บทที่ 9
การรวบรวมและการใช้ข่าวสารทางการตลาด

การที่จะทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ทางการตลาดดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลทางการตลาดมากเพียงพอ ถูกต้องและทันต่อเวลา เพื่อนำมาใช้ช่วยการตัดสินใจในการซื้อและขายสินค้า ทุกคนจะต้องพิจารณารวบรวมข้อมูลและประเมินค่าข่าวสารต่าง ๆ เหล่านั้นเพื่อแก้ปัญหาตามที่เขาต้องเผชิญ นอกจากบุคคลต่าง ๆ จะเลือกหาข่าวสารเองแล้ว ยังมีสำนักงานที่สรุปรวบรวมข้อมูลออกมาเผยแพร่แก่ผู้สนใจทั่วไป ได้แก่ หน่วยงานของรัฐบาลและบริษัทห้างร้านของเอกชนทั่วไป ซึ่งผู้ที่สนใจข่าวสารทางการตลาดอาจเลือกหาอ่านได้

บทบาทของข่าวสารทางการตลาด

การซื้อและการขายเป็นหน้าที่อย่างสำคัญของการตลาด แต่หน้าที่ดังกล่าวนี้จะเกิดขึ้นได้ผู้ซื้อก็ดี ผู้ขายก็ดี จะต้องทำการตัดสินใจเพื่อการซื้อขาย ดังนั้น ถ้าบุคคลทั้งสองฝ่ายมีข้อมูลทางการตลาดมากเพียงพอที่จะใช้ช่วยการตัดสินใจได้ การซื้อขายก็เกิดขึ้นได้อย่างง่ายและเป็นผลดีต่อบุคคลทั้งสองฝ่าย

การตลาดประกอบด้วยกิจกรรมหลายอย่างที่เข้าเกี่ยวข้องในการที่จะผลิตสินค้าซึ่งเป็นที่พอใจของลูกค้า ให้แหล่งตลาดที่มีความต้องการและในช่วงเวลาที่มีความต้องการสินค้านั้นด้วย กิจกรรมดังกล่าวนี้จะต้องทำอะไร เมื่อไร ที่ไหนและอย่างไร จะตอบคำถามดังกล่าวนี้ได้ กิจการต้องมีข้อมูลถูกต้องและมากเพียงพอของอุปสงค์และอุปทานของตลาดสินค้าเหล่านั้น ทั้งนี้ เพื่อให้การผลิตและการตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพในที่สุด

นอกจากนี้ อุตสาหกรรมทางการเกษตรก็จำเป็นต้องใช้ข้อมูล ข่าวสารทางการตลาดเพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกหาซื้อวัตถุดิบ กรรมวิธีการผลิต ความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงเพื่อปรับปรุงกิจการเองให้เหมาะกับสภาวะการตลาดในแต่ละช่วงเวลา

การหาข่าวสารทางการตลาด อาจพิจารณาได้จาก

1. พื้นที่ซึ่งต้องการข่าวสาร

การผลิตสินค้าเกษตรในประเทศย่อมมีสินค้ามากชนิดแตกต่างกันตามลักษณะพื้นที่และภูมิอากาศของแต่ละแห่ง ทำให้สินค้าจากการเกษตรหลายชนิดมีอยู่ในท้องที่ต่างกัน การซื้อขายสินค้าดังกล่าวจึงแตกต่างกันตามลักษณะพื้นที่และขอบเขตของการเพาะปลูก ดังนั้น

ข่าวสารที่ต้องการมิได้อยู่ภายในขอบเขตดังกล่าว ซึ่งการจำหน่ายจ่ายแจกสินค้าบางอย่างมิได้มีการบริโภคในแห่งเพาะปลูก ทำให้ต้องหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการตลาดภายนอกพื้นที่ การเคลื่อนไหวของราคาความต้องการของคนกลางตามช่องทางการจำหน่าย คลังเก็บสินค้าและอื่น ๆ และยิ่งมีการแข่งขันทางด้านการตลาดสินค้ามีมากเท่าใด ข่าวสารทางการตลาดย่อมจะมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น

2. ข่าวสารทางด้านราคา

ข่าวสารที่ถูกต้องและมีความหมายต่อกิจการอาจหายาก ทั้งนี้ เพราะว่าราคาเป็นตัวกำหนดสินค้าแต่ละชนิด สินค้าต่างแหล่งผลิตกันอาจมีคุณภาพหรือคุณสมบัติบางอย่างแตกต่างกัน การเปรียบเทียบราคาสินค้าจึงต้องให้อ้างอิงตามลักษณะมาตรฐานของสินค้า เพื่อเป็นตัวช่วยกำหนดราคาที่แน่นอนของสินค้าแต่ละอย่าง

การรวบรวมข่าวสารทางการตลาด

กิจการอาจหาข่าวสารได้จากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้

1. ธุรกิจเอกชน

ธุรกิจบางแห่งเป็นผู้รวบรวมเอกสารและสิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการค้า ข้อมูลดังกล่าวอาจใช้ประโยชน์ต่อการตัดสินใจทางการตลาดได้อย่างมาก อย่างไรก็ตามข้อมูลเหล่านี้อาจใช้การได้อย่างทันสมัยหรือล้าสมัย ย่อมอยู่ในดุลยพินิจของผู้ใช้เอง ได้แก่ สิ่งตีพิมพ์ของ

- ธนาคารพาณิชย์
- บริษัทห้างร้านต่าง ๆ
- สำนักงานธุรกิจ ฯลฯ

2. หน่วยงานของรัฐบาล

ซึ่งให้ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของกระทรวง ทบวง กรม ที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของสินค้าต่าง ๆ เช่น กรมต่าง ๆ ที่สังกัดใน

- กระทรวงการคลัง
- กระทรวงพาณิชย์
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ฯลฯ

แหล่งจัดทำข่าวสารการตลาดในประเทศไทย

ข่าวสารต่าง ๆ ที่จัดทำในประเทศส่วนมากจะเป็นลักษณะของราคาสินค้าชนิดต่าง ๆ ในแต่ละระดับของตลาด ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับลักษณะอื่น ๆ ของตลาด เช่น ปริมาณสินค้าเข้าสู่ตลาดและออกจากตลาดรวมทั้งการคาดคะเนล่วงหน้าของตลาดแต่ละชนิดยังมีไม่มาก ทั้งนี้เพราะการจัดหาข่าวสารดังกล่าวอย่างละเอียดได้จะต้องมีเครื่องมืออุปกรณ์พร้อมตลอดจนข้อมูลทั้งภายในและภายนอกประเทศด้วย

การจัดทำข่าวสารในประเทศไทยอาจพิจารณาได้ 2 ลักษณะคือ ข่าวสารที่มาจาก

- ทางราชการ
- เอกชน

เอกสารจากทางราชการ ได้แก่

- กระทรวงพาณิชย์
  - กรมพาณิชย์สัมพันธ์
  - กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์
  - กรมการค้าภายใน
  - กรมการค้าต่างประเทศ
  - กรมทะเบียนการค้า
  - องค์การคลังสินค้า
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
  - กรมเศรษฐกิจการเกษตร
  - กรมส่งเสริมการเกษตร
  - ศูนย์วิจัยเกษตรประจำภาคต่าง ๆ

หน่วยงานต่าง ๆ เหล่านี้นอกจากจะเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ และยังมีเอกสารพิมพ์เผยแพร่ ให้แก่ผู้สนใจทั่วไปอีกด้วย

สำหรับเอกชน ส่วนใหญ่เป็นบริการด้านราคา มีทั้งจากพ่อค้าที่ประกอบธุรกิจรับซื้อสินค้าเกษตร ผู้รับซื้อเหล่านี้จะส่งใบแจ้งราคาสินค้าตลาดรายวันไปให้ลูกค้าในตลาดต่างจังหวัด ในใบแจ้งราคานี้จะบอกราคารับซื้อสินค้าที่ขายประจำวัน นอกจากนี้ยังมีบริการข่าวสารราคาสินค้ารายวัน หนังสือพิมพ์ ซึ่งเอกสารเหล่านี้จะส่งไปให้ลูกค้าที่ติดต่อกัน หรือส่งไปให้ลูกค้าที่ติดต่อกัน หรือส่งไปให้ผู้ที่บอกรับเป็นรายวันส่วนทางด้านหน่วยงานที่เป็นของเอกชนและเผยแพร่ข่าวสารการตลาด มีดังนี้

ก. สภาหอการค้าไทย

ข. คณะกรรมการสาขาข้าว สภาหอการค้าไทย

ค. ธนาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่ทำหน้าที่เป็นผู้เผยแพร่ แจ้งรายงานความเคลื่อนไหวและราคาสินค้าตีพิมพ์ในวารสารรายเดือนของธนาคาร

ปัญหาและความต้องการข่าวสาร

ข่าวสารต่าง ๆ ที่อยู่มีอยู่ทั่วไปอาจนำมาใช้ได้และใช้ได้ดีอย่างไรขึ้นอยู่กับผู้ใช้จะสามารถเลือกหาข่าวสารมาใช้ได้อย่างเหมาะสมมากน้อยเพียงไร การเลือกหาข่าวสารจึงมีข้อควรพิจารณาดังนี้

1. กระจายหาข่าวสารให้กว้างที่สุด

ข่าวสารเกี่ยวกับราคา อาจพิจารณา ลักษณะสินค้า แหล่งซื้อขาย คุณภาพของสินค้า ระยะเวลา ตลอดจนคนกลางหรือสถาบันที่ทำการซื้อขาย

2. ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของข่าวสารเหล่านั้นอย่างละเอียด

ข่าวสารต่าง ๆ อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้น แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลง เช่น การเลือกคนกลางหรือเปลี่ยนช่องทางการจำหน่ายของคู่แข่งขันมีผลกระทบต่อการจำหน่ายของกิจการ เป็นต้น

3. วิธีการในการรวบรวมข้อมูล

อาจรวมได้จาก

- ข้อมูลทุติยภูมิ เช่น จากเอกสารต่าง ๆ เป็นต้น
- ข้อมูลปฐมภูมิ เช่น จากการสัมภาษณ์ เป็นต้น

สรุป

ข้อมูลทางการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจทางการตลาดโดยตรงและจะพบว่าข้อมูลเหล่านี้จะมีอยู่กระจัดกระจายทั่วไป ผู้ใช้ต้องเลือกจากแหล่งต่าง ๆ เองตามความเหมาะสม

คำถามท้ายบท

1. ข่าวสารทางการตลาดสินค้าเกษตรกรรม อาจหาได้จากแหล่งใดบ้าง
2. สินค้าเกษตรต่อไปนี้ ท่านหาข่าวสารเกี่ยวกับการค้ากับต่างประเทศได้จากแหล่งใดบ้าง
   - ข้าว
   - ข้าวโพด
   - ถั่วเขียว
   - ยางพารา
   - น้ำตาล