

สรุป ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่อง "ระบบตลาดอุตสาหกรรมของแป้งสาลีในเขตกรุงเทพมหานคร" สามารถสรุปสมมุติฐานที่ค้นไว้ได้ดังต่อไปนี้

สมมุติฐาน	ยอมรับ/ปฏิเสธสมมุติฐาน	หมายเหตุ
(1) ส่วนแบ่งตลาดของแป้งสาลีที่ผลิตในประเทศมีมากกว่าแป้งสาลีที่สั่งเข้ามาจากต่างประเทศ	ยอมรับ	ทดสอบโดยใช้ค่าเฉลี่ยร้อยละ
(2) ช่องทางการจำหน่ายแป้งสาลีที่ดีสำหรับผู้บริโภคแป้งสาลีประเภท - โรงงานอุตสาหกรรมขะหมี่กึ่งสำเร็จรูปคือ บริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาลี	-	ทดสอบโดยใช้ค่าเฉลี่ยร้อยละ
- โรงงานอุตสาหกรรมขะหมี่ขนาดเล็กคือบริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาลี	ยอมรับ	-
- โรงงานอุตสาหกรรมขะหมี่ขนาดใหญ่คือบริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาลี	ปฏิเสธ	ช่องทางที่ดีคือพ่อค้าส่งแป้งสาลี
- โรงงานอุตสาหกรรมบิสกิตขนาดเล็กคือบริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาลี	ยอมรับ	-
- โรงงานอุตสาหกรรมบิสกิตขนาดใหญ่คือบริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาลี	ปฏิเสธ	ช่องทางที่ดีคือพ่อค้าส่งแป้งสาลี
- ร้านเบเกอรี่คือ พ่อค้าส่งแป้งสาลี	ยอมรับ	-
- ผู้ผลิตแป้งโกโก้คือ พ่อค้าส่งแป้งสาลี	ยอมรับ	-

สมมุติฐาน	ยอมรับ/ปฏิเสธ สมมุติฐาน	หมายเหตุ
- ผู้ผลิตโรตารีคือ พ่อค้าส่งแป้งสาลี	ปฏิเสธ	ช่องทางที่ตีคือพ่อค้าปลีก แป้งสาลี
- ผู้ผลิตซาลาเปาคือพ่อค้าส่งแป้งสาลี	ยอมรับ	-
(3) ปัจจัยที่ผู้บริโภคคำนึงถึง ในการ ตัดสินใจเลือกซื้อแป้งสาลี สำหรับ ผู้บริโภคประเภท	-	ทดสอบโดยใช้ค่าเฉลี่ย ร้อยละ
- โรงงานอุตสาหกรรมขนมปังที่ถึงสำเร็จ รูปอันดับแรกคือ ราคา รองลงมาคือ การให้สินเชื่อ	ปฏิเสธ	อันดับแรกคือ คุณภาพ ของแป้งสาลี รองลงมา คือ ราคา
- โรงงานอุตสาหกรรมขนมปัง อันดับแรก คือราคา รองลงมาคือ การให้สินเชื่อ	ยอมรับ	-
- โรงงานอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ ฯลฯ อันดับแรกคือ ราคา รองลงมาคือ การให้สินเชื่อ	ปฏิเสธ	อันดับแรกคือราคา รอง ลงมาคือคุณภาพของแป้ง สาลี
- ร้านเบเกอรี่ อันดับแรกคือ คุณภาพ ของแป้งสาลี รองลงมาคือ การให้ บริการทางเทคนิค	ปฏิเสธ	อันดับแรกคือคุณภาพของ แป้งสาลี รองลงมาคือราคา
- ผู้ผลิตแป้งโกโก้ อันดับแรกคือ คุณภาพ ของแป้งสาลี รองลงมาคือการให้ บริการทางเทคนิค	ปฏิเสธ	อันดับแรกคือคุณภาพของ แป้งสาลี รองลงมาคือราคา
- ผู้ผลิตโรตารี อันดับแรกคือ คุณภาพของ แป้งสาลี รองลงมาคือการให้บริการ ทางเทคนิค	ปฏิเสธ	อันดับแรกคือทรายห่อของ แป้งสาลี รองลงมาคือ คุณภาพของแป้งสาลี
- ผู้ผลิตซาลาเปา อันดับแรกคือคุณภาพ ของแป้งสาลี รองลงมาคือ การให้ บริการทางเทคนิค	ปฏิเสธ	อันดับแรกคือคุณภาพของ แป้งสาลี รองลงมาคือราคา

สรุปผลการวิจัย

อุตสาหกรรมแป้งสาลีนับวันแต่จะปีมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ ทั้งนี้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปที่ทำจากแป้งสาลีกำลังเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย ในชีวิตประจำวันของประชาชนคนไทย เนื่องจากหาซื้อหาบริโภคได้ง่าย สะดวก สบาย และไม่สิ้นเปลืองเวลา เช่น การบริโภค ขนมปัง ขนมเค้ก บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และ บะหมี่แทนข้าวคลอกจนการบริโภค ปาท่องโก๋ โรตีสูต และชาลาเปา เป็นอาหารว่าง ซึ่งเป็นการสอดคล้องกับภาวะการทางบ้านเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งได้เปลี่ยนแปลงไป อีกประการหนึ่งนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อชักชวนให้ชาวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยก็มีส่วนสนับสนุนให้การใช้แป้งสาลีเพื่อนำไปทำผลิตภัณฑ์อาหารและของว่างต่าง ๆ ขยายตัวมากยิ่งขึ้นเพราะชาวต่างประเทศนิยมรับประทาน ขนมปัง ขนมเค้ก และอาหารว่างต่าง ๆ วันละหลาย ๆ เวลา ฉะนั้นจากภาวะการดังกล่าวจึงอาจกล่าวได้ว่าแนวโน้มของอุตสาหกรรมแป้งสาลีมีโอกาสจะขยายตัวออกไปได้อีกมากในอนาคต

อุตสาหกรรมแป้งสาลีถึงแม้จะมีอนาคตที่แจ่มใส แต่เนื่องจากวัตุคิยอันได้แก่ ชาวสาลีจำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศทั้งสิ้น จึงทำให้โครงสร้างของอุตสาหกรรมนี้ต้องขึ้นอยู่กับราคาวัตุคิยที่ขึ้นลงอยู่เสมอ (โดยมากมักจะขึ้น) คลอกจนปัญหาการขนส่ง ชาวสาลี ซึ่งทำให้เกิดปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ดังได้กล่าวไว้แล้ว แต่ข้อได้เปรียบของอุตสาหกรรมนี้ยังมีอยู่มาก กล่าวคือในด้านการจำเป็นต้องใช้แป้งสาลีเป็นวัตุคิย ในการทำผลิตภัณฑ์อาหารต่าง ๆ ซึ่งไม่สามารถหาแป้งชนิดอื่นมาทดแทนได้ จึงทำให้อุตสาหกรรมนี้สามารถขยายตัวเจริญเติบโตได้ต่อไป ซึ่งถ้าหากได้มีการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตก็เป็นที่เชื่อได้ว่า อุตสาหกรรมการผลิตแป้งสาลีในประเทศไทยจะขยายตัวต่อไปได้มากกว่าที่เป็นอยู่ในขณะนี้ นอกจากนี้ถ้าบริษัทผู้ผลิตและบริษัทผู้จำหน่ายแป้งสาลีต่าง ๆ ได้ทำการวางแผนคลอกจนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทตนให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาวะการณ์ในปัจจุบันและในอนาคตที่คาดว่าจะจะเป็นไป ก็จะทำให้บริษัทผู้ผลิตและบริษัทผู้จำหน่ายนั้นสามารถบรรลุถึงผลสำเร็จในการดำเนินงานของบริษัทได้ในที่สุด

สำหรับการดำเนินงานทางการตลาดของบริษัทผู้จำหน่ายแป้งสาลี

ต่าง ๆ ในปัจจุบันสามารถสรุปได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ จะเห็นได้ว่านโยบายเกี่ยวกับทางด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาขิต่าง ๆ ได้กำหนดเอาไว้เหมือนกัน กล่าวคือ แต่ละบริษัทได้ผลิตแบ่งสาขิต่อออกมาหลายชนิดคือ แบ่งขนมปัง แบ่งเค้ก และแบ่งเอนกประสงค์ ซึ่งในแบ่งสาขิต่อแต่ละชนิดนั้นก็ผลิตให้มีหลายทรายี่ห้อ โดยแยกตามคุณภาพของ แบ่งสาขิต่อคือ คุณภาพสูง คุณภาพปานกลาง และคุณภาพต่ำ เพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อ ได้ถูกกับความต้องการของเขา ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค อย่างหนึ่ง นอกจากนั้นคุณภาพของแบ่ง สาขิต่อเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งสำหรับผู้บริโภค ที่จะใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อแบ่งสาขิต่อใดก็ต่อหนึ่ง ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตแบ่งสาขิต่อต่าง ๆ จึงพยายามที่จะผลิตแบ่งสาขิต่อออกมาให้ได้คุณภาพตรงตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ และให้ได้คุณภาพที่สม่ำเสมอ โดยแต่ละบริษัทผู้ผลิตแบ่งสาขิต่อจะมีแผนกควบคุมคุณภาพ (Quality Control) เพื่อทำการตรวจสอบคุณภาพของแบ่งสาขิต่อก่อนจะปล่อยออกสู่ท้องตลาด

ด้านช่องทางการจำหน่าย นโยบายทางด้านช่องทางการจำหน่ายของบริษัท ผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาขิต่อต่าง ๆ ได้กำหนดไว้เหมือนกัน กล่าวคือ ถ้าเป็นผู้บริโภคประเภท โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ บริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาขิต่อ จะส่งพนักงานขายเข้าไป กิจก่อกขายสินค้าเอง แต่สำหรับผู้บริโภคประเภท โรงงานอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ๆ ร้าน เบเกอรี่ และผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ ที่ผลิต ปาท่องโก๋ โรตีสายลม ซาลาเปา บริษัทผู้จัดจำหน่าย จะให้พ่อค้าส่ง เป็นผู้รับภาระหน้าที่ในการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค ซึ่งจะเห็นได้ว่า พ่อค้าส่งนี้มีความสำคัญมากต่อบริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาขิต่อ

ด้านราคา นโยบายทางด้านราคาของบริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาขิต่อต่าง ๆ ได้ กำหนดไว้ต่างกัน กล่าวคือ ถ้าเป็นแบ่งสาขิต่อของบริษัท ยูโนเทคฟลาวมิลล์ จำกัด จะมี นโยบายในการตั้งราคาเป็นแบบ High Quality High Price คือจะตั้งราคาขาย แบ่งสาขิต่อเอาไว้สูงกว่าบริษัทอื่น สำหรับแบ่งสาขิต่อของบริษัท สยามฟลาวค้ำแบ่ง จำกัด บริษัท แผลมทองสหการ จำกัด และบริษัท อุตสาหกรรมแบ่งข้าวสาขิต่อไทย จำกัด จะมี นโยบายในการตั้งราคาขายแบ่งสาขิต่อเป็นแบบ High Quality Medium Price คือ จะตั้งราคาขายแบ่งสาขิต่อเอาไว้ปานกลาง เหตุที่แบ่งสาขิต่อของบริษัท ยูโนเทคฟลาวมิลล์

สามารถตั้งราคาขายได้สูง เนื่องจากบริษัทอยู่ในเค็ทฟลาวมิลล์ เป็นบริษัทแรกที่ทำการผลิตแป้งสาลีในประเทศไทย ดังนั้นจำนวนลูกค้าที่ใช้แป้งสาลีจากบริษัทอยู่ในเค็ทฟลาวมิลล์จึงมีมากหรือกล่าวได้ว่าแป้งสาลีของบริษัทอยู่ในเค็ทฟลาวมิลล์คึกคักแล้ว นอกจากนี้แป้งสาลีของบริษัทอยู่ในเค็ทฟลาวมิลล์ยังได้รับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้าจากกรมวิทยาศาสตร์ กระทรวงอุตสาหกรรม จึงทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในคุณภาพของแป้งสาลีของบริษัทมากขึ้น การตั้งราคาของแป้งสาลีของบริษัทอยู่ในเค็ทฟลาวมิลล์ จึงสามารถตั้งราคาสูงได้ สำหรับแป้งสาลีของบริษัทสยามฟลาวคาแป้ง บริษัทแหลมทองสหการ และบริษัทอุตสาหกรรมแป้งข้าวสาลีไทย เป็นแป้งสาลีที่เกิดขึ้นทีหลัง ดังนั้นการตั้งราคาขายแป้งสาลีจึงต้องตั้งไว้ปานกลาง เพื่อให้สามารถเจาะเข้าไปในตลาดแป้งสาลีได้

ด้านการส่งเสริมการขาย บริษัทผู้จำหน่ายแป้งสาลีทั้ง 4 แห่ง ต่างมีวิธีการส่งเสริมการขายที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ จะใช้วิธีการส่งเสริมการขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) โดยมีวิธีการส่งเสริมการขายแบบต่าง ๆ (Sales Promotion) เป็นตัวสนับสนุนการขาย ซึ่งการส่งเสริมการขายนี้ก็มีทั้ง เพื่อให้เข้าถึงระดับช่องทางการจำหน่าย (Trade Promotion) และเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง (Consumer Promotion) สำหรับวิธีการโฆษณา (Advertising) ไม่น้อยจะนิยมใช้กันเนื่องจากแป้งสาลีเป็นสินค้าอุตสาหกรรมซึ่งมีผู้บริโภคอยู่ในวงจำกัด นอกจากนี้การตัดสินใจซื้อแป้งสาลีของผู้บริโภค โดยมากจะตัดสินใจซื้อด้วยเหตุและผลมากกว่าตัดสินใจซื้ออันเนื่องมาจากการโฆษณา

สำหรับผลของการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่ส่งไปยังผู้บริโภคแป้งสาลีแต่ละประเภทสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ขนาดของผู้บริโภคแป้งสาลีที่เป็นโรงงานอุตสาหกรรมบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปส่วนใหญ่แล้วจะมีขนาดใหญ่มากกว่าขนาดเล็ก สำหรับผู้บริโภคที่เป็นโรงงานอุตสาหกรรมบะหมี่ โรงงานอุตสาหกรรมบิสกิต าลา ร้านเบเกอรี่ และอื่น ๆ อันใดแก่ ผู้ผลิตปาทังโกโรตี และซาลาเปา ส่วนใหญ่แล้วจะมีขนาดเล็ก
2. ผู้บริโภคแป้งสาลีที่เป็นโรงงานอุตสาหกรรมบะหมี่ ร้านเบเกอรี่ และอื่น ๆ จะสั่งซื้อแป้งสาลีในประเทศไทยเท่านั้น สำหรับผู้บริโภคที่เป็นโรงงานอุตสาหกรรมบะหมี่

ถึงสำเร็จรูปและโรงงานอุตสาหกรรมบิสกิต ฯลฯ ถ้าเป็นขนาดเล็กจะสั่งซื้อแป้งสาลีในประเทศไทยเท่านั้น แต่ถ้าเป็นขนาดใหญ่จะมีทั้งสั่งซื้อแป้งสาลีในประเทศไทยและสั่งแป้งสาลีเข้ามาเองจากต่างประเทศ ซึ่งโดยมากจะสั่งมาจากประเทศญี่ปุ่นเป็นส่วนใหญ่ เหตุที่ผู้บริโภคนำแป้งสาลีเข้ามาเองจากต่างประเทศเป็นเพราะแป้งสาลีจากต่างประเทศราคาถูกกว่าและมีคุณภาพหรือคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการทำผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

สำหรับปริมาณการบริโภคแป้งสาลีของผู้บริโภคแต่ละประเภทพบว่า ผู้บริโภคแป้งสาลีจะบริโภคแป้งสาลีที่ผลิตในประเทศไทยในปริมาณที่มากกว่าบริโภคแป้งสาลีที่สั่งเข้ามาจากต่างประเทศ หรือกล่าวได้ว่าส่วนแบ่งตลาดของแป้งสาลีที่ผลิตในประเทศไทยมีมากกว่าส่วนแบ่งตลาดของแป้งสาลีที่สั่งเข้ามาจากต่างประเทศ

3. รูปแบบการบริโภคแป้งสาลีของผู้บริโภคแต่ละประเภทมีดังนี้ ผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมขนมปังสำเร็จรูป และโรงงานอุตสาหกรรมขนมปังจะบริโภคเฉพาะแป้งขนมปังและแป้งเอนกประสงค์เท่านั้น โดยมีปริมาณการบริโภคแป้งเอนกประสงค์มากกว่าปริมาณการบริโภคแป้งขนมปัง ผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมบิสกิต ฯลฯ จะบริโภคทั้งแป้งขนมปัง แป้งเค้ก และแป้งเอนกประสงค์ โดยปริมาณการบริโภคแป้งเอนกประสงค์จะมากเป็นอันดับหนึ่ง ปริมาณการบริโภคแป้งขนมปังมากเป็นอันดับสอง และปริมาณการบริโภคแป้งเค้กมากเป็นอันดับสาม เมื่อรวมผู้บริโภครวมโรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้แป้งสาลีเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าเข้าด้วยกัน จะพบว่าผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมมา จะบริโภคแป้งเอนกประสงค์มากเป็นอันดับหนึ่ง บริโภคแป้งขนมปังมากเป็นอันดับสอง และบริโภคแป้งเค้กมากเป็นอันดับสาม

ผู้บริโภคร้านอาหารเบเกอรี่จะบริโภคทั้งแป้งขนมปัง แป้งเค้ก และแป้งเอนกประสงค์ โดยปริมาณการบริโภคแป้งขนมปังจะมากเป็นอันดับหนึ่ง ปริมาณการบริโภคแป้งเอนกประสงค์มากเป็นอันดับสอง และปริมาณการบริโภคแป้งเค้กมากเป็นอันดับสาม

ผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ ที่ผลิตปาท่องโก๋จะบริโภคทั้งแป้งขนมปัง แป้งเค้ก และแป้งเอนกประสงค์ โดยปริมาณการบริโภคแป้งเอนกประสงค์จะมากเป็นอันดับหนึ่ง ปริมาณการบริโภคแป้งขนมปังมากเป็นอันดับสอง และปริมาณการบริโภคแป้งเค้กมากเป็นอันดับสาม สำหรับผู้บริโภครูปแบบอื่น ๆ ที่ผลิตโรตีสายดำจะบริโภคเฉพาะแป้งเอนกประสงค์เท่านั้น และ

ผู้บริโภคระเภทอื่น ๆ ที่ผลิตขาลาเปาจะบริโภคเฉพาะแป้งเค้กเท่านั้น เมื่อรวมผู้บริโภคระเภทอื่น ๆ ที่ใช้แป้งสาลีเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าเข้าด้วยกันจะพบว่าผู้บริโภคระเภทอื่น ๆ จะบริโภคแป้งเอนกประสงค์มากเป็นอันดับหนึ่ง บริโภคแป้งขนมปังมากเป็นอันดับสอง และบริโภคแป้งเค้กมากเป็นอันดับสาม

4. ความดีที่ผู้บริโภคระเภทต่าง ๆ สั่งซื้อแป้งสาลีในประเทศไทยใน 1 เดือน พบว่าผู้บริโภคระเภทโรงงานอุตสาหกรรมบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจะมีความดีในการสั่งซื้อแป้งสาลีโดยเฉลี่ย 1 ครั้งมากที่สุด ผู้บริโภคระเภทโรงงานอุตสาหกรรมบะหมี่ และโรงงานอุตสาหกรรมบิสกิต ฯลฯ จะมีความดีในการสั่งซื้อแป้งสาลีโดยเฉลี่ย 2 ครั้งมากที่สุด

ผู้บริโภคระเภทร้านเบเกอรี่จะมีความดีในการสั่งซื้อแป้งสาลีโดยเฉลี่ย 1 ครั้งมากที่สุด

ผู้บริโภคระเภทอื่น ๆ ที่ผลิตพายังโก๋และที่ผลิตขาลาเปาจะมีความดีในการสั่งซื้อแป้งสาลีโดยเฉลี่ย 1 ครั้งมากที่สุด และผู้บริโภคระเภทอื่น ๆ ที่ผลิตโรตีสี่จะมีความดีในการสั่งซื้อแป้งสาลีโดยเฉลี่ยมากกว่า 3 ครั้งมากที่สุด

5. จากการสำรวจส่วนแบ่งตลาดของแป้งสาลีที่ผลิตในประเทศไทยของบริษัทผู้ผลิตแป้งสาลีทั้ง 4 บริษัทพบว่า

สำหรับผู้บริโภคระเภทโรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้แป้งสาลีเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าอันได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรมบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป โรงงานอุตสาหกรรมบะหมี่ และโรงงานอุตสาหกรรมบิสกิต ฯลฯ พบว่า ส่วนแบ่งตลาดของแป้งสาลีของบริษัทยูนิเทคฟลาวามิลล์จะมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือของบริษัทแหลมทองสหการ บริษัทสยามฟลาวาค้าแป้งและบริษัทอุตสาหกรรมแป้งข้าวสาลีไทย ตามลำดับ

สำหรับผู้บริโภคระเภทร้านเบเกอรี่ พบว่าส่วนแบ่งตลาดของแป้งสาลีของบริษัทยูนิเทคฟลาวามิลล์จะมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือของบริษัทสยามฟลาวาค้าแป้ง บริษัทแหลมทองสหการ และบริษัทอุตสาหกรรมแป้งข้าวสาลีไทยตามลำดับ

สำหรับผู้บริโภคระเภทอื่น ๆ พบว่าส่วนแบ่งตลาดของแป้งสาลีของบริษัทยูนิเทคฟลาวามิลล์จะมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือของบริษัทแหลมทองสหการ บริษัทสยามฟลาว

ค่าแบ่ง และบริษัทอุตสาหกรรมแบ่งชาวสาส์ไทยตามลำดับ

6. ช่องทางการจำหน่ายแบ่งสาส์ที่ดีสำหรับผู้บริโภคประเภทโรงงาน อุตสาหกรรมขะหมี่กึ่งสำเร็จรูป คือบริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาส์ เหตุที่เป็นดังนี้เนื่องจาก ได้ราคาถูกลงกว่า มีการให้สินเชื่อ มีการจัดส่งสินค้ารวดเร็วและตรงเวลา อยู่ใกล้สะดวกต่อการซื้อ มีการให้บริการทางด้านเทคนิค และมีการให้ส่วนลดราคา

ผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมขะหมี่ ช่องทางการจำหน่ายแบ่งสาส์ที่ดี สำหรับผู้บริโภคประเภทนี้ขนาดเล็กคือพ่อค้าส่งแบ่งสาส์ เหตุที่เป็นดังนี้เนื่องจาก มีการจัดส่งสินค้ารวดเร็วตรงเวลา มีการให้สินเชื่อและคิกค่อกันมานาน สำหรับช่องทางการจำหน่าย แบ่งสาส์ที่ดีสำหรับผู้บริโภคประเภทนี้ขนาดใหญ่คือบริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาส์ เหตุที่เป็นดังนี้ เนื่องจาก มีการให้สินเชื่อ คิกค่อกันมานานและมีการให้ส่วนลดราคา

ผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมบิสกิต ฯลฯ ช่องทางการจำหน่ายแบ่งสาส์ ที่ดีสำหรับผู้บริโภคประเภทนี้ขนาดเล็กคือพ่อค้าส่งแบ่งสาส์ เหตุที่เป็นดังนี้เนื่องจากมีการจัดส่งสินค้ารวดเร็วตรงเวลา มีการให้สินเชื่อ คิกค่อกันมานานและราคาถูก สำหรับช่องทางการจำหน่ายแบ่งสาส์ที่ดีสำหรับผู้บริโภคประเภทนี้ขนาดใหญ่คือบริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาส์ เหตุที่เป็นดังนี้เนื่องจากมีการให้สินเชื่อ มีการให้ส่วนลดราคา ราคาถูกและคิกค่อกันมานาน

ผู้บริโภคประเภทร้านเบเกอรี่ ช่องทางการจำหน่ายแบ่งสาส์ที่ดีสำหรับผู้บริโภค ประเภทนี้คือพ่อค้าส่งแบ่งสาส์ เหตุที่เป็นดังนี้เนื่องจาก มีการให้สินเชื่อ การจัดส่งสินค้า รวดเร็วตรงเวลา และราคาถูก

ผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ ที่ผลิตปาทังโก๋ ช่องทางการจำหน่ายแบ่งสาส์ที่ดีสำหรับผู้บริโภคประเภทนี้คือพ่อค้าส่งแบ่งสาส์ เหตุที่เป็นดังนี้เนื่องจากราคาถูกลงกว่า มีการจัดส่ง สินค้ารวดเร็วตรงเวลา อยู่ใกล้สะดวกต่อการซื้อและคิกค่อกันมานาน

ผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ ที่ผลิตโรตี่ ช่องทางการจำหน่ายแบ่งสาส์ที่ดีสำหรับผู้บริโภคประเภทนี้คือ พ่อค้าปลีกแบ่งสาส์ เหตุที่เป็นดังนี้เนื่องจากอยู่ใกล้สะดวกต่อการซื้อ และคิกค่อกันมานาน

ผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ ที่ผลิตซาลาเปา ช่องทางการจำหน่ายแบ่งสาส์ที่ดี สำหรับผู้บริโภคประเภทนี้คือ พ่อค้าส่งแบ่งสาส์ เหตุที่เป็นดังนี้เนื่องจากมีการจัดส่งสินค้า

รวมเร็วครึ่งเวลา ราคาถูก ทึ่ก่อกันมานานและอยู่ใกล้สะดวกต่อการซื้อ

7. จากการสำรวจวิธีการขนส่งแป้งสาตีจากผู้จำหน่ายแป้งสาตีไปยังผู้บริโภคประเภทต่าง ๆ พบว่า ผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมทั้งโรงงานอุตสาหกรรมบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป โรงงานอุตสาหกรรมบะหมี่ และโรงงานอุตสาหกรรมบิสกิต ฯลฯ ตลอดจนถึงร้านเบเกอรี่ เมื่อสั่งซื้อแป้งสาตีจากผู้จำหน่ายแป้งสาตีแล้วผู้จำหน่ายแป้งสาตีจะรับภาระหน้าที่ในการจัดส่งแป้งสาตี ไปยังผู้บริโภคเองทั้งหมด สำหรับผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ ที่ผลิตปาทังโกและที่ผลิตซาลาเปาเมื่อสั่งซื้อแป้งสาตีจากผู้จำหน่ายแป้งสาตีแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่ผู้จำหน่ายแป้งสาตีจะรับภาระหน้าที่ในการจัดส่งแป้งสาตีไปยังผู้บริโภคเอง แต่สำหรับผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ ที่ผลิตโรตี่ เมื่อสั่งซื้อแป้งสาตีจากผู้จำหน่ายแป้งสาตีพบว่าส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะต้งไปรับแป้งสาตีเองจากผู้จำหน่าย

8. การตั้งข้อกำหนดพิเศษ (Specification) ในการสั่งซื้อแป้งสาตีของผู้บริโภคประเภทต่าง ๆ พบว่า ผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป จะมีการตั้งข้อกำหนดพิเศษเกี่ยวกับแป้งสาตีที่จะสั่งซื้อด้วยเสมอ แต่สำหรับผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมบะหมี่ตลอดจนผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ ที่ผลิตปาทังโก โรตี่และซาลาเปา จะไม่มีการตั้งข้อกำหนดพิเศษในการสั่งซื้อแป้งสาตีเลย สำหรับผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมบิสกิต ฯลฯ และร้านเบเกอรี่ส่วนใหญ่แล้วจะไม่มีการตั้งข้อกำหนดพิเศษเกี่ยวกับแป้งสาตีที่จะสั่งซื้อ

9. การตัดสินใจเลือกซื้อแป้งสาตียี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งนั้นผู้บริโภคแต่ละประเภทจะคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

ผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจะคำนึงถึงคุณภาพของแป้งสาตีเป็นอันดับหนึ่ง ราคาของแป้งสาตีเป็นอันดับสอง และระยะเวลาการให้สินเชื่อบนอันดับสาม ผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมบะหมี่จะคำนึงถึงราคาของแป้งสาตีเป็นอันดับหนึ่ง ระยะเวลาการให้สินเชื่อบนอันดับสอง และครายี่ห้อของแป้งสาตีเป็นอันดับสาม ผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมบิสกิตจะคำนึงถึงราคาของแป้งสาตีเป็นอันดับหนึ่ง คุณภาพของแป้งสาตีเป็นอันดับสอง และระยะเวลาการให้สินเชื่อบนอันดับสาม

ผู้บริโภคประเภทร้านเบเกอรี่จะคำนึงถึงคุณภาพของแป้งสาตีเป็นอันดับหนึ่ง

ราคาของ แป้งสาลี เป็นอันดับสองและทรายหือของ แป้งสาลี เป็นอันดับสาม

ผู้บริโภคระเภทอื่น ๆ ที่ผลิตแป้งโก๋ และที่ผลิตขาลาเปาจะคำนึงถึงคุณภาพของแป้งสาลีเป็นอันดับหนึ่ง ราคาของแป้งสาลีเป็นอันดับสอง และทรายหือของแป้งสาลีเป็นอันดับสาม ผู้บริโภคระเภทอื่น ๆ ที่ผลิตโรตีสี่จะคำนึงถึงทรายหือของแป้งสาลีเป็นอันดับหนึ่ง คุณภาพของแป้งสาลีเป็นอันดับสอง และราคาของแป้งสาลีเป็นอันดับสาม

10. จากการสำรวจทัศนคติของผู้บริโภคแป้งสาลีประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อภาชนะบรรจุแป้งสาลีในปัจจุบัน (ถุงฉาน้ำหนักบรรจุ 22.5 กิโลกรัม) พบว่า ผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมกะทิถึงสำเร็จรูป โรงงานอุตสาหกรรมกะทิมี่และผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ ที่ผลิตขาลาเปาต่าง เห็นว่าภาชนะบรรจุแป้งสาลีในปัจจุบันเหมาะสมแล้วทั้งหมด สำหรับผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมบิสกิต ฯลฯ ร้านเบเกอรี่ และผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ ที่ผลิตแป้งโก๋และที่ผลิตโรตีสี่ส่วนใหญ่จะเห็นว่าภาชนะบรรจุแป้งสาลีในปัจจุบันเหมาะสมแล้ว มีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าภาชนะบรรจุแป้งสาลีในปัจจุบันยังไม่เหมาะสม

เหตุที่ผู้บริโภคเห็นว่าภาชนะบรรจุแป้งสาลีเหมาะสมแล้วเป็นเพราะ

- ขนาดน้ำหนัก 22.5 กิโลกรัม เป็นขนาดที่กำลั้งดี เหมาะสมกับการใช้คนยกเทได้
- ถุงฉาหลังจากใช้แป้งสาลีหมดแล้ว สามารถใช้ทำประโยชน์ได้หลายอย่าง และใช้ขายได้

สำหรับผู้บริโภคที่เห็นว่าภาชนะบรรจุแป้งสาลียังไม่เหมาะสม ควรจะได้มีการปรับปรุงภาชนะบรรจุแป้งสาลีใหม่ โดยได้เสนอแนวทางในการปรับปรุงไว้ดังนี้

- ควรจะหาวัสดุอย่างอื่นที่มีราคาถูกกว่าถุงฉา เช่น ถุงกระดาษ หรือถุงพลาสติก คล้ายถุงใส่ปุ๋ยมาทำเป็นภาชนะบรรจุ เพื่อจะได้ลดต้นทุนในการผลิตเพื่อที่ผู้บริโภคจะสามารถซื้อแป้งสาลีได้ในราคาที่ถูกลงด้วย
- ควรออกแบบภาชนะบรรจุให้สามารถป้องกันความชื้นได้ เช่น ใช้ถุง 2 ชั้น เป็นต้น
- เพิ่มขนาดบรรจุแป้งสาลี เช่น ใ้มีน้ำหนักบรรจุ 10 กิโลกรัม นอกเหนือจาก 22.5 กิโลกรัม เพื่อว่าผู้บริโภคที่ใช้แป้งสาลีในปริมาณน้อย ๆ จะจะสามารถซื้อยกถุงได้

11. วิธีการชำระเงินในการซื้อแบ่งสาธิตพบว่า ผู้บริโภคประเภทโรงงาน อุตสาหกรรมอันได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรมเบหมีกิ่งสำเร็จรูป โรงงานอุตสาหกรรมเบหมี และโรงงานอุตสาหกรรมบิสกิต ฯลฯ จะชำระเงินในการซื้อแบ่งสาธิตในรูปของสินเชื่อเท่านั้น โดยระยะเวลาของสินเชื่อที่พบมากที่สุดคือ 1 เดือน ผู้บริโภคประเภทร้านเบเกอรี่ ส่วนใหญ่แล้วจะชำระเงินในการซื้อแบ่งสาธิตในรูปของสินเชื่อโดยระยะเวลาของสินเชื่อที่พบมากที่สุดคือ 1 เดือน ผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ ที่ผลิตปาทังโก ส่วนใหญ่แล้วจะชำระเงินในการซื้อแบ่งสาธิตในรูปของสินเชื่อโดยระยะเวลาของสินเชื่อที่พบมากที่สุดคือครึ่งเดือน หรือ 15 วัน ผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ ที่ผลิตโรตี่ และที่ผลิตซาลาเปาส่วนใหญ่แล้วจะชำระเงินในการซื้อแบ่งสาธิตในรูปของเงินสด

12. จากการสำรวจวิธีการส่งเสริมการขายแบ่งสาธิตที่ผู้บริโภคแบ่งสาธิตแต่ละประเภทชอบมากที่สุดพบว่า ผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมอันได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรมเบหมีกิ่งสำเร็จรูป โรงงานอุตสาหกรรมเบหมีและโรงงานอุตสาหกรรมบิสกิต ฯลฯ จะชอบวิธีการให้ส่วนลดราคามากที่สุด

ผู้บริโภคประเภทร้านเบเกอรี่จะชอบวิธีการแถมแบ่งสาธิตมากที่สุด

ผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ ที่ผลิตปาทังโกจะชอบวิธีการให้ส่วนลดราคามากที่สุด ผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ ที่ผลิตโรตี่จะชอบวิธีการแจกคูปองมากที่สุด และผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ ที่ผลิตซาลาเปาจะชอบวิธีการให้ส่วนลดราคามากที่สุด

13. จากการสำรวจเกี่ยวกับความรู้ของผู้บริโภคแบ่งสาธิตที่มีต่อแบ่งสาธิตที่ใช้ อยู่พบว่า ผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมเบหมีกิ่งสำเร็จรูปส่วนใหญ่แล้วจะมีความรู้เกี่ยวกับแบ่งสาธิต "มาก" ซึ่งความรู้เกี่ยวกับแบ่งสาธิตที่ผู้บริโภคมีอยู่นั้นจะได้อมาจาก นักวิชาการภายในบริษัทของผู้บริโภคมากเป็นอันดับหนึ่ง และรองลงมาได้จากการอ่านหนังสือและตำราต่าง ๆ เกี่ยวกับแบ่งสาธิต ประสบการณ์ในการทำงานและจากบริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาธิต ผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมเบหมี ส่วนใหญ่แล้วจะมีความรู้เกี่ยวกับแบ่งสาธิต "มาก" ซึ่งความรู้เกี่ยวกับแบ่งสาธิตที่ผู้บริโภคมีอยู่นั้นจะได้อมาจากประสบการณ์ในการทำงานมากเป็นอันดับหนึ่ง และรองลงมาได้มาจากบริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาธิต ผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมบิสกิต ฯลฯ ส่วนใหญ่แล้วจะมีความรู้เกี่ยวกับแบ่งสาธิต

"ปานกลาง" ซึ่งความรู้เกี่ยวกับแป้งสาลีที่ผู้บริโภคมียุ่จะได้อาจมาจากประสบการณ์ในการทำงานมากเป็นอันดับหนึ่ง และรองลงมาได้มาจากการอ่านหนังสือ ตำราต่าง ๆ เกี่ยวกับแป้งสาลี และจากบริษัทผู้จำหน่ายแป้งสาลี

ผู้บริโภคระเภทร้านเบเกอรี่ ส่วนใหญ่แล้วจะมีความรู้เกี่ยวกับแป้งสาลี "ปานกลาง" ซึ่งความรู้เกี่ยวกับแป้งสาลีที่ผู้บริโภคมียุ่จะได้อาจมาจาก ประสบการณ์ในการทำงานมากเป็นอันดับหนึ่ง และรองลงมาได้มาจากการอ่านหนังสือ ตำราต่าง ๆ และจากบริษัทผู้จำหน่ายแป้งสาลี

ผู้บริโภคระเภทอื่น ๆ ที่ผลิตแป้งโกโก้ โรตีสี และซาลาเปา ส่วนใหญ่แล้วจะมีความรู้เกี่ยวกับแป้งสาลี "ปานกลาง" ซึ่งความรู้เกี่ยวกับแป้งสาลีที่ผู้บริโภคเหล่านี้มีอยู่นั้นส่วนใหญ่จะ ได้มาจกประสบการณ์ในการทำงานของผู้บริโภคมากที่สุด

14. ผู้บริโภคแป้งสาลีทั้งประเภทโรงงานอุตสาหกรรมฯ ร้านเบเกอรี่ และอื่น ๆ พบว่า ส่วนใหญ่จะไม่ค่อยประสบปัญหาเกี่ยวกับแป้งสาลีที่ใช้อยู่ มีเพียงผู้บริโภคส่วนน้อยที่ประสบกับปัญหาเกี่ยวกับแป้งสาลีที่ใช่ ซึ่งปัญหาต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคนำมาปรึกษาขอความช่วยเหลือมีดังนี้

- คุณภาพของแป้งสาลีไม่ได้มาตรฐาน บางครั้งมีตัวแมลง และมีความชื้นสูงทำให้แป้งสาลีมีกลิ่น เมื่อเวลานำเอาแป้งสาลีที่ไม่ได้มาตรฐานไปทำผลิตภัณฑ์แล้วทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพไม่ดีเท่าที่ควร

- ราคาจำหน่ายแป้งสาลีขึ้นบ่อยเกินไป

- บางครั้งพ่อค้าส่งเก็บแป้งสาลีเอาไว้เนิ่นนานเกินไป ทำให้แป้งสาลีเก่า

และคุณภาพของแป้งลดลง

ปัญหาคำถามการผลึก

เนื่องจากการผลึกแป้งสาลีต้องขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่นำเข้ามาจากต่างประเทศทั้งสิ้น ฉะนั้น ปัญหาใหญ่ ๆ จึงเป็นเรื่องของราคาวัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้นตลอดเวลา ตลอดจนปัญหาอื่น ๆ ที่นับว่าเป็นอุปสรรคต่อการผลึกแป้งสาลีซึ่งอาจสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. ข้าวสาลีที่นำเข้ามาจากต่างประเทศมีราคาสูงขึ้นทุกปี ซึ่งมีผลทำให้ต้นทุนในการผลึกแป้งสาลีสูงขึ้นตามไปด้วย ทำให้บริษัทผู้ผลึกและบริษัทผู้จำหน่ายจำต้องขาย

แบ่งสาละในราคาที่สูงขึ้นตามไปด้วย

2. ค่าขนส่งวัตถุดิบจากสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลียสูงขึ้นมากในช่วงระยะเวลา 3-4 ปี ที่ผ่านมา ทั้งนี้เนื่องจากวิกฤตการณ์น้ำมันซึ่งส่งผลกระทบต่อทั่วโลก แต่ในปัจจุบันนี้วิกฤตการณ์ทางด้านน้ำมันได้คล้อยลงทำให้ปัญหานี้ลดน้อยลงตามไปด้วย
3. ค่าจ้างแรงงานที่มีการปรับปรุงให้สูงขึ้นอยู่เรื่อย ๆ ถือเป็นปัญหาสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ต้นทุนในการผลิตแบ่งสาละสูงขึ้น
4. เรือบรรทุกวัตถุดิบจากต่างประเทศเข้ามาไม่ทันตามกำหนดเวลา ทำให้บริษัทผู้ผลิตต้องคอยซื้อวัตถุดิบที่กักตุนไว้ส่วนหนึ่ง บางครั้งวัตถุดิบที่กักตุนไว้หมดก็จำเป็นต้องยืมวัตถุดิบระหว่างบริษัทผู้ผลิต ซึ่งกันและกันมาใช้ก่อน เป็นต้น
5. ปัญหาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากเครื่องจักรของแต่ละโรงงานผู้ผลิตแบ่งสาละ (Plant Capacity Utilization) ยังต่ำ จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ. 2524 การใช้ประโยชน์จากเครื่องจักรโดยเฉลี่ยของบริษัทผู้ผลิตแบ่งสาละคิดเป็นร้อยละ 57.2 เท่านั้น ซึ่งเกิด Idle Capacity มาก ดังนั้นควรจะหาวิธีการในการเพิ่มการใช้ประโยชน์จากเครื่องจักรให้มากขึ้น

ปัญหาค่านการตลาด

จากการศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับปัญหาการตลาดของแบ่งสาละเท่าที่ผ่านมา อาจสรุปเป็นปัญหาใหญ่ ๆ ได้ดังต่อไปนี้

1. ปัญหาค่านการผลิต (Product)

1.1 ปัจจุบันยังมีการนำเข้าแบ่งสาละอยู่บ้าง ซึ่งจากข้อมูลที่ได้จากกรมศุลกากรเกี่ยวกับปริมาณการนำเข้าแบ่งสาละ พบว่า ในปี พ.ศ. 2524 มีการนำเข้าแบ่งสาละเป็นจำนวน 10,405 ตัน ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2524 นี้ การใช้ประโยชน์จากเครื่องจักร (Plant Capacity Utilization) โดยเฉลี่ยของบริษัทผู้ผลิตแบ่งสาละคิดเป็นร้อยละ 57.2 เท่านั้น จะเห็นได้ว่าแบ่งสาละที่นำเข้ามานี้จะมาแบ่งส่วนแบ่งตลาดของแบ่งสาละที่ผลิตในประเทศไปส่วนหนึ่ง

1.2 อัตราอากรขาเข้าของข้าวสาละและแบ่งสาละ ที่นำเข้าจากต่างประเทศ มีดังต่อไปนี้

แป้งสาลีที่นำเข้า จะเสียอากรขาเข้า 1.50 บาท ต่อแป้งสาลี
ที่นำเข้า 1 กิโลกรัม

ข้าวสาลีที่นำเข้า จะเสียอากรขาเข้า 1.00 บาท ต่อข้าวสาลี
ที่นำเข้า 1 กิโลกรัม หรือเสียอากรขาเข้า 30% ของมูลค่า CIF แล้วแต่อันไหนจะ
มากกว่ากัน

ซึ่งจากการวิเคราะห์เกี่ยวกับอากรขาเข้าของข้าวสาลีจะพบว่า ข้าวสาลี
ที่นำเข้า 1 กิโลกรัม จะสามารถไม่เข้าแป้งสาลีได้เพียง 0.73 กิโลกรัมเท่านั้น ดังนั้น
ถ้าจะไม่ให้เข้าแป้งสาลี 1 กิโลกรัม จำเป็นจะต้องนำเข้าข้าวสาลีเป็นจำนวน $\frac{1}{0.73}$ เท่ากับ
1.4 กิโลกรัม ซึ่งข้าวสาลีที่นำเข้า 1.4 กิโลกรัม จำเป็นจะต้องเสียอากรขาเข้า เป็นจำนวน
1.40 บาท

จากโครงสร้างทางค่านาอากรขาเข้าเปรียบเทียบกันระหว่างข้าวสาลีซึ่งเป็น
วัตถุดิบและแป้งสาลีซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป จะเห็นได้ว่าอัตราอากรขาเข้าของวัตถุดิบค่อนข้าง
สูง ซึ่งทำให้ต้นทุนการผลิตแป้งสาลีในประเทศสูง เมื่อเปรียบเทียบกับราคานำเข้าของ
แป้งสาลีจากต่างประเทศ ซึ่งไม่เป็นผลดีต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมประเภนี้

1.3 แป้งสาลีที่บริษัทผู้ผลิตและบริษัทผู้จำหน่ายแป้งสาลีทำกา รจำหน่าย
ไปยังผู้บริโภคบางครั้งพบว่าแป้งมีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน กล่าวคือแป้งมีความชื้น มีกลิ่น
เหม็นอับ และบางครั้งมีตัวแมลงและตัวมอดขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ที่ผู้
บริโภคผลิตโดยใช้แป้งสาลีที่ไม่ได้มาตรฐานนั้นด้วย

2. ปัญหาค่านาราคา (Price)

ราคาจำหน่ายของแป้งสาลีเพิ่มขึ้นตลอดเวลา จะเห็นได้ว่าราคา
จำหน่ายแป้งสาลีจากบริษัทผู้ผลิตแป้งสาลีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523 ถึงเดือน มิ.ย. 2526
เพิ่มขึ้นทุกปี เหตุที่ทำให้ราคาแป้งสาลีเพิ่มขึ้นเนื่องจากราคาข้าวสาลีในต่างประเทศมีราคา
สูงขึ้นเป็นลำดับ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้บริโภคต้องซื้อแป้งสาลีในราคาที่สูงขึ้นตามไปด้วย

3. ปัญหาช่องทางกาจำหน่าย (Channels of Distribution)

เนื่องจากแป้งสาลีไม่สามารถเก็บไว้ได้นานเกินกว่า 3 เดือน เพราะ
ถ้านานเกินกว่านี้จะทำให้แป้งเสื่อมคุณภาพ นอกจากนี้ถ้าเก็บแป้งสาลีไว้ในที่ที่ไม่เหมาะ
สม เช่น เก็บเอาไว้ในที่ที่มีอากาศถ่ายเทไม่ดี มีความชื้นสูง และมีแมลง เช่น ตัวมอด

มากก็จะทำให้แป้งสาตินั้นเสื่อมคุณภาพได้เร็วกว่ากำหนด จากการศึกษาพบว่า บางครั้ง ผู้บริโภคมักประสบปัญหาเกี่ยวกับแป้งสาตีที่ซื้อไปแล้วมีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน ซึ่งโดยมาก ผู้บริโภคมักจะซื้อมาจากพ่อค้าส่งแป้งสาตีอีกทีหนึ่ง เหตุที่เป็นคังนี้อาจจะเนื่องมาจาก

3.1 สถานที่ในการเก็บแป้งสาตีของพ่อค้าส่งไม่เหมาะสม

3.2 บางครั้งพ่อค้าส่งต้องการได้รับส่วนลดจากบริษัทผู้จัดจำหน่ายในจำนวนที่มากจึงสั่งซื้อแป้งสาตีจากบริษัทผู้จัดจำหน่ายในปริมาณที่มาก เมื่อแป้งสาตีมาเก็บอยู่ที่พ่อค้าส่งนาน โอกาสที่จะทำให้แป้งเสื่อมคุณภาพก็มีมากด้วย

3.3 ระบบการจัดส่งสินค้าของพ่อค้าส่งไปยังลูกค้าอาจจะไม่ใช่

First In First Out ซึ่งทำให้แป้งสาตีที่ซื้อเข้ามาก่อนถูกเก็บไว้นานจึงเสื่อมคุณภาพได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะนี้เป็นเพียงความคิดเห็นส่วนตัวของผู้วิจัยเท่านั้น ภายหลังจากที่ได้ทำการศึกษเกี่ยวกับเรื่อง ระบบตลาดอุตสาหกรรมของแป้งสาตีในเขตกรุงเทพมหานครแล้ว ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่หนึ่ง เป็นข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐบาล ส่วนที่สอง เป็นข้อเสนอแนะสำหรับบริษัทผู้ผลิต และบริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาตี ซึ่งผู้วิจัยหวังว่าถ้าได้มีการดำเนินงานตามข้อเสนอแนะนี้แล้ว ก็อาจก่อให้เกิดประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมของแป้งสาตีในประเทศไทยก็ได้

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐบาล

(1) จากการกำหนดอัตรารขาเข้าของข้าวสาตีและแป้งสาตีในปัจจุบันนี้ ใกล้เคียงกันมากและค่อนข้างไม่เป็นธรรม จะเห็นได้ว่าแป้งสาตีที่นำเข้า 1 กิโลกรัม จะเสียอัตรารขาเข้า 1.50 บาท แต่ข้าวสาตีที่นำเข้า 1 กิโลกรัมจะเสียอัตรารขาเข้า 1.00 บาท ซึ่งถ้าจะไม่ให้ได้แป้งสาตี 1 กิโลกรัม จะต้องนำเข้าข้าวสาตีเป็นจำนวนถึง 1.40 กิโลกรัม (อัตรารขาเข้าของข้าวสาตีเท่ากับ 73%) ซึ่งจะต้องเสียอัตรารขาเข้าถึง 1.40 บาท จะเห็นว่า เมื่อเทียบอัตรารขาเข้าของข้าวสาตีและแป้งสาตีโดยคิดจากแป้งสาตี 1 กิโลกรัม แล้วอัตรารขาเข้าของข้าวสาตีจะถูกกว่าอัตรารขาเข้าของแป้งสาตี 0.10 บาท เท่านั้นการตั้งอัตรารขาเข้าแบบนี้จะไม่เป็นผลดีต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมของแป้งสาตี เนื่องจากทำให้ต้นทุนการผลิตแป้งสาตีในประเทศสูง เมื่อเปรียบเทียบกับราคานำเข้าของแป้งสาตีจากต่างประเทศ

คงจะเห็นได้ว่ามีการนำเข้าแป้งสาลีโดยเฉลี่ยประมาณปีละมากกว่า 10,000 ตัน (ประเทศที่นำเข้ามากที่สุดแก่ประเทศญี่ปุ่น) จำนวนของแป้งสาลีที่นำเข้านี้จะมีผลทางด้านการแข่งขันในตลาดภายในประเทศพอสมควร

ดังนั้น รัฐบาลควรควรมีมาตรการในการป้องกันไม่ให้แป้งสาลีจากต่างประเทศเข้ามาแย่งตลาดแป้งสาลีที่ผลิตในประเทศ โดยการตั้งอัตราอากรขาเข้าของแป้งสาลีให้สูงขึ้น เพื่อให้มีผลแตกต่างกันทางด้านราคาจำหน่าย และเป็นการจูงใจให้ประชาชนหันมาบริโภคแป้งสาลีที่ผลิตภายในประเทศ เพราะเทคนิคการผลิตแป้งสาลีในประเทศไทยทันสมัยไม่แพ้ต่างประเทศ ฉะนั้นทางด้านคุณภาพจึงไม่น่ามีปัญหา ถ้ามาตรการที่กล่าวมาแล้วไม่ได้ผลรัฐบาลก็ควรจะใช้มาตรการขึ้นเค็ชชาค คือไม่ให้มีการนำเข้าแป้งสาลีจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทย

(2) จากการศึกษาพบว่า โรงงานอุตสาหกรรมบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปขนาดใหญ่ เช่น โรงงานไทยเพรซิเคนท์ฟู้ดส์ (ผู้ผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมามา) เป็นต้น นิยมสั่งแป้งสาลีเข้ามาเองจากประเทศญี่ปุ่น เพื่อผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในส่วนที่จะส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ เหตุที่ไม่ใช้แป้งสาลีที่ผลิตในประเทศเนื่องจากมีปัญหาเกี่ยวกับความล่าช้าในการขอคืนภาษี (Duty Draw Back) ในส่วนของวัตถุดิบที่ใช้ผลิตสินค้าส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ โดยพบว่าถ้าโรงงานอุตสาหกรรมบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปสั่งซื้อแป้งสาลีที่ผลิตในประเทศเพื่อผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ขั้นตอนในการขอคืนภาษีจะใช้เวลาประมาณ 6 เดือน แต่ถ้าสั่งแป้งสาลีเข้ามาเองจากต่างประเทศขั้นตอนในการขอคืนภาษีจะใช้เวลาประมาณ 1-2 เดือน

ดังนั้น รัฐบาลควรลดขั้นตอนในการขอคืนภาษีให้แก่โรงงานอุตสาหกรรมบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปซึ่งสั่งซื้อแป้งสาลีที่ผลิตในประเทศ เพื่อผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ อันเป็นการจูงใจให้โรงงานอุตสาหกรรมบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปหันมาบริโภคแป้งสาลีที่ผลิตในประเทศมากขึ้น

(3) รัฐบาลควรเป็นตัวกลางในการประสานการจัดซื้อข้าวสาลีให้แก่บริษัทผู้ผลิตแป้งสาลี โดยซื้อรวมกันมาเป็น Shipment ทีเดียว เพราะการสั่งซื้อข้าวสาลีในจำนวนมากจะทำให้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งข้าวสาลีถูกลง ซึ่งมีผลทำให้ต้นทุนในการผลิตแป้งสาลีถูกลงด้วย

(4) เนื่องจากการใช้กำลังการผลิต (Plant Capacity Utilization) ของอุตสาหกรรมแป้งสาลีในปัจจุบันโดยเฉลี่ยยังคงต่ำอยู่ เช่น ในปี พ.ศ. 2524 การใช้กำลังการผลิตโดยเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละแค่ 57.2 เท่านั้น ดังนั้นรัฐควรจะได้มีการส่งเสริมให้มีการใช้กำลังการผลิตของอุตสาหกรรมแป้งสาลีให้เพิ่มขึ้น โดยสนับสนุนให้บริษัทผู้ผลิตแป้งสาลีต่าง ๆ ทำการผลิตแป้งสาลีเพื่อส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ เพราะเทคนิคการผลิตแป้งสาลีในประเทศไทยทันสมัยไม่แพ้ต่างประเทศ โดยรัฐจะต้องกำหนดความช่วยเหลือพิเศษให้ในส่วนของการส่งออกแป้งสาลีที่ส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ เช่น ไม่เก็บอากรขาเข้าของข้าวสาลีที่จะนำมาผลิตและส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ และลดภาษีการค้าให้ ฯลฯ ซึ่งจะทำให้แป้งสาลีของไทยสามารถแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้ ถ้าทำในรูปแบบนี้แล้วจะเป็นการช่วยลดดุลการค้าที่ประเทศไทยเสียให้กับต่างประเทศได้ นอกจากนี้ยังทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นในประเทศด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ผลิตและบริษัทผู้จำหน่ายแป้งสาลี

ด้านการผลิต

(1) จากการวิจัยพบว่า คุณภาพของแป้งสาลีเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการที่ผู้บริโภคจะใช้พิจารณาในการเลือกซื้อแป้งสาลี ดังนั้นบริษัทผู้ผลิตแต่ละบริษัทควรที่จะเข้มงวดและพิถีพิถันในการผลิตแป้งสาลีของบริษัทตนเพื่อให้แน่ใจว่าแป้งสาลีที่ออกมาสู่ท้องตลาดนั้นมีคุณภาพได้มาตรฐานตามที่กำหนด นอกจากนั้นจะต้องมีคุณภาพที่สม่ำเสมอด้วย และถ้าบริษัทผู้ผลิตรายใดสามารถที่จะขอเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์แป้งสาลีของคนจากหน่วยงานราชการ เช่น จากกรมวิทยาศาสตร์ กระทรวงอุตสาหกรรม หรือจากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ดังเช่นที่แป้งสาลีของบริษัทยูไนเต็ควอลวอลล์ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้าจากกรมวิทยาศาสตร์ กระทรวงอุตสาหกรรมก็จะทำให้แป้งสาลีของบริษัทนั้นมี Brand Image ที่ดีในสายตาของผู้บริโภคด้วย

(2) จากการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคทั้งที่เป็นโรงงานอุตสาหกรรม ร้านเบเกอรี่ ตลอดจนผู้ผลิตแป้งทั่วโลก โรตี่ และซาลาเปา มักจะมีปัญหาเกี่ยวกับการที่แป้งสาลีขึ้นราคาบ่อย ๆ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเหล่านี้จำเป็นต้องขึ้นราคาสินค้าของตัวเองกับ Ultimate Consumer ซึ่งอาจมีผลทำให้ Ultimate Consumer เลิกซื้อหรือลดปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากแป้งสาลีลงก็ได้ ซึ่งมีผลกระทบต่อบริษัทผู้ผลิตและบริษัทผู้จำหน่ายแป้งสาลีในภายหลัง ดังนั้นบริษัทผู้ผลิตแป้งสาลีควรหาวิธีการ

ในการลดต้นทุนการผลิตแป้งสาลีลงซึ่งก็เป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้แป้งสาลีมีราคาไม่สูงเกินไป ทำให้แป้งสาลีของบริษัทสามารถแข่งขันในท้องตลาดได้

ด้านผลิตภัณฑ์

(1) ควรจะมีการพิมพ์วันที่ผลิต (Production Date) ไว้บนถุงแป้งสาลี เพื่อให้ผู้บริโภคแป้งสาลีตลอดจนพ่อค้าส่งและพ่อค้าปลีกแป้งสาลีได้ทราบว่าแป้งสาลีถุงนั้นผลิตเมื่อใด เมื่อเวลาผู้บริโภคจะใช้แป้งสาลี หรือเมื่อพ่อค้าส่งและพ่อค้าปลีกจะจำหน่ายแป้งสาลีจะได้นำเอาแป้งสาลีที่ผลิตก่อนมาใช้ก่อนหรือมาจำหน่ายก่อนทำให้แป้งสาลีไม่ตกค้างที่ผู้บริโภคหรือตกค้างที่พ่อค้าส่งและพ่อค้าปลีกนานเกินไป เป็นการช่วยแก้ปัญหาเกี่ยวกับการที่ผู้บริโภคแป้งสาลีบางรายเมื่อซื้อแป้งสาลีมาแล้วมักจะได้แป้งสาลีเก่า มีกลิ่นเหม็นอับ มีตัวแมลงและตัวมอดได้ประการหนึ่ง

(2) ภาชนะบรรจุแป้งสาลีสำหรับผู้บริโภคที่ใช้แป้งสาลีจำนวนมากๆ ใน 1 เดือน เช่น โรงงานอุตสาหกรรมขบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ควรเปลี่ยนเป็นแบบ Bulk Delivery System เช่น ใช้ Tank Car บรรจุแป้งสาลีในการขนส่ง จะช่วยลดต้นทุนเกี่ยวกับถุงผ้าที่จะใช้เป็นภาชนะบรรจุแป้งสาลีลงได้ ทำให้ราคาของแป้งสาลีที่จะขายให้กับผู้บริโภคแป้งสาลีประเภทนี้ต่ำลงด้วยซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อทั้งผู้บริโภค บริษัทผู้ผลิตและบริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาลี

ด้านราคา

(1) จากการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ทั้งผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมมา ร้านเบเกอรี่ และผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ จะใช้ราคาเป็นเหตุผลสำคัญ เหตุผลหนึ่งในการพิจารณาตัดสินใจเลือกซื้อแป้งสาลี ดังนั้นบริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาลีไม่ควรจะขึ้นราคาจำหน่ายแป้งสาลีจนบ่อยเกินไป ถึงแม้ว่าราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตแป้งสาลีจะสูงขึ้น บริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาลีก็ควรจะหาวิธีการอื่นเข้ามาช่วย เช่น หาวิธีการลดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการดำเนินงานทางด้านการตลาดลง เป็นต้น สำหรับวิธีการขึ้นราคาจำหน่ายแป้งสาลีควรจะเป็นวิธีการสุดท้ายที่นำเข้ามาใช้เมื่อไม่สามารถหาวิธีการอื่นใดเข้ามาช่วยได้

(2) ถ้าบริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาลี หรือพ่อค้าส่งแป้งสาลีจะให้สินเชื่

แก่ผู้บริโภคนั่งสาธิตประเภทต่าง ๆ ระยะเวลาของสินเชื่อที่ควรให้สำหรับผู้บริโภค ประเภทโรงงานอุตสาหกรรมมา และร้านเบเกอรี่ คือ 1 เดือน หรือ 30 วัน และระยะเวลาของสินเชื่อที่ควรให้สำหรับผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ ที่ผลิตปาทังโก คือครึ่งเดือน หรือ 15 วัน สำหรับผู้บริโภครูปแบบอื่น ๆ ที่ผลิตโรตีสีและซาลาเปา การจำหน่ายแบ่งสาธิตของบริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาธิตหรือพ่อค้าส่งแบ่งสาธิตควรจะจำหน่ายเป็นเงินสดมากกว่า เนื่องจากปริมาณการบริโภคแบ่งสาธิตของผู้บริโภคเหล่านี้อยู่ในระดับต่ำ

ค่านช่องทางการจำหน่าย

(1) จากการวิจัยพบว่าช่องทางการจำหน่ายแบ่งสาธิตที่ดีสำหรับผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป โรงงานอุตสาหกรรมบะหมี่ขนาดใหญ่ และโรงงานอุตสาหกรรมบิสกิต ฯลฯ ขนาดใหญ่ คือบริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาธิต สำหรับผู้บริโภครูปแบบโรงงานอุตสาหกรรมบะหมี่ขนาดเล็ก โรงงานอุตสาหกรรมบิสกิต ฯลฯ ขนาดเล็ก ร้านเบเกอรี่ ผู้ผลิตปาทังโก และผู้ผลิตซาลาเปา คือพ่อค้าส่งแบ่งสาธิต สำหรับผู้บริโภครูปแบบผู้ผลิตโรตีสีคือพ่อค้าปลีกแบ่งสาธิต ดังนั้นบริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาธิตควรจะได้มีการดำเนินการเกี่ยวกับช่องทางการจำหน่ายแบ่งสาธิต ทั้งที่ใกล้เข้ามาแล้วข้างต้น

(2) จะเห็นได้ว่า พ่อค้าส่งแบ่งสาธิตเป็นผู้ที่มีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งในการรับภาระหน้าที่กระจายสินค้าแบ่งสาธิตไปยังผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมบะหมี่ขนาดเล็ก โรงงานอุตสาหกรรมบิสกิต ฯลฯ ขนาดเล็ก ร้านเบเกอรี่ และผู้บริโภครูปแบบอื่น ๆ ที่ผลิตปาทังโก โรตีสี และซาลาเปา ดังนั้นบริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาธิตควรจะหาวิธีจูงใจให้พ่อค้าส่งแบ่งสาธิตพยายามขายแบ่งสาธิตของบริษัทคนให้เพิ่มขึ้น โดยการให้ผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่พ่อค้าส่งควรจะได้รับ เช่น การให้ส่วนลดราคา การแถมแบ่งสาธิต การให้สินเชื่อแก่พ่อค้าส่ง เป็นต้น นอกจากนี้ ในบางโอกาสอาจจัดให้มีการแข่งขันการขายแบ่งสาธิตระหว่างพ่อค้าส่งแบ่งสาธิตด้วยกัน โดยบริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาธิตตั้งเป้าหมายในการขายแบ่งสาธิตเอาไว้ ถ้าพ่อค้าส่งรายใดทำยอดขายถึงเป้าก็มีรางวัลให้ เช่น การให้ไปเที่ยวต่างประเทศ หรือแจกของเป็นรางวัล เช่น นาฬิกา สร้อยคอทองคำ เป็นต้น



(3) เนื่องจากแป้งสาลีไม่สามารถเก็บได้นานเกินกว่า 3 เดือน และจำเป็นจะต้องเก็บไว้ในสถานที่ที่เหมาะสมจึงจะไม่ทำให้คุณภาพของแป้งสาลีเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นบริษัทผู้จำหน่ายแป้งสาลีควรจะมอบหมายให้พนักงานขายของบริษัทคนไปทำการให้คำแนะนำแก่ผู้บริโภคแป้งสาลีตลอดจนพาคำสั่งแป้งสาลีว่า ควรจะเก็บแป้งสาลีเอาไว้ในที่ที่มีอากาศถ่ายเทได้ดี บริเวณที่เก็บแป้งสาลีควรจะต้องแห้งและปราศจากแมลง เช่น ด้วงมอด เป็นต้น ก็จะทำให้คุณภาพของแป้งสาลีไม่เสื่อมเสียไป นอกจากนี้ควรจะแนะนำพาคำสั่งแป้งสาลีเกี่ยวกับระบบการจัดส่งสินค้าว่าควรจะเป็นแบบ "First In First Out" คือแป้งสาลีที่ซื้อมาก่อนควรจะขายออกไปก่อน ปัญหาเกี่ยวกับการที่ผู้บริโภคได้รับแป้งสาลีที่เก่าและมีคุณภาพไม่ได้มาตรฐานก็จะหมดไป

คํานการส่ง เสริมการจำหน่าย

(1) บริษัทผู้จำหน่ายแป้งสาลีควรรับบุคคลที่จบทางด้านวิทยาศาสตร์การอาหารมาเป็นพนักงานขายของบริษัท เนื่องจากบุคคลเหล่านี้จะมีความรู้ทางด้านเทคนิคเกี่ยวกับแป้งสาลี เมื่อลูกค้ามีปัญหาทางด้านเทคนิคเกี่ยวกับแป้งสาลีที่ใช้อยู่ พนักงานขายจะก็สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นให้กับลูกค้าได้ทันที ซึ่งจะเป็นการเพิ่มความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้กับลูกค้าเป็นอย่างยิ่ง

(2) ถ้าบริษัทผู้จำหน่ายแป้งสาลีจะจัดให้มีการส่งเสริมการขายแป้งสาลี สำหรับผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมระมัดระวังรูป วิธีที่ดีคือการให้ส่วนลดราคาสำหรับผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมระมัดระวังและโรงงานอุตสาหกรรมบิสกิต ฯลฯ วิธีที่ดีที่สุดคือการให้ส่วนลดราคา และรองลงมาคือการแถมแป้งสาลี สำหรับผู้บริโภคประเภทร้านเบเกอรี่ วิธีที่ดีที่สุดคือการแถมแป้งสาลี และรองลงมาคือการให้ส่วนลดราคา สำหรับผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ ที่ผลิตแป้งท่งโก๋ และซาลาเปา วิธีที่ดีที่สุดคือการให้ส่วนลดราคา และรองลงมาคือการแถมแป้งสาลี สำหรับผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ ที่ผลิตโรติววิธีที่ดีที่สุดคือ การแจกคูปองเพื่อนำไปแลกแป้งสาลี และรองลงมาคือการให้โบนัสหรือการแจกของ เช่น แจกเสื้อยืด นาฬิกา เป็นต้น

(3) บริษัทผู้ผลิตและบริษัทผู้จำหน่ายแป้งสาลี ควรรวมตัวกันเป็นสมาคมเพื่อให้ความรู้ทางค่านแป้งสาลีแก่ผู้บริโภคแป้งสาลี ซึ่งการให้ความรู้นี้จะต้องเป็นในรูปของการให้บริการฟรี นอกจากนี้ควรจะแนะนำให้ผู้บริโภคแป้งสาลีทราบว่า แป้งสาลีที่สั่งซื้อมาจากประเทศญี่ปุ่นเป็นแป้งที่มีคุณภาพต่ำ ถึงแม้จะมีปริมาณโปรตีนสูง แต่มีจำนวนกลูเตน (Gluten) ต่ำ ดังนั้นคุณภาพจึงสู้แป้งที่ผลิตในประเทศไม่ได้