

การสรุปผลและขอเสนอแนะ

จากการศึกษาค้นการตลาดของเครื่องป้องกันอันตรายจากไฟฟ้าในส่วนของผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภค ทำให้ผู้เขียนสามารถเห็นข้อดี และข้อเสียบางอย่างที่เกิดขึ้นในตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ ผู้เขียนจึงมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานด้านการตลาดเพื่ออาจจะ เป็นประโยชน์กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจประเภทนี้ได้ใช้เป็นแนวทางศึกษาและปรับปรุงส่วนที่บกพร่องเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานด้วยความคล่องตัว ถูกหลักการและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ผู้เขียนจึงขอเสนอแนะปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางในการแก้ไขดังนี้

ก. ในส่วนของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเครื่องป้องกันอันตรายจากไฟฟ้า

จากการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคพบว่าส่วนใหญ่รู้จักเครื่องป้องกันอันตรายจากไฟฟ้าสำหรับที่อยู่อาศัยเป็นอย่างดีและผู้บริโภคจำนวนมากสนใจที่จะซื้อไว้ใช้ ดังนั้นผู้ผลิตและผู้จำหน่ายจำเป็นต้องให้ความสนใจกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าประเภทนี้ เพราะทัศนคติของผู้บริโภคนี้เองที่ผู้ผลิตสามารถนำไปปรับปรุงแก้ไขในส่วนบกพร่องของผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค ผู้เขียนจึงขอเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์

1.1 คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ปรากฏว่าผู้บริโภคเลือกคุณภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อ อาจเป็นเพราะเป็นกลุ่มที่มีรายได้อาจสูง มีอายุมาก มีการศึกษาและการทำงานดี จึงทำให้มองคุณภาพมากกว่าราคา ดังนั้นจุดสำคัญที่สุดที่จะดึงดูดผู้บริโภคให้ยอมรับผลิตภัณฑ์ได้นั้น ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายจะต้องแสดงจุดเด่นของคุณภาพที่ทำให้ผู้บริโภคเชื่อถือได้ อาจทำได้โดยการใช้หนังสือรับรองคุณภาพโดยสถาบันที่มีชื่อเสียงอันเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ดังนั้นผู้ผลิตจึงต้องคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าที่ผลิตออกมา โดยสนใจตั้งแต่การเลือกใช้อุปกรณ์ในการผลิต ชื่อเสียงของผู้ผลิตอุปกรณ์ ขนาดของอุปกรณ์ที่ใช้ตรงตามมาตรฐานหรือไม่ ควรให้มีการตรวจสอบคุณภาพตลอดเวลา นอกจากนี้ ควรได้รับการตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านนี้ หรือจากสถาบันที่มีชื่อเสียง

เพื่อขอรับรองประสิทธิภาพการทำงานของเครื่อง หนังสือรับรองเช่นนี้ อาจสามารถ
 ดึงดูดใจผู้บริโภคให้สนใจผลิตภัณฑ์มากขึ้น เนื่องจากใช้คุณภาพในการตัดสินใจอยู่แล้ว จึง
 ทำให้ความเด่นของคุณภาพ อาจเป็นจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อผู้บริโภคอย่างมาก ส่วน
 เครื่องป้องกันอันตรายจากไฟฟ้าสำเร็จรูปที่สั่งซื้อจากต่างประเทศ ผู้จำหน่ายควรเลือก
 ผลิตภัณฑ์เฉพาะที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพและรับรองจากสถาบันที่มีชื่อเสียงและเชื่อถือ
 ได้ เพื่อจะใช้เป็นเครื่องยืนยันคุณภาพตามความต้องการของผู้บริโภค การสร้างภาพพจน์
 ของผู้ผลิตภายในประเทศและผู้แทนจำหน่ายจากต่างประเทศควรจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ
 ดีจริงๆ โดยไม่มีข้อดีสิ่งที่ไม่ใช่หลักการแน่นอน เช่น ผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศย่อมมีคุณภาพ
 ดีกว่าสินค้าภายในประเทศ สินค้าที่มีราคาแพงย่อมมีคุณภาพดีกว่า เป็นต้น สินค้าดีหรือไม่
 ขึ้นอยู่กับคุณภาพ ซึ่งอาจทราบได้โดย มีหนังสือรับรองแสดงไว้กับภาชนะบรรจุ มีเครื่อง
 หมายการค้าของบริษัทผู้ผลิต เลขหมายของเครื่องบ่งบอกอย่างชัดเจน เพื่อสิ่งเหล่านี้
 อาจจะเป็นเครื่องประกันการลอกเลียนแบบได้ด้วย นอกจากนั้นการมีคุณภาพตามคำโฆษณา
 มีผลต่อความเชื่อถือของผู้บริโภคอย่างมาก ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายควรตระหนักถึงสิ่งเหล่านี้
 เพราะอาจจะเป็นจุดอ่อนที่คู่แข่งขั้นสามารถใช้เป็นกลยุทธ์ในการโฆษณาได้

1.2 ความเข้าใจในหน้าที่การทำงานของผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจำนวนมาก

อาจเกิดความสับสนในหน้าที่การทำงานของผลิตภัณฑ์ อาจคิดว่า เครื่องป้องกันอันตรายจาก
 ไฟฟ้าที่จำหน่ายนั้นสามารถทำหน้าที่พื้นฐานได้เหมือนกันทั้งหมด ผู้เขียนขอชี้แจงว่าผลิตภัณฑ์
 ประเภทนี้ความสามารถในการทำงานขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้ผลิต ซึ่งบางเครื่องนั้น
 สามารถทำงานได้เพียงการป้องกันไฟฟ้าเกินลัดวงจรและป้องกันไฟฟ้าเกินเกินกำลังสายไฟ
 หรือหม้อมิเตอร์เท่านั้น บางเครื่องสามารถป้องกันไฟฟ้าดูดจนเสียชีวิตและป้องกันไฟฟ้ารั่ว
 ไหลได้ หรือบางเครื่องสามารถทำงานได้ทุกหน้าที่ที่กล่าวมาแล้ว ฉะนั้นผู้จำหน่ายจึงควร
 ทราบวัตถุประสงค์ของผู้บริโภคว่ามีความต้องการอย่างไร ควรชี้แจงหน้าที่และสมรรถภาพ
 ของเครื่องที่จำหน่าย อันตรายก็อาจเกิดขึ้นได้เนื่องจากการสื่อความหมายที่ไม่เข้าใจ
 กันระหว่างผู้จำหน่ายและผู้บริโภค หรืออาจเนื่องมาจากผู้บริโภคไม่มีความรู้พื้นฐานทาง
 ด้านนี้เลย เพียงแต่ได้ยินคำโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์แล้วก็อยากทดลองใช้ ทำให้การ
 สื่อสารทางความคิดของผู้บริโภคไม่ตรงกับจุดประสงค์ที่แท้จริงของผู้บริโภคได้ การมี
 หน่วยให้คำปรึกษาอาจมีความจำเป็นเพราะสินค้าประเภทนี้เป็นสินค้าดาวที่มีราคาต่อ
 หน่วยสูง ผู้บริโภคซื้อไปย่อมต้องการประโยชน์สูงสุด หากด้านผู้ผลิตจึงควรฟังคำแนะนำ

จากฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพราะถ้าจะผลิตสินค้าออกมาการผลิตตามความต้องการของการตลาด (ของผู้บริโภค) ย่อมสามารถขายสินค้าดังกล่าวได้ ฉะนั้นการผลิตตามวัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคต้องการทำให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดและสู้กับคู่แข่งกันได้

1.3 ความเชื่อถือในตราหรือชื่อของผลิตภัณฑ์ จากทัศนคติของผู้บริโภค ในการให้ความสนใจในตราและชื่ออันมีนัยยะมากเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคถือว่าแต่ละชื่อหรือคุณภาพเหมือนกัน สามารถใช้ทดแทนกันได้ การมีชื่อก็เพื่อการโฆษณาให้รู้จัก ทำให้สินค้าราคาแพงกว่าชื่ออื่นที่ไม่มีการโฆษณาด้วย หรือทำไมเมื่อซื้อสินค้าจึงต้องจ่ายค่าชื่อเพิ่มเช่นด้วย สิ่งเหล่านี้จึงทำให้ผู้บริโภคอาจมองตราหรือชื่อผลิตภัณฑ์ในแง่ลบได้ ฉะนั้นการเน้นชื่อในการโฆษณาบางครั้งอาจเกิดผลเสียต่อบริษัทได้ ในทางตรงข้าม ถึงแม้ว่าสินค้าที่ผลิตและจำหน่ายมีคุณภาพดีจริง แต่ขาดการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล แนะนำสินค้า หรือโฆษณาให้ผู้บริโภคได้รู้จักชื่อ การประสบความสำเร็จถึงเข้าที่ดังไว้คงเป็นไปได้ยาก บ่อยครั้งที่บริษัทเชื่อมั่นในตราหรือชื่อมาก ซึ่งสินค้าเป็นที่รู้จักและยอมรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี แต่เนื่องจากคู่แข่งในสายผลิตภัณฑ์เดียวกันขึ้นนโยบายลดราคาเป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมการจำหน่าย ทำให้ยอดขายตกลงอย่างเห็นได้ชัด จะลดราคาตามคู่แข่งก็เกรงจะเสียชื่อตราและชื่อไป จึงใช้กลยุทธ์โดยการออกผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่แต่เพิ่มตราหรือชื่อใหม่เพื่อแข่งขันด้านราคากับคู่แข่ง แต่อาจไม่ประสบผลเต็มที่เนื่องจากยังมีผู้บริโภคที่จงรักภักดีต่อตราหรือชื่อที่เขารู้จักอยู่ ฉะนั้นการเปลี่ยนแปลงตราหรือชื่อบ่อยครั้งอาจทำให้เกิดความสับสนกับกลุ่มลูกค้าเดิม อาจทำให้ต้องสูญเสียลูกค้าไปก็ได้ การตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ควรตั้งให้สั้นรัดกุม มีความหมายที่ผู้บริโภคสามารถจดจำได้ ความหมายควรเกี่ยวกับความปลอดภัย เพราะจะทำให้ผู้บริโภคสามารถเรียกติดปากได้เร็วขึ้น ควรมีสโลแกนบ่งบอกถึงจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ ถ้ามีเครื่องหมายการค้าควรมีลักษณะที่คนหนึ่งสามารถอธิบายให้อีกคนหนึ่งฟังได้เมื่อพบเห็น ควรเป็นสัญลักษณ์ที่สะกดตา ตราหรือชื่อถ้าเป็นภาษาต่างประเทศควรมีภาษาไทยกำกับให้สามารถเห็นได้ บางครั้งผู้จำหน่ายซึ่งสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศมาจำหน่าย เกรงว่าถ้าเปลี่ยนภาษาบรรจุที่มีภาษาไทยอาจจะทำให้เสียราคาเนื่องจากเป็นสินค้าต่างประเทศ จึงอาจจะทำให้ต้องเสียลูกค้าบางกลุ่มไป เช่น ผู้ไม่มีความชำนาญในภาษาต่างประเทศ กลุ่มนิยมของไทย เป็นต้น ฉะนั้นถ้าเป็นสินค้าจากต่างประเทศก็ควรมีการปรับปรุงตราหรือชื่อผลิตภัณฑ์ มีสลากคำชี้แจงเป็นภาษาไทย สิ่ง

เหล่านี้อาจจะทำให้ตราหรือชื่อมีความหมายในการจดจำของผู้บริโภคมากขึ้น

1.4 ขนาด รูปร่าง และสีสรรของผลิตภัณฑ์ การจะทราบว่าผู้บริโภคมีความต้องการในรายละเอียดของเครื่องป้องกันอันตรายเป็นอย่างไรนั้น การวิจัยโดยเข้าถึงที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคจึงนับว่าได้ผล แต่การเข้าถึงภายในบ้านคงเป็นเรื่องที่ยากเพราะผู้บริโภคอาจไม่ให้ความร่วมมือเนื่องจากเกรงอันตรายเกี่ยวกับกลุ่มมิถุนาชีพที่แฝงมาในรูปของผู้วิจัยได้ ผลของการวิจัยจึงอาจไม่ตรงความเป็นจริงเท่าใดนักในบางเรื่อง เช่น ผู้วิจัยถามว่าที่อยู่อาศัยของท่านใช้เครื่องป้องกันอันตรายจากไฟฟ้าขนาดเท่าใด โดยมีคำตอบให้เลือก ปรากฏว่า ผู้บริโภคร้อยละ 41.76 ตอบว่า ใช้ขนาดไม่เกิน 15 มิลลิแอมแปร์ แต่จากการสัมภาษณ์ผู้จำหน่าย 16 ราย ตอบว่า ยอดจำหน่ายขนาด 25-45 มิลลิแอมแปร์ มากที่สุด ที่คำตอบไม่ตรงกันเช่นนี้อาจเป็นเพราะ ผู้บริโภคไม่ทราบขนาดที่แท้จริง หรืออาจไม่มีความรู้ในค่านี้นี้แต่ตอบโดยมีได้ตั้งใจ หรืออาจดูตัวเลขที่กำกับไว้กับเครื่องไม่เข้าใจ ว่าตัวเลขแสดงจำนวนขนาดของเครื่อง ด้วยเหตุนี้การวิจัยเพื่อการผลิตจึงไม่ทราบว่าขนาดใดที่ผู้บริโภคนิยม นอกจากนี้ใช้สถิติของผู้จำหน่ายในการวิเคราะห์เท่านั้น แต่ถ้าวิจัยจากผู้บริโภคให้ได้ผลจริงๆ อาจดูได้จากค่าเฉลี่ยของปริมาณไฟฟ้าที่ใช้ ทำให้สามารถทราบได้ว่าในเดือนหนึ่งใช้ปริมาณไฟฟ้าเฉลี่ยกี่วัตต์แล้วจึงคำนวณเปรียบเทียบได้ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะนำไปใช้เพื่อหาค่าแนวโน้มในการผลิตเครื่องป้องกันอันตรายจากไฟฟ้าสำหรับผู้บริโภคที่ยังไม่มีไว้ใช้ แต่ก็มีหลายบริษัทที่แก้ไขโดยการผลิตขนาดที่มีจำนวนมิลลิแอมแปร์น้อยๆ เมื่อต้องการใช้ไฟฟ้าจำนวนมากก็ใช้เครื่องเหล่านี้คือแบบอนุกรมกับจนเพียงพอแก่การป้องกัน แต่ปรากฏว่าไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคตามที่อยู่อาศัย โดยผู้บริโภคร้อยละ 84.07 ตอบว่า มี 1 เครื่อง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมีพื้นที่จำกัดในการติดตั้ง จึงเป็นจุดที่ผู้ผลิตไม่ควรมองข้าม ในส่วนของรูปร่างนั้นบางครั้งมีผลต่อผู้บริโภคเช่นกัน เพราะรูปร่างของเครื่องอาจมีส่วนเกี่ยวข้องกับราคาได้ เช่น กลยุทธ์ของผู้ผลิตที่ผลิตเครื่องป้องกันอันตรายจากไฟฟ้าที่ไม่มีข้อผูกมัดกับตัวแทนจำหน่ายเพียงผู้เดียว ผู้ผลิตสามารถผลิตให้ตัวแทนจำหน่ายของผู้ผลิตทั่วไป ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมาจึงอาจจะเหมือนกันหรือต่างกัน ในชื่อ ขนาด สีสรร โดยถึงเหล่านี้ขึ้นอยู่กับการออกแบบของผู้ผลิตและความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นอาจจะมี หลายชื่อ หลายรูปร่าง และหลายสีสรร โดยมีราคาต่างๆกันให้เลือก ผู้บริโภคจึงต้องเลือกปัจจัยที่จะใช้เป็น

ตัวในการตัดสินใจซื้อต่อไป ซึ่งถ้าผู้บริโภคไม่มีความรู้ทางด้านการตลาดเลยอาจจะเป็นผู้เสียเปรียบกับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายได้ การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์การตลาดอาจมีผลต่อผู้บริโภคบ้าง เพราะอาจทำให้หันกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาดอื่นๆได้

สรุปแล้วสิ่งที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายควรมีหนังสือคู่มือสำหรับผลิตภัณฑ์ ซึ่งภายในจะเป็นรายละเอียด ตั้งแต่ประเภทของผลิตภัณฑ์ คุณภาพการทำงานและสมรรถภาพของเครื่อง วิธีใช้ซึ่งแสดงรายละเอียดขั้นตอนการใช้ เมื่อมีปัญหาแก้ไขเบื้องต้นได้อย่างไร ถ้าแก้ไขไม่ได้ติดต่อได้ที่ใด ขนาดของเครื่องมีเท่าใดบ้าง เป็นเครื่องรุ่นใด ราคาเป็นอย่างไร ควรแสดงหนังสือซึ่งได้ผ่านการรับรองว่าได้รับรองมาจากสถาบันแห่งใด ความรู้เล็กๆน้อยๆเกี่ยวกับการใช้ไฟฟ้าทั่วไปและข้อควรระวังในการใช้ไฟฟ้า สิ่งเหล่านี้อาจทำให้เห็นภาพพจน์ของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายในทางที่ดีเพราะให้ความสนใจในชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภค อาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความศรัทธาและเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

2. ด้านราคา

ราคาของผลิตภัณฑ์ตามทัศนคติของผู้บริโภคเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ ราคา มีความสำคัญน้อยกว่าคุณภาพมาก อาจเป็นเพราะ สินค้าที่เป็นสินค้าเพื่อความปลอดภัยของทรัพย์สิน กลุ่มเป้าหมายมีทรัพย์สินและรายได้มากพอที่จะคิดถึงความปลอดภัย และแน่ใจในความปลอดภัย ราคาจึงมีผลน้อยกว่าคุณภาพ ผู้บริโภคส่วนใหญ่อาจคิดว่าการได้สินค้าดีมาชิ้นนี้ ถ้าจ่ายแพงไปบ้างก็ยินดีจ่าย แสดงว่าคุณภาพมีความสำคัญกว่าราคามาก ผู้บริโภคจำนวนมากอาจมีความไขว้เขวในราคาของแต่ละตราหรือยี่ห้อผลิตภัณฑ์มากเพราะการทราบราคาของเครื่องป้องกันอันตรายจากไฟฟ้านั้น มักได้รับการบอกกล่าวจากผู้รู้จักหรือผู้ที่เคยใช้มาแล้ว โดยผู้บริโภคอาจเข้าใจผิดว่าผลิตภัณฑ์เครื่องป้องกันอันตรายไฟฟ้าทุกเครื่องมีหน้าที่ทำงานเหมือนกัน แต่ราคาทำไมจึงแตกต่างกันอย่างมาก ความคิดเหล่านี้ อาจเป็นมานานในความเข้าใจของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้มองว่าราคามีผลมากในการตัดสินใจซื้อ ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายอาจชี้แจงให้ผู้บริโภค เข้าใจถึงว่าการที่ราคาของเครื่องป้องกันอันตรายจากไฟฟ้าที่ต่างกันนั้น เพราะว่าหน้าที่ในการทำงานของแต่ละยี่ห้ออาจเหมือนกันหรือต่างกัน ในสมรรถภาพการทำงานด้วย จึงทำให้ราคาต่างกัน เช่น เครื่องสามารถตัดวงจรเมื่อล้นแอมป์ไฟฟ้าจุดเพียง 0.03 วินาที ลึกยี่ห้อหนึ่งก็โฆษณาว่าป้องกันไฟฟ้าจุดได้เหมือนกัน แต่ราคากว่ายี่ห้อแรกมาก จากการศึกษาทดสอบการทำงานเครื่องสามารถตัดวงจรให้ขาด

เมื่อคนถูกไฟฟ้าดูดในเวลาเพียง 0.30 วินาที ยี่หื้อหลังนี้ถือว่ามีความเสี่ยงสูงมากเพราะปกติคนจะถูกไฟฟ้าดูดตายเพียง 0.50 วินาที จึงทำให้เจ้าหน้าที่ในเวลาที่ต่างกัน อีกประการหนึ่งถึงที่ใดกล่าวมาแล้ว เครื่องมีหน้าที่การทำงานไม่เท่ากัน เช่น บางยี่ห้อสามารถป้องกันไฟฟ้าดินลัดวงจร ป้องกันไฟฟ้าดูดจนเสียชีวิต ป้องกันไฟฟ้ารั่วไหล และป้องกันไฟฟ้าดินเกินกำลังสายไฟหรือหม้อมิเตอร์ บางยี่ห้อป้องกันได้แค่เพียงป้องกันไฟฟ้าดินลัดวงจร และป้องกันไฟฟ้าดินเกินกำลังสายไฟหรือหม้อมิเตอร์เท่านั้น ทำให้ผู้บริโภคมองผู้จำหน่ายในทางไม่ดีในการตั้งราคาต่างจากยี่ห้ออื่นมาก ดังนั้นผู้จำหน่ายจำเป็นต้องชี้แจงให้ผู้บริโภคทราบถึงความแตกต่างในราคาและหน้าที่ในการทำงานของเครื่อง

การตั้งราคาจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายนั้น สรุปได้ 2 วิธีคือ

ก. วิธีบวกเพิ่มจากต้นทุน คือ ใช้ราคาค่าต้นทุนการผลิต หรือต้นทุนในการสั่งซื้อรวมกับค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียไปเพื่อให้ได้สินค้าพร้อมที่จะขาย คือไปจัดหาเป็นต้นทุนต่อหน่วย เมื่อได้แล้วจึงบวกกำไรตามที่ต้องการ

ข. วิธีบวกเพิ่มแบบลูกโซ่ คือ สินค้าอยู่กับใครถือเป็นต้นทุนของผู้นั้น เมื่อใครจะขายจึงบวกกำไรเข้าไป เป็นราคาขายต่อไป

ผู้เขียนคิดว่าข้อดีของการตั้งราคาด้วยวิธีทั้งสองนี้ คือ ทำให้ทราบกำไรต่อหน่วยที่แน่นอนเพราะเป็นความพอใจของผู้ขายที่จะบวกเข้าไปในราคาค่าต้นทุน เป็นวิธีที่ง่ายในการคำนวณ ทำให้ราคาค่าต้นทุนขายสามารถเฉลี่ยได้ทั่วถึง ส่วนข้อเสียที่เห็นได้ชัดที่สุดคือการไม่มีหลักเกณฑ์ในการบวกกำไรเข้าไป ทำให้ราคาสินค้าไม่เท่ากันในแต่ละที่ซึ่งขึ้นอยู่กับจำนวนคนกลางที่ใช้ ความต้องการกำไรที่ผู้ถือสินค้าบวกเข้าไป ข้อเสนอเพิ่มเติม ผู้จำหน่ายควรมีการตั้งราคาในลักษณะของการส่งเสริมการขายบ้าง เช่น จัดเทศกาลลดราคา ให้ส่วนลดเมื่อมีลูกค้าเก่าแนะนำมา การลดราคาฉลองครบรอบปีในการก่อตั้งบริษัท เป็นต้น

สรุปได้ว่าในส่วนของราคาดังกล่าวนี้ ผู้เขียนเห็นว่าธุรกิจส่วนใหญ่ปฏิบัติได้ผลดีอยู่แล้ว แต่จะให้ดียิ่งขึ้นควรนำการส่งเสริมการขายเข้ามาช่วยเหลือในการตั้งราคา อาจเป็นการเพิ่มยอดขายได้ทางหนึ่ง

3. บ้านช่องทางการจำหน่าย

ผู้บริโภคร้อยละ 56.59 ตอบว่า ซื้อเครื่องป้องกันอันตรายจากไฟฟ้าจากร้านจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าและเครื่องป้องกันอันตรายจากไฟฟ้า อาจเป็นเพราะ

แน่ใจว่าได้ชัดเจนแล้ว สามารถเลือกสินค้าได้ ถ้าไม่พอใจในสินค้าอาจยังไม่ตัดสินใจซื้อ การไปซื้อที่ร้านโดยตรงอาจเชื่อแน่ว่ามีสินค้าที่ต้องการแน่ๆ ถ้าคิดรอนักงานที่ชอบ ออกไปสาธิตตามบ้านอาจยังไม่มีกำหนดในการซื้อที่แน่นอน ดังนั้นการจัดช่องทางจำหน่าย อย่างไรจึงจะเหมาะสมกับเครื่องป้องกันอันตรายจากไฟฟ้าสำหรับที่อยู่อาศัยและเป็น ที่พอใจแก่ผู้บริโภคมากที่สุด ผู้เขียนจึงขอเสนอแนะว่าควรเป็นช่องทางจำหน่าย ที่เข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง เป็นเพราะว่า สินค้าประเภทนี้เป็นสินค้าที่คงทนถาวร มี อายุการใช้งานนาน สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาททั้ง 5 และมีราคาต่อหน่วยค่อนข้าง สูง จึงจำเป็นต้องใช้พนักงานขาย นอกจากนั้นเครื่องป้องกันอันตรายจากไฟฟ้านี้เป็น สินค้าที่ต้องเห็นประสิทธิภาพในการทำงาน จึงควรที่จะต้องอาศัยพนักงานเป็นผู้สาธิต ชี้แจงให้เข้าใจในการใช้ แสดงให้เห็นประสิทธิภาพการทำงาน of เครื่อง ผู้บริโภค จึงจะยอมรับในผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ แต่ตัวอย่างที่กล่าวมาแล้ว เครื่องป้องกันอันตรายจากไฟฟ้า มีราคาต่อหน่วยค่อนข้างสูง การตัดสินใจซื้อคงต้องอาศัยเวลาในการตัดสินใจ ดังนั้น ผู้เขียนคิดว่าช่องทางจำหน่ายที่ควรจะเป็นในตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้คือ จากผู้ผลิต จะส่งไปยังผู้แทนจำหน่าย และไปยังผู้บริโภคโดยตรง เพราะเหตุว่า ใน ปัจจุบันผู้แทนจำหน่ายดำเนินงานในลักษณะผู้แทนจำหน่ายแต่ผู้เดียวจำนวนหลายยี่ห้อ และบริษัทดังกล่าวนี้มักมีพนักงานขายเป็นของบริษัทเอง พนักงานขายของบริษัทจะเป็น ผู้ชี้แจงโดยตรงแก่ผู้บริโภคในรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ถึงที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคเลย ข้อดีของการจัดช่องทางจำหน่ายแบบนี้ คือ ทำให้ผู้บริโภคได้สัมผัสผลิตภัณฑ์ในทุก รูปแบบที่ต้องการ เป็นการตัดช่องทางจำหน่ายให้สั้นลง เพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายลงบ้าง เป็นการโฆษณาสินค้าไปในตัวด้วย นอกจากนั้นยังเป็นการกระจายการขยาย ความรู้ที่ต้องการได้ทั่ว ขอบเสียก็คือ อาจเสียค่าใช้จ่ายแก่พนักงานขายเนื่องจากผู้บริโภค สนใจในสินค้าแต่เลือกซื้อยี่ห้ออื่น อาจมีการทำลายชื่อเสียงโดยคู่แข่ง เช่น ปลอมเป็น พนักงานขายของบริษัทแล้วปฏิบัติตัวเสื่อมเสียต่อหน้าผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดการ เข้าใจผิดทำลายชื่อเสียงของบริษัทได้ นอกจากนั้นพนักงานขายอาจสร้างความยุ่งยาก แก่ผู้บริโภคในลักษณะการต่อเมื่อผู้บริโภคปฏิเสธ เป็นต้น

4. ด้านส่งเสริมการขาย

การใช้ส่วนผสมทางการตลาดด้วยวิธีส่งเสริมการขายมีความสำคัญ ต่อผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมาก จากการส่งเสริมการขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายปรากฏว่า

มีบริษัทที่ส่งเสริมการจำหน่ายน้อยมาก อาจเป็นเพราะว่า ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายต่าง
 บริหารงานเป็นเอกเทศต่อกัน ไม่มีส่วนสัมพันธ์ที่จะร่วมกันส่งเสริมการจำหน่าย จึง
 ทำให้การส่งเสริมการจำหน่ายไม่มีความสำคัญ แต่ก็มีบางบริษัทซึ่งมีสินค้าเป็น เทคโนโลยีของ
 คนเองที่ให้ความสนใจกับการส่งเสริมการจำหน่ายเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา
 การใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย เป็นต้น ผู้เขียนจึงขอเสนอแนะในส่วนของ
 การส่งเสริมการจำหน่ายดังนี้

4.1 การโฆษณา การใช้สื่อโฆษณาที่จะได้ผลดีที่สุดสำหรับเครื่องป้องกัน
 อันตรายจากไฟฟ้า ผู้เขียนคิดว่าน่าจะเป็นการโฆษณาทางโทรทัศน์ อาจเป็นเพราะทำให้
 ผู้บริโภคสามารถเห็นรูปร่างผลิตภัณฑ์ได้ทั้งสามมิติ แม้วามีเวลาจำกัดแค่ 30 วินาที คง
 อธิบายรายละเอียดทางเทคนิคยาก แต่จะให้เห็นภาพว่าเป็นประเภทใด ยี่ห้อใดก่อน ส่วน
 รายละเอียดอาจใช้หนังสือพิมพ์และนิตยสาร ถ้าจะให้ผู้บริโภคจำนวนมากได้เห็นการ
 โฆษณาก็คงต้องเลือกโฆษณาในรายการเกมโชว์ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมมากที่สุด ปัญหาสำคัญ
 คือ ค่าโฆษณาทางโทรทัศน์มีอัตราสูงมาก การโฆษณาจึงเป็นเพียงต้องการให้ผู้บริโภค
 รู้จัก โดยพยายามเน้นที่ยี่ห้อและสโลแกนเพื่อขจัดเกินของสินค้า แต่ถ้าเป็นโฆษณาแบบ
 ภาพนิ่งในโทรทัศน์และการโฆษณาทางวิทยุจะทำให้เสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าวิธีแรกแต่
 สามารถเน้นวิธีใช้เพิ่มเติมได้อีกด้วย การโฆษณาเพื่อเน้นยี่ห้อให้ผู้บริโภคได้เห็นนานและ
 บ่อยครั้ง คือ การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์และนิตยสารเพราะสามารถโฆษณาได้ครอบคลุม
 ทั้งประเทศ การโฆษณาที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่ง คือการโฆษณาตามข้างของรถประจำทาง
 ขององค์การขนส่งมวลชน เพราะสามารถทำให้ผู้บริโภคได้เห็นเป็นประจำ เป็นการ
 โฆษณาที่ต้องการให้ผู้บริโภคเกิดความจดจำในยี่ห้อได้นานๆ

สรุปได้ว่าถ้าจะเลือกสื่อใดนั้นขึ้นอยู่กับว่าสินค้านั้นเป็นที่รู้จักแก่ผู้
 บริโภคในระดับใด ถ้าเป็นยี่ห้อที่ผู้บริโภครู้จักน้อย ควรทุ่มงบการโฆษณาทางโทรทัศน์ ถึง
 แม้จะให้ข้อมูลได้ไม่ครบ แต่ก็สามารถเสริมรายละเอียดการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์และ
 นิตยสารอีก การโฆษณาทางโทรทัศน์เป็นที่นิยม เพราะสามารถเน้นให้ผู้บริโภครู้จักยี่ห้อ
 และจำสโลแกนได้ แต่การโฆษณารายละเอียดควรโฆษณาต่อในวิทยุ หนังสือพิมพ์และ
 นิตยสารเพราะจะทำให้สามารถให้ข้อมูลได้มากกว่า ส่วนการโฆษณาตามข้างของ
 รถประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนเพื่อเน้นให้ผู้บริโภคจดจำยี่ห้อได้ควบคู่ไปกับการ
 โฆษณาทางโทรทัศน์

4.2 การใช้พนักงานขาย การขายโดยพนักงานขายอาจเป็นวิธีขายที่เหมาะสมที่สุดกับเครื่องป้องกันอันตรายจากไฟฟ้า อาจเป็นเพราะ สินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าเป็นเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีข้อมูลด้านเทคนิคที่เข้าใจยาก ควรจะให้การชี้แจงต่อผู้บริโภคตัวต่อตัว เพื่อชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับเครื่องพร้อมกับการสาธิตการทำงาน ซึ่งประสิทธิภาพให้ผู้บริโภคได้เห็น การใช้พนักงานขายของบริษัท ผู้เขียนคิดว่า ควรสนใจในตัวพนักงานขาย ตั้งแต่การแต่งตั้ง ศึกษามารยาทในการเข้าพบผู้บริโภค ควรได้ผ่านการฝึกอบรมทั้งการฝึกกริยามารยาทและเทคนิคในการขาย โดยบริษัทควรรอบมรรควิธีในการขาย ชี้แจงผลตอบแทนที่จะได้รับ ถ้าขายได้จำนวนมากจะได้รางวัลพิเศษอะไรบ้าง สิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องสำคัญที่บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายควรสนใจและให้ความสำคัญ

4.3 การส่งเสริมการขาย ผู้เขียนคิดว่าควรมีการรับประกันและการบริการด้านอื่นๆที่สามารถเป็นของกำนัลแก่ผู้บริโภคที่เป็นลูกค้ากับบริษัท เช่น การตรวจสอบเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านเล็กน้อยที่สามารถทำได้ หรือบริการในอัตราที่ถูกลงกว่าอัตราปกติ การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการใช้ไฟฟ้าก็อาจสามารถดึงดูดลูกค้าได้บ้าง เพราะลูกค้าอาจเกิดความเกรงใจและมีความเชื่อถือมากขึ้น การสาธิตการป้องกันอันตรายจากไฟฟ้าก็เป็น การส่งเสริมการขายได้ทางหนึ่ง เพราะผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ก็ต่อเมื่อได้เห็นประสิทธิภาพในการทำงานของสินค้าเสียก่อนว่าดีหรือไม่ ถึงแม้ว่าการส่งเสริมการขายบางอย่างอาจจะไม่ช่วยโดยตรง แต่ก็ทำให้ผู้บริโภคเกิดความศรัทธาและเชื่อถือแก่ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายได้เช่นกัน

4.4 การร่วมมือกับทางราชการ การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความปลอดภัยเนื่องจากการใช้ไฟฟ้าของผู้บริโภค เป็นหน้าที่ของรัฐบาลโดยตรงที่จะต้องเผยแพร่ให้ประชาชนได้ทราบและสาธิตวิธีป้องกันภัยเมื่อเกิดขึ้น หน่วยงานถึงรับผิดชอบทางด้านนี้ ได้แก่ กองตำรวจดับเพลิง หน่วยบรรเทาสาธารณภัย กรมประชาสัมพันธ์ เป็นต้น บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายควรจะได้ร่วมมือกับหน่วยราชการเหล่านี้ อาจจะออกเป็นแผ่นป้ายคำเตือน ข้อควรระวังในการใช้ไฟฟ้า หนังสือคู่มือการใช้ไฟฟ้าที่ถูกต้อง วิธีการป้องกันและแก้ไขเมื่อเกิดภัยจากไฟฟ้าเบื้องต้น เป็นต้น โดยบริษัทอาจร่วมมือกับหน่วยราชการ แต่มีการโฆษณาว่า ค้ำขความปรารถนาดีจากบริษัทอะไร หรือจากที่ไหนอะไร อาจใช้คำว่า สนับสนุนโดยบริษัทอะไร หรือจากสินค้าชื่ออะไร

จะเห็นได้ว่า การตลาดของเครื่องเย็บผ้ามีกำไรจากไฟฟ้าสำหรับที่อยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานครยังเป็นเมืองตลาดที่ขยายออกไปไม่ทั่วกรุงเทพมหานครเท่าใดนัก การที่จะมีการศึกษาหาหนทางเพื่อการขยายตัวสำหรับส่วนที่การตลาดเข้าไปไม่ถึง เพราะความต้องการในสินค้าประเภทนี้ยังมีสูงมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจะพิจารณาส่วนของกรุงเทพมหานครที่กำลังมีการขยายตัวกลุ่มเป้าหมายนี้อาจจะเป็นกลุ่มผู้บริโภคซึ่งมีรายได้ปานกลางจนถึงผู้มีรายได้ต่ำ เมื่อความเจริญก้าวหน้าไปทีละ ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายต้องคอยศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ด้วย อาจเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญต่อไปในข้างหน้า จะได้ผลิตและจำหน่ายสินค้าที่เป็นที่ยอมรับของกลุ่มเป้าหมายนี้

ข. ในส่วนของรัฐบาล ปัญหาที่รัฐบาลต้องประสบอยู่ในขณะนี้คือการขาดแคลนบุคลากรและงบประมาณเพื่อนแก้ปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับความเป็นอยู่ของประชาชน จึงควรเห็นใจรัฐบาลที่ต้องแบกรับรับผิดชอบประชาชน 50 กว่าล้านคน แต่อย่างไรก็ต้องเป็นหน้าที่รับผิดชอบที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้เขียนจึงเสนอแนะความเห็นที่มีต่อรัฐบาลในส่วนที่รัฐบาลอาจกระทำได้อันนี้

1. รัฐบาลควรส่งเสริมการลงทุนโดยคนไทยอย่างจริงจัง เพราะที่เป็นอยู่นี้ไม่ค่อยมีผู้กล้าลงทุนเนื่องจากความไม่แน่ใจในนโยบายของรัฐบาลในด้านการเงิน และแนวโน้มทางเศรษฐกิจก็มีการสั่นคลอนอยู่เรื่อยๆ เช่น การลดค่าเงินบาท การเพิ่มอัตราภาษีขาเข้า การเพิ่มอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น ฉะนั้นรัฐบาลควรมีนโยบายที่แน่นอนในเรื่องการให้สินเชื่อในการลงทุนระยะยาวเพื่อเป็นหลักประกันสำหรับผู้ลงทุนมีโอกาสได้ผลตอบแทนบ้าง ในเรื่องภาษีนำเข้ารัฐบาลมีนโยบายในด้านการที่ไม่แน่นอน ซึ่งเมื่อเกือบสองปีที่แล้วส่งลดภาษีนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้าลงจากเดิมร้อยละ 7 มาเป็นสี่เพิ่มภาษีขึ้นจากเดิมอีกเกือบเท่าตัว จึงยากที่ผู้ลงทุนจะกล้าตัดสินใจ โดยเฉพาะชิ้นส่วนซึ่งต้องสั่งซื้อเข้ามาประกอบต้องสั่งจากต่างประเทศ การมีนโยบายระยะยาวและแน่นอนเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นสำหรับรัฐบาลอย่างมาก

2. รัฐบาลควรร่วมมือกับภาคเอกชนในอันที่จะสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับประชาชน โดยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องคอยประสานงานกับภาคเอกชน ซึ่งก็พอมีการปฏิบัติกันบ้างแล้ว เช่น การจัดราชการภัยวินาศ ซึ่งเป็นการจัดร่วมกันระหว่าง บริษัท ทวิทัศน์อิเล็กทรอนิกส์ จำกัด ร่วมกับสถานีโทรทัศน์ขององค์การสื่อสาร

มวลชนแห่งประเทศไทย เป็นต้น นอกจากนั้นอาจร่วมกันพิมพ์เอกสารเพื่อเผยแพร่สาระประโยชน์เกี่ยวกับอันตรายจากการใช้ไฟฟ้า โดยรัฐบาลไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย แลภาคเอกชนอาจจะได้มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์ของตนบ้าง รัฐบาลก็จะได้รับผลทางอ้อมในการบำบัดทุกข์บำรุงสุขประชาชนโดยไม่ต้องใช้งบประมาณ

3. รัฐบาลควรตระหนักถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนมากกว่านี้ อาจจะใช้วิธีการออกกฎหมายบังคับให้แต่ละที่อยู่อาศัยต้องติดตั้งเครื่องป้องกันอันตรายจากไฟฟ้า เพราะนอกจากจะเป็นการป้องกันชีวิตและทรัพย์สินของตนเองแล้ว ยังเป็นการป้องกันที่อยู่อาศัยซึ่งอยู่ใกล้เคียง เพราะถ้าเกิดอันตรายเช่นนี้บ่อยๆ มูลค่าของรัฐบาลอาจไม่พอสำหรับการช่วยเหลือประชาชนที่มีจำนวนมากได้ การสูญเสียทางเศรษฐกิจจึงเกิดขึ้นบ่อยครั้งเกี่ยวกับการเกิดเพลิงไหม้ รัฐบาลจึงควรเล็งเห็นเศรษฐกิจที่ต้องเสียไปโดยวิธีการออกกฎหมายดังกล่าว

บริษัทผู้จำหน่ายควรร่วมมือกับรัฐบาลในการเผยแพร่ความรู้ให้ผู้บริโภคทราบในเรื่องสำคัญๆ เช่น

1. ก่อนที่ผู้บริโภคจะซื้อเครื่องป้องกันอันตรายจากไฟฟ้าควรทำความเข้าใจกับผู้จำหน่ายเสียก่อน เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด - ผู้บริโภคควรดูปัจจัยหลายๆด้านก่อนที่จะมีการเลือกซื้อ ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ คุณภาพ ราคา การบริการ ยี่ห้อเชื่อถือได้ เป็นต้น แล้วจึงตัดสินใจซื้อ

2. ผู้บริโภคต้องปฏิบัติอย่างเคร่งครัด เมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับเครื่องป้องกันอันตรายจากไฟฟ้า ไม่ควรแก้ไขเองเพราะอาจไม่สมบูรณ์เต็มที่และเป็นอันตรายกับการใช้ต่อไป ควรเรียกช่างหรือผู้บริการมาตรวจเช็คเพื่อจะได้ไม่ต้องเสี่ยงกับอันตรายที่อาจเกิดขึ้น ควรได้รับการตรวจเครื่องบ้างเป็นครั้งคราวเพื่อความปลอดภัยในการใช้

3. เมื่อมีการใช้ปริมาณไฟฟ้าเพิ่มขึ้นเป็นกรณีพิเศษ ควรที่จะได้รับคำปรึกษาจากบริษัทผู้จำหน่ายเสียก่อน เพราะจำนวนมิลลิแอมแปร์ที่ตั้งไว้ อาจเหมาะสมกับไฟฟ้าที่ใช้อยู่เดิม ฉะนั้นเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงปริมาณไฟฟ้าที่ใช้เพื่อความปลอดภัยควรปรึกษากับผู้จำหน่ายเสียก่อน เพราะอาจจะได้รับคำแนะนำที่ถูกต้อง เป็นการป้องกันที่ดีทางหนึ่งซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคปลอดภัย