

บทที่ 5

ผลการศึกษา

เนื้อหาในบทนี้จะกล่าวถึงผลการวิเคราะห์จากการศึกษาถึงโครงสร้างทางการตลาด วิถีทางการตลาด และผลการดำเนินงานทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ของสิ่งทอบ้านคอนหลวง จังหวัดลำพูน ซึ่งข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ ประธานกลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านคอนหลวง จังหวัดลำพูน

5.1 การวิเคราะห์โครงสร้างทางการตลาด

การศึกษาโครงสร้างทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนหลวง จังหวัดลำพูน เป็นการพิจารณาถึงลักษณะโครงสร้างโดยทั่วไปของผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และการบริการที่มีควบคู่ไปด้วย โดยทำการศึกษาผลิตภัณฑ์สิ่งทอ จำนวน 5 ชนิด ได้แก่ ผ้าคลุมเตียง ผ้าม่าน หมอนอิง ผ้ารองจานและกระเป๋ ซึ่งผลจากการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

5.1.1 ลักษณะโครงสร้างทั่วไปของผลิตภัณฑ์สิ่งทอ

ลักษณะการจัดการผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนหลวง พบว่า เป็นการผลิตภายในบ้านของสมาชิกกลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านคอนหลวง โดยสมาชิกแต่ละคนจะมารับวัตถุดิบ คือ ฝ้ายจากประธานกลุ่ม ไปทำการทอและแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ภายในบ้านของตน เนื่องจากไม่ต้องลงทุนในเรื่องของสถานที่และเครื่องมือ เครื่องจักร โดยสมาชิกแต่ละคนจะเป็นผู้รับผิดชอบเครื่องมือ เครื่องใช้ในการผลิตเอง เพราะส่วนใหญ่สมาชิกแต่ละคนจะมีอยู่แล้วภายในบ้านของตนเอง เมื่อทำการผลิตออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ แล้ว จะนำมาส่งให้กับประธานกลุ่ม เพื่อให้ประธานกลุ่มทำการรวบรวมเพื่อจัดจำหน่ายที่ศูนย์แสดงผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนหลวง หรือสมาชิกบางคนอาจนำผลิตภัณฑ์สิ่งทอ บางส่วนกลับไปจำหน่ายหน้าร้านของตน

แรงงานที่ใช้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์สิ่งทอ คือ สมาชิกภายในกลุ่มทอผ้าบ้านคอนหลวง ซึ่งแรงงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 98 เพศชายร้อยละ 2 เนื่องจากการแปรรูปผลิตภัณฑ์สิ่งทอ จัดได้ว่าเป็นงานหัตถกรรมที่ต้องใช้ฝีมือ ความประณีต ละเอียดย่อน ในทุกขั้นตอนของการผลิต ดังนั้นแรงงานส่วนใหญ่จึงเป็นเพศหญิง ซึ่งแรงงานแต่ละคนได้รับค่าจ้างเป็นรายชิ้นเป็นเงินสด ดังนั้น หากสมาชิกคนใดขยันและทุ่มเทเวลาให้กับการทำงานมาก ก็จะได้รับรายได้มาก

สำหรับวัตถุดิบที่ใช้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์สิ่งทอนั้น คือ การนำฝ้ายมาทอเป็นผืน เพื่อทำการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์สิ่งทอต่าง ๆ โดยฝ้ายดิบจะรับซื้อจากร้านจีน เฮง ฮวด จังหวัด เชียงใหม่ ซึ่งเป็นเส้นฝ้ายที่มีการข้อมสีมาแล้ว แต่ในบางครั้งจะมีการซื้อฝ้ายดิบและนำมาลงแป้งเพื่อ ข้อมสีเอง โดยเป็นการข้อมสีธรรมชาติ เช่น ไม้ประดู่ ไม้แดง ไม้มะเกลือ ใบยูคาลิปตัส เป็นต้น โดยกลุ่มบ้านคอนหลวงได้เข้ารับการอบรมเรื่องการข้อมสีฝ้ายด้วยสีธรรมชาติ จากศูนย์ส่งเสริม อุตสาหกรรมภาคที่ 1 มาแล้ว ทำให้ได้รับความรู้และวิธีการมาปรับปรุงในขั้นตอนการข้อมสี ทำให้ ได้วัตถุดิบมีคุณภาพเนื่องจากสีไม่ตกและมีความคงทน นอกจากนี้การเลือกใช้สีฝ้ายหรือการออก แบบผลิตภัณฑ์ ยังขึ้นอยู่กับรสนิยมของผู้บริโภคในแต่ละตลาด โดยผู้บริโภคในตลาดท้องถิ่นมัก จะนิยมผลิตภัณฑ์ที่มีสีสันสวยงามสดใสสำหรับผู้บริโภคในตลาดต่างจังหวัดและตลาดต่างประเทศ มักจะนิยมผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะคลาสสิก สีสรรไม่ฉูดฉาด ใช้โทนสีธรรมชาติ เช่น สีน้ำตาล หรือ สีดิบของฝ้าย

สำหรับปริมาณการผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอ โดยปกติแรงงาน 1 คน จะสามารถทอผ้าได้ ประมาณ 150 เมตรต่อเดือน หรือประมาณ 1800 เมตรต่อปี ซึ่งผ้าที่ทอนั้นถูกนำมาแปรรูปเป็น ผลิตภัณฑ์สิ่งทอต่าง ๆ ซึ่งกลุ่มทอผ้าบ้านคอนหลวงสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้ในปริมาณที่ แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับชนิดของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ปริมาณการผลิตยังขึ้นอยู่กับคำสั่งซื้อของ ลูกค้า ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อปริมาณการผลิต คือ แรงงานและวัตถุดิบ ซึ่งเป็นต้นทุนผันแปร ในการดำเนินการผลิต ซึ่งในแต่ละเดือนปริมาณการผลิตค่อนข้างจะคงที่ แต่ถ้าเป็นช่วงเทศกาลหรือ วันหยุดนักขัตฤกษ์จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอเป็นจำนวนมาก ทำให้ต้องเพิ่ม ปริมาณการผลิตเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งตามปกติแล้วกลุ่มทอผ้าบ้านคอนหลวง จะทำการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า เพื่อต้องการหลีกเลี่ยงการสำรองสินค้า เพราะเป็นการลงทุนสูง แต่ไม่สามารถขยายขอบเขตของตลาดได้ หรืออาจเป็นผลมาจากการที่พ่อค้าคนกลางสำหรับตลาดต่าง จังหวัดและตลาดต่างประเทศ ไม่สามารถขยายตลาดเพิ่มได้ จึงลดปริมาณการผลิตสั่งซื้อ

ตารางที่ 5.1 ปริมาณการผลิตและยอดขายของผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนทรวง ปี 2545

ชนิดผลิตภัณฑ์	ปริมาณการผลิต (จำนวนชิ้น/ปี)	ยอดขาย/ปี (บาท/ปี)
ผ้าคลุมเตียง	800	473,000
ผ้าปูที่นอน	12,000	2,425,000
หมอนอิง	12,000	980,000
ผ้ารองจาน	8,000	200,000
กระเป๋ากันน้ำ	15,000	870,000

ที่มา: บัณฑิต ชาติสงคราม (2546: สัมภาษณ์)

ยอดขายของผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนทรวงในรอบปีที่ผ่านมา (ตารางที่ 5.1) ทั้งจากการขายปลีกและขายส่งในประเทศและต่างประเทศ แสดงให้เห็นถึงความต้องการของผู้บริโภคและตลาดได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งพบว่ายอดขายรวมของผลิตภัณฑ์สิ่งทอทั้ง 5 ชนิด มียอดขายเฉลี่ยชนิดละ 813,200 บาท/ปี และยอดขายของผ้าปูที่นอนมีปริมาณสูงสุดถึง 2,425,000 บาท/ปี เนื่องจากการซื้อผ้าปูที่นอนต้องซื้อในปริมาณที่มากกว่า 1 ผืน เพราะต้องนำผ้าปูที่นอนไปประดับตกแต่งบ้านหรือร้านค้าเพื่อความสวยงาม ส่วนยอดขายของหมอนอิงเป็นเงิน 980,000 บาท ถือว่าเป็นจำนวนเงินที่น้อยเมื่อเปรียบเทียบกับผ้าปูที่นอน แม้ว่าปริมาณการผลิตจะมีเท่ากับผ้าปูที่นอนและการซื้อในแต่ละครั้งของผู้บริโภคจะมากกว่า 1 ชิ้นก็ตาม แต่ผู้บริโภคบางคนหรือพ่อค้าคนกลางบางรายจะนิยมซื้อแต่เพียงปลอกหมอนอิงซึ่งมีราคาถูกเท่านั้น สำหรับผ้ารองจานมียอดขายค่อนข้างต่ำ เป็นผลมาจากผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการร้านอาหาร หากเป็นผู้บริโภคทั่ว ๆ ไปนิยมซื้อไปเพื่อเป็นของฝาก ไม่ค่อยนิยมซื้อเพื่อใช้สอยภายในครัวเรือน

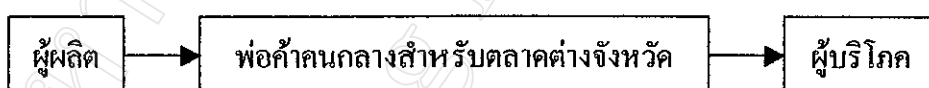
ทางด้านความต้องการของตลาด ที่มีต่อผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนทรวง ส่วนใหญ่เป็นความต้องการจากตลาดภายในประเทศ ทั้งตลาดท้องถิ่นและตลาดต่างจังหวัด ซึ่งพิจารณาได้จากการขายปลีกและขายส่งภายในประเทศ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 95 ของยอดขายทั้งหมด ในขณะที่ความต้องการจากต่างประเทศ มีเพียงร้อยละ 5 เท่านั้น เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์สิ่งทอเพียงอย่างเดียว คือ กระเป๋า ที่ทำการจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ ในส่วนผู้บริโภคภายในประเทศ ทั้งจากตลาดท้องถิ่นและตลาดต่างจังหวัด มาซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอโดยตรงถึงที่คิดเป็นร้อยละ 65 อีกร้อยละ 35 เป็นการขายส่งในประเทศไปยังตลาดต่างจังหวัด จากความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ ทำให้สามารถบอกได้ว่า ความต้องการผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนทรวง ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากผู้ที่

มาซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอถึงที่ ซึ่งเป็นทั้งนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ รวมไปถึงประชาชนในท้องถิ่น โดยเป็นผู้ที่อยู่ในวัยกลางคนและมีกำลังซื้อสูง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการท่องเที่ยวของจังหวัดลำพูนมีบทบาทในการเป็นสื่อกลาง ที่ทำให้เกิดการบริโภคผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนหลวง ส่วนความต้องการจากตลาดต่างประเทศนั้น ในบางครั้งจะมีพ่อค้าคนกลางชาวต่างประเทศมาติดต่อซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอในปริมาณที่มาก เพื่อนำไปขายต่ออีกทอดหนึ่งให้แก่ผู้บริโภคในประเทศนั้น ๆ ส่วนความต้องการโดยตรงจากต่างประเทศนั้นยังมีค่อนข้างน้อย

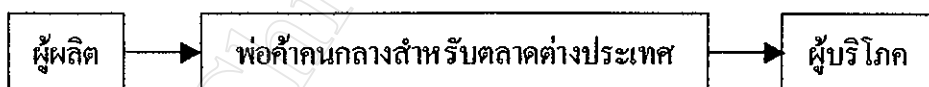
สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนหลวง คือ มีศูนย์จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สิ่งทอของบ้านคอนหลวงหรือมีการจำหน่ายหน้าร้านของสมาชิกแต่ละคน และการที่มีพ่อค้าคนกลางมาทำหน้าที่ในการนำผลิตภัณฑ์สิ่งทอไปสู่ผู้บริโภค ซึ่งวิธีการคือให้พ่อค้าคนกลางมาติดต่อซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอถึงที่ หรือถ้าเป็นลูกค้าที่มีการติดต่อซื้อขายกันมานาน ก็จะมีการจัดส่งผลิตภัณฑ์สิ่งทอให้ถึงที่เช่นกัน ดังนั้น จึงสามารถจำแนกช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนหลวง ได้ดังนี้

1. การขายส่ง จะเริ่มจากผู้ผลิต คือ กลุ่มสมาชิกบ้านคอนหลวงทำการผลิต โดยมีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อ เพื่อจำหน่ายต่อไปให้ผู้บริโภค ซึ่งการขายส่งผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนหลวงจะมีเฉพาะในตลาดต่างจังหวัดและตลาดต่างประเทศ ดังนี้

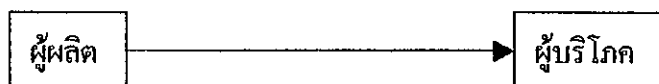
* กรณีตลาดต่างจังหวัด



* กรณีตลาดต่างประเทศ



2. การขายปลีก ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอได้โดยตรงจากผู้ผลิต คือที่ศูนย์แสดงผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสิ่งทอบ้านคอนหลวง หรือจากหน้าร้านของสมาชิกแต่ละคนซึ่งถือว่าการจำหน่ายในตลาดท้องถิ่น บางครั้งก็กลุ่มบ้านคอนหลวงได้ร่วมออกร้านแสดงผลิตภัณฑ์ตามงานในต่างจังหวัด ก็ถือว่าการขายปลีกในตลาดต่างจังหวัด



สำหรับการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนทลวง เป็นการพิจารณาถึงการกำหนดราคาขายในแต่ละตลาด ซึ่งถือได้ว่าเป็นพฤติกรรมทางการตลาดอย่างหนึ่ง เนื่องจากการมีอำนาจในการกำหนดราคาของผู้ผลิตนับเป็นปัจจัยหนึ่งที่แสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตมีอิทธิพลทางการตลาดเหนือผู้ค้ารายอื่น ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่าตลาดที่มีการส่งผลิตภัณฑ์ไปทำการค้า ได้แก่ ตลาดท้องถิ่น ตลาดต่างจังหวัด และตลาดต่างประเทศ ซึ่งในการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 ชนิด คือ ผ้าคลุมเตียง ผ้าม่าน หมอนอิง ผ้ารองจาน และกระเป๋า จะแตกต่างกันไปตามแหล่งจำหน่ายและต้นทุนของผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ โดยจะคำนึงถึงสถานะตลาดและการแข่งขันค่อนข้างต่ำ เนื่องจากหากนำผลิตภัณฑ์ที่มีความคล้ายคลึงกัน ไปเปรียบเทียบกับผู้ผลิตรายอื่นแล้วพบว่าราคาขายของผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนทลวงสูงกว่าผู้ผลิตรายอื่นก็จะทำการพิจารณาถึงต้นทุนการผลิตบวกกับกำไรที่ต้องการ แล้วพิจารณาว่าราคาขายนั้นจะสามารถลดลงได้หรือไม่ หากลดราคาขายลงแล้วกำไรที่ได้ไม่คุ้มค่ากับต้นทุน ก็จะไม่ลดราคาขายลง ยังคงขายในราคาที่สูงกว่าคู่แข่ง เนื่องจากมีความมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของบ้านคอนทลวง

ตลาดท้องถิ่น คือ ตลาดในพื้นที่หมู่บ้านคอนทลวง ในพื้นที่อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน จากการศึกษาพบว่าในตลาดท้องถิ่นมีการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ทำการศึกษาทั้ง 5 ชนิด โดยกลุ่มทอผ้าบ้านคอนทลวงเป็นผู้กำหนดราคาขาย โดยเริ่มต้นตั้งราคาจากต้นทุนการผลิต รวมกับกำไรที่ต้องการประมาณร้อยละ 10 ซึ่งราคาขายนี้เป็นราคาที่กำหนดขึ้นเพื่อขายปลีกหน้าร้าน โดยลูกค้าภายในท้องถิ่นและลูกค้าจากต่างจังหวัดที่เดินทางมาเที่ยวภายในจังหวัดลำพูน เป็นกลุ่มวัยกลางคนที่ค่อนข้างมีฐานะ นิยมซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอไปประดับตกแต่งบ้านหรือซื้อเพื่อใช้สอย ซึ่งผู้ซื้อจะไม่ค่อยคำนึงถึงราคามากนัก เพราะมีความมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์

สำหรับการขายส่งให้ลูกค้าภายในเขตจังหวัดลำพูนนั้น ไม่มีการขายส่งให้กับพ่อค้าคนกลางภายในจังหวัด จะมีเพียงการขายปลีกหน้าร้านของสมาชิกแต่ละคนภายในเขตบ้านคอนทลวง และมีการวางจำหน่ายภายในศูนย์แสดงผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสิ่งทอบ้านคอนทลวงเท่านั้น เนื่องจากการสร้างชื่อเสียงให้กับหมู่บ้านคอนทลวง โดยไม่ต้องการให้มีการนำชื่อเสียงของหมู่บ้านไปทำการแอบอ้างเพื่อการค้า ต้องการสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกภายในกลุ่มบ้านคอนทลวงเท่านั้น และลูกค้าส่วนใหญ่ก็จะรู้จักสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าเป็นอย่างดี

ตลาดต่างจังหวัด สำหรับตลาดต่างจังหวัดที่ทำการศึกษารั้งนี้คือ กรุงเทพฯ โดยในตลาดต่างจังหวัดก็มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ทั้ง 5 ชนิดที่ทำการศึกษา โดยการกำหนดราคาขายในตลาดต่างจังหวัด จะเริ่มจากการพิจารณาต้นทุนการผลิต รวมกับกำไรที่ต้องการร้อยละ 30 ของราคาทุน

ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด ซึ่งหมายถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ในกรณีที่มีการออกร้านแสดงผลิตภัณฑ์ในตลาดต่างจังหวัด เช่น การออกร้านในงานกาชาดที่สวนอัมพร งานวันเกษตรแห่งชาติ ก็ถือว่าเป็นการขายปลีกด้วยตนเอง ซึ่งลูกค้าในตลาดต่างจังหวัดค่อนข้างมีรสนิยมที่ดี จึงเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากคุณภาพ โดยไม่คำนึงถึงราคาเป็นหลัก

สำหรับการขายส่งในตลาดต่างจังหวัด ถ้าเป็นการขนส่งสินค้าให้ถึงที่ การกำหนดราคาขายก็เช่นเดียวกับการขายปลีก แต่ก็ต้องมีปริมาณการสั่งซื้อมากเพียงพอที่จะให้บริการขนส่ง แต่ถ้าลูกค้ามารับผลิตภัณฑ์เอง ก็จะบวกกำไรที่ต้องการเพียงร้อยละ 20 ของราคาทุน โดยการขายส่งนั้น จะมีปริมาณการสั่งซื้อประมาณร้อยละ 30 ของปริมาณการขายทั้งหมด

ตลาดต่างประเทศ จากการศึกษาพบว่า ตลาดต่างประเทศที่กลุ่มทอผ้าบ้านดอนหลวงส่งผลิตภัณฑ์ไปจำหน่าย คือ ประเทศญี่ปุ่น และผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกมีเพียงชนิดเดียว คือ กระเป๋า ซึ่งมีทั้งกระเป๋าสะพาย และกระเป๋าถือ โดยการกำหนดราคาขายจะเริ่มตั้งราคาจากต้นทุนการผลิตบวกด้วยกำไรที่ต้องการร้อยละ 20 ของราคาต้นทุน แต่กำไรนี้อาจมีการยืดหยุ่นได้ ขึ้นอยู่กับปริมาณการสั่งซื้อในแต่ละครั้ง ซึ่งการขายให้กับตลาดต่างประเทศนี้เป็นการขายส่งอย่างเดียว โดยลูกค้าจะเป็นผู้มารับสินค้าด้วยตัวเอง ซึ่งในบางครั้งจะเป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทยมารับสินค้าหรือลูกค้าชาวญี่ปุ่นจะมารับสินค้าด้วยตัวเองแล้วส่งไปยังประเทศญี่ปุ่น โดยปริมาณการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ในตลาดต่างประเทศมีเพียงร้อยละ 5 ของปริมาณการขายทั้งหมดของกลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านดอนหลวงในแต่ละปี

ตารางที่ 5.2 ราคาขายส่งและราคาขายปลีกของผลิตภัณฑ์สิ่งทอ

ผลิตภัณฑ์	ราคาขายปลีก (บาท)	ร้อยละ	ราคาขายส่ง (บาท)	ร้อยละ *
ผ้าคลุมเตียง				
- ขนาด 5 ฟุต	550	100	500	90.91
- ขนาด 6 ฟุต	650	100	600	92.31
- ขนาด 8 ฟุต	850	100	800	94.12
ผ้าปูที่นอน	250	100	230	92
หมอนอิง				
- เฉพาะปลอกหมอน	60	100	55	91.67
- รวมไส้หมอน	120	100	100	83.33
ผ้ารองจาน				
- ชุด 4 ที่	120	100	100	83.33
- ชุด 6 ที่	160	100	140	87.5
กระเป๋า	120	100	100	83.33

ที่มา: บัณฑิตวิทยาลัย (2546: สัมภาษณ์)

* คือ ร้อยละของราคาขายส่งต่อราคาขายปลีก

จากตารางที่ 5.2 แสดงถึงราคาขายส่งและขายปลีกของผลิตภัณฑ์สิ่งทอทั้ง 5 ชนิด พบว่าราคาขายปลีกผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะมีราคาสูงกว่าราคาขายส่ง เนื่องจากการขายปลีกเป็นการขายผลิตภัณฑ์ในปริมาณที่น้อย แต่การขายส่งเป็นการขายในปริมาณที่มาก จึงสามารถตั้งราคาให้ต่ำกว่าราคาขายปลีกได้ เมื่อพิจารณาผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด พบว่าราคาขายปลีกของผ้าคลุมเตียงทุกขนาดจะสูงกว่าราคาขายส่ง 50 บาท เนื่องจากผ้าคลุมเตียงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่ ไม้มีความจำเป็นต้องซื้อเปลี่ยนบ่อย ๆ จึงจำหน่ายได้ช้า สำหรับการตั้งราคาขายของผ้าปูที่นอน ผ้ารองจาน และกระเป๋า พบว่าราคาขายปลีกจะสูงกว่าราคาขายส่งเพียง 20 บาท เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายได้ง่าย มีขนาดเล็ก ผู้บริโภคนิยมซื้อไปใช้ประโยชน์มากกว่าผ้าคลุมเตียง และสามารถซื้อผลิตภัณฑ์เหล่านี้ได้ทีละมาก ๆ เช่น ผ้าปูที่นอน หากผู้บริโภคซื้อเพียงผืนเดียวก็ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้เต็มที่ เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้ประดับตกแต่งบ้าน สำหรับหมอนอิงนั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถกำหนดราคาส่งและขายปลีกได้แตกต่างกันมากนัก เนื่องจากมีต้นทุนค่าวัสดุ

และค่าแรงในการผลิตเท่ากัน เว้นแต่กรณีที่ซื้อไส้หมอนด้วย จะมีการกำหนดราคาขายส่งและขายปลีกต่างกัน 20 บาท เนื่องจากกลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านคอนหลวง ไม่สามารถผลิตไส้หมอนเองได้ ต้องรับซื้อจากผู้ผลิตรายอื่น

จากราคาขายส่งและขายปลีกของผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 ชนิดนั้น สามารถสรุปได้ว่าโดยทั่วไป การกำหนดราคาขายส่งมักจะมีราคาต่ำกว่าราคาขายปลีก เนื่องจากการซื้อสินค้าในราคาขายส่งนั้น ต้องสั่งซื้อในปริมาณที่มากพอที่จะซื้อสินค้าในราคาต่ำกว่าราคาขายปลีก โดยเฉพาะผ้าคลุมเตียง นั้นสามารถตั้งราคาขายส่งได้มากกว่าร้อยละ 90 ของราคาขายปลีก สำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น ๆ สามารถตั้งราคาขายส่งได้มากกว่าร้อยละ 80 ของราคาขายปลีกเช่นกัน

โดยทั่วไปผลิตภัณฑ์สิ่งทอมักจะมีราคาแพง เนื่องจากเป็นงานหัตถกรรมอย่างหนึ่งที่ต้องใช้ฝีมือ ความชำนาญในการผลิต แต่การตั้งราคาผลิตภัณฑ์ ทั้ง 5 ชนิดนั้น กลุ่มบ้านคอนหลวง ยังคงตั้งราคาให้อยู่ในระดับเดียวกับผู้ผลิตรายอื่นเพื่อไม่ให้เกิดความแตกต่างกันมากนัก ดังนั้นจึงพยายามเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่นในสายตาของผู้บริโภค โดยการตั้งราคาขายจะเริ่มพิจารณาจากต้นทุนของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดเป็นสำคัญ จากนั้นจึงนำไปรวมกับกำไรที่ต้องการ แล้วจึงนำไปเปรียบเทียบกับผู้ผลิตรายอื่น หากราคาขายสูงกว่าผู้ผลิตรายอื่น จะทำการพิจารณาว่า ถ้าลดราคาลงแล้วจะยังคงมีกำไรคุ้มกับต้นทุนหรือไม่ ถ้ามีกำไรเพียงพอจะลดราคาตาม แต่หากว่าจะเกิดการขาดทุนจะไม่ลดราคาตาม เนื่องจากมีความมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ดังนั้น การพิจารณาการกำหนดราคาขายในแต่ละตลาดสามารถบอกได้ว่า ในบางครั้งกลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านคอนหลวง มีอำนาจในการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์ แต่ในขณะเดียวกันก็จะคำนึงถึงการตั้งราคาของผู้ผลิตรายอื่นด้วย เนื่องจากการกำหนดราคาขายนั้น จะคำนึงถึงสภาวะการตลาดและการแข่งขันในตลาดค่อนข้างน้อย คือ ไม่นำเอาการกำหนดราคาขายตามผู้ผลิตรายอื่นมาเป็นปัจจัยหลักในการพิจารณา ไม่ว่าจะเป็นในกรณีขายส่งหรือขายปลีกในทุก ๆ ตลาด ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มทอผ้าบ้านคอนหลวง มีอิทธิพลทางการตลาดเหนือผู้ผลิตรายอื่น ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลมากในการกำหนดราคาขายของกลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านคอนหลวง คือ ต้นทุนการผลิต เนื่องจากเป็นต้นทุนที่ค่อนข้างต่ำ เพราะมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่ได้รับจากการฝึกอบรมมาผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมา มีคุณภาพแตกต่างจากคู่แข่งในสายตาของผู้บริโภค ซึ่งเกิดจากในขั้นตอนการผลิตที่ต้องใช้ฝีมือความประณีต ความรู้ ความชำนาญของบุคคลในการผลิตรวมถึงมีการใช้วัสดุที่มีคุณภาพ

5.1.2 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์

การพิจารณาความแตกต่างของผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนหลวง จังหวัดลำพูน จะทำการพิจารณาถึงความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งเป็นการพิจารณาถึงลักษณะ รูปแบบและกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอทั้ง 5 ชนิด ได้แก่ ผ้าคลุมเตียง ผ้า màn หมอนอิง ชุดผ้ารองจาน และกระเป๋า ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ทั้ง 5 ชนิด มีลักษณะทางกายภาพ เช่น ขนาด รูปแบบ ลวดลายไม่แตกต่างจากคู่แข่ง ไม่มีเครื่องหมายการค้าหรือตราหือ รวมไปถึงมีคุณสมบัติที่ตลาดมีความต้องการเหมือนกัน และในการผลิตใช้วัตถุดิบที่ไม่แตกต่างกัน แต่ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์จะอยู่ที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเกิดจากคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ ความชำนาญของแรงงานฝีมือในการทอผ้าฝ้าย การย้อมสีฝ้าย การเลือกใช้สีฝ้าย โดยในแต่ละขั้นตอนมีความสำคัญเท่าเทียมกัน เนื่องจากผู้ผลิตต้องมีความรู้ ความชำนาญและใช้ความประณีต ในการออกแบบตกแต่งผลิตภัณฑ์ และมีการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า หรือลวดลายตามความต้องการของลูกค้า

ในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ กลุ่มบ้านคอนหลวงมีความแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น เนื่องจากกลุ่มบ้านคอนหลวงได้มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการผลิตควบคู่ไปกับการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ผลิตรายอื่น และการที่กลุ่มบ้านคอนหลวงสามารถนำวิธีการใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการกระบวนการผลิต เพราะได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ที่ต้องการส่งเสริมการประกอบอาชีพ โดยได้มีการเข้ารับการฝึกอบรมโครงการย้อมสีผ้าฝ้ายด้วยสีธรรมชาติ โครงการฝึกอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 จังหวัดเชียงใหม่ ทำให้คุณภาพของผ้าฝ้ายที่ย้อมสีแล้วมีความคงทนและมีคุณภาพ ในขณะที่คู่แข่งบางรายทำสีย้อมด้วยตนเอง ทำให้คุณภาพของสีย้อมไม่ได้มาตรฐาน นอกจากนี้กลุ่มทอผ้าบ้านคอนหลวงยังเคยเข้ารับการฝึกอบรมต่าง ๆ ที่ทางภาครัฐจัดขึ้น และนำความรู้ที่ได้รับจากการเข้ารับการฝึกอบรมมาปรับปรุงกระบวนการผลิตของตน สินค้าจึงมีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป

ในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์สิ่งทอของกลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านคอนหลวง ซึ่งวิธีการโฆษณานี้ถือเป็นการส่งเสริมการขายอย่างหนึ่ง โดยกลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านคอนหลวงใช้วิธีการ เช่น การให้ความร่วมมือกับภาครัฐออกร้านตามงานต่าง ๆ การแจกนามบัตรและแลกเปลี่ยนสินค้ากับผู้ประกอบการรายอื่นในต่างจังหวัด เพื่อนำสินค้าไปขายในพื้นที่ต่าง ๆ การที่ผู้บริโภคบอกแนะนำต่อ ๆ กันไป โดยอาศัยการบอกแบบปากต่อปาก ถือว่าเป็นการโฆษณาทางอ้อม และส่งเสริมการขายที่ไม่มีค่าใช้จ่าย นอกจากนี้กลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านคอนหลวงเคยได้รับรางวัลหมู่บ้านอุตสาหกรรมดีเด่น ในปี 2542 จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ทำให้ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่องและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ซึ่งถือว่าเป็นการโฆษณา

ที่เน้นชื่อของกลุ่มบ้านคอนทลวง มากกว่าเป็นการให้รายละเอียดแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับแหล่งที่รับซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่มีอยู่ในท้องถิ่นนั้น บางครั้งในช่วงเทศกาลหรือมีการออกร้านแสดงสินค้าก็จะมี การลดราคาสินค้าลงมากกว่าปกติ รวมไปถึงการพยายามติดต่อกับลูกค้าประจำอยู่เสมอ เพื่อสอบถามความต้องการในการซื้อสินค้าจากลูกค้า เป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ สิ่งทอของบ้านคอนทลวง

ในส่วนของการลดราคาเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภคไม่นิยมปฏิบัติ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ สิ่งทอบ้านคอนทลวงนั้น ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และแต่ละขั้นตอนการผลิต ก็ต้องอาศัยฝีมือของ แรงงานที่มีความรู้ ความชำนาญ รวมไปถึงมีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาปรับปรุงกระบวนการ ผลิตอยู่เสมอ แต่หากเป็นช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น งานจัดแสดงสินค้าประจำปีของบ้านคอนทลวง จะมีการลดราคาผลิตภัณฑ์สิ่งทอให้แก่ผู้ซื้อ เพื่อเป็นการดึงดูดใจลูกค้าให้สนใจในผลิตภัณฑ์ของ บ้านคอนทลวงมากยิ่งขึ้น

5.1.3 การบริการที่มีครบถ้วน ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาถึงบริการที่มี ครอบคลุม ได้แก่ การให้เครดิตแก่ลูกค้า การบริการจัดส่งสินค้าให้ถึงที่ โดยปกติลักษณะการซื้อขาย ของผู้ค้าในระดับต่าง ๆ โดยทั่วไปมีรูปแบบการชำระเงินที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ การชำระเงินในรูปของเงินสดทั้งหมด การชำระเงินในรูปของเงินเชื่อทั้งหมด และการ ชำระเงินในรูปของเงินสดบางส่วนกับเงินเชื่อบางส่วน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การตกลง และความเชื่อถือซึ่ง กันและกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

ในกรณีของผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนทลวง พ่อค้าคนกลางในตลาดต่างจังหวัด จะมี การชำระเงินโดยเป็นเงินสดส่วนหนึ่ง หรือเรียกได้ว่าเป็นค้ำมัดจำและเงินเชื่อส่วนหนึ่ง โดยต้อง จ่ายเงินสดครึ่งหนึ่งของราคาผลิตภัณฑ์ทั้งหมดทันที อีกครึ่งหนึ่งสามารถชำระเป็นเงินเชื่อได้ ภายใน 3 เดือนหลังจากได้รับสินค้า สำหรับพ่อค้าคนกลางบางราย มีการผัดนัดชำระหนี้ หรือมี การผ่อนผันการชำระหนี้อยู่บ่อย ๆ ก็จะไม่มีการให้เครดิตอีก โดยให้ชำระเงินในรูปของเงินสดเท่านั้น

ในกรณีของตลาดต่างประเทศ พบว่าการซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากบ้านคอนทลวง พ่อค้าคนกลางต้องชำระเป็นเงินสดเท่านั้น เนื่องจาก นาน ๆ ครั้ง จึงจะมีการสั่งสินค้าไม่ว่าจะมี ปริมาณการสั่งซื้อมากเพียงใดก็ตาม สาเหตุอีกประการหนึ่งคือ กลุ่มบ้านคอนทลวงมีเงินทุนที่ใช้ หมุนเวียนในการดำเนินงานไม่มากนัก จึงจำเป็นต้องใช้เงินสดมาเป็นทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน

สำหรับการพิจารณาด้านบริการส่งสินค้าถึงที่นั้น จะขึ้นอยู่กับการทำงานตกลงกันระหว่างกลุ่มพ่อค้าฝ่ายบ้านคอนหลวงกับลูกค้า สำหรับในตลาดต่างจังหวัด ถ้าเป็นลูกค้าที่มีการซื้อขายกันมานาน และมีความเชื่อใจซึ่งกันและกัน มีการส่งสินค้าอย่างสม่ำเสมอ ก็จะมีบริการส่งสินค้าถึงที่ควบคู่กันไปด้วย แต่หากเป็นลูกค้าที่ไม่ค่อยมีความน่าเชื่อถือ และซื้อขายกันไม่สม่ำเสมอ จะทำให้ลูกค้ามารับสินค้าเอง แต่ในตลาดต่างประเทศ พบว่า พ่อค้าคนกลางต้องเดินทางมารับสินค้าเองเพราะเป็นพ่อค้าคนกลางภายในประเทศ ทำการส่งสินค้าไปยังพ่อค้าคนกลางสำหรับตลาดต่างประเทศอีกทอดหนึ่ง สำหรับการบริการในด้านอื่น ๆ ที่กลุ่มบ้านคอนหลวงมีให้แก่ลูกค้า เช่น มีการแจกของที่ระลึกให้กับลูกค้า เพื่อเป็นสินน้ำใจ เมื่อลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ในปริมาณที่มาก

จากการศึกษา การให้เครดิตแก่ลูกค้า พบว่า ลักษณะการซื้อขายที่เป็นเงินเชื่อมักก่อให้เกิดความผูกพันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย ทำให้มีความเชื่อใจซึ่งกันและกัน จนกลายเป็นลูกค้าประจำ ผู้ซื้อเกิดความพอใจในการซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากบ้านคอนหลวง แทนที่จะไปซื้อจากผู้ผลิตรายอื่น ๆ นอกจากนี้ ยังพบว่าลูกค้าที่มีการซื้อขายกันมานาน จะมีการขนส่งผลิตภัณฑ์สิ่งทอให้ถึงที่ รวมไปถึงการแจกของที่ระลึกแก่ลูกค้าที่ซื้อในปริมาณที่มาก จากการบริการต่าง ๆ เป็นปัจจัยหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนหลวงกับผู้ผลิตรายอื่น

ดังนั้น ผลจากการศึกษาโครงสร้างทางการตลาด โดยพิจารณาถึงลักษณะทั่วไปของผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการบริการที่มีควบคู่กัน พบว่า ผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนหลวง มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์จากคู่แข่งในสายตาของผู้บริโภค ทั้งในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการมีการให้บริการควบคู่ไปด้วย ดังนั้นลักษณะตลาดผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนหลวง จึงเป็นตลาดที่มีการแข่งขันไม่สมบูรณ์

5.2 การวิเคราะห์วิถีทางการตลาด

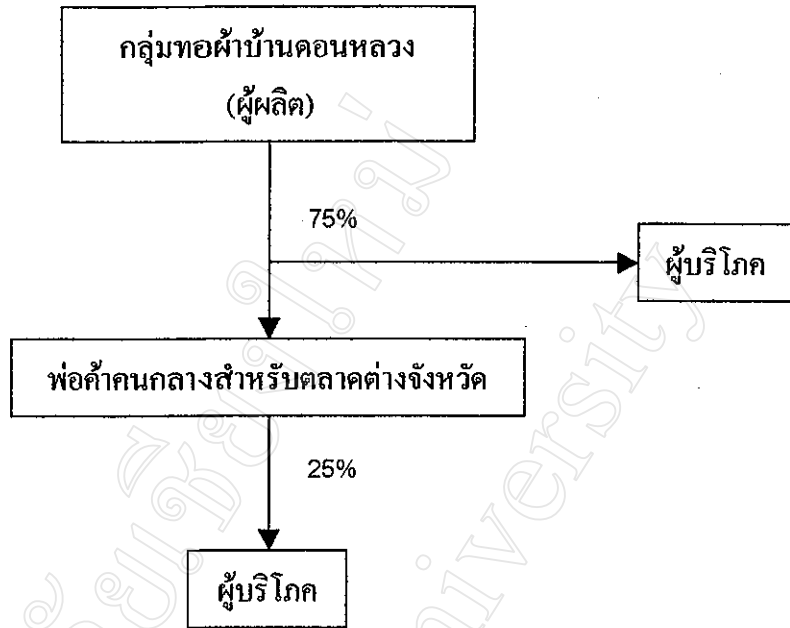
การศึกษาวิถีทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนทรวง จังหวัดลำพูน จะทำให้ทราบว่าคุณลักษณะทั้ง 5 ชนิด ที่ทำการศึกษา คือ ผ้าคลุมเตียง ผ้าม่าน หมอนอิง ผ้ารองจาน และ กระเป๋า ที่ผลิตได้ก่อนที่จะถึงมือผู้บริโภคนั้น ได้ผ่านผู้ค้าประเภทใดบ้าง และในปริมาณเท่าใด

วิถีทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนทรวงเริ่มต้นจากสมาชิกภายในกลุ่มบ้านคอนทรวงชื่อวัตุคุณิย คือ ฝ่าย จากร้าน จีน เฮง ฮวด จังหวัดเชียงใหม่ ในราคาถูกละ 500 บาท ซึ่งกลุ่มบ้านคอนทรวงชื่อวัตุคุณิยจากร้านนี้เพียงแห่งเดียว หลังจากนั้นก็นำวัตุคุณิยที่ได้รับมาทำการทอเป็นผืน ปกติผ้าย 1 ลูก จะทอผ้าที่มีหน้ากว้าง 1 เมตร (หรือประมาณ 36 นิ้ว) ได้ยาวประมาณ 20 เมตร (ประมาณ 720 นิ้ว) ซึ่งถือว่าเป็นหน้ากว้างมาตรฐาน ทำการทอโดยกลุ่มทอผ้าผืน โดยมี การออกแบบลวดลายใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อความเป็นเอกลักษณ์ และในบางครั้งการออกแบบลวดลายตามคำสั่งซื้อของลูกค้า โดยลูกค้าบางรายจะสงวนสิทธิ์ของลวดลาย ไม่ให้ทำการผลิต จำหน่ายให้แก่ลูกค้ารายอื่น และวิถีทางการตลาดของการขายปลีกและการขายส่งผลิตภัณฑ์สิ่งทอแต่ละชนิด ก็มีความแตกต่างกันไปในแต่ละตลาด ดังต่อไปนี้

5.2.1 วิถีทางการตลาดผ้าของคลุมเตียง

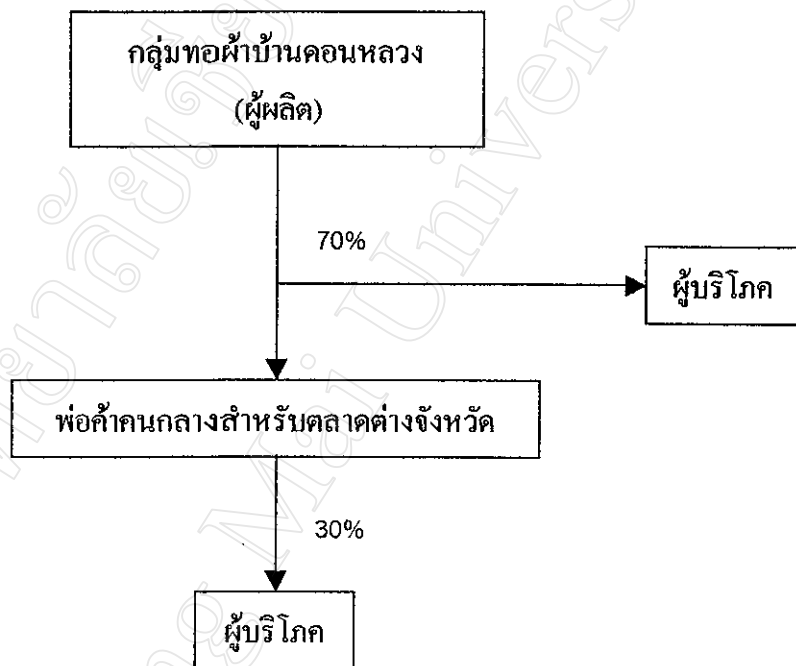
เริ่มจากกลุ่มทอผ้าบ้านคอนทรวง ทำการทอผ้าและนำไปตัดเย็บเป็นผ้าคลุมเตียง ซึ่งมีขนาด 5 ฟุต 6 ฟุต และ 8 ฟุต ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 75 จะจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งถือว่าเป็นการขายปลีกหน้าร้าน อีกร้อยละ 25 เป็นการขายส่งให้กับพ่อค้าคนกลางสำหรับตลาดต่างจังหวัด ก่อนที่ผลิตภัณฑ์จะไปสู่มือผู้บริโภค สำหรับตลาดต่างประเทศ ไม่มีการสั่งซื้อผ้าคลุมเตียง

การที่ปริมาณการขายส่งผ้าคลุมเตียงในตลาดต่างจังหวัดมีน้อย เนื่องจาก ผ้าคลุมเตียงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่ จำหน่ายได้ช้า พ่อค้าคนกลางจึงไม่ค่อยสั่งซื้อในปริมาณที่มาก เพราะจะทำให้เกิดภาวะต้นทุนจม แต่จะสั่งซื้อผ้าทอไปเพื่อทำการตัดเย็บตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ส่วนการขายปลีกหน้าร้านนั้น ลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ในวัยกลางคน จะนิยมผ้าคลุมเตียงที่มีสี โทนเข้ม หรือ โทนมืดธรรมชาติ ดังนั้น ในบางครั้งจะมีลูกค้าเลือกลวดลายและสีเอง หลังจากนั้นจึงทำการตัดเย็บตามคำสั่งซื้อของลูกค้า



รูปที่ 5.1 วิธีการตลาดของผ้าคลุมเตียง

5.2.2 วิธีทางการตลาดของผ้ามัน เริ่มจากกลุ่มทอผ้าบ้านคอนหลวง ทำการทอผ้า และนำไปตัดเย็บเป็นผ้ามัน ที่มีขนาด กว้าง 1 เมตร ยาว 1.35 เมตร ในตลาดท้องถิ่น ร้อยละ 70 เป็นการขายปลีกหน้าร้าน ซึ่งจำหน่ายให้กับผู้บริโภครโดยตรง อีกร้อยละ 30 เป็นการขายส่งให้กับพ่อค้าคนกลางสำหรับตลาดต่างจังหวัด ก่อนที่ผลิตภัณฑ์จะถึงมือผู้บริโภค โดยผู้บริโภครในตลาดต่างจังหวัดนิยมนำ ผ้ามันไปประดับตกแต่งบ้าน สำหรับผ้ามันนี้ จะมีผู้บริโภครหลายกลุ่ม ซึ่งนิยมทั้ง โทนสีสดใส และ โทนสีเข้ม

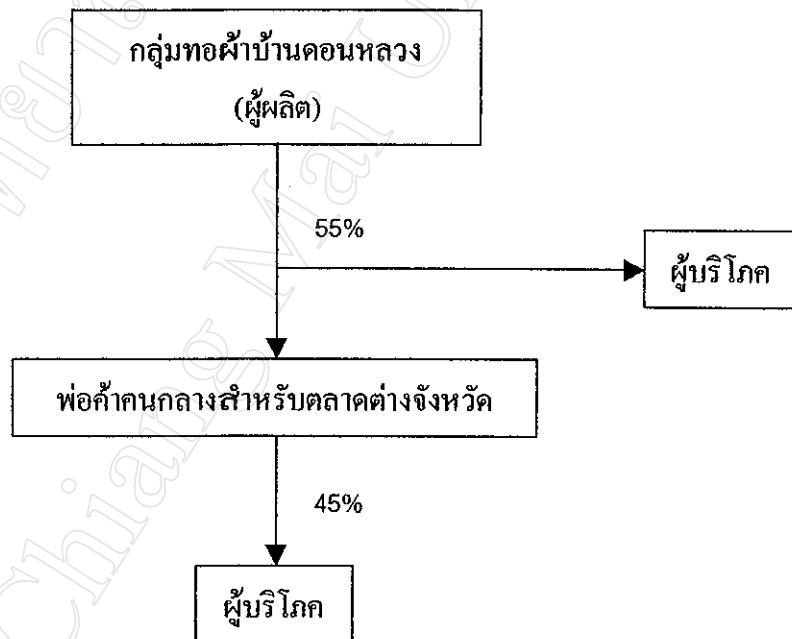


รูปที่ 5.2 วิธีทางการตลาดของผ้ามัน

5.2.3 วิธีทางการตลาดของหมอนอิง

เริ่มจากกลุ่มทอผ้าบ้านคอนหลวง ทำการทอผ้าและนำไปตัดเย็บเป็นหมอนอิง ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 55 จะจำหน่ายให้กับผู้บริโภครโดยตรง ซึ่งถือว่าเป็นการขายปลีกหน้าร้าน อีกร้อยละ 45 เป็นการขายส่งไปยังตลาดต่างจังหวัดนั้น ก่อนที่จะที่ผลิตภัณฑ์จะไปสู่มือผู้บริโภค สำหรับตลาดต่างประเทศ ไม่มีการสั่งซื้อหมอนอิง

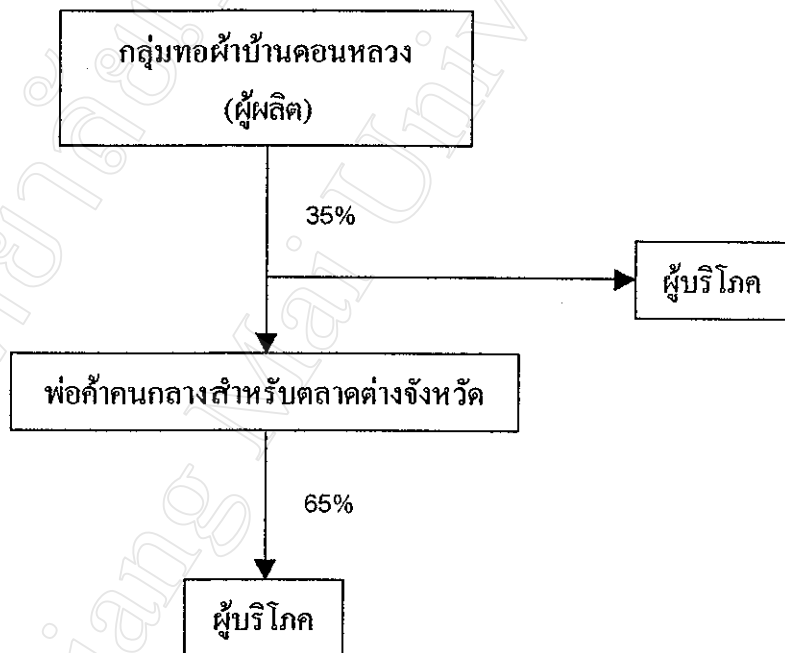
สำหรับในตลาดต่างจังหวัดนั้น หมอนอิงเป็นผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจากผู้บริโภค จะเห็นได้จากปริมาณการสั่งซื้อที่มีปริมาณเกือบครึ่งหนึ่งของการจำหน่ายในตลาดท้องถิ่น เพราะนอกจากหมอนอิงจะมีสีสันที่สวยงามแล้ว ยังมีฝีมือการตัดเย็บที่ประณีต ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมซื้อไปเพื่อประดับตกแต่งบ้าน และนิยมหมอนอิงที่มีโทนสีธรรมชาติหรือ โทนสีเข้มมากกว่า โทนสีสดใส ซึ่งเป็นที่นิยม ในตลาดท้องถิ่น



รูปที่ 5.3 วิธีทางการตลาดของหมอนอิง

5.2.4 วิธีการตลาดของผ้ารองจาน

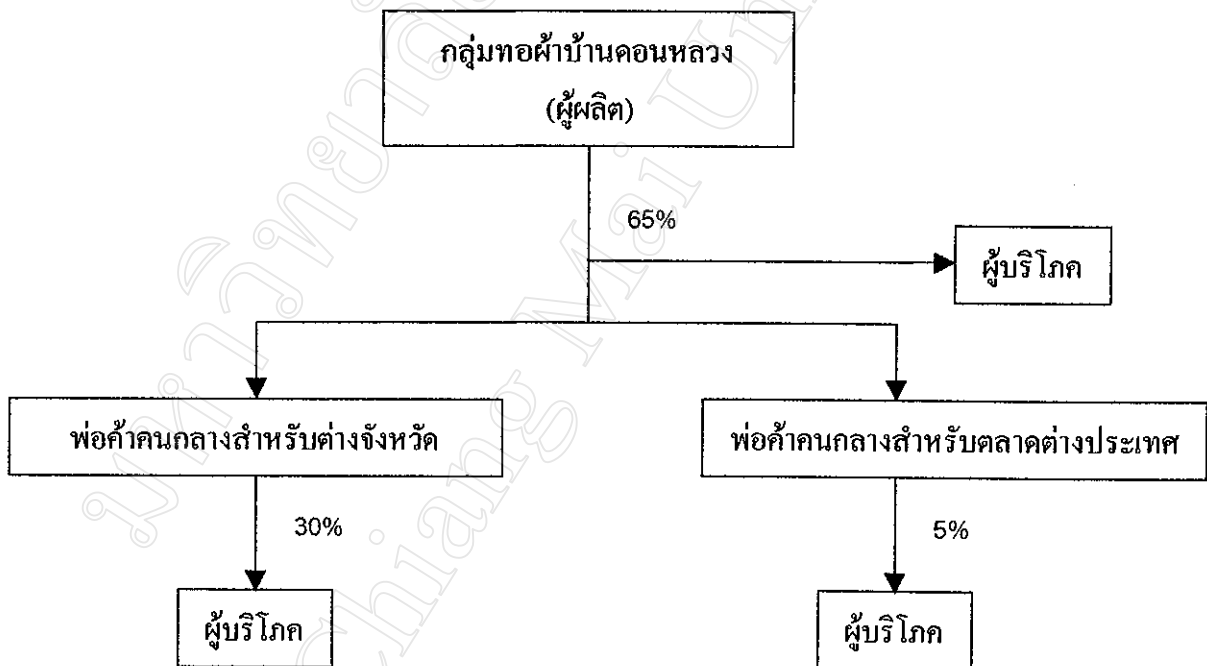
เริ่มจากกลุ่มทอผ้าบ้านคอนหลวง ทำการผลิตผ้ารองจาน โดยในตลาดท้องถิ่น จะมีเพียงการขายปลีกหน้าร้านเท่านั้น ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่คือ ร้านอาหาร ที่ต้องการนำผ้ารองจานไปใช้ในกิจการ และนิยมผ้ารองจานที่มีโทนสีเข้ม เพื่อความสะดวกในการดูแลรักษาความสะอาด แต่มีปริมาณการสั่งซื้อไม่สูงมากนัก เนื่องจากเป็นร้านอาหารเล็ก ๆ ในพื้นที่จังหวัดลำพูน สำหรับตลาดต่างจังหวัด จะมีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อ เพื่อจำหน่ายต่อไปกับผู้บริโภคที่อยู่ในตลาดต่างจังหวัดอีกทอดหนึ่ง ซึ่งผู้บริโภคนั้นมีทั้งร้านอาหาร โรงแรม และประชาชนทั่วไป ส่วนในตลาดต่างประเทศไม่มีการสั่งซื้อผ้ารองจาน



รูปที่ 5.4 วิธีการตลาดของผ้ารองจาน

5.2.5 วิธีทางการตลาดของกระเป๋

เริ่มจากกลุ่มทอผ้าบ้านคอนหลวง ทำการผลิตกระเป๋ โดยให้กลุ่มทอผ้าทำการทอผ้าออกมาตามสีที่กำหนด และให้กลุ่มตัดเย็บทำการตัดเย็บเป็นกระเป๋ตามขนาดที่กำหนด ซึ่งในตลาดท้องถิ่น จะมีเพียงการขายปลีกหน้าร้านเท่านั้น ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ คือวัยรุ่นผู้หญิง เพื่อต้องการความสวยงาม ทันสมัย รวมทั้งความสะดวกสบายในการพกพา เนื่องจากกระเป๋ที่ทำการผลิตมีขนาดกระทัดรัด โดยนิยมกระเป๋ที่มีโทนสีสดใส สำหรับในตลาดต่างจังหวัด จะมีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อและนำไปจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค แต่ปริมาณการสั่งซื้อในตลาดต่างจังหวัดไม่สูงมากนัก ส่วนในตลาดต่างประเทศ มีการสั่งซื้อในปริมาณที่ไม่ค่อยจะคงที่ เนื่องจากสนิยมของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลง ดังนั้น กลุ่มทอผ้าบ้านคอนหลวงต้องทำการผลิตตามคำสั่งซื้อของพ่อค้าคนกลาง



รูปที่ 5.5 วิธีทางการตลาดของกระเป๋

จากการศึกษาวิถีทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนหลวง พบว่าเป็นวิถีทางการตลาดที่ไม่ซับซ้อน และผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะมีวิถีทางการตลาดคล้ายคลึงกันในแต่ละตลาด แต่จะแตกต่างกันในเรื่องของปริมาณการขายในแต่ละระดับของผู้ค้า โดยในตลาดท้องถิ่นผลิตภัณฑ์ทุกชนิด จะมีวิถีทางการตลาดเริ่มจากผู้ผลิต แล้วส่งต่อผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภครวม โดยตรง แต่ในตลาดต่างจังหวัด ผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 ชนิด จะมีพ่อค้าคนกลางมาทำการรับซื้ออีกทอดหนึ่งก่อนที่ผลิตภัณฑ์จะถึงมือผู้บริโภครวม ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผ่านมือพ่อค้าคนกลางสำหรับตลาดต่างจังหวัดมากที่สุดคือ ผ้ารองจาน เนื่องจากผู้บริโภครวมส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหาร โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 65 และถือว่าเป็นปริมาณที่สูงมากสำหรับการขายส่ง สำหรับในตลาดต่างประเทศ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศ มีเพียงชนิดเดียว คือ กระเป๋าคิดเป็นร้อยละ 5 ของปริมาณการผลิตกระเป๋าทั้งหมด ซึ่งมีวิถีทางการตลาดเริ่มจากผู้ผลิต แล้วส่งต่อสินค้าไปยังพ่อค้าคนกลางสำหรับต่างประเทศ โดยมีสินค้าส่งผ่านมือร้อยละ 10 หลังจากนั้นผลิตภัณฑ์จึงจะถึงมือผู้บริโภครวม

5.3 การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานทางการตลาด

การศึกษามูลค่าการดำเนินงานทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนหลวง เป็นการศึกษาถึงต้นทุนและกำไรที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ทั้ง 5 ชนิด โดยในส่วนของต้นทุนการผลิต จะพิจารณาเฉพาะต้นทุนทางตรง ได้แก่ ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ในทางเศรษฐศาสตร์ถือว่าเป็นต้นทุนผันแปร ซึ่งจะแตกต่างกันในส่วนของคุณค่าแรงงานในการผลิตผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด เพราะมีอัตราค่าแรงไม่เท่ากัน ส่วนต้นทุนคงที่ หมายถึง ค่าอาคารสถานที่ และเครื่องมือ เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต เนื่องจากสมาชิกแต่ละคนจะทำการผลิตภายในบ้านของตนเอง ซึ่งมีเครื่องมือเครื่องจักรเป็นของตนเองที่ใช้มานานแล้ว ได้แก่ กี่ทอผ้า จักรเย็บผ้า จึงไม่สามารถประมาณการได้ ดังนั้น ต้นทุนที่ปรากฏในตารางที่ 5.3 นั้น จะแสดงให้เห็นถึงต้นทุนผันแปรแต่เพียงอย่างเดียว

ตารางที่ 5.3 ต้นทุนและกำไรของผ้าคลุมเตียงขนาด 5 ฟุต

หน่วย : บาท

รายการ	การขายส่ง	การขายปลีก
ราคาขาย	500	550
หัก ต้นทุน	175	175
- ค่าวัสดุคืบต่อผืน (95)		
- ค่าแรงต่อผืน (80)		
กำไรขั้นต้น	325	375
หัก เงินเข้ากลุ่มฯ	10	10
กำไรสุทธิ	315	365

ที่มา: บัณฑิต บัณฑิต (2546: สัมภาษณ์) และจากการคำนวณ

ผ้าคลุมเตียงขนาด 5 ฟุต ใช้กับเตียงที่มีขนาด 3.5 ฟุต ซึ่งผ้าคลุมเตียงมีหน้ากว้าง 1.5 เมตร ยาว 2 เมตร (กว้าง 60 นิ้ว ยาว 78 นิ้ว) ซึ่งผ้าราคาถูกละ 500 บาท ในการทำผ้าคลุมเตียงใช้ผ้า 2 ลูก เป็นเงิน 1,000 บาท ซึ่งสามารถทอผ้าคลุมเตียงที่มีหน้ากว้าง 60 นิ้วหรือขนาด 5 ฟุต ได้ประมาณ 12 ผืน ต้นทุนค่าวัสดุคืบต่อผืนต่อผ้าคลุมเตียงขนาด 5 ฟุต ต่อ 1 ผืน จะเท่ากับ 85 บาท ค่าผ้าที่ใช้ผูกชายทั้ง 4 ด้าน อีก 10 บาท รวมเป็นเงินค่าวัสดุคืบทั้งสิ้น 95 บาท

สำหรับต้นทุนค่าแรงต่อผืน พิจารณาได้จากผ้าทอที่มีขนาดหน้ากว้าง 40 นิ้ว (ประมาณ 1 เมตร) หรือคิดเป็นพื้นที่ของผ้าเท่ากับ 1 ตารางเมตร แรงงานจะได้รับเงิน 20 บาท ดังนั้น ผ้าคลุมเตียงขนาด 5 ฟุต มีพื้นที่ 3 ตารางเมตร จะได้ค่าแรงในการทอเท่ากับ 60 บาท รวมกับค่าผูกชาย อีก 20 บาท รวมเป็นต้นทุนค่าแรง 80 บาท ต่อผ้าคลุมเตียงขนาด 5 ฟุต 1 ผืน ดังนั้นต้นทุนการผลิตทั้งหมดเท่ากับ 175 บาท และนำมาหักออกจากราคาขาย ซึ่งจำแนกเป็นราคาขายส่ง 500 บาท และราคาขายปลีก 550 บาท จะได้กำไรขั้นต้น 325 บาทและ 375 บาท หลังจากนั้น หักกำไรขั้นต้น 10 บาท เพื่อนำเงินเข้ากลุ่มฯ เป็นค่าบริหารจัดการภายในกลุ่ม 5 บาท เป็นเงินออมของกลุ่มฯ อีก 5 บาท ดังนั้นจะได้กำไรสุทธิ จากการขายส่ง เท่ากับ 315 บาท คิดเป็นร้อยละ 63 และกำไรจากการขายปลีกเท่ากับ 365 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.36 ของราคาขายที่ตั้งไว้

ตารางที่ 5.4 ต้นทุนและกำไรของผ้าคลุมเตียงขนาด 6 ฟุต

หน่วย : บาท

รายการ	การขายส่ง	การขายปลีก
ราคาขาย	600	650
หัก ต้นทุน	<u>235</u>	<u>235</u>
- ค่าวัสดุคืบต่อผืน (115)		
- ค่าแรงต่อผืน (120)		
กำไรขั้นต้น	365	415
หัก เงินเข้ากลุ่มฯ	<u>10</u>	<u>10</u>
กำไรสุทธิ	<u>355</u>	<u>405</u>

ที่มา: บัณฑิต บัณฑิต (2546: สัมภาษณ์) และจากการคำนวณ

ผ้าคลุมเตียง ขนาด 6 ฟุต ใช้กับเตียงที่มีขนาด 5 ฟุต ซึ่งผ้าคลุมเตียงมีหน้ากว้าง 1.8 เมตร ยาว 2 เมตร หรือคิดเป็นหน่วยวัดมาตรฐานของผ้าทอจะได้ความกว้างประมาณ 75 นิ้ว ยาว 78 นิ้ว ซึ่งผ้ายาราคากิโลละ 500 บาท ในการทำผ้าคลุมเตียงใช้ผ้า 2 ลูก เป็นเงิน 1,000 บาท สามารถทอผ้าคลุมเตียงที่มีหน้ากว้าง 75 นิ้ว ได้ประมาณ 10 ผืน ต้นทุนค่าวัสดุคืบต่อผ้าคลุมเตียงขนาด 6 ฟุต ต่อ 1 ผืน จะเท่ากับ 100 บาท เมื่อรวมกับผ้าที่ใช้ผูกชายทั้ง 4 ด้าน อีก 15 บาทรวมเป็นเงินค่าวัสดุคืบทั้งสิ้น 115 บาท

สำหรับต้นทุนค่าแรงต่อผืน พิจารณาได้จากผ้าทอที่มีขนาดหน้ากว้าง 40 นิ้ว (ประมาณ 1 เมตร) หรือคิดเป็นพื้นที่เท่ากับ 1 ตารางเมตร แรงงานจะได้รับเงิน 20 บาท ดังนั้นผ้าคลุมเตียงขนาด 6 ฟุต มีพื้นที่ทั้งสิ้น 3.6 ตารางเมตร จะได้ค่าแรงในการทอเท่ากับ 85 บาท รวมกับค่าผูกชาย 35 บาท รวมเป็นต้นทุนค่าแรง 120 บาท ต่อผ้าคลุมเตียงขนาด 6 ฟุต 1 ผืน ดังนั้นต้นทุนการผลิตทั้งหมดเท่ากับ 235 บาท นำต้นทุนมาหักออกจากราคาขาย ซึ่งจำแนกเป็นราคาขายส่ง 600 บาท และราคาขายปลีก 650 บาท จะได้กำไรขั้นต้น 365 บาทและ 415 บาท หลังจากนั้น หักกำไรขั้นต้น 10 บาท เพื่อนำเงินเข้ากลุ่มฯ เป็นค่าบริหารจัดการภายในกลุ่ม 5 บาท เป็นเงินออมของกลุ่มฯ อีก 5 บาท ดังนั้น จะได้กำไรสุทธิจากการขายผ้าคลุมเตียงขนาด 6 ฟุต โดยเป็นกำไรจากการขายส่งเท่ากับ 355 บาท คิดเป็นร้อยละ 59.17 และกำไรจากการขายปลีกเท่ากับ 405 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.31 ของราคาขายที่ตั้งไว้

ตารางที่ 5.5 ต้นทุนและกำไรของผ้าคลุมเตียงขนาด 8 ฟุต

หน่วย : บาท

รายการ	การขายส่ง	การขายปลีก
ราคาขาย	800	850
หัก ต้นทุน	370	370
- ค่าวัสดุคืบต่อผืน (145)		
- ค่าแรงต่อผืน (225)		
กำไรขั้นต้น	430	480
หัก เงินเข้ากลุ่มฯ	10	10
กำไรสุทธิ	420	470

ที่มา: บัณฑิต ชัดสงคราม (2546: สัมภาษณ์) และจากการคำนวณ

ผ้าคลุมเตียง ขนาด 8 ฟุต ใช้กับเตียงที่มีขนาด 6 ฟุต ซึ่งผ้าคลุมเตียงมีหน้ากว้าง 2.5 เมตร ยาว 2 เมตร หรือคิดเป็นหน่วยวัดมาตรฐานของผ้าทอจะมีความกว้างประมาณ 100 นิ้ว ยาว 78 นิ้ว ซึ่งผ้ายราคาถูกละ 500 บาท ในการทำผ้าคลุมเตียงใช้ผ้าย 2 ลูก เป็นเงิน 1,000 บาท สามารถทอผ้าคลุมเตียงที่มีหน้ากว้าง 100 นิ้ว ได้ประมาณ 8 ผืน ต้นทุนค่าวัสดุคืบต่อผ้าคลุมเตียงขนาด 8 ฟุต 1 ผืน จะเท่ากับ 125 บาท เมื่อรวมกับผ้ายที่ใช้ผูกชายทั้ง 4 ด้าน อีก 20 บาทรวมเป็นเงินค่าวัสดุคืบทั้งสิ้น 145 บาท

สำหรับต้นทุนค่าแรงต่อผืน พิจารณาได้จากผ้าทอที่มีขนาดหน้ากว้าง 40 นิ้ว (ประมาณ 1 เมตร) หรือคิดเป็นพื้นที่ของผ้าเท่ากับ 1 ตารางเมตร แรงงานจะได้รับเงิน 20 บาท ดังนั้นผ้าคลุมเตียงขนาด 8 ฟุต มีพื้นที่ 3 ตารางเมตร จะได้ค่าแรงในการทอเท่ากับ 165 บาท รวมกับค่าผูกชาย อีก 60 บาท รวมเป็นต้นทุนค่าแรง 225 บาท ต่อผ้าคลุมเตียงขนาด 8 ฟุต 1 ผืน ดังนั้นต้นทุนการผลิตทั้งหมดเท่ากับ 370 บาท นำต้นทุนมาหักออกจากราคาขาย ซึ่งจำแนกเป็นราคาขายส่ง 800 บาท และราคาขายปลีก 850 บาท จะได้กำไรขั้นต้น 430 บาทและ 480 บาท หลังจากนั้น หักกำไรขั้นต้น 10 บาท เพื่อนำเงินเข้ากลุ่มฯ เป็นค่าบริหารจัดการภายในกลุ่ม 5 บาท เป็นเงินออมของกลุ่มฯ อีก 5 บาท ดังนั้นจะได้กำไรสุทธิจากการขายผ้าคลุมเตียงขนาด 8 ฟุต โดยเป็นกำไรจากการขายส่ง เท่ากับ 420 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.5 และกำไรจากการขายปลีก เท่ากับ 470 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.29 ของราคาขายที่ตั้งไว้

ตารางที่ 5.6 ต้นทุนและกำไรของผ้าผืน

หน่วย : บาท

รายการ	การขายส่ง	การขายปลีก
ราคาขาย	230	250
หัก ต้นทุน	<u>85</u>	<u>85</u>
- ค่าวัสดุคืบต่อผืน (45)		
- ค่าแรงต่อผืน (40)		
กำไรขั้นต้น	145	165
หัก เงินเข้ากลุ่มฯ	<u>10</u>	<u>10</u>
กำไรสุทธิ	<u>135</u>	<u>155</u>

ที่มา: บัณฑิต ชัดสงคราม (2546: สัมภาษณ์) และจากการคำนวณ

ผ้าผืนมีขนาดหน้ากว้าง 1 เมตร ยาว 1.35 เมตร หรือคิดเป็นหน่วยวัดมาตรฐานของผ้าทอจะได้ความกว้างประมาณ 40 นิ้ว ยาว 55 นิ้ว ซึ่งฝ้าย 1 ลูก เป็นเงิน 500 บาท สามารถทอผ้าผืนที่มีหน้ากว้าง 40 นิ้ว ได้ประมาณ 12 ผืน ต้นทุนค่าวัสดุคืบต่อผ้าผืน 1 ผืน จะเท่ากับ 45 บาท เมื่อรวมกับต้นทุนของบ่าผ้าผืนและกระดุม รวมเป็นเงินค่าวัสดุคืบทั้งสิ้น 85 บาท

สำหรับต้นทุนค่าแรงต่อผืน พิจารณาได้จากผ้าทอที่มีขนาดหน้ากว้าง 40 นิ้ว (ประมาณ 1 เมตร) หรือคิดเป็นพื้นที่ของผ้าเท่ากับ 1 ตารางเมตร แรงงานจะได้รับเงิน 20 บาท ดังนั้นผ้าผืนที่มีหน้ากว้าง 40 นิ้ว แรงงานจะได้ค่าแรงในการทอเท่ากับ 20 บาท รวมกับค่าตัดเย็บ ประดับ ตกแต่งอีก 20 บาท รวมเป็นต้นทุนค่าแรง 40 บาท ต่อผ้าผืน 1 ผืน ดังนั้นต้นทุนการผลิตทั้งหมดเท่ากับ 85 บาท นำต้นทุนมาหักออกจากราคาขาย ซึ่งจำแนกเป็นราคาขายส่ง 230 บาท และราคาขายปลีก 250 บาท จะได้กำไรขั้นต้น 145 บาทและ 165 บาท หลังจากนั้น หักกำไรขั้นต้น 10 บาท เพื่อนำเงินเข้ากลุ่มฯ เป็นค่าบริการจัดการภายในกลุ่ม 5 บาท เป็นเงินออมของกลุ่มฯ อีก 5 บาท ดังนั้น จะได้กำไรสุทธิจากการขายผ้าผืน โดยเป็นกำไรจากการขายส่งเท่ากับ 135 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.69 และกำไรจากการขายปลีกเท่ากับ 155 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.00 ของราคาขายที่ตั้งไว้

ตารางที่ 5.7 ต้นทุนและกำไรของหมอนอิง (เฉพาะปลอกหมอนอิง)

หน่วย : บาท

รายการ	การขายส่ง	การขายปลีก
ราคาขาย	55	60
<u>หัก</u> ต้นทุน	<u>28</u>	<u>28</u>
- ค่าวัสดุคืบต่อผืน (18)		
- ค่าแรงต่อผืน (10)		
กำไรขั้นต้น	27	32
<u>หัก</u> เงินเข้ากลุ่มฯ	<u>10</u>	<u>10</u>
กำไรสุทธิ	<u>17</u>	<u>22</u>

ที่มา: บั้วเพชร จัดสงคราม (2546: สัมภาษณ์) และจากการคำนวณ

ในการคิดต้นทุนและกำไรของหมอนอิง ในกรณีนี้จะพิจารณาเฉพาะปลอกหมอนอิง ซึ่งมีขนาดหน้ากว้าง 16 นิ้ว ยาว 16 นิ้ว ซึ่งผ้าย 1 ลูก เป็นเงิน 500 บาท สามารถทอผ้าที่มีหน้ากว้าง 16 นิ้ว ได้ทั้งสิ้น 50 เมตร โดยผ้าทอ 1 เมตร สามารถนำมาทำปลอกหมอนอิงได้ 2 ผืน ดังนั้น ผ้าย 1 ลูก สามารถทำปลอกหมอนอิงได้ 100 ผืน ต้นทุนค่าวัสดุคืบต่อปลอกหมอนอิง 1 ผืน จะเท่ากับ 5 บาท เมื่อรวมกับค่าชิป รวมเป็นเงินค่าวัสดุคืบทั้งสิ้น 18 บาท

สำหรับต้นทุนค่าแรงต่อผืน พิจารณาได้จากผ้าทอที่มีขนาดหน้ากว้าง 40 นิ้ว (ประมาณ 1 เมตร) หรือคิดเป็นพื้นที่ของผ้าเท่ากับ 1 ตารางเมตร แรงงานจะได้รับเงิน 20 บาท ดังนั้นหมอนอิงที่มีหน้ากว้าง 16 นิ้ว แรงงานจะได้ค่าแรงในการทอเท่ากับ 8 บาท เมื่อรวมกับค่าตัดเย็บ ประดับ ตกแต่งอีก 2 บาท รวมเป็นต้นทุนค่าแรง 10 บาท ต่อปลอกหมอนอิง 1 ผืน ดังนั้นต้นทุนการผลิตทั้งหมดเท่ากับ 28 บาท นำต้นทุนมาหักออกจากราคาขาย ซึ่งจำแนกเป็นราคาขายส่ง 55 บาท และราคาขายปลีก 60 บาท จะได้กำไรขั้นต้นจากการขายส่ง 27 บาท และจากการขายปลีก 32 บาท ตามลำดับ หลังจากนั้นหักกำไรขั้นต้น 10 บาท เพื่อนำเงินเข้ากลุ่มฯ เป็นค่าบริหารจัดการภายในกลุ่ม 5 บาท เป็นเงินออมของกลุ่มฯ อีก 5 บาท ดังนั้น จะได้รับกำไรสุทธิจากการขายปลอกหมอนอิง โดยเป็นกำไรจากการขายส่งเท่ากับ 17 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.90 และกำไรจากการขายปลีกเท่ากับ 22 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.37 ของราคาขายที่ตั้งไว้

ตารางที่ 5.8 ต้นทุนและกำไรของหมอนอิง (ปลอกหมอนกับไส้หมอน)

หน่วย : บาท

รายการ	การขายส่ง	การขายปลีก
ราคาขาย	100	120
หัก ต้นทุน	55	55
- ค่าวัสดุคืบต่อใบ (45)		
- ค่าแรงต่อใบ (10)		
กำไรขั้นต้น	45	65
หัก เงินเข้ากลุ่มฯ	10	10
กำไรสุทธิ	35	55

ที่มา: บั้วเพชร ชัดสงคราม (2546: สัมภาษณ์) และจากการคำนวณ

ในการคิดต้นทุนและกำไรของหมอนอิง ในกรณีนี้จะพิจารณาทั้งปลอกหมอนอิงและไส้หมอน ซึ่งผลิตโดยใยสังเคราะห์ โดยมีขนาดหน้ากว้าง 16 นิ้ว ยาว 16 นิ้ว ซึ่งฝ้าย 1 ลูก เป็นเงิน 50 บาท สามารถทอผ้าที่มีหน้ากว้าง 16 นิ้ว ได้ทั้งสิ้น 50 เมตร โดยผ้าทอ 1 เมตร สามารถนำมาทำปลอกหมอนอิงได้ 2 ผืน ดังนั้น ฝ้าย 1 ลูก สามารถทำปลอกหมอนอิงได้ 100 ผืน ต้นทุนค่าวัสดุคืบต่อปลอกหมอนอิง 1 ผืน จะเท่ากับ 5 บาท เมื่อรวมกับค่าชิป 5 บาท และไส้หมอนซึ่งต้องรับซื้อจากผู้ผลิตรายอื่น อีก 30 บาท รวมเป็นเงินค่าวัสดุคืบทั้งสิ้น 45 บาท

สำหรับต้นทุนค่าแรงต่อใบ พิจารณาได้จากผ้าทอที่มีขนาดหน้ากว้าง 40 นิ้ว (ประมาณ 1 เมตร) หรือคิดเป็นพื้นที่ของผ้าเท่ากับ 1 ตารางเมตร แรงงานจะได้รับเงิน 20 บาท ดังนั้น หมอนอิงที่มีหน้ากว้าง 16 นิ้ว แรงงานจะได้ค่าแรงในการทอเท่ากับ 8 บาท รวมกับค่าตัดเย็บ ประดับ ตกแต่ง อีก 2 บาท รวมเป็นต้นทุนค่าแรง 10 บาท ต่อหมอนอิง 1 ใบ ดังนั้นต้นทุนการผลิตทั้งหมดเท่ากับ 55 บาท นำต้นทุนมาหักออกจากราคาขาย ซึ่งจำแนกเป็นราคาขายส่ง 100 บาท และราคาขายปลีก 120 บาท จะได้กำไรขั้นต้นจากการขายส่ง 45 บาทและจากการขายปลีก 65 บาท ตามลำดับ หลังจากนั้น หักกำไรขั้นต้น 10 บาท เพื่อนำเงินเข้ากลุ่มฯ เป็นค่าบริหารจัดการ ภายในกลุ่ม 5 บาท เป็นเงินออมของกลุ่มฯ อีก 5 บาท ดังนั้น จะได้กำไรสุทธิจากการขายปลอกหมอนอิง โดยเป็นกำไรจากการขายส่ง เท่ากับ 35 บาท คิดเป็นร้อยละ 35 และกำไรจากการขายปลีก เท่ากับ 55 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.83 ของราคาขายที่ตั้งไว้

เลขหมู่.....

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตารางที่ 5.9 ต้นทุนและกำไรของชุดผ้ารองงาน (ชุด 4 ที่)

หน่วย : บาท

รายการ	การขายส่ง	การขายปลีก
ราคาขาย	100	120
หัก ต้นทุน	34	34
- ค่าวัสดุคืบต่อชุด (20)		
- ค่าแรงต่อชุด (14)		
กำไรขั้นต้น	66	86
หัก เงินเข้ากลุ่มฯ	10	10
กำไรสุทธิ	56	76

ที่มา: บั้วเพชร ชัดสงคราม (2546: สัมภาษณ์) และจากการคำนวณ

การคิดต้นทุนและกำไรของชุดผ้ารองงาน ในกรณีนี้จะทำการพิจารณาชุดผ้ารองงานชุด 4 ที่ โดยมีขนาดหน้ากว้าง 13 นิ้ว ยาว 18 นิ้ว ซึ่งฝ้าย 1 ลูก เป็นเงิน 500 บาท สามารถทอผ้าที่มีหน้ากว้าง 13 นิ้ว ดังนั้น ฝ้าย 1 ลูก สามารถทำชุดผ้ารองงานสำหรับ 4 ที่ ได้ 100 ผืน หรือคิดเป็น 25 ชุด ต้นทุนต่อผืน เท่ากับ 5 บาท ดังนั้นต้นทุนค่าวัสดุคืบต่อชุดผ้ารองงานชุด 4 ที่ เป็นเงินประมาณ 20 บาท

สำหรับต้นทุนค่าแรงต่อชุด พิจารณาได้จากผ้าทอที่มีขนาดหน้ากว้าง 40 นิ้ว (ประมาณ 1 เมตร) หรือคิดเป็นพื้นที่ของผ้าเท่ากับ 1 ตารางเมตร แรงงานจะได้รับเงิน 20 บาท ดังนั้นหมอนอิงที่มีหน้ากว้าง 13 นิ้ว แรงงานจะได้ค่าแรงในการทอเท่ากับ 6 บาท เมื่อรวมกับค่าตัดเย็บ ประดับ ตกแต่ง อีกผืนละ 2 บาท ทั้งหมด 4 ผืน รวมเป็นต้นทุนค่าแรง 14 บาท ต่อผ้ารองงานชุด 4 ที่ 1 ชุด ดังนั้น ต้นทุนการผลิตทั้งหมดเท่ากับ 34 บาท จากนั้นนำต้นทุนมาหักออกจากราคาขายซึ่งจำแนกเป็นราคาขายส่ง 100 บาท และราคาขายปลีก 120 บาท จะได้กำไรขั้นต้นจากการขายส่ง 66 บาท และจากการขายปลีก 86 บาท ตามลำดับ จากนั้น หักกำไรขั้นต้น 10 บาท เพื่อนำเงินเข้ากลุ่มฯ เป็นค่าบริหารจัดการภายในกลุ่ม 5 บาท เป็นเงินออมของกลุ่มฯ อีก 5 บาท ดังนั้น จะได้กำไรสุทธิจากการขายชุดผ้ารองงานสำหรับ 4 ที่ โดยเป็นกำไรจากการขายส่ง เท่ากับ 56 บาท คิดเป็นร้อยละ 56 และกำไรจากการขายปลีก เท่ากับ 76 บาท คิดเป็นร้อยละ 63.33 ของราคาขายที่ตั้งไว้

ตารางที่ 5.10 ต้นทุนและกำไรของชุดผ้ารองงาน (ชุด 6 ที่)

หน่วย : บาท

รายการ	การขายส่ง	การขายปลีก
ราคาขาย	140	160
<u>หัก</u> ต้นทุน	<u>51</u>	<u>51</u>
- ค่าวัสดุคิบต่อชุด (30)		
- ค่าแรงต่อชุด (21)		
กำไรขั้นต้น	89	109
<u>หัก</u> เงินเข้ากลุ่มฯ	<u>10</u>	<u>10</u>
กำไรสุทธิ	<u>79</u>	<u>99</u>

ที่มา: บั้วเพชร ขัดสงคราม (2546: สัมภาษณ์) และจากการคำนวณ

การคิดต้นทุนและกำไรของชุดผ้ารองงาน ในกรณีนี้จะพิจารณาชุดผ้ารองงานชุด 6 ที่ โดยมีขนาดหน้ากว้าง 13 นิ้ว ยาว 18 นิ้ว ซึ่งฝ้าย 1 ลูก เป็นเงิน 500 บาท สามารถทอผ้าที่มีหน้ากว้าง 13 นิ้ว ดังนั้น ฝ้าย 1 ลูก สามารถทำชุดผ้ารองงานสำหรับ 4 ที่ ได้ 100 ผืน หรือประมาณ 16 ชุด ต้นทุนต่อผืน เท่ากับ 5 บาท ดังนั้นต้นทุนค่าวัสดุคิบต่อชุดผ้ารองงาน ชุด 6 ที่ เป็นเงินประมาณ 30 บาท

สำหรับต้นทุนค่าแรงต่อชุด พิจารณาได้จากผ้าทอที่มีขนาดหน้ากว้าง 40 นิ้ว (ประมาณ 1 เมตร) หรือคิดเป็นพื้นที่ของผ้าเท่ากับ 1 ตารางเมตร แรงงานจะได้รับเงิน 20 บาท ดังนั้น หมอนอิงที่มีหน้ากว้าง 13 นิ้ว แรงงานจะได้ค่าแรงในการทอเท่ากับ 9 บาท รวมกับค่าตัดเย็บ ประดับ ตกแต่ง อีก ผืนละ 2 บาท ทั้งหมด 6 ผืน รวมเป็นต้นทุนค่าแรง 14 บาท ผ้ารองงานชุด 6 ที่ 1 ชุด ดังนั้นต้นทุนการผลิตทั้งหมดเท่ากับ 34 บาท จากนั้นนำต้นทุนมาหักออกจากราคาขาย ซึ่งจำแนกเป็นราคาขายส่ง 140 บาท และราคาขายปลีก 160 บาท จะได้กำไรขั้นต้นจากการขายส่ง 89 บาทและ จากการขายปลีก 109 บาท ตามลำดับ หลังจากนั้น หักกำไรขั้นต้น 10 บาท เพื่อนำเงินเข้ากลุ่มฯ เป็นค่าบริหารจัดการภายในกลุ่ม 5 บาท เป็นเงินออมของกลุ่มฯ อีก 5 บาท ดังนั้น จะได้กำไรสุทธิจากการขายชุดผ้ารองงานสำหรับ 6 ที่ โดยเป็นกำไรจากการขายส่ง เท่ากับ 79 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.43 และกำไรจากการขายปลีก 99 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.87 ของราคาขายที่ตั้งไว้

ตารางที่ 5.11 ต้นทุนและกำไรของกระเป๋

หน่วย : บาท

รายการ	การขายส่ง	การขายปลีก
ราคาขาย	100	120
<u>หัก</u> ต้นทุน	<u>22</u>	<u>22</u>
- ค่าวัสดุคืบต่อใบ (12)		
- ค่าแรงต่อใบ (10)		
กำไรขั้นต้น	78	98
<u>หัก</u> เงินเข้ากลุ่มฯ	<u>10</u>	<u>10</u>
กำไรสุทธิ	<u>68</u>	<u>88</u>

ที่มา: บัณฑิต ชัดสงคราม (2546: สัมภาษณ์) และจากการคำนวณ

ในการคิดต้นทุนและกำไรของกระเป๋ ในกรณีนี้จะพิจารณากระเป๋ที่มีขนาดหน้ากว้าง 16 นิ้ว ซึ่งฝ้าย 1 ลูก เป็นเงิน 500 บาท สามารถทอผ้าที่มีหน้ากว้าง 16 นิ้ว ได้ประมาณ 50 เมตร โดยผ้าทอ 1 เมตร สามารถแปรรูปเป็นกระเป๋ได้ 4 ใบ ดังนั้น ฝ้าย 1 ลูก สามารถทำกระเป๋ได้ 200 ใบ ต้นทุนต่อใบเท่ากับ 5 บาท เมื่อรวมกับวัสดุคืบอื่น ๆ เช่น ซิป กระดุม หววย รวมถึงฝ้ายที่ใช้ทำหูหิ้วหรือสายสะพาย จะเป็นต้นทุนค่าวัสดุคืบต่อกระเป๋ 1 ใบ ประมาณ 12 บาท

สำหรับต้นทุนค่าแรงต่อใบ พิจารณาได้จากผ้าทอที่มีขนาดหน้ากว้าง 40 นิ้ว (ประมาณ 1 เมตร) หรือคิดเป็นพื้นที่ของผ้าเท่ากับ 1 ตารางเมตร แรงงานจะได้รับเงิน 20 บาท ดังนั้นหมอนอิงที่มีหน้ากว้าง 16 นิ้ว แรงงานจะได้ค่าแรงในการทอเท่ากับ 8 บาท รวมกับค่าตัดเย็บ ประดับ ตกแต่งอีกใบละ 2 บาท รวมเป็นต้นทุนค่าแรง 10 บาท ต่อกระเป๋ 1 ใบ ดังนั้นต้นทุนทั้งหมดเท่ากับ 22 บาท จากนั้นนำต้นทุนมาหักออกจากราคาขาย ซึ่งจำแนกเป็นราคาขายส่ง 70 บาท และราคาขายปลีก 85 บาท จะได้กำไรขั้นต้นจากการขายส่ง 48 บาทและ จากการขายปลีก 63 บาท ตามลำดับ หลังจากนั้นหักกำไรขั้นต้น 10 บาท เพื่อนำเงินเข้ากลุ่มฯ โดยเป็นค่าบริการจัดการภายในกลุ่ม 5 บาท เป็นเงินออมของกลุ่มฯ อีก 5 บาท ดังนั้น จะได้กำไรสุทธิจากการขายกระเป๋ โดยเป็นกำไรจากการขายส่ง เท่ากับ 38 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.28 และกำไรจากการขายปลีก 53 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.35 ของราคาขายที่ตั้งไว้

จากการศึกษาถึงผลการดำเนินงานทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนทลวง เป็นการพิจารณาถึงต้นทุนการผลิตและกำไรที่ได้รับจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด ซึ่งการพิจารณาต้นทุนการผลิต จะคิดเพียงต้นทุนผันแปร คือ ค่าแรงงานและค่าวัสดุคืบ โดยค่าแรงงานในการผลิตแต่ละผลิตภัณฑ์จะแตกต่างกันไปตามชนิดของผลิตภัณฑ์ ขนาดและลวดลาย โดยผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมเตียงขนาด 8 ฟุต จะมีการจ่ายค่าแรงงานสูงที่สุด เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีขนาดใหญ่และใช้เวลาในการผลิตนานมาก และการจ่ายต้นทุนค่าแรงงานนั้น จะคิดเป็นรายชิ้น ในส่วนของการตั้งราคาขาย พบว่า การตั้งราคาขายส่งและราคาขายปลีกในแต่ละผลิตภัณฑ์จะแตกต่างกันประมาณร้อยละ 20 สำหรับในตลาดท้องถิ่น คือ การจำหน่ายสินค้าหน้าร้านนั้น หากผู้บริโภคต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ในราคาขายส่ง ก็ต้องซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดตั้งแต่ 5 ชิ้น ขึ้นไป การขายผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดทุก ๆ หน่วยของการขายต้องหักเงินเข้ากลุ่มฯ หน่วยละ 10 บาท จึงจะสามารถคิดกำไรสุทธิจากการขายผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งการขายในราคาปลีกจะสามารถสร้างกำไรสุทธิได้มากกว่าการขายราคาส่ง แต่ไม่ว่าจะขายผลิตภัณฑ์ในราคาส่งหรือราคาปลีก ก็สามารถสร้างกำไรสุทธิจากการขายได้มากกว่าร้อยละ 50 ของราคาขาย ยกเว้นผลิตภัณฑ์เพียงชนิดเดียว คือ หมอนอิง ไม่ว่าจะเป็นการขายเฉพาะปลีกหมอนหรือรวมใส่หมอนด้วย ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างกำไรสุทธิได้สูงสุดคือ ผ้าคลุมเตียงขนาด 8 ฟุต

5.4 ปัญหาและอุปสรรค

จากการศึกษาโครงสร้างทางการตลาด วิธีทางการตลาด รวมไปถึงผลการดำเนินงานทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนทลวง จังหวัดลำพูน มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องมากมายโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านแรงงาน การควบคุมคุณภาพ การตลาด ซึ่งทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคที่กลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านคอนทลวงประสบอยู่ ดังต่อไปนี้

1. ปัญหาทางด้านแรงงาน เกิดจากการที่แรงงานส่วนใหญ่ คือ สมาชิกในกลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านคอนทลวง ได้ประกอบอาชีพแปรรูปผลิตภัณฑ์สิ่งทอเป็นอาชีพรองจากการทำเกษตรกรรม เมื่อมีการสั่งซื้อในปริมาณมาก ๆ จึงเกิดปัญหาการขาดแคลนแรงงานในการผลิต ทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่องในการผลิต และไม่สามารถผลิตได้ทันตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดปัญหาความไม่แน่นอนในปริมาณการผลิต รวมถึงการที่คนรุ่นใหม่ไม่สนใจที่จะสืบทอดภูมิปัญญาอันนี้เอาไว้ แนวทางแก้ไข จึงควรมีการฝึกอบรมให้ความรู้แก่คนรุ่นใหม่ ในพื้นที่ที่จะสานต่อภูมิปัญญาในด้านนี้เอาไว้ และเพื่อจะได้มีผู้ผลิตที่มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น สามารถผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอได้ตามความต้องการของลูกค้า

2. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ปัญหาในเรื่องนี้ ส่วนใหญ่เกิดจากโครงสร้างและขนาดการผลิต โดยลักษณะของโครงสร้างการผลิตของผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนทลวง จะกระจายไปตามบ้านของสมาชิกภายในกลุ่มฯ และหน่วยการผลิตแต่ละหน่วยมีขนาดเล็ก ทำให้ไม่สามารถมีการควบคุมคุณภาพในการผลิต รูปแบบ และขนาดของผลิตภัณฑ์ได้อย่างเต็มที่ แนวทางแก้ไข คือ สมาชิกภายในกลุ่มควรจะมีการปรึกษากัน เพื่อทำความเข้าใจในเรื่องกระบวนการผลิต รวมถึงการได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ ในการที่จะจัดฝึกอบรมในเรื่องของการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรืออบรมเพื่อปรับทัศนคติเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้แก่สมาชิกภายในกลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านคอนทลวง

3. ปัญหาด้านการตลาด เกิดจากการที่กลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านคอนทลวง ไม่สามารถที่จะหาตลาดใหม่ ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อขยายตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สิ่งทอได้ เนื่องจากไม่มีความรู้ในด้านการตลาดและการส่งออก นอกจากนี้อาจมีปัญหาจากการเปลี่ยนแปลงรสนิยมของผู้บริโภค ดังนั้น ภาครัฐควรจะมีบทบาทในการที่จะสนับสนุนมากขึ้น เพื่อแสวงหาตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนมีการให้บริการทางข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดแก่กลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านคอนทลวง ทั้งนี้ เนื่องจากการพัฒนา การตลาดให้กว้างขึ้น จะเป็นการพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอทั้งระบบ คือ เมื่อมีการพัฒนาระบบตลาดแล้ว จะสามารถทำให้มีการพัฒนาเทคนิคการผลิต การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของตลาด

จากปัญหาที่กล่าวมาสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนทลวงกำลังประสบกับปัญหาทางด้านแรงงาน เนื่องจากคนรุ่นใหม่ไม่ค่อยสนใจที่จะสืบต่อภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอ รวมถึงการประกอบอาชีพนี้ไม่ใช่เป็นอาชีพหลักของสมาชิกบ้านคอนทลวง ทำให้บางครั้งไม่สามารถผลิตสินค้าได้ตามความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ขาดความต่อเนื่องในการผลิต อีกทั้งยังประสบกับปัญหาด้านการตลาด คือไม่สามารถเพิ่มช่องทางการตลาดได้ เนื่องจากขาดความรู้และข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด ซึ่งปัญหาเหล่านี้ต้องได้รับการเอาใจใส่อย่างเร่งด่วน เพื่อไม่ให้เกิดความสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาด ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศที่มีการแข่งขันกันสูงมากในปัจจุบัน