

อัตลักษณ์ของธุรกิจเครื่องเขียนเพื่อการปรับตัว New Identity of Stationery Business for Adaptation

พรภรณี รจิตานนท์¹

บทคัดย่อ

งานนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ 1) เพื่อศึกษาการปรับปรุงอัตลักษณ์ของร้านธุรกิจเครื่องเขียนตัวดล จังหวัดเชียงใหม่ และ 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดและการบริการแนวใหม่ที่เหมาะสมกับร้านธุรกิจเครื่องเขียน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นการเลือกเชิงทฤษฎี (Theoretical sampling) ซึ่งได้แก่การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อการสัมภาษณ์จากประเด็นที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 กลุ่มคือ 1) เจ้าของธุรกิจร้านเครื่องเขียน 2) ลูกค้าที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3) เซลล์แมน ซึ่งมีประสบการณ์อยู่ในวงการทำธุรกิจเครื่องเขียน รวมทั้งสิ้นจำนวน 10 คน

ผลการศึกษาคือ 1) การปรับปรุงอัตลักษณ์ของร้านธุรกิจเครื่องเขียนในการสร้างอัตลักษณ์ชื่อเสียงหรือ “แบรนด์” ของร้านให้มีความแตกต่าง การขยายตลาดลูกค้าใหม่ด้วยการขยายตลาดออนไลน์ และการบริหารจัดการด้านการเงินและการควบคุมการเงินอย่างชัดเจน เพื่อทราบถึงผลกำไรหรือขาดทุนต่อเดือนได้อย่างแม่นยำ สำหรับกลยุทธ์การตลาดแนวใหม่ที่เหมาะสมกับร้านธุรกิจเครื่องเขียนคือ (1) การบริการที่ดี จริงใจ ซื่อสัตย์ กับลูกค้า (2) ราคาที่เหมาะสมและเป็นมิตรภาพ (3) การเอาใจใส่กับคุณภาพของสินค้า (4) การใช้กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่เพิ่มช่องทางการสั่งซื้อ ทางโทรศัพท์และ อินเทอร์เน็ต และ(5) การประชาสัมพันธ์ ทำให้ลูกค้ารู้จักกับร้านมากขึ้น แนวทางที่ตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงของลูกค้า คือการให้บริการที่

¹นักศึกษานักศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง (ระบบการศึกษาทางไกลทางอินเทอร์เน็ต) วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต

ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง การบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคล โดยใช้กลวิธี “เสื่อสังัด” สามารถตอบสนองลูกค้าบนฐานความพึงพอใจของลูกค้าต่างวัยที่มีความต้องการการบริการที่หลากหลาย การจัดมุมพักผ่อนในร้านเพื่อตอบรับการให้บริการแก่กลุ่มผู้สูงอายุ รวมถึงพัฒนาบุคลากรเก่าและใหม่ให้เข้าใจการทำงานร่วมกัน เปิดใจเรียนรู้กระบวนการทำงานใหม่ๆ นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมประจำเดือนเพื่อสร้างเครือข่ายสังคมอุดมปัญญาที่ตอบสนองความต้องการของภาครัฐเพื่อสร้างรูปแบบของร้านธุรกิจเครื่องเขียนที่ต้องการการปรับตัว

คำสำคัญ: อัตลักษณ์, ธุรกิจเครื่องเขียน, การปรับตัว

Abstract

This is a qualitative research. The objectives of this study were 1) to determine the identity of improving business stationery and 2) to study new marketing and service strategy that suits for stationery business. By means of document research and in-depth interviews. Group selection is the primary theoretical (Theoretical sampling), including the selection of key informants to interview the issue of the reviewed literature. Key informants are three groups : 1) Owners stationery store 2) Customers are stakeholders 3) salesman with experience in the field of business stationery. A total of 10 people.

Results of the study are: 1) improving the business identity of a stationery or “brand” with a difference. To expand the market to new customers by expanding online market. And financial management and financial control clearly. To determine the profit or loss per month precisely. For marketing strategies that fit with stationery business are (1) good service sincerely by loyalty customers, (2) serve a reasonable prices (3) Pay attention to product quality for customer (4) to serve more channel distribution including channel order Telephone and Internet, and (5) to public relations for customers to familiar with stationery business and shop more. For guidelines to serve changing customer. That is a customer-centric. Services that meet the needs of customers on an individual basis using the tactics. “Tailor-made” to meet customer satisfaction based on customer requirements of different ages with a variety of services. The rest area in order to get services to the elderly. To develop of new and old officer to better understand the interaction for working together to serve the customers. There are also monthly events to create a rich social network intelligence to meet the needs of the public sector to create a model of a stationery business that needs adjustment.

Keywords: Identity, Stationery Business, Adaptation

บทนำ

ธุรกิจเครื่องเขียน (Stationery) หมายถึง วัสดุสำนักงานหรือสิ่งที่ใช้ในสำนักงาน ในการทำงานต่างๆที่ใช้แล้วหมดไป หรือสิ้นเปลืองไปเรื่อยๆ จนหมด ต้องซื้อใหม่ทดแทน เช่น กระดาษ หมึก เทปกาวฯ เป็นต้น จัดเป็นธุรกิจค้าปลีกประเภทหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อพัฒนาการทางสังคมและเศรษฐกิจ เนื่องจากเป็นอุปกรณ์สำคัญประกอบการศึกษาเรียนรู้และการทำงาน ดังนั้น เครื่องเขียนจึงเป็นสินค้าประเภทจำเป็นที่ทุกคนไม่ว่าจะอยู่ในวัยใดจำเป็นต้องใช้ (โชติมา สุรเนตินัย; 2550) ที่สำคัญคือปัจจุบันร้านเครื่องเขียนได้มีอุปกรณ์สินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น เช่นร้านเครื่องเขียนสามารถแบ่งประเภทของสินค้าที่อยู่ในร้านได้ถึง 11 ประเภท ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์สำหรับคอมพิวเตอร์ 2) อุปกรณ์การเขียนและลบคำผิด 3) อุปกรณ์สำนักงานเบ็ดเตล็ด 4) กาว เทปและอุปกรณ์เพื่อการบรรจุ 5) ผลิตภัณฑ์กระดาษทุกชนิด 6) แฟ้มและอุปกรณ์จัดเก็บเอกสารตั้งแต่ขนาดเล็กเช่นแฟ้มไปจนถึงขนาดใหญ่ เช่นตู้เก็บเอกสาร 7) อุปกรณ์เพื่อการประชุมและนำเสนอ 8) อุปกรณ์สำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ เช่นเครื่องคิดเลข เครื่องบันทึกเงินสด เป็นต้น 9) อุปกรณ์สำหรับโรงงานและซ่อมบำรุงอาคาร รวมถึงอุปกรณ์กีฬา 10) เครื่องใช้งานบ้านงานครัว และผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด และ 11) เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน (จำนงค์ เอี้ยววงศ์ เจริญ อ่างจาก ประพนธ์ เล็กสุมา, 2555)

เมื่อเป็นเช่นนี้ร้านเครื่องเขียนขนาดใหญ่ที่มีพื้นที่มากพอต่อการจัดสินค้าเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าจึงยังคงสามารถที่จะขยายตัวได้ หรือแม้แต่ว่าร้านเครื่องเขียนที่มีพื้นที่น้อยก็มีโอกาสเติบโตเนื่องจากภาครัฐให้การสนับสนุนการขยายการศึกษาและส่งเสริมการเรียนรู้สู่ชุมชนท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้ประเทศเป็นสังคมอุดมปัญญา ทำให้เครื่องเขียนเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค นอกจากนั้นยังเป็นสินค้าแฟชั่นด้วยโดยเฉพาะในหมู่ผู้บริโภควัยรุ่น ดังจะเห็นได้จากผู้ผลิตพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลาทั้งในตัวสินค้าและรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ และสินค้าประเภทนี้ยังเป็นสินค้าสิ้นเปลืองที่ใช้แล้วหมดไป จึงกล่าวได้ว่าแนวโน้มของธุรกิจเครื่องเขียนมีแนวโน้มที่เติบโตต่อไปอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับรัฐบาลเองก็ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาและจากความสำคัญของการศึกษาและจำนวนผู้เข้าศึกษา

ที่มีอย่างต่อเนื่องและเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ จึงทำให้ธุรกิจประเภทนี้ มีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้น การมุ่งเน้นพัฒนาสังคมไทยไปสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ ด้านหนึ่งคือการพัฒนาทางด้านการศึกษาลินค้าเครื่องเขียนไปด้วย สินค้าเหล่านี้จึงยังเป็นที่ต้องการของตลาด นอกจากนั้นปัจจุบันสินค้าเครื่องเขียนยังจัดอยู่ในกลุ่มสินค้าแฟชั่นด้วย (haiscreenprinting.or.th/บทความ-showdetail-25196-83591-เครื่องเขียนไทยเติบโตอย่างสร้างสรรค์-สู่สังคมอุดมปัญญา.html)

อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงของโลกโดยเฉพาะระบบการสื่อสารและการเรียนรู้ทำให้เกิดข้อจำกัดต่อการใช้อุปกรณ์เครื่องเขียนอยู่บ้างพอสมควร ในศตวรรษที่ 21 ซึ่งถือว่าเป็นยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ เกิดการเปลี่ยนแปลงของโลกในหลายๆด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม ด้านการศึกษาด้านเทคโนโลยี อันนำไปสู่การปรับตัวเพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ทุกประเทศทั่วโลกกำลังมุ่งสู่กระแสใหม่ของการเปลี่ยนแปลงที่เรียกว่า สังคมความรู้ (Knowledge Society) และระบบเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-Based Economy) ทำให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้ ซึ่งประกอบกันเป็น “สารสนเทศ” นั้น สามารถลื่นไหลได้สะดวก รวดเร็ว จนสามารถประยุกต์ใช้ได้อย่างกว้างขวาง ตั้งแต่ระดับบุคคลขึ้นไปถึงระดับองค์กร อุตสาหกรรม ภาคสังคม ตลอดจนในระดับประเทศและระหว่างประเทศ จนกระทั่งภาวะ “ไร้พรมแดน” เกิดเครือข่าย (networked) มีการเปลี่ยนแปลง เคลื่อนย้ายอย่างรวดเร็ว (เพียงแค่กดเมาส์ของคอมพิวเตอร์) เสมือนดังไม่มีพรมแดนของประเทศ ปรับเปลี่ยนโครงสร้างความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม ระหว่างประเทศ การพัฒนาเทคโนโลยีสื่อสารและสารสนเทศส่งผลให้โลกมีสภาพเหมือนเป็นหนึ่งเดียว มีการแข่งขันสูงผลกระทบในวงกว้างต่อผู้ผลิต ผู้บริโภค อย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน และนั่นเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการที่ทำให้ทรัพยากรมนุษย์เกิดการปรับตัวพัฒนาให้เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่อยู่ในโลกเศรษฐกิจใหม่ เทคโนโลยีได้เข้าไปมีบทบาทต่อวิถีชีวิตผู้คนและสังคมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ด้านการศึกษา ปัจจุบันเราสามารถใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการพัฒนาการเรียนรู้ได้อย่างกว้างขวาง การเรียนรู้ผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ จึงเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการเรียนการสอนปัจจุบัน เป็นการพัฒนาการเรียนการสอนให้ทันกับความก้าวหน้า มีการพัฒนาโปรแกรมและโปรแกรมสำเร็จรูปมาใช้ในการเรียนการสอนมากขึ้น ทำให้สื่อการเรียนการสอนสมัยใหม่มีการใช้ กระดาษ ปากกา ในการจัดบันทึกข้อมูลน้อยลง เพราะมีเทคโนโลยีของเครื่องคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต

พีซี สมาร์ทโฟน เข้ามาอำนวยความสะดวกให้กับนักเรียน นักศึกษาอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน (<https://www.komchadluek.net/news/edu-health/106301>)

อัตลักษณ์หมายถึงสิ่งที่เป็ยคุณสมบัติของคนหรือสิ่งหนึ่ง และมีนัยขยายต่อไปว่าเป็นคุณสมบัติเฉพาะของคนหรือสิ่งนั้น ที่ทำให้สิ่งนั้นโดดเด่นขึ้นมาหรือแตกต่างจากสิ่งอื่น อัตลักษณ์มิใช่เป็นสิ่งที่มียู่แล้วในตัวของมันเอง หรือกำเนิดขึ้นมาพร้อมคนหรือสิ่งของ แต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาและมีลักษณะความเป็นพลวัตอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับการให้ความหมายของ Berger and Luckmann (1967: 173) ใน ประสทธิลีปรีชา (2547: 33) กล่าวโดยอีกนัยหนึ่งอัตลักษณ์เป็นเรื่องของความเข้าใจและการรับรู้ที่เราเป็นใครและคนอื่นเป็นใครนั้นคือเป็นการกอบปรึช้และดำรงอยู่ว่าเรารู้เกี่ยวกับตัวเราเองอย่างไร และคนอื่นรับรู้เราอย่างไรโดยมีกระบวนการทางสังคมในการสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์ ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับบริบทของความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีต่อคนหรือกลุ่มอื่น ๆ ด้วย

ทั้งนี้ อภิญา เพ็องฟูสกุล (2546) อ้างถึง Kathryn Woodward (1997) ได้กล่าวไว้ว่า อัตลักษณ์ คือสิ่งที่ทำให้เรารู้ตัวเราเองว่า เราคือใคร และเราดำเนินความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ตลอดจนโลกที่แวดล้อมตัวเราอยู่อย่างไร อัตลักษณ์คือสิ่งที่กำหนดทางเดินให้กับเรา เป็นสิ่งที่บ่งบอกว่า ใครเป็นพวกเดียวกับเรา และใครที่แตกต่างจากเรา

ในปัจจุบันสถานการณ์ทางสังคมได้เปลี่ยนแปลงไปมาก เทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างสูง ในขณะที่เดียวกันกิจการเครื่องเขียนก็อยู่ในกระแสการเปลี่ยนแปลง และวิสัยทัศน์ของร้านคือควรจะเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นคำถามที่ตามมาก็คือ ผู้ประกอบการจะสามารถเพิ่มคุณค่า เพิ่มมูลค่าให้กับร้านเครื่องเขียนเล็กๆ แต่ให้มีศักยภาพในการแข่งขันและสร้างคุณค่าให้กับตนเองได้อย่างไร

สถานการณ์ในปัจจุบันมีข้อท้าทายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเครื่องเขียนอยู่หลายประการได้แก่

1) โครงสร้างประชากร ผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น : แนวโน้มของโลกมีการคาดการณ์กันว่าจากนี้เป็นต้นไปจนถึงปี 2030 องค์การสหประชาชาติ คาดการณ์ว่าในอีก 14 ปี จะมีผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) มากถึง 1.4 พันล้านคน หรือ 16.5% ของประชากรโลก ทั้งหมด 8.4 พันล้านคน ขณะที่ผู้สูงอายุไทยจะพุ่งสูงถึง 30% ของประชากรทั้งหมด 68.3 ล้านคน ประชากรผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นเป็น 30% ของประชากรไทย ด้วยเหตุนี้แนวโน้มทางธุรกิจที่น่าจะสนใจในอนาคตที่ตอบโจทย์ตรงนี้ได้ก็คือธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

ซึ่งวันหนึ่งผู้สูงอายุจะทำอะไรเองไม่ได้ และโอกาสของร้านเครื่องเขียนก็คือมีผู้สูงอายุกลุ่มหนึ่งที่ยังชอบอ่านหนังสือ ชอบการบันทึกเรื่องราวผ่านการเขียน ตลอดจนจนความต้องการในการสั่งซื้อสินค้าพิเศษที่ผู้สูงอายุไม่ถนัดที่จะกระทำเองผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

2) อาชีพ และธุรกิจน่าสนใจในอนาคต : ปัจจุบันมีคนรุ่นใหม่ไม่น้อยที่ใช้ช่องทางของโลกออนไลน์ให้เป็นประโยชน์เป็นกิจกรรม หรืองานอดิเรกส่วนตัวกลายเป็นอาชีพเล็กๆ และในที่สุดก็พลิกกันมาเป็นธุรกิจส่วนตัวในที่สุดซึ่งคนรุ่นใหม่กลุ่มนี้ส่วนใหญ่ก็จะอยู่ในกลุ่ม Gen Y เป็นส่วนใหญ่ด้วยลักษณะของคน Gen Y เป็นคนชอบอะไรง่าย ๆ ไม่มีพิธีรีตอง ทุกอย่างต้องง่ายและเร็วการทำธุรกิจจึงออกแนวง่ายและต้องรวดเร็ว และแม้ทุกคนจะสามารถเข้าถึงโอกาสในการเป็นเจ้าของสินค้าด้วยวิธีการง่ายดาย แต่ในบางเรื่องกลุ่มคนรุ่นใหม่ก็จะไม่เสียเวลา และเปิดโอกาสให้ร้านเครื่องเขียนเล็กๆ เป็นผู้ให้บริการ

3) บริการและธุรกิจที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว : มีรายงานว่ายิงสังคมอุดมด้วยเทคโนโลยีมากเพียงใด จิตวิญญาณของมนุษย์ก็ยิ่งห่างไกล จากตัวตนและอุดมการณ์ของมนุษย์มากเท่านั้น ความหมายก็คือ แม้มนุษย์จะสามารถเข้าถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตได้รวดเร็วเพียงไร มีอิสระเสรีที่จะได้เข้าถึงบริการอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียม แต่ในอีกด้านหนึ่งของมนุษย์ก็ยังคงต้องการได้รับการบริการที่เป็นบริการเฉพาะบุคคล และการมีปฏิสัมพันธ์ในฐานะมนุษย์กับมนุษย์ ไม่ใช่มนุษย์กับเทคโนโลยี

สถานการณ์ของร้านเครื่องเขียนเล็กที่มีพื้นที่จำกัดในการวางสินค้าซึ่งอาจทำให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคไม่ได้มากเพียงพอ จึงเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจ ผู้วิจัยซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องเขียน จึงได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องนี้เพื่อต้องการที่จะปรับปรุงอัตลักษณ์ของร้านในรูปแบบของกลยุทธ์และการบริการในแนวใหม่ ซึ่งแนวทางการปรับเปลี่ยนรูปแบบของบริการนี้ จะสามารถต่อยอดธุรกิจเครื่องเขียนให้สามารถตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงของสังคมได้ เพื่อพัฒนาต่อยอดธุรกิจให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพื่อความสำเร็จของธุรกิจเครื่องเขียนต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการปรับปรุงอัตลักษณ์ของร้านธุรกิจเครื่องเขียนศิวดล จังหวัด เชียงใหม่
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดและการบริการแนวใหม่ที่เหมาะสมกับร้าน ธุรกิจเครื่องเขียน

การดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “อัตลักษณ์ของธุรกิจเครื่องเขียนเพื่อการปรับตัว” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ด้วยกระบวนการวิธีการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary research) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – depth interview) โดยมีแนวทาง ดังนี้

1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
 - 1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลโดยตรง โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง คือผู้ให้ข้อมูลหลัก
 - 1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่มีการรวบรวมไว้ก่อนแล้ว เช่นรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถเชื่อมโยงและก่อให้เกิดประโยชน์รวมถึงบรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ผู้ศึกษากำหนดหัวข้อรายการต่างๆ ที่ต้องการจะศึกษาและรวบรวม โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยในแบบการสัมภาษณ์เป็นลักษณะแบบคำถามปลายเปิด การสัมภาษณ์จะเป็นการสัมภาษณ์แบบรายบุคคล เพื่อให้ผู้ที่ถูกสัมภาษณ์สามารถตอบคำถามและแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ ซึ่งอยู่ภายใต้หัวข้อที่ผู้สัมภาษณ์เป็นผู้กำหนด วิธีการสัมภาษณ์รูปแบบนี้ทำให้เกิดความยืดหยุ่นในหัวข้อคำถาม ทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์รู้สึกไม่เป็นทางการมากนักจึงสามารถสอบถามข้อมูลในเชิงลึกได้ และสะดวกต่อการรวบรวมข้อมูล และผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory Observation) โดยการศึกษาถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในชุมชนที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3. ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ศึกษาได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key – Informants Interview) ซึ่งเป็นการเลือกเชิงทฤษฎี (Theoretical sampling) ซึ่งได้แก่การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อการสัมภาษณ์จากประเด็นที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งแบ่งเป็น 3 กลุ่มได้แก่ 1) เจ้าของธุรกิจร้านเครื่องเขียน มีองค์ความรู้และประสบการณ์ที่สอดคล้องกับหัวข้อวิจัย เพราะประกอบธุรกิจเครื่องเขียนมาเป็นระยะเวลาหลายปี 2) ลูกค้าที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และ 3) เซลล์แมน ซึ่งมีประสบการณ์อยู่ในวงการทำธุรกิจเครื่องเขียน รวมทั้งสิ้นจำนวน 10 คน

4. การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้ศึกษาได้สร้างแบบสัมภาษณ์และทำการทดสอบแบบสัมภาษณ์เสร็จเรียบร้อยแล้ว จะนำแบบสัมภาษณ์ดังกล่าวไปสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยตนเอง โดยจะขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลหลักบันทึกเทปในการสัมภาษณ์ และนำเทปคำสัมภาษณ์มาถอดความ เพื่อนำข้อมูลคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์ดังกล่าวไปวิเคราะห์หาข้อมูลทางขั้นตอนเชิงคุณภาพต่อไป สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้ศึกษามีลำดับขั้นตอนในการวิเคราะห์ดังนี้

4.1 ผู้ศึกษาจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยมาเปรียบเทียบความเหมือนและความต่างของแต่ละบุคคล และจัดลำดับความสำคัญ และคุณลักษณะของข้อมูล

4.2 นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่จัดลำดับความสำคัญแล้ว นำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลทางเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะทราบถึงลักษณะที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกันของข้อมูล

4.3 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และจากการศึกษาต่างๆมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันอย่างเป็นระบบ และนำไปสู่การเชื่อมโยงข้อมูลเข้าด้วยกัน แสดงความสำคัญของข้อมูลได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อสะดวกในการวิเคราะห์และเขียนรายงาน ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะไม่ใช้ข้อมูลตัวเลข แต่จะเป็นข้อมูลเชิงพรรณนาที่มี “รายละเอียด” และ “ลึก” และมีการอ้างอิงโดยตรงเกี่ยวกับที่มาของข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าหรือข้อมูลทางเอกสาร

ดังนั้น ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการตอบประเด็นสัมภาษณ์ (Interview Research) และข้อมูลจากเอกสารต่างๆ (Document Research) จะถูกนำมาวิเคราะห์ และประมวลผลโดยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในแง่ต่างๆตามข้อเท็จจริง ทั้งในเชิงเหตุ และผล ซึ่งการวิเคราะห์จะออกมาในลักษณะของการพรรณานำไปสู่คำตอบในการ ศึกษาและสรุปตามหลักวิชาการประกอบการเขียนรายงาน

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาการปรับปรุงอัตลักษณ์ของร้านธุรกิจเครื่องเขียน ความจำเป็นในการต้องปรับปรุงอัตลักษณ์ของร้านธุรกิจเครื่องเขียน ความจำเป็นมาจากสถานการณ์ปัญหาของธุรกิจร้านเครื่องเขียน ผู้ให้ข้อมูลหลักได้ให้ สัมภาษณ์ และสามารถรวบรวมประเด็นได้ดังนี้

(1) นโยบายของรัฐบาลในการขยายโอกาสทางการศึกษา ซึ่งได้แก่การที่ รัฐบาลแจกเครื่องเขียน อุปกรณ์การเรียนให้กับกลุ่มเป้าหมาย นโยบายเช่นนี้ทำให้ทาง ร้านขาดรายได้และยอดขายลดลง แต่เนื่องจากการกระจายงบประมาณเพื่อซื้ออุปกรณ์ การเรียนให้นักเรียน หากโรงเรียนจัดซื้อกับร้านอุปกรณ์เครื่องเขียนก็อาจจะแก้ปัญหา ข้อนี้ได้ แต่ร้านที่ไม่ได้รับการติดต่อจากโรงเรียนจะทำให้ขายสินค้าได้น้อยลง

(2) เศรษฐกิจของประเทศและระดับปัจเจก ปัจจุบันเศรษฐกิจมีความฝืดตัว ประชาชนไม่กล้าใช้จ่ายและมีการเก็บออม ประหยัดมากขึ้น ขณะเดียวกันรายได้ที่เคย ได้รับก็น้อยลง อุปกรณ์เครื่องเขียนไม่จัดอยู่ในสินค้าจำเป็นของการบริโภคประจำวัน ดังนั้นเมื่อกำลังซื้อของคนมีจำกัด มีรายได้ก็น้อย ก็ทำให้มีกำลังซื้อน้อยลงเช่นกัน ส่งผล กระทบต่อยอดขายของร้านธุรกิจเครื่องเขียน

(3) การเข้าสู่ยุคเทคโนโลยีสมัยใหม่ ผลกระทบในการนำเทคโนโลยีเข้ามา ทดแทนการใช้เครื่องมืออุปกรณ์การเรียนแบบเดิม ส่งผลให้การจดบันทึกในการเรียน การสอนอาจจะทำได้ไม่ดี การเรียน การเขียนหนังสืออาจจะมีปัญหา เพราะใช้อุปกรณ์ สมัยใหม่ในการบันทึก การใช้ กระดาษ ปากกา ในการจดบันทึกข้อมูลน้อยลง

(4) ธุรกิจการขายออนไลน์ ปัจจุบันการขายแบบออนไลน์ทำให้การขายหน้า ร้านด้อยประสิทธิภาพลงไป เพราะทำให้ลูกค้าสะดวกสบายมากกว่าเนื่องจากเป็นช่อง ทางการซื้อของลูกค้าที่ง่ายขึ้น

(5) พฤติกรรมการทำงานรูปแบบใหม่ ในปัจจุบันการสั่งงาน การทำงาน ไม่ค่อยมีความจำเป็นต้องใช้เครื่องเขียน เช่น การประชุมของบริษัทจากเดิมที่ต้องมีการจัดบันทึกรายละเอียดต่างๆ มีการใช้ ปากกา กระดาษ แต่ในปัจจุบันบริษัทหันมาใช้เทคโนโลยีแทน เช่น การสั่งงานผ่านอินเทอร์เน็ต การประชุมทางไกล เป็นต้น

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษากิจกรรมการตลาดและการบริการแนวใหม่ที่เหมาะสมกับร้านธุรกิจเครื่องเขียน

กลยุทธ์การตลาด

(1) การปรับปรุงอัตลักษณ์ของร้านธุรกิจเครื่องเขียนในการสร้างอัตลักษณ์ชื่อเสียงหรือ “แบรนด์” ของร้านให้มีความแตกต่าง การขยายตลาดลูกค้าใหม่ด้วยการขยายตลาดออนไลน์ และการบริหารจัดการด้านการเงินและการควบคุมการเงินอย่างชัดเจนเพื่อทราบถึงผลกำไรหรือขาดทุนต่อเดือนได้อย่างแม่นยำ สำหรับกลยุทธ์การตลาดแนวใหม่ที่เหมาะสมกับร้านธุรกิจเครื่องเขียนคือ 1) การบริการที่ดี จริงใจ ซื่อสัตย์ กับลูกค้า 2) ราคาที่เหมาะสมและเป็นมิตรภาพ 3) การเอาใจใส่กับคุณภาพของสินค้า 4) การใช้กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่เพิ่มช่องทางการสั่งซื้อ ทางโทรศัพท์ และ อินเทอร์เน็ต และ 5) การประชาสัมพันธ์ ทำให้ลูกค้ารู้จักกับร้านมากขึ้น สำหรับแนวทางเพื่อตอบโต้การเปลี่ยนแปลงของลูกค้า คือการให้บริการที่ยืดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง การบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคลโดยใช้กลวิธี “เสื่อสั่งตัด” สามารถตอบสนองลูกค้าบนฐานความพึงพอใจของลูกค้าต่างวัยที่มีความต้องการการบริการที่หลากหลาย การจัดมุมพักผ่อนในร้านเพื่อตอบรับการให้บริการแก่กลุ่มผู้สูงอายุ รวมถึงพัฒนาบุคลากรเก่าและใหม่ให้เข้าใจการทำงานร่วมกัน เปิดใจเรียนรู้กระบวนการทำงานใหม่ๆ นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมประจำเดือนเพื่อสร้างเครือข่ายสังคมอุดมปัญญาที่ตอบสนองความต้องการของภาครัฐเพื่อสร้างรูปแบบของร้านธุรกิจเครื่องเขียนที่ต้องการการปรับตัว

(2) การขยายตลาด ปัจจุบันลูกค้านิยมกับการซื้อสินค้าทางออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ เพราะฉะนั้นทางร้านจึงมีแนวทางพัฒนาตลาดออนไลน์ เพราะไม่ว่าอยู่ที่ไหนก็มีช่องทางการจัดจำหน่ายให้แก่ลูกค้าได้ ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกสบายมากขึ้นด้วยกลยุทธ์ที่สำคัญคือทำเพจเพื่อโชว์สินค้าในรูปแบบที่ง่าย สะดวกทั้งรูปแบบผลิตภัณฑ์ สีสีนและราคา การเพิ่มการขายสินค้าในเฟสบุ๊ค เป็นการเพิ่มช่องทางและเพิ่มยอดขาย

ให้มากขึ้น อีกทั้งเป็นการสร้างฐานลูกค้าใหม่ๆเพิ่มขึ้นด้วย นอกจากนั้นการเพิ่มช่องทางใหม่ๆ คือแนวทางการขยายตลาดเข้าไปในประเทศเพื่อนบ้าน เพราะการแข่งขันของตลาดในประเทศที่รุนแรงขึ้น จากการเข้ามาของผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนนำเข้าในตลาดระดับกลางถึงระดับล่าง ผู้ซื้อบางรายไม่ซื้อเป็นปริมาณมาก โอกาสของร้านเครื่องเขียนขนาดเล็กจึงมีช่องว่างของโอกาสในการซื้อขายแบบรวดเร็วทางอินเทอร์เน็ต ตลาดส่งออกเครื่องเขียนที่มีศักยภาพน่าสนใจ ได้แก่ ประเทศในกลุ่มอาเซียน กลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ ลาว เขมร กัมพูชา เวียดนามที่เป็นลูกค้าซึ่งติดต่อกัน

(3) การส่งเสริมการตลาด ร้านธุรกิจเครื่องเขียนได้จัดเตรียมงบประมาณไว้จำนวนหนึ่ง สำหรับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมการขายที่เรียกสั้นๆง่ายๆว่า “ลด แลก แจก แถม” ซึ่งจัดขึ้น ณ บริเวณจุดขายสินค้า เพื่อกระตุ้นแรงซื้อจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ ยังมีการกระตุ้นยอดขายผ่านทางผู้จัดจำหน่ายของบริษัท ด้วยการมอบแรงจูงใจ เช่น การแจกทองให้กับผู้จัดจำหน่ายที่สามารถทำยอดขายได้ถึงเป้า และยังมีปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินงาน โดยจะต้องทำการปรับปรุงแผนการดำเนินธุรกิจใหม่ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปด้วย และกลยุทธ์การมีสินค้าที่หลากหลาย ซึ่งจะมีสินค้าครบทุกประเภทที่จำเป็นสำหรับนักเรียนและประชาชนทั่วไป สำหรับกลยุทธ์นี้จะมีการติดต่อประสานงานกับบริษัทต่างๆ เกี่ยวกับการนำสินค้าเข้ามาจำหน่ายที่หลากหลาย อาทิ บริษัท ซากูระจำกัด บริษัท นานมีจำกัด เป็นต้น นอกจากนั้นยังมีการเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อทางโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต ใช้การประชาสัมพันธ์เป็นการทำให้ลูกค้ารู้จักกับร้านมากขึ้น ผ่านใบปลิว ไปสเตอร์ และป้ายร้านที่มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าภายในร้าน และการติดต่อผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการโฆษณาและช่วยให้การสั่งซื้อสินค้าง่ายขึ้น

กลยุทธ์การให้บริการ

(1) การเข้าถึงผู้ต้องการรับบริการ เช่น สถานศึกษา การขายตรงเพราะหากโรงเรียนจัดซื้อกับร้านอุปกรณ์เครื่องเขียนก็อาจจะแก้ปัญหาข้อนี้ได้ แต่ร้านที่ไม่ได้รับการติดต่อจากโรงเรียนจะทำให้ขายสินค้าได้น้อยลง

(2) เศรษฐกิจของประเทศและระดับปัจเจกบุคคล ปัจจุบันเศรษฐกิจมีความฝืดตัว ประชาชนไม่กล้าใช้จ่ายและมีการเก็บออม ประหยัดมากขึ้น ขณะเดียวกันรายได้ที่

เคยได้รับก็น้อยลง อุปกรณ์เครื่องเขียนไม่จัดอยู่ในสินค้าจำเป็นของการบริโภคประจำวัน ดังนั้นเมื่อกำลังซื้อของคนมีจำกัด มีรายได้ก็น้อย ก็ทำให้มีกำลังซื้อน้อยลงเช่นกัน ส่งผลกระทบต่อยอดขายของร้านธุรกิจเครื่องเขียน

(3) การเข้าถึงลูกค้าเฉพาะกลุ่ม หัวใจสำคัญของการบริการคือการเข้าถึงลูกค้า ซึ่งเมื่อลองแบ่งประเภทของลูกค้าธุรกิจร้านเครื่องเขียนพบว่า มีทั้งลูกค้าประจำ ลูกค้าขาจร ลูกค้าต่างวัย แต่ลูกค้าที่พบมากและเกือบจะถึงครึ่งของลูกค้าทั้งหมดคือลูกค้าผู้สูงอายุ ลูกค้ากลุ่มนี้ไม่มีความถนัดในการใช้เทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่ และยังมีความต้องการอ่านหนังสือ และใช้อุปกรณ์เครื่องเขียนใน “โลกแบบดั้งเดิม” ซึ่งสำหรับลูกค้ากลุ่มนี้ทางร้านได้เปิดเคาน์เตอร์บริการรับสั่งซื้อสินค้าทุกประเภทซึ่งส่วนใหญ่จะใช้แอปพลิเคชันในการสั่งซื้อ แต่เมื่อลูกค้ากลุ่มนี้ใช้บริการสั่งซื้อผ่านแอปพลิเคชันไม่เป็น ทางร้านก็เปิดรับบริการให้เป็นพิเศษโดยคิดค่าบริการไม่มากนัก แต่ก็เป็นจุดดึงดูดให้ลูกค้ากลุ่มนี้กลับมาใช้บริการซ้ำในอีกเวลาต่อมา

(4) การให้บริการในระบบการสั่งซื้อ การให้บริการที่ดีให้กับลูกค้า และหาสินค้าที่สามารถตอบสนองของลูกค้านั้นได้มากที่สุด ผู้ประกอบการได้พัฒนาระบบการสั่งซื้อ เพิ่มเติมนอกเหนือจากที่จัดวางจำหน่ายตามร้านค้า/ร้านค้าปลีกทั่วไป เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค การปรับปรุงรูปแบบสถานที่จำหน่ายให้ครบวงจรมากขึ้น การจัดโปรโมชั่นสำหรับการสั่งซื้อ หรือบริการจัดส่งสินค้าฟรีตามเงื่อนไขและในพื้นที่ที่กำหนด เป็นต้น และเลือกช่องทางที่เหมาะสมกับการสื่อสารและเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคของตัวเอง และแค่พัฒนาธุรกิจอาจยังไม่พอ ควรจะต้องพัฒนาบุคลากรเก่าและใหม่ให้เข้าใจ เปิดใจเรียนรู้กระบวนการทำงานใหม่ๆ และเติบโตไปด้วยกัน และจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในช่วงเริ่มต้นแนะนำสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด

กลยุทธ์การสร้างอัตลักษณ์

กลยุทธ์ที่สร้างอัตลักษณ์ให้แบรนด์ร้านค้าของตนเองคือกลยุทธ์สร้างความแตกต่างซึ่งได้แก่ความแตกต่างในด้านคุณภาพสินค้า ราคาและช่องทางการตลาด

(1) คุณภาพสินค้า

อุปกรณ์เครื่องเขียนเป็นคุณสมบัติที่เป็นสินค้าสิ้นเปลืองที่ใช้แล้วหมดไป ปัจจัยเหล่านี้จึงทำให้ตลาดเครื่องเขียนของไทยอาจมีแนวโน้มเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

ทั้งผู้ผลิตในประเทศจากการออกผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายของผู้ประกอบการ ทั้งชนิดผลิตภัณฑ์ รูปแบบ ลวดลาย สี สันของน้ำหมึกและตัวเครื่องเขียน รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม เพื่อตอบสนองความต้องการใช้ตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่าง สำหรับทุกเพศทุกวัย อย่างไรก็ตาม เมื่อมีผู้ผลิต/ผู้นำเข้า/ผู้จัดจำหน่ายในตลาดมีมากขึ้น การแข่งขันของธุรกิจจึงเปลี่ยนแปลงไป เพราะด้วยลักษณะตัวสินค้าของทุกยี่ห้อสามารถทดแทนกันได้ ผู้บริโภคจึงมีทางเลือกในการตัดสินใจที่หลากหลายมากขึ้น ผู้ผลิตจึงต้องปรับตัวเพื่อสร้างความแตกต่างในตัวสินค้า การขยายฐานผู้บริโภคสู่กลุ่มองค์กรสำนักงาน รวมถึงการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้เหมาะแก่การใช้เป็นของขวัญ/ของที่ระลึกมากขึ้น ควบคู่กับการวางแผนรูปแบบการให้บริการที่ครบวงจร ทางร้านจะเน้นและคัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพเท่านั้น ที่จะนำมาขายนำมาเสนอลูกค้า ในราคาที่ยุติธรรม เพราะเรื่องราคาก็มีผลมีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าของลูกค้า ทางร้านก็พยายามหาสินค้าที่แตกต่างแบบใหม่ๆ มาเสนอลูกค้า ในกรณีนี้การแสวงหาตลาดใหม่ๆ ทั้งในและต่างประเทศที่จะทำให้ได้สินค้าในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพจึงมีความจำเป็น ซึ่งขึ้นอยู่กับการค้นหาข้อมูลอย่างฉับไว การเลือกซื้อ การเจรจาต่อรองและการตัดสินใจ

(2) ราคามิตรภาพ

ทำเลของร้านธุรกิจเครื่องเขียนส่วนใหญ่มีที่ตั้งเปิดอยู่หน้าโรงเรียน ราคาที่ขายให้กับลูกค้าจึงไม่สามารถเพิ่มกำไรได้มาก เพราะนักเรียนมีค่าใช้จ่ายไม่มาก ไม่มีรายได้ แต่ความตั้งใจคือให้ลูกค้าได้ใช้ของที่มีคุณภาพ ทางร้านเครื่องเขียนส่วนใหญ่จึงตั้งราคามิตรภาพให้เหมาะสมกับราคาที่สามารถจะยืนอยู่ได้ในการปรับตัว

(3) การเตรียมระบบภายใน

ระบบภายในได้แก่ระบบการเงิน การบัญชี ระบบทรัพยากรคนของร้าน ในการบริหารทรัพยากรบุคคล เพราะการหาพนักงานที่มีทักษะและมีความซื่อสัตย์เป็นสิ่งทำได้ยาก และสินค้าที่นำเข้ามาทำให้ยอดขายของร้านเครื่องเขียนดั้งเดิมลดลงบ้างทำให้ผู้บริโภคบางคนขาดความเชื่อมั่นในตัวสินค้า วิกฤตการณ์ทางการเงินทำให้เศรษฐกิจตกต่ำและมีผลโดยตรงต่อธุรกิจเครื่องเขียน เนื่องจากลูกค้าสำนักงานหลายแห่งปิดกิจการลงหรือมีการลดต้นทุน การดำเนินงาน ยอดขายเครื่องเขียนจึงลดลงอย่างมาก ทำให้หลายบริษัทประสบกับปัญหาขาดทุนจาก การดำเนินงานจำเป็นต้องปิดกิจการลงในที่สุด

การอภิปรายผล

ข้อค้นพบใน 3 ประเด็นได้แก่ (1) กลยุทธ์การตลาด (2) กลยุทธ์การให้บริการ และ (3) กลยุทธ์การสร้างอัตลักษณ์ ดังกล่าวสอดคล้องกับ ประพันธ์ เล็กสุมา (2555) ได้ศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจค้าปลีกเครื่องเขียนของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตอำเภอเมืองนครปฐม ซึ่งใช้ห่วงโซ่คุณค่าเป็นต้นแบบในการศึกษาการดำเนินธุรกิจ ด้านห่วงโซ่อุปทานคือ การเลือกซื้อสินค้าผ่าน 2 แหล่งคือ ร้านขายส่งและตัวแทนจำหน่าย ด้านการจัดการ คือจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ มีการทำระบบสินค้าคงคลัง และการแบ่งหน้าที่พนักงานให้ชัดเจน ด้านการจำหน่ายสินค้า เป็นการจำหน่ายสินค้าสู่ผู้บริโภคโดยตรง ทางด้านการตลาด ร้านค้าเน้นความหลากหลายและครบวงจรของสินค้า และใช้กลยุทธ์การตั้งราคาต่ำ ประกอบกับการเลือกทำเลที่ตั้งใกล้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และการมีการส่งเสริมการขายด้วยการลดราคา การแถมสินค้า ในด้านกิจกรรมสนับสนุนประกอบด้วยการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ คือสังเกตพฤติกรรมการณ์ซื้อของลูกค้าและเลือกสินค้ามาจำหน่ายให้ตรงกับความต้องการ การบริหารทรัพยากรบุคคลคือให้ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้ากับพนักงาน และการบริหารจัดการด้านการเงิน คือมีการจัดทำบัญชี ข้อค้นพบดังกล่าวของประพันธ์ เล็กสุมา สอดคล้องกับข้อค้นพบในการวิจัยนี้คือ การเตรียมระบบภายในซึ่งได้แก่ ระบบการเงิน การบัญชี ระบบทรัพยากรคนของร้าน ในการบริหารทรัพยากรบุคคล สำหรับร้านธุรกิจเครื่องเขียนได้จัดเตรียมงบประมาณไว้จำนวนหนึ่ง ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมการขายที่เรียกสั้นๆง่ายๆว่า “ลด แลก แจก แถม” ซึ่งจัดขึ้น ณ บริเวณจุดขายสินค้า เพื่อกระตุ้นแรงซื้อจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหรือการมอบของขวัญที่มีมูลค่ากับผู้ที่ทำยอดขายได้ตามเป้าหมาย

นอกจากนี้ข้อค้นพบยังสอดคล้องกับงานของ อรพินท์ ภัทรวินิชกุล ภัทรวินิชกุล ภัทรวินิชกุล ในงานวิจัยที่ศึกษา พฤติกรรมการณ์ซื้อเครื่องเขียนของนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาทางศิลปะในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อเครื่องเขียนของนักศึกษาในสาขาทางศิลปะ เพื่อนำมาเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียน และผู้ที่สนใจในการนำผลการวิจัยที่ได้มาวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับร้านค้าที่สามารถให้เลือกหยิบสินค้าได้เอง มียี่ห้อที่ต้องการ สถานที่สะดวกทันสมัย ราคา

ถูกกว่าแหล่งอื่น มีสิ่งอำนวยความสะดวกโดยปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้บริการหลังการขายส่วนใหญ่คือ การเปลี่ยนสินค้าไม่ได้ ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์การบริการในงานวิจัยนี้ ในการพัฒนาระบบการบริการและการฝึกอบรมพนักงานขายให้บริการหลังการขายแก่ลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

1. ธุรกิจเครื่องเขียนควรจะมีการปรับตัวให้ทันต่อยุคสมัย มีการทำการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ และเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ โดยเฉพาะการขายตลาดในกลุ่มเพื่อนบ้านเช่น ลาว เขมร เวียดนาม กัมพูชา
2. ธุรกิจต้องมีวิธีรับมือในการเปลี่ยนแปลงการโดยทำให้ในร้านมีบริการที่โดดเด่น สร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวให้กับร้าน เช่นการให้บริการผู้สูงอายุ การจัดมุมแนะนำสำหรับการสั่งซื้อสินค้าหายาก เช่นหนังสือ หรืออุปกรณ์เครื่องช่วยในการอ่านสำหรับผู้สูงอายุ
3. ใช้กลยุทธ์ทหารมด คือเป็นกลยุทธ์ที่ส่งพนักงานในร้านไปติดต่อ หน่วยงาน บริษัท โรงงาน โรงเรียน และ มหาวิทยาลัย เพื่อทำการขายส่ง เป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย แต่การติดต่อกับหน่วยงานราชการนั้น ต้องมีการทำหนังสือ ในการซื้อขายสินค้า ตามแบบฟอร์มของหน่วยงาน

บทสรุป

ความเปลี่ยนแปลงในเทคโนโลยีสารสนเทศมีผลกระทบอย่างสูงต่อการดำเนินกิจการร้านเครื่องเขียน สิ่งสำคัญของการประกอบธุรกิจให้สำเร็จ สามารถอยู่รอดได้ด้วย การปรับตัว กลยุทธ์การปรับตัวคือ 1)การสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ร้านให้มีความแตกต่าง ด้วย (1) การบริการที่ดี จริงใจ ซื่อสัตย์ กับลูกค้า (2) ราคาที่เหมาะสมและเป็นมิตรภาพ (3) คุณภาพของสินค้า (4) การใช้กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพิ่มช่องทางการสั่งซื้อ ทาง โทรศัพท์และ อินเทอร์เน็ต (5) การประชาสัมพันธ์ เป็นการทำให้ลูกค้ารู้จักกับร้านมากขึ้น 2) การขยายตลาดลูกค้าใหม่ด้วยการขยายตลาดออนไลน์ เพราะตอนนี้ลูกค้านิยมกับการซื้อสินค้าทางออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ เพื่อที่จะได้เพิ่มช่องทาง และเป็นการเพิ่มยอดขายให้มากขึ้น ผู้บริโภคในยุคสมัยนี้ชอบความสะดวกสบาย

มากกว่าอันไหนที่อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าได้มากกว่าลูกค้าก็จะเลือกสิ่งนั้น นอกเหนือจากนั้นสิ่งที่ทำควบคู่กันไปคือการจัดการระบบภายใน ได้แก่การบริหารจัดการด้านการเงิน การควบคุมการเงินอย่างชัดเจน โดยการจัดทำรายการบัญชี รายรับรายจ่าย และมีการแบ่งเงินที่ใช้ในกิจการ แยกจากเงินส่วนตัวอย่างชัดเจน เพื่อทราบถึงผลกำไรหรือขาดทุนต่อเดือนได้อย่างแม่นยำ ทำให้สามารถควบคุมและวางแผนการดำเนินงานของธุรกิจในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และพัฒนาบุคลากรเก่าและใหม่ให้เข้าใจ เปิดใจเรียนรู้กระบวนการทำงานใหม่ๆ และเติบโตไปด้วยกัน และจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในช่วงเริ่มต้นแนะนำสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด นอกจากนี้ ยังมี การการกระตุ้นยอดขาย ผ่านทางผู้จัดจำหน่ายของบริษัท ด้วยการแจกของให้กับผู้จัดจำหน่ายที่สามารถทำยอดขายได้ถึงเป้า และยังมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินงาน โดยจะต้องทำการปรับปรุงแผนการดำเนินธุรกิจใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป

เอกสารอ้างอิง

- คม ชัด ลึก. (2554). *วรัวจน์ชี้การศึกษาต้องเพิ่มการแข่งขัน*. สืบค้น 12 มิถุนายน 2562, จาก <https://www.komchadluek.net/news/edu-health/106301>
- โชติมา สุรเนตินัย. (2550). *โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจแคทิกอรีคิดเลออร์ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานที่มีการสั่งซื้อแบบออนไลน์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประสิทธิ์ ลีปรีชา. (2547). *ความหมายของอัตลักษณ์*. เชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประพันธ์ เล็กสุมา. (2555). *รูปแบบและกลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจค้าปลีกเครื่องเขียนของผู้ประกอบการรายย่อยในเขต อำเภอเมืองนครปฐม. นครปฐม. มหาวิทยาลัยราชภัฏ.*
- เพ็ญสินี แคมมณี. (2546). *หลักการค้าปลีก*. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, กรุงเทพฯ.
- สมาคมการพิมพ์สีกรีนไทย. (2015). *บทความ-showdetail-25196-83591-เครื่องเขียนไทยเติบโตอย่างสร้างสรรค์_สู่สังคมอุดมปัญญา.html*. สืบค้น 12 มิถุนายน 2562, จาก Thaiscreenprinting.or.th
- อรพินท์ ภัทรวชิษฎ์สันต์. (2546). *พฤติกรรมกรซื้อเครื่องเขียนของนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาทางศิลปะในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่*. กรุงเทพมหานคร.ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย.