



บทที่ ๔

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในเรื่องของการเลือกซื้อสีทาบ้าน ซึ่งได้สอบถามจากผู้บริโภคชั้นสุดท้ายในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน ๕๐๐ ราย ซึ่งคาดหวังว่าจะเป็นตัวของประชากรได้ ทั้งนี้เนื่องจากตัวแทนในการศึกษานั้น เป็นตัวแทนที่ได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสีทาบ้านทั้งสิ้น และสามารถตอบแบบสอบถามได้อย่างสมบูรณ์ จากผลการวิเคราะห์ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ คือ

๑. ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิจัย ปรากฏว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น ๕๐๐ ราย ประกอบด้วย เพศหญิงและเพศชายในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน และอายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงตั้งแต่ ๓๐ ปีขึ้นไป ซึ่งคนที่มีอายุอยู่ในช่วงนี้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้มีครอบครัวแล้ว ระบุว่ารายได้รวมของครอบครัวโดยประมาณจะอยู่ในช่วง ๑๐,๐๐๐-๓๐,๐๐๐ บาทต่อเดือนซึ่งสามารถที่จะผ่อนซื้อบ้าน และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีการศึกษาชั้นสูงสุดในระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่จะมีอาชีพ เป็นพนักงานของหน่วยงานต่างๆทั้งในภาคเอกชนและภาครัฐบาล

บ้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาศัยอยู่นั้นมีอายุระหว่าง ๕ ปีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ และบ้านที่ตกเป็นตัวอย่างนี้ส่วนใหญ่ได้ผ่านการทาสีมาแล้วไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ยกเว้นบ้านที่เพิ่งสร้างใหม่ซึ่งมีการทาเพียงครั้งเดียว แต่อย่างไรก็ตามบ้านที่ตกเป็นตัวอย่างทั้งหมดนี้ เจ้าของบ้านเป็นผู้มีส่วนในการพิจารณาตัดสินใจเลือกซื้อสีที่ใช้สำหรับทาบานของตนเองทั้งสิ้น

๒. การทาสีบ้านของผู้บริโภค

ในการทาสีบ้านของผู้บริโภคชั้นสุดท้ายนี้อาจแยกออกเป็น ๒ กรณี ได้แก่

๒.๑ กรณีการทาสีครั้งแรก เนื่องจากบ้านเพิ่งสร้างใหม่

๒.๒ กรณีการทาสีซ้ำ ซึ่งสาเหตุของการทาสีซ้ำนั้นส่วนใหญ่เนื่องมาจาก

สีเดิมชำรุด หลุด ล่อน และสีสนที่เลือกใช้สำหรับการทาสีซ้ำนั้นมักจะ เป็นสีเดียวกับสีเดิมที่ทำอยู่ก่อน หรือใกล้เคียงกับสีเดิม ซึ่งในการทาสีซ้ำแต่ละครั้งที่เกิดขึ้นนั้นมักจะทาหลังจากที่ทา

ผ่านมาแล้วมากกว่า ๕ ปีขึ้นไป

สำหรับค่าใช้จ่ายในการทาสีแต่ละครั้งซึ่งรวมค่าแรงในการทาแล้ว จะอยู่ในช่วงประมาณไม่เกิน ๑๐,๐๐๐ บาท และปริมาณสีที่ใช้จะไม่เกิน ๒๐ แกลลอน และลักษณะการทา มักจะทาพร้อมกันทีเดียวทั้งหลัง

การหาข่าวสารข้อมูลก่อนการทาสีบ้านของผู้บริโภคในเรื่องค่าใช้จ่ายในการทาสี ปริมาณสีที่จะใช้ ยี่ห้อของสีที่จะใช้ และการเลือกสีสันทัน จากผลการวิจัยอาจแยกออกได้เป็น ๒ กรณี ได้แก่

กรณีการทาครั้งแรกเนื่องจากบ้านเพิ่งสร้าง ในกรณีนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้มีการปรึกษาหรือสอบถามจากช่างทาสีในเรื่องที่เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการทาสี และปริมาณสีที่จะใช้ สำหรับในเรื่องเกี่ยวกับยี่ห้อสีที่จะใช้นั้นผู้บริโภคมักจะปรึกษาสถาปนิก ส่วนในเรื่องการเลือกสีสันทันนั้นผู้บริโภคมักจะเป็นผู้พิจารณาเอง และเป็นที่น่าสนใจก็คือ ในกรณีการทาสีครั้งแรกนี้สถาปนิกจะมีบทบาทในการให้คำแนะนำ หรือให้คำปรึกษายู่มากในทุกๆ เรื่อง

กรณีการทาซ้ำ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะปรึกษาหรือสอบถามช่างทาสีในเรื่องที่เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการทาสี ปริมาณสีที่จะใช้ ยี่ห้อของสีที่จะใช้ ส่วนในเรื่องสีสันทันนั้น ผู้บริโภคมักจะเป็นผู้พิจารณาเลือกเอง สำหรับกรณีการทาซ้ำนี้เป็นที่น่าสนใจก็คือ สถาปนิกจะมีบทบาทลดน้อยลงกว่าในกรณีแรกในการให้คำปรึกษา ในขณะที่เดียวกันเพื่อนหรือญาติจะเข้ามามีบทบาทในการให้คำปรึกษามากขึ้นแทน

๓. การพิจารณาเลือกซื้อสี

ในการพิจารณาเลือกซื้อสีของผู้บริโภคนั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีการกำหนดยี่ห้อของสีที่จะใช้หาไว้ล่วงหน้าก่อนการไปซื้อ และมักจะซื้อยี่ห้อที่ตนได้กำหนดไว้นั้นไม่ว่าจะกำหนดยี่ห้อที่จะซื้อไว้ล่วงหน้าเพียงยี่ห้อเดียวหรือหลายยี่ห้อก็ตาม สำหรับจำนวนยี่ห้อที่กำหนดไว้ล่วงหน้านั้นผู้บริโภคส่วนใหญ่จะกำหนดไว้เพียงยี่ห้อเดียว และยี่ห้อที่กำหนดไว้ล่วงหน้านั้นมีเพียง ๒-๓ ยี่ห้อเท่านั้น ซึ่งได้แก่ ยี่ห้อไอซีไอ ยี่ห้อทีโอเอ และยี่ห้อทับตัน

ปัจจัยที่ผู้บริโภครู้ค่าถึงมากในการพิจารณาเลือกซื้อสีทาบ้าน ได้แก่คุณภาพ ราคา และคำแนะนำจากผู้ประสพการณ์ แต่ปัจจัยในด้านคุณภาพ เป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุด และ

ปัจจัยที่ผู้บริโภคมีได้คำนึงถึงเลยในการพิจารณาเลือกซื้อ ได้แก่ เรื่องของแจกของแถมที่จะได้รับ รวมทั้งการได้รับบริการจากบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย

๔. ยี่ห้อของสีที่ผู้บริโภคเลือกใช้

จากผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่พิจารณาเลือกใช้สีเพียง ๒-๓ ยี่ห้อเท่านั้นไม่ว่าจะเป็นการทาภายในอาคารหรือภายนอกอาคารแม้ว่าในตลาดสีทาบ้านมีสีให้เลือกมากมายหลายยี่ห้อ และผู้บริโภคมักใช้สียี่ห้อเดียวกันทั้งการทาภายในและการทาภายนอกกรณีที่มีการทาพร้อมกันทั้งหลัง สำหรับตรายี่ห้อที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมใช้ ได้แก่ ยี่ห้อ ไอซีไอ ยี่ห้อ ทีโอเอ และยี่ห้อ กัปตัน ซึ่งทั้ง ๓ ยี่ห้อนี้มีผู้บริโภคเลือกใช้ร่วมกันแล้วมีจำนวนกว่า ร้อยละ ๖๐-๗๐ ส่วนยี่ห้ออื่น ๆ นั้นมีผู้บริโภคเลือกใช้บ้างเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

๕. ในส่วนของสีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

จากผลการวิจัยปรากฏว่า คุณภาพเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการพิจารณาเลือกซื้อของผู้บริโภค ซึ่งคุณภาพของสีที่ดีในความคิดเห็นของผู้บริโภคส่วนใหญ่ นั้น ควรจะต้องประกอบไปด้วย

๕.๑ ความคงทนของสี ซึ่งได้แก่ เนื้อสีที่ติดทนทาน ไม่แตก ไม่ล่อนและไม่ลอกง่าย

๕.๒ สีที่สวยสด ไม่ตก หรือซีดจางก่อนเวลาอันควร

สำหรับอายุของสีที่ทาหรือจำนวนปีของสีที่ควรคงสภาพอยู่ได้นั้น จากความคิดเห็นของผู้บริโภคปรากฏว่า สีควรจะคงสภาพอยู่ได้ในช่วงเวลาไม่น้อยกว่า ๔ ปี

๖. ในส่วนของสีเกี่ยวกับสถานที่ซื้อ

จากผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อสีทาบ้านจากร้านค้าสีทั่วไป แต่ก็มีบางส่วนที่มอบให้สถาปนิกหรือช่างทาสีเป็นผู้ซื้อหรือจัดหาให้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่า ผู้บริโภคส่วนนี้ได้มอบหมายหรือตกลงให้สถาปนิกหรือช่างทาสีเป็นผู้ดำเนินการในเรื่องของการทาสีทั้งหมด

๗. ในส่วนที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการจำหน่าย ซึ่งอาจแบ่งออกได้เป็น

๗.๑ การโฆษณา แม้ว่าการโฆษณาจะมีใช้ เป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคมุ่งหวังถึง แต่ผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่รู้จักยี่ห้อที่ใช้จากการโฆษณา และการโฆษณาก็มีบทบาทต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคอยู่บ้าง ในแง่ของการย้ำความรู้สึกให้มั่นใจในตราขายี่ห้อของสินค้ามากขึ้น

๗.๒ ของแจกของแถม ผู้บริโภคมิได้ให้ความสนใจในเรื่องของแจกของแถมเลย และการส่งเสริมการจำหน่ายวิธีนี้มีได้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคแต่อย่างใด

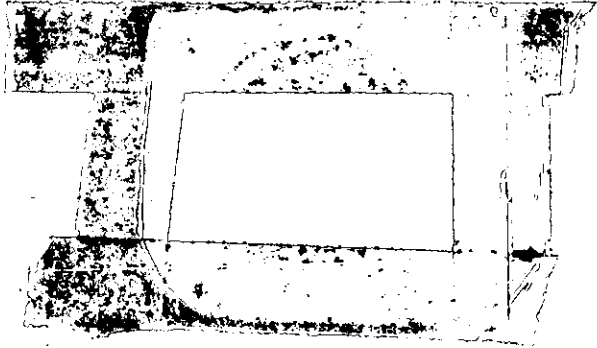
๘. การตัดสินใจของผู้บริโภค เกี่ยวกับการตราขายี่ห้อและการเลือกซื้อสินค้า

จากผลการวิจัยปรากฏว่า การตัดสินใจในเรื่องเกี่ยวกับการเลือกตราขายี่ห้อของสินค้าที่ใช้ที่บ้านนั้น ส่วนใหญ่พ่อบ้านจะเป็นผู้ตัดสินใจเลือกเอง ส่วนการเลือกซื้อสินค้าก็เช่นเดียวกัน คือ พ่อบ้านจะเป็นผู้ตัดสินใจเลือก แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าจะมีการปรึกษากันในระหว่างบุคคลในครอบครัวมากกว่าการตัดสินใจเลือกยี่ห้อ เช่น มีการปรึกษากันในระหว่างพ่อบ้านและแม่บ้าน, พ่อบ้าน-แม่บ้าน และบุตร เป็นต้น

๙. ความรู้สึกหลังการใช้

ในการทาสีครั้งล่าสุดที่ผ่านมาของผู้บริโภค ปรากฏว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่พอใจในคุณภาพของสียี่ห้อที่ใช้ และคิดว่าจะยังคงใช้สียี่ห้อเดิมต่อไปอีกในอนาคตที่จะมีการทาครั้งต่อไป ทั้งนี้เนื่องมาจากความมั่นใจและพอใจในคุณภาพ ซึ่งยี่ห้อที่ผู้บริโภครู้จักใช้ในการทาครั้งล่าสุด และคิดว่าจะใช้ต่อไปอีกในอนาคตมากที่สุด คือ ยี่ห้อไอซีไอ

สำหรับยี่ห้อที่ผู้บริโภครู้จักเคยใช้มาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันนั้น ส่วนใหญ่จะมีเพียง ๒-๓ ยี่ห้อเท่านั้นที่เป็นที่นิยมใช้กันมาก ซึ่งได้แก่ ยี่ห้อไอซีไอ ยี่ห้อดีโอเอ และยี่ห้อทับทิม ซึ่งยี่ห้อที่ผู้บริโภครู้จักเคยใช้และเกิดความพอใจเป็นพิเศษ ได้แก่ ยี่ห้อไอซีไอ เป็นอันดับหนึ่ง และเหตุผลที่พอใจเป็นพิเศษก็คือคุณภาพของสี



ข้อเสนอแนะ

ผู้เขียนได้ค้นคว้าผลการวิจัยที่ปรากฏข้างต้น ประกอบกับหลักวิชาการทางการตลาด
เป็นแนวทางสำหรับรวบรวมเป็นข้อเสนอแนะขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ข้อเสนอแนะต่าง ๆ นั้นจะให้
ผลในด้านปฏิบัติเพียงใดหรือไม่ นั้น ก็ขึ้นอยู่กับ การประยุกต์ ปฏิบัติ ร่วมกับการใช้ เทคนิคหรือกลยุทธ์
ต่างๆซึ่งมีแตกต่างกันในแต่ละธุรกิจได้เหมาะสม ซึ่งข้อเสนอแนะต่างๆมีดังต่อไปนี้ คือ

๑. ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์

เนื่องจากในตลาดสหภาพบ้านนั้นมีผลิตภัณฑ์ที่ออกจำหน่ายในตลาดมากมายหลายสิบยี่ห้อ
และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ก็มีความแตกต่างกันมาก ดังนั้นการที่ผู้ผลิตจะให้ผู้บริโภคซื้อสินค้านั้น
ตนมาใช้ นั้น จึงจำเป็นต้องผลิตสินที่มีคุณภาพมาตรฐาน เหมาะสมกับราคา เป็นที่ถูกใจและเชื่อใจ
ของผู้บริโภค ซึ่งคุณภาพที่ดีในความต้องการของผู้บริโภคนั้น ควรที่จะเน้นในด้านของ

- ๑.๑ ความคงทน ไม่แตก ล่อน หรือกระเทาะง่าย มีเนื้อสีละเอียดยึดติดทนนาน
- ๑.๒ สีสันทึบสวยสด ไม่ซีดจางเร็วจนเกินไป
- ๑.๓ สามารถทนต่อสภาพดินฟ้าอากาศได้ดี และไม่ขึ้นรา

๒. ควรให้ความสำคัญแก่ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่าผู้บริโภคจะมีการปรึกษาหรือขอคำแนะนำจากผู้รู้ หรือ
ผู้มีประสบการณ์ เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาเลือกซื้อ ซึ่งผู้รู้หรือผู้มีประสบการณ์เหล่านี้ ได้แก่
ช่างทาสี เพื่อนหรือญาติ เป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นการที่ผู้ผลิตมุ่งให้ความสนใจในกลุ่มบุคคลดังกล่าว
ย่อมก่อให้เกิดประโยชน์ในแง่ของการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตเอง เนื่องจากจากผู้บริโภค
ส่วนใหญ่จะให้ความเชื่อถือในข่าวสารข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลกลุ่มนี้มากกว่าข่าวสารที่ได้รับจาก
การโฆษณา อาจเนื่องจากความกระฉับกระเฉงในการสื่อสาร ประกอบกับประสบการณ์ที่เคย
ได้รับมาของบุคคลกลุ่มนี้ ดังนั้นการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลแก่ผู้บริโภคโดยผ่านกลุ่มบุคคล
เหล่านี้ควบคู่ไปกับการโฆษณา ย่อมจะเป็นการสร้าง ความเชื่อถือของผู้บริโภคที่มีต่อตราผลิตภัณฑ์
ได้ดียิ่งขึ้น

การเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตโดย เพื่อนหรือญาตินั้น ผู้ผลิตไม่อาจชักจูงหรือกระตุ้นให้เกิดได้โดยตรง แต่สามารถทำได้โดยการเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี มีคุณลักษณะเป็นที่ถูกใจ หลังจากที่คุณลูกค้าเหล่านี้ได้ประทับใจและเกิดความพอใจ ก็จะมีการแนะนำ ชักจูงให้คุณลูกค้าใกล้ชิดใช้ตรายี่ห้อดังกล่าว อันจะเป็นการช่วย เผยแพร่ผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ผลิตโดยที่ผู้ผลิตไม่ต้องใช้ความพยายามอื่นใดอีกเลย

ในกรณีของช่างทาสีนั้น นอกเหนือจากคุณภาพหรือคุณลักษณะที่ดีของผลิตภัณฑ์แล้ว การเสนอผลประโยชน์ในรูปแบบต่างๆแก่ช่างทาสี ก็จะเป็นการกระตุ้นให้ช่างทาสีแนะนำ ชักจูง ตลอดจนเสนอตรายี่ห้อของผู้ผลิตแก่เจ้าของบ้านในการพิจารณาเลือกใช้ และจากผลการวิจัยยังปรากฏว่า มีผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยที่ให้ช่างทาสีเป็นผู้กำหนดยี่ห้อให้ หากผู้ผลิตสามารถชักจูงให้ช่างทาสีจำนวนนี้หันมาเลือกใช้ตรายี่ห้อของผู้ผลิต ก็จะเป็นการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดได้ไม่น้อยเลยทีเดียว

๓. ในส่วนที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการจำหน่าย

การโฆษณา นับว่าเป็นสิ่งสำคัญพอสมควร ถึงแม้ว่าการโฆษณาจะมีได้ เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อใช้ก็ตาม แต่จากการวิจัยปรากฏว่า การโฆษณามีส่วนสำคัญมากที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักตรายี่ห้อของสี และอีกประการหนึ่งก็คือ การโฆษณามีส่วนสำคัญในแง่ของการช่วยย้ำความรู้สึกให้มั่นใจในตรายี่ห้อมากขึ้น ดังนั้นผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายควรมีการโฆษณาในลักษณะที่ต่อเนื่องกัน เพื่อให้ผู้บริโภคที่กำลังจะทาสีได้รู้จักตรายี่ห้อ อีกทั้งเกิดความมั่นใจในตรายี่ห้อ และ เพื่อให้บุคคลที่มีส่วนในการแนะนำยี่ห้อสีที่จะใช้แก่ผู้บริโภคซึ่งได้แก่กลุ่มเพื่อนหรือญาติทำได้โดยไม่ลืม ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลเหล่านี้จะแนะนำให้ใช้ก็ต่อเมื่อมีประสบการณ์ในการใช้ และมีความมั่นใจ พอใจในคุณภาพ และคุณลักษณะต่างๆของตรายี่ห้อ จึงจะแนะนำให้บุคคลอื่นใช้ ดังนั้นการโฆษณาก็มีส่วนช่วยให้บุคคลเหล่านี้สามารถจดจำยี่ห้อที่เคยใช้ได้ และสามารถแนะนำให้บุคคลใช้ต่อไปได้ด้วย

๔. เพิ่มรายละเอียดในเรื่อง เกี่ยวกับวิธีการใช้สี

ควรเพิ่มรายละเอียดในเรื่อง เกี่ยวกับวิธีการใช้สีก่อนการทาสี เช่น การผสมสี การ

เตรียมพื้นที่ก่อนการทา และวิธีการทา ให้กระจ่างชัดยิ่งขึ้น เพื่อป้องกันมิให้สีเสื่อมสลายก่อนเวลาอันควร เนื่องจากวิธีการใช้หรือทาที่ไม่ถูกต้อง เท่าที่ปรากฏในปัจจุบันมีผู้บริโภคบางส่วนได้ทำการทาสีเอง ทั้งนี้เนื่องจากบริเวณที่ทามีพื้นที่ไม่มาก และไม่ยากที่จะทาเอง แต่ผู้บริโภคที่ทาสีเองนั้นอาจไม่เข้าใจวิธีการปฏิบัติและวิธีการทาที่ไม่ถูกต้อง อีกประการหนึ่งก็คือช่างทาสีอาจจะเลย ไม่ปฏิบัติตามวิธีการใช้อย่างถูกต้อง ทั้งนี้เพื่อความสะดวกของตนเอง ซึ่งทั้งสองประการนี้อาจทำให้สีที่ทาไปนั้น เสื่อมสลายเร็วกว่าที่ควรจะเป็น และจะทำให้ผู้บริโภคคิดว่าสียี่ห้อนั้นๆมีคุณภาพไม่ดี อันจะเป็นผลทำให้เกิดทัศนคติที่ไม่ดีกับตรายี่ห้อของสีนั้นๆได้

ดังนั้นการให้ความกระจ่างในเรื่องวิธีการปฏิบัติอย่างถูกต้อง และละเอียดค้ำยคมทำให้ผู้บริโภคเข้าใจและปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ซึ่งในปัจจุบันผู้ผลิตมักแสดงวิธีการปฏิบัติเพียงย่อๆไว้ข้างกระป๋อง และนอกจากนี้การให้ความกระจ่างในเรื่องดังกล่าวข้างต้น อาจเป็นแนวทางให้เจ้าของบ้านใช้ควบคุมดูแลการทาสีของช่างทาสี ให้ปฏิบัติในวิธีการที่ถูกต้องในกรณีที่ช่างสีละเลยไม่ปฏิบัติตามวิธีการใช้ที่ถูกต้อง ซึ่งจะช่วยให้สีที่ทานั้นคงสภาพและมีอายุยาวนานตามคุณภาพของสียี่ห้อนั้นๆ

๕. สำหรับผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายที่ออกสียี่ห้อใหม่

แม้ว่าสีที่ออกใหม่นั้นจะมีคุณภาพดีก็ตาม ก็เป็นการยากที่จะชักจูงให้ผู้บริโภคหันมาทดลองใช้ ทั้งนี้เนื่องจากในการทาสีบ้านแต่ละครั้งมักเกิดความยุ่งยาก และเกิดปัญหาอย่างมากมายแก่เจ้าของบ้าน ทั้งในเรื่องของการจัดเตรียมสถานที่ หรือในเรื่องเวลาสำหรับการควบคุมดูแลการทาสี อีกทั้งการทาสีบ้านในแต่ละครั้งนั้นต้องเสียค่าใช้จ่ายมิใช่น้อย ผู้บริโภคจึงมักจะระมัดระวังความเสียหายจากการเลือกใช้ยี่ห้อสีที่ไม่มีคุณภาพด้วยการใช้ยี่ห้อที่ตนเองและเพื่อนหรือญาติเคยใช้และพอใจในคุณภาพมาแล้ว หรือเลือกยี่ห้อสีที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย และหลีกเลี่ยงที่จะเลือกยี่ห้อสีที่ออกใหม่ อีกทั้งยังไม่เป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาด ดังนั้น เพื่อให้เกิดการทดลองใช้สียี่ห้อใหม่ ผู้ผลิตอาจจัดให้มีแผนกรับบริการทาสีแก่ผู้บริโภคโดยมีการรับประกันคุณภาพในระยะเวลาพอสมควร ซึ่งการปฏิบัติเช่นนี้อาจเป็นการลดความเสี่ยงและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในอันที่จะใช้ยี่ห้อใหม่ และการให้บริการในลักษณะเช่นนี้น่าจะเป็นที่สนใจของผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคจะได้รับความสะดวกสบาย และไม่ต้องประสบปัญหาต่างๆอันเกิดจากการทาสี เช่น การหาช่าง

ทาสีที่ไว้ใจได้ การจัดเตรียมสถานที่ ตลอดจนความเสียหายหลังการทา เป็นต้น และเมื่อมอง
ในแง่ของบริษัทผู้ผลิต การตั้งหน่วยบริการทาสีนี้อาจมีผลแก่บริษัทในแง่ต่างๆ ดังนี้คือ

๔.๑ เป็นการส่งเสริมให้มีการทดลองใช้ตรายี่ห้อที่เพิ่ง เริ่มออกสู่ตลาด

๔.๒ เป็นการสร้างความ เชื่อมั่นให้แก่ตรายี่ห้อ จากการที่ผู้มีการรับประกันหลังการทา

๔.๓ เมื่อผู้บริโภคมีการทดลองใช้และมีความ เชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์แล้ว ก็อาจจะมีการ
แนะนำหรือชักจูงให้มีการใช้ตรายี่ห้อดังกล่าวแพร่หลาย ในหมู่ผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

วิธีการเสนอบริการการทาสีแก่ผู้บริโภคของผู้ผลิตนี้ นอกจากจะใช้สำหรับยี่ห้อที่ออกสู่
ตลาดใหม่แล้ว ยังสามารถใช้กับยี่ห้อที่ได้รับความนิยมทั่วไปในตลาดอีกด้วย ทั้งนี้เนื่องจากการ
ปลอมปนหรือปลอมแปลงสีมักเกิดขึ้นบ่อยๆ การที่ผู้บริโภคได้รับบริการโดยตรงจากบริษัทผู้ผลิต
หรือผู้จำหน่ายเอง ย่อมเกิดความมั่นใจที่จะได้รับของแท้ที่มีคุณภาพดี และเกิดความสะดวกซึ่ง
อาจจะส่งผลทำให้ได้รับการใช้บริการจากผู้บริโภคแพร่หลายขึ้น

๖. รัฐบาล

สำหรับในภาครัฐบาลนั้น รัฐบาลควรจะเข้ามามีบทบาทในอันที่จะส่งเสริม สนับสนุนให้
อุตสาหกรรมสีภายในประเทศพัฒนาก้าวหน้าขึ้น ทั้งปริมาณและคุณภาพให้เพียงพอแก่ตลาดทั่วไป
ปัญหาหนึ่งที่รัฐบาลควรแก้ไข คือ ปัญหาการผลิตสีที่มีคุณภาพไม่ได้มาตรฐานของโรงงานผลิตสี
ขนาดเล็ก ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากและไม่คิดที่จะปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน ทั้งนี้
อาจเนื่องมาจากการปรับปรุงให้มีคุณภาพดีนั้นย่อมมีต้นทุนการผลิตที่สูง อีกทั้งโรงงานขนาดเล็ก
เหล่านี้มุ่งเน้นแข่งขันกันในเรื่องของราคาเป็นหลักใหญ่ แต่อย่างไรก็ดี ดังที่ปรากฏผลจากการ
วิจัยแล้วว่าผู้บริโภคชั้นสุดท้ายในเขตกรุงเทพมหานครมักจะเลือกใช้สีเพียงไม่กี่ยี่ห้อ ทั้งนี้เนื่อง
จากไม่มีความมั่นใจในคุณภาพของสีโดยทั่วไป เพราะสาเหตุการผลิตสีที่มีคุณภาพแตกต่างกันมาก
ของโรงงานต่างๆ ตลาดสีจึงถูกจำกัดเพียงสีไม่กี่ยี่ห้อ และการเข้าสู่ตลาดของสียี่ห้อใหม่ๆ ก็เป็น
ไปได้อย่างยากยิ่ง ถึงแม้สียี่ห้อใหม่ๆ นี้จะมีคุณภาพที่ดีเยี่ยมก็ตาม ซึ่งปัญหานี้รัฐบาลอาจแก้ไข
ได้โดย

๖.๑ ควรมีการจำกัดโรงงานผลิตสีไม่ให้เพิ่มมากเกินไป โดยเฉพาะโรงงานขนาด
เล็ก ทั้งนี้เพราะในปัจจุบันมีโรงงานเพียงพอที่จะสามารถผลิตสีสนองความต้องการภายในประเทศ

๖.๒ ควรสนับสนุนโรงงานที่มีอยู่แล้วให้พยายามปรับปรุงคุณภาพสที่ผลิตให้ได้มาตรฐานที่กำหนดไว้ โดยพยายามให้บริษัทต่างๆที่มีอยู่หันมาแข่งขันกันในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจทำได้โดยการ เผยแพร่ข่าวสารผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้มาตรฐานคุณภาพให้แก่ประชาชนทั่วไปทราบ และชี้แจงชักชวนให้ประชาชนใช้แต่สที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน เท่านั้น นอกจากนี้รัฐบาลควรได้ดำเนินการขึ้น เต็ดขาดกับโรงงานที่ผิดกฎหมาย คือโรงงานที่มีได้จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นโรงงานที่มักจะผลิตสที่คุณภาพต่ำมาก

๖.๓ ควรสนับสนุนให้มีการส่งออกให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยอำนวยความสะดวกให้ผู้ผลิตสามารถส่งผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ออกแข่งขันในตลาดต่างประเทศโดยไม่เสียเปรียบแก่ผลิตภัณฑ์ของประเทศอื่นๆ ซึ่งอาจช่วยโดยการลดภาษีขาออก หรือ ลดภาษีการนำเข้าวัตถุดิบสำหรับในส่วนที่ผลิตเพื่อการส่งออก เป็นต้น นอกจากนี้ยังควรจะมีการควบคุมคุณภาพของสที่จะส่งออกให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกเป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ

๖.๔ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งเป็นหน่วยงานหน่วยหนึ่งของรัฐบาล ควรจะเข้ามามีบทบาทเองหรือเข้าร่วมมือกับภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อการปฏิบัติการชี้แจง หรือ แนะนำให้ประชาชนทั่วไปทราบถึงรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โดยทั่วไป ตลอดจนทำความเข้าใจในเรื่องของผลิตภัณฑ์ว่า สที่ผลิตขึ้นได้ภายในประเทศในขณะนี้นี้มีมาตรฐาน และคุณภาพไม่แพ้สที่ผลิตจากต่างประเทศในทุกโอกาสที่สมควรแก่การ เผยแพร่และแนะนำ เพื่อเป็นการสนับสนุนให้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นได้ในประเทศ และเพื่อเป็นการลดการนำเข้า

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย