

บทที่ 3 ระเบียบวิธีศึกษา

3.1 วิธีศึกษา

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการศึกษารุ่นนี้ จะใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) ซึ่งจะทำการอธิบายถึงโครงสร้างทางการตลาด วิธีการตลาด และผลการดำเนินงานทางการตลาด เพื่อทราบถึงภาพรวมของระบบตลาดผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนทลวง จังหวัดลำพูน โดยอาศัยข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านคอนทลวง ประกอบกับข้อมูลทุติยภูมิที่ได้มีการเก็บรวบรวมไว้ ดังนี้

3.1.1 การศึกษาโครงสร้างทางการตลาด

จากแนวความคิดทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาถึงโครงสร้างทางการตลาด กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนทลวง ไม่สามารถนำหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ตามแนวความคิดทางทฤษฎีที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นมาพิจารณาได้โดยตรงทั้งหมด เนื่องจากหลักเกณฑ์ต่าง ๆ เหล่านั้นเป็นหลักเกณฑ์ทั่ว ๆ ไป ที่เหมาะกับการพิจารณารูรักรกิจหรือสินค้าทางอุตสาหกรรม ซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์สิ่งทอ และเนื่องจากการมีข้อจำกัดในเรื่องของข้อมูลพอสมควร การศึกษาโครงสร้างทางการตลาดในครั้งนี้ จึงจำกัดการศึกษาในเรื่องลักษณะโครงสร้างทั่วไปของผลิตภัณฑ์สิ่งทอ และความแตกต่างของผลิตภัณฑ์

การศึกษาโครงสร้างทั่วไปของผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนทลวง เป็นการพิจารณาถึงการจัดการผลิต ปริมาณการผลิต ความต้องการของตลาด ยอดขายผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย รวมถึงการกำหนดราคาขายของผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ซึ่งการพิจารณาถึงการกำหนดราคาขายของผลิตภัณฑ์นี้ จะศึกษาการกำหนดราคาขายในแต่ละตลาด ได้แก่ ตลาดท้องถิ่น ตลาดต่างจังหวัดและตลาดต่างประเทศ เพื่อพิจารณาว่าปัจจัยใดมีอิทธิพลในการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์สิ่งทอ โดยพฤติกรรมของการกำหนดราคาขาย สามารถแยกเป็นระดับตลาดได้ดังนี้

1. ตลาดในท้องถิ่น หมายถึง การจำหน่ายผลิตภัณฑ์สิ่งทอให้แก่ผู้บริโภคโดยตรงของสมาชิกบ้านคอนทลวง ซึ่งตลาดในท้องถิ่นนั้นจะทำการพิจารณาถึงการกำหนดราคาขายของผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ทั้ง 5 ชนิด

2. ตลาดต่างจังหวัด สำหรับการศึกษาในครั้งนี้หมายถึง กรุงเทพฯ โดยจะทำการพิจารณาถึงการกำหนดราคาขายของผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ทั้ง 5 ชนิด

3. ตลาดต่างประเทศ สำหรับการศึกษาครั้งนี้หมายถึง ประเทศญี่ปุ่น โดยผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่ทำการพิจารณาในตลาดต่างประเทศ คือ กระเป๋า โดยจะพิจารณาถึงการกำหนดราคาขาย เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์สิ่งทอเพียงชนิดเดียวของบ้านคอนหลวง ที่มีการจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศ

การศึกษาคือความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ พิจารณาจากความแตกต่างทางด้านคุณภาพหรือรูปแบบของผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงพิจารณาการให้บริการที่ควบคู่ไปด้วย ได้แก่ การให้เครดิตแก่ลูกค้า การขนส่งสินค้าให้ถึงที่ ซึ่งลักษณะต่าง ๆ เหล่านี้ จะมีผลกระทบต่ออุปสงค์ของผู้ซื้อและระดับการผูกขาดของผู้ขาย เนื่องจากสินค้ามีคุณภาพต่างกัน จะทำให้ผู้ขายสามารถทำการส่งเสริมการขายได้มากขึ้น และขายสินค้าได้มากขึ้น ซึ่งการให้บริการดังกล่าว เป็นผลทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากบ้านคอนหลวง แทนที่จะเลือกซื้อจากผู้ผลิตรายอื่น

3.1.2 การศึกษาวิถีทางการตลาด

การศึกษาดังกล่าวถึงวิถีการตลาดของผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนหลวง จังหวัดลำพูน จะทำให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ทั้ง 5 ชนิด คือ ผ้าคลุมเตียง ผ้าม่าน หมอนอิง ชุดผ้ารองจานและกระเป๋าที่กลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านคอนหลวงทำการผลิตออกมานั้น ได้ผ่านผู้ค้าประเภทใดบ้าง ในปริมาณเท่าใด และมีสถานที่จัดจำหน่ายแหล่งใด ก่อนที่สินค้าจะถึงมือของผู้บริโภค โดยทั่วไปจะใช้แผนภูมิแสดงจำนวนสินค้าที่มีอยู่ในมือของผู้ประกอบการธุรกิจแต่ละประเภทในวิถีการตลาด และให้สินค้าจากมือผู้ผลิตเท่ากับร้อยละ 100 จากนั้นกระจายไปยังผู้ประกอบการธุรกิจแต่ละประเภทจนถึงมือผู้บริโภคเป็นร้อยละต่าง ๆ กัน

3.1.3 การศึกษาผลการดำเนินงานทางการตลาด

การศึกษาคือผลการดำเนินงานทางการตลาด จะพิจารณาถึงต้นทุนและกำไรของผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนหลวง ทั้ง 5 ชนิด ได้แก่ ผ้าคลุมเตียง ผ้าม่าน หมอนอิง ผ้ารองจาน และกระเป๋า โดยจะทำการเปรียบเทียบจากยอดขาย ต้นทุนและผลกำไรของผลิตภัณฑ์

1. ต้นทุนของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ค่าแรงทางตรง ค่าวัสดุดิบ รวมไปถึงค่าขนส่งสินค้า ซึ่งต้นทุนของผลิตภัณฑ์ในทางเศรษฐศาสตร์ จำแนกได้เป็น

ก. ต้นทุนคงที่ หมายถึง ต้นทุนรายจ่ายที่ตายตัว ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิต เช่น ค่าเช่าที่ดิน อาคารสถานที่ ค่าเครื่องจักร เป็นต้น

ข. ต้นทุนผันแปร หมายถึง ต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิต เช่น ค่าจ้างแรงงาน ค่าวัตถุดิบ เป็นต้น

2. รายรับจากการขาย คือ รายได้ที่เกิดขึ้นจากการขายผลิตภัณฑ์สิ่งทอทั้ง 5 ชนิด

3. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน คือ ค่าใช้จ่ายที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าโดยตรง เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ

การศึกษากำไรสุทธิจากการขาย พิจารณาจากนำเอาต้นทุนสินค้าขายและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน หักออกจากรายรับจากการขาย โดยการวิเคราะห์สัดส่วนของกำไรต่อรายรับ จะพิจารณาออกมาในรูปของร้อยละของการขาย เพื่อให้ทราบถึงต้นทุนในการผลิตสินค้าว่ามีค่าใช้จ่ายในส่วนใดมากเกินไป ซึ่งควรจะต้องการปรับปรุงให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม เพื่อให้ผลการดำเนินงานทางการตลาดเป็นที่น่าพอใจและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ได้จากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านคอนหลวง ตำบลแม่แรง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน ได้แก่ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการการผลิต เทคนิคการผลิต ปริมาณการผลิต จำนวนเงินที่ใช้ในการลงทุน จำนวนคนงานภายในกลุ่ม และการตลาด เป็นต้น

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้จากการศึกษา ค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องที่ได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้แล้ว รวมถึงหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดลำพูน ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 จังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำพูน ธนาคารแห่งประเทศไทย