

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ ข้อเสนอแนะ และข้อจำกัดการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาวิธีการกำหนดราคากาแฟคั่วสีน้ำตาลเข้มตราดอยคำ โดยใช้แนวความคิดการกำหนดต้นทุนเป้าหมายและกลยุทธ์แข่งขันการสร้างความแตกต่าง โดยมีขั้นตอนการศึกษา ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทำการสำรวจราคากาแฟคั่วที่แข่งขันได้ในตลาดจากกริมปีงซูปเปอร์มาร์เก็ต และที่อซูปเปอร์มาร์เก็ต ทำการออกแบบสอบถามราคาซื้อกาแฟคั่วของร้านกาแฟจำนวน 33 ร้าน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และทำการรวบรวมข้อมูลราคากาแฟคั่วสีน้ำตาลเข้มตราดอยคำ ของมูลนิธิโครงการหลวง ขั้นตอนที่ 2 รวบรวมข้อมูลการกำหนดกำไรตามเป้าหมาย โดยรวบรวมข้อมูลกำไรที่สัมพันธ์กับราคาขายตลอดปีการผลิต ระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ.2548 ถึงเดือน มีนาคม พ.ศ.2550 ของกาแฟคั่วสีน้ำตาลเข้มตราดอยคำ ขั้นตอนที่ 3 นำข้อมูลจากขั้นตอนที่ 1 และขั้นตอนที่ 2 มาคำนวณหาต้นทุนเป้าหมาย ขั้นตอนที่ 4 ทำการจัดการองค์การเพื่อลดต้นทุน ขั้นตอน ที่ 5 ใช้ระบบต้นทุนแบบโคเซนในการควบคุมต้นทุนอย่างต่อเนื่อง สามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

1. สำรวจราคาขายที่แข่งขันกันในตลาด (Determine the market price)

การที่มูลนิธิโครงการหลวงเป็นโครงการในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยมูลนิธิโครงการหลวงวิจัยและพัฒนาพืชที่มีประโยชน์แล้วส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรชาวเขาปลูกทดแทนฝิ่นและลดการทำไร่เลื่อนลอยเพื่อให้ชาวเขามีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและเพิ่มผลิตผลภายในประเทศให้มีความอยู่ดีกินดีและปลอดภัยทั่วประเทศ ดังนั้นการกำหนดราคาขายจึงเป็นไปตามภาวะตลาดที่แข่งขัน ได้ผนวกกับการใช้กลยุทธ์การกำหนดราคาแบบการสร้างความแตกต่าง คุณภาพและตราสินค้า ทำให้กาแฟคั่วที่แข่งขันได้ในตลาดมีราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 945.55 บาท และราคาซื้อกาแฟคั่วของร้านกาแฟมีราคาเฉลี่ยอยู่ระหว่างกิโลกรัมละ 301-400 บาท ราคาขายปลีกกาแฟคั่วสีน้ำตาลเข้มตราดอยคำกิโลกรัมละ 750 บาทและราคาขายส่งกิโลกรัมละ 400 บาท

2. การกำหนดกำไรของกรอบราคาที่กำหนดไว้ (Determine the desired profit)

กำไรของกาแฟคั่วสีน้ำตาลเข้มตราดอยคำขายปลีกกิโลกรัมละ 382.49 บาท และขายส่งมีกำไรกิโลกรัมละ 62.05 บาท

3. การกำหนดต้นทุนเป้าหมายเพื่อให้ได้กำไร (Calculate the target cost at market price less desired profit)

ต้นทุนของกาแฟคั่วสีน้ำตาลเข้มตราดอยคำในปัจจุบัน ขายปลีกมีต้นทุนกิโลกรัมละ 367.51 บาทและขายส่งกิโลกรัมละ 337.95 บาทซึ่งเป็นต้นทุนเป้าหมายจากการกำหนดราคาขายปลีกกิโลกรัมละ 750 บาทและขายส่งกิโลกรัมละ 400 บาท โดยมีต้นทุนที่แตกต่างกันกิโลกรัมละ 29.56 บาท เนื่องจากความแตกต่างของบรรจุภัณฑ์

4. การจัดการองค์การเพื่อลดต้นทุน (Use value engineering to identify ways to reduce product cost)

มูลนิธิโครงการหลวงได้ทำการจัดการองค์การโดยการผลิตอย่างเต็มประสิทธิภาพกำลังการผลิตและควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆเพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุดในด้านคุณภาพและการลดต้นทุน ซึ่งทำให้ต้นทุนคงที่กิโลกรัมละ 110.36 บาทและต้นทุนผันแปรขายปลีกกิโลกรัมละ 257.15 บาทและขายส่งกิโลกรัมละ 227.59 บาท ซึ่งสามารถควบคุมได้ตามต้นทุนเป้าหมาย

5. ใช้ระบบต้นทุนแบบไคเซน ในการควบคุมการลดต้นทุนอย่างต่อเนื่อง (Use kaizen costing and operational control to further reduce cost)

การใช้ระบบต้นทุนไคเซนในการลดต้นทุนซึ่งมีหลักการในการควบคุมการผลิตในทุกด้านทั้งการให้ความสำคัญกับการลดการสูญเสียโดยการควบคุมการลดต้นทุนอย่างต่อเนื่อง สามารถลดต้นทุนจากเดิมได้ทั้งขายปลีกและขายส่งกิโลกรัมละ 8.22 บาท

อภิปรายผล

การศึกษาวิธีการกำหนดราคากาแฟคั่วสีน้ำตาลเข้มตราดอยคำในครั้งนี้ ทำการกำหนดราคากาแฟคั่วสีน้ำตาลเข้มตราดอยคำของมูลนิธิโครงการหลวงโดยใช้กลยุทธ์การแข่งขัน โดยการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ในการผลิตกาแฟคั่วสีน้ำตาลเข้มตราดอยคำให้มีความแตกต่างในด้านคุณภาพและตราสินค้า โดยมูลนิธิโครงการหลวงควบคุมการผลิตตั้งแต่เมล็ดพันธุ์กาแฟ เพาะปลูก การเก็บเกี่ยว จนได้เมล็ดกาแฟดิบเกรด A Premium ในการผลิตกาแฟคั่วสีน้ำตาลเข้มตราดอยคำซึ่งเป็นกาแฟพันธุ์อาราบิก้าแท้ร้อยละ 100 และมีความสดใหม่ โดยมูลนิธิโครงการหลวงกำหนดราคากาแฟคั่วสีน้ำตาลเข้มให้เหมาะสมกับคุณภาพและตราสินค้า ทำให้ผลการศึกษา

มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พัทธนี สุวรรณวิศลกิจ (2542) ซึ่งทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟของประชากรในภาคเหนือ พบว่า ผู้ดื่มที่ดื่มกาแฟคั่ว-บด เนื่องจากพึง

ใจในรสชาติความเป็นกาแฟแท้ ผู้ดื่มกาแฟส่วนใหญ่สามารถระบุได้ว่ากาแฟที่ทดลองชิมมีความแตกต่างกัน และมีแนวโน้มที่ชอบความหอมและรสชาติกาแฟแก้ว-บดมากกว่ากาแฟสำเร็จรูป

มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ รุจกร ผลเพิ่ม (2544) ซึ่งทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟแก้วบด พบว่า ปัจจัยด้านราคาผู้บริโภคทุกกลุ่มให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและอรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับมากกว่าราคาถูก

มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของชลธิรา อินทรเทพ (2546) ซึ่งทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดในร้านกาแฟของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด

มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของจุฑาภรณ์ ยาชะวะนา (2549) ซึ่งทำการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสดในร้านกาแฟของผู้บริโภคใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าตลาดกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญคือกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน จะเลือกซื้อกาแฟที่มีรสชาติและคุณภาพที่ดี ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

และมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของมณฑล สุรพันธ์พิชิต (2550) ซึ่งทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อผลิตภัณฑ์กาแฟแก้วดอยคำ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์กาแฟแก้วดอยคำ คือ เป็นกาแฟราบบิโกแท้ ร้อยละ 100 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญปัจจัยย่อยเรื่อง ความสด/ใหม่มากที่สุด

ข้อค้นพบ

การศึกษาวิธีการกำหนดราคากาแฟแก้วสีน้ำตาลเข้มตราดอยคำมีข้อค้นพบ ดังนี้

1. กาแฟแก้วที่แข่งขันได้ในตลาดมีราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 945.55 บาทและราคาซื้อกาแฟแก้วของร้านกาแฟมีราคาเฉลี่ยอยู่ระหว่างกิโลกรัมละ 301-400 บาท ราคาขายปลีกกาแฟแก้วสีน้ำตาลเข้มตราดอยคำกิโลกรัมละ 750 บาทและราคาขายส่งกิโลกรัมละ 400 บาท

2. มูลนิธิโครงการหลวงกำหนดกำไรกาแฟแก้วสีน้ำตาลเข้มตราดอยคำขายปลีกกิโลกรัมละ 382.49 บาท และขายส่งกิโลกรัมละ 62.05 บาท ทำให้ต้นทุนเป้าหมายกาแฟแก้วสีน้ำตาลเข้มตราดอยคำขายปลีกกิโลกรัมละ 367.51 บาทและขายส่งกิโลกรัมละ 337.95 บาท

3. มูลนิธิโครงการหลวงได้ทำการจัดการองค์การโดยการผลิตกาแฟแก้วสีน้ำตาลเข้มตราดอยคำอย่างเต็มประสิทธิภาพกำลังการผลิตและควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆเพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุดในด้านคุณภาพและการลดต้นทุนตามต้นทุนเป้าหมาย

4. การให้ความสำคัญกับการลดการสูญเสียโดยการควบคุมการลดต้นทุนอย่างเนื่อง

สามารถลดต้นทุนจากเดิมได้ทั้งขายปลีกและขายส่งกิโลกรัมละ 8.22 บาท

5. มุลินธิโครงการหลวงเป็นโครงการในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยมุลินธิโครงการหลวงวิจัยและพัฒนาพืชที่มีประโยชน์แล้วส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรชาวเขาปลูกทดแทนฝิ่นและลดการทำไร่เลื่อนลอยเพื่อให้ชาวเขามีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและเพิ่มผลิตผลภายในประเทศให้มีความอยู่ดีกินดีและปลอดภัยทั่วประเทศ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิธีการกำหนดราคากาแฟคั่วสีน้ำตาลเข้มตราดอยคำมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. การกำหนดราคากาแฟคั่วสีน้ำตาลเข้มตราดอยคำให้สามารถแข่งขันได้ในตลาด สามารถใช้แนวความคิดการกำหนดต้นทุนเป้าหมาย โดยมีขั้นตอนการศึกษา ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 ทำการสำรวจราคากาแฟคั่วที่แข่งขันได้ ขั้นตอนที่ 2 รวบรวมข้อมูลการกำหนดกำไรตามเป้าหมาย ขั้นตอนที่ 3 นำข้อมูลจากขั้นตอนที่ 1 และขั้นตอนที่ 2 มาคำนวณหาต้นทุนเป้าหมาย ขั้นตอนที่ 4 ทำการจัดการองค์การเพื่อลดต้นทุน ขั้นตอนที่ 5 ใช้ระบบต้นทุนแบบโคเซนในการควบคุมต้นทุนอย่างต่อเนื่อง

2. การใช้กลยุทธ์การแข่งขันโดยการสร้างความแตกต่างทางด้านคุณภาพและภาพลักษณ์ตราสินค้า สามารถลดความอ่อนไหวในด้านราคาได้ เนื่องจากทำให้ผู้บริโภคทราบว่ากาแฟคั่วสีน้ำตาลเข้มไม่เหมือนกับคู่แข่งรายอื่น จึงสามารถตั้งราคาได้ค่อนข้างสูงให้เหมาะสมกับคุณภาพและตราสินค้า นอกจากนี้ยังสามารถสร้างภาพพจน์และความภักดีในตราสินค้าให้เกิดขึ้นได้ เนื่องจากผู้บริโภคเคยชินกับความแตกต่างดังกล่าวที่ไม่สามารถหาได้จากสินค้าของคู่แข่ง และยังทำให้คู่แข่งรายใหม่เกิดขึ้นได้ยาก เพราะคู่แข่งเหล่านั้นจะต้องสร้างสินค้าของตนให้แตกต่างจากสินค้าในตลาดให้ได้ก่อนจึงสามารถเข้ามาแข่งขันในตลาดได้

3. มุลินธิโครงการหลวงสามารถลดต้นทุนจากการผลิตกาแฟคั่วสีน้ำตาลเข้มตราดอยคำด้วยการควบคุมการสูญเสียและการผลิตกาแฟคั่วสีน้ำตาลเข้มตราดอยคำของมุลินธิโครงการหลวงยังเป็นการผลิตในปริมาณน้อยเนื่องจากเป็นองค์การเพื่อการวิจัยและพัฒนาทำให้ยังมีต้นทุนเฉลี่ยสูงถ้ามุลินธิโครงการหลวงทำการผลิตในปริมาณที่มากขึ้นจะทำให้ต้นทุนเฉลี่ยลดลงได้

4. กาแฟคั่วสีน้ำตาลเข้มตราดอยคำเป็นสินค้าของมุลินธิโครงการหลวง โครงการในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทำให้มีความภักดี ความเชื่อมั่นในคุณภาพและตราสินค้า และทำให้ลูกค้ามีความภูมิใจในการซื้อสินค้า เนื่องจากมุลินธิโครงการหลวงมีการวิจัยและพัฒนาอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของตลาด ดังนั้น มุลินธิโครงการหลวงควรนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้เพื่อเพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งทางการตลาด เช่น การจัดจำหน่ายโดย

การจัดเป็นกระเช้าเพื่อเป็นของฝาก การออกแบบบรรจุภัณฑ์ในเทศกาลพิเศษ และขยายการจัดจำหน่ายในร้านขายปลีก เป็นต้น

ข้อจำกัดการศึกษา

เนื่องจากมีข้อจำกัดในด้านการสืบค้นราคากาแฟคั่วที่แข่งขันในตลาดและราคากาแฟคั่วสีน้ำตาลเข้มตราดอยคำของโครงการกาแฟอราบิก้า มุลนิธิโครงการหลวง ซึ่งเป็นโครงการเพื่อการวิจัยและพัฒนาจึงมีการผลิตในปริมาณน้อย ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้จึงเป็นเพียงการนำไปประยุกต์ใช้เป็นอีกวิธีหนึ่งในการกำหนดราคาแทนการกำหนดราคาตามต้นทุน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved