

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษ รวมทั้งการศึกษาค้นคว้าของเครื่องพิมพ์ดีดโดยทั่วไป ซึ่งได้อาศัยข้อมูลชั้นปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นส่วนใหญ่ จากการสัมภาษณ์และการออกแบบสอบถามพอสรุปผลได้ ดังนี้

1. ลักษณะของผู้บริโภคที่ทำการวิจัย ในการวิจัยนี้ได้จัดแบ่งประชากรที่จะทำการศึกษาดังออกเป็น 2 ประเภท คือ กลุ่มผู้บริโภคประเภทครัวเรือน และกลุ่มผู้บริโภคประเภทสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ และวัตถุประสงค์ของการซื้อมีความแตกต่างกัน และนอกจากนี้กลุ่มผู้บริโภคแต่ละประเภทยังได้จำแนกออกตามคุณลักษณะต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดของกลุ่มผู้บริโภคแต่ละกลุ่มที่สามารถเลือกเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมาย (Target Market) ของกิจการได้

ในกลุ่มผู้บริโภคประเภทครัวเรือนหรือบุคคลธรรมดา ไม่ว่าจะอาศัยอยู่ในเขตใดของกรุงเทพมหานคร ปรากฏว่ามีจำนวนระหว่างเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน และเมื่อพิจารณาถึงกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ 14 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 21-30 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุในการศึกษาหาความรู้และการประกอบอาชีพ การศึกษาของกลุ่มผู้บริโภคจะอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรีตามลำดับ และมีรายได้ครัวเรือนประมาณ 5,001 - 10,000 บาทต่อเดือน

กลุ่มผู้บริโภคประเภทสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ ส่วนใหญ่เป็นกิจการที่ประกอบการค้า การบริการจัดจำหน่าย ซึ่งหมายถึง การจัดซื้อและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็นหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กิจการจำพวกร้านค้าหรือธุรกิจเจ้าของคนเดียว และห้างหุ้นส่วน ซึ่งเป็นกิจการขนาดเล็ก กิจการที่ให้บริการส่วนใหญ่ ได้แก่ หน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ ส่วน

กิจการที่ประกอบการผลิตมีเพียงส่วนน้อย ซึ่งมักจะจัดตั้งในรูปบริษัทจำกัดเป็นส่วนใหญ่

2. การใช้เครื่องพิมพ์ดีด กลุ่มผู้บริหารประเภทครัวเรือนมีการใช้เครื่องพิมพ์ดีดเป็นจำนวนมากพอสมควร โดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้อ่อนข้างสูง ซึ่งส่วนใหญ่ใช้เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษหิ้วมากกว่าเครื่องพิมพ์ดีดประเภทอื่น ในขณะที่กลุ่มผู้บริหารที่เป็นสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ จะมีเครื่องพิมพ์ดีดไว้ใช้เกือบทุกกิจการ เพราะถือเป็นอุปกรณ์สำนักงานที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อการดำเนินงานของกิจการ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจเอกชน หรือราชการรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่เป็นการใช้เครื่องพิมพ์ดีดแบบตั้งโต๊ะธรรมดาและแบบตั้งโต๊ะซึ่งใช้ไฟฟ้า ตามลำดับ ส่วนเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษหิ้วมีใช้เพียงเล็กน้อยเท่านั้น

เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษหิ้วที่ใช้ในกลุ่มผู้บริหารประเภทครัวเรือนและประเภทสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องพิมพ์ดีดภาษาไทย คิดเป็นจำนวน 3 เท่าของเครื่องพิมพ์ดีดภาษาอังกฤษ เนื่องจากการดำเนินงานประจำวัน มักจะใช้ภาษาไทยเป็นสื่อความหมายในการติดต่อมากกว่าภาษาอื่น ๆ

3. ความเกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อ การตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษหิ้วในตลาดผู้บริหารประเภทครัวเรือนหรือบุคคลธรรมดา มักเป็นบุคคลที่ค่อนข้างมีอายุ จากการรวบรวมแบบสอบถาม ปรากฏว่า ผู้ตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่เป็นชาย ซึ่งมีสถานะเป็นหัวหน้าครอบครัว ส่วนการตัดสินใจซื้อในตลาดผู้บริหารประเภทสถาบันหรือหน่วยงานนั้น ปรากฏว่า เจ้าของกิจการหรือหุ้นส่วน และผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ระดับบริหาร มักจะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ

อย่างไรก็ตาม เบื้องต้นน่าสังเกตว่า ผู้ตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่มิได้เป็นผู้ใช้งานเครื่องพิมพ์ดีดนั้น ผู้ใช้งานเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษหิ้วในครัวเรือนมากที่สุด จะมีอาชีพหรือมีสถานะเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา ซึ่งถือเป็นตลาดใหญ่ที่สุดในตลาดผู้บริหารครัวเรือน

4. การค้นหาข้อมูลและสถานที่จัดซื้อ ส่วนใหญ่ผู้บริโภคระเภทครัวเรือน จะทำการตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง โดยมิได้รับข่าวสารหรือข้อมูลจากแหล่งใดมาก่อน สำหรับผู้บริโภคระเภทสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ จะได้รับข้อมูลหรือข่าวสารจากผู้ให้คำแนะนำเป็นส่วนใหญ่

ในค่านสถานที่จัดซื้อของผู้บริโภคระเภทครัวเรือน มักเป็นการจัดซื้อโดยผ่านร้านค้าปลีกต่าง ๆ ที่จัดจำหน่ายเครื่องพิมพ์ดีด ซึ่งแตกต่างจากผู้บริโภคระเภทสถาบันหรือหน่วยงานที่มีกนิยซื้อโดยตรงจากบริษัทหรือผู้แทนจำหน่าย หรือพนักงานขายของบริษัทนั้น

5. ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ การเลือกซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์ ส่วนใหญ่เนื่องจากสาเหตุความคล่องตัวในการเคลื่อนย้ายหรือนำติดตัว ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะที่สำคัญและแตกต่างไปจากเครื่องพิมพ์ดีดประเภทอื่น ๆ

ในจำนวนผู้บริโภคระเภทครัวเรือน โดยเฉลี่ยแล้วปรากฏว่า ปัจจัยทางด้านน้ำหนักหรือความคมชัดของตัวอักษร ความคงทนถาวร ความคล่องตัวในการพิมพ์ และชื่อเสียง ทรานหรือยี่ห้อ จะเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์สำคัญในการพิจารณาตัดสินใจซื้อตามลำดับ และกลุ่มผู้บริโภคระเภทสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ จะพิจารณาปัจจัยทางด้านความคงทนถาวร ความคล่องตัวในการพิมพ์ น้ำหนักพิมพ์หรือความคมชัดของตัวอักษร และชื่อเสียง ทรานหรือยี่ห้อ เป็นเกณฑ์สำคัญในการพิจารณาตัดสินใจซื้อตามลำดับเช่นเดียวกัน ส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ โดยเฉพาะ สีสรรและการโฆษณา จะมีความสำคัญเพียงเล็กน้อย

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบปัจจัยต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคนำมาพิจารณาในการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์แต่ละยี่ห้อที่สำคัญ ๆ เช่น เครื่องพิมพ์ดีดโอลิมเปีย เครื่องพิมพ์ดีดบราเคอร์ เครื่องพิมพ์ดีดไทรอัมพ์-แอกเลอร์ เป็นต้น ปรากฏว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อยี่ห้อปัจจัยต่าง ๆ ตามลำดับความรู้สึกมากหรือน้อยแตกต่างกันไป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มผู้บริโภคระเภทที่ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวร์ยี่ห้อโอลิมเปีย ซึ่งส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญต่อยี่ห้อชื่อเสียง ทรานหรือยี่ห้อมากกว่าราคาหรือการรับประกันผลิตภัณฑ์ ในขณะที่กลุ่มผู้บริโภคระเภทที่ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดยี่ห้ออื่น ๆ จะให้ความสำคัญ

สำคัญคือปัจจัยด้านราคา และการรับประกันมากกว่าด้านชื่อเสียง ทรานหรือยี่ห้อ
อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจซื้อผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่จะคำนึงถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากกว่า
ปัจจัยด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขายหรือการได้รับข้อมูลข่าวสาร
จากการโฆษณา

6. ทัศนคติและความคิดเห็นของผู้บริโภค ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะ
เป็นประเภทครัวเรือนสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ ต่างมีทัศนคติและความคิดเห็นใน
ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย พอสรุปผลได้ดังนี้

6.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ในทัศนะของผู้บริโภคส่วนใหญ่ มักจะมีความเห็นว่า
คุณภาพของเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวแต่ละทรานหรือยี่ห้อมีความแตกต่างกัน ไม่ว่าจะ
เป็นผู้บริโภคประเภทครัวเรือน สถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความแตกต่าง
ในด้านรูปแบบหรือลักษณะตัวอักษร น้ำหนักพิมพ์หรือความคมชัดของตัวอักษร และความ
คงทนถาวร ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาถึงเครื่องพิมพ์ดีดแต่ละทรานหรือยี่ห้อ ปรากฏว่า ทัศนะ
ของผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภคประเภทครัวเรือน สถาบันหรือหน่วยงาน มักจะ
มีความเชื่อว่า เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป่าหัวยี่ห้อโอลิมเปีย (Olympia) มีคุณภาพที่
ที่สุด รองลงมาคือ เครื่องพิมพ์ดีดยี่ห้อบราเดอร์ (Brother) ตามลำดับ

ในด้านความคิดเห็น และความต้องการของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
มีความเห็นเป็นส่วนใหญ่ว่า ความคงทนถาวรของเครื่องพิมพ์ดีดยังไม่เพียงพอ โดยเฉพาะ
กลองหรือรอบพิมพ์หัวเครื่อง หูสำหรับหัว และที่ปักแคว่ ซึ่งมีโอกาสแตก ชำรุดหรือเสีย
หายได้ง่าย นอกจากนี้ยังมีความเห็นในด้านอื่น ๆ แตกต่างกันไป เช่น รูปแบบหรือรูปร่าง
ของเครื่องพิมพ์ดีดควรมีขนาดกระทัดรัด ควรมีการจัดทำแป้นอักษรให้ใหญ่ขึ้น เพื่อสามารถ
เคาะหรือพิมพ์สัมผัสได้โดยสะดวกและคล่องตัวมากขึ้น หรือไม่เปลี่ยนมือ ควรมีที่ตั้งย่อหน้า
หรือที่ตั้งระยะ มีระบบการทำงานที่ก้าวหน้าอย่างอัตโนมัติ หรือสามารถใช้ไฟฟ้าได้ ใน
ด้านของน้ำหนักเครื่อง มีความคิดเห็นแบ่งแยกออกเป็น 2 ด้าน คือ กลุ่มหนึ่งต้องการ
ให้มีน้ำหนักเบา ด้วยเหตุผลที่ว่า ต้องการความสะดวกในการเคลื่อนย้ายแต่ผู้บริโภคบาง
กลุ่มกลับเห็นว่า ควรมีน้ำหนักเพิ่ม เพื่อให้ในขณะที่พิมพ์ไม่เกิดการเคลื่อนไหว ซึ่งจะช่วย
เพิ่มประสิทธิภาพในการพิมพ์ได้เร็วขึ้น เป็นต้น

6.2 ด้านราคา ผู้บริโภคส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นคริวเรือน สถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ มีทัศนคติในด้านการราคาของเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทิวี่ว่ามีความเหมาะสม ซึ่งในขณะที่เดียวกัน ราคาที่มีได้เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม ในด้านความคิดเห็นปรากฏว่า การจำหน่ายเครื่องพิมพ์ดีดของร้านค้าปลีกมีการเสนอราคาแตกต่างกันไป บางร้านตั้งราคาขายค่อนข้างแพงกว่าร้านค้าปลีกอื่น นอกจากนี้ผู้บริโภคบางกลุ่มยังให้ความเห็นว่า ราคาควรขึ้นอยู่กับคุณภาพหรือคุณสมบัติของเครื่องพิมพ์ดีดนั้น เป็นต้น

6.3 ด้านการจัดจำหน่าย เนื่องจากเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทิวี่ได้เป็นสินค้าสะดวกซื้อที่จะจัดจำหน่ายได้อย่างทั่วถึง ทำให้เป็นปัญหาสำหรับผู้บริโภคบางกลุ่มในการเลือกหาสถานที่ซื้อ โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคประเภทคริวเรือน ซึ่งมักจะทำการซื้อจากร้านค้าปลีกที่จำหน่ายเครื่องพิมพ์ดีดเป็นส่วนใหญ่ ปัญหาสำคัญที่ผู้บริโภคประสบอยู่ก็คือ ไม่มีผลิตภัณฑ์จำหน่ายในตลาดเมื่อมีความต้องการ และผู้บริโภคมีความเห็นว่า การจำหน่ายเครื่องพิมพ์ดีดในร้านจำหน่ายเครื่องเขียนมีน้อยเกินไป

6.4 ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย ในความรู้สึกลและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการส่งเสริมการจำหน่ายเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทิวี่นั้น ส่วนใหญ่รู้สึกว่ามีน้อยเกินไป ไม่เหมือนกับเครื่องพิมพ์ดีดประเภทอื่น ๆ ที่มีการโฆษณาในหนังสือพิมพ์หรือในนิตยสารต่าง ๆ ร้านค้าหรือร้านจำหน่ายเครื่องพิมพ์ดีดบางร้าน ก็ไม่มีการแจกแคตตาล็อก และพนักงานขายหน้าร้านก็ไม่มีความรู้เพียงพอที่จะให้ข้อเสนอแนะ ทำให้ไม่สามารถทราบรายละเอียดหรือประสิทธิภาพของเครื่องได้ นอกจากจะทำการทดลองปฏิบัติจริง นอกจากนี้ผู้บริโภคบางกลุ่ม ต้องการให้มีการลดราคาบ้าง และบางกลุ่มมีความเห็นว่า ควรให้มีบริการฝึกสอนหรือเรียนพิมพ์ดีดไค้ฟรี เมื่อมีการซื้อเครื่องพิมพ์ดีด เป็นต้น

7. การทดสอบสมมุติฐาน ผลจากการทดสอบสมมุติฐานทางสถิติ โดยอาศัยข้อมูลจากการสำรวจตัวอย่าง ทำให้ทราบว่า

7.1 ตลาดผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้ใช้เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทิวี่ ที่อาศัยอยู่ในคริวเรือน เขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นตลาดนักเรียน นิสิต หรือนักศึกษา

7.2 เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษเข้าหัวแต่ละตราหรือยี่ห้อ มีความแตกต่างในคุณภาพ ในทัศนะของผู้บริโภคทั้งประเภทครัวเรือนหรือบุคคลธรรมดา และประเภทสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ

7.3 ความสะดวกสบายในการใช้งานของเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษเข้าหัว เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ แทนที่จะซื้อเครื่องพิมพ์ดีดประเภทอื่น

7.4 คุณภาพการใช้งานของเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษเข้าหัวในแต่ละตราหรือยี่ห้อ เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษเข้าหัวของผู้บริโภค

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

การศึกษาและวิจัยในด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษเข้าหัวนี้ เป็นเพียงผลงานทางวิชาการที่รวบรวมขึ้นโดยอาศัยวิธีการสำรวจเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับทัศนคติ ข้อคิดเห็นและความต้องการ ซึ่งมีผลต่อการกำหนดพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแต่ละบุคคล ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนี้ จึงสามารถให้ประโยชน์ในการใช้เป็นแนวทางปรับปรุงการดำเนินงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ทางการตลาดของกิจการจัดจำหน่ายเครื่องพิมพ์ดีดให้สามารถดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ อย่างไรก็ตาม ผลของการวิจัยดังกล่าว จะมีประโยชน์มากหรือน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับการนำไปประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติหรือกลยุทธ์ทางการตลาด และนโยบายของกิจการเป็นสำคัญ

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้ ได้อาศัยหลักวิชาการตลาดประมวลเข้ากับข้อมูลที่รวบรวมได้ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงส่วนผสมทางการตลาดของเครื่องพิมพ์ดีดให้มีความสอดคล้องตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม อันถือเป็นแนวความคิดด้านการตลาด (Marketing Concept) ในปัจจุบัน และขณะเดียวกันยังเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการพิจารณาตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถสนองความต้องการได้ดียิ่งขึ้น ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะมีดังนี้

ก. ในร้านบริษัทหรือตัวแทนจำหน่ายเครื่องพิมพ์ดีด ควรมีการพิจารณาและตัดสินใจในด้านต่าง ๆ ดังนี้ คือ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความต้องการให้มีการปรับปรุงเครื่องพิมพ์คัดแบบกระเป๋าทิวในร้านค้าต่าง ๆ เช่น ความคงทนถาวร น้ำหนักพิมพ์หรือความคมชัดของตัวอักษร ฯลฯ ซึ่งผลจากการวิจัยค้นพบว่า ปัจจัยดังกล่าวเป็นสิ่งสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ด้วยเหตุนี้กิจการจึงจำหน่ายเครื่องพิมพ์คัดในประเทศไทย จึงควรทำการศึกษาในรายละเอียดเกี่ยวกับการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ (Product Modification) เพื่อเสนอแนะข้อมูลแก่บริษัทผู้ผลิตในต่างประเทศ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์สามารถทำได้หลายลักษณะ เช่น

- 1.1 การปรับปรุงคุณภาพเพื่อเพิ่มการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์ให้มีความคงทนถาวรเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ฝาครอบหรือกล่องห่อหุ้ม ควรใช้วัสดุที่มีความแข็งแรงทนทานเป็นพิเศษ และก้านพิมพ์อักษรควรมีความเที่ยงตรงและคล่องตัว เพื่อมิให้เวลาพิมพ์เกิดการติดขัดของก้านอักษร เป็นต้น
- 1.2 การปรับปรุงลักษณะหน้าที่เพื่อเพิ่มลักษณะประโยชน์ใช้สอยได้มากขึ้น มีแป้นตั้งย่อหน้า (tab) ใค้อัตโนมัติ มีระบบการเปลี่ยนหมึกพิมพ์ที่สะดวกและรวดเร็ว โดยไม่เปราะเปื้อนมือ เป็นต้น
- 1.3 การปรับปรุงในด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มีขนาดกระทัดรัด ใค้มาครฐานไม่สูง หรือมีขนาดใหญ่เกินไป มีรูปแบบและสีสรรที่สวยงาม ซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค หรือรูปแบบที่สามารถช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคได้ เป็นต้น

การปรับปรุงผลิตภัณฑ์อาจทำให้เกิดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ผลิตที่จะต้องพิจารณาประกอบควบคู่ไปกับการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด อย่างไรก็ตาม สำหรับบริษัทหรือผู้แทนจำหน่ายในประเทศไทย การสรรหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการของผู้บริโภค จะเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการแข่งขันด้านการตลาดของเครื่องพิมพ์คัด และขณะเดียวกันยังก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้บริโภค นอกจากการเสนอแนะข้อมูลแก่บริษัทผู้ผลิตในต่างประเทศ และการสรรหาผลิตภัณฑ์ที่มี

คุณภาพเข้ามาจำหน่ายแล้ว การให้บริการหลังการขายควรจัดให้มีเพียงพอ มีการตรวจสอบสภาพการให้บริการซ่อมแซมเมื่อเกิดการชำรุดเสียหาย หรือการให้บริการปรับปรุงแก้ไข เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของเครื่อง เช่น ทิศตั้งแป้นพิเศษสำหรับทั้งระยะ (tab) ตลอดจนรวมทั้งการมีอะไหล่ของแต่ละรุ่นเก็บสำรองไว้โดยครบถ้วน

2. ค่านราคา (price) ราคามีความสำคัญต่อผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายและผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ในค่านของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ราคาคงเหลือที่จะเป็นส่วนสำคัญของรายได้โดยตรงของกิจการ ในค่านของผู้บริโภค ราคาจะเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในการพิจารณาตัดสินใจซื้อ ดังเช่น ผลการสำรวจทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระดาษหิ้ว ปรากฏว่า ผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยค่านราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญมากปัจจัยหนึ่ง

การเปลี่ยนแปลงในค่านราคาคงเหลือ อาจไม่ก่อให้เกิดผลดีต่อกิจการเนื่องด้วยเหตุผล 2 ประการ คือ

- การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคส่วนใหญ่จะคำนึงถึงปัจจัยค่านคุณภาพมากกว่าปัจจัยค่านราคาคงเหลือ การเพิ่มขึ้นของราคาโดยมิได้มีการปรับปรุงคุณภาพของผลผลิตให้ดีขึ้น จะทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในค่านทัศนคติและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในที่สุด
- เครื่องพิมพ์ดีดเป็นผลผลิตที่มีความยืดหยุ่นค่อนข้างต่ำ (inelastic demand) และขณะเดียวกัน มีลักษณะของตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) ดังนั้น การลดราคาจึงส่งผลกระทบต่อปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

การรักษาระดับราคาจึงเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเครื่องพิมพ์ดีดเป็นผลผลิตที่จะต้องอาศัยการนำเข้าจากต่างประเทศ การเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ หรือการเปลี่ยนแปลงภาษีอากรนำเข้าของรัฐบาล จึงมีผลกระทบต่อราคาคงเหลือและกำไรของกิจการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ เพราะฉะนั้นเมื่อมีความจำเป็นที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงราคาคงเหลือที่จะต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงในทัศนคติของผู้บริโภค และผลกระทบจากคู่แข่งชั้นในตลาดเครื่องพิมพ์ดีดด้วย

3. ก้านการจักจำหน่าย (Place) ความคิดเห็นของผู้บริโภคส่วนใหญ่ เห็นว่าการจักจำหน่ายเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวยังไม่เพียงพอ และมีกปัญหาผลิตภัณฑ์ขาดตลาดอยู่เสมอ เพราะฉะนั้น จึงควรดำเนินการแก้ไขปัญหาค้านการจักจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ดังนี้คือ

3.1 ควรให้มีการติดตามผลการขายจากร้านค้าปลีก หรือตัวแทนจำหน่ายรายย่อยต่าง ๆ เพื่อให้ทราบปริมาณความต้องการของผู้บริโภค สำหรับใช้ในการวางแผนงานก้านการจักซื้อ และการควบคุมสินค้าคงคลังต่อไป

3.2 การปรับปรุงก้านการจักซื้อและการควบคุมสินค้าคงคลัง (Inventory Control) ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถทำการจักซื้อหรือนำเข้าเครื่องพิมพ์ดีดมาจำหน่ายในประเทศในปริมาณและเวลาที่เหมาะสม มีการเก็บสต็อกเพื่อให้มีสินค้าจำหน่ายอยู่ในตลาดได้โดยไม่ขาดแคลน และขณะเดียวกันมีต้นทุนในการสั่งซื้อและการเก็บรักษาสินค้าที่ค่อนข้างต่ำ

3.3 จักให้มีการจำหน่ายเครื่องพิมพ์ดีดในสถานที่ต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ร้านค้าปลีกที่จำหน่ายอุปกรณ์เครื่องเขียนทั่วไป ซึ่งเป็นสถานที่ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการจักจำหน่ายมากกว่าการจำหน่ายในร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า หรืออุปกรณ์สำนักงาน และเพื่อให้การจักจำหน่ายมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น บริเวณที่ควรจักวางจำหน่ายเป็นพิเศษ บริเวณสถานศึกษาต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ โรงเรียน สหกรณ์มหาวิทยาลัย รวมทั้งบริเวณโรงเรียนสอนพิมพ์ดีดต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นแหล่งตลาดผู้ซื้อและผู้ใช้ที่สำคัญ

นอกจากนี้ ควรมีการจักวางจำหน่าย หรืออาศัยตัวแทนขายรายย่อยให้มากขึ้น เพื่อช่วยให้การจักจำหน่ายสินค้าเป็นไปอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การขายบริเวณชานเมือง หรือต่างจังหวัด อย่างไรก็ตาม ควรที่จะมีการพิจารณาเลือกตัวแทนขายที่มีความสามารถเพียงพอในการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น มีฐานะการเงินที่มั่นคง สามารถให้ความช่วยเหลือแก่ร้านค้าปลีกเล็ก ๆ ได้ มีความเชี่ยวชาญหรือมีความรอบรู้ในทันทีขายนั้น ๆ อย่างเพียงพอ เป็นต้น

4. ค่านการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion) ส่วนใหญ่เป็นการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับร้านค้าหรือคนกลางต่าง ๆ มากกว่าผู้บริโภคโดยตรง ควบคู่กันนี้ผู้บริโภคจึงมิได้รับข่าวสาร หรือข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างเพียงพอสำหรับใช้ในการตัดสินใจ การตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทิวในแต่ละยี่ห้อของผู้บริโภค จึงมักทำการตัดสินใจซื้อด้วยตนเองหรืออาศัยคำแนะนำจากผู้อื่นเป็นสำคัญ ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงกิจกรรมค่านการส่งเสริมการจำหน่าย มีดังนี้

4.1 ควรเน้นการโฆษณา (Advertising) เพิ่มมากขึ้น เช่น การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร การจัดทำแคตตาล็อกให้ผู้บริโภคที่สนใจ โดยผ่านร้านค้าปลีก การลงโฆษณาบนปกหรือในปกสมุดเรียนต่าง ๆ ฯลฯ จุดประสงค์ที่สำคัญในการส่งเสริมการจำหน่ายให้กับผู้บริโภคนี้ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดความต้องการชั้นเลือกสรร (selective demand) สำหรับผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมาย โดยชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งชั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความแตกต่างในด้านคุณภาพหรือประโยชน์การใช้งาน ความคงทนถาวร รูปแบบของตัวอักษร และชื่อเสียงหรือตราที่ยี่ห้อ ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค รวมทั้งบริการต่าง ๆ ที่จะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

4.2 ควรเน้นการส่งเสริมการจำหน่ายให้กับผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น เช่น การแถมหมึกหรือผ้าพิมพ์ การแถมน้ำยาลบคำผิด หรือกระดาษสำหรับพิมพ์ การแถมคู่มือการฝึกหัดพิมพ์ คู่มือดูแลรักษาเครื่องพิมพ์ดีด เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงการเข้าร่วมหรือจัดนิทรรศการลดราคาผลิตภัณฑ์ประจำปีให้กับผู้บริโภคที่สนใจ

4.3 ควรให้ความรู้แก่พนักงานขายปลีก หรือตัวแทนขายรายย่อยต่าง ๆ เพื่อให้สามารถชี้แจงรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค รวมทั้งการจัดให้มีผลตอบแทนหรือสิ่งจูงใจพิเศษแก่พนักงานประจำร้าน หรือร้านค้าปลีกนั้น ๆ ตามความเหมาะสม เช่น การให้ส่วนลดพิเศษประจำปี การให้สิ่งของเป็นรางวัล การแถมแท็บเล็ตพิมพ์หรือผ้าพิมพ์ รวมทั้งการจัดส่งพนักงานขายเยี่ยมเยียนร้านค้าเป็นครั้งคราว เป็นต้น

4.4 ควรส่งเสริมการขายโดยใช้พนักงานขายให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งนอกเหนือจากการให้สิ่งจูงใจหรือผลตอบแทนแก่พนักงานขายในรูปของตัวเงินหรือค่านายหน้าแล้ว อาจดำเนินการให้สิ่งจูงใจในรูปแบบอื่น ๆ เช่น การจัดงานเลี้ยง

พบปะสังสรรค์ประจำปี การจัดการแข่งขันกีฬา และการแข่งขันในระหว่างปฏิบัติงาน การให้รางวัลพิเศษหรือโบนัสพิเศษประจำปีแก่พนักงานชายที่ปฏิบัติงานดีเด่นหรือสามารถทำยอดขายได้สูงสุด ตลอดจนการเลื่อนฐานะหรือเลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการกระตุ้นและส่งเสริมการจัดจำหน่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

เนื่องจากการดำเนินงานดังกล่าว จำเป็นต้องอาศัยค่าใช้จ่ายหรือก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นควรจะต้องพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นประกอบควบคู่ไปกับรายได้ที่จะได้รับเพิ่มขึ้นจากวิธีการส่งเสริมการจำหน่ายแต่ละวิธีเป็นสำคัญ

ข. ในค่านของผู้บริโภค การตัดสินใจซื้อหรือเลือกซื้อเครื่องพิมพ์ดีด ควรที่จะต้องพิจารณปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ คือ

1. วัตถุประสงค์ของการทำงาน เนื่องจากเครื่องพิมพ์ดีดในแต่ละประเภทมีคุณสมบัติข้อจำกัดแตกต่างกัน เช่น เครื่องพิมพ์ดีดแบบกระเป๋าทัวเหมาะสำหรับใช้งานเล็ก ๆ น้อย หรืองานทั่วไป เช่น การพิมพ์จดหมาย หรือรายงาน ฯลฯ เพราะมีความยาวแคบและจำนวนอักษรจำกัด และยังเหมาะสำหรับใช้ในการนำติดตัวไปใช้งานในที่ต่าง ๆ เครื่องพิมพ์ดีดแบบเครื่องมีแคร์ยาวหรือสามารถถอดสลับเปลี่ยนแคร์ได้ตามที่ต้องการ เพื่อใช้จัดพิมพ์ตารางหรืองานพิเศษ ระบบการเรียงอักษรมีความแตกต่างกัน จึงควรคำนึงถึงความถนัดของผู้ใช้ รูปแบบของอักษรบางชนิดเหมาะสำหรับใช้พิมพ์ลงบนกระดาษไข เพราะมีเส้นบางและมีความคมเพียงพอที่จะทำให้กระดาษไขเกิดรอยขาดได้ หรือแม้แต่เครื่องพิมพ์ดีดในรุ่นซึ่งมีรูปแบบเหมือนกัน บางเครื่องจะมีแป้นพิเศษสำหรับตั้งย่อหน้า หรือช่วงระยะพิมพ์ (Tab) ในขณะที่บางเครื่องไม่มี เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ จึงควรที่จะต้องศึกษาในรายละเอียดก่อนการตัดสินใจซื้อทุกครั้ง

2. กำลังซื้อ เครื่องพิมพ์ดีดมีอยู่หลายประเภท หลายรุ่น และหลายยี่ห้อ ซึ่งมีราคาให้เลือกต่าง ๆ กัน ซึ่งเป็นข้อจำกัดที่ผู้บริโภคจะต้องนำมาพิจารณาประกอบ

3. การมีบริการอย่างเพียงพอ เนื่องจากเครื่องพิมพ์ดีดเป็นผลิตภัณฑ์ที่จะต้องอาศัยการนำเข้ามาจากต่างประเทศ ในบางครั้งจึงทำให้ผู้บริโภคต้องประสบ

กับปัญหาในการให้บริการดูแล รักษาหรือซ่อมแซม เพราะบริษัทหรือผู้แทนจำหน่ายบางรายไม่มีความเชี่ยวชาญเพียงพอ หรือไม่เอาใจใส่อย่างครบถ้วน ค่ายเหล่านี้บริการที่จะได้รับหลังการซื้อจึงเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคควรพิจารณาประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อด้วย



ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย