่อย	64.20
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ไม่มีสินค้าให้ใช้ทดแทนขณะส่งสินค้าซ่อม	54.30
ด้านราคา	ต่อราคาสินค้าได้ไม่มาก	53.10
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ที่จอดรถมีน้อย ไม่เพียงพอ	40.70
ด้านกระบวนการให้บริการ	การให้ข้อมูลสินค้าใหม่ล่าช้า	25.90
ด้านบุคลากร	ให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน	17.30

ตารางที่ 61 แสดงค่าร้อยละของปัญหาที่พบเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

อันดับ	ปัญหาที่ประสบ	ร้อยละ
1	ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	65.40
2	สินค้าขาดสต็อกบ่อย	64.20
3	ไม่มีสินค้าให้ใช้ทดแทนขณะส่งสินค้าซ่อม	54.30
4	ต่อรองราคาสินค้าได้ไม่มาก	53.10
5	ที่จอดรถมีน้อย ไม่เพียงพอ	40.70
6	การเคลมสินค้าใช้เวลานาน	39.50
7	ระยะเวลาให้ Credit Term สั้นไป	39.50
8	สินค้าชำรุดเสียหาย	34.60
9	ไม่สามารถผ่อนชำระได้	33.30
10	ไม่มีห้องรับรองที่เป็นสัดส่วน	33.30
11	สินค้าที่ส่งมอบไม่ครบตามจำนวนที่สั่ง	29.60
12	ไม่มีการส่งเสริมการขายให้เลือกหลาย ๆ แบบ	25.90
13	การให้ข้อมูลสินค้าใหม่ล่าช้า	25.90
14	ไม่สามารถสั่งซื้อทาง Website	24.70
15	ราคาขายไม่คงที่	23.50
16	ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า	21.00
17	ไม่มีข่าวสารเกี่ยวกับสภาวะธุรกิจคอมพิวเตอร์แจ้งให้ทราบ	18.50
18	ให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน	17.30
19	การให้บริการของพนักงานขายล่าช้า	17.30
20	ระยะเวลาการรับประกันสินค้าสั้น	14.80
21	ความไม่สะดวกในการติดต่อผู้ขายทางโทรศัพท์	14.80
22	ไม่มีการอบรมพนักงานขายให้บริษัทตัวแทนจำหน่าย	14.80
23	ป้ายบริษัทชัดเจนไม่ชัดเจน	14.80
24	พนักงานบริการหลังการขายไม่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง	13.60
25	ไม่มีระบบบริการสอบถามข้อมูลผ่าน Call Center	11.10
26	ราคาอุปกรณ์เครื่องคอมพิวเตอร์(PC Component)แพงกว่าบริษัทอื่น	9.88
27	สินค้ามีให้เลือกน้อย	7.41
28	ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์ชุด (Computer Set) แพงกว่าบริษัทอื่น	7.41
29	พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	7.41
30	ไม่ได้รับความสะดวกในการติดต่อผู้ขายผ่านทาง Email	6.17

ตารางที่ 61 (ต่อ) แสดงค่าร้อยละของปัญหาที่พบเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

อันดับ	ปัญหาที่ประสบ	ร้อยละ
31	งานซ่อมไม่มีคุณภาพ	4.94
32	ราคาอุปกรณ์ต่อพ่วง (Peripheral) แพงกว่าบริษัทอื่น	4.94
33	ราคาโปรแกรมสำเร็จรูป (Software) แพงกว่าบริษัทอื่น	4.94
34	ราคาสินค้าสิ้นเปลือง (Consumables) แพงกว่าบริษัทอื่น	4.94
35	พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า	4.94
36	ไม่แจ้งราคาสินค้าให้ชัดเจน	2.47
37	ราคาอุปกรณ์เครือข่าย (Enterprise Solution) แพงกว่าบริษัทอื่น	2.47
38	การส่งสินค้าผิดบริษัท	2.47
39	การส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ	2.47
40	การให้บริการของพนักงานไม่สุภาพ และไม่มีมนุษยสัมพันธ์	2.47
41	ไม่มีพนักงานรักษาความปลอดภัย	2.47
42	การสมัครเป็นตัวแทนจำหน่ายยุ่งยาก	2.47
43	จำนวนสินค้าไม่ตรงตามใบกำกับภาษี	2.47

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการในการให้บริการของบริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะโดยต้องปรับปรุงปัจจัยย่อยที่ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางให้เพิ่มขึ้นจนอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ถึงมากที่สุด รวมถึงต้องแก้ไขปัญหาทุกปัญหาที่ตัวแทนจำหน่ายประสบ โดยผู้ศึกษาได้ข้อเสนอแนะต่างๆ ในแต่ละปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

บริษัทควรมีการจัดสินค้าทดแทนให้ลูกค้าใช้ขณะส่งสินค้าซ่อม มีการจัดระบบการเคลมสินค้าที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อลดระยะเวลาการเคลมสินค้า มีระบบการซ่อมแซมสินค้าที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้การซ่อมแซมเป็นไปตามกำหนดเวลา รวมถึงให้ความสำคัญในเรื่องการคัดเลือกสินค้าให้ได้คุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดและตรงตามความต้องการของลูกค้าและตรวจสอบคุณภาพของสินค้า และอุปกรณ์ให้ครบถ้วนก่อนจัดส่ง เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าที่จัดส่งให้ลูกค้ามีคุณภาพที่ดี นอกจากนี้การขยายระยะเวลาประกันสินค้าให้ยาวขึ้นตามความเหมาะสมของสินค้าแต่ละชนิด เช่น จาก 1 ปี เป็น 2 ปี เป็นต้น

ด้านบุคลากร

บริษัทควรให้ความสำคัญกับพนักงานที่มีหน้าที่การขายและบริการ โดยมีการพัฒนาบุคลากรโดยจัดโปรแกรมการฝึกอบรมพนักงานทุกระดับให้มีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการแนะนำ ให้คำปรึกษาต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ควรมีอุปกรณ์ ที่ทันสมัยเพื่อให้พนักงานได้ศึกษาและทดลองใช้อุปกรณ์ให้มีความชำนาญ สามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้ และควรมีการพัฒนาความรู้ ความชำนาญของพนักงานซ่อมเพิ่มขึ้น โดยมีการจัดให้พนักงานไปดูงานหรือจัดสัมมนา เพื่อแลกเปลี่ยนปัญหาที่พบทั้งปัญหาที่พบบ่อยๆ ปัญหาที่สามารถเป็นกรณีศึกษา รวมทั้งวิธีการแก้ไขปัญหาที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อเพิ่มทักษะของพนักงานซ่อมและสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับลูกค้าได้อย่างทั่วถึง นอกจากนี้ควรเสริมสร้างความเชื่อมั่นที่ดีของพนักงานในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส มีอัธยาศัยดีในการให้บริการ โดยสร้างให้เกิดจิตสำนึกในด้านการบริการ (Service mind)

ด้านราคา

ถ้าเป็นไปได้บริษัทควรมีการกำหนดราคาสินค้าให้มีมาตรฐานเพื่อราคาสามารถสู้คู่แข่งได้ อีกทั้งบริษัทควรมีแหล่งเงินกู้ให้กับทางลูกค้าเป็นพิเศษในกรณีที่ทางลูกค้าต้องการระยะเวลาเครดิต หรือต้องการผ่อนชำระเป็นงวดๆ เพื่อเป็นการช่วยเพิ่มสภาพคล่องให้กับทางลูกค้า

อีกทั้งยังสามารถทำให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าในปริมาณมากๆ ได้ทำให้บริษัทสามารถขายสินค้าได้เพิ่มขึ้น และควรมีการทบทวนพิจารณากำหนดรายละเอียดค่าบริการให้ชัดเจนเป็นมาตรฐานและมีการอธิบายเพิ่มเติมเพื่อชี้ให้ลูกค้าเห็นถึงความเหมาะสม และความสมเหตุสมผลของราคาที่ตั้งไว้

ด้านกระบวนการให้บริการ

บริษัทควรปรับปรุงช่องทางการแจ้งสินค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถรับรู้สินค้าใหม่ได้ทันเวลา รวดเร็วขึ้น เช่น แจ้งทาง Email ส่งแผ่นพับ จดหมายขาย หรือทาง Website เพื่อให้ครอบคลุมทุกการสื่อสาร รวมทั้งบริษัทควรปรับปรุงการบริการและการสั่งซื้อให้รวดเร็วขึ้น เช่น ให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อผ่านทาง Website หรือ ทาง E-Mail เป็นต้น และ ควรมีการกำหนดมาตรฐานในการให้บริการลูกค้า เพื่อลดเวลาในการรอ รวมทั้งอาจใช้วิธีการนัดเวลาเข้าพบ เพื่อการบริการที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย

บริษัทควรมีการจัดการเรื่องการควบคุมสินค้าคงคลัง พร้อมระบบการ Order สินค้ามาใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการและลดปัญหาสินค้าขาดสต็อกบ่อย และควรมีการกำหนดมาตรฐานการจัดส่งสินค้าตั้งแต่การสั่งซื้อ จนถึงการส่งสินค้าถึงมือลูกค้า นอกจากนี้ ควรเพิ่มมาตรฐานในการตรวจนับสินค้าก่อนนำส่งให้ถึงมือลูกค้า เพื่อลดปัญหาสินค้าที่ส่งมอบไม่ครบ มีการเพิ่มช่องทางการจัดส่งสินค้าให้มีความหลากหลายเพื่อให้การจัดส่งสินค้าถึงลูกค้าตามที่กำหนด และควรสร้างระบบการสั่งซื้อสินค้าผ่านทาง Website เพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็ว นอกจากนี้ควรเพิ่มช่องทางในการติดต่อให้ลูกค้ามีความสะดวกมากขึ้นโดยการมี Call Center และควรพิจารณาวัน และเวลาการ เปิด-ปิด ทำการที่เหมาะสมกับความสะดวกของลูกค้ามากยิ่งขึ้น โดยพิจารณาจากข้อมูลช่วงเวลาการติดต่อของลูกค้า

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

บริษัทควรรักษาชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัท ทั้งด้านสถานที่บริการ บริษัทควรมีการปรับปรุงสถานที่บริการ ให้มีความสะดวกและดูดี เพื่อความสะดวกในการใช้ติดต่อใช้บริการของตัวแทนจำหน่ายให้เกิดความเชื่อมั่นในบริษัทมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการพิจารณาหาพื้นที่สำหรับที่จอดรถสำหรับตัวแทนจำหน่าย และมีการจัดห้องรับรองที่เป็นสัดส่วนเพื่อความสะดวกในการบริการมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการปรับปรุงเรื่องป้ายบริษัทให้สามารถมองเห็นได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญในเรื่อง การเพิ่มพนักงานเพื่อให้เพียงพอกับจำนวนตัวแทนจำหน่ายที่เข้ามาใช้บริการอย่างเหมาะสม หรืออาจต้องจัดระบบการดูแลตัวแทนจำหน่ายให้เป็นมาตรฐาน เช่น มีการนัดเวลา เพื่อให้พนักงานสามารถให้บริการได้ทันทีเมื่อตัวแทนจำหน่ายเข้ามา

พบ ส่วนข้อเสนอแนะอื่นๆ ได้แก่ การปรับปรุงเครื่องแบบพนักงาน และความทันสมัยของอุปกรณ์ ที่นำมาให้บริการ รวมถึงความสะอาดของบริเวณโดยรอบบริษัท เป็นต้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด

บริษัทควรมีการจัดสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้าสามารถทดลองใช้ได้เช่น ให้สินค้าทดลองใช้ 3 เดือน หรือขายสินค้าตัวอย่างให้กับตัวแทนจำหน่ายในราคาพิเศษ เป็นต้น ควรมีการจัดการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจสำหรับตัวแทนจำหน่ายได้เลือกหลากหลาย เช่น สะสมรายไตรมาส รายครึ่งปี และรายปี เพื่อแลกกับของรางวัลเช่น ทอง ตัวเครื่องบินต่างประเทศ รถยนต์ เป็นต้น เพื่อกระตุ้นตัวแทนจำหน่ายให้มีการสั่งซื้อจากบริษัทมากขึ้น และกรณีที่มีสินค้าใหม่ บริษัทควรจัดทำคู่มือของสินค้าเพื่อใช้ในการนำเสนอขายให้กับลูกค้า และมีการจัดทำข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจคอมพิวเตอร์ให้ตัวแทนจำหน่ายรับทราบ ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น Website หรือทาง Email เพื่อเป็นการให้ความรู้ที่สำคัญและจำเป็นแก่ตัวแทนจำหน่ายมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ควรมีการจัดอบรมพนักงานของบริษัทตัวแทนจำหน่าย เพื่อให้มีความรู้ในตัวสินค้า สำหรับการทำโฆษณาให้แก่ตัวแทนจำหน่ายก็เป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งบริษัทควรหากลยุทธ์ในการทำโฆษณาให้กับตัวแทนจำหน่าย เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายให้มากขึ้น เช่น ผ่าน Website แผ่นพับ ใบปลิว วารสารคอมพิวเตอร์ โดยระบุชื่อตัวแทนจำหน่ายในโซนต่างๆ ที่ลูกค้าจะสามารถสะดวกใช้บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved