

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ในอดีตผ้าฝ้ายทอมือทอขึ้นเพื่อใช้นุ่งห่มในครัวเรือน จนกลายเป็นงานหัตถกรรมที่มีชื่อเสียงของประเทศ ต่อมาเมื่อสังคมมีการเปลี่ยนแปลงจากการทอผ้าเพื่อใช้ในครัวเรือนมาเป็นการทอผ้าเพื่อการค้า ได้มีการนำเครื่องจักรเข้ามาเพื่อตัด ทอนกระบวนการทอผ้าแบบพื้นบ้าน ด้วยการนำดอกฝ้ายไปปั่นเป็นเส้นใยหรือเส้นด้ายด้วยเครื่องจักรในโรงงาน จึงได้เส้นใยฝ้ายโรงงาน แล้วนำมาทอ แต่ยังใช้ฝีมือและแรงงานคนทอ ผ้าทอลักษณะนี้ เรียกว่า ผ้าทอกิ่งอุตสาหกรรม ซึ่งมีจำหน่ายอยู่ทั่วไปตามท้องตลาดในปัจจุบัน (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2548) งานหัตถกรรมทอผ้าทั้งประเภทผ้าทอมือและผ้าทอกิ่งอุตสาหกรรมนั้น ถือเป็นภาคธุรกิจที่สำคัญของประเทศไทย จากข้อมูลด้านการส่งออกสินค้าของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2550 พบว่า ประเทศไทย สามารถส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอซึ่งใช้ฝ้ายเป็นวัตถุดิบ ส่งไปยังต่างประเทศคิดเป็นมูลค่า มากกว่า 100,000 ล้านบาท (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2552)

ในปี พ.ศ. 2551 ภาวะเศรษฐกิจโลกเริ่มชะลอตัวลง ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤติการเงินครั้งนี้ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าฝ้ายทอมือย้อมสีธรรมชาติก็ได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจ เช่นเดียวกัน รวมทั้ง กลุ่มผู้ผลิตผ้าฝ้ายทอมือสีธรรมชาติในเขตภาคเหนือตอนบน สังกัดได้จากคำสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้ามีปริมาณลดลงจำนวนมาก ส่งผลให้สมาชิก ผู้ผลิตบางกลุ่มเปลี่ยนไปประกอบอาชีพอื่นเพื่อทดแทนรายได้จากการทอผ้า กระนั้นก็ตาม ก็ยังมีกลุ่มผู้ผลิตบางกลุ่มที่เป็นสมาชิกของโครงการฝ้ายเกมใหม่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ยังสามารถรักษารักษาลูกค้าและยังดำเนินการผลิตได้อย่างต่อเนื่อง โดยไม่ได้รับผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจมากนัก

จากการที่ผู้ศึกษาได้ทำงานเกี่ยวข้องในด้านนี้ทำให้ได้พบกลุ่มทอผ้าสองกลุ่มที่มีความน่าสนใจในศักยภาพการดำเนินธุรกิจผ้าฝ้ายทอมือสีธรรมชาติ เนื่องจากสามารถประกอบธุรกิจและรักษารักษาลูกค้าไว้ได้ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจตกต่ำของปี พ.ศ. 2551

กลุ่มแรกคือ กลุ่มทอผ้าบ้านนาเดา ตำบลเสริมซ้าย อำเภอสว่างงาม จังหวัดลำปาง สินค้าหลักที่ทางกลุ่มผลิตคือ ผ้าฝ้ายทอมือสีธรรมชาติ มีลักษณะการผลิตเป็นผ้า ผืน ลูกค้าสั่งซื้อเป็นม้วน เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการนำไปแปรรูปเป็นเสื้อผ้าส่งขายไปยังประเทศญี่ปุ่น กลุ่มทอผ้า ดำเนินธุรกิจผ้าฝ้ายทอมือสีธรรมชาติได้อย่างต่อเนื่องหลายปี และมีปริมาณการสั่งซื้อเพิ่มมากขึ้นทุก ๆ ปี โดยทางกลุ่มมีลูกค้าประจำเพียง 1 ราย เป็นลูกค้าชาวญี่ปุ่น ที่มีการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลา 7 ปีแล้ว

ประเด็นที่น่าสนใจสำหรับกลุ่มทอผ้านี้คือ เนื่องจากมีลูกค้าต่างประเทศเพียงรายเดียว ทำให้มีความเสี่ยงในด้านการตลาด ซึ่งทางกลุ่มก็ทราบปัญหานี้และเริ่มสนใจที่จะหาตลาดใหม่ภายในประเทศเพิ่มขึ้น

กลุ่มที่สอง คือ กลุ่มทอผ้าบ้านช่างเคิ่ง ตำบลบ้านตาล อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ เป็นกลุ่มที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับผ้าฝ้ายทอมือสิริธรรมชาติเช่นกัน ทางกลุ่มผลิตผ้าฝ้ายส่งขายให้กับลูกค้าภายในประเทศเป็นจำนวนหลายราย และมียอดการสั่งซื้อเป็นจำนวนเงินหลายแสนบาทในแต่ละเดือน ปริมาณการสั่งซื้อผ้าฝ้ายทอมือสิริธรรมชาติของกลุ่มมีเพิ่มสูงขึ้นทุก ๆ เดือน แม้จะอยู่ในช่วงเศรษฐกิจชะลอตัวก็ตาม ซึ่งทำให้กลุ่มทอผ้านี้มีความเสี่ยงด้านการตลาดน้อยมาก แต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มทอผ้านี้ก็มีฐานลูกค้าในประเทศเป็นส่วนใหญ่เท่านั้น และมีความต้องการที่จะขยายตลาดไปต่างประเทศอีกด้วย ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเปรียบเทียบการดำเนินงานด้านการตลาดกลุ่มผ้าฝ้ายทอมือสิริธรรมชาติบ้านนาเคา ตำบลเสริมซ้าย อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง และกลุ่มทอผ้าบ้านช่างเคิ่ง ตำบลบ้านตาล อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ โดยเน้นศึกษาการดำเนินงานด้าน ส่วนประสมทางการตลาด คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และการตลาดตามเป้าหมาย (Target Marketing) แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปวิเคราะห์หาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัด (SWOT) ทางการตลาด เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาปรับกลยุทธ์การดำเนินงานด้านการตลาดของทั้งสองกลุ่ม เพื่อให้ทั้งสองกลุ่มมีความแข็งแกร่งในการดำเนินธุรกิจ และสามารถดำเนินงานด้านการตลาดได้ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ที่สำคัญผู้นำและสมาชิกกลุ่มฯ จะ สามารถเรียนรู้ ถึงปัญหา แนวโน้มการดำเนินธุรกิจของกลุ่มทอผ้าของตน และปรับตัวกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้ นอกจากนี้กลุ่มผู้ผลิตผ้าฝ้ายทอมือสิริธรรมชาติกลุ่มอื่นๆที่ประสบปัญหาใกล้เคียงกันยังสามารถนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้กับกลุ่มของตนได้ เพื่อเป็นการส่งเสริมธุรกิจผ้าฝ้ายทอมือสิริธรรมชาติของประเทศไทยต่อไปในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการดำเนินงานด้านการตลาด ของ กลุ่มผ้าฝ้ายทอมือสิริธรรมชาติ บ้านนาเคา ตำบลเสริมซ้าย อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง และกลุ่มทอผ้าบ้านช่างเคิ่ง ตำบลบ้านตาล อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.3.1 ทำให้ทราบถึงการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มผ้าฝ้ายทอมือสิริธรรมชาติ บ้านนาเคา ตำบลเสริมซ้าย อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง และกลุ่มทอผ้าบ้านช่างเคิ่ง ตำบลบ้านตาล อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่

1.3.2 สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์และการดำเนินงาน และปรับปรุงกลยุทธ์ ด้านการตลาดของกลุ่มผ้าฝ้ายทอมือสี่ธรรมชาติด้านนาเดา ตำบลเสริมซ้าย อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง และกลุ่มทอผ้าบ้านช่างเคิ่ง ตำบลบ้านตาล อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ ตลอดจนกลุ่มผลิตผ้าทอมืออื่นๆ ที่สนใจเกี่ยวกับผ้าฝ้ายทอมือสี่ธรรมชาติ

1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ผ้าฝ้ายทอมือ หมายถึง การนำเส้นใยฝ้ายมาถักทอเป็นผืนผ้า เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการปลูกฝ้าย การเก็บดอกฝ้ายมาตากแห้งแดดให้แห้งสนิท แล้วนำไปแยกเมล็ดออกจากปุยฝ้าย จากนั้นนำปุยฝ้ายไปตีคดให้แตกตัวเป็นปุยละเอียด แล้วนำไปล้อด้วยไม้ล้อ ให้เป็นแท่งกลมยาว จากนั้นจึงนำไปเจ็นฝ้ายให้เป็นเส้น โดยเส้นใยฝ้ายที่ได้จะเ็นม้วนมาเสมอ กัน มีเส้นเล็กบ้างใหญ่บ้าง เพราะใช้มือในการเจ็นฝ้ายเป็นเส้นใย แล้วจึงนำเส้นใยไปใช้ในการทอ เป็นกระบวนการตามภูมิปัญญาเฉพาะของแต่ละท้องถิ่น ทำให้เกิดเป็นผืนผ้าที่มีเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2548)

กลุ่มผ้าฝ้ายทอมือสี่ธรรมชาติ หมายถึง กลุ่มผ้าฝ้ายทอมือสี่ธรรมชาติด้านนาเดา ตำบลเสริมซ้าย อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง และกลุ่มผ้าฝ้ายทอมือสี่ธรรมชาติด้านช่างเคิ่ง ตำบลบ้านตาล อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่

การดำเนินงานด้านการตลาด หมายถึง การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ด้านธุรกิจ ซึ่งจะต้องมีการวางแผนการผลิต การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ตลอดจนการดำเนินกิจการทุกอย่างเพื่อสนองความต้องการ และบริการให้แก่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค ฟังพอใจโดยในการวิจัยครั้งนี้จะใช้แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดตามเป้าหมาย (Target Marketing) ประกอบด้วย การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) การเลือกตลาดเป้าหมาย (Market Targeting) และการกำหนดตำแหน่งในตลาด (Market Positioning) และแนวคิดปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix, 4 Ps) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานและกลยุทธ์ด้านการตลาด

การเปรียบเทียบการดำเนินงานด้านการตลาด หมายถึง การนำผลการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มผ้าฝ้ายทอมือสี่ธรรมชาติด้านนาเดา ตำบลเสริมซ้าย อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง และกลุ่มผ้าฝ้ายทอมือสี่ธรรมชาติด้านช่างเคิ่ง ตำบลบ้านตาล อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ มาเปรียบเทียบกัน โดยยึดแนวคิดด้านการตลาดเป็นเกณฑ์ในการเปรียบเทียบ คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และการตลาดตามเป้าหมาย (Target Marketing) พร้อมทั้งวิเคราะห์หาจุดแข็งและจุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัด ในการดำเนินงานของแต่ละกลุ่ม แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจของแต่ละกลุ่ม

คุณภาพผ้าฝ้ายทอมือ หมายถึง เนื้อผ้าต้องประณีต สวยงาม ไม่บิดเบี้ยว ฉีก ขาดเป็นรู ไม่เป็น
ราขนาคริมขอบผ้าเท่ากันสม่ำเสมอตลอดทั้งผืน รอยต่อต้องไม่แยกออกจากกัน สีอ่อนจากธรรมชาติ
ต้องสม่ำเสมอ ไม่ต่าง หลุดหรือลอก และเมื่อลูบผืนผ้าแล้วสีต้องไม่ติดมือ หลังการซักผ้าทอมือสีต้อง
ไม่หลุดลอก หรือเปลี่ยนแปลงไปจากก่อนซัก (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, 2552)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved