



การดำเนินงานด้านการตลาด

พื้นฐานขององค์การใดๆก็ตามจะต้องประกอบขึ้นด้วย การบริหาร กำลังคน วัตถุดิบ เงินทุนและเครื่องจักร หรือที่เรียกว่า Five's-Basic ซึ่งมี Management Manpower Materials Money and Machinery นั้นเอง

หน้าที่หรืองานของผู้บริหารก็คือ การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดทั้งที่เป็น วัตถุดิบ การเงิน เครื่องจักรและอุปกรณ์ กำลังคนและด้านเทคโนโลยี ในแนวทางที่จะทำให้เป้าหมายขององค์การหรือกิจการประสบผลสำเร็จ

จากการศึกษาถึงการผลิต และการดำเนินงานทางด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป สามารถกล่าวได้ว่า ทุกบริษัทที่มีการผลิตเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปเพื่อจำหน่ายนั้น จะไม่ทำการผลิตและจำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปเพียงอย่างเดียว แต่จะทำการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อื่นๆในสายผลิตภัณฑ์เดียวกันด้วย เช่น เสื้อยืด เสื้อถัก เสื้อกีฬา ถุงเท้า กางเกงและเสื้อยีนส์ ฯลฯ เป็นต้น และบริษัทแต่ละบริษัทที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปและผลิตภัณฑ์อื่นๆในสายผลิตภัณฑ์เดียวกันนี้ จะมีผลิตภัณฑ์หลักที่แตกต่างกันออกไป เช่น ห้างหุ้นส่วน ภารา จำกัด ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปยี่ห้อ ยี.คิว. นั้น มีสินค้าหลัก คือ เสื้อยีนส์ กางเกงยีนส์ และเสื้อยืด บริษัท ฮาร่าไทยแลนด์ จำกัดซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปยี่ห้อ ฮาร่า ก็เช่นกันมีสินค้าหลักคือ เสื้อยีนส์ กางเกงยีนส์ เสื้อยืด และอีกหลายยี่ห้อที่มีสินค้าหลักเป็นผลิตภัณฑ์ยีนส์ เช่น ยี่ห้อ ลี แรงเลอร์ เป็นต้นและบางบริษัทที่มีสินค้าหลักเป็น เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป ห้างหุ้นส่วน ปริชญ์ จำกัด (เป็นบริษัทในเครือของบริษัท เซ็นทรัล จำกัด) ซึ่งเป็นผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปยี่ห้อ แมนฮัทตัน ห้างหุ้นส่วน สหทวีกิจกรุงเทพ จำกัด เป็นผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปยี่ห้อ แวนสัน เป็นต้น ซึ่งบริษัทจำกัดหรือห้างหุ้นส่วนจำกัดที่กล่าวนี้มีสินค้าหลักเป็น เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป

จากการที่บริษัทหรือตัวแทนจำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปยี่ห้อต่างๆมีสินค้าหลักที่แตกต่างกันนี้ เป็นส่วนหนึ่งที่มีผลทำให้การดำเนินงานทางด้านการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปแตกต่างกันไปด้วย

ก่อนที่จะกล่าวถึงการดำเนินงานทางด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป นั้น จะขอกล่าวถึงอุตสาหกรรมของเสื้อผ้าสำเร็จรูปก่อน ซึ่งเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปนี้ถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปเช่นกัน

อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะคือ

1. อุตสาหกรรมขนาดใหญ่
2. อุตสาหกรรมขนาดย่อม
3. อุตสาหกรรมแบบครอบครัว

004789

อุตสาหกรรมขนาดใหญ่มักจะมีการร่วมลงทุนกับชาวต่างประเทศ ซึ่งต้องใช้ทุนมาก ในด้านการบริหารงาน จะมีระบบการจัดหน่วยงานออกเป็นรูปต่างๆตามโครงการบริหารของโรงงานอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป การแบ่งระบบงานทำให้เกิดการแบ่งงานกันทำ ซึ่งมีผลทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานมีผลดีขึ้นและส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตเพื่อส่งออกไปจำหน่าย สำหรับในประเทศไทยตัวอย่างบริษัทที่จัดได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ อาทิ เช่น บริษัท ไทยการ์เมนท์เอ็กซ์พอร์ต จำกัด บริษัท ไทยเอโร จำกัด บริษัท เจริญไทยอินดัสเทรียล จำกัด

ส่วนโรงงานอุตสาหกรรมผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดย่อมนั้นจะมีลักษณะคล้ายกับโรงงานอุตสาหกรรมผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปแบบครอบครัว กล่าวคือจะมีลักษณะของการบริหารงานในรูปแบบครอบครัวเช่นกัน แต่โรงงานอุตสาหกรรมผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดย่อมนี้มีลักษณะการบริหารงานแบบครอบครัวที่ใหญ่กว่า ลักษณะการบริหารงานในรูปแบบครอบครัวนั้นคือ เจ้าของกิจการ จะเป็นผู้จัดการดูแลกิจการงานเองเกือบทุกอย่าง นับตั้งแต่การสั่งซื้อวัตถุดิบ การวางแผนงาน การติดต่อกับลูกค้า การรับใบสั่งซื้อ ส่วนภรรยาของเจ้าของกิจการหรือญาติพี่น้องของเจ้าของกิจการ จะทำหน้าที่ช่วยบริหารงานในด้านอื่นๆควบคู่กันไปด้วย เช่น ช่วยควบคุมดูแลการผลิต คำนวณงาน อื่นๆในสำนักงาน นอกจากนี้จากว่าจะเป็นงานที่ทำไม่ได้จริงๆ หรือไม่มีบุคคลในครอบครัวเพียงพอที่จะช่วย จึงจะทำการว่าจ้างบุคคลภายนอกเข้าไปช่วยบริหารกิจการ ตัวอย่างบริษัทลักษณะนี้เช่น บริษัท รามาคารีเมนท์ จำกัด บริษัท ดี.ซี.การ์เมนท์ จำกัด

ผลดีสำหรับการบริหารแบบครอบครัวนี้อยู่ที่การเสียค่าใช้จ่ายน้อย ต้นทุนการผลิตต่างๆจะต่ำ เพราะเจ้าของกิจการดูแลควบคุมการดำเนินงานต่างๆอย่างใกล้ชิดด้วยตนเอง

ทำให้ความสิ้นเปลืองและความสูญเปล่าที่จะเกิดขึ้นมีน้อยลง ทำให้ผลกำไรที่ได้รับมีเพิ่มขึ้น และโดยส่วนใหญ่แล้วเจ้าของกิจการมักจะกันเนื้อที่ส่วนใดส่วนหนึ่งภายในโรงงานไว้เป็นที่อยู่อาศัยของคนด้วย

ด้านผลเสียของการบริหารแบบครอบครัว ก็คือ ระบบงานไม่ค่อยเป็นระเบียบ มักจะไม่ค่อยมีการตั้งเป้าหมายการผลิตและการจำหน่าย จะทำการผลิตตามความต้องการของตลาดเท่านั้น จึงไม่มีความกระตือรือร้นเพื่อจะต้องให้บรรลุเป้าหมาย ไม่มีการจัดทำสถิติการจำหน่ายหรือการผลิตไว้อย่างสมบูรณ์แบบ ไม่มีผู้รับผิดชอบโดยตรงในหน้าที่หนึ่งหน้าที่ใดโดยเฉพาะเพราะต้องทำงานกันคนละหลายๆหน้าที่ จึงมีส่วนทำให้การดำเนินงานไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปนี้ โดยส่วนใหญ่แล้วเจ้าของกิจการมักจะเป็นชาวจีน ระบบการบริหารงานส่วนใหญ่จึงยังคิดระบบเก่าอยู่มากคือ บริหารงานกันแบบครอบครัว เว้นแต่ว่าเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ จึงจะนำระบบการบริหารงานแบบตะวันตกมาใช้กัน

การดำเนินงานด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป

ด้านผลิตภัณฑ์ (PRODUCT)

การดำเนินงานทางด้านผลิตภัณฑ์ที่บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปใช้นั้น ได้แก่ การผลิตเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปที่มีคุณภาพดี ซึ่งจะคงใช้วัตถุดิบคือ ผ้าที่มีคุณภาพดี รวมถึงกรรมวิธีการผลิตที่มีประสิทธิภาพด้วย การดำเนินงานทางด้านผลิตภัณฑ์นี้ โดยทั่วไปบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปจะพยายามเน้นทางด้าน ปกเสื้อ ลวดลายของเนื้อผ้า รูปแบบ และสี เป็นสำคัญ

