บทที่ 4

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยในเรื่องระบบการตลาดยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายนี้จะทำการสรุปถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ของส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งจะแยกผลการสรุปออกเป็นแต่ละส่วน พร้อมทั้งจะระบุปัญหาสำคัญต่าง ๆ ที่พบจากการศึกษา และเสนอแนะข้อคิดเห็นในการแก้ไขปัญหานั้น ๆ ไว้ด้วย โดยมีรายละเอียดดังนี้คือ

1. ตัวผลิตภัณฑ์

1.1 ลักษณะทั่วไปของผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาปรากฏว่ายาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของทั้งบริษัทผู้ค้าระหว่างประเทศ และบริษัทผู้ค้าในประเทศมีคุณภาพไม่แตกต่างกันมากนัก ทั้งนี้เนื่องจากว่ายังไม่มีโรงงานผลิตยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายขึ้นในประเทศ จะมีก็เพียงแต่โรงงานผสม ซึ่งทำการนำเข้าหัวเชื้อตัวยาเข้ามาผสมเท่านั้น นอกจากนี้ก็มีการนำเข้ามาเป็นสินค้าสำเร็จรูปแล้วทำการแบ่งบรรจุในขนาดต่าง ๆ กัน เช่น ขนาด 1 แกลลอน (หรือ 3.78 ลิตร) ขนาด 1 ลิตร ขนาด 500 ซีซี และขนาด 100 ซีซี เพื่อจำหน่ายต่อไปยังเกษตรกรผู้ปลูกฝ้าย โดยทำให้เกิดความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ด้วยการใช้ ตรา ยี่ห้อ หรือสูตรต่าง ๆ มากมาย ทั้ง ๆ ที่ตัวยาออกฤทธิ์จัดอยู่ในประเภทเดียวกัน

ยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายที่จำหน่ายในประเทศนั้น ปัจจุบันยังไม่มีโรงงานผลิตขึ้นภายในประเทศ จะมีก็เพียงแต่โรงงานผสม (Formulate) หรือทำให้เจือจาง ซึ่งมีกรรมวิธีการผลิตที่ไม่ยุ่งยากนักโดยการนำหัวเชื้อยาที่สั่งเข้าจากต่างประเทศมาเติมสารผสมหรือสารปรุงแต่งอื่น ๆ ตามสูตรที่ต้องการ โดยมีบริษัทเอกชนที่ดำเนินการอยู่ 6 บริษัทด้วยกัน และมีกำลังการผลิตรวมกันทั้งสิ้นประมาณ 19,500 เมตริกตันต่อปี นอกจากนี้ยังมีหน่วยราชการและหน่วยธุรกิจเอกชนต่าง ๆ ทำการนำเข้ายาปราบแมลงศัตรูฝ้ายสำเร็จรูปแล้วทำการแบ่งบรรจุเพื่อจำหน่ายต่อไปยังเกษตรกรผู้ปลูกฝ้ายอีกต่อหนึ่ง

1.2 ปัญหาที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยทั่วไปแล้วจะเป็นผลที่สืบเนื่องมาจากความหละหลวมทางด้านการควบคุมการจำหน่ายวัตถุมีพิษของหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้คือ

1.2.1 ยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายที่มีจำหน่ายในท้องตลาดมีปริมาณสารออกฤทธิ์ไม่ครบตามฉลากที่ระบุไว้

1.2.2 ยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายที่จำหน่ายกันอยู่เสื่อมคุณภาพ เนื่องจากค้างสต๊อกเป็นเวลานาน เกิดการเสื่อมตามเวลา หรือเกิดจากการเก็บรักษาที่ไม่ถูกต้อง ทำให้เกิดการเสื่อมคุณภาพของยาเร็วกว่าที่ควรจะเป็น

1.2.3 การโฆษณาชักจูงเพื่อทำให้เกิดความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) ของบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรทำให้เกษตรกรหลงเชื่อยี่ห้อหรือยี่อการค้าของบริษัทต่าง ๆ มากกว่าที่จะคำนึงถึงคุณภาพยาของบริษัทนั้น ๆ

ปัญหาดังกล่าวข้างต้นนั้นจะส่งผลกระทบทำให้การใช้ยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของเกษตรกรไม่มีประสิทธิภาพ เพราะยาที่ใช้ไม่ได้มาตรฐานหรือเสื่อมคุณภาพ อันเป็นผลให้แมลงศัตรูฝ้ายไม่ตาย เกิดการปรับตัวจนดื้อยาและระบาดหนักขึ้นในภายหลัง ทำให้เกษตรกรต้องมีการใช้ยาเพิ่มมากยิ่งขึ้นไปกว่าเดิม ซึ่งนอกจากจะเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นแล้วยังอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิตของเกษตรกรผู้ใช้ได้อีกด้วย

1.3 ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณาถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้น นับว่าเป็นเรื่องสำคัญที่ควรจะพิจารณากำหนดแนวทางในการป้องกันและปรับปรุงส่วนผสมการตลาดที่เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมและเกิดประโยชน์ต่อเกษตรกรผู้ใช้เพิ่มขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ดังนี้คือ

1.3.1 ควรเพิ่มการควบคุมยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งอาจดำเนินการดังนี้

1) ยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายทุกตัวที่มีการจำหน่ายกันอยู่ หรือที่กำลังจะนำเข้ามาจำหน่ายภายในประเทศ ควรจะต้องได้รับการเอาใจใส่มากขึ้นในการควบคุมอย่างเข้มงวดและใกล้ชิดภายใต้พระราชบัญญัติวัตถุมีพิษโดยหน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง

2) ควรมีการส่งเจ้าหน้าที่ของฝ่ายวัตถุมีพิษ กองควบคุมพืชและวัสดุการเกษตรออกหมุนเวียนทำการตรวจสอบตามร้านค้าที่จำหน่ายยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายอยู่เป็นประจำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงฤดูการปลูกฝ้าย จะต้องเพิ่มเจ้าหน้าที่มากขึ้นในการหมุนเวียนตรวจร้านค้าที่จำหน่ายยาในท้องที่ที่มีการปลูกฝ้าย และเพิ่มความถี่ ในการเข้าตรวจมากขึ้น เพื่อทำการตรวจการดำเนินกิจการต่าง ๆ ของผู้ประกอบการค้าหรือร้านค้าให้เป็นไปตามที่กฎหมายได้บัญญัติไว้ โดยเน้นหนักในเรื่องสำคัญดังนี้

- เข้มงวดกวดขันมิให้มีการนำเอาสารป้องกันและกำจัดแมลงศัตรูฝ้ายมาวางปะปนกับสินค้าอื่น

- ควบคุมฉลากให้ถูกต้องโดยทำการตรวจสอบทั้งชนิดและปริมาณสารออกฤทธิ์ให้ตรงตามที่ได้รับอนุญาต เพื่อป้องกันมิให้มีการปลอมปนหรือเกิดการเสื่อมคุณภาพของยาที่จำหน่าย

- ทำการดำเนินคดีแก่ผู้ประกอบการจำหน่ายที่ฝ่าฝืน

1.3.2 ควรส่งเจ้าหน้าที่ของทางการออกไปให้คำแนะนำหรืออบรมเกษตรกรให้มีความรู้ในการใช้ยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายอย่างถูกต้องและใกล้ชิด รวมทั้งวิธีการในการเลือกซื้อยาที่ถูกต้อง และการตรวจสอบคุณภาพของยาอย่างง่าย ๆ เพื่อให้เกษตรกรได้รับผลประโยชน์คุ้มค่าจากการซื้อยาไปใช้มากที่สุด

1.3.3 ควรมีการลดทอนการทำความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตร ซึ่งหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องอาจจะกระทำได้โดยให้บริษัทใช้ชื่อสามัญของยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายชนิดนั้น ๆ ควบคู่ไปกับชื่อทางการค้าของแต่ละบริษัท เพราะจะทำให้เกษตรกรสามารถเข้าใจได้ว่ายายี่ห้อใดบ้างเป็นยาประเภทเดียวกัน เป็นผลให้เกษตรกรผู้ปลูกฝ้ายมีโอกาสในการเลือกยายองยี่ห้อที่มีราคาถูกกว่าไปใช้

นอกจากนี้แล้ว รัฐควรมีการลดความแตกต่างของสูตรหรือความเข้มข้นของยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายประเภทเดียวกันลงให้เหลือเท่าที่จำเป็นโดยไม่ส่งผลกระทบกระเทือนต่อประสิทธิภาพในการกำจัดแมลงของยาประเภทนั้น ๆ ซึ่งจะช่วยลดความเข้าใจผิดในยาประเภทเดียวกันของผู้ใช้ได้ และทำให้บริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรไม่สามารถหาผลประโยชน์เพิ่มขึ้นได้ และการลดบทบาทของการทำความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายจะมีส่วนช่วยลดต้นทุนการปลูกฝ้ายของเกษตรกรให้ต่ำลง เพราะเกษตรกรจะมีความรู้มากขึ้นทำให้สามารถเลือกใช้สินค้าที่มีคุณภาพดีราคาต่ำ ไม่ยึดติดกับตรา หรือยี่ห้อต่อไปอีก

2. <u>ราคา</u>

2.1 สถานการณ์ทางด้านราคา จากการศึกษาพบว่าในด้านราคาจำหน่ายของยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายนั้น มีการแข่งขันกันมากระหว่างบริษัทผู้ค้าและตัวแทนจำหน่ายในแต่ละจังหวัด ทั้งนี้เพื่อที่จะทำให้สามารถขายยายองตนให้ได้มากที่สุด การกำหนดราคาขายทั้งระดับขายส่งและขายปลีกนั้นมีการตั้งราคาส่วนเพิ่ม (Mark up) เพราะยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายเป็นสินค้าที่มีอัตราการคืนทุน (Turn over rate) เร็ว กล่าวคือประมาณ 4 เดือนนับตั้งแต่ช่วง

เวลาที่สั่งเข้าจนถึงมือเกษตรกรผู้ใช้ ซึ่งการตั้งราคาส่วนเพิ่มในยาประเภทเดียวกันของแต่ละบริษัทนั้นแตกต่างกัน บริษัทใดเป็นผู้นำตลาดก็มีการตั้งราคาส่วนเพิ่มในอัตราที่ค่อนข้างสูง ตัวอย่างเช่น ยาประเภทโมโนโครโตฟอส ของบริษัทเชลล์ยี่ห้ออโซดริน มีการตั้งราคาส่วนเพิ่มถึงร้อยละ 17.50 ของต้นทุนทั้งหมด ทั้งนี้เพราะว่าเกษตรกรผู้ใช้มีความภักดีในตราของบริษัทเชลล์ค่อนข้างสูง ทำให้ยาตัวนี้ของเชลล์มีราคาแพงกว่าของบริษัทอื่นที่เป็นยาประเภทเดียวกัน

นอกจากนี้แล้วยังมีตัวแทนจำหน่ายบางรายทำการจำหน่ายยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายในราคาที่ต่ำกว่าที่ทางบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรกำหนดไว้ กล่าวคือ มีการลดกำไรการขายลงเพื่อแย่งชันแย่งลูกค้า และเพิ่มยอดการจำหน่ายยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของตนให้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อที่จะให้ได้ตามเป้าของบริษัทผู้ค้าฯ ที่ตั้งไว้ในการที่จะได้รับการส่งเสริมการจำหน่าย รวมทั้งสามารถนำเงินที่ได้จากการจำหน่ายยามาหมุนในการดำเนินกิจการของตน ซึ่งดีกว่าที่จะต้องเสียดอกเบี้ยในอัตราที่สูง ในการกู้จากธนาคารหรือจากนายทุนอีกด้วย

2.2 ปัญหาทางด้านราคายาปราบแมลงศัตรูฝ้าย ปัญหาในส่วนนี้จะมีผลกระทบต่อเกษตรกรผู้ปลูกฝ้ายโดยตรงเป็นส่วนใหญ่และมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่มีผลกระทบต่อผู้จำหน่าย สำหรับเกษตรกรแล้วนับว่าเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการมีกำลังใจในการลงทุนผลิต หรือขยายการผลิตฝ้าย ทั้งนี้เนื่องจากค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายนั้นคิดเป็นจำนวนประมาณร้อยละ 50 ของต้นทุนทั้งหมดที่ใช้ในการปลูกฝ้ายของเกษตรกร ส่วนทางด้านผู้จำหน่ายยานั้นเนื่องจากการทำธุรกิจด้านนี้ง่ายและใช้ทุนไม่มากนัก จึงมีคู่แย่งชันมาก มีการตัดราคากัน ซึ่งจะมีผลกระทบต่อผลกำไรของผู้จำหน่ายยานั่นเอง อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงปัญหาที่เกี่ยวกับราคาของยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายนั้น ปรากฏว่ามีปัญหาที่สำคัญ ๆ อยู่ดังนี้

2.2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างราคากับความรุนแรงในการระบาดของแมลงศัตรู ดังได้กล่าวไปแล้วว่าฝ้ายเป็นพืชไร่ที่มีแมลงศัตรูรบกวนมากที่สุด ซึ่งในช่วงที่มีการระบาดของโรคฝ้ายอันเกิดจากแมลงศัตรูมาก ทำให้ความต้องการใช้ในยาประเภทดูดซึมของเกษตรกรผู้ปลูกฝ้ายเพิ่มมากขึ้น เป็นผลให้ร้านค้าสามารถจะขึ้นราคาจำหน่ายของยาประเภทนี้เพิ่มสูงขึ้นได้ หรือในช่วงที่มีการระบาดของหนอนต่าง ๆ มาก ก็จะทำให้ราคาขายของยาประเภทกำจัดหนอนนั้นถีบตัวสูงขึ้นเช่นเดียวกัน

2.2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างราคากับการแย่งชันกันของผู้จำหน่าย เนื่องจากว่ามีผู้ดำเนินธุรกิจด้านนี้เป็นจำนวนมาก จึงมีการแย่งชันกันโดยการใช้สงครามราคา มีการตัดราคาจำหน่ายของยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายลง เพื่อทำการแย่งลูกค้า และเพิ่มยอดขายของร้านค้า

ที่จำหน่าย ซึ่งผลดีในการแย่งชันของผู้จำหน่ายก็จะได้กับเกษตรกรผู้ใช้โดยที่จ่ายเงินน้อยลงในการซื้อยามาใช้ แต่อาจเกิดผลเสียขึ้นได้เกี่ยวกับคุณภาพของยาที่จำหน่ายกันอยู่ ทั้งนี้เพราะผู้จำหน่ายอาจมีการปลอมปนหรือผลิตยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายเองเพื่อที่จะสามารถจำหน่ายยาได้ในราคาถูก และเพื่อเพิ่มกำไรในการขายของตนอีกด้วย

2.3 ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมทางด้านราคา เนื่องจากส่วนผสมทางด้านราคานี้มีความเกี่ยวพันกับการลงทุนของธุรกิจเอกชน และมีผลกระทบอย่างมากต่อต้นทุนการผลิตฝ้ายของเกษตรกร ดังนั้นข้อเสนอแนะในส่วนนี้จะเป็นข้อเสนอที่ต้องอาศัยการยื่นมือเข้ามาช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกษตรกรผู้ใช้สามารถหาซื้อยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายได้ในราคาที่เหมาะสม และธุรกิจเอกชนยังสามารถดำเนินการเพื่อแสวงหาผลตอบแทนที่เหมาะสมได้เช่นเดียวกัน โดยที่รัฐควรส่งเสริมให้มีการผลิตหรือการผสมยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งควรมีการลดภาษีการนำเข้ายาปราบแมลงศัตรูฝ้ายในรูปหัวเชื้อยา ทั้งนี้เพื่อเป็นการช่วยลดต้นทุนการผลิตของหน่วยธุรกิจเอกชนอันอาจส่งผลให้ราคาจำหน่ายของยาลดลง ซึ่งก่อให้เกิดผลดีต่อเกษตรกรผู้ปลูกฝ้ายในด้านต้นทุนการผลิตที่ลดลงด้วย

3. <u>ช่องทางการจำหน่าย</u>

3.1 รูปแบบของช่องทางการจำหน่ายยาปราบแมลงศัตรูฝ้าย จากการวิจัยสรุปได้ว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตร ประกอบด้วยช่องทางที่สำคัญสองช่องทาง ช่องทางแรกประกอบด้วยบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรขายผ่านร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย หรือเอเย่นต์ ไปยังร้านค้าย่อยและไปถึงมือเกษตรกรผู้ปลูกฝ้าย ซึ่งเป็นช่องทางการกระจายสินค้าที่บริษัทผู้ค้าฯ นิยมใช้กันมากที่สุดเป็นจำนวนถึงร้อยละ 90 ส่วนอีกช่องทางก็คือ จากบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรผ่านร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายหรือเอเย่นต์ ซึ่งจำหน่ายต่อไปยังผู้บริโภคขั้นสุดท้าย คือ เกษตรกรผู้ใช้ โดยที่มีเพียงร้อยละ 10 ของบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรเท่านั้น ที่ใช้ช่องทางนี้ในการกระจายสินค้าของตน ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าช่องทางการจำหน่ายของธุรกิจยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายต้องมีการกระจายสินค้าผ่านร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายหรือเอเย่นต์ แล้วจึงค่อยผ่านไปยังร้านค้าย่อย และเกษตรกรผู้ปลูกฝ้าย ทั้งนี้เพราะว่าบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรต้องการนำเอายาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของตนไปตอบสนองความต้องการของเกษตรกรในเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม ในปริมาณที่พอเพียงต่อความต้องการใช้ ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า ตลอดจนสามารถกระจายสินค้าไปยังเกษตรกรที่อยู่อย่างกระจัดกระจายได้อย่างทั่วถึง นอกจากนี้แล้วบริษัทยังสามารถปัดภาระความ

เลี่ยงรวมทั้งการให้เครดิตแก่ร้านค้าย่อย และเกษตรกร ไปยังร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายหรือเอเย่นต์ได้อีกด้วย ซึ่งร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายหรือเอเย่นต์นั้น ส่วนมากมีฐานะการเงินเป็นที่น่าเชื่อถือ และดำเนินกิจการเกี่ยวกับยาปราบศัตรูพืชในแต่ละท้องถิ่นมาเป็นเวลานาน จนมีความสัมพันธ์กับร้านค้าย่อย หรือเกษตรกรเป็นอย่างดี ดังนั้นนอกจากจะช่วยกระจายสินค้าแล้ว ยังช่วยส่งเสริมสนับสนุนและผลักดันยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของบริษัทผู้ค้าที่ตนได้รับการส่งเสริมการจำหน่ายให้แก่เกษตรกรในการตัดสินใจเลือกซื้อยาที่เอเย่นต์แนะนำให้ใช้ อันเป็นผลให้ยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของบริษัทนั้นมีปริมาณการจำหน่ายในตลาดเพิ่มมากขึ้น

3.2 ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการจำหน่าย จากที่กล่าวไปแล้วข้างต้น แสดงให้เห็นว่าร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายหรือเอเย่นต์นั้นเป็นตัวกลางที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการกระจายสินค้าไปสู่เกษตรกรผู้ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ถึงกระนั้นก็ตามการกระจายยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายโดยผ่านเอเย่นต์ก็ก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ซึ่งมีสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้

3.2.1 เกิดลักษณะการผูกขาดของร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายในระดับท้องถิ่น ทั้งนี้เพราะว่ายาปราบแมลงศัตรูฝ้ายจากบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรที่ส่งไปจำหน่ายยังท้องถิ่นนั้น ๆ แทนที่จะถูกส่งตรงไปยังร้านค้าย่อยต่าง ๆ แต่กลับต้องถูกส่งไปยังร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายหรือเอเย่นต์ก่อน ทำให้เอเย่นต์ได้รับประโยชน์ในฐานะนายหน้าไปจำนวนหนึ่ง ซึ่งส่งผลให้ยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายที่เกษตรกรซื้อมีราคาเพิ่มขึ้น ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าการขายในระบบเอเย่นต์ ทำให้เอเย่นต์สามารถเพิ่มส่วนเหลื่อมกำไรให้แก่ตนเองได้

3.2.2 ความจำเป็นที่ต้องอาศัยร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัทเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากว่า บริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรต้องอาศัยเอเย่นต์ในการผลักดันหรือสนับสนุนยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของตนให้ออกสู่ตลาดเพิ่มมากขึ้นเพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายของตน ซึ่งการที่บริษัทผู้ค้าฯ ต้องอาศัยร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายในลักษณะดังกล่าวนี้ เป็นผลให้อำนาจในการเจรจาต่อรองของเอเย่นต์เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นถ้าหากบริษัทไม่สามารถที่จะเสนอผลประโยชน์ด้านต่าง ๆ เช่น เครดิตส่วนลด ระยะเวลาที่ให้เครดิต และอื่น ๆ ให้เป็นที่พอใจของเอเย่นต์แล้ว อาจจะมีผลให้ร้านค้าตัวแทนจำหน่ายนั้นไม่ช่วยสนับสนุนและส่งเสริมยาของบริษัท ซึ่งจะทำให้ยอดขายของบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรลดลงได้

3.3 ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับช่องทางการจำหน่าย มีแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการกระจายสินค้าดังนี้

3.3.1 ควรมีการเปลี่ยนแปลงให้มีจำนวนร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายหรือเอเย่นต์เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้มีการแข่งขันกันเพิ่มมากขึ้นในการผลักดันและส่งเสริมยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของบริษัทผู้ค้าฯ รวมทั้งเพื่อเป็นการลดอำนาจต่อรองของร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายลง นอกจากนี้แล้ว การเพิ่มเอเย่นต์ดังกล่าว อาจจะทำให้ร้านค้าย่อยมีความคล่องตัวในการเลือกซื้อยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายไปขายให้กับเกษตรกรมากขึ้น ซึ่งสิ่งสำคัญที่สุดของการเพิ่มจำนวนร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายหรือเอเย่นต์ในแต่ละท้องถิ่นนั้นจะต้องไม่ให้กระทบกระเทือนต่อความสัมพันธ์ที่มีอยู่ระหว่างเอเย่นต์เดิมกับบริษัทผู้ค้าฯ วัสดุการเกษตรยาปราบแมลงศัตรูฝ้าย

3.3.2 ควรมีการพัฒนาส่งเสริมสนับสนุนตัวกลางหรือร้านค้าในลักษณะที่จะเอื้ออำนวยให้ทำหน้าที่ทางการตลาดต่าง ๆ แทนบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรได้อย่างเต็มที่ ซึ่งทำให้สามารถที่จะผลักดันผลิตภัณฑ์ของตนเข้าไปในตลาดให้เป็นที่ต้องการและเป็นที่ยอมรับของเกษตรกรมากขึ้น อันเป็นผลให้ส่วนแบ่งตลาดของบริษัทนั้น ๆ ขยายตัวออกไป การที่บริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรจะทำการเพิ่มหรือรักษาไว้ซึ่งส่วนแบ่งตลาดของยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของตนนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนร้านค้าที่เป็นตัวแทนให้มีการดำเนินกิจการอย่างมีประสิทธิภาพตลอดไป โดยอาจจะกระทำได้ดังนี้คือ

1) จัดการอบรมให้กับตัวแทนจำหน่ายในเรื่องที่เกี่ยวกับการใช้ยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายที่ถูกต้อง ก่อให้เกิดความปลอดภัยต่อชีวิตของเกษตรกรผู้ใช้และผู้อื่น เพื่อที่จะนำข้อมูลนี้ไปเผยแพร่แก่เกษตรกรต่อไปอีกทอดหนึ่ง

2) ให้ข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีทางการเกษตรแผนใหม่โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของเมล็ดพันธุ์ฝ้ายที่ดี การใช้ปุ๋ย การตรวจนับแมลงศัตรูฝ้ายก่อนฉีดยา ตลอดจนวิธีการปลูกและปฏิบัติรักษาฝ้ายที่ถูกต้องตามหลักวิชาการเกษตรแก่ร้านค้าเพื่อนำไปเผยแพร่ต่อเกษตรกร

3) ควรมีการแจ้งข่าวสารข้อมูลที่จำเป็นเกี่ยวกับนโยบายของบริษัท วิธีการดำเนินงาน ตลอดจนเป้าหมายของการดำเนินการเพื่อให้ร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายทราบและเข้าใจถึงความต้องการและวัตถุประสงค์ของบริษัท

4) ควรดำเนินการสนับสนุน ชี้แจง อบรม และจัดหาวัสดุต่าง ๆ เช่น แผ่นป้ายโฆษณาชั้นสำหรับตั้งแสดงสินค้า ฯลฯ ให้แก่ร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายเพื่อใช้ในการดำเนินการขาย และช่วยส่งเสริมการจำหน่ายในผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตร

5) ควรมีปริมาณสต๊อกของยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายอย่างเพียงพอที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของเกษตรกรผู้ใช้โดยผ่านไปตามช่องทางการกระจายสินค้าดังกล่าวข้างต้นได้ทันเวลาและทั่วถึง

4. <u>การส่งเสริมการจำหน่าย</u>

4.1 ลักษณะทั่วไปของการส่งเสริมการจำหน่าย เป็นกิจกรรมของการตลาดที่สำคัญที่สุดสิ่งหนึ่งที่เป็นตัวกระตุ้นความต้องการ โน้มน้าว และชักจูงใจกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายให้เกิดความสนใจ มีความต้องการใช้ เริ่มทดลองใช้ เกิดความนิยมชมชอบ และมีความภักดีที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ของหน่วยธุรกิจนั้น ๆ สำหรับระบบการตลาดยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายนั้น มีการดำเนินการส่งเสริมการจำหน่ายกันอย่างกว้างขวางทั้งในหน่วยงานราชการและหน่วยธุรกิจเอกชน ทั้งนี้เนื่องจากมีวัตถุประสงค์ร่วมกันในการที่จะส่งเสริมให้ความรู้แก่เกษตรกรผู้ปลูกฝ้ายเกี่ยวกับการใช้ยาปราบแมลงศัตรูพืชที่ถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้ผลตอบแทนการผลิตฝ้ายที่สูงขึ้น ทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น มีฐานะทางครอบครัวดีขึ้น ซึ่งเป็นผลให้มีการพัฒนาประชากรและเศรษฐกิจของประเทศตามวัตถุประสงค์ของรัฐที่ได้กำหนดไว้

ลักษณะของการส่งเสริมการจำหน่ายในระบบตลาดยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายนั้น จะต้องดำเนินการควบคู่กันไปหลายลักษณะ ทั้งนี้นอกจากจะทำให้เกษตรกรเข้าใจ ยอมรับ และหันมาใช้ยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายแล้ว บริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรจำเป็นต้องมีการเน้นหรือย้ำเตือนความจำของเกษตรกรเกี่ยวกับตราหรือยี่ห้อ สถานที่ที่สามารถหาซื้อมาใช้ได้ และอื่น ๆ ในผลิตภัณฑ์ของตน ตลอดจนมีการกระตุ้นตัวกลางให้ดำเนินการส่งเสริมและผลักดันยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของบริษัทไปยังเกษตรกรผู้ใช้ให้เพิ่มมากขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มหรือรักษาไว้ซึ่งส่วนแบ่งตลาดยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของตนนั่นเอง ซึ่งวิธีการส่งเสริมการจำหน่ายของธุรกิจยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายนั้นประกอบด้วย

4.1.1 การส่งเสริมการจำหน่ายโดยตรง เป็นวิธีการดำเนินการส่งเสริมให้ความรู้ต่าง ๆ แก่เกษตรกรเกี่ยวกับโรคและแมลงศัตรูฝ้าย ลักษณะการเข้าทำลาย การตรวจนับแมลงศัตรู ยาที่จะใช้และวิธีการใช้ ตลอดจนผลตอบแทนต่าง ๆ ที่ได้รับในการใช้ยาปราบแมลงศัตรูฝ้าย ซึ่งการส่งเสริมการจำหน่ายโดยตรงนี้สามารถแบ่งออกได้เป็นสองรูปแบบ กล่าวคือ รูปแบบแรกนั้นเป็นการทำแปลงทดลองและสาธิตทางวิชาการ โดยจะมีการเลือกแปลงทดลองในเขตที่มีการปลูกฝ้าย แล้วมีการแจกเมล็ดพันธุ์ฝ้ายและยาปราบแมลงศัตรู

ฝ้ายให้แก่เกษตรกรเพื่อทำการปลูกภายใต้การควบคุมดูแล ให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิดในทุกขั้นตอนของการเพาะปลูก โดยนักวิชาการของบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตร เพื่อให้เกษตรกรผู้ปลูกฝ้ายได้เห็นและทราบถึงผลตอบแทนที่ได้รับจากการใช้ยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของบริษัทตน อันเป็นผลให้เกษตรกรเกิดความเชื่อถือ มั่นใจ และมีความต้องการที่จะซื้อยาของบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรนั้นมาใช้

สำหรับรูปแบบที่ล่องนั้นใช้วิธีการติดต่อกับเกษตรกรผู้ปลูกฝ้ายเป็นรายบุคคล โดยอาจมีการจัดสัมนาหรือประชุมกลุ่มเกษตรกรในแต่ละท้องถิ่นขึ้น แล้วมีการเชิญผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ตัวแทนจำหน่าย ร้านค้าหรือพ่อค้าต่าง ๆ ของท้องถิ่นเข้าร่วมการสัมนาเพื่อเสนอแนะแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นกับเกษตรกรและเพื่อเป็นการสร้างความคุ้นเคยกันระหว่างตัวแทนจำหน่ายและร้านค้ากับเกษตรกร รวมทั้งยังเป็นการชักนำเกษตรกรหันมาสนใจและใช้ยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรนั้นเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

4 1.2 การโฆษณา เป็นเครื่องมือส่งเสริมการจำหน่ายที่สำคัญอย่างหนึ่งในการแพร่กระจายข่าวสารข้อมูล และโน้มน้าวใจกลุ่มเกษตรกรที่เป็นเป้าหมายให้เกิดการคล้อยตามเหตุผลและเรื่องราวที่เกี่ยวกับยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตร โดยผ่านทางสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นป้ายโฆษณา ใบปลิว เป็นต้น ซึ่งในการเลือกใช้สื่อโฆษณาใดนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยสองอย่าง คือ ต้นทุนค่าใช้จ่ายของการโฆษณาและผู้รับฟัง จากการศึกษาพบว่า สื่อโฆษณาที่บริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรนิยมใช้กันมาได้แก่ วิทยุ ทั้งนี้เนื่องจากว่าเกษตรกรเกือบทุกครัวเรือนมีเครื่องรับฟังวิทยุไว้ฟังรายการต่าง ๆ ซึ่งการโฆษณาทางวิทยุนี้สามารถที่จะกระจายข่าวสารหรือข้อมูลต่าง ๆ ไปยังเกษตรกรที่อยู่กันกระจัดกระจายได้อย่างทั่วถึง ทั้งยังสามารถย้ำเตือนความจำของเกษตรกรเกี่ยวกับยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรได้บ่อยครั้งอีกด้วย

4.1.3 การส่งเสริมการขาย เป็นการดำเนินกิจกรรมด้านตลาดที่มีส่วนสำคัญในการเพิ่มพูนการซื้อของเกษตรกรผู้ปลูกฝ้าย และเพิ่มความพยายามในการขายหรือผลักดันสินค้าของบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรยาปราบแมลงศัตรูฝ้าย โดยร้านค้าตัวแทนจำหน่าย สำหรับธุรกิจยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายนั้น บริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรได้ใช้ความพยายามที่จะกระตุ้นหรือสร้างความต้องการในสินค้าของตนต่อเกษตรกร โดยอาศัยเครื่องมือต่าง ๆ เช่น ของแถม ส่งลากยิงโชค การลดราคา แสตมป์การค้า คูปอง เป็นต้น จากการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการขายของบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรไปยังเกษตรกรผู้ปลูกฝ้ายที่นิยมใช้มากที่สุดก็ได้แก่ การ

แจกของแถม พร้อมกับการซื้อยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของบริษัทฯ ตามจำนวนที่กำหนด และของแถมที่แจกส่วนมากได้แก่ เสื้อยืด กางเกงยีนส์ หมวกและเครื่องใช้ต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งจะยังผลให้เกษตรกรหันมาสนใจและซื้อยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของหน่วยธุรกิจนั้นบ่อยขึ้นหรือเพิ่มมากขึ้น ทำให้ยอดขายและส่วนแบ่งตลาดของบริษัทเพิ่มมากขึ้น และยังเป็นการลดระดับความภักดีต่อตราหรือยี่ห้อที่เกษตรกรมีต่อบริษัทคู่แข่งได้อีกด้วย

ส่วนการส่งเสริมการขายที่มุ่งไปยังร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายในระบบการตลาดยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายนั้น เป็นวิธีการในการผลักดันยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของบริษัทเข้าไปในตลาดได้อย่างรวดเร็วที่สุดและมากที่สุด ทั้งนี้เพราะว่าเกษตรกรมีความเชื่อถือร้านค้าในท้องถิ่นและยังเป็นที่พึ่งทางด้านอื่นหลายด้านของเกษตรกรด้วย ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านเงินทุนหรือการระบาดของแมลงศัตรูในพื้นที่ที่เพาะปลูก การส่งเสริมการขายของบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรไปยังตัวกลางที่ใช้กันอยู่ ได้แก่ การให้สินเชื่อ การให้ส่วนลด การรับคืนสินค้า เป็นต้น ซึ่งจากการวิจัยพบว่า วิธีการส่งเสริมการขายไปยังตัวกลางของบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรในตลาดยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายที่นิยมใช้กันมากที่สุดก็คือ การให้สินเชื่อถึงประมาณร้อยละ 89 โดยช่วงระยะเวลาที่ให้สินเชื่อแก่ร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายนั้นประมาณ 2-3 เดือน แต่ถ้าร้านค้าใดมีการชำระเงินก่อนระยะเวลาสินเชื่อที่บริษัทให้ก็จะได้รับส่วนลดจากบริษัทอีกด้วย

การให้สินเชื่อแก่ร้านค้าตัวแทนจำหน่ายนั้น นอกจากจะเป็นการกระตุ้นให้ร้านค้าเกิดการสนับสนุนส่งเสริมและช่วยผลักดันยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของบริษัทแล้ว ยังจะช่วยให้ร้านค้ามีสินค้าไว้ในร้านเป็นจำนวนมาก อันจะเป็นผลดีต่อการส่งเสริมการจำหน่ายทางอ้อม กล่าวคือ การมีผลิตภัณฑ์ไปตั้งแสดงไว้ที่ร้านค้าอย่างเพียงพอนั้นเป็นประโยชน์ต่อการที่จะกระตุ้นความต้องการซื้อของเกษตรกรต่อยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายยี่ห้อนั้น ๆ โดยไม่ได้ตั้งใจไว้ก่อน (Impluse Buying) และยังเป็นการส่งเสริมการจำหน่ายทางการโฆษณาไปยังเกษตรกรผู้ปลูกฝ้ายอีกด้วย ซึ่งจะทำให้เกษตรกรรู้จักและเกิดความสนใจยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของบริษัทจนกระทั่งเริ่มทดลองใช้และใช้ต่อไปเรื่อย ๆ ในผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายนั้น

4.2 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการจำหน่าย หน่วยธุรกิจในระบบการตลาดยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายนั้นมีการดำเนินกิจกรรมการส่งเสริมการจำหน่ายไปยังตัวกลางและเกษตรกรในทุกรูปแบบ จึงเป็นการยากที่จะติดตามควบคุมผลของการส่งเสริมการจำหน่ายให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ทุกอย่าง จากการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการจำหน่ายในส่วนของการส่งเสริมการขายไปยังตัวเกษตรกรผู้บริโภคนั้น ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์

ของบริษัทที่ตั้งไว้ กล่าวคือ การแจกของแถมต่าง ๆ เมื่อมีการซื้อยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายตามจำนวนที่กำหนดไว้ ปรากฏว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีเงินทุนพอที่จะซื้อยาตามจำนวนที่กำหนด เป็นผลให้ของแถมที่จะแจกให้แก่เกษตรกรกลับไปตกอยู่กับร้านค้าต่าง ๆ ที่จำหน่ายยา ดังนั้น บริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรจึงควรทำการปรับปรุงการส่งเสริมการขายดังกล่าวให้ไปถึงมือเกษตรกรผู้ซื้อ โดยมีสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้

4.2.1 ควรทำการลดมูลค่าของแถมที่แจกลงแล้วบรรจุลงในหีบห่อหรือติดอยู่บนหีบห่อของยาปราบแมลงศัตรูฝ้าย เพื่อที่บริษัทสามารถส่งเสริมการขายไปยังเกษตรกรผู้ใช้ได้โดยฉับพลันทันที

4.2.2 ควรจะใช้วิธีการสะสมชิ้นส่วนของฉลากหรือฝากล่องยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายตามจำนวนที่กำหนด แล้วนำไปแลกของแถมจากร้านค้าต่าง ๆ ในท้องถิ่นของตนได้ นอกเหนือไปจากการได้รับแจกของแถมเมื่อมีการซื้อยาตามจำนวนที่กำหนดไว้เช่นเดียวกัน

5. <u>เกษตรกรผู้ปลูกฝ้าย</u>

5.1 ข้อมูลที่เกี่ยวกับตัวเกษตรกร จากการศึกษาถึงตัวเกษตรกรผู้ปลูกฝ้าย ซึ่งเป็นเป้าหมายทางการตลาดของบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายนั้นพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อพยพมาจากท้องถิ่นอื่นเนื่องจากไม่มีที่ทำกิน มีระดับการศึกษาค่อนข้างต่ำ ตลอดจนมีฐานะทางเศรษฐกิจในครอบครัวต่ำ กล่าวคือ มีเงินลงทุนในการผลิตน้อยหรือไม่มีอยู่เลย ทั้งนี้เนื่องมาจากจำนวนแรงงานในครอบครัวของเกษตรกรที่ทำงานได้มีอยู่น้อยกว่าเกือบครึ่งหนึ่งของจำนวนสมาชิกในครอบครัวทั้งหมด อันเป็นผลให้ไม่สามารถทำการผลิตเพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่เพียงพอต่อการยังชีพ นอกจากนี้สินเชื่อเพื่อการผลิตก็มีจำนวนจำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินเชื่อที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำจากสถาบันการเงินในระบบ และสถาบันการเงินในระบบที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบันมักมุ่งอำนวยสินเชื่อให้แก่เกษตรกรที่มีหลักประกันมั่นคง เป็นเจ้าของที่ดินและมีเอกสารสิทธิตามกฎหมายในการให้กู้ยืมเงิน

สำหรับการใช้ยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของเกษตรกรนั้น ปรากฏว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มีการใช้ยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายตามการแนะนำของเกษตรอำเภอโดยทำการฉีดยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายประมาณ 9-16 ครั้งในช่วงฤดูการปลูกฝ้าย โดยค่าใช้จ่ายทางด้านยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของเกษตรกรนั้น คิดเป็นจำนวนครึ่งหนึ่งของค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ใช้ในการปลูกฝ้าย ซึ่งในการซื้อยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายมาใช้ส่วนใหญ่มักจะซื้อจากร้านค้าในท้องถิ่น ทั้งนี้เพราะว่าหา

ซื้อได้ล่ะตวก มีการติดต่อกันมานาน ได้รับสินเชื่อและลักษณะการซื้อนั้น ซื้อเป็นจำนวนไม่มากนัก พอเพียงต่อการนำไปใช้เท่านั้น จึงทำให้การซื้อนั้นอยู่ในรูปของเงินสดเป็นส่วนใหญ่

5.2 ปัญหาที่เกี่ยวกับเกษตรกรผู้ปลูกฝ้าย จากการศึกษาถึงระบบการตลาดยาปราบแมลงศัตรูฝ้าย ทำให้ทราบข้อเท็จจริงที่ก่อให้เกิดปัญหาขึ้นกับเกษตรกรผู้ปลูกฝ้าย ซึ่งมีสาระสำคัญดังนี้

5.2.1 การขาดความรู้ในเรื่องเทคนิคการปลูกฝ้ายที่มีประสิทธิภาพ อันได้แก่ การเลือกใช้เมล็ดพันธุ์ฝ้ายที่ดี การเกษตรกรรมสมัยใหม่ การตรวจนับแมลงศัตรูฝ้าย การใช้ยาปราบแมลงศัตรูฝ้าย เป็นต้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเพิ่มผลิตภาพของการปลูกฝ้าย และให้ผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้นคุ้มกับต้นทุนการผลิต ซึ่งปัญหาของการขาดเทคโนโลยีของการปลูกฝ้ายที่มีประสิทธิภาพของเกษตรกรนั้น สืบเนื่องมาจากปัญหาทางด้านการศึกษา และปัญหาทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับเงินลงทุนในการปลูกฝ้าย ทั้งนี้เพราะว่าค่าใช้จ่ายทางด้านยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายค่อนข้างสูง ประกอบกับต้องมีความรู้เกี่ยวกับการใช้ยาอย่างถูกต้อง จึงจะทำให้ปลูกฝ้ายได้ผลดี

5.2.2 การไม่มีเอกสารสิทธิในการครอบครองที่ดิน เกษตรกรผู้ปลูกฝ้ายส่วนหนึ่งถึงร้อยละ 35 ที่เป็นเจ้าของที่ดิน ยังไม่มีเอกสารแสดงกรรมสิทธิ์ที่ดินที่ถูกต้อง จึงไม่สามารถที่จะนำเอาสิทธิการเป็นเจ้าของที่ดินไปใช้ประโยชน์ในการขอรับบริการสินเชื่อจากสถาบันการเงินในระบบซึ่งเป็นผลให้เงินลงทุนในการผลิตฝ้ายของเกษตรกรถูกจำกัดลง

5.2.3 ราคาของผลผลิตฝ้ายไม่แน่นอนและค่อนข้างต่ำ ราคาของฝ้ายในประเทศเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งนี้เพราะความต้องการส่วนใหญ่ที่ใช้สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งเป็นผลให้เกษตรกรผู้ปลูกฝ้ายมีโอกาสประสบกับภาวะการขาดทุนเนื่องจากราคาของฝ้ายต่ำ ทำให้เกษตรกรไม่สามารถชำระหนี้คืนแก่สถาบันการเงินต่าง ๆ ที่ได้รับสินเชื่อมาได้ และไม่มีเงินทุนพอที่ทำการผลิตในฤดูต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกร

5.3.1 ควรทำการส่งเสริมให้ความรู้แก่เกษตรกรเพิ่มมากขึ้น โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของทางราชการ เช่น กรมวิชาการเกษตรและกรมส่งเสริมการเกษตร มีการดำเนินการร่วมกันด้วยการเร่งหนุนส่งนักวิชาการของกรมวิชาการเกษตรและเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรออกไปให้คำแนะนำเกี่ยวกับการปลูกฝ้ายที่ถูกต้อง การใช้ยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายที่ถูกต้องและปลอดภัย และอื่น ๆ แก่เกษตรกรอย่างใกล้ชิด อันจะเป็นผลให้ประสิทธิภาพในการปลูกฝ้ายของเกษตรกรเพิ่มมากขึ้น

5.3.2 ควรทำการเร่งรัดการออกเอกสารสิทธิให้เพิ่มมากขึ้นเพื่อที่จะช่วยเหลือเกษตรกรผู้ปลูกฝ้ายในการใช้ปัจจัยที่ดินที่ตนเป็นเจ้าของอยู่ให้ได้ประโยชน์มากขึ้นในการขอรับสินเชื่อจากสถาบันการเงินในระบบที่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน อันเป็นมาตรการทางอ้อมที่จะช่วยเหลือเกษตรกรเกี่ยวกับการได้มาซึ่งแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการผลิตฝ้ายนั่นเอง

5.3.3 ราชการควรให้ความช่วยเหลือทางด้านเงินทุนจำกัดของเกษตรกร โดยอาจจะดำเนินการขยายอุปทานสินเชื่อการเกษตรของสถาบันการเงินในระบบที่เป็นสถาบันเกษตรกร เช่น สหกรณ์การเกษตร กลุ่มเกษตรกรต่าง ๆ และหน่วยงานราชการอันได้แก่ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ ให้เพิ่มขึ้นกว่าที่ดำเนินการอยู่ปัจจุบันนี้

5.3.4 ควรจะต้องมีการประกันราคาฝ้ายก่อนฤดูการปลูกรวมทั้งมีการกำหนดราคาที่แตกต่างกันออกไปตามคุณภาพของฝ้าย ซึ่งเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรผู้ปลูกฝ้ายในการจำหน่ายผลผลิตของตนให้ได้ราคาที่ยุติธรรม

6. <u>สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน</u>

6.1 สมมุติฐานที่เกี่ยวกับส่วนแบ่งตลาด จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับส่วนแบ่งตลาดยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของบริษัทผู้ค้าระหว่างประเทศ และส่วนแบ่งตลาดยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของบริษัทผู้ค้าในประเทศ ปรากฏว่าบริษัทผู้ค้าระหว่างประเทศมีส่วนแบ่งตลาดสูงกว่าโดยมีส่วนแบ่งตลาดรวมใน 7 จังหวัด สูงถึงร้อยละ 91.97 สำหรับบริษัทผู้ค้าในประเทศมีส่วนแบ่งตลาดเพียงร้อยละ 8.03 เท่านั้น และเมื่อพิจารณาในแต่ละจังหวัดแล้วปรากฏว่าบริษัทผู้ค้าระหว่างประเทศมีส่วนแบ่งตลาดสูงกว่าร้อยละ 50 ของบริษัทผู้ค้าในประเทศในทุกจังหวัดอีกด้วย ดังนั้นข้อมูลที่ได้รับนี้จึงยืนยันสมมุติฐานที่ว่า "บริษัทผู้ค้าระหว่างประเทศมีส่วนครองตลาดของยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายมากกว่าบริษัทผู้ค้าในประเทศนั้นเป็นจริง

6.2 สมมุติฐานที่เกี่ยวกับช่องทางการจำหน่าย ในการศึกษาถึงการจำหน่ายยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของผู้ค้าวัสดุการเกษตรนั้น ได้ทำการพิจารณาถึงสถานที่ซื้อยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของเกษตรกรมาใช้ ซึ่งปรากฏว่า เกษตรกรผู้ปลูกฝ้ายถึงร้อยละ 80.08 มีการติดต่อซื้อยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายจากร้านค้าต่าง ๆ ในท้องถิ่น ส่วนที่เหลือนั้นทำการติดต่อซื้อยาจากกลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์ นายทุน และจากสถานที่อื่น ๆ เช่น ศูนย์สาธิต ฯลฯ เพียงร้อยละ 13.45 4.48 และ 1.99 ตามลำดับ และไม่ปรากฏว่ามีเกษตรกรติดต่อซื้อยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายจากบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรโดยตรงเลย ประกอบกับเมื่อพิจารณาถึงการใช้ช่องทาง

การจำหน่าย และการมุ่งให้การส่งเสริมการจำหน่ายของบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรต่าง ๆ นั้น ได้ให้ความสำคัญต่อการจำหน่ายไปทางร้านค้าตัวแทนดังที่ได้กล่าวมาแล้ว จึงน่าที่จะเป็นการยืนยันสมมุติฐานที่ว่า "ผู้ค้าวัสดุการเกษตรยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายไม่นิยมวิธีการขายโดยตรง" นั้นเป็นจริง

6.3 สมมุติฐานที่เกี่ยวกับการโฆษณาทางวิทยุ การศึกษาถึงการส่งเสริมการจำหน่ายที่ดีที่สุดโดยการโฆษณาทางวิทยุนั้น ได้พิจารณาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลที่แท้จริงต่อพฤติกรรมในการซื้อยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายของเกษตรกรลูกไร่ ทั้งนี้เนื่องจากว่าเกษตรกรลูกไร่มักได้รับความช่วยเหลือทางด้านเงินทุน ยาปราบแมลงศัตรูฝ้าย และอื่น ๆ จากร้านค้าหรือนายทุน อันจะเป็นผลให้การเลือกใช้ยายี่ห้อต่าง ๆ ของเกษตรกรลูกไร่ถูกจำกัด ซึ่งผลของการวิจัยแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรลูกไร่ถึงร้อยละ 80.96 ที่มีการซื้อยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายจากร้านค้านั้นล้วนเนื่องมาจากการโฆษณาทางวิทยุ นอกนั้นมีการซื้อยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายจากร้านค้าเนื่องจากตามการแนะนำของตัวแทนบริษัทและสาเหตุอื่น ๆ เช่น เคยใช้มาก่อน เป็นจำนวนร้อยละ 9.52 และ 9.52 ตามลำดับ จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้นนี้เอง นับเป็นข้อมูลที่ยืนยันสมมุติฐานที่ว่า "การโฆษณาทางวิทยุให้ผลดีที่สุดในการส่งเสริมการจำหน่าย" นั้นเป็นจริง

6.4 สมมุติฐานเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายของผู้ค้าวัสดุการเกษตร ผลจากการวิจัยพบว่า การส่งเสริมการขายที่บริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรยาปราบแมลงศัตรูฝ้ายนิยมใช้กันมากนั้น ประกอบด้วยการให้สินเชื่อ การให้ส่วนลด และการให้ของแถม โดยมีร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายที่ทำการสำรวจในการวิจัยนี้จำนวนร้อยละ 89.19 ที่ได้รับสินเชื่อจากบริษัท ส่วนที่เหลือได้รับการส่งเสริมการขายด้วยการให้ส่วนลดและของแถมเป็นร้อยละ 9.46 และ 1.35 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาแยกแต่ละบริษัทผู้ค้าวัสดุการเกษตรแล้ว ปรากฏว่าลูกค้าของบริษัทผู้ค้าระหว่างประเทศได้รับการส่งเสริมการขายโดยการให้สินเชื่อของแต่ละบริษัทไม่ต่ำกว่าร้อยละ 75 ของจำนวนร้านค้าที่ติดต่อดำเนินธุรกิจด้วยกัน สำหรับลูกค้าของบริษัทผู้ค้าในประเทศได้รับการส่งเสริมการขายโดยการให้สินเชื่อประมาณร้อยละ 62 ที่เหลืออีกร้อยละ 38 ได้รับการส่งเสริมการขายโดยได้รับส่วนลด ดังนั้นข้อมูลที่ได้รับนี้จึงยืนยันสมมุติฐานที่ว่า "วิธีการส่งเสริมการขายของผู้ค้าวัสดุการเกษตรที่นิยมที่สุดคือการให้สินเชื่อ" นั้นเป็นความจริง