

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

- ชื่อเรื่อง** : การศึกษาการบริหารการตลาดของสินค้าหัตถกรรมผ้าทอพื้นเมือง โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของศูนย์สี่ตะกอก กลุ่มทอผ้าบ้านคอนหลวง ตำบลแม่แรง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน
- ผู้จัดทำ** : นางสาวนภาพร อนุวัฒน์ศิริกุล
- อาจารย์ที่ปรึกษา**: ดร. รุติกุล ไชยวรรณ
- หลักสูตร** : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
- จำนวนหน้า** : 84 หน้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การบริหารการตลาดของสินค้าหัตถกรรมผ้าทอพื้นเมือง ถึงปัญหาในการบริหารการตลาด สำรวจความคิดเห็นของกลุ่มทอผ้าบ้านคอนหลวงที่มีต่อการวิเคราะห์อุตสาหกรรม ผ้าทอพื้นเมือง ศูนย์สี่ตะกอก กลุ่มทอผ้าบ้านคอนหลวง ตำบลแม่แรง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ คณะกรรมการทุกตำแหน่ง ของศูนย์สี่ตะกอก กลุ่มทอผ้าบ้านคอนหลวง ตำบลแม่แรง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน จำนวน 17 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41-50 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับประถมศึกษา มีตำแหน่งเป็นกรรมการ ได้เข้ามาเป็นสมาชิกของศูนย์สี่ตะกอกซึ่งเป็นผู้ร่วมก่อตั้งกลุ่มทอผ้าบ้านคอนหลวง เมื่อปี พ.ศ. 2548 มีการชำระเงินลงทุนครั้งแรก ในการเข้ามาเป็นสมาชิกของกลุ่ม จำนวน 3,000 บาท จำนวนเงินทุนรวมในปัจจุบันของกลุ่ม จำนวน 100,000 บาท จากการสำรวจความคิดเห็นกลุ่มพบว่า สมาชิกกลุ่มมีความพึงพอใจต่อยอดขายในปี 2548 อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับกำไรต่อยอดขายในปี 2547 เมื่อเทียบกับปี 2548 มีกำไรน้อย และรายได้จากการขายในปี 2547 ลดลงมาก รายได้จากการขายในปี 2548 มีจำนวนคงที่และเพิ่มมากขึ้นเท่ากัน แหล่งที่มาของเงินทุนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ คือ เงินลงทุนส่วนตัว ลักษณะการจ้างงานเป็นการจ้างเป็นชิ้นงาน ยอดขายของกลุ่มมาจากการขายในตลาดท้องถิ่น

ด้านการวางแผนการขายในช่วงปี 2548 มีการวางแผนการจัดเตรียมวัตถุดิบและสินค้าให้เพียงพอกับความต้องการ และในการวางแผนการขายปี 2549 มุ่งเน้นการปรับปรุงคุณภาพ การผลิตสินค้าของกลุ่ม คือ การผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์หลัก คือ ผ้ามัน ผ้าคลุมไหล่ ผ้าปูโต๊ะ เสื้อ พรหม กระเป๋า ผ้าพันคอ กลองทิชชู ผ้าคลุมเตียง ผ้าคลุมตู้เย็น ที่จับตู้เย็น และผ้าเช็ดมือ

ในส่วนกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์หลักที่ได้รับรางวัลอันดับ 1 และมียอดขายสูงสุด โดยเป็นผ้าฝ้ายทอมือ แบบเป็นผืน มีการทอแบบ 2 ตะกอ 3 ตะกอ 4 ตะกอ ไปจนถึง 10 ตะกอ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมของคนในท้องถิ่น และนำมาผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูป เช่น ผ้ามัน ผ้าคลุมไหล่ ผ้าปูโต๊ะ เสื้อ พรหม เพราะเป็นสินค้าที่ผลิตได้เฉพาะกลุ่มทอผ้าบ้านคอนหลวงเท่านั้น โดยมีสมาชิกในกลุ่มช่วยกันออกแบบโดยคิดค้นลวดลายใหม่ๆ ซึ่งแต่ละลวดลายจะมีความแตกต่างกัน เพราะขึ้นอยู่กับความชำนาญของผู้ทอ

ด้านราคา พบว่า มีการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ ตามคู่แข่ง ซึ่งในการตั้งราคาดังนั้น ไม่มีมาตรฐานกำหนดอย่างชัดเจนในด้านของกำไร เพราะขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของผู้ขาย อีกทั้งมีการตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า เนื่องจากคู่แข่งในตลาดมีสูง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของศูนย์สี่ตะกอ กลุ่มทอผ้าบ้านคอนหลวง มีการจัดจำหน่ายที่ศูนย์สี่ตะกอ กลุ่มทอผ้าบ้านคอนหลวง ตำบลแม่แรง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน ซึ่งเป็นสถานที่ผลิตสิ่งทอ และเข้าร่วมงานแสดงสินค้าเมืองทองธานี กรุงเทพมหานคร และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จังหวัดเชียงใหม่

ด้านการส่งเสริมการขาย มีการให้ส่วนลดแก่ลูกค้า ที่เข้ามาซื้อสินค้าในปริมาณมาก โดยผู้ขายสินค้าแต่ละรายจะเป็นผู้คิดส่วนลดและต้นทุนเอง และมีการแจกของชำร่วยแก่ลูกค้าที่ซื้อสินค้าในปริมาณมาก เพื่อเป็นการดึงดูดใจผู้ซื้อ สำหรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางกลุ่มได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น กลุ่มกองทุนเพื่อความมั่นคงแห่งชาติ (กนช.) องค์กรบริหารส่วนจังหวัดลำพูน

ผลการศึกษาการวิเคราะห์อุตสาหกรรม Five-Forces Model ระดับความสำคัญของการวิเคราะห์อุตสาหกรรม Five-Forces Model ที่มีผลต่อการบริหารการตลาดของสินค้าหัตถกรรมผ้าทอพื้นเมือง ให้มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ภัยคุกคามจากคู่แข่งภายในธุรกิจเดียวกัน ให้มีความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ ภัยคุกคามจากการเพิ่มอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต ภัยคุกคามจากการเพิ่มอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ให้มีความสำคัญในระดับน้อย ได้แก่ ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน

ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานด้านการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีปัญหาเรื่องมาตรฐานของสิ่งทอ อีกทั้งมีการลอกเลียนแบบของสินค้า ด้านราคา มีการตั้งราคาเทียบเท่าหรือน้อยกว่าคู่แข่งชั้นรายอื่น ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตส่วนใหญ่ไม่สามารถที่จะขายผลิตภัณฑ์โดยตรงไปยังกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งยังต้องพึ่งพาพ่อค้าคนกลางเพื่อขยายสินค้าออกสู่ท้องตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย ไม่ได้ได้รับความร่วมมือจากทางภาครัฐเท่าที่ควร ทางภาครัฐควรให้การสนับสนุนสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ให้มาก เพราะถือว่าเป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน อีกทั้งยังช่วยในการส่งเสริมให้ชุมชน แต่ละชุมชนมีงานทำ