



ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้วิธีการสำรวจ (Survey Method) เป็นหลักใหญ่ ข้อมูลที่ได้จึงเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงข้อเท็จจริงต่างๆ และเพื่อให้ได้ข้อมูลนี้เกิดประโยชน์ยิ่งขึ้น ผู้เขียนจึงนำประสบการณ์และการสังเกตประกอบกับภาวะตลาดในปัจจุบัน และหลักวิชาการตลาดมาประมวลกับข้อมูลปฐมภูมิตั้งกล่าว แล้วเขียนเป็นข้อเสนอแนะขึ้น แก่อ่างไรก็ตาม การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ก็เป็นเพียงผลงานทางด้านวิชาการ ดังนั้นการที่จะได้ผลทางด้านการปฏิบัติเพียงใดจึงขึ้นอยู่กับการนำไปประยุกต์ใช้กับการใช้เทคนิคหรือกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสม ข้อเสนอแนะมีดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์

บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปควรให้ความสนใจในค่านักวผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปให้มากกว่าที่เป็นอยู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในค่านักของขนาดเสื้อ ควรผลิตให้มีขนาดที่พอดีหรือเหมาะสมกับรูปร่างของคนทางค่านักเอเชีย และควรมีหลายขนาด เพราะจากข้อมูลในตารางที่ 13 ซึ่งแสดงถึงลักษณะเหตุผลในการไม่ซื้อเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปของผู้ตอบ จะเห็นได้ว่า เหตุผลของผู้ตอบที่ไม่ซื้อเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปที่ว่า "ขนาดไม่พอดีกับตัว" มีมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งซึ่งมีอยู่ถึง 35.58% และจากข้อมูลในตารางที่ 15 ซึ่งแสดงถึงลักษณะความคิดเห็นของผู้ตอบที่มีต่อเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในค่านักอื่นๆนั้น จะเห็นได้ว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบที่มีต่อเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในค่านักอื่นๆที่ว่า "ขนาดไม่พอดีกับตัวถ้าแก้ไขแล้วเสียรูป" มีมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งซึ่งมีถึง 36.94% ดังนั้นบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปจึงควรให้ความสนใจในค่านักขนาดของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปให้มากกว่าที่เป็นอยู่

นอกจากนี้บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปควรที่จะให้ความสนใจและให้ความสำคัญในค่านักการออกแบบของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในแต่ละรูปแบบให้มากขึ้น เพราะจากข้อมูลในตารางที่ 12 ซึ่งแสดงถึงองค์ประกอบในการพิจารณาคัดสินใจซื้อเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปของผู้ตอบนั้น จะเห็นได้ว่า องค์ประกอบในการพิจารณาคัดสินใจซื้อเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปที่สำคัญเป็นอันดับสองรองลงมาจากเนื้อผ้าก็คือ "รูปแบบ" ดังนั้นบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปจึงควรให้ความสำคัญในค่านักการออกแบบของเสื้อให้มาก และจากการศึกษาถึงการดำเนินงานของบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปแล้ว พบว่า มีอยู่เพียงไม่กี่บริษัท

ที่มีการจัดตั้งแผนกออกแบบ เพื่อทำการออกแบบเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปขึ้นโดยเฉพาะ และมีการออกแบบลายผ้าเพื่อให้เข้ากันกับรูปแบบที่ได้ออกแบบไปแล้ว ซึ่งเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปบางรูปแบบก็นำมาจากต่างประเทศแต่เป็นเพียงส่วนน้อย นอกนั้นทางแผนกออกแบบของบริษัทจะคิดรูปแบบขึ้นเอง แต่บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปส่วนมาก มักจะไม่ค่อยให้ความสนใจหรือให้ความสำคัญในงานค่านี้นเท่าที่ควร ดังนั้นผู้เขียนจึงมีความคิดเห็นว่า บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปควรให้ความสนใจในค่านการออกแบบของรูปแบบเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปให้มากกว่าที่เป็นอยู่ และไม่ควรที่จะทำการลอกเลียนรูปแบบของกันและกัน เพราะจะเป็นการไม่ทำให้เกิดการแข่งขันในตลาดสินค้านี้เท่าที่ควร ในค่านการตลาดนั้น ถ้าไม่มีการแข่งขันกันหรือมีการแข่งขันกันเป็นส่วนน้อยแล้ว ตลาดของสินค้านั้นก็จะไม่ขยายหรือกว้างขวางเท่าที่ควร

2. การกำหนดราคาของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป

จากการศึกษาถึงการดำเนินงานทางค่านการจำหน่ายของบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปแล้ว พบว่า จากเดิมที่ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปโดยทั่วไปจะทำการจำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปให้กับลูกค้า ซึ่งลูกค้าโดยส่วนมากเป็นร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าประเภทเสื้อผ้า สหกรณ์ ห้างสรรพสินค้า โดยในการขายจะให้ส่วนลดกับทางลูกค้าประมาณ 30% และทางลูกค้าก็ทำการขายให้กับผู้บริโภคโดยจะให้ส่วนลดกับผู้ซื้อหรือผู้บริโภคได้อีกประมาณ 10%-15% นั้น จะเห็นได้ว่าราคาขายของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปนี้สามารถที่จะมีการต่อรองราคากันได้ ซึ่งอาจจะเห็นสาเหตุทำให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในค่านที่ว่ามีคุณภาพค่อยลงได้ และเกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อผลิตภัณฑ์ได้ กรณีตัวอย่างเช่น ผู้ซื้อคนหนึ่งได้ทำการซื้อเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในรูปแบบหนึ่งจากร้านค้า โดยทางร้านค้าให้ส่วนลดแก่ผู้ซื้อคนนั้น 10% สมมุติว่าราคาขายของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปแบบนั้นราคา 200 บาท ดังนั้นผู้ซื้อคนนั้นสามารถซื้อได้ในราคา 180 บาท และต่อมาเพื่อนของผู้ซื้อคนนั้นได้ซื้อเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในรูปแบบเดียวกันซึ่งทางร้านค้าลดให้ 15% เพราะฉะนั้นเพื่อนของผู้ซื้อคนนั้นสามารถซื้อได้ในราคา 170 บาท จะเห็นได้ว่ามีความแตกต่างกันเกิดขึ้นในค่านราคา ซึ่งจะเป็นผลที่ไม่ดีต่อสินค้าเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปได้ ดังนั้นผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตจึงควรที่จะทำการกำหนดราคาขายปลีกที่แน่นอนของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในแต่ละรูปแบบว่าราคาเท่าใด ซึ่งจะเป็นการขจัดทัศนคติที่ไม่ดีของผู้ซื้อหรือผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ในค่านราคาลงได้ทางหนึ่ง

และจากตารางที่ 15น. ซึ่งแสดงถึงลักษณะข้อคิดเห็นของผู้ตอบที่มีต่อสื่อเช็ทส์สำเร็จรูปในร้านค้าที่จัดจำหน่ายนั้น จะเห็นว่าผู้ตอบที่ให้เหตุผลว่า "สื่อเช็ทส์สำเร็จรูปมักจะขายในห้างสรรพสินค้าทำให้มีราคาแพง" มีมากเป็นอันดับสองซึ่งมีอยู่ถึง 24.11% ซึ่งถ้าผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสื่อเช็ทส์สำเร็จรูปทำการกำหนดราคาขายปลีกที่แน่นอนของสื่อเช็ทส์สำเร็จรูปแล้ว จะเป็นการทำให้ข้อคิดเห็นของผู้ตอบที่ว่า "สื่อเช็ทส์สำเร็จรูปมักจะขายในห้างสรรพสินค้าทำให้มีราคาแพง" หดหายไป ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อสินค้าสื่อเช็ทส์สำเร็จรูปนี้ เพราะในปัจจุบันในการไปซื้อสินค้านั้น ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคส่วนมากมักจะไปซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าโดยเฉพาะสินค้าที่เป็นสื่อผ้าสำเร็จรูปซึ่งจะเห็นได้จากตารางที่ 8 ซึ่งแสดงถึงสถานที่ที่ผู้ตอบซื้อสื่อเช็ทส์สำเร็จรูป จะเห็นว่า มีผู้ตอบที่ตอบว่า "ซื้อสื่อเช็ทส์สำเร็จรูปที่ห้างสรรพสินค้ามีมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งมีถึง 60.08%

3. ในค่านของทางการจัดจำหน่าย

ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสื่อเช็ทส์สำเร็จรูปควรทำการเน้นในค่านของทางการจัดจำหน่าย โดยขายผ่านคนกลางที่เป็นร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าประเภทสื่อผ้าและสหรณ์ให้มากกว่าที่เป็นอยู่ เพราะจากการที่ผู้เขียนได้ทำการสำรวจตามร้านค้าที่จำหน่ายสื่อผ้าสำเร็จรูป และสหรณ์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทั่วไปแล้ว พบว่าในร้านค้าที่จำหน่ายสื่อผ้าสำเร็จรูป และสหรณ์ต่างๆ แม้ว่าจะมีสื่อเช็ทส์สำเร็จรูปไว้จำหน่ายก็ตาม แต่ยี่ห้อของสื่อเช็ทส์สำเร็จรูปที่มีจำหน่ายนั้นมีอยู่เพียงไม่กี่ยี่ห้อ และจากข้อมูลในตารางที่ 8 ซึ่งแสดงถึงสถานที่ที่ผู้ตอบซื้อสื่อเช็ทส์สำเร็จรูป จะเห็นได้ว่า ผู้ตอบที่ซื้อสื่อเช็ทส์สำเร็จรูปตามร้านค้าที่จำหน่ายสื่อผ้ามีอยู่เพียง 25.20% และซื้อที่สหรณ์มี 11.29% ซึ่งยังเป็นส่วนน้อยมาก ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสื่อเช็ทส์สำเร็จรูป จึงควรทำการเน้นการจำหน่ายในการขายผ่านคนกลางที่เป็นร้านค้าจำหน่ายสินค้าประเภทสื่อผ้าสำเร็จรูป และสหรณ์ให้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งจะเป็นการทำให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคมีความสะดวกสบายในการซื้อสื่อเช็ทส์สำเร็จรูปมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ โดยผู้ซื้อหรือผู้บริโภคต้องไปทำการซื้อถึงห้างสรรพสินค้า เพราะผู้ซื้อหรือผู้บริโภคอาจมีถิ่นที่อยู่อาศัยไกลจากห้างสรรพสินค้า ซึ่งถ้ามาซื้อที่ห้างสรรพสินค้าแล้วจะทำให้ต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาก เป็นการไม่สะดวกและเสียเวลาต่อผู้ซื้อหรือผู้บริโภค

4. คำแนะนำโฆษณา

จากการศึกษาถึงการดำเนินงานทางด้านการโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่าย เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป และจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคโดยการออกแบบสอบถามแล้ว มีข้อเสนอแนะดังนี้

- 4.1 การโฆษณาสินค้าเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปนั้นผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปควรเน้นถึงประโยชน์ข้อสำคัญของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปดังต่อไปนี้คือ
- ก. การได้สินค้ามาใช้ทันที อันเป็นการตอบสนองความพอใจของผู้บริโภคได้ในเวลาที่รวดเร็ว โดยการนำเทคนิคการโฆษณาเข้ามาใช้ให้ผู้ที่เห็นโฆษณาสินค้าเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปรู้ว่า เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปนี้สามารถที่จะลองสวมใส่ดูก่อนได้ ถ้าเกิดความพอใจก็สามารถซื้อเป็นเจ้าของได้ทันที และให้ผู้ที่เห็นโฆษณามีความรู้สึกว่า ตนเองจะมีความสุขและสมปรารถนาเมื่อได้สินค้าเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปที่ถูกใจมาใช้อย่างรวดเร็ว ซึ่งอาจทำการโฆษณาเป็นภาพโปสเตอร์ หรือทำเป็นภาพยนตร์โฆษณาสอดแทรกในภาพยนตร์โฆษณาเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปก็ได้
 - ข. ควรทำการโฆษณาเน้นในเรื่องของ เนื้อผ้าและลายผ้าด้วย การโฆษณาดังข้อนี้ก็เพื่อแสดงให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคได้ทราบว่า วัตถุประสงค์ซึ่งเป็นผ้าที่นำมาใช้ในการตัดเย็บเป็นเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปนั้น เป็นผ้าที่มีคุณภาพดี และจากข้อมูลในตารางที่ 15ง. ซึ่งแสดงถึงความคิดเห็นของผู้ตอบที่มีต่อเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในค่านเนื้อผ้าและลายผ้า จะเห็นได้ว่า ในผู้ตอบเพศชาย มีความคิดเห็นต่อเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในค่านเนื้อผ้าและลายผ้าว่า "สวยดี" มีมากเป็นอันดับสองซึ่งมี 15.52% และในผู้ตอบเพศหญิง มีความคิดเห็นว่าเป็น "เนื้อผ้าดี" และ "ลายผ้าสวย" มีมากเป็นอันดับสอง ซึ่งมี 14.53% เท่ากัน ดังนั้นผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปควรโฆษณาเน้นในเรื่องเนื้อผ้า ลายผ้าว่า วัตถุประสงค์ที่นำมาใช้นั้นเป็นผ้าที่มีคุณภาพดีและลายผ้าได้ถูกพิจารณาคัดเลือกเพื่อให้เข้ากับรูปแบบของเสื้อในแต่ละรูปแบบแล้ว ซึ่งการโฆษณาดังข้อนี้นั้นควรทำการโฆษณาลงในนิตยสารรายเดือนสำหรับผู้ชาย โดยอาจจะทำเป็นรูปภาพของการทำงานในแผนกออกแบบแล้วเขียนคำอธิบายไว้ใต้ภาพ เพื่อเป็นการประหยัด

- ค. สินค้าเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปมีการตัดเย็บที่ปราณีตเรียบร้อยเหมือนกับเสื้อเชิ้ตที่สั่งตัดตามร้านตัดเสื้อผ้าทั่วไป การที่จะโฆษณาถึงข้อนี้ก็โดยการนำเทคนิคการโฆษณาเข้ามาใช้ให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคได้เห็นถึงขั้นตอนการผลิตและกรรมวิธีการผลิตเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปที่มีประสิทธิภาพ และมีการตรวจสอบความเรียบร้อยของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปก่อนที่จะทำการบรรจุหีบห่อ เพื่อแสดงให้ผู้ที่ไม่เห็นโฆษณาแล้วเกิดความมั่นใจในสินค้าเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี มีการตัดเย็บที่ปราณีตเรียบร้อย ซึ่งการโฆษณานี้ควรที่จะทำเป็นภาพยนตร์โฆษณา และทำการโฆษณาผ่านสื่อการโฆษณาที่เป็นโทรทัศน์และโรงภาพยนตร์ แต่ควรเน้นทางคำนำโทรทัศน์มากกว่าเพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณา
- ง. สินค้าเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปมีระดับราคาที่ใกล้เคียงกับเสื้อเชิ้ตที่สั่งตัดตามร้านตัดเสื้อผ้าทั่วไปเมื่อเปรียบเทียบกับเนื้อผ้าชนิดเดียวกัน แต่การที่จะโฆษณาดังข้อนี้ได้ ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปจำเป็นต้องปรับปรุงราคาของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปให้ถูกลงกว่าในปัจจุบันเสียก่อน และควรที่จะผลิตเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในระดับราคา 101-200 บาท และ - 201-300 บาทให้มาก เพราะจากข้อมูลในตารางที่ 7 ซึ่งแสดงถึงระดับราคาของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปที่ผู้ตอบข้อ จะเห็นว่า ระดับราคาของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปที่ผู้ตอบข้อมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งคือระดับราคา - 101-200 บาทมี 51.58% และอันดับสองคือระดับราคา 201-300 บาท และในจำนวนผู้ตอบทุกเพศ ระดับอายุ และทุกระดับรายได้ก็ค่อนข้างกัน ดังนั้นผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปจึงควรปรับปรุงราคาให้ถูกลงและผลิตเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในระดับราคาดังกล่าวให้มากกว่าที่เป็นอยู่ และทำการโฆษณาเน้นว่าเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปมีระดับราคาที่ใกล้เคียงกับเสื้อเชิ้ตที่สั่งตัดตามร้านตัดเสื้อผ้าทั่วไปเมื่อเปรียบเทียบกับเนื้อผ้าชนิดเดียวกัน

4.2 การโฆษณาทางสิ่งตีพิมพ์ ควรเพิ่มการโฆษณาโดยการพิมพ์เป็นเอกสารไว้สอดใส่ในเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปทุกตัวที่วางขาย ซึ่งในเอกสารนั้นจะมีรูปภาพและข้อความที่แนะนำเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในรูปแบบอื่นๆไว้ด้วย การโฆษณาแบบนี้จะเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาได้มาก

5. การใช้พนักงานประจำหน้าร้านหรือหน้าเคาเตอร์

การใช้พนักงานขายประจำเคาเตอร์ มีข้อดีที่สามารถเจรจาหว่านล้อมและสังเกตพฤติกรรมของผู้ซื้อที่กำลังคิดต่ออยู่ได้เป็นรายๆไป แต่ก็มีข้อเสียที่สำคัญประการหนึ่งคือ ความเชื่อถือในตัวผู้ขายหรือความเชื่อถือในตัวสินค้าเสีย เชื่อกว่าสำเร็จรูปก็จะมีมากน้อยเพียงใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะบุคลิกของผู้ขายเป็นสำคัญ และโดยที่พนักงานขายประจำเคาเตอร์เป็นพนักงานของบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายโดยตรง ผู้ซื้อย่อมอาจจะเกิดความสงสัย และไม่ไว้วางใจในประโยชน์ที่ตนจะได้จากสินค้าเสีย เชื่อกว่าสำเร็จรูปนั้นว่ามีมากน้อยเพียงใด นอกจากนี้ - ความแตกต่างในบุคลิกและความสามารถของพนักงานขายแต่ละคนยังเป็นปัญหาที่ทำให้ธุรกิจไม่สามารถคาดการณ์ผลการกระทำของเขาได้ แต่อย่างไรก็ตามผู้เชี่ยวชาญก็ยังคงมีความคิดว่าการใช้พนักงานขายประจำเคาเตอร์ในการขายสินค้าสำเร็จรูปนี้เป็นสิ่งที่เหมาะสม เพราะในการซื้อสินค้าสำเร็จรูปนี้ การมีผู้ชักชวน แนะนำสินค้าให้ซื้อ นับเป็นสาเหตุที่สำคัญข้อหนึ่งที่ทำให้ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อสินค้าสำเร็จรูป ดังนั้นจึงควรหาทางขจัดผลเสียของการใช้พนักงานขายออกไป ชั้นแรกคือ การกำหนดคุณสมบัติที่ต้องการของพนักงานขายประจำเคาเตอร์ไว้อย่างแน่นอน และเหมาะสมกับสินค้าสำเร็จรูป เช่น กำหนดบุคลิก เพศ การแต่งกาย และวิธีการพูด เป็นต้น และคัดเลือกพนักงานขายให้มีคุณสมบัติตามที่กำหนด ชั้นต่อมาคือ กำหนดหน้าที่ของพนักงานขายไว้ให้ชัดเจนและเหมาะสม เพื่อให้พนักงานผู้ขอบเขตหน้าที่ของตนจะได้ปฏิบัติงานได้อย่างครบถ้วน ข้อสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ การจัดการด้านการอบรมพนักงานขายให้เข้าใจถึงหลักและวิธีจริงใจ โดยพิจารณาให้เหมาะสมกับลักษณะความต้องการของผู้ซื้อหรือผู้บริโภค หลักที่สำคัญคือ พยายามทำให้ผู้ซื้อเกิดความเชื่อถือ - เพราะสิ่งที่กล่าวมาแล้วว่าผู้ซื้อหรือผู้บริโภคส่วนมากจะมีทัศนคติและความเชื่ออยู่ว่า พนักงานขายเป็นคนพูดเก่งบางครั้งเชื่อถือไม่ได้ เนื่องจากพนักงานขายจะมีเป้าหมายอยู่ที่การขาย และผลตอบแทนที่จะได้รับจากการขายนั้น การชักชวนแนะนำใดๆจึงมุ่งเพื่อเป้าหมายดังกล่าว มิได้คำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ซื้อหรือผู้บริโภคเท่าใดนัก

6. การตั้งโชว์สินค้าภายในร้าน และการจัดตู้โชว์สินค้า

จากการศึกษาถึงการดำเนินงานในร้านนี้ของบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าสำเร็จรูปแล้ว บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายควรทำการปรับปรุงการตั้งโชว์สินค้าสำเร็จรูปภายในร้าน และทำการจัดตู้โชว์สินค้าหน้าร้านให้ดูสะดุดตาน่าสนใจยิ่งขึ้น โดยใช้เทคนิคการตกแต่งให้ดูน่าเข้าชมและโฆษณาชักชวน และเมื่อจัดตู้โชว์สินค้าแล้วก็ควรมีการเปลี่ยนแปลง

หรือทดแทนตู้โชว์ใหม่ด้วย อาจทำการเปลี่ยนการตกแต่งตู้โชว์ใหม่ทุกๆ 3 เดือนหรือปีละ 4 ครั้ง ทุกๆ 4 เดือนหรือปีละ 3 ครั้ง ทุกๆ 6 เดือนหรือปีละ 2 ครั้ง เพื่อที่จะทำให้นักท่องเที่ยวยิ่งขึ้นเพราะเป็นการแปลกไปกว่าเดิม เกี่ยวกับตัวหุ่นที่ใช้สำหรับสวมใส่เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปที่ตั้งโชว์นั้น ควรใช้หุ่นที่มีใบหน้ายิ้มแย้ม และเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปที่ใช้สวมใส่กับตัวหุ่นก็ควรมีขนาดที่พอดีและเหมาะสมกับตัวหุ่นด้วย ข้อสำคัญเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปที่ตั้งแสดงไว้ควรมีราคาของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในแต่ละรูปแบบติดไว้ด้วย เพื่อให้ผู้ชมได้มีโอกาสสนสินค้าเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปและทำการพิจารณาซื้อไปพร้อมๆ กันได้

7. การจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับสินค้าเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป

จากข้อมูลในตารางที่ 1 ซึ่งแสดงถึงการมีและไม่มีเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปของผู้ตอบ จะเห็นว่า ผู้ตอบที่ไม่มีเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปยังมีอยู่เป็นจำนวนไม่น้อยซึ่งมีอยู่ถึง 22.60% ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปควรร่วมมือกัน เพื่อทำการจัดงานแสดงสินค้าเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปโดยเฉพาะขึ้น และในการจัดงานแสดงสินค้าดังกล่าวควรมีการลดราคาขายของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในแต่ละยี่ห้อด้วย เพื่อเป็นการชักชวนผู้บริโภคให้ไปเที่ยวงาน การจัดงานแสดงสินค้าดังกล่าวนี้เป็นวิธีหนึ่งที่สามารถจะชักชวนให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคโดยทั่วไปหันมาให้ความนิยมและใช้ผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปกันมากขึ้นได้

8. การใช้เครื่องมือทางการตลาดในตลาดผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป

จากการศึกษาถึงการดำเนินงานด้านการตลาดของบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานครแล้ว พบว่ามีอยู่เพียงไม่กี่บริษัทเท่านั้นที่นำเอาเครื่องมือทางการตลาดทั้งหมดมาใช้ในการดำเนินงานในตลาดผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป ซึ่งจะได้เห็นได้จากกรณีที่บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปบางบริษัทมิได้ทำการโฆษณาเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปยี่ห้อของตนเองเลย และมีอยู่หลายบริษัทที่ให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ยีนส์ ผลิตภัณฑ์เสื้อยืค มากกว่าผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป และบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปส่วนมากจะมีเจ้าของเป็นชาวจีน ซึ่งไม่ค่อยให้ความสนใจในการนำเอาเครื่องมือทางการตลาดมาใช้ในการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์นี้เท่าใดนัก จึงมีส่วนทำให้ตลาดของผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปภายในประเทศไม่กว้างขวางเท่าที่ควร ดังนั้นผู้เขียนจึงมีความคิดเห็นว่า บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปทั่วไปนั้น ควรที่จะนำ

เอาเครื่องมือทางการตลาดมาใช้ในการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์สื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้มากกว่า
ที่เป็นอยู่ และควรที่จะหันมาให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์สื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้มากกว่าที่เป็นอยู่
เดิมด้วย ซึ่งจะมีส่วนทำให้ตลาดของผลิตภัณฑ์สื่ออิเล็กทรอนิกส์ภายในประเทศกว้างขวาง
มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่เดิม.



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย