

วิเคราะห์ผู้ผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดในจังหวัดนครราชสีมา

ในบทนี้ ผู้เขียนจะได้เสนอผลการสำรวจและวิเคราะห์ผู้ผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดในจังหวัดนครราชสีมา ในด้านการตลาดน้ำบริโภคบรรจุขวด ซึ่งเท่ากับเป็นการมองการตลาดน้ำบริโภคบรรจุขวดในสายตาของผู้ผลิตอันจะเป็นการเปรียบเทียบกับทัศนคติของผู้บริโภค ซึ่งจะเสนอในบทต่อไป และจะเป็นการช่วยให้งานวิจัยด้านการตลาดของน้ำบริโภคบรรจุขวดฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้ผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดในจังหวัดนครราชสีมาปัจจุบันมีอยู่ทั้งสิ้น ๕ ราย คือ

๑. บริษัทนครราชสีมา เทร็กซ์คูล จำกัด ผู้ผลิตจำหน่ายน้ำดื่ม เทร็กซ์คูล
๒. ห้างหุ้นส่วนจำกัด แทรวี ผู้ผลิตจำหน่ายน้ำดื่ม แทรวี
๓. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ไนแองการ่า ผู้ผลิตจำหน่ายน้ำดื่ม ไนแองการ่า
๔. บริษัทวอเทอริส จำกัด ผู้ผลิตจำหน่ายน้ำดื่ม วอเทอริส
๕. บริษัทชนรัฐ เอจีเนียริง จำกัด ผู้ผลิตจำหน่ายน้ำดื่ม เชียร์

ผู้ผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดทั้ง ๕ ราย ตั้งกล่าวข้างต้นนี้โดยมีลักษณะเหมือนกัน ประเภทเดียวกัน ออกจำหน่ายแข่งขันกันในพื้นที่ซึ่งเป็นตลาดแห่งเดียวกัน การดำเนินธุรกิจประเภทนี้จึงมีสิ่งน่าสนใจหลายประการ นอกจากเรื่องราวเกี่ยวกับการดำเนินกิจการแล้ว ยังนำศึกษาถึงแนวโน้มของการตลาดในอนาคต ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการประเภทนี้เป็นอย่างยิ่ง ในบทนี้ ผู้เขียนจึงได้พยายามติดตามสำรวจและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการของกิจการน้ำบริโภคบรรจุขวดและได้นำมาวิเคราะห์ตามหลักการตลาด เสนอผลการสำรวจและวิเคราะห์ ดังที่ปรากฏ

## จุดมุ่งหมาย

จากมูลเหตุที่กล่าวแล้วข้างต้น ผู้เขียนได้ตั้งเป้าหมายในการสำรวจ-สัมภาษณ์ และวิเคราะห์เรื่องการค้าคนน้ำวรีโลกบรจรวุกในก้านของผู้ผลิตไว้ดังนี้

๑. เพื่อทราบถึงมูลเหตุจริงใจ และแรงผลักดันที่ทำให้ผู้ผลิตได้ตัดสินใจลงทุน ประกอบกิจการน้ำวรีโลกบรจรวุกขึ้นในจังหวัดนครราชสีมา
  ๒. เพื่อทราบข้อมูลและผลเกี่ยวกับการผลิตน้ำวรีโลกบรจรวุก ลักษณะของผลิตภัณฑ์ คุณภาพ ชนิด ขนาด และเหตุผลในการผลิตดังกล่าวในแง่ของธุรกิจ หรือทัศนคติทางการตลาด
  ๓. เพื่อทราบข้อมูลและผลเกี่ยวกับการตั้งราคา การกำหนดราคาขายปลีก และขายส่ง การคำนวณเกี่ยวกับ ต้นทุน - กำไร และการตัดสินใจในเรื่องการเปลี่ยนแปลงราคาเมื่อสภาพทางการเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไป
  ๔. เพื่อทราบข้อมูลและผลเกี่ยวกับการนำสินค้าออกสู่ตลาด การเลือกตลาด และวิธีวางตลาด ของผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำวรีโลกบรจรวุก ซึ่งย่อมจะมีทั้งการค้าเป็น กลยุทธ์ทางการตลาด แบบประสมการณ์ หรือแบบวิชาการ
  ๕. เพื่อทราบข้อมูลและผลเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายการแข่งขันในตลาด การเน้นหนักด้านบริการ และกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายของผู้ผลิตจำหน่ายแต่ละราย
- การสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องราวดังกล่าวมานี้ ผู้เขียนมีความมั่นใจว่าจะทำให้เกิดผลในแง่ของวิชาการด้านการตลาด คือได้ทราบและได้เปรียบเทียบกลยุทธ์ทางการตลาด ในด้านวิชาการ กับการปฏิบัติจริงซึ่งจะช่วยให้การศึกษาเกี่ยวกับการตลาดของสินค้าประเภทนี้สมบูรณ์ขึ้น

## วิธีการสำรวจและสัมภาษณ์

เนื่องจากผู้ผลิตจำหน่าย แต่ละรายคงกล่าวทอนกันได้ตั้งโรงงานผลิตน้ำบริโภค บรรจุน้ำอยู่ในเขตท้องที่อำเภอเมือง นครราชสีมา และส่วนใหญ่อยู่ในเขตเทศบาลเมือง นครราชสีมา หรือที่ตั้งอยู่นอกเขตเทศบาลคืออยู่ในตำบลที่ติดต่อกันใกล้เคียงกับเขตเทศบาล เมืองนครราชสีมา เป็นการสะดวกในการคมนาคมติดต่อโดยตรงถึงตัวผู้ประกอบการหรือ ผู้จัดการของผู้ผลิตได้โดยง่าย ผู้เขียนจึงสามารถเข้าไปพบ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ หรือผู้จัดการรวมทั้งมีโอกาสสังเกตการณ์ ทั้งด้านการผลิตและด้านการตลาดไปพร้อม กันด้วยอย่างครบถ้วน และผู้เขียนเชื่อมั่นว่าข้อมูลที่ได้รับเป็นข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจนที่สุด

ในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ หรือผู้จัดการ บริษัท ห้างหุ้นส่วน ผู้ผลิตน้ำบริโภค บรรจุน้ำ ผู้เขียนได้เลือกเวลาที่สะดวกไปติดต่อ และนัดหมายขอทำการสัมภาษณ์ และ สังเกตการณ์ ซึ่งได้รับความสนใจ และได้รับความร่วมมืออย่างดียิ่ง ผู้เขียนได้เตรียม คำถามไว้ในระหว่าง ๕ - ๗ ข้อ เพื่อถามผู้ประกอบการหรือผู้จัดการของบริษัทห้างหุ้น ส่วน เป็นการเปิดรายการ และหารายละเอียดเพื่อให้ได้คำตอบมาบรรจุน้ำดื่มหมายถึง ตั้งไว้ แต่จากการสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ ผู้ให้สัมภาษณ์มักจะเป็นผู้เล่าเรื่องให้ฟังโดยละเอียด ซึ่งผู้เขียนได้มีโอกาสใช้คำถามที่เตรียมไปเพียงไม่กี่คำถาม หรือถามเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ ครบประเด็นตามที่ต้องการเท่านั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนมากมักจะปิดบังข้อมูลในระยะแรกที เริ่มเข้าไปสอบถาม แต่เมื่อผู้เขียนได้อธิบายถึงรายละเอียดเกี่ยวกับภารกิจ และแสดง สถานภาพของผู้เขียนให้ทราบชัดเจนแล้ว ผู้ให้สัมภาษณ์ก็มักจะเปลี่ยนท่าที และเปิดเผย รายละเอียดให้ทราบทุกแง่มุมนอกเหนือจากที่ประสงค์และที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้เป็นอันมาก ซึ่งผู้เขียนจำเป็นต้องซักทวนออกเพื่อให้เหมาะสมกับหัวข้อของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ผู้เขียนใช้เวลาในการสัมภาษณ์ และสังเกตการณ์จากผู้ให้สัมภาษณ์ และ  
กระบวนการผลิตและจำหน่ายน้ำบริโภคบรรจุขวดเป็นเวลารวมทั้งสิ้นประมาณ ๒๐ ชั่วโมง  
หรือคิดโดยเฉลี่ย รายละเอียด ๔ ชั่วโมง

ผลการวิเคราะห์ผู้ผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวด

๑. เกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจ และแรงผลักดันที่ทำให้ผู้ผลิตได้ตัดสินใจลงทุนผลิต  
น้ำบริโภคบรรจุขวดขึ้นในจังหวัดนครราชสีมา

จากการศึกษาและการสัมภาษณ์ผู้ผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวด รวม ๕ ราย ในเขต  
เมืองนครราชสีมา ผู้เขียนได้ทราบว่ามูลเหตุจูงใจผู้ผลิตซึ่งเป็นแรงผลักดันที่สำคัญที่ทำให้  
ให้ตัดสินใจผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดออกจำหน่าย ดังนี้

๑.๑ มองเห็นโอกาสที่จะเข้าครองตลาดน้ำบริโภคบรรจุขวด ในระยะ  
เริ่มแรกของการตัดสินใจผู้ผลิตรายหนึ่งได้มองเห็นว่า น้ำบริโภคบรรจุขวดเป็นสินค้าที่  
จับพอร์ทหลายกันคืออยู่แล้วในเมืองนครราชสีมา โดยในระยะนั้น (ประมาณปี พ.ศ. ๒๕๑๗)  
ทหารอเมริกันได้ตั้งฐานทัพอากาศอยู่ในจังหวัดนครราชสีมา ภาวะทางเศรษฐกิจของเมือง  
เฟื่องฟูมาก น้ำบริโภคบรรจุขวดมีจำหน่ายแพร่หลาย เช่น โพลาริส และเป็นที่ยึดกันใน  
นามของน้ำกลั่น หรือน้ำบริสุทธิ์ ภายหลังจากที่ทหารอเมริกันได้ถอนฐานทัพออกไปในปี  
พ.ศ. ๒๕๑๘ น้ำบริโภคบรรจุขวดซึ่งเคยมีจำหน่ายอยู่หลายยี่ห้อก็หายไปจากตลาด เหลือ  
เพียงยี่ห้อโพลาริส ที่มีโรงงานผลิตอยู่ในกรุงเทพฯ ผู้ผลิตเห็นว่าเป็นโอกาสที่จะผลิต  
น้ำบริโภคบรรจุขวดออกแข่งขันกับโพลาริส โดยเชื่อมั่นว่าสามารถแข่งขันได้ เพราะ  
โรงงานผลิตอยู่ในท้องถิ่น ย่อมได้เปรียบในเรื่องต้นทุนการผลิต และด้านการให้บริการ

รายละเอียดเกี่ยวกับผู้ผลิต ปรากฏอยู่ในภาคผนวกท้ายเล่มแล้ว

### จักจำหน่าย

๑.๒ การคาดการณ์สภาพของตลาดในอนาคต ผู้ฉ้อโกงรายนี้กล่าวว่า มูลเหตุที่ตัดสินใจลงทุนผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวด เพราะคาดคะเนจากสภาพของตลาดในขณะนั้นว่า น้ำบริโภคบรรจุขวดจะคงเป็นสินค้าที่ประชาชนนิยม เพราะมีคุณสมบัติเหมาะสมในการบริโภคหลายประการ รวมทั้งพิจารณาเห็นว่าในเขตเมืองนครราชสีมา มีประชากรหนาแน่น และมีจำนวนมากถึงประมาณสองแสนคน เป็นชุมชนใหญ่และสภาพทางเศรษฐกิจค่อนข้างมั่นคง เป็นที่เชื่อได้ว่าจะเป็นชุมชนที่ขยายตัวใหญ่ขึ้นเรื่อย ๆ ความต้องการน้ำดื่มอันเป็นปัจจัยที่จำเป็นในการดำรงชีพประจำวัน จะต้องเพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัว หวังมองเห็นได้ว่า ประชาชนจะไม่นิยมดื่มน้ำประปา เพราะน้ำประปาไม่สะอาดประชาชนส่วนใหญ่จะต้องมาดื่มน้ำบรรจุขวดค่อนข้างแน่นอน แม้จะมีการผลิตออกมาแข่งขันกันหลายบริษัท แต่ปริมาณการผลิตก็ยังไม่เพียงพอ เมื่อพิจารณาเห็นว่าสามารถแข่งขันได้ และมองเห็นว่าสภาพตลาดในอนาคตจะมีทิศทางแจ่มใส จึงตัดสินใจลงทุนผลิตออกจำหน่าย<sup>๑</sup>

๑.๓ ความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการแข่งขัน มีผู้ฉ้อโกงรายหนึ่งกล่าวถึงมูลเหตุของใจและแรงผลักดันให้เข้ามาลงทุนผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดออกจำหน่าย เพราะเห็นว่าน้ำบริโภคบรรจุขวดที่วางจำหน่ายในท้องตลาดขณะนั้นเป็นน้ำบริโภคชนิดธรรมดา ไม่เป็นที่เชื่อมั่นได้เต็มที่ว่ามีคุณภาพดี และมีความบริสุทธิ์เพียงพอสำหรับบริโภคประจำ ผู้ฉ้อโกงรายนี้ เป็นผู้มีความรู้และชำนาญในวิชาการทางเคมีและ

<sup>๑</sup>สัมภาษณ์ นางสาวสุรณี เหลืองอ่อน กรรมการบริษัทนครราชสีมา เฟิร์ชกุล จำกัด, ๑ พฤศจิกายน ๒๕๒๓

<sup>๒</sup>สัมภาษณ์ นายถวิล กาญจนเดียง ผู้จัดการห้างหุ้นส่วนจำกัด เทรวี, ๒๔ ธันวาคม ๒๕๒๓

ทางชีววิทยา มีความเห็นว่ากระบวนการผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวด ที่บริษัทต่าง ๆ ทำอยู่นั้นไม่ถูกต้อง ทำให้น้ำบริโภคมีคุณภาพไม่ดี และไม่เหมาะสำหรับบริโภคประจำ อีกทั้งทำให้ต้นทุนสูง ผู้ผลิตยังมีความเชื่อมั่นอีกว่า ถ้าหากได้ผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดออกมาแข่งขัน โดยเปลี่ยนกระบวนการผลิตให้ดี และถูกต้องขึ้น ก็จะสามารถควบคุมต้นทุนให้ต่ำลงและสามารถใช้เป็นจุดในการโฆษณา โดยจะเน้นหนักในด้านความสะอาดและสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะทำให้สามารถจำหน่ายได้ดี และสามารถแข่งขันในตลาดได้แน่นอน\*

๑.๘ เหตุผลทางธุรกิจ เกี่ยวกับการลงทุน และขยายกิจการผู้ผลิตบางรายมีเหตุผลในการตัดสินใจลงทุนผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดออกจำหน่าย และแข่งขันในตลาดอยู่ที่การดำเนินธุรกิจ และเพื่อการขยายกิจการ ผู้ผลิตรายนี้ให้สัมภาษณ์ว่า ได้ลงทุนผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดจำหน่ายอยู่ในท้องที่อื่นอยู่แล้ว เมื่อเข้ามาในจังหวัดนครราชสีมา และได้ทำการวิจัยการตลาดบางส่วนได้พบว่าธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตจำหน่ายน้ำบริโภคบรรจุขวด สามารถขยายตัวได้อีกมากในเมืองนครราชสีมาอีกทั้งเป็นผู้ที่มีความรู้ มีความชำนาญทั้งในด้านการผลิตและการจำหน่ายน้ำบริโภคบรรจุขวดอยู่แล้ว จึงได้ลงทุนขยายกิจการผลิตและจำหน่ายระยะหนึ่ง ผลที่ได้รับทำให้มีความเชื่อมั่นยิ่งขึ้นว่า สามารถดำเนินธุรกิจจำหน่ายน้ำบริโภคบรรจุขวดในเมืองนครราชสีมาได้ต่อไป<sup>๒</sup>

\*สัมภาษณ์ นายประภาส ไตรน ที่ปรึกษาทางเทคนิค บริษัทชดบุรี เอนจิเนียริง จำกัด, ๑๕ ธันวาคม ๒๕๒๓ และสัมภาษณ์ นายบุญเกิด ลิ้นห่านนท์ ผู้จัดการบริษัทวอเทอร์วิส จำกัด, ๑๕ พฤศจิกายน ๒๕๒๓

<sup>๒</sup>สัมภาษณ์ นายวินัย ทิยะวนิช ผู้จัดการฝ่ายขาย ห้างหุ้นส่วนจำกัด ในแองการ่า, ๑๕ ธันวาคม ๒๕๒๓

๑.๕ เหตุผลทางค่านสภาพภูมิศาสตร์และค่านอื่น ๆ จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดในเขตเมืองนครราชสีมา ผู้เขียนได้พบว่า ผู้ผลิตทุกรายต่างมีความเห็นตรงกันอยู่บางประการ ในส่วนที่เกี่ยวกับค่านสภาพภูมิศาสตร์ กล่าวคือเห็นว่า จังหวัดนครราชสีมาที่ตั้งอยู่บนที่ราบสูง มีเพียงลำน้ำเล็กๆ ไหลผ่านมาสายเกี่ยวโอกาสที่จะขาดแคลนน้ำบริโภคจะมีมาก สภาพอากาศปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไป ฝนไม่ตกตามฤดูกาล และมีปริมาณน้อย ประชาชนจะต้องใช้น้ำบริโภคบรรจุขวดเป็นน้ำดื่มประจำวัน ต่อไปอย่างแน่นอนอีกทั้งเมืองนครราชสีมาเป็นเมืองใหญ่ โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร และสถานบริการมีอยู่เป็นจำนวนมาก สถานที่เหล่านี้จำเป็นต้องใช้น้ำที่สะอาดบริการแก่ลูกค้า ซึ่งน้ำบริโภคบรรจุขวดจะเป็นน้ำดื่มที่เหมาะสมที่สุด นอกจากนี้ก็เป็นเหตุผลอื่น ๆ ซึ่งไม่ใช่เหตุผลสำคัญที่มุ่งใจให้ผู้ตัดสินใจผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดจำหน่าย

๒. ผลการวิเคราะห์ในค่านผลิตภัณฑ์

จากการพบและสัมภาษณ์ผู้ผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวด รวมทั้งได้สังเกตการณ์จากการผลิตในโรงงานผู้เขียนได้พบว่า

๒.๑ ผู้ผลิตทุกรายพยายามเน้นหนักในการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน และคงคุณภาพตามมาตรฐานไว้เสมอ ในจำนวนผู้ผลิตทั้ง ๕ ราย มีเพียงรายเดียวที่ผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดจากน้ำใต้ดิน (น้ำบาดาล) ที่เหลืออีก ๔ ราย ผลิตจากน้ำประปา โดยใช้น้ำประปาของเทศบาลเมืองนครราชสีมา สถานที่ผลิตมีลักษณะและได้ตรวจสอบปรับปรุงเกี่ยวกับคุณภาพความสะอาดความสุชลักษณะเสมอ น้ำที่ผลิตมีคุณภาพตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข

๒.๒ น้ำบริโภคบรรจุขวดที่ผลิตออกจำหน่าย ผู้ผลิตทุกราย ผลิตน้ำบริโภคบรรจุภาชนะ (ขวด) ๒ ขนาดคือ ขวดแก้ว ขนาด ๑,๐๐๐ ลูกบาศก์เซนติเมตร (ซี.ซี) หรือที่เรียกว่าขนาด ๑ ลิตร กับชนิดบรรจุขวดพลาสติกแข็ง ขนาดปริมาตร ๕๐,๐๐๐

ลูกบาศก์เซนติเมตร หรือเรียกว่าชนิค ขนาดใหญ่ ๒๐ ลิตร เหตุที่ผลิตเพียง ๒ ขนาดเช่นนี้ เนื่องจากเป็นความสะดวกในการจัดภาชนะ เพราะบริษัทผู้ผลิตภาชนะ ผลิตเพียง ๒ ขนาดดังกล่าว และเป็นภาชนะที่ใช้แพร่หลายทั่วไป นอกจากนี้ ชนิคขนาดเล็ก ขนาดบรรจุปริมาตร ๑ ลิตร สามารถเก็บแช่ในตู้เย็นได้สะดวก และใช้สะดวกเช่นเดียวกัน ส่วนขนาดถึง ๒๐ ลิตรนั้น ใช้กับเครื่องทำน้ำเย็นได้เหมาะสมสะดวกในการขนส่ง และมีราคาไม่แพงเท่ากับขนาดเล็กขนาดเดียวกัน

๒.๓ กำลังการผลิต หรือปริมาณการผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดพบว่า ผู้ผลิตแต่ละรายมีปริมาณการ ในการผลิตน้ำบริโภค ในอัตราต่อวัน ปริมาณใกล้เคียงกัน คือ ระหว่าง ๕,๐๐๐ ลิตร ถึง ๘,๐๐๐ ลิตร (ต่อวัน) รวมปริมาณการผลิตของผู้ผลิตทุกราย ต่อวัน ประมาณวันละ ๓๐,๐๐๐ ลิตร ผู้ผลิตส่วนใหญ่บรรจุลงขวดใหญ่ มากกว่าบรรจุขวดเล็ก เพราะขวดใหญ่มีปริมาณมาก และราคาเฉลี่ยต่ำกว่าชนิคบรรจุขวดแก้ว (ขนาดเล็ก) ทั้งผู้ผลิตเองก็ยินดีจำหน่ายในปริมาณครั้งละมาก ๆ ด้วยเช่นกัน

๒.๔ รูปร่างลักษณะของภาชนะบรรจุน้ำบริโภคบรรจุขวด ทุกรายใช้ภาชนะบรรจุรูปร่างลักษณะเหมือนกันทั้งหมด กล่าวคือ ชนิคขวดแก้ว ขนาดบรรจุ ๑ ลิตร เป็นขวดแก้วใสหนา ผิววนอกของขวดมีลักษณะขรุขระ ทำให้มองเห็นเหมือนว่าเป็นหยกน้ำเกาะอยู่รอบ ๆ ขวด ซึ่งทำให้มีความรู้สึกที่น้ำในขวดมีความเป็นจริงทำให้มีหยกน้ำมาจับอยู่รอบผิววนอกของขวด ส่วนขนาด ๒๐ ลิตรนั้น เป็นขวดพลาสติกแข็งหนา สีขาว คอขวดสั้นและแคบ มีแต่เพียงเครื่องหมายของผู้ผลิตเท่านั้นที่แตกต่างกัน แต่ทุกรายก็ใช้เครื่องหมายเป็นสีน้ำเงินสีเดียวเหมือนกันทุกราย ภาชนะมีรูปร่างลักษณะเดียวกันเพราะบริษัทผู้ผลิตภาชนะผลิตเพียง ๒ ชนิดดังกล่าวแล้วเท่านั้น



๓. ผลการวิเคราะห์ในค่านราคา

๓.๑ เป็นที่น่าสังเกตอย่างยิ่งเมื่อปรากฏจากการ สัมภาษณ์ผู้ผลิตน้ำบริโภค บรรจุน้ำว่า ไม่มีผู้ผลิตรายใดเลยที่ได้ทำการวิเคราะห์ต้นทุนก่อนกำหนดราคาจำหน่ายปลีกและส่งของน้ำบริโภคบรรจุน้ำ จึงเป็นที่น่าประหลาดที่ผู้ผลิตสามารถกำหนดราคาจำหน่ายให้โดยไม่ต้องวิเคราะห์ต้นทุน จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตเกือบทุกรายแจ้งว่าก่อนลงมือผลิตน้ำบริโภคบรรจุน้ำออกจำหน่ายได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตจากบริษัทผู้ผลิตน้ำบริโภคบรรจุน้ำรายอื่นที่ผลิตจำหน่ายอยู่แล้ว ได้นำเอาข้อมูลเหล่านั้นมาประมวลและคำนวณต้นทุนรวมเพื่อเป็นการกำหนดการใช้จ่ายเงินลงทุน ส่วนราคาน้ำบริโภคที่ผลิตได้นั้น ผู้ผลิตตอบว่า ตั้งราคาตามราคากลาง บริษัทนครราชสีมา เฟรชชูด จำกัด ตั้งราคาจำหน่ายโดยได้รับคำแนะนำจากบริษัท เฟรช จำกัด ในกรุงเทพมหานคร บริษัทและผู้ผลิตรายต่อ ๆ มาตั้งราคาจำหน่ายโดยยึดเอาราคาน้ำของ บริษัทนครราชสีมา เฟรชชูด จำกัด เป็นหลัก ส่วนใหญ่กำหนดราคาเท่ากัน สำหรับการคำนวณผลกำไรขาดทุนนั้น ผู้ผลิตทุกรายชี้แจงว่า ทราบว่าได้อย่างไร เพราะเมื่อหักค่าใช้จ่ายประจำในแต่ละเดือนออกจากรายได้ทั้งหมดแล้วยังมีเงินเหลือ แต่ทั้งนี้ไม่ได้คำนึงถึงเงินทุนที่ลงไปในการก่อสร้างโรงงานและเครื่องจักร

๓.๒ ลักษณะของราคาน้ำบริโภคบรรจุน้ำที่จำหน่ายในเมืองนครราชสีมา นั้น ปัจจุบันทุกบริษัทจำหน่ายขนาดขวดแก้ว ๑ ลิตร ราคาไหลละ ๑๕ บาท และขวดใหญ่ขนาด ๒๐ ลิตร ราคาขวดละ ๙ บาท ซึ่งจะเห็นได้ชัดว่าเป็นการกำหนดราคาที่ย้อนข้างแปลก เพราะเมื่อคิดเฉลี่ยคือลิตรแล้ว ชนิดบรรจุน้ำแก้วจะมีราคาเฉลี่ยลิตรละ ๑.๒๕ บาท แต่ชนิดบรรจุน้ำพลาสติกขวดใหญ่ขนาด ๒๐ ลิตร มีราคาเฉลี่ยเพียงลิตรละ ๐.๓๕ บาท เท่านั้น ผู้ผลิตชี้แจงว่าการจำหน่ายในราคาคงกล่าวนี้เนื่องมาจากต้องการจูงใจผู้บริโภค นิยมค้ำน้ำชนิดขวดใหญ่ เพราะผู้ผลิตจะสามารถจำหน่ายได้ครั้งละมาก ๆ ประการหนึ่งมีการประหยัดค่าภาชนะโดยขวดแก้วขนาด ๑ ลิตร มีราคาต้นทุนขวดละ ๔ บาท ส่วนขวดพลาสติกขวดใหญ่ราคาต้นทุนขวดละ ๖๐ - ๖๓ บาท เท่านั้น นอกจากนี้ ผู้ผลิตผู้ผลิต

ว่าเป็นการสะดวกและประหยัดเวลาประหยัดค่าใช้จ่ายในการผลิตและจำหน่ายน้ำมันบริโภค  
ชนิดบรรจุขวดใหญ่ขนาด ๒๐ ลิตร

๓.๓ การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมันบริโภคบรรจุขวด ผู้ผลิตคือเอา  
ภาวะของตลาดเป็นเครื่องกำหนดการเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมันบริโภคบรรจุขวด และตัว  
กำหนดการเปลี่ยนแปลงราคาน้ำมันที่สำคัญที่สุดเท่าที่ผ่านมา คือ การขึ้นราคาของน้ำมันเชื้อ  
เพลิง ผู้เขียนได้รวบรวมข้อมูลจากบริษัทต่าง ๆ มาประมวล และแยกต้นทุนการผลิต  
และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ตั้งแต่เริ่มต้นได้ดังนี้

## ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เนื่องจากผู้ผลิตไม่เปิดเผยตัวเลขเป็นจำนวนเงิน ผู้เขียนจึงใช้วิธีคำนวณใน  
อัตราร้อยละ ซึ่งภายหลังก็ได้ให้ผู้ให้สัมภาษณ์พิจารณา ก็ได้รับคำตอบว่าเป็นตัวเลขที่ใกล้เคียง  
กับความเป็นจริง

ต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ  
เมื่อจำหน่ายน้ำบริวารชุมชนขนาด ๑ ลิตร

| ราคาต้นทุนและค่าใช้จ่าย    | ร้อยละ (ของราคาจำหน่าย) |
|----------------------------|-------------------------|
| ค่าวัตถุดิบ                | ๑.๕                     |
| ค่าแรงงานรวมทั้งเงินเดือน  | ๒๐.๐                    |
| ค่าใช้จ่ายในการผลิต :-     |                         |
| ค่าเสื่อมราคาโรงงาน        | ๐.๓                     |
| ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร   | ๐.๕                     |
| วัสดุที่ใช้ในกระบวนการผลิต | ๑.๒                     |
| ค่าไฟฟ้า                   | ๕.๐                     |
| ค่าภาชนะ                   | ๑๐.๐                    |
| ค่าขนส่ง                   | ๒๒.๐                    |
| ค่าภาษี                    | ๑๒.๐                    |
| อื่น ๆ                     | ๗.๕                     |
| กำไร                       | ๒๐.๐                    |
| รวม                        | ๑๐๐.๐                   |

๓.๕ ผู้ผลิตทุกรายมีความเห็นเป็นเอกฉันท์ว่า น้ำบริวารชุมชน  
เป็นสินค้าที่มีราคาถูกมากเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าชนิดอื่น ซึ่งจัดอยู่ในประเภทเดียวกัน  
แม้ว่าน้ำบริวารชุมชนกำลังจะกลายเป็นสินค้าบริวารที่มีความจำเป็นคือการอุปโภค  
ประจำวัน แต่การเปลี่ยนแปลงราคาน้ำบริวารชุมชนก็ยังไม่สามารถกระทำได้ง่าย  
เหมือนกับสินค้าประเภทอื่น เพราะผู้บริโภคนบางส่วนมีทัศนคติคือน้ำบริวารชุมชนใน  
ทางที่เป็นสินค้าซึ่งไม่น่าจะมีราคาแพงขึ้น ถึงอย่างไรก็ตาม จากการเปลี่ยนแปลงราคา  
น้ำบริวารชุมชนในปีที่ผ่านมาไม่ได้รับการต่อต้านแต่อย่างใด แต่เมื่อภาวะเศรษฐกิจ

เปลี่ยนแปลง เช่น มีการขึ้นราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ผู้ผลิตก็จำเป็นต้องคิดสินใจขึ้นราคาน้ำ  
บริโภคบรรจุขวด เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้คงที่

๔. วิเคราะห์การจำหน่าย และการวางตลาดของน้ำบริโภคบรรจุขวด

๔.๑ ผู้ผลิตส่วนใหญ่ได้กำหนดตลาดของคนออกเป็นส่วน ตามลักษณะ  
ของลูกค้าซึ่งได้แก่

- ๔.๑.๑ ลูกค้าผู้บริโภครายย่อย ได้แก่ ผู้บริโภคที่บ้านเรือนใช้  
ดื่มเพียงอย่างเดียว หรือใช้สำหรับวัตถุประสงค์อื่นบ้าง
- ๔.๑.๒ ลูกค้าประเภท บริษัทห้างร้าน โรงงาน สถานที่ราชการ  
ใช้ดื่มเพียงอย่างเดียว แต่มีปริมาณค่อนข้างมากในแต่ละ  
ละวัน
- ๔.๑.๓ ลูกค้าประเภท ภัตตาคาร ร้านอาหาร สถานบริการ ใช้  
ทั้งดื่มและใช้ในถาดประกอบอาหาร มีปริมาณมากทุกวัน  
และเป็นลูกค้าที่สำคัญที่สุด เพราะมีปริมาณบริโภคสูง  
มาก แต่ราคาที่ผู้ผลิตจำหน่ายให้ต่ำกว่าลูกค้ารายย่อย
- ๔.๑.๔ ลูกค้าประเภทโรงแรม ซึ่งใช้บริการแขกที่เข้าพักแรม  
โดยไม่คิดราคามีปริมาณมากเช่นเดียวกัน ลูกค้าประเภท  
นี้ก็มีความสำคัญรองลงมา เนื่องจากมีปริมาณการบริโภค  
สูงมากเช่นเดียวกัน

ผู้ผลิตแต่ละรายจะต้องมีลูกค้าประเภท ๔.๑.๓ และ ๔.๑.๔ ประจำอยู่เพื่อให้  
สามารถคงปริมาณการผลิตและจำหน่ายได้ ส่วนลูกค้ารายย่อยตามบ้านเรือน มักบริโภค  
ในปริมาณน้อยเกือบจะไม่ได้อะไร เพราะต้องขนส่งให้ถึงบ้าน ค่าใช้จ่ายสูงกว่าลูกค้า  
รายใหญ่ แต่เนื่องจากลูกค้ารายย่อยมีจำนวนมาก จึงสามารถดำเนินธุรกิจและสามารถ  
ขนส่งให้ได้สะดวก

๔.๒ ในการนำน้ำบริโภคบรรจุขวดออกจำหน่ายหรือส่งให้ลูกค้า ผู้ผลิตทุกรายมีวิธีเดียวกันคือ ใช้รถยนต์บรรทุกขนาดเล็กเป็นพาหนะ แบ่งเขตการส่งตามกำลังที่สามารถจัดได้ ส่วนจำนวนเที่ยวที่นำส่งนั้นขึ้นอยู่กับปริมาณน้ำที่ลูกค้าสั่ง และโดยปกติเมื่อลูกค้าสั่งเพิ่มเติมผู้ผลิตก็จะนำส่งโดยเร็ว แม้ว่าบางครั้งสั่งเพียงปริมาณไม่มากนักก็นำส่งให้เพื่อรักษาลูกค้า และรักษาระยะการให้บริการไว้ให้คงที่

๔.๓ สิ่งที่ผู้ผลิต ต่างตอบว่าเป็นปัญหาหนักใจแก่เรื่องภาชนะที่บรรจุน้ำขวดที่ใช้นั้นเป็นสิ่งที่มีความแพงมาก คือขวดแก้ว ราคาใบละ ๔ บาท ขวดพลาสติกใหญ่ ราคาขวดละ ๖๐ - ๖๓ บาท ผู้ผลิตพยายามใช้วิธีให้ลูกค้าวางมัดจำค่าขวดเพื่อใช้เงินมัดจำนั้นมาเป็นทุนหมุนเวียนค่าภาชนะบรรจุ แต่ผู้ผลิตก็ไม่สามารถเรียกร้องให้ลูกค้าทุกรายวางมัดจำได้ เนื่องจากลูกค้ามักจะไม่ยอมจ่ายค่ามัดจำ หรือทางฝ่ายผู้ผลิตเองพยายามแข่งขันสร้างความนิยมในผลิตภัณฑ์ของตน โดยมุ่งใจลูกค้าด้วยวิธีไม่ต้องจ่ายค่าวางมัดจำ เพียงแต่ให้ลูกค้าลงชื่อเป็นหลักฐานว่าไต่ถามภาชนะบรรจุน้ำจำนวนเท่าไรไว้เท่านั้น การแข่งขันกันในลักษณะนี้ ทำให้ผู้ผลิตต้องประสบกับปัญหาการขาดเงินทุนหมุนเวียนค่าภาชนะบรรจุขวดน้ำ และยิ่งนานวันยิ่งมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้นก็ต้องลงทุนให้ลูกค้ายืมภาชนะมากยิ่งขึ้น จนบางครั้งถึงกับขาดแคลนภาชนะบรรจุ ผู้ผลิตผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า ผู้เขียนเป็นเสียงเดียวกันว่า จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหาทางแก้ไขระบบการยืมภาชนะให้ลูกค้าได้ช่วยวางมัดจำค่าภาชนะบรรจุ เพื่อให้ผู้ผลิตมีทุนค่าภาชนะ แต่ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายให้ความเห็นด้วยว่า ระบบการเรียกร้องให้ลูกค้าวางมัดจำค่าภาชนะ เป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง ลูกค้าควรได้รับบริการจากผู้ผลิตจำหน่าย โดยยืมภาชนะเช่นที่เป็นอยู่ ผู้ผลิตจำหน่ายจะต้องหาทางแก้ไขปัญหาการขาดเงินทุนหมุนเวียนค่าภาชนะ โดยวิธีอื่น\*

---

\*สัมภาษณ์ นายวินัย คิยะวานิช , ผู้จัดการฝ่ายขาย ทางหุ้นส่วนจำกัด ในโครงการฯ, ๑๔ ธันวาคม ๒๕๒๓

๕. วิเคราะห์การส่งเสริมการขาย

เนื่องจากผู้ผลิตทุกรายเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเอง การส่งเสริมการขาย จึงเป็นหน้าที่อันสำคัญอย่างหนึ่งของผู้ผลิตจำหน่าย ผู้เขียนให้สัมภาษณ์ ผู้ผลิตเกี่ยวกับการ ส่งเสริมการขาย ซึ่งนับเป็นหัวใจของธุรกิจ อีกประการหนึ่งคือ ข้อมูลที่ผู้เขียนได้รับ ประกอบกับการสังเกตการณ์ของผู้เขียนเอง ปรากฏผลจากการวิเคราะห์ดังนี้

๕.๑ การโฆษณา ผู้ผลิตจำหน่ายเกือบทุกรายมีความเห็นว่า ธุรกิจ การผลิตจำหน่ายน้ำบริโภคมรรจุขวดไม่ได้ขึ้นอยู่กับกาโฆษณาเป็นสำคัญ สังเกตได้ว่ามี ผู้ผลิตเพียงรายเดียวที่ลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเป็นประจำ ตามวาระของหนังสือ พิมพ์นั้น และผู้ผลิตรายดังกล่าวได้ตอบผู้เขียนท้วงว่า การลงโฆษณานั้นไม่ได้มุ่งหวังผล ทางด้านการขายแต่อย่างใด เพียงแต่ลงโฆษณาเพื่อช่วยเหลือหนังสือพิมพ์เท่านั้น ส่วน การโฆษณาโดยสื่อโฆษณาอื่น ๆ เป็นวิหยุกกระจายเสียงในท้องถิ่น หรือโดยแผ่นใบปลิว ปิกน้าย จะใช้ในช่วงที่เริ่มนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเท่านั้น ผู้ผลิตรายเดียวกันกล่าวว่า ได้ เคยโฆษณาน้ำบริโภคมรรจุขวดทางสถานีวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่นอยู่ระยะหนึ่ง และเป็น เพียงระยะสั้น ไม่ทราบว่าผลการโฆษณาให้ผลอย่างไรบ้าง

๕.๒ การเน้นหนักด้านคุณภาพ ผู้ผลิตทุกรายต่างทราบค้ำว่า น้ำบริโภคมรรจุขวดนั้นจำเป็นต้องรักษาคุณภาพให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะอาด และบริสุทธิ์ที่สุดเสมอ แม้ ว่าทุกโรงงานที่ผลิต และน้ำบริโภคลยี่ห้อที่ผลิตจำหน่ายอยู่ในเขตเมืองนครราชสีมา จะไ้ รับการพิสูจน์ความสะอาดบริสุทธิ์ตามหลักเกณฑ์ของกระทรวงสาธารณสุขแล้วก็ตาม ความพยายามของผู้ผลิตที่จะรักษาชื่อเสียงว่าเป็นผู้ผลิตน้ำบริโภคที่สะอาดที่สุด บริสุทธิ์ที่สุดและ คีที่สุด จึงยังมีอยู่ตลอดเวลา และถ้าหากมีการกล่าวถึงน้ำบริโภคมรรจุขวด ผู้ผลิตทุก รายมักจะกล่าวถึงความสะอาดบริสุทธิ์ของผลิตภัณฑ์ของตนก่อนสิ่งอื่น

๕.๓ การแข่งขันกันในด้านค่าบริการ ผู้ผลิตทุกรายต่างตระหนักเป็นอย่างดีถึงความจำเป็นที่จะต้องให้การบริการแก่ลูกค้าอย่างดีที่สุด การบริการในที่นี้ หมายรวมถึงการขนส่ง การจำหน่าย การเก็บภาชนะเปล่ากลับคืน การชำระเงินค่าสินค้า การถือความถูกต้องบริโภคของลูกค้า เพื่อให้ทราบว่าลูกค้าต้องการนำบริโภคเพิ่มเติมในระยะเวลาใด นอกจากนั้น ความสะดวกและความรวดเร็วของการบริการก็เป็นเรื่องสำคัญที่สุดที่ผู้ผลิต และจำหน่ายต้องจับจ้ำกัไว้เป็นลำดับต้น การที่ผู้ผลิตยินยอมให้ลูกค้ายืมภาชนะโดยไม่ต้องกักเงินค้ำมัดจำ ก็เป็นวิธีการทางการบริการอย่างหนึ่ง

๕.๔ การแข่งขันในด้านกาให้รางวัลของแถม นับว่าการให้รางวัล การให้ของแถมจะเป็นกลยุทธ์ที่จำเป็นอย่างหนึ่งในเรื่องของการส่งเสริมการขาย จาก การสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์ ผู้เขียนได้พบว่า ผู้ผลิตจำหน่ายได้ใช้วิธีการให้รางวัล ให้ของแถมแก่ลูกค้าเพื่อช่วยให้ปริมาณการจำหน่ายสูงขึ้นแทบทุกราย ตัวอย่าง เช่น บริษัทนครราชสีมา เฟรชฟู๊ด จำกัด ได้เคยใช้การแถมเสื้อยืดที่พิมพ์เครื่องหมายของ เฟรชฟู๊ด แก่ลูกค้า แต่เป็นการแถมแบบให้เปล่า โดยไม่มีหลักเกณฑ์แน่นอนและได้ยุติไปเมื่อเสื้อยืดที่สั่งทำขึ้นหมดไป บริษัทวอเคอริส ผู้ผลิตน้ำดื่มยี่ห้อ วอเคอริส ใช้วิธีแถมแก้วน้ำที่มีเครื่องหมายวอเคอริส โดยกำหนดให้ลูกค้านำบัตรของดูปอง จำนวน ๔ บัตรมาแลกได้แก้วน้ำ ๑ ใบ บัตรดูปองนั้นจะแจกให้ลูกค้าที่ซื้อน้ำดื่มวอเคอริส ๑ ลิตร ต่อ ๑ บัตร ซึ่งกรณีนี้หมายความว่าลูกค้าซื้อน้ำดื่มจำนวน ๔ ลิตร เป็นเงิน ๒๐ บาท ลูกค้ามีสิทธิได้รับการแถม แก้วน้ำจำนวน ๑ ใบ และระยะเวลาที่มีการแถมแก้วน้ำดังกล่าวนั้น ผู้ผลิตให้เลือกในห้วงเวลาที่การจำหน่ายมีปริมาณน้อยลง เพื่อเป็นการดึงปริมาณการจำหน่ายให้สูงขึ้น บริษัทซันริส เอนจิเนียริง จำกัด ได้เคยทำเสื้อยืดแจกให้ลูกค้าเช่นเดียวกัน แต่จะแจกให้เฉพาะลูกค้ารายใหญ่ที่เป็นร้านอาหาร ภัตตาคาร หรือโรงแรม โดยพิจารณาแจกให้รายที่จำหน่ายน้ำดื่ม เชียร์ จำนวนมากเท่านั้น

๕.๕ การขยายตลาดเพื่อปริมาณการจำหน่าย ผู้ผลิตบางรายได้ใช้วิธี  
การขยายตลาดออกไปเรื่อย ๆ เพื่อให้มีการเพิ่มปริมาณการจำหน่ายสูงขึ้น บริษัทวอ-  
เตอร์ส จำกัด ได้ส่งน้ำดื่มวอเตอร์สออกไปจำหน่ายยังจังหวัดและอำเภออื่น ๆ ซึ่งยังไม่  
มีการผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวด แต่จากการติดตามผล ผู้ผลิตพบว่า การจำหน่ายมีปริมาณ  
สูงขึ้น แต่กำไรไม่ได้เพิ่มขึ้น เนื่องจากการส่งไปจำหน่ายนอกท้องถิ่นที่ผลิต จะมีค่าใช้จ่าย  
จ่ายต่อหน่วยเพิ่มขึ้น

### ปัญหาและอุปสรรคของผู้ผลิตจำหน่าย

ผู้ผลิตและจำหน่ายที่ได้ให้สัมภาษณ์ทุกรายต่างกล่าวว่า มีปัญหาและอุปสรรค ทั้ง  
ในด้านการผลิต ด้านการตลาด ปัญหาจากภาวะการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและปัญ-  
หาในด้านอื่น ๆ ปัญหาต่าง ๆ ดังกล่าวนี้นี้ มีความรุนแรงในบางขณะ และผู้ผลิตแต่ละราย  
ประสบมากน้อยไม่เท่ากัน แต่ทุกปัญหาดังกล่าวแล้ว เป็นปัญหาและเป็นอุปสรรค สำหรับ  
ผู้ผลิตและจำหน่ายทุกราย ผู้เขียนได้พยายามวิเคราะห์หาสาเหตุ และหนทางแก้ไขในแต่ละ  
ระดับไว้ดังต่อไปนี้

๑. ปัญหาเรื่องภาชนะบรรจุ เป็นปัญหาที่ผู้ผลิตทุกรายประสบและต่างกล่าว  
เป็นเสียงเดียวกันว่า เป็นปัญหาที่หนักที่สุด และเป็นปัญหาที่ผู้ผลิตเองไม่อาจจะแก้ไขได้  
ภาชนะที่ไซมบรรจุน้ำบริโภค คือ ขวด ซึ่งได้กล่าวแล้วว่ามี ๒ ขนาด คือ ขวดขนาดบรรจุ  
น้ำ ๑ ลิตร เป็นขวดแก้วหนา และขวดขนาดบรรจุน้ำ ๒๐ ลิตร เป็นขวดพลาสติกหนา  
สีขาว ขวดแก้วขนาด ๑ ลิตร มีราคาจำหน่ายระหว่างขวดละ ๔ บาท ถึง ๑๐ บาท ส่วน  
ขวดพลาสติกขนาด ๒๐ ลิตร ราคาขวดละ ๖๐ - ๖๓ บาท บริษัทผู้ผลิตขวดตั้งอยู่ใน  
กรุงเทพฯ ผู้ผลิตน้ำบริโภคเป็นผู้รับภาระในการขนส่งเองทั้งสิ้น

ในการจำหน่ายน้ำบริโภคนั้น ผู้ผลิตรายแรก ๆ เช่น บริษัทนครราชสีมา เพ็ชร  
กูส จำกัด เคยใช้วิธีเรียกเก็บค่ามัดจำขวดจากลูกค้า และนำเอาเงินมัดจำนั้นมาเป็นทุน  
หมุนเวียนสำหรับซื้อขวดมาเพิ่ม เพื่อช่วยลดภาระต้นทุนของบริษัท แต่ผลที่ปรากฏต่อมา



คือ เมื่อเริ่มมีการแข่งขันจากผู้ฉัตรายใหม่ การเรียกค้ำจ้งชวคจากลูกค้าจำเป็นต้องหยุดหรือระงับไว้ชั่วคราว เนื่องจากผู้ฉัตรายใหม่ ๆ ใช้วิธีจ้งใจลูกค้าโดยการให้ยืมชวคและไม่เรียกเก็บค้ำจ้งชวค ลูกค้าทั่วไปย่อมพึงพอใจมากกว่าอย่างแน่นอน เพราะว่าราคาค้ำจ้งชวคนั้นสูงกว่าราคาน้ำบริโภคไปมากมาย เช่น ชนิดชวคแก้ว ขนาด ๑ ฉัตร ค้ำจ้งราคาไหลละ ๑๕ บาท ส่วนค้ำจ้งชวคราคาชวคละ ๔ หรือไหลละ ๕๖ บาท ดังนั้น ในขณะนี้ ผู้ฉัตรจะสามารถเรียกค้ำจ้งชวคได้น้อยราย และส่วนมากเป็นการให้ลูกค้ายืมโดยไม่เรียกค้ำจ้งชวค โดยเฉพาะลูกค้าประจำที่มีความคุ้นเคย

ปัญหาที่เกิดขึ้นตามมาคือ บริษัทผู้ฉัตรต้องใช้เงินทุนจำนวนมากสำหรับ จักซื้อชวคมาทดแทนชวคที่แตก และหาย และเพิ่มจำนวนในฤดูที่ธุรกิจการจำหน่ายน้ำดื่ม เช่น ฤดูร้อน เพราะการซื้อชวคที่บริษัทผู้ฉัตรชวคจะเรียกเงินสด หรือให้เครดิตในระยะสั้น การแตกหรือหายของชวคแต่ละชวคย่อมหมายถึงการขาดทุนของผู้ฉัตรน้ำ และนับวันยิ่งมีปัญหามากขึ้นเรื่อย ๆ ผู้ฉัตรรายหนึ่งได้คิดประมาณการอย่างคร่าว ๆ ว่า ชวคแก้ว ๑ ชวค จะต้องบรรจุน้ำออกจำหน่ายหมุนเวียน ชวคหนึ่งอย่างน้อย ๑๒ ครั้ง จึงจะเริ่มมีกำไร หากชวคแตกหรือหายก่อนที่จะใช้หมุนเวียนครบ ๑๒ ครั้ง หมายถึงการขาดทุน

๒. ปัญหาเรื่องค่าขนส่ง ปัญหานี้เป็นปัญหาที่สำคัญสำหรับผู้ฉัตรน้ำบริโภครองลงมาจากรื่องภาชนะบรรจุ ค่าขนส่งของผู้ฉัตรนั้นผูกพันอยู่กับส่วนประกอบต่าง ๆ คือ ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงและล้อเส้นอัตราค่าจ้างแรงงานขึ้นค่า อัตราดอกเบี้ยจากการเช่าซื้อยานพาหนะหรือค่าเช่ารถบรรทุกสำหรับขนส่งน้ำไปต้งมือลูกค้า

ผู้ฉัตรน้ำบริโภครู้สึกเดือดร้อนและตกอยู่ในภาวะลำบากทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงราคาน้ำมันเชื้อเพลิงและล้อเส้นสูงขึ้น เพราะผู้ฉัตรชวครายต้องใช้รถยนต์เป็นพาหนะสำหรับขนส่งน้ำบริโภครจากโรงงานไปต้งมือลูกค้า เพราะในการดำเนินธุรกิจแต่ละวันจะต้องใช้น้ำมันเชื้อเพลิงเป็นจำนวนมาก การเปลี่ยนแปลงราคาน้ำมันจึงกระทบกระเทือนต่อโครงสร้างของราคาน้ำบริโภครชวคด้วยผู้ฉัตรไม่สามารถผลักภาระราคานี้ให้กับผู้บริ-

โลกได้เลย เนื่องจากผู้บริโภคนำบริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่าการนำบริโภคบรรจุขวดเป็นสินค้าที่ไม่น่าจะ  
จะมีราคา เพราะไม่มีส่วนผสมของอะไรเลยนอกจากนี้ จึงไม่ควรจะมีราคาแพง ถ้า  
หากผู้ผลิตตัดสินใจขึ้นราคานำบริโภคของตนก็ย่อมเป็นฝ่ายเสียเปรียบในการตลาด และ  
ในการแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นด้วย

ค่าขนส่งของผู้ผลิตนำบริโภคบรรจุขวดหมายถึงค่าแรงงานของลูกจ้างที่ทำหน้าที่  
ในการขนส่งด้วย กล่าวคือผู้ผลิตในฐานะนายจ้างตามพระราชบัญญัติแรงงาน จะต้อง  
ปฏิบัติตามกฎหมายในส่วนที่เกี่ยวข้องกับค่าจ้าง ดังนั้น เมื่อได้มีการประกาศกำหนดอัตราค่าจ้าง  
ขั้นต่ำในเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมา สำหรับลูกจ้างในโรงงานอุตสาหกรรม ผู้ผลิต  
นำบริโภคบรรจุขวดจึงต้องรับผิดชอบนี้ด้วยการจ้างแรงงาน ให้เป็นไปตามประกาศกำหนด  
อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ และเป็นการเพิ่มต้นทุนของผู้ผลิตในด้านค่าขนส่งอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ผู้ผลิตนำบริโภคบรรจุขวดส่วนใหญ่ใช้รถยนต์บรรทุกขนาดเล็กเป็นพาหนะสำหรับ  
ขนส่งผลิตภัณฑ์ของตน และส่วนมากได้รถยนต์บรรทุกมาโดยการเช่าหรือการเช่าซื้อจาก  
บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ การเช่าซื้อรถยนต์บรรทุกผู้ซื้อจะต้องรับภาระอัตราดอกเบี้ย  
ที่เพิ่มขึ้นตามกฎหมาย หรือมิฉะนั้นก็ต้องรับภาระการปรับราคาของรถยนต์บรรทุกที่ตนได้  
เช่าซื้อ ซึ่งภาระนี้เป็นส่วนหนึ่งที่ใช้ไปเพิ่มต้นทุนในการผลิตและจำหน่ายนำบริโภคบรรจุขวด  
อีกทางหนึ่ง

ผู้ผลิตทุกรายมีความเห็นตรงกันว่า ผู้ผลิตอาจจะประหยัด หรือลดต้นทุนค่าขนส่ง  
ได้บ้าง ถ้าหากสามารถจัดระบบเส้นทาง และระบบการจำหน่ายให้เหมาะสมยิ่งขึ้น  
โดยจะต้องทำให้ใช้เวลาสั้น และเดินทางระยะสั้นที่สุดด้วย

๓. ปัญหาการแข่งขัน ในการดำเนินธุรกิจด้วยกัน ธุรกิจที่ไม่มีการแข่งขัน  
ขึ้น คือระบบการผูกขาด ซึ่งเป็นลักษณะทางเศรษฐกิจลักษณะสังคมนิยมหรือระบบเผด็จการ  
เท่านั้น และการแข่งขันซึ่งเป็นการแข่งขันโดยเสรีนี้ก็มักจะเป็นปัญหาสำหรับธุรกิจอยู่โดย  
ทั่วไป ผู้ดำเนินธุรกิจจะต้องใช้ความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของตนในการแข่ง

ชั้นทางธุรกิจกับผู้ประกอบการรายอื่น ๆ

การแข่งขัน ที่มีก่อกำเนิดปัญหาสำหรับผู้ผลิตจำหน่ายน้ำบริโภคบรรจุขวดในเมืองนครราชสีมา คือการแข่งขันที่อยู่นอกกติกาของธุรกิจ ผู้ผลิตที่ให้สัมภาษณ์ส่วนมาก กล่าวหากันและกันเองว่าเป็นผู้ที่ออกนอกกรอบกติกาธุรกิจและทำให้เกิดปัญหา เช่น การคัดราคาลำจำหน่าย เพื่อแย่งลูกค้าหรือแย่งตลาด โดยขอมหากทุนในระยะแรก หรือแย่งลูกค้ากัน โดยกล่าวหาฝ่ายตรงข้ามในเรื่องฉ้อโกง หรือโจมตีคู่แข่งกันในเรื่องส่วนตัว โดยไม่เป็นธรรม ทำให้เสื่อมเสียด้วยกันทุกฝ่าย

นอกจากการแข่งขันในระหว่างผู้ผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดซึ่งเป็นสินค้าชนิดเดียวกันแล้ว ผู้ผลิตที่ให้สัมภาษณ์ยังถือว่า เครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลม น้ำแข็ง และเครื่องดื่มรูปอื่น ๆ ก็เป็นคู่แข่งกันของน้ำบริโภคในบางส่วนด้วยเช่นเดียวกัน แต่ผู้เขียนได้พิจารณาเห็นว่าเครื่องดื่มประเภทอื่นไม่ใช่คู่แข่งกันของน้ำบริโภคเพราะวัตถุประสงค์ในการใช้แตกต่างกัน ถึงอย่างไรก็ตามผู้ผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดก็ยังมีทัศนะว่าน้ำบริโภคบรรจุขวดของตนจะต้องเข้าไปแข่งขันกับเครื่องดื่มชนิดต่าง ๆ ในตลาดตลอดเวลา

ผู้ผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวด ได้เคยรวมตัวกันในบางโอกาสเพื่อประโยชน์ร่วมกัน เช่น การรวมตัวกันเพื่อกำหนดราคาใหม่หรือเพื่อเปลี่ยนแปลงราคาน้ำบริโภค ในขณะที่ภาวะเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลง เพื่อให้จำหน่ายที่ขึ้นราคาใหม่มีราคาเดียวกันทุกยี่ห้อ ทั้งนี้ผู้ผลิตได้ชี้แจงว่าเพื่อเรียกร้องให้ผู้บริโภคให้ความเห็นใจ หรือเป็นการต่อรองเรื่องราคากับผู้บริโภคมากกว่าจะเป็นการรวมกันโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดการแข่งขันที่ไม่สมบูรณ์ เพราะหลังจากการประกาศขึ้นราคาพร้อมกันได้ไม่นานนัก ผู้ผลิตบางรายก็เริ่มตัดราคาและแย่งลูกค้าประจำอีกเช่นเคย

๘. ปัญหาเกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ แท้ที่จริงสภาพภูมิอากาศเป็นทั้งสภาพที่เกื้อกูลการจำหน่ายและเป็นอุปสรรคต่อปริมาณการจำหน่ายไปพร้อมกัน หากใช้ตัวปัญหาแต่เพียงอย่างเดียวไม่

อันที่จริง เมื่อมองดูโดยผิวเผินแล้ว น้ำบริโภคบรรจุขวดไม่น่าจะต้องมีความ  
 ผูกพันอยู่กับสภาพภูมิอากาศ ทั้ง เช่นสินค้าบางชนิด เป็นค้นว่า น้ำแข็ง ไอศกรีม แต่จาก  
 การสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์ผู้ผลิตน้ำบริโภค ผู้เขียนได้พบว่า น้ำบริโภคบรรจุขวด  
 มีสถิติปริมาณการจำหน่ายเพิ่มขึ้นและลดลงตามฤดูกาลเช่นเดียวกัน ผู้ผลิตทุกรายกล่าวว่า  
 ฤดูที่ยอดการขายเพิ่มสูงคือ ฤดูร้อน โดยจะเริ่มตั้งแต่ปลายเดือนธันวาคม หรือต้นเดือน  
 มกราคมไปจนถึงถึงปลายเดือนมิถุนายน หรือราวกลางเดือนกรกฎาคม เมื่อเริ่มมีฝนตก  
 และทิศทางไปกับฤดูที่อากาศหนาวเย็น ยอดการจำหน่ายน้ำบริโภคจะลดลงต่ำลงทุกวัน  
 ข้อเท็จจริงจากการสังเกตการณ์ของผู้เขียนอาจกล่าวได้ว่า ในฤดูร้อนหรือฤดูแล้งอากาศ  
 ร้อนผู้คนจึงรู้สึกกระหายน้ำบ่อยกว่าฤดูอื่น และดื่มน้ำมากกว่าฤดูที่มีอากาศชุ่มชื้นหรือหนาว  
 เย็น นอกจากนี้ฤดูร้อนเป็นฤดูที่โรงเรียนต่าง ๆ ปิดภาคการศึกษา จำนวนคนที่อยู่บ้านมี  
 มากขึ้น และมีระยะเวลาที่คนอยู่บ้านยาวขึ้นกว่าเดิม การบริโภคน้ำจึงเพิ่มมากขึ้น สำหรับ  
 โรงแรม ร้านอาหาร ภัตตาคาร และสถานบริการต่าง ๆ ก็มักจะมีลูกค้าหนาแน่นในฤดูนี้  
 ด้วยเช่นเดียวกัน จึงเท่ากับเป็นตัวช่วยเพิ่มปริมาณการจำหน่ายของน้ำบริโภคอีกทางหนึ่ง

แต่ที่ปรากฏในระยะเวลา ๑ ปี ฤดูที่การจำหน่ายมีปริมาณมากขึ้น เป็นระยะ  
 เวลาที่สั้นในราว ๔ ถึง ๕ เดือนเท่านั้น และถ้าหากมีไต้ ฝนตกเร็วกว่าปกติหรือภาวะ  
 อากาศหนาวเย็นต่อเนื่องไปถึงเดือนธันวาคม ก็ยังทำให้ช่วงระยะเวลาการจำหน่ายของฤดู  
 ร้อนลดน้อยลง ทำให้ปริมาณการจำหน่ายของปีนั้นต่ำลงไปด้วย

๕. ปัญหาเกี่ยวกับมาตรฐานของน้ำดื่ม กระทรวงสาธารณสุขเป็นผู้กำหนด  
 มาตรฐานของน้ำบริโภคบรรจุขวด โดยประกาศเป็นประกาศของกระทรวงสาธารณสุข  
 กำหนดคุณสมบัติของน้ำบริโภคในทางเคมี และกำหนดมาตรฐานของน้ำนั้น ผู้ผลิตราย  
 หนึ่งให้ความเห็นกับผู้เขียนว่า คุณสมบัติของน้ำ และมาตรฐานตามที่กระทรวงสาธารณสุข  
 ประกาศกำหนดให้ นั้น เป็นคุณสมบัติและเป็นมาตรฐานของน้ำดื่มของต่างประเทศ ใน  
 ยุโรปและสหรัฐอเมริกา ซึ่งเข้าใจว่ากระทรวงสาธารณสุขได้เอาแบบอย่างมาจาก  
 ประเทศนั้น ผู้ผลิตรายนี้อธิบายว่า สภาพของน้ำดื่มในประเทศไทยนั้นมีส่วนประกอบใน

น้ำตกต่างไปจากน้ำกิบในต่างประเทศ อีกทั้งสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ก็แตกต่างกันด้วย อันที่จริงน้ำกิมในประเทศไทยไม่มีความจำเป็นต้องกำหนดให้มีคุณสมบัติและมาตรฐานให้สูงขนาดนั้น เพราะเป็นการทำให้ต้นทุนการผลิตและเวลาในการผลิตสิ้นเปลืองไปโดยไม่ก่อให้เกิดประโยชน์จากความสะอาดของน้ำกิมเพิ่มขึ้นคุ้มค่ากับที่เสียเวลาที่จ่ายไป

ผู้ฉิตรายนี้มีความเห็นว่า กระทรวงสาธารณสุขน่าจะได้พิจารณาบททวนเกี่ยวกับคุณสมบัติและมาตรฐานของน้ำกิมที่เรียกว่าน้ำบริโภคบรรจุขวดเสียใหม่ โดยให้มีการกำหนดคุณสมบัติและมาตรฐานเป็นกลางไว้ให้ผู้ผลิตได้มีโอกาสเลือกให้กรรมวิธีการผลิตได้กว้างขวางยิ่งขึ้นและก็สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมค่านี้อีกมากยิ่งขึ้นในอนาคตและกระทรวงสาธารณสุขควรใช้เวลาที่เหลือไปตรวจราคาควบคุมผู้ฉิตรายที่ไม่ได้ขออนุญาต หรือไม่ไต่ถามการตรวจผลิตภัณฑ์ ซึ่งขณะนี้ระบาดในแทบทุกภาคของประเทศ เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคจะเหมาะสมกว่า

๖. ปัญหาเกี่ยวกับอิทธิพลของเจ้าถิ่น ในเขตนครราชสีมาไม่น่าจะมีปัญหาเรื่องอิทธิพลของเจ้าถิ่น เพราะจากการสัมภาษณ์และการสำรวจหลักฐานเอกสารปรากฏว่าผู้ฉิตรายจำนวน ๔ ใน ๕ ราย เป็นบุคคลในท้องถิ่น และมีเพียงรายเดียวที่เป็นบริษัทของบุคคลที่มาจากจังหวัดอื่น ผู้ฉิตรายนี้ให้สัมภาษณ์ว่า ได้ประสบปัญหาเกี่ยวกับอิทธิพลของเจ้าถิ่น หรืออาจจะเรียกว่า "ท้องถิ่นนิยม" มีปัญหาในด้านการวางตลาดในระยะแรก ๆ แต่เมื่อได้พิสูจน์ให้ผู้บริโภคได้ประจักษ์ในคุณภาพ และการบริการจำหน่าย และปัญหาคงกล่าวก็ค่อย ๆ ลดลง คงมีเหลืออยู่เพียงการแข่งขันในเรื่องจำหน่ายบ้างคงได้กล่าวไปแล้ว

ผู้ให้สัมภาษณ์คาดว่า ปัญหานี้จะค่อยหมดไปเมื่อได้เข้ามาดำเนินการธุรกิจเป็นระยะเวลาผ่านไปในอนาคต เพราะจะกลายเป็นคนในท้องถิ่น และมีความคุ้มครองของชาวเมืองมากขึ้น

๗. ปัญหาในด้านการบริหารภายในของผู้ผลิต ผู้เขียนได้พบจากการสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์ว่า ผู้ผลิตน้ำบริโภคทั้ง ๕ รายในเขตเมืองนครราชสีมา เป็นเพียง ผู้ผลิตรายย่อย มีธุรกิจไม่ใหญ่โตนัก โดยสังเกตจากอัตราการผลิตต่อวัน สังเกตจาก จำนวนคนงาน จำนวนเครื่องจักร และเครื่องมือการผลิต การที่เป็นธุรกิจรายย่อยทำให้การบริหารงานภายในหน่วยงานของผู้ผลิต มักเป็นไปในลักษณะอุตสาหกรรมภายในครอบครัว ซึ่งได้มีการใช้วิธีการจัดการสมัยใหม่ (Modern Management Style) น้อยกว่าที่ควรเป็น ทำให้แต่ละรายเกิดความสับสนในเรื่องการบริหาร ขาดการฝึกอบรมคนงาน ถูกจ้าง ทำให้การให้บริการลูกค้าไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ขาดระบบการควบคุมงานต่าง ๆ จึงก่อให้เกิดผลเสียกระทบมาถึงธุรกิจได้โดยตรง เช่นการเรียกเก็บค่าวางมัดจำชวค บางรายไม่เก็บค่าวางมัดจำ บางรายเก็บค่ามัดจำ แต่ไม่ได้ออกหลักฐานใบรับเงิน บางรายออกใบรับเงินให้ ภายหลังจึงเกิดการสับสนเมื่อมีการคืนชวค หรือชวคแตก-หาย ซึ่งนอกจากจะทำให้ผู้ผลิตชวคขาดทุนแล้ว ยังก่อให้เกิดความรำคาญ และความเบื่อหน่ายแก่ลูกค้าด้วย

๘. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ในปัจจุบันนี้การค้นคว้า และการประดิษฐ์ต่าง ๆ ทางวิทยาศาสตร์มีความก้าวหน้ามากขึ้นกว่าเดิม ได้มีการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ ทำให้ประชาชนสามารถปรับปรุงสภาพความเป็นอยู่ในชีวิตประจำวันของคนได้มากและสะดวกยิ่งขึ้น ในด้านการอุปโภคบริโภคนั้น เทคโนโลยีสมัยใหม่ช่วยให้การผลิตเครื่องกรองน้ำ เครื่องทำน้ำสะอาด และวัสดุเคมีสำหรับทำให้น้ำบริสุทธิ์ มีออกมาจำหน่ายในตลาดมากขึ้น และในราคาค่อนข้างต่ำ ประชาชนเริ่มหันไปนิยมใช้เครื่องกรองน้ำ หรือเครื่องทำน้ำสะอาด โดยนำมาติดตั้งในบ้านเรือนและผู้ผลิตน้ำบริโภคสำหรับบริโภคเอง แทนการสั่งซื้อน้ำบริโภคที่เคยใช้ สิ่งเหล่านี้ทำให้ปริมาณการจำหน่ายของผู้ผลิตต้องลดต่ำลง และในอนาคต ถ้าหากผู้ผลิตเครื่องมือเหล่านี้สามารถผลิตได้ในราคาต่ำโดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ประชาชนอาจจะหันไปนิยมและใช้เครื่องมือในบ้านเรือนของตนเองแทนการซื้อน้ำบริโภคที่ผลิตอยู่ในปัจจุบันนี้ได้

นอกจากนี้ ในการปรับปรุงคุณภาพและบริการของกิจการสาธารณูปโภคของรัฐ ที่กำลังเริ่มดำเนินงานอยู่ ซึ่งเป็นที่คาดหมายว่าในอนาคตนั้น สาธารณูปโภคประเภทน้ำ ประปาจะมีคุณภาพดีขึ้นจนสามารถใช้ดื่มได้โดยไม่ต้องต้มหรือกรองก่อน ประชาชนจะต้องหันไปก๊มน้ำจากสาธารณูปโภคแน่นอน และจะต้องกระทบกระเทือนต่อธุรกิจการผิคน้ำ บริโภคบรรจุขวด ซึ่งจะต้องเปลี่ยนเป้าหมายการจำหน่ายโดยหันไปสู่ลูกค้าที่อยู่นอกระบบ การบริการของสาธารณูปโภคให้มากยิ่งขึ้นกว่าในปัจจุบัน

### การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคของผู้ผลิต

จากการศึกษาโดยสัมภาษณ์และสังเกตการณ์ค้ำนผู้ผลิตน้ำบริโภคมบรรจุขวด ผู้เขียนมีความเห็นว่า ปัญหาและอุปสรรคที่ผู้ผลิตประสบอยู่ขณะนี้คือ มีสาเหตุมาจากสิ่งสำคัญ ๓ ประการ และการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคทั้งหมดจะต้องแก้จากการแก้สาเหตุ ๓ ประการ ดังนี้คือ

๑. เกิดจากความผันผวนของเศรษฐกิจ ผลกระทบจากความเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน ได้ส่งผลไปถึงธุรกิจต่าง ๆ โดยทั่วไป สำหรับผู้ผลิตน้ำบริโภคมบรรจุขวดนั้น ทางแก้ไขปัญหามีสาเหตุจากความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจอาจจะต้องเริ่มมีการรวมตัวกันในระหว่างผู้ผลิตอย่างแท้จริงเพื่อให้เกิดพลังสำหรับการต่อรอง ในค้ำนการตลาด หรือในการเรียกร้องขอร้องรับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ เพื่อให้ธุรกิจประเภทนี้ดำรงคนอยู่ได้ตลอดไปและไม่กระทบกระเทือนต่อผู้บริโภคมากจนเกินไป

๒. เกิดจากความไม่สมบูรณ์ในการจัดระบบการบริหารภายในของผู้ผลิต ผู้เขียนได้อธิบายรายละเอียดในข้อนี้ไว้ข้างแล้วในตอนต้น และมีความเห็นเพิ่มเติมอีกว่าผู้ผลิตจะต้องเริ่มให้ความสนใจในค้ำนการบริหารสมัยใหม่ และนำมาใช้กับธุรกิจของคนให้มากขึ้น และสามารถดำเนินธุรกิจอย่างมีแผนล่วงหน้าได้ ซึ่งจะช่วยให้สามารถควบคุมการปฏิบัติงานในแต่ละแผนกแต่ละสาขาได้ทั่วถึงและรัดกุมขึ้น อันหมายถึงการลดต้นทุน และการเพิ่มผลกำไร ทั้งยังทำให้ธุรกิจดีขึ้นด้วย

๓. เกิดจากการแข่งขันที่ไม่สมบูรณ์และขาดความเป็นธรรม ผู้เขียนได้สังเกตเห็นว่า ผู้ผลิตแต่ละฝ่ายกำลังมุ่งแข่งขันกันโดยวิธีการทำลายอีกฝ่ายหนึ่ง เช่นการกลั่นแกล้ง ทำลายชวค ทำลายชื่อเสียงกัน หรือการตัดราคาโดยยอมขาดทุนเพื่อให้อีกฝ่ายหนึ่งเสียหายหรือไม่สามารถลดราคาลงมาแข่งขันได้

สาเหตุดังกล่าวนี้มาจากการขาดสมาคมหรือหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นของรัฐหรือของเอกชนที่จะเข้ามาแทรกแซง ควบคุม ให้เกิดความเป็นธรรม และความสมบูรณ์ในการแข่งขันอันจะช่วยให้ผู้ที่มีกำลังน้อย มีทุนน้อย สามารถดำรงอยู่ในธุรกิจได้ต่อไป ในส่วนของรัฐนั้น รัฐบาลจะต้องพิจารณาว่ากฎหมายควบคุมการแข่งขันในทางธุรกิจให้มีลักษณะที่เป็นธรรมต่อทุกฝ่าย กฎหมายชนิดนี้เป็นกฎหมายป้องกันการค้าผูกขาดในประเทศที่เจริญแล้วมักจะมีกฎหมายชนิดนี้

ในส่วนของเอกชนนั้น ควรได้มีการแนะนำให้จัดตั้งสมาคมการค้าในท้องถิ่นขึ้น และมีคณะกรรมการที่สมาชิกของสมาคมเลือกตั้งขึ้นมา กำหนดมาตรการ และกฎเกณฑ์ที่จะควบคุมให้การค้าเป็นธุรกิจทุกอย่างเป็นไปโดยชอบธรรมและเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย ในเรื่องนี้ฝ่ายผู้ผลิตและหน่วยธุรกิจของเอกชนจะต้องเป็นผู้ริเริ่มดำเนินการกันเอง เพื่อประโยชน์ของตนเองทั้งสิ้น

ศูนย์วิทยพัชยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย