

ระบบตลาดของแป้งสาลี

จากการศึกษาถึงการดำเนินงานทางด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์แป้งสาลีพบว่า แป้งสาลีที่ใช้นั้นอยู่ในปัจจุบันนี้ได้มาจาก 2 ทาง คือ

- แป้งสาลีที่ผลิตภายในประเทศ
- แป้งสาลีที่สั่งเข้ามาจากต่างประเทศ

แป้งสาลีที่ผลิตภายในประเทศ ในปัจจุบันนี้มีบริษัทผู้ผลิตแป้งสาลีที่เปิดดำเนินงานอยู่ 4 บริษัท ซึ่งแต่ละบริษัทจะทำการผลิตแป้งสาลีให้แก่บริษัทผู้จัดจำหน่ายของตัวเอง เพื่อทำการจำหน่ายแป้งสาลีไปยังผู้บริโภคอีกทีหนึ่ง ซึ่งรายชื่อและที่ตั้งของบริษัทผู้ผลิต และบริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาลีมีดังต่อไปนี้

- ผู้ผลิต บริษัท ยูโนเค็ทฟลาวามิลล์ จำกัด  
เลขที่ 51 ถนนปู่เจ้าสมิงพราย ตำบลสำโรงใต้  
อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
- ผู้จัดจำหน่าย บริษัท ยูโนเค็ทฟลาวาเทรคกิ้ง จำกัด  
เลขที่ 177- 179 อาคารยูโนเค็ทฟลาวามิลล์ ชั้น 8  
ถนนราชวงศ์ กรุงเทพฯ
- ผู้ผลิต บริษัท สยามฟลาวาค้าแป้ง จำกัด  
เลขที่ 90 ถนนปู่เจ้าสมิงพราย ตำบลสำโรงใต้  
อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
- ผู้จัดจำหน่าย บริษัท แป้งสยาม จำกัด  
เลขที่ 205 อาคารยูโนเค็ทฟลาวามิลล์ ชั้น 8  
ถนนราชวงศ์ กรุงเทพฯ

- ผู้ผลิต บริษัท แหลมทองสทการ จำกัด  
เลขที่ 49 ถนนสุขสวัสดิ์ ตำบลบางปลาจก  
จังหวัดสมุทรปราการ
- ผู้จัดจำหน่าย บริษัท แป้งแหลมทอง จำกัด  
เลขที่ 58 - 58/1-2 ถนนนนิยะ สีลม กรุงเทพฯ
- ผู้ผลิต บริษัท อุตสาหกรรมแป้งข้าวสาลีไทย จำกัด  
เลขที่ 116 หมู่ 4 ถนนสุขสวัสดิ์ ตำบลบางปลาจก  
จังหวัดสมุทรปราการ
- ผู้จัดจำหน่าย บริษัท แป้งข้าวสาลีไทย จำกัด  
เลขที่ 9/19-21 อาคารบุญวรรณ ถนนนนิยะ สีลม  
กรุงเทพฯ

แป้งสาลีที่สั่งเข้ามาจากต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะสั่งเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่น นอกจากนี้ก็มีสั่งเข้ามาจากประเทศ คานาดา สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลียและมาเลเซีย เป็นต้น การสั่งแป้งสาลีเข้ามาจากต่างประเทศบางครั้งผู้บริโภคนำแป้งสาลีที่สั่งแป้งสาลีจากต่างประเทศเข้ามาเองโดยตรงเพื่อใช้ในกิจการของเขา เช่น โรงงานอุตสาหกรรม บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปขนาดใหญ่ และโรงงานอุตสาหกรรมบิสกิต ฯลฯ ขนาดใหญ่ เหตุที่ผู้บริโภคนำแป้งสาลีเข้ามาเองจากต่างประเทศ เนื่องจากราคาแป้งสาลีที่สั่งซื้อจากต่างประเทศถูกกว่าราคาแป้งสาลีที่ผลิตในประเทศ นอกจากนั้นคุณภาพของแป้งสาลีที่สั่งเข้ามานี้ก็ยังเหมาะสมกับการทำผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคด้วย นอกจากนี้ยังมีบริษัทที่ทำกรสั่งแป้งสาลีจากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายด้วย เช่น บริษัท เสรีวัฒน์และบุตรจำกัด เป็นต้น สำหรับปริมาณและมูลค่าการนำเข้าของแป้งสาลีตลอดจนแหล่งที่นำเข้า ตั้งแต่ พ.ศ. 2520 ถึง พ.ศ. 2524 ได้แสดงไว้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ตารางแสดงปริมาณและมูลค่านำเข้าของแป้งสาลีกลอกจนประเทศที่นำเข้าตั้งแต่ พ.ศ. 2520 ถึง พ.ศ. 2524

หน่วย : ปริมาณ      ตัน  
 มูลค่า CIF      ล้านบาท

ประเทศที่นำเข้าแป้งสาลี	พ.ศ. 2520		พ.ศ. 2521		พ.ศ. 2522		พ.ศ. 2523		พ.ศ. 2524	
	ปริมาณ	มูลค่า CIF	ปริมาณ	มูลค่า CIF	ปริมาณ	มูลค่า CIF	ปริมาณ	มูลค่า CIF	ปริมาณ	มูลค่า CIF
สิงคโปร์	4,044.6	18.8	7,368.3	34.2	4,805.6	24.2	378.0	2.6	0.2	0.002
ฮ่องกง	1,212.2	6.2	2,781.0	14.5	2,154.6	11.3	296.0	1.7		
ญี่ปุ่น	1,128.2	5.7	874.5	4.3	1,212.5	7.4	3,900.8	24.6	7,479.4	48.3
ออสเตรเลีย	1,003.9	5.9	721.8	4.4	523.6	3.4	337.3	2.6	398.0	3.3
มาเลเซีย	790.0	3.6	2,098.4	9.6	3,296.6	16.9	946.8	5.2	478.3	3.1
สหรัฐอเมริกา	698.1	4.8	677.1	5.1	802.2	6.6	686.4	5.8	499.8	4.3
แคนาดา	639.5	4.3	647.9	4.0	539.4	4.0	630.7	5.2	549.7	5.6
เยอรมัน	562.5	2.7	-	-	-	-	1.5	0.01	0.1	0.003
ฝรั่งเศส	337.5	1.5	-	-	-	-	-	-		
เวียดนาม	2.6	0.01	-	-	-	-	-	-		
สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.2	0.001	-	-	-	-	-	-		
ศรีลังกา	-	-	45.0	0.2	-	-	-	-		
อังกฤษ	-	-	27.2	0.2	-	-	-	-		
รวม	10,419.3	53.511	15,241.2	76.5	13,334.5	73.8	7,177.5	47.71	10,405.5	64,605

ที่มา : กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง

กำลังการผลิตและปริมาณการผลิตแป้งสาลี

กำลังการผลิตแป้งสาลีใน 1 วัน (24 ชั่วโมง) ของบริษัทผู้ผลิตทั้ง 4 บริษัท ตั้งแต่ พ.ศ. 2520 เป็นต้นมา มีดังนี้

บริษัทผู้ผลิตแป้งสาลี	พ.ศ. 2520		พ.ศ. 2521		พ.ศ. 2522		พ.ศ. 2523		พ.ศ. 2524		พ.ศ. 2525	
	ตัน ข้าวสาลี	ตัน แป้งสาลี	ตัน ข้าวสาลี	ตัน แป้งสาลี	ตัน ข้าวสาลี	ตัน แป้งสาลี	ตัน ข้าวสาลี	ตัน แป้งสาลี	ตัน ข้าวสาลี	ตัน แป้งสาลี	ตัน ข้าวสาลี	ตัน แป้งสาลี
บริษัทยูนิเทคฟลาวมิลล์	220	160.6	240	175.2	240	175.2	240	175.2	370	270.1	370	270.1
บริษัทสยามฟลาวค้ำแบ่ง	150	109.5	150	109.5	150	109.5	150	109.5	250	182.5	250	182.5
บริษัทแหลมทองสหการ	150	109.5	150	109.5	250	182.5	250	182.5	250	182.5	250	182.5
บริษัทอุตสาหกรรม แป้งข้าวสาลีไทย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	150	109.5
รวมกำลังการผลิต (Capacity)	520	379.6	540	394.2	640	467.2	640	467.2	870	635.1	1,020	744.6

ที่มา : บริษัทผู้ผลิต (ประสิทธิภาพในการไม่ข้าวสาลีให้เป็นแป้งสาลีคิด 73%)

จากกำลังการผลิตใน 1 วันของบริษัทผู้ผลิตทั้ง 4 บริษัท สามารถคำนวณกำลังการผลิตแบ่งสาส์ทั้งหมดในแต่ละปีได้ โดยคิดว่าแต่ละบริษัททำงาน 300 วัน/ปี (วันละ 24 ชั่วโมง) ดังนี้

ตารางที่ 3 ตารางแสดงกำลังการผลิตแบ่งสาส์ต่อปีระหว่าง พ.ศ. 2520 - 2525

หน่วย : คัน

	ปี 2520	ปี 2521	ปี 2522	ปี 2523	ปี 2524	ปี 2525
กำลังการผลิต แบ่งสาส์ (Capacity)	113,880	118,260	140,160	140,160	190,530	223,380

สำหรับปริมาณการผลิตแบ่งสาส์ของบริษัทผู้ผลิตแบ่งสาส์ทั้ง 4 บริษัทรวมกัน ตลอดจนการใช้กำลังการผลิต (Capacity Utilization) ของอุตสาหกรรมแบ่งสาส์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 ได้แสดงไว้ดังตารางข้างล่างนี้

ตารางที่ 4 ตารางแสดงปริมาณการผลิตแบ่งสาส์และการใช้กำลังการผลิตของอุตสาหกรรมแบ่งสาส์ ระหว่าง พ.ศ. 2520 - 2525

หน่วย : คัน

	ปี 2520	ปี 2521	ปี 2522	ปี 2523	ปี 2524	ปี 2525
* ปริมาณการ ผลิตแบ่งสาส์	72,725	90,800	111,503	111,304	109,021	N/A
% การใช้กำลัง การผลิต	63.9 %	76.8 %	79.6 %	79.6 %	57.2 %	

\* ที่มา : Industrial Statistics 1982. Vol. 8, Center For Industrial Statistics, Information & Research, Industrial Economics & Planning Division, Ministry of Industry, Bangkok, Thailand.

จากกำลังการผลิตและปริมาณการผลิตแป้งสาลีจากกล่าวได้ว่า การใช้กำลังการผลิตของอุตสาหกรรมแป้งสาลี (Capacity Utilization) ในปี พ.ศ. 2524 โดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 57.2 ของกำลังการผลิตส่วนรวมที่มีอยู่ กล่าวคือ กำลังผลิตส่วนรวมมีอยู่ประมาณ 190,530 ตันต่อปี แต่ทำการผลิตจริงประมาณ 109,021 ตันต่อปี

### ปริมาณความต้องการแป้งสาลี

ปริมาณความต้องการแป้งสาลีในท้องตลาดได้เพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ทั้งนี้เนื่องจากวิวัฒนาการด้านผลิตภัณฑ์อาหารจากแป้งสาลีได้ขยายตัวกว้างขวางออกไปทำให้ความต้องการใช้แป้งสาลีเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงระยะเวลาปี พ.ศ. 2520 ถึง พ.ศ. 2524 ความต้องการแป้งสาลีได้เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 44.7 ดังแสดงไว้ในตารางข้างล่าง

ตารางที่ 5 ตารางแสดงปริมาณความต้องการแป้งสาลีระหว่าง พ.ศ. 2520 - 2524  
หน่วย : ตัน

พ.ศ.	ปริมาณนำเข้าแป้งสาลี <sup>(1)</sup> จากต่างประเทศ	ปริมาณการจำหน่ายแป้งสาลี <sup>(2)</sup> ที่ผลิตในประเทศ	ปริมาณความ <sup>(3)</sup> ต้องการแป้งสาลี
2520	10,419	71,643	82,062
2521	15,241	80,580	95,821
2522	13,334	97,887	111,221
2523	7,177	111,325	118,502
2524	10,405	108,377	118,782

ที่มา : (1) กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง

(2) Industrial Statistics 1982 Vol. 8, Center for Industrial Statistics, Information & Research, Industrial Economics & Planning Division, Ministry of Industry, Bangkok, Thailand.

(3) (1) + (2)

### ก้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ดังที่กล่าวมาแล้วว่าแป้งสาลีที่ใช้ในรูปแบบที่เป็นสินค้าอุตสาหกรรมนั้น ได้มาจากบริษัทผู้ผลิตแป้งสาลีในประเทศส่วนหนึ่ง และอีกส่วนหนึ่งมาจากแป้งสาลีที่สั่งเข้ามาจากต่างประเทศ ซึ่งการสั่งแป้งสาลีจากต่างประเทศเข้ามานี้ ก็มีทั้งที่ผู้บริโภคลำบากเข้ามาโดยตรงเพื่อใช้ในกิจการของตัวเอง ซึ่งแป้งที่สั่งเข้ามาจะเป็นแป้งที่มีคุณภาพค่อนข้างต่ำแต่ราคาถูก นอกจากนี้ก็มีบริษัทที่ทำการสั่งแป้งสาลีจากต่างประเทศเข้ามาเพื่อจำหน่ายต่อไปยังผู้บริโภครายย่อย จากการวิจัยพบว่าปริมาณการบริโภคแป้งสาลีที่ผลิตในประเทศ มีมากกว่าปริมาณการบริโภคแป้งสาลีที่สั่งเข้ามาจากต่างประเทศ ซึ่งรายละเอียดของการบริโภคแป้งสาลีแยกตามผู้บริโภครายย่อยมีดังนี้

- ผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมจะมีถึงสำเร็จรูปจะบริโภคแป้งสาลีที่ผลิตในประเทศเป็นปริมาณร้อยละ 68.6 และบริโภคแป้งสาลีที่สั่งเข้ามาจากต่างประเทศเป็นปริมาณร้อยละ 31.4 ผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมจะมีบริโภคเฉพาะแป้งสาลีที่ผลิตในประเทศเพียงอย่างเดียว คือ เป็นปริมาณร้อยละ 100.0 ผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมบิสกิต ฯลฯ จะบริโภคแป้งสาลีที่ผลิตในประเทศเป็นปริมาณร้อยละ 74.8 และบริโภคแป้งสาลีที่สั่งเข้ามาจากต่างประเทศเป็นปริมาณร้อยละ 25.2 เมื่อรวมผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้แป้งสาลีเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าเข้าด้วยกัน จะพบว่า ผู้บริโภคแป้งสาลีประเภทโรงงานอุตสาหกรรมจะบริโภคแป้งสาลีที่ผลิตในประเทศเป็นปริมาณร้อยละ 72.5 และบริโภคแป้งสาลีที่สั่งเข้ามาจากต่างประเทศเป็นปริมาณร้อยละ 27.5

- ผู้บริโภคประเภทร้านอาหารจะบริโภคแป้งสาลีที่ผลิตในประเทศเป็นปริมาณร้อยละ 94.8 และบริโภคแป้งสาลีที่สั่งเข้ามาจากต่างประเทศเป็นปริมาณร้อยละ 5.2

- ผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ ที่ผลิตแป้งสาลี โรตีสาน ฯลฯ จะบริโภคแป้งสาลีที่ผลิตภายในประเทศเท่านั้น คือ เป็นปริมาณร้อยละ 100.0

แป้งสาลีที่ทำการผลิตภายในประเทศมีบริษัทผู้ผลิตอยู่ 4 บริษัท ซึ่งแต่ละบริษัท

ทำการผลิตแป้งสาลีแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 3 ประเภท คือ แป้งขนมปัง (Bread or Hard Flour) แป้งเค้ก (Cake Flour) และแป้งเอนกประสงค์ (All Purpose) ซึ่งแป้งตราต่าง ๆ คุณภาพและการใช้ของแต่ละบริษัทมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

บริษัท ยูไนเท็ดฟลาวมิลล์ จำกัด

แป้งขนมปังที่ทำการผลิตมีตรายี่ห้อดังต่อไปนี้

- แป้งสาลีตราห่าน

เป็นแป้งขนมปังชนิดดีเลิศ โม้จากเมล็ดข้าวสาลีที่มีคุณภาพที่สุดจากสหรัฐอเมริกา ปริมาณโปรตีนในแป้งสูงมาก มีความเหนียวเป็นพิเศษ การกุกซึมน้ำสูงและมีความคงทนต่อการหมักได้นาน เเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 14.0% เหมาะสำหรับทำขนมปังทุกชนิด เคนิสเพสทรี พัพเพสทรี พิชซ่า ปาทังโก และบะหมี่ไข่

- แป้งสาลีตราเสือบิน

เป็นแป้งชนิดพิเศษมีเถ้ามาก โม้จากข้าวสาลีชนิดเนื้อแข็ง มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 14.0-15.0% เหมาะสำหรับทำปาทังโก

- แป้งสาลีตราสิงห์โทะทะเลแดง

เป็นแป้งขนมปังที่โม้จากเมล็ดข้าวสาลีชนิดต่าง ๆ จากสหรัฐอเมริกา มีโปรตีนสูง มีความเหนียวมากและกุกซึมน้ำได้ดี มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 13.3-13.5% เหมาะสำหรับทำขนมปังทุกชนิด เคนิสเพสทรี พัพเพสทรี พิชซ่า ปาทังโกและบะหมี่ไข่

- แป้งสาลีตราสิงห์โทะเลน้าเงิน

เป็นแป้งขนมปังที่โม้จากเมล็ดข้าวสาลีชนิดต่าง ๆ จากสหรัฐอเมริกา มีโปรตีนสูง และมีความเหนียวมาก มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 13.0% เหมาะสำหรับทำขนมปังทุกชนิด เคนิสเพสทรี พิชซ่า ปาทังโก บะหมี่ไข่ และบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป



### แป้งเด็กที่ทำการผลิตมีข้อกำหนดต่อไปนี้

- แป้งสาส์ตราคอกบัวแดง เป็นแป้ง เนื้อเบา ไม่จากเมล็ดข้าวสาส์ตชนิดดี มีเด็อัน้อยมาก โปรตีนต่ำและความเหนียวน้อย มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 8.3 - 8.5 % เหมาะสำหรับทำเด็กทุกชนิด ซาลาเปา คุกกี้ แยมโรล เพสทรี ทาร์ต
- แป้งสาส์ตราพักใบก เป็นแป้งชนิดพิเศษที่ใช้น้ำตาลในการทำเด็กได้ปริมาณที่สูง ไม่จากเมล็ดข้าวสาส์ตชนิดดี มีเด็อัน้อยมาก ปริมาณโปรตีนต่ำและความเหนียวน้อยมาก มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 8.0 - 8.2 % เหมาะสำหรับทำเด็กที่มีคุณภาพดีเลิศทุกชนิด

### แป้ง เอนกประสงค์ที่ทำการผลิตมีตรายี่ห้อดังต่อไปนี้

- แป้งสาส์ตราว่าว เป็นแป้ง เอนกประสงค์ไม่จากเมล็ดข้าวสาส์ตชนิดต่าง ๆ ที่ได้รับการคัดเลือกเป็นพิเศษ การกูดซึมน้ำสูงและมี ความคงทนต่อการหมักได้นาน มีเปอร์เซ็นต์โปรตีน ประมาณ 10.6 - 10.8 % เหมาะสำหรับทำ บะหมี่ไข่ โคนัทเค้ก ปาทังโก๋ บิสกิต คุกกี้ เพสทรี ขนมเปียะ ขนมไข่ แพนเค้ก โรตี่
- แป้งสาส์ตราสิงห์โตคู่แดง เป็นแป้ง เอนกประสงค์ ไม่จากเมล็ดข้าวสาส์ตชนิดต่าง ๆ มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 9.0 - 10.0 % เหมาะ สำหรับทำขนมไข่และบิสกิต
- แป้งสาส์ตราสิงห์โตคู่ดำ เป็นแป้ง เอนกประสงค์ มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 9.0 - 9.5 % เหมาะสำหรับทำ ขนมไข่ และบิสกิต



## - แป้งสาลีตราเบคตาเบค

เป็นยอกแป้งแข็ง คุณภาพดีเลิศ นุ่มเบา โปรตีนต่ำ  
 ต่ำค่า มีความขาวดีเลิศ มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ  
 8.5 - 9.0 % เหมาะสำหรับใช้ทำเค้กชนิดต่าง ๆ  
 ที่มีคุณภาพสูง

## แป้งเอนกประสงค์ที่ทำการผลิตมีตรายี่ห้อดังต่อไปนี้

## -- แป้งสาลีตราโล่ทอง

เป็นแป้งเอนกประสงค์ คุณภาพเยี่ยม มีเปอร์เซ็นต์  
 โปรตีนประมาณ 10.0 - 11.0 % เหมาะสำหรับ  
 ทำขนมปัง สุก ปาท่องโก๋ โคนัท โรตีส ครัวม แครกเกอร์  
 บิสกิต เวเฟอร์

- แป้งสาลีตราหัวม้าและตรา  
หัวคางคาว

เป็นแป้งเอนกประสงค์ที่มีความนุ่ม มีเปอร์เซ็นต์  
 โปรตีนประมาณ 9.1 - 10.0 % เหมาะสำหรับ  
 ทำคุกกี้ ซาลาเปา ขนมไข่ ขนมเปียะ โคนัท เพสทรี

## - แป้งสาลีตราปลาหมึกดำ

เป็นแป้งเอนกประสงค์ มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ  
 9.0 - 10.0 % เหมาะสำหรับทำ ขนมไข่ บิสกิต

## - แป้งสาลีตราเอส.เอฟ.ซี.

เป็นแป้งเอนกประสงค์ มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ  
 9.0 - 9.5 % เหมาะสำหรับทำ ขนมไข่และบิสกิต

บริษัท แผลมทองสหการ จำกัด

## แป้งขนมปังที่ทำการผลิตมีตรายี่ห้อดังต่อไปนี้

- แป้งสาลีร่าก่าแพง เมืองจีน  
และทรานกอินทรีย์

เป็นแป้งขนมปังที่ผลิตจากเมล็ดข้าวสาลีของสหรัฐ-  
 อเมริกา เมื่อผสมน้ำแล้วเนื้อแป้งจะเหนียวและ  
 ยืดหยุ่นได้มาก มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 14.0%  
 เหมาะสำหรับทำ ขนมปังทุกชนิด และยังใช้ผสมทำ  
 ขนมปังและปาท่องโก๋ได้อีกด้วย

- แป้งสาลีตราสามเหลี่ยมเขียว

เป็นแป้งขนมปังที่ผลิตจาก เมล็ดข้าวสาลีของสหรัฐอเมริกา เมื่อผสมน้ำแล้วเนื้อแป้งจะเหนียวและยืดหยุ่นได้มาก มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 13.5% เหมาะสำหรับทำขนมปังแซนวิช ขนมปังหวาน และขนมปังลูกเกด

- แป้งสาลีตราสามเหลี่ยมแดง

เป็นแป้งขนมปังที่ผลิตจากเมล็ดข้าวสาลีของสหรัฐอเมริกา มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 13.0% เหมาะสำหรับทำขนมปังฝรั่งเศสและขนมปังหวานทุกชนิด

- แป้งสาลีตราประจักษ์

เป็นแป้งสาลีคุณภาพพิเศษ ผลิตจากเมล็ดข้าวสาลีของสหรัฐอเมริกา โดยนำมาผ่านกรรมวิธีการผลิตใหม่ ให้ได้คุณภาพเหนียวเป็นพิเศษ มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 14.0% เหมาะสำหรับใช้ผสมทำพาย่างโก๋

แป้งเด็กที่ทำการผลิตมีทรายที่ห่อถังต่อไปนี้

- แป้งสาลีตรากิเลนเหลือง

เป็นแป้งที่ผลิตจากเมล็ดข้าวสาลีของออสเตรเลีย เนื้อแป้งเบา ขาว และละเอียด มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 9.0 - 9.5 % เหมาะสำหรับทำซาลาเปา ขนมเล็ก และคุกกี้

- แป้งสาลีตรากิเลนแดง

เป็นแป้งที่ผลิตจากเมล็ดข้าวสาลีที่ผ่านการคัดเลือกจากประเทศออสเตรเลีย เนื้อแป้งจึงเบาเป็นพิเศษ มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 8.5 - 9.0 % เหมาะสำหรับทำขนมเล็กที่มีคุณภาพสูง



### แป้ง เอนกประสงค์ที่ทำการผลิตมีทรายห้อยดังต่อไปนี้

- แป้งสาธิตราห้วกวาง เป็นแป้ง เอนกประสงค์ผลิตจากข้าวสาธิตที่คัดเลือกแล้วจากประเทศออสเตรเลีย เนื้อแป้งจึงขาวละเอียด ให้โปรตีนสูงปานกลาง มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 10.0 - 11.0 % เหมาะสำหรับทำ โรตี่ โคนัท พาย บิสกิต ซาลาเปา
- แป้งสาธิตราสนแดง เป็นแป้ง เอนกประสงค์ที่ผลิตจาก เมล็ดข้าวสาธิตที่เลือกสรรแล้วจากประเทศออสเตรเลีย เนื้อแป้งขาวละเอียด มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 10.0 - 11.0 % เหมาะสำหรับทำ ะหมี่ ซาลาเปา โรตี่ คุกกี้ พาย
- แป้งสาธิตราकिनเลนเขียว เป็นแป้ง เอนกประสงค์ที่ผลิตจากเมล็ดข้าวสาธิตจากประเทศออสเตรเลีย เนื้อแป้ง เบา ขาว ละเอียด มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 9.0 - 10.0 % เหมาะสำหรับทำ ขนมไข่ ขนมเปียะ คุกกี้ โคนัท บิสกิต ซาลาเปา
- แป้งสาธิตรา แอล.ที.ซี.แดง เป็นแป้ง เอนกประสงค์ มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 9.0 - 10.0 % เหมาะสำหรับทำขนมไข่ และบิสกิต
- แป้งสาธิตราผักกาดเขียว เป็นแป้ง เอนกประสงค์ มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 9.0 - 9.5% เหมาะสำหรับทำขนมไข่ และบิสกิต

### บริษัทอุตสาหกรรมแป้งข้าวสาลีไทยจำกัด

#### แป้งขนมปังที่ทำการผลิตมีทรายห้อยดังต่อไปนี้

- แป้งสาธิตรายนอวกาศ และตราบอลูน เป็นแป้งขนมปังที่มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 14.5% เหมาะสำหรับใช้ในการทำขนมปังทุกชนิด ไข่ผสมทำปาท่องโก๋ และบะหมี่

- แบริ่งสาธิตการรถไฟ เป็นแบริ่งชนิดที่มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 13.5% เหมาะสำหรับการใช้ในการทำขนมปังและใช้ผสมทำขนม

แบริ่งเด็กที่ทำกรการผลิตมีทรายห้อยคังต่อไปนี้

- แบริ่งสาธิตราบัวหิมะ เป็นแบริ่งที่มีโปรตีนต่ำ ความเหนียวน้อย มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 9.0 - 9.5% เหมาะสำหรับการใช้ทำขนมเค้ก และซาลาเปา

แบริ่งเอนกประสงค์ที่ทำกรการผลิตมีทรายห้อยคังต่อไปนี้

- แบริ่งสาธิตราบกบ เป็นแบริ่งเอนกประสงค์ที่มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 10.0 - 11.0% เหมาะสำหรับการทำ โรตี่ โคนัทพาย บิสกิต
- แบริ่งสาธิตราบลาดลาม เป็นแบริ่งเอนกประสงค์ที่มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 10.0 - 11.0% เหมาะสำหรับการใช้ในการทำขนมโรตี่ คูกี้ พาย ปาท่องโก๋
- แบริ่งสาธิตราบคันไม้ เป็นแบริ่งเอนกประสงค์ที่มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 9.0 - 10.0% เหมาะสำหรับการใช้ทำขนมเปียะ โคนัท บิสกิต
- แบริ่งสาธิตราบปรัมมิคฟ้า เป็นแบริ่งเอนกประสงค์ที่มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 9.0 - 10.0% เหมาะสำหรับการใช้ทำ ขนมไส้และบิสกิต
- แบริ่งสาธิตราบปรัมมิคทอง เป็นแบริ่งเอนกประสงค์ที่มีเปอร์เซ็นต์โปรตีนประมาณ 9.0 - 9.5% เหมาะสำหรับการใช้ทำ ขนมไส้ และบิสกิต

สำหรับบริษัทที่ทำการสั่งแบริ่งสาธิตจากต่างประเทศเข้ามาเพื่อจำหน่ายต่อไปยังผู้บริโภค ได้แก่บริษัท เสรีวิวัฒน์และบุตรจำกัด โดยทำการสั่งแบริ่งสาธิตมาจากบริษัท General Mill ประเทศสหรัฐอเมริกา แบริ่งสาธิตที่สั่งเข้ามาจำหน่ายได้แก่

- แปะง์เค็ก ยี่ห้อ Softasilk
- แปะง์ชนมปะง์ ยี่ห้อ เหริยฎุทอง
- แปะง์เอนกประสงค์ ยี่ห้อ เหริยฎุทอง

ซึ่งแปะง์สาลีที่บริษัทเสริวัณสัง์เข้ามานี โดยมากจะขายให้กับผู้บริโลกประ เภท  
ร้านเบเกอรีเป็นส่วนใหญ

### ภาชนะบรรจุ

แปะง์สาลีที่ผลิตในประเทศจากบริษัทผู้ผลิตหัง 4 บริษัท จะบรรจุอยู่ในถุงผ้า  
โดยมีน้ำหนักบรรจุ 22.5 กิโลกรัมเหมือนกันหมดทุกยี่ห้อ สำหรับแปะง์สาลีที่สั่งเข้ามาจาก  
ค่างประเทศ คือ แปะง์เค็กยี่ห้อ Softasilk จะบรรจุอยู่ในถุงกระดาษ น้ำหนักบรรจุ  
100 ปอนค์ (45.4 กิโลกรัม) แปะง์ชนมปะง์ยี่ห้อ เหริยฎุทอง และแปะง์เอนกประสงค์  
ยี่ห้อเหริยฎุทอง จะบรรจุอยู่ในถุงกระดาษน้ำหนักบรรจุ 2 ปอนค์ (908 กรัม)

### อายุสินค้า

แปะง์สาลีมีอายุในการเก็บ (Shelf Life) ใค้านประมาณ 3 เดือน ถ้าเก็บ  
นานเกินกว่านี้อาจจะทำให้แปะง์มีคุณภาพเสื่อมลงและสีเปลี่ยนได้ ดังนั้น ในการจำหน่าย  
แปะง์สาลีควรจะจำหน่ายให้หมดไปภายในระยะเวลา 3 เดือน

### รูปแบบการบริโลกแปะง์สาลีของผู้บริโลกแต่ละประ เภท

คังใค้กล่าวแล้วว่า แปะง์สาลีที่จำหน่ายอยู่ในท้องตลาดขณะนี้มียู่ด้วยกัน 3 ประ เภท  
คือ แปะง์ชนมปะง์ แปะง์เค็ก และแปะง์เอนกประสงค์ ซึ่งผู้บริโลกแต่ละประ เภทก็จะมีรูปแบบ  
ในการบริโลกแปะง์สาลีแต่ละชนิดแตกต่างกันไปแล้วแต่ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโลกแต่ละประ เภทผลิต  
จากการศึกษาพบว่ารูปแบบการบริโลกแปะง์สาลีของผู้บริโลกแต่ละประ เภทมีคังนี้

ประเภทของผู้บริโภคแบ่งสาส์	แบ่งขนมปัง (%)	แบ่งเค้ก (%)	แบ่งเอนกประสงค์ (%)
1. โรงงานอุตสาหกรรม			
1.1 บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	39.7	-	60.3
1.2 บะหมี่	36.3	-	63.7
1.3 บิสกิต ฯลฯ	20.2	0.9	78.9
รวมผู้บริโภคประเภท โรงงานอุตสาหกรรมฯ	31.9	0.4	67.7
2. ร้านเบเกอรี่	60.4	14.5	25.1
3. อื่น ๆ			
3.1 ผู้ผลิตแป้งโก๋	38.3	0.1	61.6
3.2 ผู้ผลิตโรตี่	-	-	100.0
3.3 ผู้ผลิตซาลาเปา	-	100.0	-
รวมผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ	27.1	14.2	58.7

จะเห็นว่ารูปแบบการบริโภคแบ่งสาส์ของผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรม  
จะบริโภคแบ่งเอนกประสงค์มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ แบ่งขนมปังและแบ่งเค้ก  
ตามลำดับ สำหรับผู้บริโภคประเภทร้านเบเกอรี่จะบริโภคแบ่งขนมปังมากเป็นอันดับหนึ่ง  
รองลงมา คือ แบ่งเอนกประสงค์และแบ่งเค้กตามลำดับ สำหรับผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ  
จะบริโภคแบ่งเอนกประสงค์มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ แบ่งขนมปังและแบ่งเค้ก  
ตามลำดับ

#### ส่วนแบ่งตลาดของแบ่งสาส์ที่ผลิตในประเทศไทย

จากการศึกษาถึงส่วนแบ่งตลาดของแบ่งสาส์ที่ผลิตในประเทศไทย ของบริษัท  
ผู้ผลิตแบ่งสาส์ทั้ง 4 บริษัทโดยแยกตามประเภทของผู้บริโภคแบ่งสาส์แต่ละประเภท จะมี  
อัตราส่วนดังนี้



ประเภทของผู้บริโภคแบ่งสาส์	บ.ยูโนเท็คฟลาวา (%)	บ.สยามฟลาวา (%)	บ.แหลมทองฯ (%)	บ.อุตสาหกรรมแบ่งข้าวฯ (%)
1. โรงงานอุตสาหกรรม				
1.1 บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	38.9	20.5	35.8	4.8
1.2 บะหมี่	41.7	23.1	25.2	10.0
1.3 บิสกิต ฯลฯ	35.4	24.9	33.4	6.3
รวมผู้บริโภคประเภท โรงงานอุตสาหกรรมฯ	37.6	22.4	34.2	5.8
2. ร้านเบเกอรี่	47.8	25.9	24.1	2.2
3. อื่น ๆ				
3.1 ผู้ผลิตแป้งโก๋	38.4	27.4	28.4	5.8
3.2 ผู้ผลิตโรตี่	70.8	14.8	9.8	4.6
3.3 ผู้ผลิตชาลาเปา	36.0	17.3	34.3	12.4
รวมผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ	42.9	24.1	26.4	6.6

จะเห็นได้ว่าสำหรับผู้บริโภคประเภทโรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้แป้งสาลีเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้านั้น ส่วนแบ่งตลาดของแป้งสาลีของบริษัทยูนิเทคฟลาวามิลล์จะมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ของบริษัทแหลมทองสหการ บริษัทสยามฟลาวาค้าแป้ง และบริษัทอุตสาหกรรมแป้งข้าวสาลีไทย ตามลำดับ สำหรับผู้บริโภคประเภทร้านเบเกอรี่นั้น ส่วนแบ่งตลาดของแป้งสาลีของบริษัทยูนิเทคฟลาวามิลล์จะมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ของบริษัทสยามฟลาวาค้าแป้ง บริษัทแหลมทองสหการ และบริษัทอุตสาหกรรมแป้งข้าวสาลีไทย ตามลำดับ สำหรับผู้บริโภคประเภทอื่น ๆ นั้น ส่วนแบ่งตลาดของแป้งสาลีของบริษัทยูนิเทคฟลาวามิลล์จะมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ของบริษัทแหลมทองสหการ บริษัทสยามฟลาวาค้าแป้ง และบริษัทอุตสาหกรรมแป้งข้าวสาลีไทย ตามลำดับ

มีข้อที่น่าสังเกตเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แป้งสาลีอีกอย่างหนึ่ง ก็คือ แต่ละบริษัทผู้ผลิตแป้งสาลีจะทำการผลิตแป้งสาลีออกมาหลายยี่ห้อ เหตุที่ทำการผลิตหลายยี่ห้อเนื่องจาก

1. แป้งสาลีมีอยู่ 3 ชนิดคือ แป้งขนมปัง แป้งเค้ก และแป้งเอนกประสงค์ ดังนั้น ผู้ผลิตจึงต้องผลิตแป้งหลายยี่ห้อ ตามชนิดของแป้งสาลีที่ไ้กล่าวไว้แล้ว เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อได้ตามความต้องการของเขา
2. สำหรับแป้งชนิดเดียวกันแต่มีหลายยี่ห้อ (เช่น แป้งขนมปัง แต่มีหลายยี่ห้อ) เนื่องจากแป้งชนิดนั้นมีคุณภาพหลายอย่าง เช่น คุณภาพสูง คุณภาพปานกลาง และคุณภาพต่ำ ดังนั้นผู้ผลิตจึงต้องผลิตหลายยี่ห้อ โดยแยกตามคุณภาพของแป้งสาลี เพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อได้ถูกกับความต้องการของเขา เนื่องจากผู้บริโภคบางคนไม่จำเป็นต้องใช้แป้งสาลีที่มีคุณภาพสูงในการทำผลิตภัณฑ์ของเขา เขาก็สามารถเลือกแป้งสาลีที่มีคุณภาพต่ำลงมาได้ ซึ่งเป็นการช่วยให้ผู้บริโภคประหยัดเงินและ เป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วย
3. สำหรับแป้งสาลีชนิดเดียวกันและมีคุณภาพเท่ากันแต่มีหลายยี่ห้อ อันนี้เป็น การดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทผู้ผลิตและบริษัทผู้จำหน่าย เพื่อที่กิจการจะแย่ง Market Share ในตลาด เช่น ผู้บริโภคบางคนอาจจะชอบแป้งยี่ห้อโบไม้แดง ในขณะที่ผู้บริโภคอีกส่วนหนึ่งชอบแป้งยี่ห้ออะปาเซ่ ซึ่งทั้ง 2 ยี่ห้อนี้ก็ เป็นของ บริษัทสยามฟลาวาค้าแป้ง เป็นต้น ดังนั้น จึงต้องมีการผลิตหลายยี่ห้อ

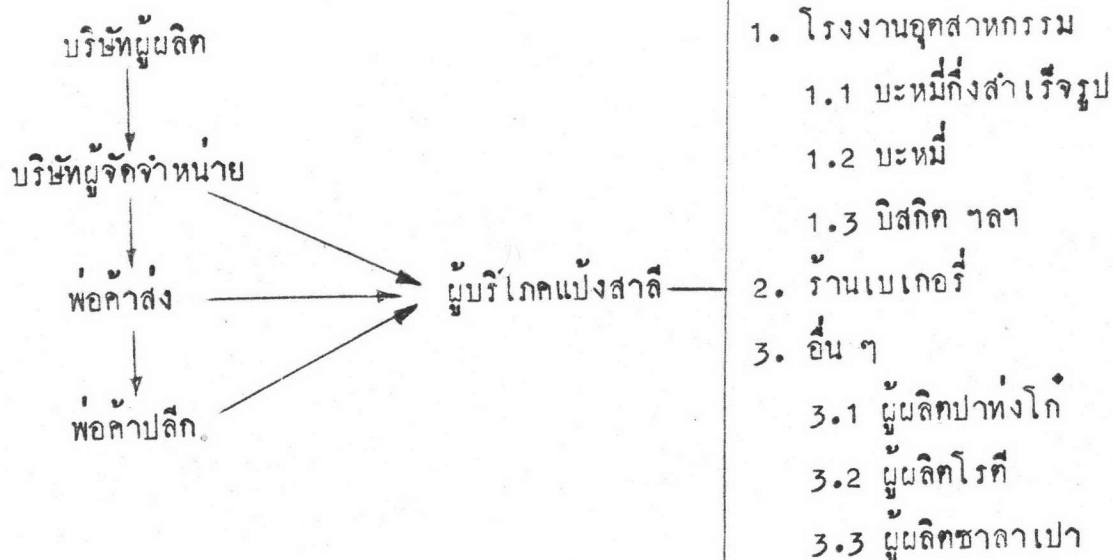
## ช่องทางการจำหน่าย (Channels of Distribution)

ถึงแม้ว่าแป้งสาลีจะมีหลายชนิดและหลายคุณภาพทั้งได้กล่าวไว้แล้ว แต่ช่องทางการจำหน่ายแป้งสาลีก็ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ

- บริษัทผู้ผลิต จะจำหน่ายแป้งสาลีให้แก่บริษัทผู้จัดจำหน่าย  
 - บริษัทผู้จัดจำหน่าย จะจำหน่ายแป้งสาลีให้แก่ พ่อค้าส่ง หรือจำหน่ายโดยตรงให้กับผู้บริโภคแป้งสาลี

- พ่อค้าส่ง จะจำหน่ายแป้งสาลีให้แก่พ่อค้าปลีก หรือจำหน่ายโดยตรงให้กับผู้บริโภคแป้งสาลี

- พ่อค้าปลีก จะจำหน่ายแป้งสาลีให้แก่ผู้บริโภคแป้งสาลี ตามแผนภูมิแสดงขั้นตอนการจำหน่ายแป้งสาลีดังข้างล่าง



ซึ่งบริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาลีมีอยู่ 4 บริษัท ได้แก่

(1) บริษัทยูโนเทคฟลาวเวอร์คิงจำกัด ทำการจำหน่ายแป้งสาลีของบริษัทยูโนเทคฟลาวเวอร์คิงจำกัด

(2) บริษัท แป้งสยาม จำกัด ทำการจำหน่ายแป้งสาลีของบริษัท สยามฟลาวเวอร์คิง จำกัด

(3) บริษัทแป้งแหลมทองจำกัด ทำการจำหน่ายแป้งสาลีของบริษัทแหลมทองสทการจำกัด

(4) บริษัทแปงข้าวสาธิตไทยจำกัด ทำการจำหน่ายแป้งสาธิตของบริษัทอุตสาหกรรม แปงข้าวสาธิตไทยจำกัด

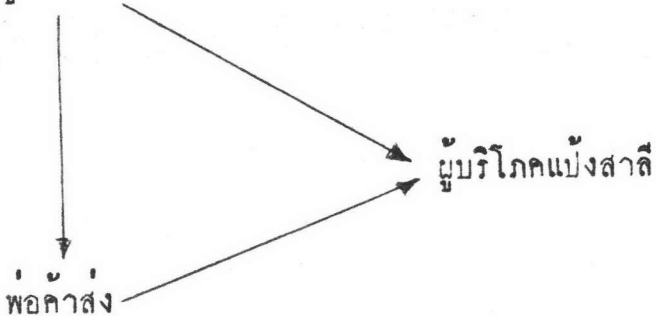
ซึ่งแป้งสาธิตที่บริษัทผู้จัดจำหน่ายขายให้กับลูกค้านี้ จะเป็นการขายขาดไม่มีการ รับแป้งสาธิตคืน ยกเว้นแต่ว่าแป้งสาธิตนั้นจะมีคุณภาพไม่ดีขึ้นเนื่องมาจากการผลิต บริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาธิตจึงจะรับเปลี่ยนให้

สำหรับขั้นตอนในการจัดส่งแป้งสาธิตจากบริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาธิตไปยังลูกค้า นั้น พอสรุปได้ดังนี้ เมื่อบริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาธิตได้รับใบสั่งซื้อแป้งสาธิตมา (order) ซึ่งใบสั่งซื้อแป้งสาธิตจะมาจาก 2 ทาง คือ มาจากพนักงานขายของบริษัทผู้จัดจำหน่ายเอง หรือมาจากการที่ลูกค้าสั่งซื้อเข้ามายังบริษัทเอง บริษัทผู้จัดจำหน่ายจะส่งใบสั่งซื้อแป้งสาธิตนี้ ไปยังแผนกขนส่งและบริการตลาดของบริษัทเพื่อจัดทำใบสั่งจ่ายสินค้า ใบสั่งจ่ายสินค้าที่ ทำเสร็จเรียบร้อยแล้วจะถูกส่งไปยังบริษัทผู้ผลิตแป้งสาธิต แป้งสาธิตก็จะถูกจ่ายออกมาตาม จำนวนในใบสั่งจ่ายสินค้า และถูกส่งไปยังลูกค้าตามต้องการ โดยมีแผนกขนส่งและบริการ ตลาดรับผิดชอบในการจัดส่งเส้นทางในการเคลื่อนขบวนขนส่งแป้งสาธิตไปยังลูกค้า จะเห็นได้ว่า ใบสั่งจ่ายสินค้า จะถูกจัดทำโดยบริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาธิต และถูกส่งไปออกแป้งสาธิตจาก บริษัทผู้ผลิตแป้งสาธิต ลักษณะนี้ก็คือ ทางบริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาธิตไปซื้อแป้งสาธิตจาก บริษัทผู้ผลิตนั่นเอง โดยมีใบสั่งจ่ายสินค้าเป็นใบสั่งซื้อแป้งสาธิตจากบริษัทผู้ผลิต

สำหรับแป้งสาธิตที่สั่งเข้ามาจากต่างประเทศ โดยบริษัทผู้นำเข้าและทำการ จำหน่ายไปยังผู้บริโภคจะมีช่องทางในการจำหน่ายแป้งสาธิตที่คล้ายคลึงกันกับแป้งสาธิตที่ผลิต ในประเทศกล่าวคือ

- บริษัทผู้นำเข้า (ได้แก่บริษัท เสรีวิวัฒน์และบุตรจำกัด) จะจำหน่าย แป้งสาธิตให้แก่พ่อค้าส่ง หรือจำหน่ายโดยตรงให้กับผู้บริโภคแป้งสาธิต
- พ่อค้าส่ง จะจำหน่ายแป้งสาธิตให้กับผู้บริโภคแป้งสาธิต ตามแผนภูมิ แสดงการจำหน่าย ดังนี้

บริษัทผู้นำ เขาแบ่งสาละ



ซึ่งแบ่งสาละที่บริษัท เสรีวัณน์สั่ง เข้ามานี้ โดยมากจะจำหน่ายให้กับผู้บริโภคประเภท  
ร้านเบเกอรี่เป็นส่วนใหญ่

### ราคา (Price)

ดังได้กล่าวถึงลักษณะโดยทั่วไปของตลาดแบ่งสาละแล้วว่า บริษัทผู้ผลิตแบ่งสาละ  
เมื่อทำการผลิตแบ่งสาละแล้ว ก็จะขายแบ่งสาละไปยังบริษัทผู้จำหน่ายแบ่งสาละ และบริษัท  
ผู้จำหน่ายแบ่งสาละก็จะขายแบ่งสาละไปยังพ่อค้าส่งแบ่งสาละ หรือขายไปยังผู้บริโภคแบ่งสาละ  
โดยตรงเลย ดังนั้น ในการกำหนดราคาขายแบ่งสาละจึงมีหลายราคา เช่น ราคาจากบริษัท  
ผู้ผลิต ราคาจากบริษัทผู้จำหน่าย ราคาจากพ่อค้าส่งและราคาขายปลีก เป็นต้น

ในการกำหนดราคาจำหน่ายแบ่งสาละจากบริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้ผลิตจะคำนึงถึง  
ต้นทุนในการผลิตแบ่งสาละ เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดราคาขายแบ่งสาละ ซึ่งต้นทุนในการ  
ผลิตจำแนกออกได้เป็น

- (1) ต้นทุนคงที่
- (2) ต้นทุนผันแปร

ต้นทุนคงที่ ได้แก่ต้นทุนที่ไต่ลงไปในประเภทที่ดิน อาคาร ค่าก่อสร้าง เครื่องจักร  
และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิต ซึ่งนับว่าอุตสาหกรรมคานี้เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้  
เงินทุนสูงพอสมควร โดยเฉพาะเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่สั่งซื้อมาจากต่างประเทศ

ต้นทุนผันแปรได้แก่ ราคาวัตถุดิบซึ่งได้แก่ข้าวสาละซึ่งสั่งซื้อมาจากประเทศ  
สหรัฐอเมริกาและประเทศออสเตรเลีย ซึ่งมีราคาสูงและ เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ต้นทุน  
ผันแปรที่สำคัญอีกอันหนึ่งได้แก่ค่าจ้างแรงงานซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในระยะ เวลา  
3 - 4 ปีที่ผ่านมา

จากการศึกษาถึงราคาจำหน่ายแป้งสาลีจากบริษัทผู้ผลิตแป้งสาลีพบว่า ราคาจำหน่ายแป้งสาลีจากบริษัทผู้ผลิตตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523 ถึงปัจจุบัน เพิ่มขึ้นทุกปีอันเนื่องมาจากต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้นซึ่งได้กล่าวมาแล้ว ทั้งการวางแสดงราคาจำหน่ายแป้งสาลีจากบริษัทผู้ผลิตแป้งสาลี ตั้งแต่ปี 2523 ถึงปัจจุบัน ดังนี้

ตารางที่ 6. ตารางแสดงราคาจำหน่ายแป้งสาลีจากบริษัทผู้ผลิตแป้งสาลี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523 ถึงเดือนมิถุนายน 2526

หน่วย : บาท/ถุง (22.5 กิโลกรัม)

แป้งสาลีตรา	ราคาเฉลี่ย	ราคาเฉลี่ย	ราคาเฉลี่ย	ราคาปัจจุบัน
	ปี 2523	ปี 2524	ปี 2525	มิ.ย. 2526
(1) ว้าว	216	195	218	230
(2) ใบไม้แดง	-	243	242	245
(3) กำแพงเมืองจีน	206	224	228	253
(4) กีเลนแดง	215	231	235	270
(5) นกอินทรี	206	224	228	253
(6) สามเหลี่ยมเขียว	201	220	224	249
(7) สามเหลี่ยมแดง	195	215	192	N/A*
(8) สามเหลี่ยมทองคำ	N/A*	N/A*	218	N/A*
(9) ช้าง	202	220	228	N/A*
(10) ประจักษ์	211	240	247	251
(11) กีเลนเขียว	186	207	210	237
(12) แหลมทองแดง	187	199	203	235
(13) หัวกวาง	187	209	212	237
(14) ลูกท้อ	186	206	207	-

\* ไม่มีจำหน่ายในระหว่างการศึกษา

## ตารางที่ 6 (ต่อ)

หน่วย : บาท/ถุง (22.5 กิโลกรัม)

แป้งสาลีตรา	ราคาเฉลี่ย ปี	ราคาเฉลี่ย ปี	ราคาเฉลี่ย ปี	ราคาปัจจุบัน มิ.ย.
	2523	2524	2525	2526
(15) คันสนเขียว	186	208	211	237
(16) กีเลนเหลือง	210	231	235	270
(17) ซ็อฟทาสิลค์ (นำเข้า)	700	847	970	970
หมายเหตุ	ซ็อฟทาสิลค์ ราคา หน่วย : บาท/ถุง (100 ปอนด์)			
$\Sigma X$	3,494	4,119	4,508	3,937
$\bar{X}$	232.93	257.44	265.18	302.85
% ที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี		• 10.5%	• 3.0%	• 14.2%

ที่มา : กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

จากตารางจะเห็นว่าราคาจำหน่ายแป้งสาลีจากบริษัทผู้ผลิตแป้งสาลี ในปี พ.ศ. 2524 สูงกว่าราคา ในปี พ.ศ. 2523 โดยเฉลี่ยแล้ว 10.5% ราคาในปี พ.ศ. 2525 สูงกว่าราคาในปี พ.ศ. 2524 โดยเฉลี่ยแล้ว 3.0% และราคาในเดือน มิ.ย. พ.ศ. 2526 สูงกว่าราคาในปี พ.ศ. 2525 โดยเฉลี่ยแล้ว 14.2%

สำหรับราคาจำหน่ายแป้งสาลีที่ผลิตในประเทศไทย ทั้งราคาจากผู้ผลิต ราคาจากบริษัทผู้จัดจำหน่าย ราคาจากพ่อค้าส่ง และราคาขายปลีก เท่าที่รวบรวมได้จาก กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์มีดังต่อไปนี้

หน่วย : บาท/ถุง (22.5 กิโลกรัม)

แบ่งสาขาสัตว	ราคาจากบริษัท ผู้ผลิต	ราคาจากบริษัท ผู้จัดจำหน่าย	ราคาจาก พ่อค้าส่ง	ราคาขายปลีก (บาท/กิโลกรัม)
1. บริษัทยูโนเทคฟลาวมิลล์จำกัด 1 มีย.26		11 สค.26	11 สค.26	11 สค.26
1.1 แบ่งขนมปัง				
(1) ห่าน	245	264	263-266	12-13
(2) สิงห์โททะเลแดง	238	257	-	-
(3) สิงห์โททะเลน้ำเงิน	234	252	-	-
(4) เสือบิน	285	311	-	-
1.2 แบ่งเค้ก				
(1) บัวแดง	296	320	320-330	15-16
(2) พักโบก	302	327	330-335	15-16
1.3 แบ่งเอเนกประสงค์				
(1) ว้าว	230	248	250-252	12-13
2. บริษัทสยามฟลาวค้ำแบ่งจำกัด 4 พค.26		11 สค.26	11 สค.26	11 สค.26
2.1 แบ่งขนมปัง				
(1) ใบไม้แดง	245	263	263-266	13-14
(2) อาปาเช่	245	263	263	-
(3) เอร่าวัน	245	263	-	-
(4) คนเช็กมังกร	270	297	297	-
2.2 แบ่งเค้ก				
(1) จิงโจ้	250	290	290	-
(2) เบทค้ำเบค	260	295	287	-



หน่วย : บาท/ถุง (22.5 กิโลกรัม)

แป้งสาลีตรา	ราคาจากบริษัท ผู้ผลิต	ราคาจากบริษัท ผู้จัดจำหน่าย	ราคาจาก พ่อค้าส่ง	ราคาขายปลีก (บาท/กิโลกรัม)
<b>2.3 แป้งเอนกประสงค์</b>				
(1) หัวม้าหมากรุก	230	245	244-247	12-13
(2) หัวค่างขาว	230	245	245	-
(3) ลูกช้างเขียว	230	245	-	-
(4) โล่ห์ทอง	230	245	-	-
<b>3. บริษัทแหลมทองสหการจำกัด</b>	<b>23 ธค.25</b>	<b>11 สค.26</b>	<b>11 สค.26</b>	<b>11 สค.26</b>
<b>3.1 แป้งขนมปัง</b>				
(1) กำแพงเมืองจีน	253	262	263	12-13
(2) นกอินทรี	253	262	263	12-13
(3) ประทิวชัย	250	276	-	-
(4) สามเหลี่ยมเขียว	249	257	-	-
(5) ช้าง	250	-	-	-
<b>3.2 แป้งเค้ก</b>				
(1) กีเลนเหลือง	270	282	280	16
<b>3.3 แป้งเอนกประสงค์</b>				
(1) หัวกวาง	237	242	240-247	12-13
(2) ต้นสนเขียว	237	240	-	-
(3) ต้นสนแดง	237	242	243	-
(4) กีเลนเขียว	237	242	243	-
(5) ผักกาดเขียว	180	195	-	-

หน่วย : บาท/ถุง (22.5 กิโลกรัม)

แบ่งสาธิตรา	ราคาจากบริษัท ผู้ผลิต	ราคาจากบริษัท ผู้จัดจำหน่าย	ราคาจาก พ่อค้าส่ง	ราคาขายปลีก (บาท/กิโลกรัม)
4. บริษัทอุทกสาหกรรมแบ่ง- ข้าวสาธิตไทยจำกัด	มย.26	11 สค.26	11 สค.26	
4.1 แบ่งขนมปัง				
(1) ยานอวกาศ	245	262	262	-
(2) บอลูน	245	262	-	-
(3) รดไฟ	240	257	-	-
4.2 แบ่งเค้ก				
(1) บัวหิมะเขียว	270	-	-	-
4.3 แบ่งเอนกประสงค์				
(1) กบ	230	245	240-243	-
(2) ไข่	226	240	240	-
(3) ปิรามิคฟ้า	215	230	-	-

ที่มา : กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

จากโครงสร้างของราคาจำหน่ายแบ่งสาธิตจึงได้กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่า  
บริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาธิตจะได้รับผลตอบแทนหรือได้รับส่วนแบ่งในอัตราก่อนข้างสูง ทั้งนี้  
เนื่องจากบริษัทผู้จัดจำหน่ายจะต้องรับภาระในด้านการขนส่งแบ่งสาธิตไปยังผู้บริโภค ตลอดจน  
รับภาระในด้านการดำเนินงานทางด้านการตลาด เช่น การส่งเสริมการขายแบ่งสาธิต  
อันได้แก่

- การถมแบ่งให้แก่ลูกค้าเมื่อลูกค้าซื้อแบ่งสาธิตครบตามจำนวนที่บริษัทกำหนดไว้
- การให้ส่วนลดทางด้านราคาแก่ลูกค้า ซึ่งโดยมากจะเป็นแบบ Progressive  
Rate คือ ลูกค้ายิ่งซื้อแบ่งมาก ก็จะได้ส่วนลดราคามาก
- การแจกของให้แก่ลูกค้า

- การให้สินเชื่อแก่ลูกค้า
- การจัดให้มีหน่วยบริการทางด้านเทคนิคแก่ลูกค้า (Technical Service)
- ฯลฯ

จะเห็นได้ว่าค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการดำเนินงานทางด้านการตลาดของบริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาธิตมีมากมาย ดังนั้น บริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาธิตจึงควรได้รับผลตอบแทนในอัตราที่สูงด้วย

สำหรับราคาจำหน่ายแป้งสาธิตจากพ่อค้าส่งจะใกล้เคียงกับราคาจำหน่ายแป้งสาธิตจากบริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาธิต หรือบางครั้งราคาจากพ่อค้าส่งอาจจะต่ำกว่าราคาจากบริษัทผู้จัดจำหน่ายด้วย ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากพ่อค้าส่งต้องการดึงดูดใจให้ผู้บริโภคแป้งสาธิตมาซื้อแป้งสาธิตจากพ่อค้าส่งแทนที่จะไปซื้อจากบริษัทผู้จัดจำหน่าย ทำให้พ่อค้าส่งขายแป้งสาธิตได้ในจำนวนที่มาก ดังนั้น พ่อค้าส่งจึงสามารถไปซื้อแป้งสาธิตจากบริษัทผู้จัดจำหน่ายได้ในปริมาณที่มากด้วย ซึ่งเมื่อพ่อค้าส่งไปซื้อแป้งสาธิตจากบริษัทผู้จัดจำหน่ายในปริมาณที่มากนี้พ่อค้าส่งก็จะได้รับการแถมแป้งสาธิต การให้ส่วนลดราคาการให้สินเชื่อ ฯลฯ จากบริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาธิต ซึ่งพอเพียงที่จะทำให้พ่อค้าส่งสามารถดำเนินงานกิจการของเขาได้

สำหรับราคาจำหน่ายปลีกแป้งสาธิตจากพ่อค้าปลีกจะเห็นว่าคั้งไว้ค่อนข้างสูง เหตุที่เป็นคั้งนี้เนื่องจากพ่อค้าปลีกจำเป็นต้องทำการจำหน่ายแป้งสาธิตเป็นหน่วยย่อย ซึ่งจะต้องใช้ระยะเวลาในการจำหน่ายที่นานกว่าทำให้เกิดการจมทุน ตลอดจนพ่อค้าปลีกจะต้องรับภาระในการสูญหายของแป้งสาธิตในขณะที่แบ่งขาย และรับภาระในการสูญเสียของแป้งสาธิต เมื่อแป้งสาธิตนั้นเสื่อมคุณภาพด้วย ดังนั้น ราคาขายปลีกของแป้งสาธิตจึงจำเป็นต้องคั้งไว้สูง ซึ่งอาจยกตัวอย่างการจำหน่ายแป้งสาธิตของท่านให้เห็นคั้งนี้ คือ

- บริษัทผู้ผลิตจำหน่ายออกจากโรงงานถุงละ 245 บาท
- บริษัทผู้จัดจำหน่ายขายปลีกถุงละ 264 บาท

คั้งนั้น ผลตอบแทนที่บริษัทผู้จัดจำหน่าย ได้รับถุงละ  $264 - 245 = 19$  บาท

- พอค้าส่งขายด้วยราคา สูงระหว่าง 263 ถึง 266 บาท  
 ดังนั้น ผลตอบแทนที่พอค้าส่งได้รับคิดเป็นจุดระหว่าง (263-264) ถึง (266-264) บาท  
 เท่ากับ (-1) บาท ถึง 2 บาท
- พอค้าปลีกขายแบ่งสาธิตด้วยราคากิโลกรัมละ 12 ถึง 13 บาท  
 คิดเป็นราคาจุดละ  $(12 + 13) (22.5) = 281.25$  บาท  
 ดังนั้น ผลตอบแทนที่พอค้าปลีกได้รับคิดเป็นจุดระหว่าง (281.25-266) ถึง  
 (281.25-263) บาท เท่ากับ 15.25 บาท ถึง 18.25 บาท

ข้อที่น่าสังเกตอีกอย่างหนึ่งเกี่ยวกับราคาของผลิตภัณฑ์แบ่งสาธิตคือ ทางราชการ  
 ได้เห็นว่า แบ่งสาธิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต่อการครองชีพของประชาชน ดังนั้น จึงได้กำหนด  
 ให้แบ่งสาธิตเป็นสินค้าที่อยู่ในการควบคุมราคาของกระทรวงพาณิชย์ซึ่ง อาจก่อให้เกิดความไม่  
 คล่องตัวในการดำเนินงานทางด้านการตลาดของบริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาธิตได้

#### วิธีการชำระเงินในการซื้อแบ่งสาธิตของผู้บริโภคประเภทต่าง ๆ

ในการซื้อแบ่งสาธิตของผู้บริโภคประเภทต่าง ๆ ผู้บริโภคมีวิธีการในการชำระเงิน  
 ได้หลายแบบ เช่น ชำระเป็นเงินสด หรือชำระเป็นสินเชื่อซึ่งระยะเวลาของสินเชื่อที่แตก  
 ต่างกันออกไป ทั้งนี้จะชำระเงินในรูปแบบใดก็ขึ้นอยู่กับข้อตกลงกันระหว่างผู้จำหน่าย  
 แบ่งสาธิตกับผู้บริโภคแบ่งสาธิต ซึ่งโดยมากระยะเวลาของสินเชื่อที่ผู้จำหน่ายแบ่งสาธิตจะให้  
 กับผู้บริโภคแบ่งสาธิตประเภทโรงงานอุตสาหกรรม และร้านเบเกอรี่จะอยู่ในราว 1 เดือน  
 หรือ 30 วัน สำหรับสินเชื่อที่ให้แก่ผู้ผลิตป่าท่งโกจะอยู่ในราวครึ่งเดือนหรือ 15 วัน  
 สำหรับผู้ผลิต ไรต์และซาลาเปา โดยมากจะซื้อแบ่งสาธิตในรูปของเงินสดมากกว่า

#### การส่งเสริมการขาย (Promotion)

การส่งเสริมการขายเป็นวิธีการที่จะช่วยให้สินค้าสามารถขายได้ง่ายขึ้น  
 และขายได้จำนวนมากขึ้น บริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาธิตโดยส่วนใหญ่จะใช้วิธีการส่งเสริม  
 การจำหน่าย โดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) โดยมีวิธีการส่งเสริม  
 การขายแบบต่าง ๆ (Sales Promotion) เป็นเครื่องสนับสนุนช่วยในการขายแบ่งสาธิตด้วย

สำหรับวิธีการโฆษณา (Advertising) ส่วนใหญ่แล้วบริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาธิตจะใช้ น้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับ 2 วิธีที่กล่าวมาแล้วข้างต้น เหตุที่ใช้วิธีการโฆษณาน้อย เนื่องจากแบ่งสาธิตเป็นสินค้าอุตสาหกรรมซึ่งมีผู้บริโภคอยู่ในวงจำกัด และการตัดสินใจซื้อ แบ่งสาธิตของผู้บริโภคโดยมากจะตัดสินใจซื้อด้วยเหตุและผลมากกว่าตัดสินใจซื้ออื่นเนื่องมา จากการโฆษณา สำหรับวิธีการส่งเสริมการขายจำหน่ายแบ่งสาธิตของบริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาธิต เท่าที่ผ่านมามีพอสรุปได้ดังนี้

### 1. การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)

โดยบริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาธิตจะส่งพนักงานขายของบริษัทเข้าไปยัง ผู้บริโภคแบ่งสาธิต โดยมากจะเป็นโรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้แบ่งสาธิตเป็นวัตถุดิบในการผลิต สินค้า และร้านเบเกอรี่ เพื่อทำการขายแบ่งสาธิตให้กับลูกค้า ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการเยี่ยม เยียนลูกค้าไปในตัวด้วย นอกจากนี้ก็ยังส่งพนักงานขายไปยังร้านค้าส่งแบ่งสาธิตเพื่อทำการ ขายแบ่งสาธิตและเป็นการเยี่ยมเยียนพ่อค้าส่งแบ่งสาธิตด้วย นอกจากนี้บริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่ง สาธิตส่วนใหญ่จะมีการให้บริการภายหลังการจำหน่ายแก่ลูกค้าอีกด้วย กล่าวคือ ถ้าลูกค้าซื้อ แบ่งสาธิตไปแล้วและมีปัญหาเกี่ยวกับแบ่งสาธิตที่ใช้ บริษัทผู้จัดจำหน่ายก็จะส่งเจ้าหน้าที่ฝ่าย เทคนิค หรือพนักงานขายที่มีความชำนาญเกี่ยวกับแบ่งสาธิตเข้าไปช่วยลูกค้าแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งเรียกว่าการให้บริการเทคนิค (Technical Service) ซึ่งการให้บริการทาง ศึกษานี้จะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในแบ่งสาธิตที่เขาใช้อยู่

### 2. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

วิธีการส่งเสริมการขายแบ่งสาธิตของบริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาธิตมีอยู่ด้วยกัน หลายวิธีซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

2.1 การแถมแบ่งสาธิตให้แก่ลูกค้า (Free Goods) โดยบริษัทผู้จัด จำหน่ายแบ่งสาธิตตั้งเงื่อนไขไว้ว่า ถ้าลูกค้าของบริษัทอันหมายถึงทั้งผู้บริโภคแบ่งสาธิตหรือ ร้านค้าส่งมาซื้อแบ่งสาธิตจากบริษัทในจำนวนที่กำหนดไว้ บริษัทก็จะ แถมแบ่งสาธิตให้แก่ ลูกค้าจำนวนหนึ่ง เช่น ถ้าลูกค้าซื้อแบ่งสาธิตครบ 100 ถุง บริษัทจะ แถมแบ่งสาธิตให้ 4 ถุง เป็นต้น

2.2 การให้ส่วนลดราคา (Discount) โดยบริษัทผู้จัดจำหน่าย

แบ่งสาธิตจะให้ส่วนลดพิเศษแก่ลูกค้าเมื่อลูกค้าซื้อแบ่งสาธิตไปปริมาณที่กำหนด ซึ่งส่วนมาก การให้ส่วนลดราคานี้จะเป็นแบบ Progressive Rate กล่าวคือ ยิ่งซื้อปริมาณมาก ก็จะได้รับส่วนลดราคามาก เช่น กำหนดว่า

ซื้อแบ่งสาธิตครบ 100 ถุง จะได้ส่วนลดราคาถุงละ 1 บาท

ซื้อแบ่งสาธิตตั้งแต่ 101 ถุง ถึง 200 ถุง จะได้ส่วนลดถุงละ 2 บาท

ซื้อแบ่งสาธิตตั้งแต่ 201 ถุง ถึง 300 ถุง จะได้ส่วนลดถุงละ 3 บาท เป็นต้น

นอกจากนี้เมื่อลูกค้าซื้อแบ่งสาธิตด้วยเงินสด บริษัทผู้จัดจำหน่ายอาจจะลดราคาจำหน่ายแบ่งสาธิตให้อีก เช่น กำหนดว่าซื้อเงินสดลดราคาแบ่งสาธิตให้ถุงละ 3 บาท โดยคิดตามอัตราดอกเบี้ยในปัจจุบัน

2.3 การให้สินเชื่อ (Credit Term) โดยบริษัทผู้จัดจำหน่ายจะให้สินเชื่อแก่ลูกค้าเมื่อเวลาซื้อแบ่งสาธิต ซึ่งส่วนใหญ่แล้วระยะเวลาของสินเชื่อจะประมาณ 1 เดือน หรืออาจจะมากกว่านั้นถ้าลูกค้ากับบริษัทมีความสัมพันธ์กันมานาน

2.4 การให้โบนัส (Bonus) โดยบริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาธิตจะให้รางวัลแก่ลูกค้าที่สั่งซื้อแบ่งสาธิตตามปริมาณที่กำหนด โดยให้เป็นสิ่งของหรือผลประโยชน์รูปอื่นที่มีใช้เป็นตัวเงิน เช่น ให้เสื้อยืด นาฬิกา สร้อยทองคำ เป็นต้น

2.5 การแจกคูปอง (Coupon) โดยบริษัทผู้ผลิตและบริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาธิตจะใส่คูปองลงไปในถุงแบ่งสาธิต แล้วให้ผู้บริโภครวบรวมคูปองนั้นตามจำนวนที่กำหนดเพื่อมาแลกแบ่งสาธิตได้ฟรี

2.6 การจัดให้มีการแสดงและสาธิตวิธีการใช้แบ่งสาธิต โดยบริษัทผู้จัดจำหน่ายแบ่งสาธิต ซึ่งอาจจัดตามศูนย์การค้า หรือสถานีโทรทัศน์ก็ได้ เช่น บริษัทแบ่งสยามจำกัด จัดให้มีการสาธิตวิธีการทำขนมอบที่สมาคม ไร่. คัมบู. ซี. เอ. ให้ชื่อว่า "ไร่. คัมบู. ซี. เอ. เค้กแพะ 82" หรือ บริษัทยูไนเท็ดฟลาวเวอร์คิงจำกัด จัดให้มีการสาธิตการทำขนมอบที่ห้างสรรพสินค้าไทยไคมาโร เป็นต้น

2.7 เปิดโรงเรียนสอนทำขนมอบเพื่อให้ลูกค้ามาเรียน ในขณะที่สอนก็นำแบ่งสาธิตของบริษัทมาแนะนำให้ลูกค้ารู้จักด้วย เช่น โรงเรียนสอนทำขนมอบมาครฐาน ยูเอฟเอ็มแบคกิงสกูล, หรือโรงเรียนสอนทำขนมอบแหลมทอง เป็นต้น

2.8 ออกวารสารเกี่ยวกับแป้งสาลีหรือผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับแป้งสาลี เช่น สารยูโนเด็ก ฉบับเบเกอร์ ออก 2 เดือนต่อ 1 เล่ม ของบริษัทยูโนเด็กฟลาวมิลล์ จำกัด หรือสยามเบคกิ้งนิวส์ ของบริษัทสยามฟลาวค้ำแป้งจำกัด เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าวิธีการส่งเสริมการขายที่กล่าวมาแล้วตั้งแต่ข้อ 2.1 ถึง ข้อ 2.4 เป็นวิธีการส่งเสริมการขายที่บริษัทผู้ผลิตและบริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาลีจัดทำขึ้น เพื่อให้เข้าถึงทั้งระดับช่องทางการจำหน่าย (Trade Promotion) และเข้าถึงระดับผู้บริโภคด้วย (Consumer Promotion) แต่วิธีการส่งเสริมการขายตั้งแต่ข้อ 2.5 ถึง 2.8 เป็นวิธีการส่งเสริมการขายที่บริษัทผู้ผลิตและบริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาลีจัดทำขึ้น เพื่อให้เข้าถึงเฉพาะผู้บริโภคเท่านั้น (Consumer Promotion)

วิธีการส่งเสริมการขายที่กล่าวมาแล้วทั้งหมด บริษัทผู้จัดจำหน่ายแป้งสาลีต่าง ๆ จะเลือกใช้วิธีใดวิธีหนึ่งหรือจะใช้หลายวิธีผสมกันก็ขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละบริษัทตลอดจนขึ้นอยู่กับสภาวะตลาดของแป้งสาลีและสภาวะการแข่งขันของบริษัทคู่แข่งชั้นในขณะนั้นด้วย

### 3. การโฆษณา (Advertising)

วิธีการโฆษณาแป้งสาลีของแต่ละบริษัทที่นิยมทำกันคือ การพิมพ์ใบปลิว (Leaflet) หรือเอกสาร เพื่อแนะนำแป้งสาลียี่ห้อต่าง ๆ ของบริษัทที่มีอยู่ ซึ่งในใบปลิวหรือเอกสารนั้นจะบอกถึงยี่ห้อของแป้งสาลีที่มีจำหน่าย คุณภาพและการใช้ของแป้งสาลีแต่ละยี่ห้อ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อแป้งสาลีได้ถูกต้องกับความต้องการของผู้บริโภค

คงที่ใดก็ตามที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดแล้วจะเห็นว่าตลาดของแป้งสาลีในประเทศไทยจะมีลักษณะที่แข่งขันกันโดยเสรี ทั้งนี้เนื่องจากมีผู้ผลิตหลายรายและมีปริมาณการผลิตที่ใกล้เคียงกัน แม้จะมีแป้งสาลีนำเข้าจากต่างประเทศมาจำหน่ายอยู่ในตลาดบ้างบางส่วน แต่ก็ยังเป็นแป้งซึ่งมีคุณภาพแตกต่างไปจากแป้งที่ผลิตในประเทศ หรือมีฉะนั้นก็เป็นไปในลักษณะที่ผู้ใช้บางรายยังนิยมใช้ของที่นำเข้าจากต่างประเทศ และเนื่องจากแป้งสาลีสามารถนำไปใช้ทำผลิตภัณฑ์อาหารได้มากมายหลายชนิดจึงได้กล่าวไว้แล้ว การตลาดของแป้งสาลีจึงมีลักษณะแข่งขันกันทางด้านคุณภาพของแป้งสาลีเป็นสำคัญ ขณะเดียวกันก็มีการแข่งขันกันทางด้านราคาด้วย