



การดำเนินงานด้านการตลาด

เทปใส (Cellulose Tape) เป็นตลาดสินค้าที่มีขนาดใหญ่พอสมควร มีมูลค่าการจำหน่ายภายในประเทศปีละกว่า 50 ล้านบาท และส่งไปจำหน่ายต่างประเทศมีมูลค่ากว่า 100 ล้านบาท มีอัตราการเจริญเติบโต (Market growth) ปีละ 15-20% แต่เป็นตลาดสินค้าที่มีผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) จำนวน 3 บริษัทดังนี้

1. บริษัทยูเนี่ยนไทย-นิปปอน จำกัด เป็นบริษัทผู้ผลิตเทปใสยี่ห้อแพนฟิกส์ เทป และยูนิเทป จำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศ
2. บริษัทหลุยส์ผลิตภัณฑ์กาวเทปจำกัด เป็นบริษัทผู้ผลิตเทปใสยี่ห้อ หลุยส์เทป และโคลาเทป จำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศ
3. บริษัท 3 เอ็ม ประเทศไทย จำกัด เป็นบริษัทนำเข้าเพียงบริษัท เดียวยี่ห้อสก็อต 3 เอ็มเทป จำหน่ายภายในประเทศ

ก่อนปี 2516 บริษัท 3 เอ็ม ประเทศไทย จำกัด เป็นบริษัทผู้นำเข้า เทปใสจากต่างประเทศ และมียอดการจำหน่ายภายในประเทศสูงสุด และไม่ได้ ส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ ต่อมาเมื่อปี 2516 บริษัทยูเนี่ยนไทย-นิปปอน จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือสหยูเนี่ยน และบริษัทหลุยส์ผลิตภัณฑ์กาวเทป จำกัด เป็นกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนทางอุตสาหกรรมจากคณะกรรมการส่งเสริม การลงทุน ได้รับการยกเว้นภาษีอากรสำหรับเครื่องจักรที่นำเข้ามาเพื่อใช้ในการ ผลิตเทปใส และวัตถุดิบที่นำเข้ามาเพื่อใช้ในการผลิตเทปใส เช่น Cellulose Film, YS Resin ฯลฯ ขณะนำเข้าชำระภาษีอากรหรือวางหนังสือค้ำประกัน ของธนาคารไว้กับกรมศุลกากร เมื่อผลิตเป็นเทปใสแล้วส่งออกจะได้รับการคืน เงินอากรที่ชำระไว้หรือคืนหนังสือค้ำประกันของธนาคาร ตามส่วนที่ส่งออก นอกจากนี้ยังได้รับมาตรการช่วยเหลือให้แก่ผู้ส่งออกในรูปของการชดเชยค่าภาษี อากรในรูปของบัตรภาษี ทำให้ต้นทุนการผลิตสินค้าต่ำกว่า สามารถจำหน่ายภายใน

ประเทศและต่างประเทศในราคาที่ถูกกว่า บริษัทผู้นำเข้าเทปใส เพราะผู้นำเข้า เทปใสจะต้องชำระค่าภาษีอากรขาเข้า 60% กำไรมาตรฐาน 11% ภาษีการค้า 9% ดังนั้นราคาสินค้าของผู้ผลิตเทปใสที่จำหน่ายภายในประเทศจึงมีราคาถูกกว่าเทป ใสที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ 2-3 เท่า

ตลาดเทปใสจึงแบ่งได้ 2 ระดับ คือ

1. ตลาดบน (Premium Price) เป็นสินค้าเทปใสที่มีราคาสูง ผู้บริโภคเจาะจงตราหือ และเป็นผู้มีรายได้สูง เช่น เทปใสหือ 3 เอ็ม
2. ตลาดล่าง (Low Price) เป็นสินค้าเทปใสที่มีราคาถูก ผู้บริโภค มักจะไม่เจาะจงตราหือ เช่น แพนนิกส์เทป ยูนิเทป หลุยส์เทป และโคลาเทป ปัจจุบันนี้บริษัทผู้ผลิตเทปใส มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดตามลำดับดังนี้

1. บริษัทยูเนียนไทย-นิจีป จำกัด มีส่วนแบ่งตลาดภายในประเทศ 51.24% และตลาดต่างประเทศ 78.53%
2. บริษัทหลุยส์ผลิตภัณฑ์เทปจำกัด มีส่วนแบ่งตลาดภายในประเทศ 35.58% และตลาดต่างประเทศ 21.47%
3. บริษัท 3 เอ็ม ประเทศไทย จำกัด มีส่วนแบ่งตลาดภายในประเทศ 13.18% ไม่ได้ส่งออกจำหน่ายต่างประเทศ

ตลาดเทปใสที่บริษัทผู้ผลิตส่งออกจำหน่ายต่างประเทศมีมูลค่ากว่า 100 ล้านบาท เป็นตลาดใหญ่นอสมควรว และตลาดส่งออกที่สำคัญอยู่ในทวีปเอเชีย ถึง 80% ของมูลค่าส่งออกทั้งหมด และทวีปยุโรป และอเมริกา เช่น อังกฤษ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ออสเตรเลีย บังคลาเทศ ญี่ปุ่น ปากีสถาน ฯลฯ

บริษัทผู้ผลิตเทปใส จำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศให้กับผู้สั่งซื้อและ จะตั้งให้ผู้สั่งซื้อในต่างประเทศนั้นเป็นตัวแทนจำหน่ายภายในประเทศของตน และ จะต้องจำหน่ายภายในประเทศให้ได้ตามเป้าหมายที่ได้ตกลงไว้กับบริษัทผู้ผลิต หากไม่สามารถทำยอดขายได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ก็จะยกเลิกการเป็น ตัวแทนจำหน่ายภายในประเทศนั้น และจะตั้งตัวแทนจำหน่ายรายใหม่ที่ให้ข้อเสนอ ที่ดีกว่ากับบริษัท เทปใสที่ส่งออกจำหน่ายต่างประเทศนี้มี 2 หือ คือ แพนนิกส์ เทป และหลุยส์เทป นอกจากคำสั่งซื้อของลูกค้าที่จะให้ส่งเทปเปล่าที่ไม่ระบุหือหือ เพื่อจะได้ใช้ตราหือของตนเองในต่างประเทศ

ยอดจำหน่ายเทปใส ปี 2528-2530<sup>1</sup>

ปี	ตลาดภายในประเทศ (ล้านบาท)	ตลาดต่างประเทศ (ล้านบาท)
2528	43.9	84.5
2529	55.5	96.3
2530	68.3	114.6

บริษัท	ภายในประเทศ (ล้านบาท)	M/S ร้อยละ	ส่วนแบ่งตลาดปี 2530 <sup>2</sup>	
			ต่างประเทศ (ล้านบาท)	M/S ร้อยละ
ยูเนี่ยนไทย-นิจิบัน	35	51.24	90	78.53
หลุยส์ผลิตภัณฑ์กาวเทป	24.3	35.58	24.6	21.47
3 เอ็มประเทศไทย จำกัด	9	13.18		
	68.3	100.00	114.62	

ผลิตภัณฑ์เทปใสเป็นทั้งสินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าอุตสาหกรรม ตลาดเทปใสภายในประเทศมีมูลค่ากว่า 50 ล้านบาทนี้ เป็นยอดขายที่จำหน่ายไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate consumer) ถึง 70% และอีก 30% เป็นของโรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น โรงงานทอผ้า โรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป โรงงานขนมปัง โรงงานผลิตของเด็กเล่น ฯลฯ เป็นต้น

การดำเนินงานทางการตลาด จะพิจารณาจากส่วนผสมทางการตลาด (4 P's)

1 และ 2 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บริษัท ทั้ง 3 บริษัท ข้างต้น



ส่วนผสมทางการตลาดหมายถึง การผสมเข้ากันได้อย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย และระบบการจัดจำหน่าย ซึ่งได้มีการออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ<sup>1</sup> ส่วนผสมทางการตลาดแบ่งได้ 4 อย่างคือ

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ราคาสินค้า (Price)
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Channel of Distribution)
4. การส่งเสริมการขาย (Promotion)

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอแก่ตลาดเพื่อให้เกิดความสนใจ ความต้องการเป็นกรรมสิทธิ์ หรือการใช้หรือการบริโภค ผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วยสินค้าและบริการ ตัวสินค้าเทปใสเป็นแถบยาวมีความกว้างไม่เกิน 1 นิ้ว มีสีขาว และสีขาว-เหลือง เทปใสเป็นสินค้าอุปโภค ดังนั้นลูกค้าเป้าหมาย (Target consumer) จึงไม่เน้นบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ สนใจ Mass Market นอกจากเทปของ 3M ซึ่งจับกลุ่มลูกค้าที่เจาะจงترายี่ห้อ และเป็นผู้บริโภคที่มีรายได้สูง นอกจากเทปใสเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคแล้วยังเป็นสินค้าอุตสาหกรรม ซึ่งลูกค้าเป้าหมายจะเป็นโรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่ใช้เทปใสในการประกอบเป็นสินค้า หรือฉีกห่อสินค้า

การบรรจุหีบห่อของสินค้า เทปใสมีทั้งที่บรรจุอยู่ในถุงพลาสติก ห่อกระดาษแก้ว และใส่กล่อง ซึ่งการบรรจุหีบห่อที่ดีก็คือการใส่กล่องเพราะสามารถกันความชื้น และความร้อนได้ดี ซึ่งเทปใสหากอากาศร้อนจะทำให้เทปใสวมหรือพอง ดังนั้นการเก็บเทปใสจึงควรหลีกเลี่ยงอากาศร้อน แต่ภาชนะที่บรรจุหีบห่อมีลักษณะจูงใจให้ชวนมองและมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับเทปใส เช่น ชื่อบริษัทผู้ผลิต ขนาดของเทปใส ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อเทปใสตามขนาดที่ต้องการ

1 ธงชัย สันติวงษ์, การตลาดสำหรับนักบริหาร (ไทยวัฒนาพานิช, 2528)



ราคาสินค้าเทปใส สินค้าเทปใสจัดกลุ่มราคาได้ 2 กลุ่ม คือ

1. ราคาถูก (Low Price) ได้แก่ ราคาเทปใสของผู้ผลิต ยี่ห้อ แพนนิกส์เทป พลุยส์เทป ยูนิเทป โคลาเทป

2. ราคาแพงหรือราคาสูง (Premium Price) ได้แก่ เทปใส ยี่ห้อ 3M ซึ่งเป็นเทปของบริษัท 3 เอ็ม ประเทศไทย ซึ่งเป็นผู้นำเข้า

ราคาเทปใสในกลุ่มที่มีราคาถูกราคาจะแตกต่างกัน 8-12% และแตกต่างจากราคาของเทปใสที่มีราคาแพงถึง 2-3 เท่า แต่ละบริษัทมีหลักการตั้งราคา ดังนี้

1. คำนึงถึงต้นทุนการผลิต (Cost of Production) เช่น วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ค่าแรงงาน ค่าบรรจุหีบห่อ และต้นทุนดำเนินงาน (Operating Cost) เงินเดือนพนักงาน ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย ฯลฯ

2. กำไรที่คาดหวัง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายทางการตลาดของแต่ละบริษัท

3. คำนึงถึงราคาของคู่แข่งชั้น เทปใสเป็นสินค้าที่มีผู้ขายน้อยราย หากบริษัทผู้ผลิตมีการขึ้นราคาอาจจะทำให้สูญเสียส่วนแบ่งตลาดได้

4. เปรียบเทียบคุณภาพและปริมาณของคู่แข่งที่อยู่ในระดับเดียวกัน ตลอดจนภาพพจน์ (Image) ของสินค้าในสายตาของผู้บริโภค

ราคาเป็นส่วนหนึ่งของส่วนผลสมทางการตลาด ซึ่งทำให้บริษัทเกิดรายได้จากการขาย ในขณะที่ส่วนผลสมอื่น ๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย ล้วนเป็นต้นทุนทั้งสิ้น ดังนั้นการกำหนดราคาสินค้าเทปใสจึงต้องคำนึงถึงหลักการดังกล่าวข้างต้น

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง กลไกที่เกี่ยวข้องกับสินค้าไหลผ่านมือจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค<sup>1</sup> หรือหมายถึงการนำสินค้าต่าง ๆ จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคที่มีจุดหมายเพื่อให้เกิดการซื้อขาย

สินค้าเทปใสเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าอุตสาหกรรม ซึ่งในวงการเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมทั่ว ๆ ไป ผู้ผลิตไม่สามารถจำหน่ายสินค้าโดย

1 ธงชัย สันติวงศ์; การตลาด: สำหรับนักบริหาร (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2525, หน้า 223.)

ตรงให้กับผู้บริโภค เพราะไม่สามารถกระจายสินค้าได้ทั่วถึงแล้วจึงต้องใช้เงินทุน  
 ส่วนหนึ่งในการเก็บรักษาสินค้าด้วย ดังนั้นสินค้าแทบใญ่จึงต้องอาศัยคนกลางใน  
 การกระจายสินค้าให้ทั่วถึงให้มากที่สุดและเข้าใกล้กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่ต้องการ  
 ได้ นอกจากนี้คนกลางยังเป็นผู้ให้ข่าวสารข้อมูลสินค้าของคู่แข่งชั้นอีกด้วยเพื่อ  
 ประโยชน์ในการพัฒนาสินค้าต่อไป

ช่องทางการจำหน่ายแทบใญ่



1. ระดับผู้ผลิต

ผู้ผลิต

ตัวแทนจำหน่าย

2. ระดับผู้จำหน่าย

20% 70% 10%

ร้านค้าส่ง

ร้านค้าปลีก

ห้างสรรพสินค้า

โรงงานอุตสาหกรรม

สำนักงาน

ผู้บริโภค

3. ระดับผู้บริโภค

10%

50%

30%

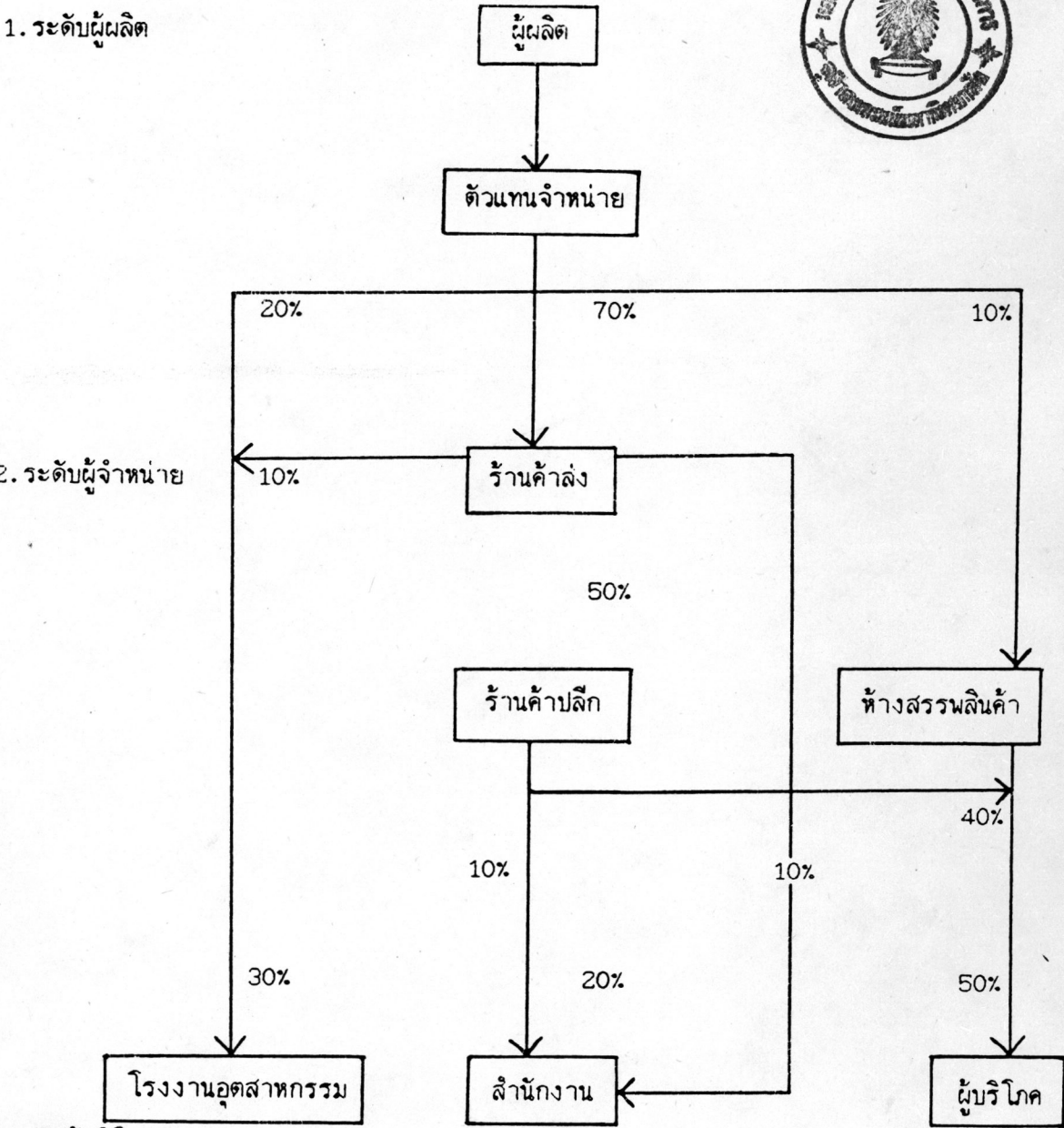
10%

10%

20%

40%

50%



ช่องทางการจัดจำหน่าย แบ่งออกได้ 3 ระดับ คือ

1. ระดับผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์เทปใสมีผู้ผลิต 2 บริษัท ซึ่งจะจำหน่ายไปยังตัวแทนจำหน่าย แต่ผู้นำเข้าเทปใสคือ บริษัท 3 เอ็ม ประเทศไทย จำกัด ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวของผลิตภัณฑ์เทปใสของ 3M ทั้ง 3 บริษัทจะจำหน่ายไปยังร้านค้าส่งย่านสำเพ็ง ถึง 70% โรงงานอุตสาหกรรม 20% และห้างสรรพสินค้า 10%

2. ระดับผู้จัดจำหน่าย เทปใสเป็นสินค้าที่ต้องอาศัยตัวกลางในการกระจายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภค ซึ่งในระดับนี้ประกอบด้วย ร้านค้าส่งย่านสำเพ็ง โรงงานอุตสาหกรรม และห้างสรรพสินค้า ร้านค้าส่งจะจำหน่ายไปให้กับร้านค้าปลีกถึง 50% โรงงานอุตสาหกรรม 10% และสำนักงาน 10% และสินค้าปลีกจะขายถึงผู้บริโภคอีก 40% ตัวแทนจำหน่ายจะมีพนักงานขายของตนเองเพื่อรับคำสั่งซื้อทั้งจากร้านค้าส่ง โรงงานอุตสาหกรรม และห้างสรรพสินค้า หากพบว่าร้านค้าส่งได้จำหน่ายสินค้าของบริษัทให้กับโรงงานอุตสาหกรรมแล้ว พนักงานขายของตัวแทนจำหน่ายจะไม่เสนอขายสินค้าให้กับอุตสาหกรรมนั้น ทั้งนี้เพื่อรักษาสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกัน และร้านค้าส่งจะช่วยกระจายสินค้าของบริษัทไปยังจังหวัดต่าง ๆ ได้ดีกว่า เพราะพนักงานขายของร้านค้าส่งจะเสนอขายสินค้าหลาย ๆ ชนิด ซึ่งอยู่ในแนวเดียวกัน (Line) ให้แก่ลูกค้าในต่างจังหวัดได้ดีกว่าและคุ้มกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ซึ่งบริษัทผู้ผลิตและผู้นำเข้าเทปใสไม่มีพนักงานขายต่างจังหวัด เพราะไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการเสนอขายเทปใสเพียงชนิดเดียว

3. ระดับผู้บริโภค เป็นระดับผู้ใช้สินค้าเทปใส ประกอบด้วย ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งใช้ในการประกอบสินค้า ผนังห้องของ มัดสินค้า ฯลฯ ผู้ใช้ในสำนักงานและผู้บริโภคเทปใสโดยตรง จากแผนผังดังกล่าวเทปใสจะถึงมือผู้บริโภคหรือผู้ให้โดยตรงถึง 50% ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม 30% และผู้ใช้ในสำนักงาน 20% ซึ่งผู้ใช้ในสำนักงานและผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมจะมีแผนกจัดซื้อเพื่อจัดหาสินค้าเทปใสเพื่อสนองความต้องการในองค์การ แต่ผู้บริโภคทั่ว ๆ ไปจะซื้อสินค้าหรือหามาใช้ด้วยตนเอง

การสัมภาษณ์แบบที่ยังลึก (Dept Interview) ซึ่งทำการสัมภาษณ์องค์กรต่าง ๆ ดังนี้



1. หน่วยราชการและรัฐวิสาหกิจ การจัดซื้อของส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จะมี 3 วิธีคือ

ก. การสอบราคาโดยวิธียื่นซองประมูล การสอบราคานี้ส่วนราชการจะซื้อสินค้าระหว่าง 20,000 ถึง 400,000 บาท และส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจจะต้องออกจดหมายเชิญไปยังร้านค้า ให้มายื่นซองแต่ไม่ต้องการมัดจำของผู้ให้ราคาต่ำสุดเป็นผู้ได้รับงาน

ข. การประกวดราคา ส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจจะออกประกาศในหน้าหนังสือพิมพ์ หรือวิทยุกระจายเสียง ให้บริษัทห้างร้านเข้าทำการยื่นซองประกวดราคา ซึ่งจะต้องมีการวางมัดจำของด้วย ซึ่งการประกวดราคาจะเกินกว่า 400,000 บาทขึ้นไป ผู้เสนอราคาต่ำสุดเป็นผู้ได้รับงาน

ค. การตกลงราคา ส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จะติดต่อไปยังบริษัทห้างร้านเพื่อให้ยื่นราคาสินค้าที่ส่วนราชการต้องการ และวงเงินที่จัดซื้อจะต้องไม่เกิน 20,000 บาท ส่วนใหญ่มักจะเป็นวัสดุสำนักงาน เช่น เทปใส ซึ่งก็ใช้วิธีการตกลงราคา ซึ่งส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจจะมีราคามาตรฐานวัสดุในการจัดซื้อโดยกำหนดตราयीหือ เช่น

ขนาด  $1/2 \times 36$  หลา ราคาเม็ดละ 23 บาท

ขนาด  $3/4 \times 36$  หลา ราคาเม็ดละ 33 บาท

ขนาด  $1 \times 36$  หลา ราคาเม็ดละ 42 บาท

ดังนั้นหน่วยจัดซื้อของส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจจะซื้อสินค้าได้ในราคาไม่เกินราคามาตรฐานวัสดุดังกล่าว

2. แผนกจัดซื้อของบริษัท มักจะติดต่อไปยังร้านค้าส่งหรือร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ให้แจ้งราคาสินค้าของเทปใสที่บริษัทต้องการสั่งซื้อ เช่น บริษัทต้องการเทปใสยี่ห้อยูนิเทป ร้านค้าส่งหรือปลีกก็จะแจ้งราคาสินค้าตามยี่ห้อที่บริษัทต้องการ และมักจะเสนอยี่ห้ออื่นด้วย ซึ่งบริษัทมักจะซื้อเทปใสยี่ห้อที่ใช้อยู่เป็นประจำโดยเลือกเอาจากราคาที่ถูกที่สุดหรือมีเงื่อนไขการชำระเงินและส่วนลดดีกว่าที่เสนอมาให้

3. แผนกจัดซื้อของโรงงานอุตสาหกรรม โดยปกติจะมีพนักงานขายของทั้งบริษัทและร้านค้าส่งเข้าไปติดต่อแผนกจัดซื้อของโรงงานอุตสาหกรรม เมื่อเสนอราคาสินค้าเทปใส และขนาดที่โรงงานอุตสาหกรรมใช้จะเป็นขนาดใหญ่คือขนาด

1" x 72 หลา และแผนกจัดซื้อของโรงงานอุตสาหกรรมมักจะซื้อเทปใส ยี่ห้อ ที่ตนใช้อยู่ โดยจะขอส่วนลดและเงื่อนไขการชำระเงินจากบริษัทหรือร้านค้าที่มาเสนอขาย แต่ถ้าหากเทปใสยี่ห้อที่โรงงานไม่เคยใช้แต่มีราคาถูกกว่ามากก็มักจะขออนุมัติหัวหน้าแผนกจัดซื้อซื้อเทปใสยี่ห้อดังกล่าว เพราะโรงงานต้องการใช้เทปใสในการประกอบเข้ากับสินค้าอย่างอื่น หรือฉลากสินค้า หรือมัดตัวสินค้า และปริมาณที่ใช้เป็นจำนวนมาก จึงต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย จึงมักจะซื้อเทปใสในราคาถูกและไม่คำนึงถึงตรายี่ห้อ

การส่งเสริมการขาย บริษัทผู้ผลิตและผู้นำเข้าเทปใสจะให้พนักงานขายของบริษัทออกไปรับคำสั่งซื้อจากร้านค้าส่ง โรงงานอุตสาหกรรมห้างสรรพสินค้า และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ และยังมีหน้าที่ดูแลสินค้ามิให้ขาดมืออีกด้วย

การโฆษณาสินค้าเทปใสมีเฉพาะในสมุดโทรศัพท์หน้าเหลืองเท่านั้น และมักจะมีการจัด counter display ตามงานแสดงเครื่องเขียน



ข้อไปให้เป็นการแนะนำความสัมพันธ์ทางการตลาดเปรียบเทียบแต่ละยี่ห้อ

ส่วนประกอบ/พารามิเตอร์	Brand	LOUIS TAPE	KOLA TAPE	PANFIX TAPE	UNITAPE	SCOTCH 39 TAPE	
1.1 ผลิตภัณฑ์ Product							
1.1 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด (Product Positioning)		ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะโดยใช้ผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ ซึ่งทำมาจากฟิล์มพลาสติกคุณภาพดีไม่ได้มีลักษณะเหมือนฟิล์มพลาสติกอื่นใดเพราะเป็นฟิล์มที่ผลิตขึ้นด้วยกระบวนการและผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะโดยใช้ฟิล์มพลาสติกคุณภาพดีจากต่างประเทศ โดยมีการใช้ฟิล์มพลาสติกคุณภาพดีเป็นส่วนใหญ่ และใช้ฟิล์มพลาสติกคุณภาพดีบางส่วนจากต่างประเทศ	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะโดยใช้ฟิล์มพลาสติกคุณภาพดีจากต่างประเทศ ซึ่งทำมาจากฟิล์มพลาสติกคุณภาพดีไม่ได้มีลักษณะเหมือนฟิล์มพลาสติกอื่นใดเพราะเป็นฟิล์มที่ผลิตขึ้นด้วยกระบวนการและผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะโดยใช้ฟิล์มพลาสติกคุณภาพดีจากต่างประเทศ ซึ่งทำมาจากฟิล์มพลาสติกคุณภาพดีไม่ได้มีลักษณะเหมือนฟิล์มพลาสติกอื่นใดเพราะเป็นฟิล์มที่ผลิตขึ้นด้วยกระบวนการและผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะโดยใช้ฟิล์มพลาสติกคุณภาพดีจากต่างประเทศ ซึ่งทำมาจากฟิล์มพลาสติกคุณภาพดีไม่ได้มีลักษณะเหมือนฟิล์มพลาสติกอื่นใดเพราะเป็นฟิล์มที่ผลิตขึ้นด้วยกระบวนการและผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน	
1.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์ (Product)		เป็นแถบกระดาษสีเทา-เหลือง หรือสีเทา บรรจุในถุงพลาสติกหรือกล่องกระดาษของ ความยาว มีลักษณะ 10 ขนาด	เป็นแถบกระดาษสีเทา-เหลือง บรรจุในถุงพลาสติกหรือกล่องกระดาษของ ความยาว มีลักษณะ 3 ขนาด	เป็นแถบกระดาษสีเทา-เหลือง หรือสีเทาบรรจุในถุงพลาสติกหรือกล่องกระดาษของ ความยาว มีลักษณะ 9 ขนาด	เป็นแถบกระดาษสีเทา และสีเทา-เหลือง บรรจุในถุงพลาสติกหรือกล่องกระดาษของ ความยาว มีลักษณะ 7 ขนาด	เป็นแถบกระดาษสีเทา บรรจุในถุงพลาสติกหรือกล่องกระดาษของ ความยาว มีลักษณะ 29 TAPE	
1.3 การตั้งชื่อผลิตภัณฑ์		บริษัทพานิชการตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ของตนร่วมกับบริษัท (Company Trade Name) Combined with Individual Product Name) ซึ่งบริษัทมีสิทธิหรือเป็นเจ้าของชื่อเป็นทางการตามกฎหมาย (Legal) ใช้เป็นเครื่องหมายการค้าเพื่อป้องกันการใช้ชื่อของผู้อื่น					
2. ตารางราคา Price		ราคาขายส่ง	ราคาขายปลีก	ราคาขายส่ง	ราคาขายปลีก	ราคาขายส่ง	ราคาขายปลีก
ขนาด 1/2" x 3 เมตร		115.-/ กุญแจ .80 เมตร 1 เมตร					
1/2" x 10 เมตร		330.-/ กุญแจ 2.29 เมตร 3 เมตร		117.-/ กุญแจ .81 เมตร 1 เมตร			
3/4" x 10 เมตร		495.-/ กุญแจ 3.44 เมตร 4 เมตร		330.-/ กุญแจ 2.29 เมตร 3 เมตร			
1" x 10 เมตร		660.-/ กุญแจ 4.58 เมตร		445.-/ กุญแจ 3.44 เมตร 4 เมตร			
1/2" x 36		80.-/ ใต 6.67 เมตร 8 เมตร					
3/4" x 36		120.-/ ใต 10 เมตร 12 เมตร		90.-/ ใต 7.50 เมตร 9 เมตร			
1" x 36		160.-/ ใต 13.33 เมตร 15 เมตร		135.-/ ใต 11.25 เมตร 13 เมตร		80.-/ ใต 6.67.- 8 เมตร 18.40 เมตร	23 เมตร
1/2" x 36 (แบบเล็ก)		80.-/ ใต 6.67 เมตร 8 เมตร		180.-/ ใต 15 เมตร 18 เมตร		120.-/ ใต 10.- 12 เมตร 26.40 เมตร	33 เมตร
3/4" x 36 (แบบเล็ก)		120.- ใต 10 เมตร 12 เมตร		88.-/ ใต 7.33 เมตร 9 เมตร		100.-/ ใต 13.33 15 เมตร 36 เมตร	45 เมตร
1" x 36 (แบบเล็ก)		160.- ใต 13.33 เมตร 15 เมตร		133.-/ ใต 11.09 เมตร 14 เมตร			
1/2" x 36 (แบบกระดาษ)		77.-/ ใต 6.42 เมตร 8 เมตร		176.-/ ใต 14.67 เมตร 18 เมตร			
3/4" x 36 (แบบกระดาษ)		115.50/ ใต 9.62 เมตร 12 เมตร				77.-/ ใต 6.42.- 8 เมตร 18.40 เมตร	
1" x 36 (แบบกระดาษ)		154 ใต 12.83 เมตร 15 เมตร				115.50/ ใต 9.62.- 12 เมตร 26.40 เมตร	
1/2" x 72		156 ใต 13 เมตร 16 เมตร				154.-/ ใต 12.43 15 เมตร 36 เมตร	
3/4" x 72		234 ใต 19.5 เมตร 21 เมตร		176.-/ ใต 11.67 เมตร 18 เมตร		156.-/ ใต 13.- 15 เมตร 32.80 เมตร	41 เมตร
1" x 72		312 ใต 26 เมตร 32 เมตร		264.-/ ใต 22 เมตร 26 เมตร		234.-/ ใต 19.50 22 เมตร 51.20 เมตร	64 เมตร
1/2" x 72 (แบบกระดาษ)		153 ใต 12.75 เมตร 16 เมตร	153.-/ ใต 12.75 เมตร 15 เมตร	352.-/ ใต 29.33 เมตร 35 เมตร		312.-/ ใต 29.33 33 เมตร 63.60 เมตร	62 เมตร
3/4" x 72 (แบบกระดาษ)		229.50/ ใต 19.12 เมตร 24 เมตร	229.50/ ใต 19.12 เมตร 23 เมตร	170.-/ ใต 14.42 เมตร 18 เมตร		153.-/ ใต 12.75 15 เมตร 36 เมตร	
1" x 72 (แบบกระดาษ)		306.-/ ใต 25.50 เมตร 32 เมตร	306.-/ ใต 25.50 เมตร 30 เมตร	250.50 ใต 21.62 เมตร 26 เมตร		229.50/ ใต 19.12 22 เมตร 51.20 เมตร	
1/2" x 500"				346.-/ ใต 28.83 เมตร 35 เมตร		306.-/ ใต 25.50 32 เมตร 63.60 เมตร	
1/2" x 1100"						17.60 เมตร 22 เมตร	
						23.20 เมตร 29 เมตร	





สำนักงานการพาณิชย์

Brand

LOUIS TAPÉ

KOLA TAPE

PANFIN TAPE

UNITAPE

SCOTCH 3M TAPE

4.3 การส่งเสริมการขาย  
Sale Promotion

บริษัทจะจัดส่งสินค้าให้ส่ง 10-12x และให้ระยะเวลาการชำระเงิน 30 วัน แต่ถ้า  
เป็นลูกค้าที่ซื้อสินค้าจำนวนมาก ให้ระยะเวลาการชำระเงิน 45-60 วัน ส่วนค่าขนส่งสินค้า  
ตามที่ระบุไว้มีค่า 8-10x ถ้าซื้อเป็นเงินสดจะลดให้อีก 3x และให้ระยะเวลาการชำระเงิน  
30 วัน ส่วนเงินประกันที่ซื้อสินค้า เมื่อชำระเงินแล้วให้บริษัทออกใบกำกับภาษี Net จะให้  
ส่วนลด 8-12x แต่ถ้าชำระเงินทางบัตรเครดิต และให้ระยะเวลาการชำระเงิน 15-30 วัน ถ้า  
แต่พนักงานขายจะออกใบใบรับเงิน แต่ให้บริษัทออกใบใบกำกับสินค้าลดให้อีก 3x

บริษัทจะจัดส่งสินค้าให้ส่ง 10x ใ้จงบวชคู่กับการแนะนำสินค้าและการให้คำ  
ปรึกษา จะจัดส่งสินค้า 8-10x ส่วนให้ระยะเวลาการชำระเงิน 30 วัน แต่ถ้าลูกค้าซื้อ  
จะลดให้สินค้า 8-10x ส่วนให้ระยะเวลาการชำระเงิน 30-45 วัน แต่ถ้าซื้อเป็นเงินสด ให้  
ส่วนลดอีก 3x ส่วนเพื่ออีก

บริษัทจะจัดส่งสินค้าให้ส่ง ใ้จงบวชคู่การ  
แนะนำสินค้าและการให้คำปรึกษา  
12-15x ส่วนค่าบริการที่ส่งให้ลูกค้า  
หรือพนักงานขายจะออกใบรับเงิน 30 วัน

ตารางแสดงส่วนผสมทางการตลาดเปรียบเทียบแต่ละยี่ห้อสรุปได้ดังนี้

บริษัทหลุยส์ผลิตภัณฑ์กาวเทป จำกัด ผู้ผลิตเทปใสยี่ห้อ หลุยส์เทปและ โคลาเทป มุ่งจับตลาดล่างเพราะเป็นสินค้าราคาถูก และมีขนาดให้ผู้บริโภคได้เลือก ถึง 10 ขนาด ผู้ผลิตจะขายสินค้าผ่านร้านค้าส่งย่านสำเพ็งมากที่สุด โดยใช้พนักงาน ขายไปติดต่อเพื่อรับคำสั่งซื้อ นอกจากนี้ถ้าลูกค้าต้องการสินค้าเร่งด่วน บริษัทจะมี พนักงานส่งสินค้าให้ภายในวันที่สั่งซื้อด้วย

บริษัท ยูเนียนไทย-นิจิบัน จำกัด ซึ่งมีส่วนแบ่งของตลาดเทปใสถึง 78% เป็นผู้ผลิตสินค้าเทปใสยี่ห้อแพนนิคส์เทป และยูนิเทป ไม่เน้นลูกค้าเป้าหมายกลุ่มใด กลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ แต่เนื่องจากเป็นเทปใสที่มีราคาถูก จึงมุ่งจับตลาดล่างเช่นเดียวกับบริษัทหลุยส์ผลิตภัณฑ์กาวเทป จำกัด ยูนิเทปเป็นเทปที่ขายดีที่สุด มีปริมาณ การขายมากกว่าแพนนิคส์เทป ถึง 5 เท่า บริษัทจะขายผ่านร้านค้าส่งย่านสำเพ็ง เป็นหลัก และมีขนาดของเทปใสให้ผู้บริโภคเลือกใช้ถึง 9 ขนาด และยังมีบริการส่ง สินค้าให้กับร้านค้าส่งในเวลาที่ต้องการรีบด่วนเหมือนกัน

บริษัท 3 เอ็ม ประเทศไทย จำกัด เป็นบริษัทนำเข้าเทปใสจากต่างประเทศยี่ห้อ SCOTCH 3M TAPE เป็นเทปใสที่มีราคาสูงกว่าเทปใสที่ผลิตในประเทศ 2-3 เท่า จึงมุ่งจับตลาดบน คือผู้บริโภคที่มีรายได้สูง และเป็นผู้บริโภคที่นิยม ใช้สินค้าภายใต้ชื่อ 3M บริษัทจะขายสินค้าผ่านร้านค้าส่งย่านสำเพ็ง และร้านค้าเครื่อง เขียนขนาดใหญ่ บริษัทจะไม่มีบริการเร่งด่วนเมื่อลูกค้าต้องการสินค้า ดังนั้น เมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้าวันนี้จะได้รับสินค้าในวันรุ่งขึ้น และเป็นบริษัทที่มีส่วนแบ่งตลาดน้อย ที่สุดเพียง 13.18% เท่านั้น