

บทที่ 6

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาโครงสร้างทางการตลาด วิถีทางการตลาด และผลการดำเนินงานทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนหลวง จังหวัดลำพูน สามารถสรุปผลจากการศึกษาและมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

6.1 สรุปผลการศึกษา

เนื่องจากในปัจจุบันภาครัฐได้มีการส่งเสริมอาชีพให้แก่คนในชุมชน เพื่อเป็นการหารายได้เสริมและใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์เมื่อว่างเว้นจากการทำเกษตรกรรม ประชาชนในแต่ละท้องถิ่นก็ได้มีการรวมกลุ่มกันเพื่อทำการผลิตผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อจำหน่าย ซึ่งผลิตภัณฑ์สิ่งทอเป็นสินค้าอย่างหนึ่งที่มีความนิยมนำมา เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความประณีต สวยงามและใช้ฝีมือในการผลิต นอกจากนี้ยังเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยไว้ด้วย กลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านคอนหลวงเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผสมผสานกับวิทยาการสมัยใหม่ ในการผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ทำให้ผลิตภัณฑ์นั้น มีคุณภาพและมาตรฐานที่ดีขึ้น แต่เนื่องจากกลุ่มบ้านคอนหลวงยังไม่ประสบความสำเร็จในการหาตลาดเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์สิ่งทอมากนัก แม้ว่าจะได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐก็ตาม การศึกษาในครั้งนี้จึงได้ทำการวิเคราะห์ถึงโครงสร้างทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนหลวง จังหวัดลำพูน ซึ่งผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

การพิจารณาโครงสร้างทางการตลาดผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนหลวง พบว่า ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนหลวงขึ้นอยู่กับคุณภาพของวัตถุดิบ คือ ฝ้ายที่นำมาใช้ในการผลิต รวมไปถึงความรู้ความชำนาญของผู้ผลิต การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการผลิตควบคู่ไปกับการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น แม้ว่าลักษณะทางกายภาพ เช่น ขนาด รูปแบบ ลวดลายและชนิดของผลิตภัณฑ์ จะมีความคล้ายคลึงกับผู้ผลิตรายอื่น รวมไปถึงมีคุณสมบัติที่ตลาดมีความต้องการเหมือนกันก็ตาม แต่จากการที่กลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านคอนหลวงเคยเข้ารับการฝึกอบรมจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ จึงนำความรู้ที่ได้รับเข้ามาใช้ในการผลิต ทำให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ

ในด้านพฤติกรรมกำหนดยุทธศาสตร์ของกลุ่มบ้านคอนหลวงนั้น พบว่า ในบางครั้งกลุ่มบ้านคอนหลวงมีอิทธิพลในการกำหนดยุทธศาสตร์ของผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 ชนิด คือ ผักลุ่มเตี้ย ผ้าม่าน หมอนอิง ผ้ารองจาน และกระเป๋า ซึ่งการกำหนดยุทธศาสตร์จะแตกต่างกันไปตามตลาดแต่ละแห่ง โดยคำนึงถึงต้นทุนของผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ ทำให้การคำนึงถึงสถานะตลาดและการแข่งขันจึงค่อนข้างต่ำ โดยในแต่ละตลาดจะกำหนดยุทธศาสตร์ถึงทอเหมือนกันคือ เริ่มพิจารณาจากต้นทุนการผลิตแล้วบวกกับกำไรที่ต้องการในแต่ละตลาด โดยตลาดในท้องถิ่นบวกกำไรอีกร้อยละ 10 ตลาดต่างจังหวัดร้อยละ 30 ซึ่งกำไรนี้ได้รวมค่าขนส่งสินค้าเข้าไปด้วย แต่ในตลาดต่างประเทศ ลูกค้าน่าจะมารับสินค้าเอง ก็จะบวกกำไรเพียงร้อยละ 20 ในด้านการให้เครดิตแก่ลูกค้าบางราย ที่มีความไว้เนื้อเชื่อใจได้ ทำให้เป็นการผูกขาดลูกค้าประจำไว้กับกลุ่มฯ สำหรับในช่วงเทศกาลหรือมีการจัดงานแสดงผลิตภัณฑ์ ก็จะมีการลดราคาสินค้าลงมากกว่าปกติเช่นกัน ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์สามารถพิจารณาในเรื่องของการบริการที่มีควบคู่ไปกับผลิตภัณฑ์ คือ การให้เครดิตและมีบริการส่งสินค้าถึงที่ให้แก่ลูกค้า โดยจะคัดเลือกลูกค้าที่มีประวัติในการผ่อนชำระที่ดี มีการซื้อขายกันมานานและสั่งผลิตภัณฑ์ในปริมาณที่มากพอ

ดังนั้น จากผลจากการศึกษาโครงสร้างทางการตลาด ซึ่งพิจารณาถึงลักษณะทั่วไปของผลิตภัณฑ์ถึงทอ ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์รวมถึงการบริการที่มีควบคู่กัน พบว่าผลิตภัณฑ์ถึงทอบ้านคอนหลวง มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตรายอื่นในสายตาของผู้บริโภค ทั้งนี้ในด้านความแตกต่างของผลิตภัณฑ์เป็นการพิจารณาในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และในด้านการให้บริการควบคู่ไปด้วยนั้น พิจารณาถึงการให้เครดิตและการมีบริการส่งสินค้าถึงที่ ดังนั้นตลาดของผลิตภัณฑ์ถึงทอบ้านคอนหลวง จึงเป็นตลาดที่มีลักษณะของการแข่งขันไม่สมบูรณ์ ซึ่งลักษณะดังกล่าวของตลาด จะส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมทางการตลาดของผู้ผลิตในด้านการกำหนดยุทธศาสตร์

การศึกษาวិถีทางการตลาด พบว่า ในทุก ๆ ผลิตภัณฑ์กว่าร้อยละ 70 เป็นการจำหน่ายสินค้าในท้องถิ่น โดยสินค้าจะถูกส่งผ่านมือผู้ผลิตเพียงคนเดียวก่อนที่จะถึงมือผู้บริโภค จะมีก็เพียงแต่ผ้ารองจานเท่านั้นที่มีการจำหน่ายในตลาดท้องถิ่นต่ำกว่าร้อยละ 50 เนื่องจากผู้บริโภคในท้องถิ่นไม่นิยมนำผ้ารองจานไปใช้ในครัวเรือน สำหรับในตลาดต่างจังหวัดและตลาดต่างประเทศ จะมีการจำหน่ายสินค้าผ่านพ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 30 และร้อยละ 5 ตามลำดับ

ผลการดำเนินงานทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ถึงทอบ้านคอนหลวง เป็นการพิจารณาถึงต้นทุนการผลิตและกำไรที่ได้รับจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด โดยจะเริ่มจากราคาขายแล้วหักต้นทุนการผลิต ซึ่งต้นทุนการผลิตในการศึกษาคั้งนี้จะพิจารณาเพียงต้นทุนผันแปร ได้แก่

ค่าแรงงานและค่าวัตถุดิบ และการขายผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดทุก ๆ หน่วยของการขายต้องหักเงินเข้ากลุ่ม ๆ หน่วยละ 10 บาท จึงจะสามารถคิดกำไรสุทธิจากการขายผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งการขายในราคาส่งจะสามารถสร้างกำไรสุทธิได้มากกว่าการขายราคาปลีก แต่ไม่ว่าจะขายผลิตภัณฑ์ในราคาขายส่งหรือราคาขายปลีก ก็สามารถสร้างกำไรสุทธิจากการขายได้มากกว่าร้อยละ 50 ของราคาขายที่ตั้งไว้ ยกเว้นผลิตภัณฑ์เพียงชนิดเดียว คือ หมอนอิง ที่ได้รับกำไรสุทธิต่ำกว่าร้อยละ 50 ของราคาขาย

ปัญหาที่พบจากการศึกษาในครั้งนี้ คือ ปัญหาทางด้านแรงงาน อันเกิดจากการขาดแคลนแรงงานในการผลิต เนื่องจากคนรุ่นใหม่ไม่สนใจที่จะสานต่อภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านนี้ ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ แม้ว่าผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนหลวง จะมีคุณภาพต่างจากคู่แข่งชั้นเนื่องจากใช้วัตถุดิบที่มีความทนทาน แต่ปัญหาในด้านนี้ เกิดจากโครงสร้างและขนาดของการผลิตคือ ไม่สามารถควบคุมคุณภาพการผลิต ขนาดและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากสมาชิกแต่ละคนต่างก็ทำการผลิตที่บ้านของตน รวมถึงปัญหาด้านการตลาดที่เกิดจากการขาดข้อมูลข่าวสารทางการตลาด และการที่กลุ่มฯ ไม่สามารถหาตลาดในประเทศและต่างประเทศแหล่งใหม่เพื่อขยายตลาดของผลิตภัณฑ์สิ่งทอได้

6.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาลักษณะ โครงสร้างทางการตลาด วิธีการตลาด และผลการดำเนินงานทางการตลาด รวมถึงการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนหลวง จังหวัดลำพูน ทำให้ทราบถึงปัญหาต่าง ๆ ที่กลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านคอนหลวงประสบอยู่ การศึกษาในครั้งนี้จึงมีข้อเสนอแนะบางประการที่จะช่วยแก้ปัญหา ซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์และใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรช่วยกันส่งเสริมด้านการพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบ มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า รวมถึงการบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านคอนหลวง มีคุณภาพเทียบเท่ากับสินค้าที่มีตรา ยี่ห้อและได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สิ่งทอของบ้านคอนหลวงได้ ควรมีการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดและเทคนิคการผลิตอันเป็นประโยชน์ในการผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอ เพื่อให้เกิดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ โดยกำหนดแนวทางในการส่งเสริมพัฒนา เพื่อยกระดับคุณภาพมาตรฐานให้แก่ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ เป็นการเพิ่มศักยภาพด้านการตลาดและการแข่งขันเพื่อสู่ระดับสากลต่อไป

2. การพัฒนาด้านการตลาด หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีบทบาททางด้านการสนับสนุนในการแสวงหาลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีการวางแผนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สิ่งทอ รวมทั้งมีการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์สิ่งทอทางอินเทอร์เน็ต และประสานงานในการจัดหาสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการขยายตลาดให้กว้างขึ้น นอกจากนี้ควรพิจารณาถึงการส่งเสริมและพัฒนาเพื่อให้เกิดความยั่งยืนอีกด้วย

6.3 ข้อจำกัดในการศึกษา

จากการศึกษาในครั้งนี้ ข้อมูลในการศึกษาที่ได้จากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านดอนหลวง และการศึกษาข้อมูลจากหน่วยงานราชการ จะพบกับปัญหาทางด้านข้อมูลที่ได้รับจากแต่ละแห่งเกิดความคลาดเคลื่อนไม่ตรงกัน กล่าวคือ ข้อมูลที่ได้รับจากหน่วยงานราชการ และจากการสัมภาษณ์จากประธานกลุ่มฯ เป็นข้อมูลที่ไม่ตรงกันทั้งหมด ดังนั้น ในการที่จะรวบรวมข้อมูลด้านการผลิต การเงิน อาจเกิดความคลาดเคลื่อนกว่าความเป็นจริงได้