ในค่านปกเสื้อนั้น บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายถือเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เพราะในเรื่องของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปนี้จุดหนึ่งที่จะละเลยเสียมิได้คือ เรื่องของปกเสื้อ เพราะปกเสื้อจะเป็นจุดเด่นที่สุด ซึ่งถ้าแบบของปกเสื้อเข้าไค้ก็กับตัวเสื้อแล้ว จะทำให้การแต่งกายของผู้สวมใส่ดูดีขึ้น สามารถกล่าวได้ว่าเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปที่มีขายอยู่ตามท้องตลาดในปัจจุบันทุกยี่ห้อ จะพยายามเน้นที่แบบของปกเสื้อเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ซึ่งในบางยี่ห้อจะมีแบบของปกเสื้อมากกว่า 10 แบบขึ้นไป เช่นแบบของปกเสื้อยี่ห้อ แอร์โรว์นั้นมีอยู่ด้วยกันหลายแบบ เช่นปกเสื้อแบบ Collar-pin Button-down Cambridge Scott T-Glen Radnor Milano Bard Burma Dover Parr Tarino เป็นต้น (แบบของ

ปกเสื้อคูในภาคผนวก) หรือเช่นแบบปกของเสื้อยี่ห้อ แมนฮัตตัน ก็มีอยู่ด้วยกันหลายแบบแต่น้อยกว่าของยี่ห้อ แอร์โรว์ เช่นปกเสื้อแบบ Carter Cambridge Claridge Cartel เป็นต้น (แบบของปกเสื้อคูในภาคผนวก) และไม่เพียงแต่จะเน้นที่แบบของปกเสื้อเท่านั้น แต่ยังเน้นถึงกรรมวิธีการผลิตปกเสื้อให้มีความคงทนไม่ยับง่ายหรือหักงอเมื่อทำการซักด้วย

ด้านรูปแบบ เนื้อผ้าและลายผ้า บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายถือเป็นส่วนที่สำคัญรองลงมาจากแบบของปก การดำเนินงานทางด้านนี้บางบริษัทจะทำการตั้งแผนกออกแบบเพื่อทำการออกแบบเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปโดยเฉพาะ ในการออกแบบนี้จะรวมถึงการออกแบบปกเสื้อ แบบของแขนเสื้อ แบบของชายเสื้อ แบบของขอบแขนเสื้อ ขนาดของลำตัว แบบของกระเป๋่า ชนิดของกระดุม รวมถึงการเย็บคิ้วว่าจะเย็บแบบเดินค้ำยเส้นเดี่ยวหรือค้ำยเส้นคู่ การทำงานของแผนกออกแบบนี้จะเป็นงานเกี่ยวกับการใช้ความคิดสร้างสรรค์มาก เมื่อได้ทำการออกแบบลายผ้า เนื้อผ้าและรูปแบบของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในแต่ละรุ่นแล้ว แผนกออกแบบจะทำการจัดส่งลายผ้าซึ่งจัดทำเป็นตัวอย่างส่งให้แก่โรงงานทอผ้าเพื่อทำการทอผ้าตามลายผ้าดังกล่าวที่คิดค้นขึ้น และผ้าที่ส่งผลิตนี้จะผลิตในจำนวนจำกัด และใช้สำหรับตัดเป็นเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปตามรูปแบบแต่ละรูปแบบที่คิดค้นมาเท่านั้น โดยก่อนที่จะสั่งให้โรงงานผลิตผ้าทำนั้น แผนกออกแบบจะทำการปรึกษากับฝ่ายการตลาดและฝ่ายโรงงานว่า เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปตามรูปแบบนี้จะผลิตออกเป็นเสื้อแขนยาวและแขนสั้นเป็นจำนวนเท่าใด และจะต้องใช้ผ้าในปริมาณเท่าใด เมื่อได้คำนวณถึงปริมาณของผ้าที่ต้องการใช้แล้วจึงสั่งโรงงานทอผ้าให้ทอผ้าตามเนื้อผ้าและลายผ้าที่กำหนดไว้ในปริมาณที่คิดไว้ ในการสั่งโรงงานทอผ้าให้ผลิตผ้าทำนั้น ถ้าในกรณีที่โรงงานทอผ้าทำนั้นไม่ใช่เป็นของบริษัทผู้ผลิตเอง กล่าวคือไปทำการว่าจ้างให้โรงงานทอผ้าอื่นทำการผลิตให้ ก็จะมีการทำสัญญากันว่า จะต้องผลิตผ้าทำนั้นในปริมาณที่สั่งเท่านั้น และจะต้องไม่ผลิตขายผ้าทำนั้นออกจำหน่ายสู่ท้องตลาดเลย แต่ถ้าหากว่าโรงงานทอผ้าดังกล่าวทำการผลิตผ้าทำนั้นออกจำหน่ายสู่ท้องตลาด บริษัทผู้ผลิตก็จะไม่นำเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในรูปแบบนี้ออกจำหน่ายสู่ท้องตลาดเลย จะทำการแก้ไขโดยจำหน่ายให้แก่พนักงานในบริษัทเอง แต่ปรากฏว่ายังไม่เคยมีเหตุการณ์เช่นว่านี้เกิดขึ้นเลย ซึ่งการออกแบบผลิตภัณฑ์นี้เป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยสร้างชื่อเสียงให้กับผลิตภัณฑ์ได้

ในคำสนธิของผ้าทำนั้น บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายทราบว่า สีเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วย

ให้ผู้ซื้อหรือผู้บริหารโคกตกลงใจว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งแผนกออกแบบก็จะพยายามทำการเลือกสีต่างๆที่เหมาะสมเข้ากันได้ก็กับรูปแบบของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปตามรูปแบบและลายผ้าของรูปแบบนั้นด้วย

ค่านตรายี่ห้อ โดยส่วนใหญ่แล้ว ตราขายี่ห้อของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปที่เป็นที่นิยมและมีจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด มักจะเป็นยี่ห้อที่ได้ลิขสิทธิ์มาจากบริษัทต่างประเทศและเป็นตราขายี่ห้อที่ใช้ในผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ยีนส์ ตราขายี่ห้อคิงกลาว เช่น แอร์โรว์ แมนฮัตตัน ดีแรงเลอร์ โกลเด็นวี ยี.คิว. เป็นต้น

ค่านหีบห่อ (Packaging) การดำเนินงานค่านนี้ โดยทั่วไปบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายจะใช้วิธีการหีบห่อเช่นเดียวกัน คือ จะใช้กระดาษแข็งสีขาวรองไว้ตรงส่วนหลังของตัวเสื้อแล้วพับแขนสองข้างกับลำตัวทั้งสองด้านเข้าหากันแล้วบรรจุลงในถุงพลาสติกซึ่งจะมีตราขายี่ห้อติดอยู่ โดยในการบรรจุจะวางส่วนหน้าของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปไว้ค่านหน้า แล้วทำการบรรจุลงกล่องกระดาษแข็งเป็นจำนวน 1/2 โหล หรือ 1 โหล

ค่านราคา (PRICE)

การดำเนินงานในค่านราคานี้ โดยทั่วไปบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปจะมีการประสานงานกันระหว่างฝ่ายโรงงานกับฝ่ายการตลาด กล่าวคือ เมื่อได้ทำการออกแบบของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในแต่ละรูปแบบและได้ส่งให้ทางค่านโรงงานทำการผลิตแล้วผู้จัดการค่านการตลาดจะทำการปรึกษากับผู้จัดการโรงงานในการค่านราคาของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในแต่ละรูปแบบ โดยจะคำนึงถึงต้นทุนการผลิตและระดับราคาที่ยุบวิโคกจะยอมรับเป็นสำคัญ

ในค่านต้นทุนการผลิตนั้นจำแนกออกได้เป็น

- ก. ต้นทุนคงที่
- ข. ต้นทุนผันแปร

ต้นทุนคงที่ได้แก่ต้นทุนที่ไคลงไปในประเภทที่ดิน อาคาร ค่าก่อสร้าง เครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในการผลิต ซึ่งนับไคว่าอุตสาหกรรมค่านนี้เป็นอุตสาหกรรมที่ไคองใช้เงินลงทุนสูง โดยเฉพาะ¹ เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตประมาณ 75%-80% สั่งซื้อมาจาก

¹ ฝ่ายวิจัยสินค้าอุตสาหกรรม (วส./วอ.2) กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ รายงานผลการศึกษาริวิจัยอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป ก.ย.2522หน้า5

ประเทศญี่ปุ่น นอกจากนั้นเครื่องจักรเจาะรั้งคุม เครื่องทึกกระคุม เครื่องเข้าปก สิ่งซ้อมาจากยุโรป และเครื่องจักเห่านี้สร้างขึ้นมาเพื่ออุตสาหกรรมค่านนี้โดยเฉพาะซึ่งไม่สามารถกั้ดแปลงเพื่อผลิตสินค้าอื่นได้

สำหรับต้นทุนผันแปรนั้น ได้แก่ ราคาวัตถุดิบซึ่งเป็นผ้า ซึ่งผ้าบางชนิดสั่งมาจากต่างประเทศซึ่งมีราคาสูง แต่ในปัจจุบันผ้าสามารถผลิตในประเทศได้ในปริมาณมาก ต้นทุนประเภทนี้จึงลดลง แต่เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2523 ที่ผ่านมา รัฐบาลได้ทำการประกาศขึ้นราคาน้ำมัน ซึ่งมีผลทำให้ราคาที่ยผลิตได้ในประเทศมีราคาสูงชันกว่าเดิม ต้นทุนผันแปรที่มีส่วนสำคัญอีกอันหนึ่งได้แก่ค่าจ้างแรงงานซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในระยะเวลา 3-4ปีที่ผ่านมา และคาดว่าจะมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นอีกในระยะเวลาอันใกล้นี้ สาเหตุที่สำคัญก็เนื่องมาจากราคาของน้ำมันสูงขึ้น

ในการตั้งราคาเสื้อผ้าสำเร็จรูปนั้นทางบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายจะตั้งราคาตามรูปแบบแต่ละรูปแบบของเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งโดยส่วนมากจะมีหลายระดับราคาตามเนื้อผ้าและลายผ้าของแต่ละรูปแบบ เช่นราคาตั้งแต่ 150 - 400 บาท ราคาตั้งแต่ 50 - 200บาท เป็นต้น ในการตั้งราคาหลายระดับราคานี้ก็เพื่อครอบคลุมผู้ซ้อหรือผู้บริโภคที่มีรายได้ในระดับต่างๆให้ได้มากที่สุดนั่นเอง กล่าวคือ เพื่อเป็นการทำให้ผู้บริโภคที่มีรายได้ในระดับต่างๆสามารถมีอำนาจการซ้อ (Purchasing Power) ในสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปได้

ส่วนในเรื่องราคาที่บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายให้แก่ลูกค้า ซึ่งลูกค้าส่วนมาจะเป็นร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าประเภทเสื้อผ้า สหกรณ์ ห้างสรรพสินค้านั้น บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายโดยทั่วไปจะขายในราคาที่ให้ส่วนลดแก่ลูกค้า โดยส่วนใหญ่แล้วจะให้ส่วนลดแก่ลูกค้าประมาณ 30% ซึ่งทำให้ลูกค้าสามารถที่จะให้ส่วนลดแก่ผู้ซ้อหรือผู้บริโภคได้อีกประมาณ 10% - 15%

การส่งเสริมการขาย (PROMOTION)

การส่งเสริมการขายเป็นวิธีการที่จะช่วยให้สินค้าสามารถขายได้ง่ายขึ้นและขายได้จำนวนมากขึ้น บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยส่วนใหญ่จะใช้วิธีการส่งเสริมการขายโดยการโฆษณา ซึ่งการโฆษณานั้นนับว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการช่วยส่งเสริมให้สินค้าได้มีโอกาสประกาศตัวเองแก่ผู้บริโภค โดยที่การโฆษณาเปรียบเสมือนการสื่อสารระหว่างผู้ผลิตกับตัวแทนจำหน่าย และตัวแทนจำหน่ายกับผู้บริโภค และผู้บริโภคต่อสินค้า

ในการแข่งขันระหว่างสินค้าของบริษัทหนึ่งกับอีกหลายบริษัทส่วนใหญ่จะใช้การโฆษณาเป็นหลัก แต่วิธีการใช้และการเลือกสื่อกลางในการโฆษณาอาจจะแตกต่างกันไปตามกำลังเงินและฐานะของแต่ละบริษัท โดยส่วนใหญ่จะเลือกใช้การโฆษณาทางโทรทัศน์ เพราะเป็นสื่อกลางที่สามารถทำให้ผู้บริโภคสามารถเห็นได้ทั้งภาพและเสียง ทำให้เกิดความรู้สึกว่าอยู่ใกล้ชิดกับสินค้า กล่าวโดยสรุปแล้วสาเหตุที่ใช้เลือกการโฆษณาทางโทรทัศน์เพราะ

- ก. ทำให้เห็นภาพพจน์ของตัวสินค้า
- ข. ทำให้เห็นและไต่ถามคำบรรยายที่เกิดการจูงใจในเวลาเดียวกัน
- ค. ทำให้ผู้มีชีวิตชีวาเหมือนกับของจริง เพราะในปัจจุบันมีโทรทัศน์สีจำหน่ายบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสื่ออิเล็กทรอนิกส์รูปที่ใช้ในการโฆษณาทางโทรทัศน์นั้น มีอยู่เพียงไม่กี่บริษัท เช่น บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสื่ออิเล็กทรอนิกส์รูปยี่ห้อ แอร์โรว์ แมนฮัตตัน เทลส์ ซีมาสเตอร์ เป็นต้น ซึ่งทั้งนี้คงจะเนื่องมาจากการโฆษณาทางโทรทัศน์จะต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง ส่วนบริษัทที่โฆษณาผ่านทางโรงภาพยนตร์นั้นมีอยู่เพียง 2 ราย คือ แอร์โรว์และแมนฮัตตัน ซึ่งยี่ห้อ แมนฮัตตันนั้นนานๆจึงจะทำการโฆษณาผ่านทางโรงภาพยนตร์ ซึ่งทั้งนี้คงเนื่องมาจากเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณาสูงเช่นกัน จากการที่การโฆษณาทางโทรทัศน์และโรงภาพยนตร์ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงอาจจะไม่คุ้มกับการจำหน่าย จึงทำให้ผู้บริหารการตลาดของผลิตภัณฑ์สื่ออิเล็กทรอนิกส์เลือกใช้สื่อการโฆษณาอื่นๆค้ำย เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์ การโฆษณาตามป้ายรถเมล์ ฯลฯ ซึ่งแล้วแต่ความเหมาะสม สำหรับผลิตภัณฑ์สื่ออิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่จะเลือกนิตยสารรายสัปดาห์หรือรายเดือนมากกว่าที่จะเลือก หนังสือพิมพ์ ถึงแม้ว่า การลงโฆษณาทางนิตยสารจะเสียค่าใช้จ่ายสูงกว่าก็ตาม แต่นิตยสารมีอายุการอ่านมากกว่าและนิตยสารมักพิมพ์ด้วยระบบออฟเซ็ทเป็นภาพสีมีความประณีตดีกว่าหนังสือพิมพ์ และในบางนิตยสารมีผู้อ่านเก็บไว้ค้ำย นิตยสารที่เลือกนี้ปกติจะเป็นนิตยสารสำหรับผู้ชาย เพราะผลิตภัณฑ์สื่ออิเล็กทรอนิกส์รูปมุ่งชักชวนเฉพาะเพศชายมากกว่าเพศหญิง

สำหรับสื่อกลางการโฆษณาที่เป็นวิทยุนี้ ก็มีบางบริษัทที่ใช้เช่นกัน แต่ไม่ค่อยได้ผลเท่าที่ควร สาเหตุเนื่องมาจากว่า การโฆษณาทางวิทยุนี้ ผู้ฟังไม่สามารถเห็นภาพสินค้าเกี่ยวกับงบประมาณที่ใช้ในการโฆษณา บริษัทที่เป็นผู้นำในสินค้าสื่ออิเล็กทรอนิกส์จะมุ่งงบค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประมาณ 10% ของยอดขาย และจะมีแผนกโฆษณาที่ทำหน้าที่ในการโฆษณาสินค้านี้โดยเฉพาะ

นอกจากการโฆษณาซึ่งเป็นสิ่งที่จะช่วยในการส่งเสริมการจำหน่ายวิธีหนึ่งแล้ว บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปยังมีสิ่งที่จะช่วยในการส่งเสริมการจำหน่ายอื่นๆ เช่น การจัดตู้โชว์สินค้า (display) การจัดเคาเตอร์หรือตู้ที่วางขายให้เป็นจุดเด่นเพื่อให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคมองเห็นได้ง่าย พร้อมทั้งมีหุ่นที่ใส่เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปโชว์ด้วย และการใช้พนักงานขายประจำหน้าร้านหรือหน้าเคาเตอร์ ซึ่งแต่งแบบฟอร์มให้ดูเรียบร้อยไว้คอยต้อนรับให้คำแนะนำหรือให้บริการแก่ผู้ซื้อ ก็เป็นการส่งเสริมการขายที่ดีเช่นกัน ซึ่งแม้ว่าการใช้พนักงานขายประจำเคาเตอร์นี้จะทำให้เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นและเสียต้นทุนในการพัฒนาฝึกอบรมพนักงานขายก็ตาม แต่ก็ให้ผลดีในหลายๆ ด้าน เช่น

ก. พนักงานขายสามารถที่จะเข้าใจถึงความต้องการของผู้ซื้อได้ดีกว่าการโฆษณาหรือการส่งเสริมการจำหน่ายโดยวิธีอื่น

ข. พนักงานขายได้มีโอกาสเห็นปฏิกิริยาของลูกค้า ได้รู้ถึงการตัดสินใจและเหตุจูงใจซึ่งทำให้พนักงานขายสามารถตัดสินใจดำเนินการให้เหมาะสมกับเหตุการณ์สำหรับผู้บริโภคแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่มได้เป็นอย่างดี

ค. การขายโดยพนักงานขาย ยังทำให้บรรลุถึงเป้าหมายทางการตลาดได้ดีกว่าการส่งเสริมการจำหน่ายอื่นๆ เพราะการขายโดยพนักงานขายนั้นเป็นการขายจริงๆ ส่วนการโฆษณานั้นเป็นการเรียกเรียกร้องความสนใจ และทำให้เกิดความต้องการ แต่การซื้อจริงอาจไม่เกิดขึ้นก็ได้

สำหรับการส่งเสริมการจำหน่ายโดยใช้พนักงานขายนี้ บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายจะใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นผู้ทำการขาย พนักงานขายของแต่ละบริษัทส่วนใหญ่จะได้รับการตอบแทนในรูปของ เงินเดือน และค่าตอบแทน ซึ่งโดยปกติจะได้รับการค่านายหน้าประมาณ 2% ของยอดขายที่เรียกเก็บเงินได้แล้ว แต่บางบริษัทจะให้ค่านายหน้าแก่พนักงานขายเป็นจำนวนเงิน 1 บาทต่อเสื้อที่ขายได้ 1 ตัว ในการใช้พนักงานขายนี้ บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปบางรายจะใช้ทั้งพนักงานที่เป็นเพศหญิงและชาย แต่บางบริษัทจะใช้พนักงานชายที่เป็นเพศหญิงเท่านั้น เช่นบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปยี่ห้อ แมนฮัทคัน จะใช้พนักงานชายที่เป็นเพศหญิงเท่านั้นในการไปติดต่อขายเสื้อให้กับลูกค้า ซึ่งแม้ว่าผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปนี้จะเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับเพศชายมากกว่าเพศหญิงก็ตาม แต่การใช้พนักงานชายเพศหญิงนั้นมีเหตุผลว่า โดยส่วนใหญ่แล้วพนักงานชายเพศหญิง

จะมีความใจเย็นมากกว่าเพศชาย และจะมีความละเอียดรอบคอบมากกว่าในการที่จะอธิบายถึงตัวสินค้าเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปว่าผลิตด้วยความประณีต การตัดเย็บเรียบร้อย และโคยปกดีแล้ว เพศหญิงจะมีความเข้าใจในเรื่องของการเย็บ ปัก ถัก ร้อย มากกว่าเพศชาย

และนอกจากนี้บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปบางราย เช่น² บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนลคอสเมติกส์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปยี่ห้อแอร์โรว์ ยังได้มีการจัดทำของที่ระลึกต่างๆไว้จำหน่ายด้วย โดยจะมีตราประทับของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปติดไว้ด้วย ผลิตภัณฑ์ที่เป็นของที่ระลึกต่างๆ เช่น กระเป๋าเงิน กระเป๋าพาสสปอร์ต แฟ้มเอกสาร ที่เขียนหูหิ้ว เข็มกลัดเนคไททำด้วยทองเค และกระเป๋าเอกสารเป็นต้น ซึ่งนับเป็นการส่งเสริมการจำหน่ายอีกทางหนึ่ง

การส่งเสริมการจำหน่ายอีกวิธีหนึ่งที่บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปใช้ก็คือ การลดราคา แต่จะไม่ค่อยใช้วิธีนี้บ่อยนัก และเสื้อที่นำมาลดราคาจะเป็นเสื้อในรูปแบบเก่าๆเป็นส่วนมาก

สำหรับการส่งเสริมการจำหน่ายโดยการโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์และโรงภาพยนตร์นั้น บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายจะทำการโฆษณามากในช่วงปลายปีซึ่งตรงกับเทศกาลคริสต์มาส ปีใหม่ เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคให้ซื้อเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปเป็นของขวัญ และในเทศกาลดังกล่าวนี้จะมีการจัดทำโปสเตอร์ไว้แจกแก่ผู้ซื้อและร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายด้วย

การจัดจำหน่ายสินค้า (Channel of Distribution)

จุดประสงค์ที่สำคัญในการจัดจำหน่ายสินค้านี้ก็คือ การนำสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้ขายไปยังสถานที่ที่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคต้องการจะหาซื้อ และเป็นสถานที่ที่ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อสามารถหาซื้อได้สะดวก

การจัดจำหน่ายสินค้านี้ ถือเป็นปัจจัยองค์หนึ่งที่สำคัญในส่วนผสมของการตลาด (Marketing Mix 4 P's)

การดำเนินงานของบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในร้านนี้ โดยส่วน

²บริษัทอินเตอร์เนชั่นแนลคอสเมติกส์จำกัด Men's Fashion Magazine

มักจะใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นแบบที่ผ่านคนกลาง โดยสินค้าจากผู้ผลิตจะถูกขายผ่าน
ไปยังพ่อค้าขายปลีก แล้วจึงถึงมือผู้บริโภค ซึ่งสามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้

ผู้ผลิตและผู้จำหน่าย ———> พ่อค้าขายปลีก ———> ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค

ในการจัดจำหน่ายนี้ บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายบางรายจะใช้วิธีการขายแบบขาย
ขาดโดยให้เครดิตเป็นระยะเวลา 60 วัน และ 90 วัน บางบริษัทก็ใช้วิธีการขายแบบขาย
ฝาก และมีบางบริษัทที่ใช้วิธีการขายแบบทั้งสองแบบรวมกันคือ ใช้ทั้งวิธีการขายแบบขายขาด
โดยให้เครดิตและใช้วิธีการขายแบบขายฝากด้วย

นอกจากจะมีพนักงานขายไปติดต่อกับลูกค้าซึ่งเป็นร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าประเภท
เสื้อผ้า สบครรณ ห้างสรรพสินค้าแล้ว บางบริษัทยังใช้พนักงานขายประจำเคาเตอร์ด้วย
เช่น บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปยี่ห้อ แอร์โรว์ จอห์นทอม เป็นต้น ซึ่ง
พนักงานขายประเภทนี้จะแต่งแบบฟอร์มทำให้ดูเป็นระเบียบเรียบร้อย กล่าวคือ แม้ว่าลูกค้า
จะได้ทำการซื้อเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปไปจำหน่ายในสถานที่ของตนเองแล้ว ทางบริษัทยังส่งพนักงาน
ขายประจำเคาเตอร์ของคนไปประจำในสถานที่ดังกล่าวอีกด้วย เพื่อเป็นการแนะนำ
เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปของบริษัทต่อผู้ซื้อหรือผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งผลตอบแทนที่พนักงานขายประจำ
หน้าร้านจะได้รับมีทั้งในรูปเงินเดือน และค่านายหน้า ค่านายหน้าที่ได้รับส่วนใหญ่มักจะ
ได้รับประมาณ 2% ของยอดขายที่ขายได้ เงินเดือนและค่านายหน้านี้ทางบริษัทผู้ผลิตและผู้จำ
หน่ายจะเป็นผู้จ่ายให้ ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับทางลูกค้าแต่อย่างใด

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย