

สรุปและข้อ เสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยในเรื่องการตลาดของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดนี้ จะทำการสรุปถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ของส่วนผลสัมทางการตลาด ซึ่งจะแยกผลการสรุปออกเป็นแต่ละส่วน และจะระบุปัญหาสำคัญต่าง ๆ ที่พบจากการศึกษา พร้อมทั้ง เสนอแนะข้อคิดเห็นในการแก้ไขปัญหา นั้น ๆ ไปด้วย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

1. ลักษณะทั่วไปของผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาปรากฏว่า เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง มีคุณภาพดีกว่า เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดท้องถิ่น ทั้งทางด้านผลผลิต การต้านทานโรคราน้ำค้าง อัตราการงอกและความทนทานต่อความแห้งแล้ง ซึ่งคุณภาพต่าง ๆ เหล่านี้เกษตรกรสามารถทำการเปรียบเทียบด้วยตนเองได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้โดยพิจารณาถึงผลผลิตภาพ (ผลผลิต/ไร่) เปรียบเทียบกัน ปรากฏว่าการผลิตโดยใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงนั้นให้ผลผลิตต่อไร่สูงกว่าถึง 1.29 เท่า ซึ่งผลผลิตที่สูงกว่านี้เป็นผลมาจากคุณภาพที่ดีกว่าอย่างแน่นอน ทั้งนี้เพราะเกษตรกรส่วนใหญ่ที่ทำการศึกษานั้นไม่ได้มีการใช้เทคโนโลยีทางการเกษตรอื่น ๆ เข้าช่วยเมื่อมีการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงในการปลูกข้าวโพด. หรือกล่าวอีกอย่างก็คือ ลักษณะการผลิตอื่น ๆ ของข้าวไร่คงที่เหมือนเดิมทุกประการ เพียงเปลี่ยนแปลงแต่การใช้เมล็ดพันธุ์เท่านั้น

สำหรับทางด้านการผลิตนั้นปรากฏว่า การผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงนั้น มีขบวนการกรรมวิธีการผลิตที่ยุงยากซับซ้อนและใช้เวลามากกว่าการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดท้องถิ่น ต้นทุนในการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงจึงสูงกว่า ปัจจุบันการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงมีผู้ผลิตทั้งที่เป็นหน่วยงานราชการ อันได้แก่ กรมส่งเสริมการเกษตร ร่วมกับกรมวิชาการเกษตรและ ผู้ผลิตเอกชนอยู่ไม่กี่ราย โดยเพียงจะมีผู้สนใจลงทุนในธุรกิจด้านนี้เมื่อประมาณ 1-2 ปีที่ผ่านมา ซึ่งอุปทานเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงที่มีอยู่ในระบบปัจจุบันนี้มีประมาณ 2,150 ตัน/ปี อันเป็นจำนวน

เพียงเล็กน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับความต้องการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดทั้งหมด 32,000 ตัน/ปี

การผลิตเมล็ดพันธุ์ของทางราชการนั้น ใช้วิธีการผลิตเมล็ดพันธุ์หลักชั้นและให้เกษตรกรที่คัดเลือกไว้จำนวนหนึ่ง นำเมล็ดพันธุ์หลักนี้ไปปลูกเพื่อผลิตเมล็ดพันธุ์ขยายโดยอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลแนะนำของเจ้าหน้าที่ ซึ่งเมล็ดพันธุ์ขยายที่ได้นี้ ในที่สุดเมื่อผ่านกรรมวิธีต่าง ๆ แล้วจะเป็นเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง ส่วนทางด้านเอกชนนั้นจะดำเนินการผลิตโดยลักษณะเดียวกัน แต่เกษตรกรจะได้รับการดูแลให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิดมากกว่า ตลอดจนมีการจัดหาปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ให้อีกด้วย

2. ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ในธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด โดยทั่วไปแล้วจะเป็นปัญหาทางด้านการผลิตเป็นสำคัญ ซึ่งมีสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้

2.1 การผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงของทางราชการมีข้อจำกัดในการผลิตและในส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องสูงมาก ทำให้ปริมาณการผลิตมีไม่เพียงพอกับความต้องการของเกษตรกร ทั้งนี้โดยมีอุปสรรคที่จำกัดความสามารถของราชการในเรื่องนี้ คือ

2.1.1 การซื้อเมล็ดพันธุ์ขยายคืนจากเกษตรกรขาดความคล่องตัว ทำให้เกษตรกรมักจะขายเมล็ดพันธุ์ขยายให้พ่อค้าเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นเมล็ดพันธุ์ที่ดี ส่วนเมล็ดพันธุ์ที่มีคุณภาพแต่ที่เหลืออยู่จะขายให้ทางราชการ ทั้งนี้เป็นผลมาจากระเบียบปฏิบัติทางการเงินการเบิกจ่ายของราชการ ทำให้ไม่สามารถนำเงินไปปรับซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดจากชาวไร่ได้ทันที ทั้ง ๆ ที่ชาวไร่เหล่านี้ทางราชการเป็นผู้คัดเลือกให้มาร่วมโครงการเอง

2.1.2 ขบวนการผลิตของทางราชการมีข้อจำกัดทางการขาดแคลนเครื่องมือและอุปกรณ์ที่สำคัญ ๆ ทั้งนี้เพราะการลงทุนในด้านโรงงานผลิตเมล็ดพันธุ์ขนาดใหญ่เป็นการลงทุนที่ต้องใช้เงินทุนสูง แต่การลงทุนในด้านนี้ของทางราชการนี้มิได้มีจุดมุ่งหวังที่จะผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดเพื่อการแสวงหากำไร แต่มุ่งไปในเชิงของการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมเป็นสำคัญ ดังนั้นความเป็นไปได้ในการลงทุนของทางราชการจึงมีข้อจำกัดมาก

2.2 การลงทุนในการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงของธุรกิจเอกชนยังมีน้อย ซึ่งตามสภาวะการลงทุนในปัจจุบันทางด้านเอกชนนั้นยังอยู่ในระยะเริ่มแรก เพิ่งจะได้รับความสนใจมา เมื่อ 1-2 ปีที่ผ่านมาและปริมาณการผลิตยังจำกัด และการลงทุนในธุรกิจนี้ได้รับความ

สนใจจากเอกชนไม่มากนัก อันเป็นผลสืบเนื่องจากเหตุผลสำคัญดังนี้

2.2.1 ชาวไร่ไม่กล้าลงทุนซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงรวมทั้งปัจจัยการผลิตอื่น ๆ เช่น ปุ๋ย ยาปราบศัตรูพืชมาใช่ ทั้งนี้เพราะฐานะทางเศรษฐกิจของชาวไร่อยู่ในระดับต่ำทำให้ชาวไร่ขาดเงินลงทุน การลงทุนเพิ่มขึ้นแม้จะไม่มาก แต่เมื่อคำนึงถึงความเสี่ยงต่าง ๆ ที่มีอยู่อย่างมากมายแล้ว ชาวไร่จึงมีความหวั่นเกรงต่อการขาดทุนและมักทำไร่ในแบบลงทุนน้อย ไม่ปราณีใด

2.2.2 ประสพกับการแข่งขันทางด้านราคาจากเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงของทางราชการเป็นอย่างมาก ซึ่งจากผลการศึกษาที่ปรากฏว่าราคาเฉลี่ยต่อ กก. ที่ขายให้ชาวไร่ของเมล็ดพันธุ์ของราชการราคา กก.ละ 6.34 บาท ขณะที่เมล็ดพันธุ์ของธุรกิจเอกชนมีราคา กก.ละ 11.87 บาท ซึ่งนับว่ามีความแตกต่างกันอย่างมาก และการที่ธุรกิจเอกชนจะลดราคาลงในระยะแรกนี้เป็นสิ่งที่ทำได้ยากมาก เนื่องจากการผลิตของธุรกิจยังไม่เต็มกำลังความสามารถการผลิต ประสิทธิภาพของธุรกิจจึงอยู่ในระดับต่ำ การลดต้นทุนการผลิตในขณะนี้จึงเป็นสิ่งที่ธุรกิจเอกชนทำได้ยากมาก

3. ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ในการเสนอแนวทางของการพัฒนาส่วนผลสมการตลาดและสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้มีความเหมาะสมขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเป็นดังนี้คือ

3.1 ควรจะได้มีการทบทวนถึงขอบเขตในการดำเนินการทางด้านเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดของหน่วยงานราชการใหม่ โดยทางราชการควรมุ่งไปในงานด้านวิจัยค้นคว้าปรับปรุงพันธุ์ ผลิตเมล็ดพันธุ์หลักเป็นสำคัญ การผลิตเมล็ดพันธุ์ขยายเพื่อทำเป็นเมล็ดพันธุ์นั้น ควรจะต้องจำกัดวงลงไปเรื่อย ๆ และยกเลิกไปในที่สุดเพื่อเปิดโอกาสให้ธุรกิจเอกชนเข้ามาดำเนินการผลิตมากขึ้น

3.2 ควรกำหนดมาตรฐานเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง อย่างเป็นทางการขึ้น เพื่อใช้เป็นแม่บทในการผลิตของธุรกิจเอกชนและต้องมีการควบคุมให้การผลิตเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ อันจะช่วยให้ชาวไร่ได้รับการคุ้มครองมากขึ้น ได้ใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงที่มีคุณภาพสูง เป็นการจำกัดความสามารถในการเข้ามาในตลาดของ เมล็ดพันธุ์ท้องถิ่นซึ่งมีคุณภาพต่ำ

3.3 เพิ่มการแนะนำส่ง เสริมให้ชาวไร่ ทราบถึงประโยชน์คุณสมบัติของ เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง ตลอดจนวิธีการใช้เมล็ดพันธุ์ควบคู่ไปกับปัจจัยการผลิตอื่น ๆ รวมไปถึงการหาทางให้เกษตรกรได้มีโอกาสใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงในการเพาะปลูก โดยเฉพาะในเรื่องของการส่งเสริมช่วยเหลือทางด้านเงินทุน

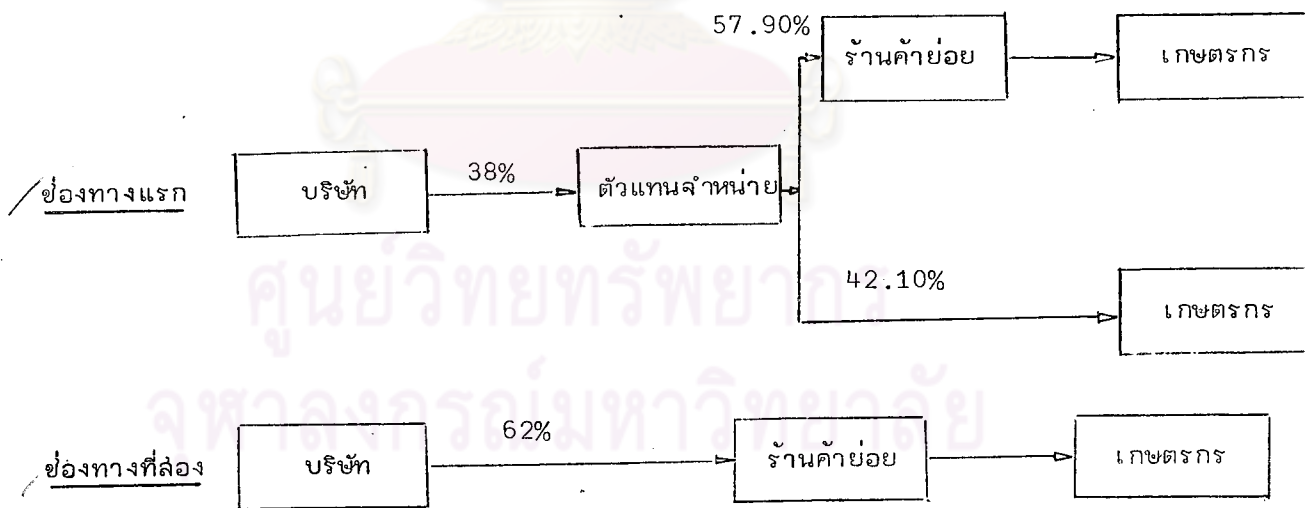
3.4 ในกรณีที่ทางราชการที่มีความจำเป็นที่จะต้องช่วยเหลือเกษตรกรทางด้านเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด เช่นกรณีที่เกิดดินฟ้าอากาศผิดปกติเป็นต้นนั้น ควรดำเนินนโยบายจัดหาซื้อเมล็ดพันธุ์จากเอกชนมากกว่าที่จะมาผลิตเอง ซึ่งเท่ากับเป็นการสนับสนุนโครงการของ เอกชนโดยทางอ้อม

3.5 ควรให้การส่งเสริมสนับสนุนการลงทุนในธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดของ เอกชนมากขึ้น โดยให้ทางคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนพิจารณาหาทางช่วยเหลือการลงทุนของ เอกชนให้มากขึ้น ซึ่งถ้ามีการลงทุนทางด้านนี้มากขึ้นเท่าไรย่อมเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกรและระบบเศรษฐกิจโดยรวม เพราะการแข่งขันของธุรกิจจะช่วยทำให้เกิดประสิทธิภาพในทางเศรษฐกิจ ไม่เกิดการผูกขาด ระดับราคาจะอยู่ในระดับที่เหมาะสมโดยทางราชการไม่จำเป็นต้องมาลงทุนผลิตเมล็ดพันธุ์ มาแข่งกับเอกชนเพื่อรักษาระดับราคาและการสร้างอุปทาน (Supplies) ให้เพียงพอกับความต้องการในอนาคต เพราะการลงทุนในการผลิตและการแข่งขันระหว่างธุรกิจเอกชนด้วยกันจะเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดสภาวะการณ์ที่เหมาะสมได้โดยทางราชการ เข้ามาจับบทบาทในด้านการควบคุมการดำเนินงานธุรกิจ เอกชนให้ เป็นไปตามครรลองที่ควรจะเป็นเท่านั้น

ช่องทางการจำหน่าย

1. ช่องทางการจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงจากผลการวิจัยสรุปได้ว่าช่องทางการจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงประกอบด้วยช่องทางที่สำคัญ 2 ช่องทาง กล่าวคือ ช่องทางแรกประกอบด้วย บริษัทผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าขายผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือเอเยนต์ ไปยังร้านค้าย่อยหรือพ่อค้าปลีกและไปถึงมือเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดหรือจากตัวแทนจำหน่ายขายไปยังเกษตรกรโดยตรง ส่วนช่องทางที่สองมีการกระจายสินค้าจากบริษัท ผ่านพ่อค้าปลีกหรือร้านค้าย่อยแล้วไปยังเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพด ซึ่งการกระจายสินค้าผ่านช่องทางแรกมีเพียงร้อยละ 38.00 โดยในช่องทางนี้จะมีการจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดสองส่วน ส่วนแรกจากเอเยนต์ขายผ่านไปยังร้านค้าย่อยและเกษตรกร สำหรับส่วนที่สองมีการขายจากเอเยนต์ไปยังเกษตรกรโดยตรง ซึ่งมีเป็น

จำนวนร้อยละ 57.90 และ 42.10 ของการกระจายสินค้าผ่านเอเยนต์ตามลำดับ ส่วนการกระจายสินค้าผ่านช่องทางที่สองมีถึงร้อยละ 62.00 (รูปภาพที่ 5.1) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าช่องทางจำหน่ายของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงต้องมีการกระจายสินค้าผ่านร้านค้าย่อยหรือพ่อค้าปลีกไปยังเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพด ทั้งนี้เพราะวัตถุประสงค์ในการกระจายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงก็เพื่อจะนำเอา เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดไปยังสถานที่ที่เหมาะสมในเวลาและปริมาณที่ต้องการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า ตลอดจนสามารถจำหน่ายจ่ายแจกสินค้าไปถึงมือของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดที่อยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้ทั่วถึง ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยช่องทางด้านร้านค้าย่อยหรือพ่อค้าปลีก (Retail outlets) อันได้แก่ ร้านค้าต่าง ๆ พ่อค้า สหกรณ์การเกษตร และศูนย์ส่งเสริมการเกษตรเป็นต้น ซึ่งมีอยู่กระจัดกระจายตามท้องที่ต่าง ๆ ในเขตที่มีการปลูกข้าวโพดมาช่วยเหลือในด้านการกระจายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง ตลอดจนเป็นผู้ชี้แนะคนสุดท้ายแก่เกษตรกรในการเลือกใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงโดยร้านค้าย่อย หรือพ่อค้าปลีกเหล่านี้จะทำการแนะนำให้เกษตรกรทราบถึงวิธีการปลูกข้าวโพดที่ถูกต้อง ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงและอื่น ๆ



รูปภาพที่ 5.1 ช่องทางการกระจายสินค้าที่สำคัญของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง ที่มา : จากตารางที่ 3.31 และ 3.41

2. ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับช่องทางในการจำหน่ายจากผลการศึกษาได้แสดงให้เห็นว่าร้านค้าย่อยหรือร้านค้าปลีกนั้นเป็นตัวกลางที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการกระจายสินค้าไปสู่เกษตรกร ซึ่งหากจะให้ตัวกลางเหล่านี้สามารถทำหน้าที่ทางการตลาดด้านการกระจายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงไปสู่ชาวไร่อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลแล้ว ตัวกลางเหล่านี้จะต้องได้รับการพัฒนาสนับสนุนให้มีลักษณะที่จะเอื้ออำนวยให้ทำหน้าที่ทางการตลาดดังกล่าวได้อย่างเต็มที่ ซึ่งลักษณะที่จำเป็นที่ร้านค้าปลีกหรือร้านค้าย่อยเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงต้องมีดังนี้คือ

2.1 จะต้องมีความซื่อสัตย์และยุติธรรมในการขายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดอันจะทำให้เกษตรกรเกิดความเชื่อถือและไว้วางใจตัวกลางมากขึ้น เป็นผลให้เกิดการขยายซ้ำในตราหรือยี่ห้อของเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่ตัวกลางนั้น ๆ นำมาจำหน่าย ทำให้การส่งเสริมการขายมีความสะดวก รวดเร็วและคล่องตัวมากขึ้น ซึ่งร้านค้าย่อยหรือร้านค้าปลีกจะต้องให้ความสำคัญต่อการจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่มีคุณภาพดี ไม่มีการปลอมปนสินค้าที่มีคุณภาพไม่ดีลงไป

2.2 จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง เพื่อสามารถให้คำแนะนำเบื้องต้นที่ถูกต้องแก่เกษตรกรได้ว่า ควรจะต้องมีการปรับปรุงแก้ไขสิ่งใดบ้างที่จะทำให้การปลูกข้าวโพดโดยใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงได้ผลดีที่สุด

2.3 ต้องรู้จักวิธีการเก็บรักษาเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงที่ถูกต้องเหมาะสม ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ในการป้องกันการเสื่อมคุณภาพของเมล็ดพันธุ์

2.4 มีการติดตามการขายเพื่อให้ทราบถึงผลการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงในการเพาะปลูกของเกษตรกรว่าเป็นอย่างไร ตลอดจนการสอบถามถึงความต้องการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงในฤดูกาลผลิตครั้งต่อไป

2.5 ต้องทราบถึงรายละเอียดของคู่แข่งชั้นของตน ซึ่งเป็นแหล่งที่เกษตรกรจะหาซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงได้ว่าเป็นอย่างไร เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับความได้เปรียบเสียเปรียบกลยุทธ์ทางการตลาดของคู่แข่งชั้น เพื่อจะได้หาทางปรับปรุงการดำเนินงานของตนให้ดีขึ้น สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

2.6 รู้จักใช้วิธีการส่งเสริมการจำหน่ายและมีการประชาสัมพันธ์อย่างฉลาด โดยกระตุ้นให้เกษตรกรมีความเข้าใจ เกิดความต้องการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง รวมทั้งการมุ่งไปยังสถานที่จำหน่ายที่เป็นผู้กระตุ้นเกษตรกรได้อย่างถูกต้อง

3. ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับช่องทางในการจำหน่าย เมื่อธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงมีร้านค้าย่อยที่มีคุณลักษณะที่ติดตั้งกล่าวแล้วก็สามารถที่จะผลักดันผลิตภัณฑ์ของตนเข้าไปใน

ตลาดได้เร็วขึ้น เป็นที่ต้องการและยอมรับของชาวไร่มากขึ้น ยังผลให้ส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจ เอกชนนั้น ๆ เพิ่มขึ้น ดังนั้นการที่ธุรกิจเอกชนจะรักษาไว้ซึ่งส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ ข้าวโพดที่แท้จริงใด ๆ ก็ตามจำเป็นอย่างยิ่งที่จะสนับสนุน สิ่ง เสริมร้านค้าย่อยให้มีการดำเนินงาน อย่างมีประสิทธิภาพตลอดไป ซึ่งอาจกระทำได้ดังต่อไปนี้

3.1 มีปริมาณสต็อกของ เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงอย่าง เพียงพอสามารถตอบสนองต่อความต้องการของ เกษตรกร โดยผ่านไปตามช่องทางการตลาดเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง ดังกล่าวข้างต้นได้ทันเวลาและทั่วถึง

3.2 มีการอำนวยความสะดวก แก่ร้านค้าย่อย เพื่อให้ร้านค้าย่อยสามารถเก็บสต็อกสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของ เกษตรกรใน เวลาและปริมาณที่เหมาะสม

3.3 ให้ข้อมูลและข่าวสาร เกี่ยวกับเทคโนโลยีทางการ เกษตรแผนใหม่ โดยเฉพาะในเรื่องของเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด การใช้ปุ๋ยและยาปราบศัตรูพืช ตลอดจนวิธีการปลูกที่ถูกต้องตามหลักวิชาการแก่ร้านค้าปลีกเพื่อนำไปเผยแพร่แก่ เกษตรกรอีกทอดหนึ่ง

3.4 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลผลิต ที่ได้ของ เกษตรกร สภาวะการตลาดหรือผลกระทบที่เกิดจากการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงของ เกษตรกรแก่ร้านค้าย่อย เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการดำเนินธุรกิจการขายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงของร้านค้าย่อย

3.5 ดำเนินการสนับสนุนชี้แจง อบรมและให้วัสดุต่าง ๆ แก่ร้านค้าย่อย สำหรับใช้ในการขายและส่งเสริมการขาย

3.6 บริษัทควรมีการบันทึก รายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับลูกค้ารวมทั้งมีระบบการสั่งซื้อสินค้าที่ดีเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ร้านค้าย่อยในการสั่งซื้อสินค้าให้ตรงตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งยังผลให้การดำเนินกิจกรรมทางการขายของบริษัทมีประสิทธิภาพมากขึ้น

3.7 ควรมีการแจ้งข้อมูล ที่จำเป็นเกี่ยวกับนโยบายบริษัท วิธีการดำเนินงาน ตลอดจนการให้บริการของบริษัทในด้าน เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดแก่ร้านค้า เพื่อให้ร้านค้าได้ทราบถึงความ ต้องการของบริษัท

๘ ทางการส่งเสริมการขาย

1. วิธีการส่งเสริมการขาย กิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญที่สุดสิ่งหนึ่งที่เป็นตัวกระตุ้นความต้องการ โนมินาและชักจูงใจกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายของธุรกิจ ให้รู้จักเกิด

ความสนใจ เริ่มทดลองใช้และนิยมใช้ผลิตภัณฑ์ของหน่วยธุรกิจนั้น ๆ ก็ได้แก่ การส่งเสริมการค้าจำหน่าย ซึ่งในระบบการตลาดเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงทั้งหน่วยงานของราชการและเอกชนได้มีการดำเนินการกันอย่างกว้างขวาง โดยมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน คือ ให้เกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดรู้จักและนำเอาปัจจัยการผลิตใหม่ที่ดีกว่าไปใช้เพื่อให้ผลตอบแทนการผลิตข้าวโพดที่สูงขึ้น ยังผลให้มีรายได้เพิ่มขึ้น เศรษฐกิจและฐานะทางครอบครัวของเกษตรกรสูงขึ้น เป็นผลให้การพัฒนาประชากรและประเทศเป็นไปตามเป้าหมายหลักของรัฐบาลที่ได้วางไว้

สำหรับการส่งเสริมการค้าจำหน่ายในระบบการตลาดเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงนั้นมีการดำเนินการที่เป็นลักษณะเฉพาะโดยจะต้องทำให้เกษตรกรเข้าใจ ยอมรับและหันมาใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง ซึ่งการที่เกษตรกรจะยอมรับสิ่งต่าง ๆ ข้างต้นนั้นก็ต่อเมื่อพวกเขาทั้งหลายได้เรียนรู้จากผู้ที่เขาเชื่อถืออันอาจได้แก่ นักวิชาการและเจ้าหน้าที่จากทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ร้านค้าหรือพ่อค้าในท้องถิ่นของเขาเป็นต้น และได้เห็นผลของการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงด้วยตนเอง ดังนั้นวิธีการดำเนินงานส่งเสริมการค้าจำหน่ายของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงแบ่งออกได้เป็น

1.1 การส่งเสริมการค้าจำหน่ายโดยตรง เป็นการดำเนินการส่งเสริมทางการให้ความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง การปลูกข้าวโพดที่ถูกต้อง การกำจัดวัชพืช การป้องกันโรคและแมลงรวมทั้งการใช้ยาปราบศัตรูพืช ตลอดจนผลตอบแทนต่าง ๆ ที่ได้รับต่อเกษตรกรในการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง ซึ่งการส่งเสริมการค้าจำหน่ายโดยตรงใช้วิธีการศึกษาทางวิชาการอย่างกว้างขวาง (Educational Extension Promotion) แก่เกษตรกร โดยแบ่งออกเป็น 2 ระบบ กล่าวคือแบบแรกเป็นการทำแปลงทดลองและสาธิต (Demonstration Farms) โดยจะทำการปลูกข้าวโพดโดยใช้เมล็ดพันธุ์ที่แท้จริง มีการสาธิตให้เห็นตั้งแต่การปลูก การดูแลรักษา การใช้ยาปราบศัตรูพืช การเก็บเกี่ยวที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ เพื่อให้ชาวไร่ได้เห็นถึงวิธีการปลูกและผลตอบแทนที่ได้รับจากการใช้เมล็ดพันธุ์ที่แท้จริง ตลอดจนเป็นการเพิ่มความเชื่อมั่นในเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง ซึ่งจะยังผลให้ชาวไร่ เกิดความต้องการและหาซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงมาใช้

ส่วนแบบที่สองนั้นใช้วิธีการติดต่อกับชาวไร่เป็นรายบุคคล (Individual Contacts) โดยการจัดประชุมทางวิชาการหรือสัมมนากลุ่มเกษตรกรหรือชาวไร่ในแต่ละท้องถิ่น

ซึ่งจะมีการเชิญผู้เชี่ยวชาญ นักวิจัยในโครงการ ตัวแทนจำหน่าย พ่อค้า เข้าร่วมเพื่อเสนอแนะและแลกเปลี่ยนความรู้กับเกษตรกร รวมทั้งชักนำเกษตรกรให้ใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง โดยชี้ให้เห็นถึงผลตอบแทนที่คุ้มค่าในการซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงมาใช้ และวิธีการที่ธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง เอกชนดำเนินการนี้อาจเรียกได้ว่าเป็นการขั้จุดเพื่อให้เกิดการขาย (Point-of-sale) ระหว่างร้านค้ากับชาวไร่ข้าวโพดขึ้น

1.2 การโฆษณา เป็นเครื่องมือการส่งเสริมการจำหน่ายที่สำคัญอย่างหนึ่ง เพราะการโฆษณาจะเป็นตัวนำข่าวสารข้อมูล และสามารถโน้มน้าวใจของกลุ่มเกษตรกรที่เป็นเป้าหมาย คล้อยตามเหตุผลและเรื่องราวของหน่วยธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง โดยผ่านทางสื่อสารมวลชนต่าง ๆ อาทิเช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นป้ายโฆษณา ใบปลิว เป็นต้น ในการเลือกใช้ประเภทของสื่อโฆษณา (Mass media) ของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงใด ๆ นั้นขึ้นอยู่กับต้นทุนค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและอุปสงค์จากการศึกษา พบว่าสื่อโฆษณาที่หน่วยธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดต่าง ๆ นิยมใช้มากที่สุด ได้แก่ วิทยุ เนื่องจากเกษตรกรเกือบทุกครัวเรือนมีเครื่องรับวิทยุไว้ฟังรายการต่าง ๆ ซึ่งการโฆษณาผ่านทางวิทยุจะสามารถกระจายข่าวสารต่าง ๆ ไปยังเกษตรกรที่อยู่กระจัดกระจายได้อย่างกว้างขวางและทั่วถึง นอกจากนี้การโฆษณาทางวิทยุยังช่วยเตือนความจำของเกษตรกรที่เกี่ยวข้องกับเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงของธุรกิจได้บ่อยครั้งอีกด้วย

1.3 การส่งเสริมการขาย เป็นองค์ประกอบอันสำคัญของส่วนผลสัมทางการตลาด ซึ่งมีส่วนในการเพิ่มพูนการซื้อของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพด และเพิ่มความพยายามในการขายหรือผลักดันสินค้าของหน่วยธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงของตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าให้มากขึ้น โดยจะมีการดำเนินการส่งเสริมการขายทั้งด้านเกษตรและตัวกลางการทำคำสั่งส่งเสริมการขายต่อเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดนั้น ธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงใช้ความพยายามที่กระตุ้น หรือสร้างความต้องการในสินค้าของตนต่อชาวไร่โดยใช้เครื่องมือต่าง ๆ เช่น ของแถม คุปอง การใช้สลักชิงโชค การแข่งขันชิงรางวัล เป็นต้น ซึ่งวิธีที่นิยมใช้ที่สุดในการส่งเสริมการขายไปยังเกษตรกรของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง ได้แก่ การแจกของแถม พร้อมกับการซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดตามจำนวนที่กำหนด และของแถมที่แจกส่วนใหญ่ ได้แก่ เสื้อยืด กางเกงยีนส์

หมวก และเครื่องใช้อื่น ๆ เป็นต้น ซึ่งจะยังผลให้ชาวไร่หันมาสนใจและซื้อผลิตภัณฑ์ของหน่วยธุรกิจนั้น ๆ เพิ่มขึ้นกว่าเดิม ทำให้ยอดขายและส่วนแบ่งตลาดของบริษัทในตลาดเพิ่มขึ้นด้วย

สำหรับการส่งเสริมการขายไปยังตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าย่อย เป็นวิธีการของหน่วยธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดในการผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ของตนผ่านช่องทางการจำหน่ายเข้าไปในตลาดได้อย่างรวดเร็วและไปให้ไกลมากที่สุด จากการวิจัยพบว่าบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงนิยมใช้การส่งเสริมการขายไปยังตัวกลางต่าง ๆ โดยการให้สินเชื่อกถึงประมาณร้อยละ 89.00 โดยระยะเวลาที่ให้สินเชื่อแก่ร้านค้าตัวแทนและร้านค้าย่อยที่ซื้อจากบริษัทโดยตรงนั้นประมาณ 3-4 เดือน แต่ถ้าร้านค้าใดมีการชำระเงินก่อนระยะเวลาสินเชื่อก็ที่บริษัทให้ก็จะได้รับส่วนลดจากบริษัทอีกด้วย

การให้สินเชื่อแก่ร้านค้าในธุรกิจเมล็ดพันธุ์ที่แท้จริงจะช่วยย้ให้ร้านค้ามีสินค้าไว้ในร้านเป็นจำนวนมาก อันเป็นผลดีต่อการส่งเสริมการขายโดยทางอ้อม เพราะจะมีผลิตภัณฑ์ไปตั้งแสดงไว้ ณ ที่ร้านอย่างเพียงพอ อันเป็นประโยชน์ต่อการกระตุ้นความต้องการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง และการโฆษณาไปยังเกษตรกร ซึ่งจะช่วยให้เกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดรู้จักและเกิดความสนใจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงของบริษัท จนกระทั่งได้มีการเริ่มทดลองใช้และใช้ต่อไปเรื่อย ๆ ในผลิตภัณฑ์ของหน่วยธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดนั้น ๆ

ทางด้านราคาเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง

1. สถานะการณ์ทางด้านราคา จากการศึกษพบว่า ราคาเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงของหน่วยธุรกิจนั้นมีราคาสูงกว่า เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดท้องถิ่นโดยเมล็ดพันธุ์ท้องถิ่นมีราคาเฉลี่ย กก. ละ 3.45 บาท ส่วนราคาเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดแท้จริงมีราคาเฉลี่ย กก. ละ 11.87 บาท หรือราคาเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงนั้นมีราคาสูงกว่าถึงเกือบ 4 เท่าตัว ทั้งนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงมีขบวนการที่ซับซ้อนมากกว่า เพื่อให้ได้มาซึ่งเมล็ดพันธุ์ที่มีคุณภาพดี ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงกว่ามาก ผนวกกับธุรกิจเอกชนที่ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงต้องเสียค่าใช้จ่ายทางการตลาดมากกว่า ดังนั้นจึงทำให้การกำหนดราคาต้องอยู่ในระดับสูง เพื่อธุรกิจจะได้ไม่ต้องประสบกับการขาดทุนหรือแม้ว่าจะขาดทุนก็จะต้องให้มีการขาดทุนต่ำสุด

นอกเหนือจากความแตกต่างทางด้านราคาระหว่าง เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงของหน่วยธุรกิจกับเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดท้องถิ่นแล้ว ในส่วนของ เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงของหน่วยธุรกิจนั้น ยังมีราคาที่แตกต่างกันระหว่าง เมล็ดพันธุ์จากหน่วยงานราชการ ซึ่ง เมล็ดพันธุ์ที่ผลิตโดยหน่วยงานของรัฐนั้นมีราคาต่ำกว่า เมล็ดพันธุ์ที่ผลิตโดยธุรกิจเอกชน ทั้งนี้เพราะหน่วยงานของรัฐนั้นดำเนินงานโดยไม่มุ่งหวังกำไร แต่มีนโยบายในการที่จะแนะนำ สับสับและส่งเสริมให้เกษตรกรรู้จักใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่ดี ให้ผลผลิตและผลตอบแทนสูงกว่าการใช้เมล็ดพันธุ์ดั้งเดิม ปัจจุบันราคา เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงที่ผลิตโดยหน่วยงานของรัฐราคาเฉลี่ย กก.ละ 6.34 บาท ส่วนราคาเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงที่ผลิตโดยธุรกิจเอกชนนั้นมีราคาเฉลี่ย กก.ละ 11.87 บาท ราคาเมล็ดพันธุ์ที่ผลิตโดยหน่วยงานของรัฐมีราคาต่ำกว่า เกือบเท่าตัว

2. ปัญหาทางด้านราคา โดยทั่วไปแล้วปัญหาในส่วนนี้เป็นเรื่องของราคาที่เกษตรกรมีความรู้สึกว่ามีราคาแพงมากเมื่อเปรียบเทียบกับเมล็ดพันธุ์ท้องถิ่นหรือเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงที่ผลิตโดยหน่วยงานของรัฐ ทั้งนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากสาเหตุสำคัญดังนี้

2.1 การผลิตเมล็ดพันธุ์ท้องถิ่นดำเนินการไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการ ขบวนการผลิตมีความซับซ้อนน้อยกว่าต้นทุนการผลิตต่ำ ขาดการควบคุมคุณภาพมาตรฐานการผลิต และเสียต้นทุนการตลาดต่ำ เนื่องจากเป็นการผลิตขายภายในท้องถิ่นหรือบริเวณใกล้เคียง เป็นส่วนใหญ่

2.2 การผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงของหน่วยงานของรัฐ เป็นการผลิตเพื่อสนับสนุนการส่งเสริมการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง มิได้มุ่งไปในเรื่องการค้าอย่างแท้จริง ไม่ต้องดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งผลกำไร เพราะได้รับความสนับสนุนทางด้านเงินทุนจากรัฐบาล การกำหนดราคาจึงมิได้อยู่บนพื้นฐานของต้นทุนในการผลิตที่แท้จริง

ความแตกต่างทางด้านราคานี้ นับว่าเป็นอุปสรรคต่อการมีกำลังใจในการขยายการผลิตหรือการลงทุนเพิ่มขึ้นทางอุตสาหกรรมเกษตร ด้านเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะความแตกต่างของระดับราคานั้นเป็นปัจจัยสำคัญในการจำกัดอุปสงค์เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงของหน่วยธุรกิจเป็นอย่างมาก ทั้ง ๆ ที่เกษตรกรอาจทราบถึงคุณภาพและประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงอยู่ก็ตาม แต่เมื่อข่าวไร่ว่าราคาเมล็ดพันธุ์ข้าวโพด โดยเฉพาะที่ผลิตได้จากหน่วยงานของรัฐมีความแตกต่างจากราคา เมล็ดพันธุ์

ข้าวโพดที่แท้จริงของธุรกิจเอกชนเป็นอย่างมาก จะทำให้ข้าวไร่มีความลำบากในการตัดสินใจ เป็นอย่างมากที่สุด และจะขาดแรงจูงใจในการซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงของธุรกิจเอกชน ไปใช้

3. ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับส่วนผลมทางด้านราคา. เนื่องจากส่วนผลมทางด้านราคาที่มีความเกี่ยวพันกับการลงทุนของธุรกิจเอกชนเป็นอย่างมาก ดังนั้นข้อเสนอแนะในส่วนนี้จะเป็นข้อเสนอที่มีความต่อเนื่องมาจากข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับส่วนผลมทางด้านผลิตภัณ์ที่มี สำคัญดังนี้

3.1 หน่วยงานของรัฐควรจะได้มีการพิจารณาทบทวนนโยบายการกำหนดราคา เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงที่ตนผลิตว่าควรจะเป็นอยู่ในระดับใดสิ่งจะเกิดประโยชน์ต่อการจูงใจในการลงทุนของธุรกิจเอกชนและเกิดประโยชน์ต่อการส่งเสริมการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงแก่ข้าวไร่

3.2 วิธีการส่งเสริมโดยการแจกเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงที่หน่วยงานของรัฐ ผลิตให้แก่เกษตรกรนั้น ควรจะได้รับการงดเว้นที่จะปฏิบัติ ทั้งนี้เพราะเมื่อเกษตรกรต้องซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงมาใช้เองนั้นจะทำให้เกิดผลดี กล่าวคือ ทำให้ข้าวไร่เห็นคุณค่าของเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง การใช้เมล็ดพันธุ์จะได้รับการคำนึงถึงในแง่เศรษฐกิจมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการป้องกันไม่ให้พ่อค้ามีโอกาสรับซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงที่ข้าวไร่ได้รับมาขายต่ออีกทีหนึ่งในราคาต่ำ จากนั้นพ่อค้าจะนำไปขายในราคาที่สูงขึ้นเพื่อแสวงหากำไร

3.3 ควรมีการพัฒนาความร่วมมือระหว่างหน่วยงานของรัฐ กับหน่วยงานธุรกิจ เอกชน ทั้งนี้เพื่อให้ต่างฝ่ายต่างได้ทราบถึงความเป็นไประหว่างกัน แนวนโยบายความคิด ความต้องการของแต่ละหน่วยงานเพื่อปรับปรุงสถานการณ์ของระบบธุรกิจโดยทั่วไปให้ดีขึ้น เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมอย่างเหมาะสมที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

เกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพด

1. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวเกษตรกรจากการศึกษาถึงตัวเกษตรกร ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่จะเป็นผู้อพยพมาจากท้องถิ่นอื่น ทั้งนี้สืบเนื่องจากการไม่มีที่ทำกิน มีระดับการศึกษาค่อนข้างต่ำ ตลอดจนฐานะทางเศรษฐกิจในครอบครัวต่ำ กล่าวคือมีเงินลงทุนในการผลิตน้อย หรือไม่อยู่เลย ทั้งนี้เนื่องจากจำนวนแรงงาน



ในครอบครัวของเกษตรกรที่ทำงานได้มีอยู่น้อยกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนสมาชิกในครอบครัว เป็นผลให้ไม่สามารถทำการผลิตเพื่อให้ได้ผลตอบแทนเพียงพอต่อการยังชีพ นอกจากนี้สินเชื่อเพื่อการผลิตมีจำนวนไม่เพียงพอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินเชื่อจากสถาบันการเงินในระบบที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำ และสถาบันการเงินในระบบที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบันนี้มักมุ่งอำนวยความสะดวกให้แก่หรือให้ความสำคัญกับเกษตรกรที่มีหลักประกันมั่นคง เป็นเจ้าของที่ดินพร้อมทั้งมีเอกสารแสดงสิทธิตามกฎหมายในการกู้ยืมเงิน

สำหรับการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดซึ่งเป็นปัจจัยในการผลิตข้าวโพด ปรากฏว่าเกษตรกรส่วนใหญ่เปลี่ยนแปลงหันมาใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดพันธุ์สุวรรณ 1 แทนพันธุ์ที่ใช้อยู่เดิม เนื่องจากพันธุ์สุวรรณ 1 มีคุณภาพทางด้านผลผลิตสูงกว่า ทนทานต่อโรคและแมลงศัตรูพืช มีการงอกสูงและทนทานความแห้งแล้งได้ดี สำหรับการซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดมาใช้ส่วนใหญ่มักจะซื้อจากร้านค้าย่อยในท้องถิ่น เพราะหาซื้อได้ง่าย สะดวก เสียค่าใช้จ่ายในการขนส่งน้อย และการซื้อนั้นซื้อเป็นจำนวนไม่มากนัก พอเพียงพอการนำไปใช้ปลูก จึงซื้อกันเป็นเงินสด

2. ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพด จากการศึกษาถึงระบบธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง ทำให้ทราบถึงข้อเท็จจริงและปัญหาที่เกิดขึ้นกับเกษตรกร ซึ่งมีปัญหาที่สำคัญดังนี้

2.1 การยอมรับและการใช้ปัจจัยใหม่ของเกษตรกร อันได้แก่ เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดใหม่ การกลีกรวมสมัยใหม่ การใช้ปุ๋ยวิทยาศาสตร์ และยาปราบศัตรูพืช เป็นต้น เป็นประเด็นหนึ่งที่สืบบทบาทสำคัญต่อการเพิ่มผลผลิตของการปลูกข้าวโพดและให้ผลผลิตต่อไร่สูงขึ้นคุ้มกับต้นทุนการผลิต การขยายการผลิตโดยเพิ่มผลผลิตการผลิตมากขึ้น แทนการเพิ่มการผลิตโดยการขยายเนื้อที่เพาะปลูกออกไป ซึ่งปัญหาการยอมรับและการใช้ปัจจัยใหม่ของเกษตรกรสืบเนื่องมาจากปัญหาทางการศึกษา (มีระดับความรู้ต่ำ) และปัญหาทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านเงินลงทุนในการปลูกและการขยายการผลิตข้าวโพด เพราะปัจจัยเหล่านี้ต้องใช้เงินลงทุนสูง ประกอบกับต้องมีความรู้เกี่ยวกับการใช้ปัจจัยเหล่านี้ได้อย่างถูกต้องจึงจะให้ผลดี

นอกจากนี้การผลิตข้าวโพดยังต้องเสี่ยงกับภัยธรรมชาติอยู่เป็นอันมาก การยอมรับและใช้ปัจจัยใหม่อาจทำให้ข้าวไร่ต้องขาดทุนสูงกว่าการไม่ยอมรับและไม่นำปัจจัยใหม่ไปใช้ในการผลิต ดังนั้นภายใต้เงื่อนไข อันจำกัดด้านเศรษฐกิจ การศึกษาและธรรมชาติ การยอมรับและ

การนำปัจจัยใหม่ไปใช้ในการผลิตข้าวโพด สิ่งเป็นสิ่งที่กระทำได้ยาก

2.2 เอกสารสิทธิในการครอบครองที่ดิน ชาวไร่ส่วนหนึ่งเป็นเจ้าของที่ดิน ซึ่งไม่มีเอกสารแสดงกรรมสิทธิ์ของที่ดินที่ถูกต้อง (ร้อยละ 38.50) ซึ่งไม่สามารถนำเอาสิทธิการเป็นเจ้าของที่ดินไปใช้ประโยชน์เพื่อขอรับสินเชื่อการผลิตรายการทางการเงินในระบบ ได้เท่าที่ควร เป็นผลให้สินเชื่อเพื่อการผลิตจากสถาบันการเงินไปยังเกษตรกรถูกจำกัดลง

3. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ เกษตรกร

3.1 ทางรัฐบาลควรทำการส่งเสริมให้ความรู้แก่เกษตรกรมากขึ้น โดยกรมวิชาการและกรมส่งเสริมการเกษตร ดำเนินการร่วมกัน ซึ่งอาจจะจัดให้มีการประชุมทางวิชาการแก่เกษตรกรในแต่ละเขตของการปลูกข้าวโพดเกี่ยวกับการเลือกใช้เมล็ดพันธุ์ที่ดี วิธีการปลูกที่ถูกต้อง การปราบศัตรูพืชและอื่น ๆ

3.2 ควรมีการเร่งรัดการออกเอกสารสิทธิให้มากขึ้น เพื่อที่จะช่วยเกษตรกรสามารถใช้ปัจจัยที่ดินที่ครอบครองเป็นเจ้าของอยู่ได้ประโยชน์มากขึ้นในการขอรับสินเชื่อจากสถาบันการเงินในระบบที่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน ซึ่งเท่ากับเป็นการช่วยเกษตรกรทางอ้อม เพราะอัตราดอกเบี้ยของสถาบันการเงินในระบบต่ำสินเชื่อจากสถาบันการเงินนอกระบบที่ไม่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน

3.3 สำหรับปัญหาทางด้านเงินทุนที่จำกัดของเกษตรกรนั้น การดำเนินการขยายอุปทานสินเชื่อการเกษตรของสถาบันการเงินในระบบ ที่ทางราชการกำลังดำเนินการอยู่นั้น ควรจะเร่งดำเนินการให้มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนี้ ไม่ว่าจะ เป็นมาตรการโดยตรงหรือโดยอ้อมก็ตาม

3.4 ในเรื่องของภัยธรรมชาตินั้น ทางรัฐบาลควรสนับสนุนให้ธุรกิจประกันภัยของเอกชนจัดทำโครงการในการประกันการผลิตข้าวโพดเพื่อลดความเสี่ยงของเกษตรกรลง โดยรัฐบาลอาจให้การสนับสนุนและอำนวยความสะดวกด้านอื่น ๆ แก่บริษัทประกันส่วนหนึ่ง เป็นการทดแทน

สรุปผลการทดสอบสัมมุติฐาน

1. สัมมุติฐานเกี่ยวกับส่วนแบ่งตลาด จากการศึกษาวิจัยปรากฏว่าสัดส่วนของ เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงของร้านค้าตัวแทน และร้านค้าย่อยที่ซื้อจากบริษัทโดยตรง และเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดท้องถิ่นของร้านค้าไปยังเกษตรกร ปรากฏว่า เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดท้องถิ่นมีส่วนแบ่งการตลาดสูงกว่า โดยมีส่วนแบ่งการตลาดใน 6 จังหวัดสูงถึงร้อยละ 72.20 ส่วนเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงมีเพียงร้อยละ 27.80 และเมื่อพิจารณาแยกเป็นรายจังหวัดแล้ว ปรากฏว่า ในแต่ละจังหวัดนั้นเมล็ดพันธุ์ท้องถิ่นมีส่วนแบ่งการตลาดสูงกว่าร้อยละ 50 ทุก ๆ จังหวัดอีกด้วย ดังนั้นข้อมูลที่ได้นี้จึงยืนยันถึงสัมมุติฐานที่ว่า "ธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงมีส่วนแบ่งตลาดน้อยกว่าธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดท้องถิ่น" นั้นเป็นจริง
2. สัมมุติฐานเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง ผลจากการวิจัยพบว่า การส่งเสริมการขายที่บริษัทผู้จำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงนิยมใช้กันมากนั้น ประกอบด้วย การให้สินเชื่อและการให้ส่วนลด โดยมีร้านค้าตัวแทนและร้านค้าย่อยที่ซื้อจากบริษัทโดยตรง ที่ทำการสำรวจในการวิจัยนี้ประมาณร้อยละ 88.89 ที่ได้รับสินเชื่อจากบริษัท ส่วนที่เหลือได้รับการส่งเสริมการขายด้วยการให้ส่วนลด และเมื่อพิจารณาร้านค้าตัวแทนและร้านค้าย่อยที่ซื้อจากบริษัทโดยตรง จำนวนการติดต่อธุรกิจกับบริษัทผู้จำหน่าย 4 บริษัทก็ปรากฏว่าลูกค้าของแต่ละบริษัทได้รับการส่งเสริมการขายโดยการให้สินเชื่อของแต่ละบริษัทไม่ต่ำกว่าร้อยละ 75 ของจำนวนร้านค้าที่ติดต่อดำเนินธุรกิจด้วยกัน ดังนั้นข้อมูลที่ได้รับนี้จึงยืนยันสัมมุติฐานที่ว่า "วิธีการส่งเสริมการขายของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงที่นิยมมากที่สุดคือการให้สินเชื่อ" นั้นเป็นความจริง
3. สัมมุติฐานเกี่ยวกับความต้องการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดจากธุรกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริง ในการศึกษาวิจัยที่มุ่งใจให้เกษตรกรใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงนั้น ได้พิจารณาถึงปัจจัยทางด้านคุณภาพ ซึ่งได้แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรร้อยละ 42.42 ซึ่งได้ให้เหตุผลของการเปลี่ยนแปลงมาใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงว่า เป็นเพราะได้รับผลผลิตต่อไร่สูงกว่า ส่วนเหตุผลอื่น ๆ เช่น ต้นทุน ไรศรณาค้าง ต้นไม้ดีกว่า อัตราการงอกดีกว่า ใช้ตามเพื่อนและทดลองใช้มีเพียงร้อยละ 25.00 9.85, 9.85, 6.82 และ 6.82 ตามลำดับ

ในแง่ของราคาเปรียบเทียบซึ่งหมายถึงความสัมพันธ์ในเชิงเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทนที่ได้รับเพิ่มขึ้นในรูปตัวเงินเปรียบเทียบกับราคาเมล็ดพันธุ์ที่ต้องจ่ายเพิ่มขึ้นต่อเนื้อที่เพาะปลูก 1 ไร่ นี้ ปรากฏว่าถ้าใช้เมล็ดพันธุ์ที่แท้จริงแล้ว เกษตรกรจะได้รับผลตอบแทนเพิ่มขึ้นไร่ละ 196.21 บาท โดยเสียค่าใช้จ่ายสำหรับเมล็ดพันธุ์ที่แท้จริงต่อไร่เพิ่มขึ้นไร่ละ 17.22 บาท

หรือได้รับผลตอบแทนเพิ่มสูงกว่าค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายเพิ่มถึง 11.39 เท่า และเมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัด ปรากฏว่าจังหวัดนครราชสีมามีราคาเปรียบเทียบสูงสุดถึง 18.31 เท่า และจังหวัดสระบุรีมีราคาเปรียบเทียบต่ำสุด 5.45 เท่า

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้นนี้ เองนับเป็นข้อมูลที่ยืนยันสัมมัตฐานที่ว่า "ความต้องการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดจากธุรกิจ เมล็ดพันธุ์ข้าวโพดที่แท้จริงขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ 2 ประการคือ คุณภาพและราคาเปรียบเทียบ" นั้น เป็นความจริง



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย