

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาพัฒนาการกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทเลนโซ่ วิลล์ จำกัด และ 2) เพื่อศึกษาทัศนะของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท เลนโซ่ วิลล์ จำกัด กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ 1) ผู้จัดการทั่วไปสายงานขายและการตลาด บริษัทเลนโซ่ วิลล์ จำกัด จำนวน 1 ท่าน และ 2) ร้านค้า จำนวน 50 ร้านค้า วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้จัดการทั่วไป และส่งแบบสอบถามให้กรอก สถิติที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

บริษัทเลนโซ่ วิลล์ จำกัด เปิดทำการมาแล้ว 16 ปี ในปัจจุบันบริษัทเลนโซ่ วิลล์ จำกัด ได้มีการจัดจำหน่ายล้อแม็กซ์ให้กับผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศทั่วโลก โดยมียอดขายรวมต่อปี 1,000 ล้านบาท แบ่งเป็นภายในประเทศ 400 ล้านบาท และต่างประเทศ 600 ล้านบาท การพัฒนาการกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทเน้นใน 4 ด้าน ประกอบด้วย

1. การพัฒนาการกลยุทธ์ทางการตลาดในเรื่องของคุณภาพสินค้าพบว่า ได้ใช้การ Re-Branding ของผลิตภัณฑ์ โดยการเพิ่มแผนกออกแบบ การลดต้นทุนการผลิตและเวลาการผลิต ใช้ระบบ Kaizen & lean management ส่งผลให้เพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์
2. การพัฒนาการกลยุทธ์ทางการตลาดในเรื่องของราคาสินค้า พบว่า หลังจากที่มีการ Re-Branding สินค้า บริษัทได้ดำเนินกลยุทธ์ในส่วนของการขายโดยมอบผลตอบแทนทางการค้าอื่นๆ โดยไม่มีการลดราคาสินค้า และจริงจังในการ คงคุณภาพของสินค้าที่ได้มาตรฐาน
3. การพัฒนาการกลยุทธ์ทางการตลาดในเรื่องของการบรรจุหีบห่อพบว่า หลังจากที่มีการ Re-Branding สินค้า ทางบริษัทได้ปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ โดยการนำระบบเทคโนโลยีด้านการบรรจุมาใช้เพื่อลดข้อผิดพลาดของการบรรจุภัณฑ์
4. การพัฒนาการกลยุทธ์ทางการตลาดในเรื่องของการส่งเสริมโปร โมชั่น พบว่าหลังจากที่มีการ Re-Branding บริษัทได้ดำเนินกลยุทธ์โดยให้รางวัลส่งเสริมการขายแก่ร้านค้า

ทัศนะของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ล้อแม็กซ์ เลนโซ่วิลล์ จำกัด มีการแบ่งออกเป็น 4 ด้าน โดยมีผลการสำรวจ ดังนี้ ทัศนะของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ล้อแม็กซ์ เลนโซ่ วิลล์ ด้านคุณภาพสินค้า พบว่าอยู่ในระดับมาก สำหรับทัศนะของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ล้อแม็กซ์ เลนโซ่ วิลล์ ด้านราคา พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับทัศนะของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ล้อแม็กซ์ เลนโซ่ วิลล์ ด้านบรรจุภัณฑ์ พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง และทัศนะของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ล้อแม็กซ์ เลนโซ่ วิลล์ ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่าอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการวิเคราะห์ลักษณะงานและวางแผนเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาในเรื่องของบรรจุภัณฑ์
2. ควรจัดหลักสูตรฝึกอบรมและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายทางการตลาดให้กับกลุ่มเจ้าหน้าที่ด้านการขาย

The two purposes of the study were 1) to examine the development of marketing strategies of the Lenso Wheel Company, Ltd. : 2) to find out the attitude of its customers toward its products. The sample consisted of the general manager in the sales and marketing line of the Lenso Wheel Co., Ltd. and the managers of 50 stores selected by purposive sampling. The company's managers were interviewed, while the managers of stores were distributed questionnaires to fill out. The descriptive statistics were used to describe the data.

The Lenso Wheel Co., Ltd. has been in business for 16 years. At present the company distributes Max wheels to both local and overseas consumers around the world. Its trade volume per year is 1,000 million Baht : 400 million baht from the domestic market and 600 million Baht from the overseas markets.

In development its marketing strategies, the company focuses on four aspects as follows.

1. Development of marketing strategy in terms of product quality, the company use re-branding of the products by establishing a design section, reducing production costs and time, and using Kaizen and lean management. Therefore, its product quality becomes higher.

2. Development of marketing strategy in terms of product price. After re-branding the products, the company uses marketing strategy of giving returns in other forms than reducing the product prices and of trying to retain the standard quality of its products.

3. Development of marketing strategy in terms of packaging. After re-branding the products, the company changed packages by introducing packaging technology to reduce mistakes of packaging.

4. Development of marketing strategy in terms of promotion. After re-branding, the company uses the strategy of awarding the stores for its sales volumes.

Regarding the attitude of the customers toward the Max wheel produced by the Lenso Wheel Co. Ltd., they were found to be very satisfied with the quality of its products and sales promotion, and moderately satisfied with the price and the package.

Recommendations.

1. Analyzing of the nature of work and planning should be made to reduce the problem of packaging.

2. A training course should be held to create a good understanding of the company's marketing policy among the sales force.