

## บทที่ ๕

## สรุป และ ข้อเสนอแนะ

น้ำบริโภคมรรูชวค เป็นค่าที่กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดขึ้นเพื่อให้ หมายถึง น้ำบริโภคที่ได้ผ่านกระบวนการกรอง และทำให้สะอาดตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข แล้วนำออกจำหน่ายให้ประชาชนทั่วไปได้บริโภคโดยมรรูชวคอยู่ในลักษณะที่เป็น ชวค ซึ่งโดยทั่วไปมีอยู่ ๒ ชนิด คือ ชนิดชวคแก้ว มีความจุ ๑ ลิตร และชนิดชวคพลาสติก มีความจุ ๒๐ ลิตร

ในชั้นแรกดูออกจะเป็นเรื่องน่าแปลกที่มีคนคิดตั้งบริษัทผลิตน้ำจืดกรรมคาวมรรูชวคออกขาย ซึ่งไม่น่าจะขายได้ เพราะน้ำชนิดนี้ไม่มีสิ่งใดผสมหรือเจือปนลงไปให้ดื่มเลย นอกจากดื่มเป็นน้ำธรรมดาเหมือนกับน้ำฝนหรือน้ำท่าหรือน้ำประปา แต่ก็เป็นเรื่องที่มีประชาชนนิยมดื่มน้ำกรองชนิดที่เรียกว่า "น้ำบริโภคมรรูชวค" เพราะเหตุว่า สภาพแวดล้อมทางกายภาพในสังคมเมืองปัจจุบันนี้ได้เปลี่ยนไปในทางที่เป็นพิษเป็นภัยมากขึ้น น้ำในแม่น้ำลำคลองสกปรกมีสีค้ำคั่วและมีกลิ่นเหม็น ฟุ่นละอองหมอกควันจับเป็นเขม่าตามบ้านเรือนและหลังคาตาก และละอองปนมากับน้ำฝน ทำให้น้ำฝนสกปรกรองไว้ดื่มไม่ได้ สภาพบ้านเรือนชุมชนที่หนาแน่นแออัด ทำให้น้ำประปา น้ำบาดาล ที่เป็นบริการสาธารณสุขของโลกไม่เพียงพอกับจำนวนประชาชนผู้ต้องการใช้น้ำ และมักไม่สะอาดพอที่จะใช้ดื่มได้โดยไม่ผ่านการต้มหรือกรอง ในสังคมเมืองเช่นนี้มีสภาพที่น้ำบริโภคมรรูชวคสามารถเข้ามามีบทบาทเป็นน้ำสำหรับใช้บริโภคในชีวิตประจำวันมากขึ้น เพราะประชาชนจำเป็นต้องแสวงหาน้ำสะอาดบริสุทธิ์ไว้ดื่ม หรือใช้ปรุงอาหาร สำหรับน้ำอาบหรือซักล้างนั้น ยังพอทนใช้น้ำท่า หรือน้ำประปาได้อยู่ต่อไป ส่วนน้ำฝนนั้น ในสังคมเมืองแทบจะไม่ได้ใช้ประโยชน์ เพราะนอกจากจะมีฟูนละอองเขม่าสกปรกเจือปนมาแล้ว การสร้างที่อยู่อาศัยในสภาพปัจจุบันก็ยังไม่เอื้ออำนวยให้ประชาชนสามารถรองน้ำฝนไว้ใช้ได้ด้วย

ในปัจจุบันนี้ น้ำบริโภคบรรจุขวด ได้เข้าไปมีบทบาทเป็นน้ำดื่มประจำครัวเรือน และประจำโต๊ะอาหารตามภัตตาคาร ร้านอาหาร และสถานบริการมากขึ้นความสำคัญในทุกชุมชนที่สภาพแวดล้อมทางกายภาพมีลักษณะเป็นพิษภัยเช่นว่ามาแล้ว แทบจะเรียกได้ว่าทุกจังหวัดและทุกชุมชนใหญ่ จะต้องมึน้ำบริโภคบรรจุขวดจำหน่ายไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง คงจะสามารถเห็นได้โดยทั่วไป

การศึกษาของประชาชนสูงขึ้น ความรู้ความเข้าใจในเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพอนามัย หรือเรื่องสาธารณสุขก็ยิ่งเพิ่มมากขึ้น ประชาชนกลุ่มนี้ย่อมมีความพิถีพิถัน และพิจารณาคุณภาพของอาหารและน้ำที่ตนจักนำมาใช้บริโภคในครอบครัวมากยิ่งขึ้น น้ำบริโภคบรรจุขวดเป็นส่วนหนึ่งที่ประชาชนที่มีระดับการศึกษาสูงพอควรให้ความสนใจ และมักจะเลือกใช้สำหรับบริโภค เนื่องจากได้ทราบถึงกระบวนการผลิต และคุณภาพของน้ำชนิดนี้พอสมควรอยู่แล้ว การขยายตัวของการตลาดน้ำบริโภคจึงกว้างขวางใหญ่โตขึ้นไปเรื่อย ๆ และมีแนวโน้มว่า จะกลายเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นในชีวิตประจำวันของประชาชนต่อไปในอนาคต

สภาพดังกล่าวมาแล้วนี้ เป็นสิ่งที่ท้าทายให้ผู้เขียนคัดสนใจทำการศึกษาลึกลงไปถึงรายละเอียดเกี่ยวกับความเป็นมาของน้ำบริโภคบรรจุขวด สภาพการตลาด แนวโน้มของการตลาดที่จะเป็นไปในอนาคตของน้ำชนิดนี้ โดยผู้เขียนได้เลือกศึกษาภายในขอบเขตของเขตเมืองนครราชสีมา ซึ่งหมายถึงเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมากับชุมชนที่ตั้งอยู่รอบ ๆ เขตเทศบาลนี้ เพราะเหตุว่า ลักษณะของชุมชนในเขตเมืองนครราชสีมา เป็นชุมชนในเมืองคล้ายคลึงกับชุมชนใหญ่ ๆ ทั่วไปของจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยผู้เขียนมีความเห็นว่า การศึกษาเกี่ยวกับสภาพการตลาดของน้ำบริโภคบรรจุขวดของจังหวัดนครราชสีมา โดยเฉพาะในเขตเมืองนี้ เมื่อได้ผลจากการศึกษาเป็นประการใดแล้ว อาจสามารถถือเอาผลที่ได้รับนั้นเป็นแนวทางในการวินิจฉัยสภาพการตลาดของน้ำบริโภคบรรจุขวด ในชุมชนอื่น ๆ ทั่วไปได้ก็วย หรืออย่างน้อยก็ยังสามารถใช้ผลของการศึกษาที่ผู้เขียนได้ทำอยู่นี้เป็นจุดเริ่มต้นที่จะทำการศึกษาวิจัยในรายละเอียด

เฉพาะทางใดต่อไปอีกด้วย เพราะในการศึกษาของผู้เขียนในเรื่องนี้ ผู้เขียนได้ใช้วิธี  
สำรวจ เก็บข้อมูลด้วยการศึกษาจากเอกสารเรื่องราวของน้ำบริโภคน้ำจืดจากแหล่ง  
ต่าง ๆ รวมทั้งกับการเก็บข้อมูลโดยการออกแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ นำมา  
ประมวลและวิเคราะห์ตามหลักวิชาการในทางการวิจัย จึงได้เสนอมานี้ในวิทยา-  
นิพนธ์ฉบับนี้

จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดที่ผู้เขียนเลือกเอาเป็นสถานที่ที่ใช้สำหรับการ  
สำรวจหาข้อมูลและทำการวิจัยเกี่ยวกับสภาพการตลาดของน้ำบริโภคน้ำจืด เป็น  
จังหวัดที่มีลักษณะเด่นเป็นตัวแทนของจังหวัดต่าง ๆ ทั้งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและ  
ในภาคเหนือได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นในด้านลักษณะของพื้นที่ลักษณะชุมชน ลักษณะประชา  
กร เศรษฐกิจ สังคม การศึกษา และวัฒนธรรมแบบผสมของสังคมเมือง จังหวัดนี้มีพล  
เมืองมากเป็นที่สองรองจากกรุงเทพมหานคร เป็นจังหวัดที่ราบสูงค่อนข้างแห้งแล้ง  
กันดารน้ำ ทั้งที่ใช้ในการเกษตรและอุปโภคบริโภค ชุมชนในเมืองมีประชากรหนาแน่น  
เป็นชุมทางค่าน้ำจืดของภาค ทั้งในด้านพาณิชย์กรรม อุตสาหกรรม เกษตรกรรม  
การศึกษาและศูนย์กลางทางด้านการบริหารทั้งฝ่ายพลเรือน และฝ่ายทหาร การ  
ขยายตัวของชุมชนรอบเขตเทศบาล เป็นไปโดยรวดเร็วและไม่เป็นระเบียบ อันได้ก่อ  
ให้เกิดปัญหาทางด้านการสนองตอบความต้องการของประชาชนเกี่ยวกับสาธารณูปโภค  
การศึกษา การดูแลสุขภาพ และปัญหาสังคมที่เรียกว่าแหล่งเสื่อมโทรม

จังหวัดนครราชสีมา เคยเป็นที่ตั้งของหน่วยทหารของสหรัฐอเมริกา ที่เข้า  
มาปฏิบัติการ เป็นฐานทัพที่ส่งกำลังเข้าไปช่วยเหลือประเทศเวียดนามใต้ ในอดีตขณะที่  
ยังมีฐานทัพของทหารสหรัฐตั้งอยู่นั้น ซึ่งก็เป็นที่ยอมรับอยู่แล้วว่า ประชากรทางตะวันตกที่  
เข้ามาอยู่ในตะวันออกนั้นมักจะมีควมระมัดระวังเกี่ยวกับน้ำดื่มมากเป็นพิเศษ ในระยะ  
นั้นเอง ประชาชนในเขตเมืองนครราชสีมาโดยทั่วไป จึงมีความรู้สึกและคุ้นเคยกับ  
เรื่องของน้ำดื่มบริโภคน้ำจืดตั้งแต่บัดนั้นมา แม้ว่าสหรัฐอเมริกาจะได้เลิกฐานทัพและถอน

ทหารอเมริกันกลับไปหมดแล้ว บริษัทการาเหนือ จำกัด ผู้ผลิตน้ำดื่มยี่ห้อ "ไพลาวิส" ก็ยังคงส่งน้ำดื่มจากกรุงเทพฯ เข้ามาจำหน่ายในจังหวัดนครราชสีมาเป็นประจำ ส่วนมากมักจะได้ออกค้าประเภท โรงแรม ภัตตาคาร หรือร้านอาหารชั้นนำ หรือสถานบริการ ซึ่งน้ำไพลาวิสก็มีราคาค่อนข้างแพงพอสมควรและชื่อเสียงของน้ำชนิดนี้

ปี พ.ศ. ๒๕๑๔ บริษัทนครราชสีมา เฟรชดูด จำกัด ได้เริ่มก่อตั้งขึ้น และได้เริ่มผลิตน้ำบริโภคมบรรจุขวดขึ้นเป็นรายแรกของจังหวัดนครราชสีมา การตลาดน้ำบริโภคมบรรจุขวดของจังหวัดนครราชสีมาจึงได้เริ่มต้นขึ้น ณ ปีนี้

สิ่งที่ผู้เขียนมุ่งหมายในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ก็คือ ความต้องการที่จะศึกษาค้นคว้าและวิจัยสภาพการตลาดของน้ำบริโภคมบรรจุขวดในจังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากในปีต่อจาก พ.ศ. ๒๕๑๔ เป็นต้นมา ได้มีผู้ก่อตั้งโรงงานผลิตน้ำบริโภคมบรรจุขวดออกจำหน่ายในตลาดของจังหวัดนครราชสีมา เพิ่มขึ้นอีกหลายรายจนกระทั่งปัจจุบัน มีโรงงานผลิตน้ำบริโภคมบรรจุขวดโดยรวมทั้งสิ้น ๕ ราย ทุกรายต่างเข้ามาแข่งขันกันในตลาดเดียวกัน และใช้วิธีการในด้านการตลาดแบบเดียวกันทั้งสิ้น จึงเป็นที่น่าสนใจศึกษาถึงข้อมูลเหตุจูงใจของผู้ผลิตทุกราย ที่ได้ตัดสินใจตั้งโรงงานผลิตน้ำบริโภคมบรรจุขวดออกจำหน่ายแข่งขันกัน และเป็นที่น่าศึกษาถึงทัศนคติของผู้บริโภคทั้งหลายเกี่ยวกับ การที่ตัดสินใจบริโภคน้ำบริโภคมบรรจุขวดนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยใดบ้าง การศึกษาดังกล่าวจะเป็นการบ่งชี้ถึงสภาพการตลาดของน้ำบริโภคมบรรจุขวด และแนวโน้มของการตลาดในอนาคต

/ ผู้เขียนได้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลและสำรวจทัศนคติของผู้ผลิตและผู้บริโภค ประกอบกับการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารหนังสือและแหล่งต่าง ๆ ที่มีข้อมูลระดับทุติยภูมิแล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติ เพื่อหาแนวโน้มและคำอธิบายของปรากฏการณ์ของการตลาดน้ำบริโภคมบรรจุขวดของจังหวัดนครราชสีมา / ซึ่งผู้เขียนก็หวังว่าผลจากการศึกษาค้นคว้าดังกล่าวนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจเกี่ยวกับการศึกษาการตลาดน้ำบริโภคมบรรจุขวดในจังหวัดนครราชสีมา ไปถึงตัวผู้ผลิตและประชาชนผู้บริโภคโดยทั่วไปด้วย

/ในการเสนอผลการศึกษาวิเคราะห์นี้ ได้จัดเรียงลำดับจากการศึกษาทางเอกสาร การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์บุคคลทางฝ่ายผู้ผลิต การสังเกตการณ์ การกรอกแบบสอบถามและสัมภาษณ์ประชาชนผู้บริโภคโดยวิธีสุ่มตัวอย่าง ตามระเบียบวิธีวิจัย และได้วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับไปคามขั้นตอนจนกระทั่งถึงผลสรุปของข้อมูลที่รวบรวมให้ตรงตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ทุกประการ /

ผู้ผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดในปัจจุบันมีอยู่ทั้งหมด ๕ ราย มีกำลังการผลิตรวมกัน ประมาณ ๑๐๐,๐๐๐ ถึง ๑๓๐,๐๐๐ ลิตรต่อวัน ในฤดูร้อนซึ่งเป็นเวลาที่มีปริมาณความต้องการน้ำในตลาดมาก อาจเร่งรัดการผลิตเพิ่มขึ้นได้รวมกันถึงวันละ ๒๐๐,๐๐๐ ลิตร ซึ่งจะเห็นได้ว่า ผู้ผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดทั้ง ๕ รายนี้ เป็นผู้ผลิตขนาดย่อยหรือขนาดกลาง ยังไม่มีรายใดเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ คงเนื่องจากสภาพการตลาดและปริมาณการบริโภคยังไม่เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตขยายกำลังการผลิตของคนให้เพิ่มมากขึ้นจนเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ได้

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดทั้ง ๕ ราย ได้พบว่าไม่มีผู้ผลิตรายใดได้ทำการสำรวจหรือวิเคราะห์สภาพการตลาดน้ำบริโภคบรรจุขวดก่อนตัดสินใจผลิตน้ำบริโภคออกจำหน่ายเลย ผู้ผลิตทุกรายได้ตัดสินใจผลิตโดยใช้การคาดคะเนหรือประเมินสภาพการตลาดอย่างคร่าว ๆ โดยมองจากผู้ที่ยึดจำหน่ายอยู่แล้วเป็นหลัก

วิธีการผลิตที่ใช้วิธีการผลิตแบบเดียวกันทั้งสิ้น นั่นคือ การใช้น้ำประปาของเทศบาลเมืองนครราชสีมาเป็นน้ำดิบ มีรายละเอียดที่ใช้น้ำบาดาลเป็นน้ำดิบเนื่องจาก โรงงานตั้งอยู่นอกเขตจ่ายน้ำของเทศบาลเมืองนครราชสีมา จากนั้นก็นำน้ำดิบไปผ่านกรรมวิธีการกรองน้ำเพื่อขจัดตะกอน ทรายโคลน ขจัดความกระด้าง และทำลายเชื้อโรคและแบคทีเรียโดยสารเคมีและแสงอุลตราไวโอเลต (แสงเทเนียมม่วง) น้ำที่ผลิตได้เป็นน้ำสะอาดที่จะต้องผ่านการตรวจและรับรองตามหลักฐานน้ำบริโภคของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งผู้ผลิต

จะต้องควบคุมคุณภาพน้ำที่คนผลิตให้ได้มาตรฐานนั้นอยู่เสมอ เมื่อผลิตแล้วก็เป็นกา  
มบรรจุขวดเพื่อส่งจำหน่าย ทุกบริษัทจำหน่ายน้ำบริโภคนอกของคนในชวคสองชวคคือ ชวค  
พลาสติกชวคใหญ่ความจุ ๒๐ ลิตร และชวคแก้วชวคเล็กความจุ ๑ ลิตร เหมือนกัน  
ทุกราย

การกำหนดราคาน้ำบริโภคนอกชวคชวคนั้น ผู้ผลิตกำหนดโดยอ้างอิงราคาน้ำ  
ชนิดเดียวกันในตลาดกรุงเทพมหานครเป็นหลัก ในการผลิตระยะแรก ๆ ระหว่างปี  
พ.ศ. ๒๕๐๘ ถึงปี พ.ศ. ๒๕๒๑ ผู้ผลิตแต่ละรายจะกำหนดราคาจำหน่ายปลีกและจำหน่าย  
ส่งไว้ไม่เท่ากัน ทั้งนี้เพื่อการจูงใจลูกค้า จึงทำให้มีการแข่งขันกันโดยการตัดราคาซึ่ง  
กันและกันอยู่ระยะหนึ่ง เป็นเหตุให้ผู้ผลิตแต่ละรายเสียหายไปตาม ๆ กัน ต่อมาในปี  
พ.ศ. ๒๕๒๒ ผู้ผลิตได้หันหน้าเข้าหากันและทำความตกลงกันในเรื่องราคาจำหน่ายปลีก  
ของน้ำบริโภคนอกชวค เนื่องจากทุกรายต่างก็ประสบการขาดทุน เพราะวัสดุและน้ำ  
มันเชื้อเพลิงมีราคาสูงขึ้น ขณะนี้การจำหน่ายปลีกน้ำบริโภคนอกชวค ผู้ผลิตได้ตกลง  
กำหนดราคา ชวคชวคแก้วความจุ ๑ ลิตร ราคาโหล (๑๒ ชวค) ละ ๑๕ บาท และ  
ชวคชวคพลาสติกความจุ ๒๐ ลิตร ราคาชวคละ ๘ บาท เท่ากันทุกบริษัท เว้นแต่  
ราคาที่ขายส่งให้กับลูกค้าที่เป็นภัตตาคาร โรงแรม หรือสถานบริการต่าง ๆ ผู้ผลิตอาจ  
กำหนดราคาและตกลงทำสัญญาส่งได้ในราคาต่ำได้เท่าที่เห็นสมควร

ในปัจจุบันนี้ ผู้ผลิตน้ำบริโภคนอกชวคทุกรายเป็นผู้จัดการนำผู้ผลิตทั้งชวค  
ตลาดและจำหน่ายปลีก โดยส่งถึงลูกค้าบริโภคนอกชวครายย่อยถึงบ้านชวคชวค ยังไม่ปรากฏผู้  
ผลิตรายใดได้จัดตั้งตัวแทน ( Agent ) ให้เป็นผู้ดำเนินการทางด้านการตลาดเลย  
ทั้งนี้ ผู้ผลิตบางรายแจ้งว่า ธุรกิจน้ำบริโภคนอกชวคยังเป็นธุรกิจขนาดเล็กย่อย ทั้งราคา  
และปริมาณการจำหน่ายก็ยังไม่สูงมากนัก การจำหน่ายผ่านตัวแทนอาจทำให้ราคาต่อ  
หน่วยสูงขึ้น หรืออาจทำให้ผู้ผลิตได้กำไรน้อยลง ถ้าหากประสงค์จะรักษาระดับราคา  
ต่อหน่วยไว้ในขั้นแรก ผู้ผลิตได้เรียกร้องให้ลูกค้าชำระเงินมัดจำค่าภาชนะ (ชวค)

เพื่อเป็นหลักประกันการสูญเสียภาระ เนื่องจากภาระบรรจุนั้นมีราคาแพงมาก อีกทั้งเป็นภาระหนักค่อทุนหมุนเวียนของผู้ถือเองด้วย แต่ระบบการเรียกค่ามัดจำภาระไม่สามารถดำเนินไปด้วยดี เพราะลูกค้าแต่ละรายไม่ต้องการเสียเงินค่ามัดจำ โดยเฉพาะลูกค้าขาประจำ ต้องการได้รับเครดิตในเรื่องค่ามัดจำภาระ นอกจากนี้จากสภาพการแข่งขันในด้านการตลาด ผู้ถือรายใหม่ ๆ ต่างก็ได้พยายามหาวิธีขู่ใจลูกค้าของตนโดยการให้ยืมภาระ โดยไม่ต้องเรียกเงินค่ามัดจำ ซึ่งลูกค้าส่วนมากมีความพึงพอใจที่ไม่ต้องจ่ายเงินมัดจำ เพราะเงินมัดจำค่าภาระนั้นมีอัตราสูงกว่าราคาน้ำบริโภคมาก คือชาวพลาสติกขนาดใหญ่มีค่ามัดจำขวดละ ๒๐ บาท และขวดแก้วขนาดเล็กค่ามัดจำขวดละ ๕ บาท ในที่สุดระบบการเรียกเงินมัดจำค่าภาระก็ค่อย ๆ ล้มเลิกไปที่ละน้อย ผู้ถือได้ใช้วิธีให้ลูกค้ายืมภาระโดยให้มีการลงชื่อรับรองการยืมไว้เป็นหลักฐาน ซึ่งลูกค้าส่วนมากพึงพอใจ

ในการจำหน่ายน้ำบริโภคบรรจุขวด ผู้ถือทุกรายมีความเห็นตรงกันว่าจะต้องรักษาคุณภาพของน้ำบริโภค และเน้นหนักในด้านการบริการลูกค้าเป็นประการสำคัญ ทั้งมีความเชื่อว่าความเจริญก้าวหน้าของผู้ถือ และปริมาณการจำหน่ายน้ำบริโภคบรรจุขวดจะต้องขึ้นอยู่กับการรักษาคุณภาพของน้ำ และมาตรฐานทางด้านการบริการแก่ลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ผู้ถือไม่เห็นว่าการโฆษณาจะมีความสำคัญต่อการส่งเสริมการขายแต่อย่างใด จึงไม่มีผู้ถือรายใดทำการโฆษณาผลิตภัณฑ์ของตน นอกจากการลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ผู้ถือรายหนึ่ง ชี้แจงว่าเป็นเรื่องการช่วยเหลือหนังสือพิมพ์ โดยไม่ได้หวังผลกำไรเผยแพร่หรือผลการเพิ่มยอดจำหน่ายแต่อย่างใด

ปัญหาที่ผู้ถือแต่ละรายได้พบ และอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจจำหน่ายน้ำบริโภคบรรจุขวดนั้น มีลักษณะคล้ายกันทุกราย ส่วนใหญ่เป็นปัญหาที่เกิดจากผลกระทบจากภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศเป็นประการสำคัญ เช่น ปัญหาน้ำมันเชื้อเพลิงมีราคาแพงขึ้น ปัญหาวัตถุดิบที่จำเป็นในการผลิตขึ้นราคา ปัญหาภาระบรรจุนั้นอันได้แก่ ชาวพลาสติกและขวดแก้วมีราคาแพง ปัญหาค่าแรงงานสูง ปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นส่วนที่ทำให้ผู้ถือต้อง

รับภาระต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูงขึ้น แต่ไม่สามารถผลักภาระนี้ให้กับผู้บริโภคได้เสมอไป เพราะสินค้าชนิดนี้ สำหรับประชาชนทั่วไปยังเห็นว่าเป็นสินค้าที่มีสิ่งอื่นทดแทนได้ง่าย หากมีการเพิ่มราคาสูงเกินไปประชาชนก็จะหยุดบริโภค

ส่วนในเรื่องที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจนั้น จากคำสัมภาษณ์ผู้ผลิตและจำหน่ายได้พบว่า ผลกระทบทางเศรษฐกิจเป็นสิ่งหนึ่งที่ก่อให้เกิดอุปสรรค เช่น ภาวะค่าครองชีพโดยทั่วไปสูงขึ้น ประชาชนมีอำนาจซื้อน้อยลง เนื่องจากมีรายได้คงที่ เป็นต้น อุปสรรคอื่น ๆ ที่ผู้ประกอบการประสบอยู่เสมอ ๆ ก็มีเรื่องสภาพของดินฟ้าอากาศ การจำหน่ายน้ำบริโภคบรรจุขวด จะมีปริมาณการจำหน่ายสูงก็ในฤดูที่มีอากาศร้อนและแห้งแล้งเท่านั้นเท่านั้น สำหรับในฤดูฝนและฤดูหนาว ปริมาณการจำหน่ายลดลง อุปสรรคที่มาจากการแข่งขัน ทั้งคู่แข่งโดยตรง คือ ผู้ผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดด้วยกัน และจากคู่แข่งโดยทางอ้อม ได้แก่พวกน้ำอัดลม น้ำหวาน เครื่องดื่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน การผลิตเครื่องกรองน้ำที่มีขนาดเล็กเหมาะสำหรับใช้ประจำครอบครัว กรรมวิธีทางวิทยาศาสตร์ที่ทำให้น้ำประปาสะอาด เหมาะแก่การบริโภคเป็นต้น สิ่งเหล่านี้ได้เพิ่มเข้ามาในแวดวงของธุรกิจน้ำบริโภคเป็นอันมาก

อุปสรรคอีกประการหนึ่ง ที่น่าจะน่ามากกล่าวสรุปก็คือ เรื่องการกำหนดมาตรฐานความสะอาดของน้ำบริโภคบรรจุขวด ซึ่งกำหนดโดยกระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดมาตรฐานของน้ำโดยยึดถือหลักเกณฑ์จากประเทศทางตะวันตกในทวีปยุโรป หรือในสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีปัจจัยพื้นฐานหลายประการแตกต่างจากประเทศไทย เช่น ลักษณะของภูมิประเทศ สภาพแวดล้อม ลักษณะของน้ำดิบ หรือ ลักษณะของน้ำประปาหรือน้ำใต้ดิน เมื่อได้กำหนดคุณลักษณะหรือมาตรฐานโดยยึดหลักเกณฑ์เดียวกันเช่นนี้ ทำให้การผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดในประเทศไทยต้องผ่านกรรมวิธี และกระบวนการที่ไม่จำเป็นหลายอย่าง ทำให้สิ้นเปลือง และทำให้ต้นทุนการผลิตสูงโดยไม่มีความจำเป็น



ในการสำรวจทัศนคติความคิดเห็นของประชาชน ซึ่งเป็นผู้บริหารโลกชั้นสุดท้าย ผู้เขียนได้ทำการวิเคราะห์ และสรุปผลไว้ในส่วนของการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล มาโดยลำดับแล้ว แต่มีสิ่งที่น่าสนใจมากกล่าวโดยสรุปไว้ในส่วนนี้อีกบางประการ กล่าวคือ

๑. เรื่องเกี่ยวกับความแพร่หลายของน้ำบริโภคมบรรจุขวดในเขตเมืองนครราชสีมา จากผลการสำรวจได้ตัวเลขที่น่าสนใจมาก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบ ๑๐๐ % เคยรู้จักน้ำบริโภคมบรรจุขวดแล้วทั้งสิ้น ในจำนวนนี้ เกือบครึ่งหนึ่งได้เป็นผู้บริโภคน้ำบริโภคมบรรจุขวดเป็นประจำในครอบครัวอยู่แล้ว และที่เหลือส่วนใหญ่รู้จักน้ำบริโภคมบรรจุขวดดี แต่ยังไม่ได้ใช้บริโภคประจำในครอบครัว

๒. เกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคโดยทั่วไป ผู้บริโภคส่วนมากบริโภคน้ำขวดบรรจุขวด เนื่องจากมีความเชื่อถือในก้านความสะอาดบริสุทธิ์ ของน้ำบริโภคมบรรจุขวด โดยเมื่อเปรียบเทียบกับน้ำประปา น้ำฝน หรือน้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติ โดยเฉพาะในสภาพแวดล้อมที่ไม่บริสุทธิ์แบบสังคมในเมืองเช่นนี้ ประชาชนส่วนใหญ่ไม่สามารถจัดหา น้ำสะอาดสำหรับบริโภคได้ง่ายนัก ถ้าหากไม่พึ่งพาน้ำบรรจุขวด

๓. เกี่ยวกับลักษณะสำคัญบางประการของประชาชนในชุมชนในเขตเมืองมีส่วนช่วยให้ธุรกิจน้ำบริโภคมบรรจุขวดแพร่หลาย และจะยังคงเป็นธุรกิจที่ถาวรต่อไปอีกนาน คือ ประชาชนส่วนใหญ่มิที่พักอาศัยเป็นห้องแถวหรือตึกแถวมีรายได้ปานกลางระหว่าง ๒,๐๐๐ - ๕,๐๐๐ บาทต่อเดือน ประกอบอาชีพทางธุรกิจส่วนตัว และรับราชการ หรือเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีระดับการศึกษาค่อนข้างสูง คือจบการศึกษา ระหว่าง มศ. ๑ ถึง มศ. ๕ ลักษณะทางสังคมดังกล่าวมานี้มีส่วนช่วยให้ธุรกิจน้ำบริโภคมบรรจุขวดยั่งยืนต่อไปได้นานเนื่องจากรายได้โอกาสการศึกษา และลักษณะที่พักอาศัยเหล่านี้ เป็นลักษณะของคนส่วนใหญ่ในชุมชนที่รู้จักและบริโภคน้ำบริโภคมบรรจุขวดเป็นประจำอยู่แล้ว

ผู้เขียนได้สัมภาษณ์เพื่อหาทัศนคติและแนวโน้มของธุรกิจประเภทนี้จากผู้บริหาร  
ชั้นกลาง ในเขตเมืองนครราชสีมาหลายราย ซึ่งได้แก่ ผู้จัดการ หรือเจ้าของหรือ  
ผู้ประกอบการโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหารขนาดใหญ่ และสถานบริการต่าง ๆ  
เนื่องจากในการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์กับผู้ผลิตได้พบว่าปริมาณการจำหน่ายน้ำบริโภค  
บรรจุขวดของผู้ผลิตแต่ละรายที่จำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคชั้นกลางเหล่านี้ มีปริมาณค่อนข้าง  
สูง เมื่อเทียบอัตราส่วนกับผู้บริโภครายย่อย ๆ แล้ว จากการสัมภาษณ์ผู้เขียนได้พบว่า  
การบริโภคน้ำบริโภคบรรจุขวดของผู้ค้าในโรงแรม ภัตตาคาร หรือสถานบริการนั้น  
เป็นการเลือก หรือเป็นความนิยมของผู้ค้าเอง เนื่องจากเห็นว่า น้ำบริโภคบรรจุขวด  
มีความสะอาดบริสุทธิ์กว่าน้ำอื่น ๆ เช่น น้ำชา หรือน้ำแข็งใส่น้ำชา มีราคาถูกกว่าน้ำ  
อัดลมหรือเครื่องดื่มชนิดอื่นในปริมาณเท่า ๆ กัน และเป็นเอกลักษณ์ของผู้บริโภคที่ทันสมัย  
หรือผู้บริโภคชั้นสูง ส่วนผู้จำหน่ายซึ่งถือว่าเป็นผู้บริโภคระดับกลางเองก็มีทัศนคติว่า  
พึงพอใจที่จะจำหน่ายหรือบริการน้ำบริโภคบรรจุขวดให้ผู้ค้า เพราะมีความสะอาด  
บริสุทธิ์ มีราคาถูก และมีความสะดวกในการจำหน่ายหรือบริการ

ในส่วนที่เกี่ยวกับแนวโน้มของธุรกิจประเภทนี้กับน้ำบริโภคบรรจุขวดนั้น ผู้บริโภค  
ชั้นกลางมีความเห็นว่า จะเป็นธุรกิจที่ยั่งยืนและมีความรุ่งเรืองต่อไปในอนาคต เพราะ  
ประชาชนผู้บริโภคเริ่มรู้จักมากขึ้น และนับวันผู้บริโภคจะต้องเลือกและเน้นการบริโภค  
น้ำที่สะอาดบริสุทธิ์มากขึ้น ในขณะที่สภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และสภาพทางสังคมของ  
ชุมชนในเมืองจะไม่เอื้ออำนวยให้ประชาชนบริโภคน้ำจากสาธารณูปโภค น้ำฝนหรือน้ำจาก  
แหล่งน้ำธรรมชาติได้โดยสะดวก และปลอดภัย

#### อนาคตของน้ำบริโภคบรรจุขวดในจังหวัดนครราชสีมา

เมื่อได้พิจารณาจากองค์ประกอบและปัจจัยต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น  
แล้วนั้น ผู้เขียนมีความเห็นว่า น้ำบริโภคบรรจุขวดในจังหวัดนครราชสีมาจะเป็นธุรกิจ  
ที่สามารถดำเนินไปได้ดี และมีความรุ่งเรืองเป็นที่นิยมบริโภคของประชาชนในอนาคต

ไม่มีน้ำบริโภคอย่างอื่นมาทดแทน โดยมีเหตุผลสนับสนุนความเห็นดังกล่าว ดังนี้ :

๑. ความเสื่อมของสภาพแวดล้อมอันเนื่องมาจากการขยายตัวของเมือง การเพิ่มของประชากรในเขตเมือง ความเจริญทางวัตถุ ทำให้ประชาชนขาดแคลน น้ำบริโภคเพิ่มขึ้น การสาธารณสุขของเทศบาลเมืองนครราชสีมา คำนการประปา จะขยายตัวไม่ทัน และให้บริการไม่ทั่วถึง ทั้งจะไม่มีความสะดวกเพียงพอที่จะใช้ดื่ม โดยตรงได้ อีกทั้งประชาชนจะไม่มีโอกาสใช้น้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติหรือน้ำฝนได้อีกด้วย

๒. การขยายตัวทางด้านการศึกษา การเพิ่มระดับความรู้ของประชาชนในเขตเมืองมีมากขึ้น ประชาชนผู้บริโภคน้ำจะเรียนรู้เกี่ยวกับสุขภาพอนามัย และความปลอดภัยในการบริโภคเพิ่มขึ้น การเลือกบริโภคน้ำจะมีมากขึ้นและจะหันมานิยมน้ำบริโภคบรรจุขวดมากขึ้น เนื่องจากความสะดวก และมีความสะดวกและราคาถูกกว่า การนำน้ำประปามากำ เพื่อใช้ดื่มในชีวิตประจำวัน

๓. พิจารณาจากระดับรายได้ของคนในเมืองเปรียบเทียบกับราคาน้ำบริโภคบรรจุขวดแล้ว จะเห็นได้ว่า น้ำบริโภคบรรจุขวดเป็นสินค้าที่มีราคาถูก แม้จะรองเอน้ำประปามากำไว้สำหรับดื่มก็จะสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายสูงกว่า อีกทั้งยังไม่สะดวก ดังนั้นโอกาสที่ประชาชนธรรมดาทั่วไป ซึ่งมีระดับรายได้ปานกลาง (จากการสำรวจพบว่า มีรายได้เดือนละ ๒,๐๐๐ - ๕,๐๐๐ บาท เป็นส่วนมาก) จะสามารถบริโภคน้ำบริโภคบรรจุขวดเป็นประจำได้โดยไม่เดือดร้อน จึงน่าจะมียุคนิยมดื่มมากขึ้นต่อไปในอนาคต

๔. จากการแข่งขันของบริษัทยุติในด้านการตลาด ผู้ผลิตแต่ละรายจะต้องแข่งขันกัน นำสินค้าที่ผลิตขึ้นไปเสนอขายให้กับประชาชนกว้างขวางยิ่งขึ้น เป็นการขยายตลาดสินค้าของตนเอง จะทำให้ประชาชนได้รู้จักแพร่หลายและดื่มน้ำชนิดนี้เพิ่มมากขึ้น

ติดตามมา

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาที่ผ่านมาโดยตลอด และจากการสังเกตการณ์ในด้านการตลาดของน้ำบริโภคมบรรจุขวดในเขตเมืองนครราชสีมา ผู้เขียนเห็นว่าผู้ผลิตน้ำบริโภคมบรรจุขวดในจังหวัดนครราชสีมา ยังมีโอกาสสร้างความรุ่งเรืองให้กับกิจการของตนเองอีกมากมายในสภาพปัจจุบันดังได้กล่าวมาแล้ว แต่จากที่ได้พบเห็นผู้เขียนเห็นว่า ถ้าหากบริษัทผู้ผลิตได้ดำเนินการทางการตลาดอีก ๓ ประการต่อไปนี้ จะช่วยให้สามารถเพิ่มยอดขายขยายขอบเขตของตลาดออกไปได้อีกมาก และประสบความสำเร็จเพิ่มขึ้นอีก สิ่งที่ผู้ผลิตในปัจจุบันมองข้ามไปขณะนี้คือ

๑. การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ จากการสำรวจการศึกษาและจากการสังเกตการณ์ ผู้เขียนได้พบว่าผู้ผลิตจำหน่ายทุกราย ต่างมองข้ามความสำคัญของการประชาสัมพันธ์และการโฆษณาไปอย่างมาก โดยมีความเห็นเป็นแนวเดียวกันว่า ผู้ผลิตจะเน้นในเรื่องความสะดวกของผลิตภัณฑ์และการบริการให้ความสะดวกแก่ลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ และจะให้สิ่งนี้เป็นเครื่องประชาสัมพันธ์ให้คนนิยมผลิตภัณฑ์ของตน

กรณีดังกล่าวนี้ผู้เขียนเห็นว่า บริษัทผู้ผลิตกลุ่มมองข้ามกลุ่มประชากรบางกลุ่มไป กล่าวคือ ขณะนี้ยังมีกลุ่มประชากรกลุ่มใหญ่ที่รู้จักคุ้นเคยกับน้ำบริโภคมบรรจุขวดแล้ว แต่ยังไม่ได้ใช้ดื่มเป็นประจำในครอบครัว ซึ่งจากการสำรวจตามตารางที่ ๔ - ๑๔ พบว่ามีจำนวน ๑๔๔ ราย ใน ๓๔๔ ราย หรือประมาณร้อยละ ๕๓.๕ ของกลุ่มที่คอยแบบสอบถาม และจากตารางที่ ๔ - ๑๔ ได้แสดงให้เห็นชัดเจนขึ้นว่า ประชากรกลุ่มนี้ส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในตึกแถวหรือห้องแถว ซึ่งตามสภาพไม่สามารถรองน้ำฝนไว้บริโภคได้ คนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีรายได้เดือนละ ๒,๐๐๐ ถึง ๕,๐๐๐ บาท มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีการศึกษาระดับสูงคือ จบการศึกษาระหว่าง มศ. ๑ ถึง มศ. ๕ จึงเป็นที่น่าสังเกตว่า ประชากรกลุ่มนี้ ใช้น้ำอะโรบริโภคมประจำวัน อาจใช้น้ำประปาต้มเดือด หรืออาจใช้น้ำฝนที่นำมาจากแหล่งอื่น หรืออาจใช้เครื่องกึ่งอย่างอื่นแทน

ผู้เขียนจึงมีความเห็นในกรณีนี้ว่า คนกลุ่มใหญ่กลุ่มนี้ยังไม่ได้บริโภคน้ำบริโภค  
 บรรจุกวคเป็นประจำในครอบครัว เพราะอาจจะยังไม่ทราบรายละเอียดบางประการ  
 เช่น น้ำบริโภคบรรจุกวคมีราคาถูกลงและจะถูกกว่าการนำเอาน้ำประปามาต้มเดือด น้ำ  
 บริโภคบรรจุกวคให้ความสะดวกในการใช้อย่างมาก สะดวกกว่าการบริโภคน้ำชนิดอื่น  
 ทั้งปวง หรือน้ำบริโภคบรรจุกวคเป็นน้ำที่มีความสะอาดถูกสุขลักษณะซึ่งกระทรวงสาธารณสุข  
 ตรวจสอบและอนุญาตให้ผลิตจำหน่ายได้แล้ว จึงนับว่าเป็นน้ำที่สะอาดกว่าน้ำบริ-  
 โภค (น้ำจืด) ทั้งปวงที่มีอยู่ในขณะนี้ หรือคนกลุ่มนี้อาจจะยังไม่ทราบชัดเจนว่า การ  
 ซื้อขาย หรือการยอมรับน้ำบริโภคบรรจุกวค จากผู้ผลิตนั้นจะทำอย่างไร มีราคาถูก  
 หรือแพงสักเพียงใด เหล่านี้นับว่าเป็นข้อมูลข่าวสารทางธุรกิจที่ผู้ผลิตจำเป็นต้อง  
 จะต้องประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปได้ทราบ และโฆษณาในรายละเอียดเพิ่มขึ้นเพื่อ  
 ที่ผู้บริโภคจะได้นำไปเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าชนิดนี้

ปรัชญาทางด้านการศึกษา ข้อหนึ่งกล่าวว่า "ภาพเพียงภาพเดียวมีค่าเท่ากับ  
 คำพูดถึงหนึ่งพันคำ" (One picture is worth one thousand words) ผู้  
 ผลิตควรที่จะเลือกจัดทำการศึกษา เพื่อการประชาสัมพันธ์ด้วยรูปภาพ ทั้งที่เป็น  
 โฟสเตอร์ เป็นภาพนิ่งฉายตามโรงภาพยนตร์ หรือจัดทำเป็นภาพยนตร์ ให้ประชาชนส่วน  
 ใหญ่ที่ยังไม่ได้บริโภคน้ำบริโภคบรรจุกวคเป็นประจำได้ทราบรายละเอียด และสนใจให้มานิยม  
 ดื่มน้ำบริโภคซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของตนมากขึ้น

ถึงอย่างไรก็ตาม แม้ว่าผู้ผลิตน้ำบริโภคบรรจุกวคจะมีทัศนคติไปในทางที่ดีอง  
 การเน้นเรื่องคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้เป็นปัจจัยในการสร้างชื่อเสียง ของสินค้าและเป็นการ  
 จูงใจผู้บริโภคไปในตัว แต่ผู้ผลิตก็ไม่ควรลืมคิดถึงหลักการธุรกิจโดยทั่วไปในเรื่องการ  
 โฆษณา เพราะถ้าหากไม่มีการโฆษณา ผู้บริโภคจะไม่มีทางได้ทราบคุณสมบัติของผลิต  
 ภัณฑ์ได้เลย นอกจากผู้ที่ได้บริโภคผลิตภัณฑ์นั้นอยู่แล้ว กรณีนี้ตลาดก็จะไม่ขยายได้เลย

เหตุผลประการหนึ่ง ที่ผู้ลิดไม่ลงทุนในการประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาผลิตภัณฑ์  
 ของคน เพราะเห็นว่าจะเป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่า เนื่องจากสินค้าประเภทน้ำบริโภค  
 บรรจุงวดมีราคาถูกลงมาก แต่คุณค่าโฆษณามักจะมีราคาแพงเสมอ กรณีนี้ก็เช่นเดียวกันที่  
 ผู้เขียนมีความเห็นว่า การคิดถึงเรื่องการลงทุนโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางธุรกิจจำเป็นต้อง  
 คำนึงถึงผลตอบแทนในระยะยาว ซึ่งจะเห็นว่าธุรกิจแทบทุกประเภทยอมลงทุนมหาศาลเพราะ  
 หวังผลทางธุรกิจในระยะยาวนั่นเอง เมื่อมองดูตัวผลิตภัณฑ์น้ำบริโภคบรรจุงวดแล้ว จะเห็น  
 ได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะคงตัว คือผลิตภัณฑ์ชนิดนี้จะไม่มีวันเปลี่ยนแปลงในลักษณะสำคัญ  
 เฉพาะตัว (เป็นน้ำจืดใสบริสุทธิ์) การโฆษณาเพียงครั้งเดียวจะคุ้มทุนไปก็ต่อสัปดาห์ และ  
 สามารถทำซ้ำ ๆ ได้ตลอดไปโดยไม่เปลี่ยนแปลงภาพโฆษณาในหลักใหญ่

ถ้าหากผู้ลิดสามารถทำโฆษณาผลิตภัณฑ์และประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบทั่ว  
 ถึงและสามารถจูงใจผู้บริโภคได้สำเร็จ ผู้ลิดจะได้ลูกค้าเพิ่มขึ้นจากเดิม (๑๒๐ ราย)  
 อีกจำนวน ๑๔๔ ราย ซึ่งถ้าคิดเป็นอัตราส่วนแล้วจะเห็นว่าเพิ่มขึ้นกว่า ๑๐๐% น่าจะเป็น  
 การคุ้มค่าที่ลงทุนทำโฆษณา

อนึ่ง ในการโฆษณานั้น ผู้ลิดควรจะได้คำนึงถึงวิธีการโฆษณาที่จะช่วยให้ผู้บริโภค  
 รู้วิธีที่จะรักษาและระวังผลประโยชน์ของตน และในเวลาเดียวกันเป็นการรักษาผลประโยชน์  
 ของผู้ลิดไปด้วย เช่นกรณีร้านค้าปลีกยอมแปลงน้ำบริโภคบรรจุงวดโดยใช้น้ำชนิดอื่นบรรจุงวดใน  
 ขวดของผู้ลิด ก็ควรประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคใช้ความสังเกต หรือเป็นผู้เปิดขวดน้ำเอง

๒. การตั้งผู้แทนจำหน่าย (Agent) ผู้เขียนได้ศึกษาพบว่า ผู้ลิดน้ำ  
 บริโภคบรรจุงวดทุกรายเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เองทั้งสิ้น โดยใช้พนักงานของบริษัทและพาหนะของ  
 บริษัทนำส่งถึงมือลูกค้าโดยตรง วิธีดังกล่าว ผู้เขียนวิเคราะห์แล้วเห็นว่าผู้ลิดต้องสิ้นเปลือง  
 ค่าใช้จ่ายในเฉพาะส่วนของการขายปลีกและบริการบางอย่างคือ

- ๒.๑ ลงทุนในการจัดซื้อหรือเช่ารถยนต์บรรทุกสำหรับขนส่งถึงลูกค้า
- ๒.๒ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับน้ำมัน เชื้อเพลิงและค่าอื่นในส่วนของการรถยนต์
- ๒.๓ ค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าจ้างแรงงานพนักงานขับรถ พนักงานส่งและพนักงาน

เก็บเงิน รวมแล้วไม่น้อยกว่า ๓ คนต่อหน่วย

๒.๘ มาตรการในการเก็บเงิน ทวงหนี้ การเก็บภาระ และมาตรการของการสูญเสียของหนี้และภาระอย่างเต็มที่

ค่าใช้จ่ายของผู้ติดตาม ๒.๑ ถึง ๒.๓ ในขณะนี้นับเป็นค่าใช้จ่ายที่สูงเป็นลำดับแรกของการผลิตและจำหน่ายน้ำบริโภคบรรจุขวด และเมื่อนำมาคำนวณหาอัตราส่วนคือผลกำไรแล้ว ผู้ผลิตแทบจะไม่ได้ประโยชน์จากการเป็นผู้ค้าปลีกเลย ดังนั้น ผู้เขียนจึงมีความเห็นว่าผู้ผลิตน่าจะลดต้นทุนการผลิตจากการที่เป็นผู้ค้าปลีกเองโดยการตั้งตัวแทนจำหน่ายขึ้นในจังหวัด ในเขตชุมชนใหญ่ที่ห่างไกลจากที่ตั้งของบริษัท เพื่อให้เป็นผู้รับภาระทางด้านการขายปลีก แม้ว่ากำไรของผู้ผลิตจะลดลงบ้างเพราะต้องลดราคาคงผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผู้แทนจำหน่ายได้กำไรอีกส่วนหนึ่ง แต่เมื่อเทียบส่วนของผลกำไรแล้ว ผู้เขียนเห็นว่า กำไรของผู้ผลิตไม่ได้ลดลงจากเดิม และในการนี้ นอกจากจะเป็นการลดภาระของผู้ผลิตดังกล่าวแล้ว ผู้แทนจำหน่ายจะกลายเป็นผู้ที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการขายไปในตัวด้วย ประโยชน์จากการตั้งผู้แทนจำหน่าย

๑. มาตรการในการบริหารการขายปลีก เท่ากับเป็นการลดปริมาณงานของผู้ผลิตลงครึ่งหนึ่ง ทำให้ผู้ผลิตมีเวลาในการบริหารการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น

๒. ผู้แทนจำหน่ายจะเป็นผู้ช่วยรับภาระเรื่องภาระหนี้บางส่วน ทั้งจะช่วยรับภาระเรื่องการทวงหนี้และหนี้สูญได้อีกส่วนหนึ่งด้วย

๓. ผู้แทนจำหน่ายช่วยรับภาระทางด้านการส่งเสริมการขายไปได้ส่วนหนึ่ง

๔. ผู้ผลิตสามารถลดปริมาณของเงินลงทุนลงได้ถ้าไม่ต้องการดำเนินการขายปลีกเอง เช่นลดทุนด้านพาหนะขนส่ง ไม่ต้องซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงและไม่ต้องจ้างแรงงานเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม ในเรื่องการตั้งตัวแทนจำหน่าย ผู้ผลิตจะต้องพิจารณาโดยรอบคอบ มีความจริงใจต่อกันหรือมีสัญญาผูกพันเพื่อมิให้ผู้แทนจำหน่ายหันเหไปจำหน่ายน้ำของบริษัทอื่น ทั้งนี้ อาจใช้วิธีการจูงใจโดยการให้รางวัลพิเศษตามยอดขายที่ตั้งเป้าหมายไว้

๓. ผู้ลิตควรจะต้องพร้อมใจกันในการเรียกค้ำจ้ำชวคจากลูกค้ำ จากการสัมภาษณ์ผู้ลิต ผู้เขียนไคทราบว้ผู้ลิตจะต้องเป็นผู้รับภาระหนักในการลงทุนค้ำภษณะ คือชวค ทั้งชนิดชวคแก้วและชวคพลาสติกซึ่งมีราคาแพงมาก ผู้ลิตเคยใช้วิธีเรียกเงินค้ำจ้ำชวคจากลูกค้ำและน้าเงินนั้นมา เป็นทุนค้ำภษณะหมุนเวียนไปซึ่ง เป็นการช่วยลภษณะได้เป็นบางส่วน แต่เมื่อไคมีผู้ลิตจ้าหน่ายน้าวิโลกบรจชวคกันมากขึ้น ผู้ลิตรายใหม่ ๆ ไคใช้วิธีการจูงใจลูกค้ำโดยการไม่เรียกเงินค้ำจ้ำชวคซึ่งเป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้ำ เพราะลูกค้ำไม่ต้องจ้าเงินจ้าจำนวนมากเป็นค้ำจ้ำชวค เรื่องนี้จึงไคกลับกลายเป็นปัญหาสำคัญของผู้ลิตรายอื่น ๆ เพราะจ้าเป็นค้ลจ้งคเรียกเก็บเงินค้ำจ้ำชวคเพื่อรักษาลูกค้ำของตนไว้ และต้องรับภาระในการลงทุนค้ำชวคมากขึ้น

ในกรณีนี้ ผู้เขียนมีความเห็นว้ผู้ลิตทุกรายน้าจะไคพร้อมใจกันหรือท้าคความคดงกันกำหนดไคให้มีการเรียกเงินค้ำจ้ำชวคทุกราย เพื่อให้การแข่งชันเป็นไปโดยเป็นธรรมมากขึ้น ซึ่งนอกจากจะเป็นการสะดวกในการวางระบบการจ้าหน่ายให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันแล้ว ยังเป็นการช่วยผู้ลิตทุกรายลภษณะในการเพิ่มทุนค้ำภษณะน้าไปใช้ในค้านอื่นไคมาก

การแก้ปัญหारे่องภษณะอีกวิธีหนึ่ง ผู้ลิตควรจะได้จ้กท้าภษณะบรจจ้าจ้าหน่ายให้กับลูกค้ำเพื่อให้ลูกค้ำใช้จ้าหน่ายจากชวคของผู้ลิตเก็บไว้ในน้านโดยไม่ต้องเก็บชวคของผู้ลิตไว้ จะช่วยท้าให้ผู้ลิตสามารถเก็บชวคกลับมาใช้หมุนเวียนไครวคเร็วและไม่ต้องเรียกเงินค้ำจ้ำชวค สำหรับวิธีการที่จะจ้าหน่ายภษณะค้งกล่าวนั้น อาจจ้าหน่ายให้ในราคาทุนหรือหาวิธีที่จะให้ลูกค้ำไครับโดยลคอบแทนจากการเป็นลูกค้ำประจำ หรือโดยวิธีที่น้มาสม

นอกจากขอเสนอแนะค้งกล่าวแล้ว ผู้เขียนยังมีความเห็นว้ผู้ลิตที่มีเงินทุนเพียงพอ ควรจะได้เริ่มการขายสินค้ำประกอบกัน (Complementary goods) กับน้านวิโลกบรจชวค เช่นการจ้าหน่ายค้าน้าเย็นที่ไคกับน้านวิโลกบรจชวค ด้วยกระค้าสำหรับค้มน้าจากคุ้ท้าน้าเย็น (ในกรณีส้านักงานค้าง ๆ) ค้ลจ้จกนที่ส้าหรับค้งชวคน้าเพื่อความสะดวกในการไคน้าที่บรจจ้อยู่ในชวคขนาดใหญ่ ซึ่งมีน้านหนักมาก ค้ิงค้าง ๆ เหล่าน้านอกจากจะเป็น



การเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ของสินค้าให้กว้างขวางยิ่งขึ้นแล้ว ยังเท่ากับเป็นการส่งเสริมการจำหน่ายน้ำบริโภคบรรจุขวดอีกทางหนึ่งด้วย และขณะนี้ ยังไม่มีผู้ผลิตน้ำบริโภคบรรจุขวดรายใดในจังหวัดนครราชสีมาดำเนินการมาก่อนในขณะนี้



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย