

บทที่ ๕

สรุปปัญหาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเกี่ยวกับการจัดการและการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดของลุงยางอนามัย "มีชัย" นี้ ผู้เขียนได้พยายามที่จะศึกษาให้ไ้รายละเอียดให้ไ้มากที่สุด โดยในตอนแรกจะทำการศึกษาจากการดำเนินงานที่ทางสำนักงานฯ กำลังปฏิบัติอยู่ว่าทางสำนักงานฯ ได้นำวิธีการจัดการและกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้อย่างไรบ้าง ต่อจากนั้นก็ได้นำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวในการร่างแบบสอบถามเพื่อใช้สัมภาษณ์บุคคลต่าง ๆ ถึงความคิดเห็นและทัศนคติของผู้บริโภคแล้วนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อที่นำมาใช้เป็นข้อเสนอแนะให้มีการปรับปรุงนโยบายทางการตลาดของสำนักงานฯ แต่จะไ้ผลมากน้อยอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับผู้บริหารสำนักงานฯ ว่าจะสามารถนำไปใช้ไ้ไ้แค่ไหน ซึ่งผู้เขียนมีหน้าที่เสนอขอเท็จจริงเพื่อประกอบการพิจารณาเท่านั้น

จากผลการศึกษาซึ่งเสนอมาแล้วในบทก่อนประกอบกับสภาพแวดล้อมของทางด้านเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน ซึ่งประมวลมาจากการสำรวจและการสังเกตการณ์ของผู้เขียนทำให้สามารถมองเห็นปัญหาและช่องทางที่จะแก้ปัญหานั้นไ้พอสมควร ซึ่งเมื่อนำหลักวิชาการตลาดมาประยุกต์เข้าด้วยกันแล้วก็พอที่จะกำหนดข้อเสนอแนะเพื่อไ้ผู้บริหารสำนักงานฯ นำไปประกอบการพิจารณาเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าวนี้

ปัญหาเกี่ยวกับทัศนคติและความเชื่อของผู้ที่ไม่เคยใช้ลุงยางอนามัยในการร่วมเพศเนื่องจากคิดว่าจะทำให้เสียความรู้สึก และไม่ยอกที่จะใช้ลุงยางอนามัยอีก ซึ่งถ้าหากว่าทางสำนักงานฯ จะไ้มีการโฆษณาชักจูงไ้ผู้บริโภคไ้เห็นว่าการใช้ลุงยางอนามัยจะไม่ทำให้เสียความรู้สึก โดยพยายามเน้นถึงความบางของลุงยางอนามัย ซึ่งทางสำนักงานฯ สามารถที่จะทำได้เนื่องจากในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ลุงยางอนามัย "มีชัย" ก็มีความบางที่สุดอยู่แล้ว

คือมีชั้นบางเฉียบธรรมดา (Super Thin) จะสามารถกระชับ นอกจากนี้ในการใช้ดูยางอนามัยยังช่วยป้องกันการคืบเชื้อโรค และไม่ทำให้เกิดอันตรายใดๆทั้งสิ้น ก็จะสามารถขยายตลาดหรือจำนวนของผู้ใช้ดูยางอนามัยให้กว้างขึ้น ส่วนทัศนคติที่ว่าดูยางอนามัย "มีชัย" ยังมีคุณภาพสู้ดูยางอนามัยชนิดอื่นในตลาดไม่ได้ ทั้ง ๆ ที่ดูยางอนามัย "มีชัย" ก็เป็นดูยางอนามัยที่ได้รับความช่วยเหลือจากต่างประเทศซึ่งผลิตดูยางอนามัยมาจำหน่ายในประเทศไทย ปัจจุบันสำหรับปัญหาในข้อนี้ทางสำนักงานฯ ควรที่จะพิมพ์หรือแสดงข้อความเพื่อแสดงชื่อของผู้ผลิตดูยางอนามัย "มีชัย" แต่ละชนิดให้ชัดเจนเพื่อที่จะสามารถแก่ภาพพจน์ในข้อนี้

ปัญหาเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ เนื่องจากดูยางอนามัย "มีชัย" ส่วนใหญ่แล้วจะได้รับความช่วยเหลือมาจากต่างประเทศ ดังนั้นทางสำนักงานฯ จึงไม่สามารถที่จะกำหนดหรือควบคุมการสั่งดูยางอนามัยได้ตามความต้องการ จึงเป็นสาเหตุทำให้การคัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อนำมาเผยแพร่ไม่สามารถทำได้ก็เท่าที่ควร แต่อย่างไรก็ตามทางสำนักงานฯ ก็ได้พยายามแก้ไขโดยการจกให้มีการตรวจสอบคุณภาพของดูยางอนามัยที่ได้รับก่อนที่จะนำออกเผยแพร่ทุกครั้ง นอกจากนี้ทางสำนักงานฯ ก็ได้เริ่มมีการสั่งซื้อดูยางอนามัยจากต่างประเทศเพิ่มเติมจากที่ได้รับความช่วยเหลือ เช่นการสั่งซื้อดูยางอนามัยจากโรงงานโอกาโมโต ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งในส่วนนี้ทางสำนักงานฯ สั่งซื้อนี้ควรที่จะมีการคัดเลือกให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น คุณภาพและความบางของดูยางอนามัยซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของผู้บริโภคที่จะเลือกใช้หรือเลือกซื้อ

ปัญหาเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ในการให้ส่วนลด ซึ่งทางสำนักงานฯ ได้ให้ร้านค้าในอัครากวหนานั้น แม้จะสามารถจูงใจให้ร้านค้าสั่งซื้อดูยางอนามัยไว้คราวละมาก ๆ ก็ตาม ในบางครั้งถ้าหากว่าจำนวนการสั่งซื้อมีมากเกินไปจนไม่สามารถขายได้หมด แต่ดูยางอนามัยนี้มีอายุการใช้งานที่จำกัดอาจจะหมดอายุการใช้งานได้ หากว่าร้านค้าเหล่านั้นนำดูยางอนามัยที่หมดอายุการใช้งานไปขายแก่ผู้บริโภคก็อาจจะทำให้ภาพพจน์ของดูยางอนามัย "มีชัย" เสียไปได้ ส่วนปัญหาที่อาจเกิดจากการให้ส่วนลดการค้าก็คือ ร้านค้าที่ได้รับส่วนลด

การค่านี้อาจสามารถนำส่วนลบนี้ออกไปใช้เพื่อลดราคาของยางอนามัยให้ต่ำกว่าราคาที่ตั้งสำนักงานกำหนดไว้ ซึ่งการกระทำดังกล่าวนี้อาจเกิดผลเสียแก่ทางสำนักงาน ใ้ก็คือลูกค้ารายอื่นอาจจะร้องเรียนหรือไม่ยอมที่จะซื้อของยางอนามัยของสำนักงาน ไว้จำหน่ายได้ ทั้งนี้สำหรับรายการให้ส่วนลดทางการค่านี้นั้น ผู้เขียนคิดว่าแทนที่ทางสำนักงาน จะให้ส่วนลดทางการคามากเท่าที่เป็นอยู่ สำนักงาน ควรให้ในอัตราที่พอสมควรและนำส่วนที่เหลือเปลี่ยนเป็นการจึกรายการอื่นแทน เช่น จั๊กทำของชำร่วยเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่มีตราของสำนักงาน และมีข้อความชักจูงให้เกิดความคองการคุณก่าเมื่ักโดยการใช้ของยางอนามัย "มีชัย" ซึ่งผลที่ได้รับก็จะตกอยู่กับผู้บริโภคก็จะได้รับแจกของเหล่านี้ ซึ่งเท่ากับเป็นการส่งเสริมการขายอีกวิธีหนึ่งด้วย

ปัญหาเกี่ยวกับการเพิ่มผลผลิตในสาย จากการศึกษาในบทก่อนพบว่าผู้บริโภคยังคงมีความคองการให้ทางสำนักงาน ออกผลิตภัณฑ์ใหม่หรือเพิ่มชนิดของของยางอนามัย "มีชัย" ให้มากขึ้นเพื่อที่จะสามารถเลือกซื้อได้ตามความคองการ ซึ่งในการตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์นี้ ทางสำนักงาน ควรจะคองมีการทบทวนถึงแนวโน้มในการขายในอนาคตของของยางอนามัยแต่ละชนิดว่ามีเสถียรภาพในการขายหรือไม่ เนื่องจากตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ความคองการหรือรสนิยมของผู้บริโภค ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงของของยางอนามัยชนิดอื่นที่มีอยู่ในตลาด และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ อาจจะทำให้ของยางอนามัย "มีชัย" บางแบบมียอดขายที่ลดลง บางแบบอาจจะมียอดขายสูงขึ้น ทั้งนี้ในส่วนที่ไม่ได้รับความนิยมนี้ทางสำนักงาน ควรจะนำไปเผยแพร่ในชนบทแทน และจั๊กหาของยางอนามัยชนิดใหม่มาทดแทนต่อไปด้วย

ปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการสั่งซื้อของยางอนามัย "มีชัย" ทางไปรษณีย์ของสำนักงาน ซึ่งประชาชนทั่วไปไม่นิยมใช้และให้เหตุผลว่าการสั่งซื้อแต่ละครั้งต้องเสียเวลามากกว่าจะได้รับของยางอนามัย สำหรับปัญหานี้ผู้เขียนเห็นว่าถ้าหากจะคักปัญหาในเรื่องเวลาที่จะต้องเสียไปในการสั่งซื้อครั้งต่อไปแล้วทางสำนักงาน ควรจะใช้วิธีการมอบรับเป็นสมาชิกและให้สิทธิแก่สมาชิกเหล่านั้นในการที่จะสามารถซื้อของยางอนามัยในราคาที่ถูกลงกว่า และอาจจะมีการจั๊กทำของชำร่วยพิเศษเฉพาะสมาชิกซึ่งอาจจะเป็นหนังสือ หรือของใช้เล็ก ๆ น้อย ๆ เป็นต้น

แต่การดำเนินการต่าง ๆ เหล่านี้จะสามารถดำเนินการไปได้เพียงใดนั้นย่อมขึ้นกับงบประมาณที่ทางสำนักงานฯ จะสามารถจัดให้ได้

นอกจากนี้ผู้เขียนยังใคร่อยากที่จะเสนอแนะในเรื่องเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ ซึ่งได้รับผลมาจากการประชาสัมพันธ์โดยตรงจากคุณมีชัย และจากหนังสือพิมพ์นั้นแค่จากการศึกษาพบว่า การประชาสัมพันธ์ทางวิทยุและโทรทัศน์ประชาชนส่วนใหญ่ยังไม่เคยทราบข่าวสารเกี่ยวกับลุงชยางอนามัย "มีชัย" ซึ่งผู้เขียนมีความเห็นว่าหากทางสำนักงานฯ จะสามารถสอดแทรกข่าวสารเกี่ยวกับลุงชยางอนามัย "มีชัย" ลงในรายการต่าง ๆ ทั้งทางสถานีวิทยุและโทรทัศน์ได้ก็จะเป็นการดีเพราะในปัจจุบันนี้วิทยุและโทรทัศน์นับว่าเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ทุกครัวเรือนและจะให้ผลได้มากที่สุด

จากปัญหาและข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการศึกษานี้ ผู้เขียนได้พยายามเสนอให้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงที่ได้รับมากที่สุด ซึ่งผลที่ได้รับอาจจะยังไม่ดีเท่าที่ควร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะข้อคิดเห็นนั้นได้มาจากการสุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นเพียงตัวแทนของประชากรทั้งหมด และในการสุ่มตัวอย่างนี้ลักษณะของประชากรตัวอย่างก็มีลักษณะเป็นคนกลุ่มเดียว คือทำการสำรวจเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะนำมาเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมดไม่ได้ นอกจากนี้ขนาดของตัวอย่างก็มีขนาดเล็กมากเมื่อเทียบกับประชากรทั้งหมด แต่เพื่อให้เหมาะสมกับระยะเวลาในการเขียนวิทยานิพนธ์ และจำนวนทุนทรัพย์ที่ผู้เขียนมีอยู่อย่างจำกัด จึงเป็นความจำเป็นต้องศึกษาเพื่อเป็นแค่เพียงแนวทางที่จะให้สำนักงานฯ นำไปใช้เพื่อปรับปรุงนโยบายเกี่ยวกับค่านการตลาด เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในการแนะนำ ชักจูง และเผยแพร่ลุงชยางอนามัยในอนาคตเท่านั้น หากทางสำนักงานฯ จะนำผลที่ได้จากการศึกษานี้ไปอ้างอิง ควรจะแก้ไขความระมัดระวัง

สำหรับในอนาคตผู้เขียนคิดว่าวิทยานิพนธ์นี้ อาจจะเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ทางสำนักงานฯ นำจะนำไปดำเนินการศึกษาวิจัยต่อไปในเรื่องที่ใกล้เคียงกันหรือเรื่องเกี่ยวข้องกันให้ละเอียดต่อไป เพื่อหาวิธีการแก้ไขนโยบายทางการตลาดที่สำนักงานฯ ดำเนินการอยู่