

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษากลยุทธ์การตลาดและปัญหาทางการตลาดของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด ตำบลทากาศ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินกลยุทธ์การตลาดและปัญหาทางการตลาดในปัจจุบันของกลุ่มฯ รวมถึงการหาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด โดยประชากรที่ทำการศึกษประกอบด้วย ผู้นำกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด บ้านแม่ขนาด ตำบลทากาศ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ซึ่งประกอบด้วยประธานและคณะกรรมการบริหารกลุ่ม ผู้นำชุมชนบ้านแม่ขนาด ตำบลทากาศ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ได้แก่ กำนันตำบลทากาศ ผู้ใหญ่บ้านแม่ขนาดและผู้อาวุโสประจำหมู่บ้านที่สามารถให้ข้อมูลบริบทของชุมชน รวมทั้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด ได้แก่ องค์กรบริหารส่วนตำบลทากาศ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอแม่ทา สำนักงานเกษตรอำเภอแม่ทา ศูนย์เฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษาบรมราชินีนาถ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดลำพูน และสำนักงานปฏิรูปที่ดินจังหวัดลำพูน การเก็บรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In depth Interview) ประกอบกับวิธีการสังเกตการณ์ โดยดำเนินการเยี่ยมสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างหลายครั้ง (Multiple Visit) ระยะเวลาการวิจัยทั้งสิ้น 12 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2549 ถึง เดือน ตุลาคม 2550

1. บริบทของกลุ่มฯ

กลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด ตั้งอยู่หมู่ที่ 8 บ้านแม่ขนาด ตำบลทากาศ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ตั้งอยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอแม่ทาไปทางทิศใต้ประมาณ 24 กิโลเมตร และอยู่ห่างจากอำเภอเมืองจังหวัดลำพูนประมาณ 30 กิโลเมตร ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม พ.ศ. 2539 ณ บ้านเลขที่ 99 หมู่ที่ 8 ตำบลทากาศ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยผู้เริ่มก่อตั้งกลุ่มคือ นางพรทิพา ดอกแก้วนาค พร้อมด้วยสมาชิกจำนวน 14 คน เนื่องจากเห็นว่าผู้หญิงในหมู่บ้านมีความรู้ความสามารถในการทอผ้าด้วยกี่เฮวทุกคน จึงได้รวมตัวกันก่อตั้งกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาดขึ้น เพื่อเป็นการสืบสานการทอผ้าด้วยกี่เฮวให้ดำรงไว้สืบไป นอกจากนั้นยังเป็น

การสร้างรายได้เสริมให้แก่คนในหมู่บ้านพร้อมทั้งร่วมกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและเอกลักษณ์ผ้าทอ
กะเหรี่ยงที่โดดเด่นและมีประวัติความเป็นมาที่ยาวนานเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไป

กลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาดมีสมาชิกในหมู่บ้านจำนวน 47 คน และมีเครือข่ายกลุ่มทอ
ผ้า 2 หมู่บ้าน คือ หมู่บ้านป่าเลา หมู่ที่ 9 มีสมาชิก 32 คน และบ้านผาด่าน หมู่ที่ 10 มีสมาชิก

20 คน โดยรูปแบบการจัดโครงสร้างองค์การของกลุ่มจะเป็นการจัดโครงสร้างองค์การ
ตามหน้าที่ (Functional Structure) โดยแบ่งหน้าที่งานหลักออกเป็น 4 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายผลิต
ฝ่ายตลาด ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ และฝ่ายற்றுญิก รูปแบบการจัดการกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยง
แม่ขนาดมีรูปแบบการจัดการแบบการทำงานเป็นทีม โดยละเว้นการใช้อำนาจตามแนวตั้งใน
ลักษณะของการสั่งการ แต่จะมุ่งเน้นความสัมพันธ์ตามแนวราบในลักษณะการประชุม
ปรึกษาหารือและตัดสินใจร่วมกัน แต่อย่างไรก็ตามประธานกลุ่ม คือ คุณพรทิพา ดอกแก้วนาค
จะมีอิทธิพลสูงในการจัดการกลุ่ม แหล่งเงินทุนเริ่มแรกของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาดมาจาก
การระดมทุนจากคณะผู้เริ่มก่อตั้ง 15 คน จำนวนคนละ 100 บาท และได้รับเงินบริจาคจากคณะ
วิทยากรของสหกรณ์อำเภอแม่พริกอีก 250 บาท รวมเป็นเงินลงทุนเริ่มต้นจำนวน 1,750 บาท และ
ในปี 2547 มีสมาชิกลงทุนเพิ่มอีก 3 คน คนละ 100 บาท ปัจจุบันกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาดใช้
เงินทุนหมุนเวียนภายในกลุ่มต่อเดือนประมาณ 30,000 ถึง 70,000 บาท การจัดสรรรายได้ของ
กลุ่มวิธีการจัดสรรค่าแรงโดยคิดตามจำนวน ประเภท และความสมบูรณ์ของชิ้นงาน ส่วนการ
จัดสรรกำไรประจำปีจากการขายผลิตภัณฑ์ของสมาชิกกลุ่มซึ่งได้ทำข้อตกลงภายในกลุ่ม โดย
จัดแบ่งสัดส่วนกำไรออกเป็น 3 ส่วน คือ ร้อยละ 60 เป็นเงินปันผลแก่สมาชิก ร้อยละ 10 เป็น
ค่าตอบแทนคณะกรรมการ และร้อยละ 30 จะสมทบเข้ากลุ่มเพื่อเป็นเงินทุนอบรม ตูงาน รวมทั้ง
จัดกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่ม ด้านสถานการณ์การผลิตในส่วนของวัตถุดิบที่สำคัญของกลุ่มใน
ปัจจุบัน คือ เส้นด้ายสี และไหมพรม ย้อมด้วยสีเคมีสำเร็จรูป ซึ่งเส้นด้ายสีจะแบ่งเป็น 2 ประเภท
คือ เส้นด้ายที่ทำมาจากฝ้าย 100 เปอร์เซ็นต์ กับเส้นด้ายสังเคราะห์ที่เรียกว่า "เส้นไหมประดิษฐ์"
ซึ่งแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญคือร้านจินเฮงฮวด ตั้งอยู่ในตลาดวโรรส จังหวัดเชียงใหม่ ปัจจุบันกลุ่ม
ทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาดมีการผลิตผลิตภัณฑ์แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ผ่านการ
ตัดเย็บ ได้แก่ ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ ผ้าทอพื้น ผ้าทอเก็บลาย และผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการตัดเย็บ
ได้แก่ เสื้อสุภาพบุรุษ เสื้อสุภาพสตรี กางเกงสะดอ กางเกงสตรี ผ้าถุง กระเป๋า และถุงย่าม ส่วน
ปริมาณการผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มนั้น ไม่ได้มีการกำหนดปริมาณการผลิตเอาไว้ล่วงหน้าอย่าง
เป็นลายลักษณ์อักษร แต่จะใช้วิธีกะประมาณด้วยสายตาว่าผลิตภัณฑ์ชนิดใดเหลือก็น้อยก็จะ
ดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์นั้นเพิ่ม โดยจะเป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อประมาณร้อยละ 30 และเป็น

การผลิตตามความสามารถของกลุ่มคิดเป็นร้อยละ 70 ส่วนกรรมวิธีการผลิตของกลุ่มในปัจจุบันจะผลิตด้วยมือควบคู่กับการใช้เครื่องจักร โดยสัดส่วนตัวเฉลี่ยร้อยละ 90 จะเป็นการผลิตด้วยมือ มีเพียงร้อยละ 10 เท่านั้นที่มีการใช้เครื่องจักร เครื่องมือหลักที่ใช้ในการทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด คือ กี่เอว ซึ่งเป็นอุปกรณ์การทอผ้าที่ได้รับการถ่ายทอดต่อ ๆ กันมา

2. การดำเนินกลยุทธ์การตลาดและปัญหาทางการตลาดในปัจจุบันของกลุ่ม กลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มในปัจจุบันทั้งหมดแบ่งได้เป็น 7 กลุ่มได้แก่ ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ ผ้าทอเก็บลาย เสื้อผ้าสุภาพบุรุษ เสื้อผ้าสุภาพสตรี ถุงย่าม และกระเป๋า โดยผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายสูงและขายได้อย่างต่อเนื่อง คือ ผ้าพันคอ และ ผ้าคลุมไหล่ กลุ่มฯ ไม่มีการพยากรณ์ยอดขายล่วงหน้าอย่างเป็นทางการหรือลายลักษณ์อักษร แต่จะใช้วิธีการประมาณการจากการประเมินสถานะเศรษฐกิจในช่วงเวลานั้น ๆ ลูกค้านักช้อปของกลุ่มจะเป็นลูกค้าต่างจังหวัดและนักท่องเที่ยวประมาณ ส่วนลดคล้ายผ้าที่ผลิตแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ลดคล้ายโบราณ 50% ได้แก่ ลายเมล็ดพืชทอง ลายดอกพริก ลายแมลงปอ ลายผีเสื้อ ลายหัวเต่า ลายพื้นเลื้อย ลายร่ม ลายต้นสน ลายริ้วลูกศร และลายริ้วข้าวหลามตัด ส่วนลดคล้ายประยุกต์อีก 50 % ได้แก่ ลายที่สมาชิกกลุ่มร่วมกันพัฒนาขึ้นมาใหม่ ได้แก่ ลายเกล็ดปลา ลายเกล็ดเต่า ลายเกล็ดหิมะ ลายดอกแก้ว และลายไขว้ โดยวิธีการออกแบบลดคล้ายผ้าจะใช้วิธีทดลองทำเป็นผลิตภัณฑ์ตัวอย่างตามความคิดและความสามารถของสมาชิกกลุ่ม ส่วนการพัฒนาเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะมีรูปแบบนาน ๆ ครั้ง โดยเมื่อมีการผลิตสินค้าใหม่จะไม่มีการนำสินค้าไปทดสอบตลาดและจะใช้วิธีการผลิตสินค้าจำนวนน้อยชิ้นและถ้าหากได้รับความสนใจจากลูกค้าก็จะทำการผลิตเพิ่มในภายหลัง ส่วนกลยุทธ์ตราสินค้าของกลุ่มจะใช้ตราสินค้าโดยผู้ผลิตเอง (Manufacturers' Own Brand) โดยกำหนดตราสินค้าว่า "กลุ่มทอผ้าบ้านแม่ขนาด" ด้านกลยุทธ์การใช้บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มฯ จะใช้เพียงถุงพลาสติกใสบรรจุผลิตภัณฑ์เพื่อป้องกันฝุ่น

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาดในปัจจุบันโดยทำการสรุปและวิเคราะห์ตามหลักกลยุทธ์ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) ได้แก่ สายผลิตภัณฑ์ (Product Line) กลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด มีสายผลิตภัณฑ์ได้แก่ ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ ผ้าทอเก็บลาย เสื้อผ้าสุภาพบุรุษ เสื้อผ้าสุภาพสตรี ถุงย่าม และ กระเป๋า มีความกว้างของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Width of Product Mix) จำนวน 7 สายผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย (1) ผ้าพันคอ (2) ผ้าคลุมไหล่ (3) ผ้าทอเก็บลาย (4) เสื้อผ้าสุภาพบุรุษ (5) เสื้อผ้าสุภาพสตรี (6) ถุงย่าม และ (7) กระเป๋า มีความลึกของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (The Depth of Product Mix) ในสายผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอ มีความลึก 6 รายการ คือ ผ้าพันคอลายเกล็ดหิมะ ผ้าพันคอลาย

เกล็ดปลา ผ่าพันคอลายเกล็ดเต่า ผ่าพันคอลายก้างปลา ผ่าพันคอลายดอกแก้ว และผ่าพันคอ
 ลายไขว้ สายผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ มีความลึก 6 รายการ ผ้าคลุมไหล่ลายเกล็ดหิมะ ผ้าคลุม
 ไหล่ลายเกล็ดปลา ผ้าคลุมไหล่ลายเกล็ดเต่า ผ้าคลุมไหล่ลายดอกแก้ว ผ้าคลุมไหล่ลายไขว้ และ
 ผ้าคลุมไหล่ลายก้างปลา สายผลิตภัณฑ์ผ้าทอเก็บลาย มีความลึก 6 รายการ คือ ผ้าทอเก็บลาย 2
 แถบ 25 นิ้ว ผ้าทอเก็บลาย 3 แถบ 25 นิ้ว ผ้าทอเก็บลายทั้งผืน 25 นิ้ว ผ้าทอเก็บลาย 2 แถบ
 30 นิ้ว ผ้าทอเก็บลาย 3 แถบ 30 นิ้ว ผ้าทอเก็บลายทั้งผืน 30 นิ้ว สายผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า
 สุภาพบุรุษ มีความลึก 7 รายการ คือ เสื้อคอเชใหญ่ เสื้อคอเชกลาง เสื้อคอเชเล็ก เสื้อใหญ่ เสื้อ
 กลาง เสื้อเล็ก และกางเกงสะดอ สายผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสตรี มีความลึก 15 รายการ เสื้อ
 ปักเม็ดเดือยใหญ่ เสื้อปักเม็ดเดือยกลาง เสื้อปักเม็ดเดือยเล็ก เสื้อเก็บลายใหญ่ เสื้อเก็บลาย
 กลาง เสื้อเก็บลายเล็ก เสื้อคอเชใหญ่ เสื้อคอเชกลาง เสื้อคอเชเล็ก ชุดยาวสตรีใหญ่ ชุดยาว
 สตรีกลาง ชุดยาวสตรีเล็ก กางเกง สะดอสตรีใหญ่ และกางเกงสะดอสตรีเล็ก ผ้านุ่ง ส่วนใน
 สายผลิตภัณฑ์ถุงย่าม มีความลึก 2 รายการ คือ ถุงย่ามเล็ก ถุงย่ามใหญ่ และสายผลิตภัณฑ์
 กระเป๋า มีความลึก 4 รายการ คือ กระเป๋าถือสุภาพสตรี กระเป๋ากะเหรี่ยง กระเป๋าสะพาย และ
 กระเป๋าเล็กใส่เหรียญ ความยาวของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (The Length of Product Mix) กลุ่ม
 ทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาน โดยพิจารณาถึงจำนวนรายการทั้งสิ้นของผลิตภัณฑ์กลุ่มฯ 46
 รายการ และในส่วนของความสอดคล้องกันของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (The Consistency of
 Product Mix) กลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนานโดยพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างสาย
 ผลิตภัณฑ์ในด้านการใช้ขั้นสุดท้าย การผลิต การจัดจำหน่าย จะมีความสอดคล้องกันคือเป็น
 ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอด้วยกี่เอว ในส่วนปัญหาทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ คือ จาก
 ข้อจำกัดของการทอผ้าด้วยกี่เอวเนื่องจากจะสามารถทอผ้าได้ขนาดหน้ากว้างจำกัดเพียงแค่ช่วง
 แขนของผู้ทอเท่านั้น จึงเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาชนิดผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและ
 สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนั้นยังมีปัญหาด้านคุณภาพและความปรารถนา
 ของผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐานเดียวกันอันเป็นผลมาจากผู้ทอมีทักษะการทอที่แตกต่างกัน

กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านราคาของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนานใช้วิธีการตั้งราคา
 ลีนค้าตามต้นทุนบวกเพิ่มกำไร โดยราคาขายส่งจะบวกเพิ่มกำไรโดยเฉลี่ย 30% ส่วนราคาขาย
 ปลีกจะบวกเพิ่มกำไรโดยเฉลี่ย 60% ซึ่งราคาที่กำหนดไว้เป็นราคามาตรฐานที่ไม่มีการปรับลดและ
 ไม่มีการให้ส่วนลดในรูปแบบใด ๆ ส่วนปัญหาด้านราคาถึงแม้ว่ากลยุทธ์การตั้งราคาของ
 ผลิตภัณฑ์กลุ่มฯ จะยึดหลักตามต้นทุนบวกเพิ่มกำไร แต่ที่ผ่านมาราคาขายลีนค้าหลักได้แก่
 ผ่าพันคอ และผ้าคลุมไหล่ ยังคงต้องยอมขายในราคาเดิมถึงแม้ว่าต้นทุนวัตถุดิบจะเพิ่มขึ้นเพื่อ

รักษาระดับยอดขาย ส่วนผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีการเก็บลายที่ซับซ้อนก็ได้มีการปรับเปลี่ยนได้ในบางรายการแต่ก็ส่งผลกระทบต่อยอดขายที่ลดลงในระดับหนึ่ง

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มทอผ้ากระเหรี่ยงแม่ขนาดใช้ช่องทางหลัก 3 ช่องทาง คือ ขายตรงสู่ผู้บริโภคเป็นหลัก รองลงมาคือการขายผ่านผู้ขายปลีกและผู้ค้าส่ง การขายตรงสู่ผู้บริโภคซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายหลักที่สำคัญจะดำเนินการโดยการขายให้ผู้ที่สนใจที่ต้องการมาซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มและนักท่องเที่ยวที่เข้าไปเที่ยวในหมู่บ้าน ณ ศูนย์กลางการทอผ้าและศูนย์จำหน่ายของกลุ่ม นอกจากนั้นกลุ่มยังมีการนำผลิตภัณฑ์ร่วมออกร้านแสดงสินค้ากับหน่วยงานของรัฐทั้งในพื้นที่จังหวัดลำพูนและนอกพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ส่วนปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเนื่องจากกลุ่มใช้กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก 2 ช่องทางคือการขายตรงสู่ผู้บริโภคและการขายผ่านผู้ค้าปลีก ปัญหาที่ประสบด้านช่องทางการขายตรงสู่ผู้บริโภคคือการลดลงของนักท่องเที่ยวที่เข้าดูวิถีชีวิตของคนในหมู่บ้านมีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ยอดขายลดลง นอกจากนั้นปัญหาในช่องทางการขายผ่านผู้ค้าปลีกก็คือ มีผู้ค้าปลีกบางรายรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปขายแต่ไม่ยอมมาชำระค่าสินค้าหรือชำระค่าสินค้าล่าช้า

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มดำเนินการโดยการออกงานแสดงสินค้าเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์กลุ่มฯ ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น มีการนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเข้าร่วมประกวดในงานต่าง ๆ และเข้าคัดสรรโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่นระดับ 4 ดาวในปี 2546 นอกจากนั้นยังมีหน่วยงานของรัฐหลายหน่วยงานได้ช่วยประชาสัมพันธ์ในรูปแบบการให้ข่าว การนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปแสดงในงานเทศกาลต่าง ๆ รวมทั้งการจัดทำสื่อแผ่นพับ และวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์กลุ่มฯ ซึ่งกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดทั้งหมดนี้กลุ่มฯ เห็นว่าเป็นวิธีที่ดีที่สุดที่จะแสวงหาลูกค้ารายใหม่ ส่วนการรักษาลูกค้ารายเดิม กลุ่มฯ มีวิธีในโดยการพยายามรักษามาตรฐานในการผลิตผลิตภัณฑ์ และมีความซื่อสัตย์พยายามคัดสรรผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตำหนิให้กับลูกค้า ส่วนปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มคือ การขาดงบประมาณรวมทั้งความรู้และทักษะในการดำเนินการส่งเสริมการตลาด ดังนั้นกลุ่มจึงต้องพึ่งพาความช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการที่เสนอความช่วยเหลือให้ในระดับหนึ่งเท่านั้น

3. การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมการทอผ้ากะเหรี่ยงลำพูน

สภาวะการแข่งขันของคู่แข่งในในปัจจุบัน ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อสภาวะการแข่งขันคู่แข่งในปัจจุบัน ประเมินได้ว่ารุนแรงปานกลาง เนื่องจากผู้เกี่ยวข้องมีความเห็นสอดคล้องกันว่า การทอผ้าด้วยกี่เอวเป็นวัฒนธรรมการทอผ้าเฉพาะของชาวเขา ซึ่งส่วนใหญ่จะทอผ้าใช้เองภายในครัวเรือน จะมีเพียงบางส่วนที่ได้รับการสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มกันและสามารถรวมกลุ่มกันได้อย่างเข้มแข็งโดยมีจุดมุ่งหมายทอผ้าเพื่อการค้า ดังนั้นจึงนับได้ว่าจำนวนคู่แข่งในปัจจุบันจึงมีน้อยราย นอกจากนี้ยังมีความเห็นตรงกันและเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนานนั้นมีคุณภาพและมีการพัฒนาลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ถึงแม้ว่ารูปแบบผลิตภัณฑ์จะไม่มีแตกต่างจากผลิตภัณฑ์และมีความรู้พื้นฐานการทอผ้าด้วยกี่เอวไม่แตกต่างจากกลุ่มอื่น ประกอบกับการก่อตั้งกลุ่มฯ มานานจึงทำให้มีความได้เปรียบและสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารหรือสิทธิประโยชน์จากหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐได้ดีกว่ากลุ่มอื่น นอกจากนี้ในการพิจารณาข้อกีดขวางในการออกไปจากอุตสาหกรรม ผู้เกี่ยวข้องมีความเห็นว่าประเด็นความรู้สึกผูกพันที่มีต่ออุตสาหกรรมของผู้ประกอบการที่มีต่ออุตสาหกรรมจะเป็นข้อกีดขวางในระดับมากที่สุด

สภาวะการแข่งขันของคู่แข่งในอนาคต ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อสภาวะการแข่งขันของคู่แข่งในอนาคต ประเมินได้ว่ารุนแรงปานกลาง เนื่องจากมีความเป็นไปได้ในระดับหนึ่งที่จะเกิดคู่แข่งรายใหม่ในอนาคต เพราะอุตสาหกรรมไม่จำเป็นต้องให้เงินลงทุนจำนวนมากในการผลิตและสินค้าคงคลัง นอกจากนี้ผู้ประกอบการที่มีอยู่ในปัจจุบันมีการใช้สิทธิคุ้มครองลิขสิทธิ์ของผลิตภัณฑ์น้อยเนื่องจากขาดความรู้และตัดปัญหาความยุ่งยาก ประกอบกับการใช้เงินลงทุนเริ่มแรกไม่สูงมากนัก การเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่ายหรือซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการรายอื่นไม่มีความยุ่งยาก นอกจากนี้ระดับค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นในกรณีที่ถูกค้าจะเปลี่ยนไปซื้อจากผู้ประกอบการรายอื่นจะอยู่ในระดับต่ำ อีกทั้งไม่มีประวัติการตอบโต้ของผู้ประกอบการรายเดิม แต่อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยกีดขวางการเข้ามาของคู่แข่งที่สำคัญคือความมีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และความชำนาญสูงของผู้ประกอบการรายเดิม

สภาวะการแข่งขันจากผลิตภัณฑ์ทดแทน ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อสภาวะจากผลิตภัณฑ์ทดแทน ประเมินได้ว่ารุนแรงปานกลาง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทดแทนที่สำคัญคือผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากกี่กระตุก ทั้งจำนวนและความหลากหลายและสามารถเพิ่มมูลค่าได้มากกว่า แต่อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากกี่กระตุกนั้นมีศักยภาพความสามารถในการทดแทนได้ในระดับปานกลางเนื่องจากผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่เอวมีความเป็นเอกลักษณ์สูง

สภาวะอิทธิพลจากผู้ขายวัตถุดิบ ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อสภาวะอิทธิพลจากผู้ขายวัตถุดิบ ประเมินได้ว่ารุนแรงมาก เนื่องจากถึงแม้ว่าผู้เกี่ยวข้องมีความเห็นสอดคล้องกันถึงจำนวนผู้จำหน่ายฝ้ายซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักมีจำนวนมาก คุณภาพของเส้นฝ้ายไม่มีความแตกต่างกัน ปริมาณฝ้ายในปัจจุบันมีอยู่อย่างเพียงพอ แต่ราคาของฝ้ายมีแนวโน้มสูงขึ้น ประกอบกับผู้ซื้อฝ้ายเป็นผู้ซื้อรายย่อยมีปริมาณการซื้อแต่ละครั้งจำนวนไม่มาก นอกจากนี้ผู้จำหน่ายวัตถุดิบมีการรวมตัวกันโดยจะเห็นได้จากราคาของเส้นฝ้ายจะอยู่ในระดับเดียวกัน ผลิตภัณฑ์ทดแทนวัตถุดิบฝ้ายคือ เส้นไหม และเส้นใยพืช แต่ศักยภาพในการทดแทนฝ้ายนั้นไม่สมบูรณ์ ถึงแม้ว่าค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนไปซื้อจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบรายอื่นค่าใช้จ่ายในระดับต่ำ และมีโอกาสน้อยมากที่ผู้จำหน่ายฝ้ายจะขยายตัวไปข้างหน้าโดยการทดผ้าแข่งกับกลุ่มก็ตาม

สภาวะอิทธิพลจากผู้ซื้อ ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อสภาวะอิทธิพลจากผู้ซื้อ ประเมินได้ว่ารุนแรงปานกลาง เนื่องจาก ผู้เกี่ยวข้องมีความเห็นสอดคล้องกันว่าจำนวนผู้ซื้อมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นแต่ปริมาณการซื้อต่อคนนั้นโดยเฉลี่ยลดลง ผู้ซื้อค่อนข้างมีความอ่อนไหวต่อราคาถึงแม้ว่าจะไม่มีการรวมตัวกันระหว่างผู้ซื้อและโอกาสที่ผู้ซื้อจะมีความสามารถในการเปลี่ยนสถานะมาเป็นผู้ผลิตเองนั้นมีโอกาสเป็นไปได้ยาก ลูกค้านำส่วนใหญ่จะเป็นรายย่อยที่มีสัดส่วนการซื้อต่อยอดขายทั้งหมดในปริมาณที่น้อย แต่ความยุ่งยากที่ผู้ซื้อจะเปลี่ยนไปซื้อจากผู้ขายรายอื่นในระดับหนึ่ง

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้จะอภิปรายการกำหนดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้ากระเหรี่ยงแม่ขนาดที่ลำคุดู คือ การสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์โดยการพัฒนาลวดลายใหม่ ๆ ขึ้นมา ควบคู่ไปกับการลวดลายโบราณส่วนใหญ่ของกลุ่มทอผ้ากระเหรี่ยงกลุ่มอื่นมักจะมีความคล้ายคลึงกันเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตลาด สอดคล้องกับ เบญจา บุญสุภาพ (2545, หน้า 51-56) ได้ให้ข้อเสนอเพื่อการพัฒนาการตลาดสินค้าที่ระลึกที่ผลิตจากผ้าพื้นเมืองในด้านสินค้า คือต้องเน้น การออกแบบสินค้าที่มีความหลากหลาย ทันสมัยมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน และสอดคล้องกับศิริพรรณ ปัญญาคม (2545, หน้า 97-113) ซึ่งพบว่าในปัจจุบันย่อยด้านผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขานักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยระดับพอใจมากได้แก่ ความมีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ในส่วนปัญหาทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ คือ จากข้อจำกัดของการทอผ้าด้วยกี่เอวจะสามารถทอผ้า

ได้ขนาดหน้ากว้างจำกัดเพียงแค่ช่วงแขนของผู้ทอเท่านั้น จึงเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาชนิดผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังมีปัญหาด้านคุณภาพและความปราณีตของผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐานเดียวกันอันเป็นผลมาจากผู้ทอมีทักษะการทอที่แตกต่างกัน

ด้านราคา พบว่าถึงแม้ว่ากลยุทธ์การตั้งราคาของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาดจะใช้กลยุทธ์การตั้งราคาตามต้นทุน และที่ผ่านมามีต้นทุนวัตถุดิบหลักคือเส้นฝ้ายจะมีราคาที่สูงขึ้น กลุ่มฯ ก็ยังตรึงราคาสินค้าบางรายการให้อยู่ในระดับเดิม เนื่องจากลูกค้ามีความอ่อนไหวด้านราคา ประกอบกับต้องเผชิญกับภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้องลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลง ซึ่งสอดคล้องกับเบญจา บุญสุภาพ (2545, หน้า 51-56) เสนอว่าร้านค้าควรกำหนดราคาตามคุณภาพสินค้านั้นๆ และคำนึงถึงภาวะเศรษฐกิจรวมทั้งสภาวะการแข่งขัน ส่วนปัญหาด้านราคาถึงแม้ว่ากลยุทธ์การตั้งราคาของผลิตภัณฑ์กลุ่มฯ จะยึดหลักตามต้นทุนบวกเพิ่มกำไร แต่ที่ผ่านมาราคาขายสินค้านั้นๆ บางรายการยังคงต้องยอมขายในราคาเดิมถึงแม้ว่าต้นทุนวัตถุดิบจะเพิ่มขึ้นเพื่อรักษาระดับยอดขาย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่ากลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาดช่องทางหลักคือการขายตรงสู่ผู้บริโภคที่สนใจที่ต้องการมาซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มและนักท่องเที่ยวที่เข้าไปเที่ยวในหมู่บ้าน นอกจากนี้กลุ่มยังมีการนำผลิตภัณฑ์ร่วมออกร้านแสดงสินค้ากับหน่วยงานของรัฐทั้งในพื้นที่จังหวัดลำพูนและนอกพื้นที่อย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ลดปัญหาการกดราคาจากคนกลางซึ่งสอดคล้องกับทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ (2546, หน้า 124-129) พบว่ากลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านดอนหลวงต้องเผชิญกับปัญหาการที่ยังต้องพึ่งพาพ่อค้าคนกลางซึ่งเข้ามารับซื้อของในหมู่บ้าน ซึ่งนำไปสู่ปัญหาการกดราคา ส่วนปัญหาที่ประสบด้านช่องทางการขายตรงสู่ผู้บริโภคคือการลดลงของนักท่องเที่ยวที่เข้าดูวิถีชีวิตของคนในหมู่บ้านมีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ยอดขายลดลง นอกจากนี้ปัญหาในช่องทางการขายผ่านผู้ค้าปลีกก็คือ มีผู้ค้าปลีกบางรายรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปขายแต่ไม่ยอมมาชำระค่าสินค้าหรือชำระค่าสินค้าล่าช้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาดยังคงพึ่งพาหน่วยงานราชการเป็นหลัก โดยการเข้าร่วมออกงานและแสดงสินค้าในเทศกาลต่าง ๆ แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากหน่วยงานราชการต้องกระจายให้ความช่วยเหลือให้กับกลุ่มวิสาหกิจอื่น ๆ จึงทำให้ประสิทธิภาพด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมของกลุ่มอาจดำเนินการให้มีประสิทธิภาพอย่างเต็มที่ ซึ่งสอดคล้องกับ ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์ (2548, หน้า 88-93) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังต้องการความ

ช่วยเหลือจากทางรัฐบาลโดยเฉพาะด้านการส่งออกสินค้า ซึ่งปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มคือ การขาดงบประมาณรวมทั้งความรู้และทักษะในการดำเนินการส่งเสริมการตลาด ดังนั้นกลุ่มจึงต้องพึ่งพาความช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการที่เสนอความช่วยเหลือให้ในระดับหนึ่งเท่านั้น

นอกจากนั้นในการศึกษาครั้งนี้จะอภิปรายการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม การทอผ้ากะเหรี่ยงลำพูน ได้ดังนี้

สภาวะการแข่งขันของกลุ่มแข่งขันในปัจจุบัน ประเมินได้ว่ารุนแรงปานกลาง เนื่องจากการทอผ้าด้วยกี่เอวเป็นวัฒนธรรมการทอผ้าเฉพาะของชาวเขา ซึ่งส่วนใหญ่จะทอผ้าใช้เองภายในครัวเรือน จะมีเพียงบางส่วนที่ได้รับการสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มกันและสามารถรวมกลุ่มกันได้อย่างเข้มแข็งโดยมีจุดมุ่งหมายทอผ้าเพื่อการค้า ซึ่งสอดคล้องกับ ฤชอร แซ่โกย (2544, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องอาชีพการทอผ้าที่เอวของชนเผ่ากะเหรี่ยง บ้านพระบาทห้วยต้ม อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน กล่าวดังกระบวนการทอผ้าและแนวทางการออกแบบลวดลายผ้าที่เอวของชนเผ่ากะเหรี่ยงในอดีตเป็นกระบวนการที่ง่าย เพียงธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว ทั้งในเรื่องของวัสดุอุปกรณ์ในการทอ และกระบวนการในการพัฒนาคุณภาพของเส้นใย รวมทั้งลวดลายต่าง ๆ ของผ้าชนเผ่ากะเหรี่ยงที่ออกแบบมีจุดมุ่งหมายของการทอเพื่อใช้ในครัวเรือน ดังนั้นจึงนับได้ว่าจำนวนคู่แข่งในปัจจุบันจึงมีน้อยราย นอกจากนั้นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาดนั้นมีคุณภาพและมีการพัฒนาลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ ประกอบกับการก่อตั้งกลุ่มฯ มานานจึงทำให้มีความได้เปรียบและสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารหรือสิทธิประโยชน์จากหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐได้ดีกว่ากลุ่มอื่น นอกจากนั้นในการพิจารณาข้อกีดขวางในการออกไปจากคือประเด็นความรู้สึกผูกพันที่มีต่ออุตสาหกรรมของผู้ประกอบการที่มีต่ออุตสาหกรรมจะเป็นข้อกีดขวางในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ฤชอร แซ่โกย (2544, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องอาชีพการทอผ้าที่เอวของชนเผ่ากะเหรี่ยง บ้านพระบาทห้วยต้ม อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน กล่าวถึงวัฒนธรรมนั้นได้สืบทอดมาจากถิ่นฐานเดิมจนถึงปัจจุบันนี้ของชนเผ่ากะเหรี่ยง เช่น ประเพณีการขึ้นปีใหม่ และประเพณีการแต่งงาน ซึ่งล้วนแต่เป็นประเพณีที่มีความเกี่ยวข้องกับ การทอผ้า นอกจากนั้นความรู้เรื่องการทอผ้าจะมีการสืบทอดให้เฉพาะลูกหลานเพศหญิง

สภาวะการแข่งขันของกลุ่มแข่งขันในอนาคต ประเมินได้ว่ารุนแรงปานกลาง เนื่องจากมีความเป็นไปได้ในระดับหนึ่งที่จะเกิดคู่แข่งรายใหม่ในอนาคต เพราะอุตสาหกรรมใช้เงินลงทุนเริ่มแรกไม่สูงมากนัก และไม่ต้องการใช้เงินลงทุนจำนวนมากในการผลิตและสินค้าคงคลัง ซึ่งสอดคล้องกับ พิษฐานันท์ อมรพิชญ์ (2545, หน้า 65-71) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ผลตอบแทนจาก

การลงทุนในการผลิตผ้าทอพื้นเมืองระดับอุตสาหกรรมในครัวเรือน ในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ กล่าวว่าการทอผ้าพื้นเมืองเป็นการใช้ภูมิปัญญาที่ได้สืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษโดยเครื่องมือที่ใช้เป็นที่พื้นเมือง การลงทุนด้านเครื่องมืออุปกรณ์การผลิตมีน้อย การเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่ายหรือซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการรายอื่นไม่มีความยุ่งยาก นอกจากนั้นระดับค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นในกรณีที่ลูกค้าจะเปลี่ยนไปซื้อจากผู้ประกอบการรายอื่นจะอยู่ในระดับต่ำ อีกทั้งไม่มีประวัติการตอบโต้ของผู้ประกอบการรายเดิม แต่อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยที่ขัดขวางการเข้ามาของผู้แข่งขันที่สำคัญคือ ความมีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และความชำนาญสูงของผู้ประกอบการรายเดิม

สภาวะการแข่งขันจากผลิตภัณฑ์ทดแทน ประเมินได้ว่ารุนแรงปานกลาง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทดแทนที่สำคัญคือ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากกึ่งกระตุก ทั้งจำนวนและความหลากหลายและสามารถเพิ่มมูลค่าได้มากกว่า สอดคล้องกับ ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ (2546, หน้า 124-129) ได้ทำการวิจัยเรื่องการปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้านในภาคเหนือตอนบน กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านดอนหลวง จังหวัดลำพูน กล่าวว่าการผลิตของกลุ่มจะมีการทอผ้าผืนและสมาชิกจะนำผ้าทอไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเภทเครื่องใช้ภายในบ้าน และสอดคล้องกับเบญญา บุญสุภาพ (2545, หน้า 51-56) ทำการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการตลาดสินค้าที่ระลึกที่ผลิตจากผ้าพื้นเมืองในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี กล่าวว่า ด้านสินค้าของกลุ่ม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจและให้ความสำคัญในระดับปานกลางในประเด็นการออกแบบแบบดั้งเดิม สี สัน ความหลากหลายของลวดลาย ความประณีตละเอียด และความสามารถในการรับสั่งทำตามแบบที่ลูกค้าต้องการ แต่อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากกึ่งกระตุกมีศักยภาพความสามารถในการได้ในระดับปานกลาง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ผ้าทอก็เอามีความเป็นเอกลักษณ์สูง

สภาวะอิทธิพลจากผู้ขายวัตถุดิบ ประเมินได้ว่ารุนแรงมาก เนื่องจากจำนวนผู้จำหน่ายฝ้ายซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักมีจำนวนมาก คุณภาพของเส้นฝ้ายไม่มีความแตกต่างกัน ปริมาณฝ้ายในปัจจุบันมีอยู่อย่างเพียงพอ แต่ราคาของฝ้ายมีแนวโน้มสูงขึ้น ประกอบกับผู้ซื้อฝ้ายเป็นผู้ซื้อรายย่อยมีปริมาณการซื้อแต่ละครั้งจำนวนไม่มาก นอกจากนั้นผู้จำหน่ายวัตถุดิบมีการรวมตัวกันโดยจะเห็นได้จากราคาของเส้นฝ้ายจะอยู่ในระดับเดียวกัน ซึ่งแตกต่างจาก จริญญา สีพาแลว (2545, หน้า 28-33) ทำการวิจัยเรื่อง การทอผ้าของชาวละว้าบ้านมีดหลวง อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ กล่าวว่า วัตถุดิบฝ้ายและเส้นด้ายจะมาจากการปลูกเองโดยกลุ่มฯ และส่วนหนึ่งจะซื้อมาจากอำเภอแม่แจ่ม สีที่ใช้ย้อมเส้นด้ายจะมีทั้งสีธรรมชาติและสีเคมี แต่ถ้าหากเป็นผ้าที่ใช้ใน

พิธีกรรมจะใช้ฝ้ายที่ปลูกเองและใช้สีย้อมจากธรรมชาติเป็นหลัก ซึ่งจะเห็นว่ากลุ่มทอผ้าของชาว
ละว้าบ้านมีดหนองจะสามารถลดการพึ่งพิงผู้จำหน่ายวัตถุดิบได้ในระดับหนึ่ง

สภาวะอิทธิพลจากผู้ซื้อ ประเมินได้ว่ารุนแรงปานกลาง เนื่องจากจำนวนผู้ซื้อมี
แนวโน้มเพิ่มมากขึ้นแต่ปริมาณการซื้อต่อคนนั้นโดยเฉลี่ยลดลง ผู้ซื้อค่อนข้างมีความอ่อนไหวต่อ
ราคา สอดคล้องกับ ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ (2546, หน้า 124-129) ได้ทำการวิจัยเรื่อง
การปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้านในภาคเหนือตอนบน กรณีศึกษากลุ่มทอผ้า
ฝ้ายบ้านดอนหลวง จังหวัดลำพูน พบว่า การขยายสินค้าไปสู่ตลาดบนทำได้ยาก ราคา
จำหน่ายงานบางชิ้นใช้เวลาในการผลิตนานแต่ตั้งราคาขายสูงไม่ได้ ถึงแม้ว่าจะไม่มีการรวมตัว
กันระหว่างผู้ซื้อและโอกาสที่ผู้ซื้อจะมีความสามารถในการเปลี่ยนสถานะมาเป็นผู้ผลิตเองนั้นมี
โอกาสเป็นไปได้ยาก เนื่องจากการทอผ้าด้วยกี่เอวเป็นวัฒนธรรมเฉพาะของกลุ่มซึ่งสอดคล้องกับ
ฤชอร แซ่โกย (2544, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องอาชีพการทอผ้าที่เอวของชนเผ่ากะเหรี่ยง บ้าน
พระบาทห้วยต้ม อำเภอเถลี จังหวัดลำพูน กล่าวว่า การทอผ้าที่เอวของชนเผ่ากะเหรี่ยง บ้านพระ
บาทห้วยต้ม อำเภอเถลี จังหวัดลำพูนนั้น เป็นวัฒนธรรมนั้นได้สืบทอดมาจากถิ่นฐานเดิมจนถึง
ปัจจุบัน นอกจากนั้นประเพณีการขึ้นปีใหม่ ประเพณีการแต่งงาน และประเพณีเกี่ยวกับความตาย
ซึ่งมีความเชื่อเกี่ยวข้องกับการทอผ้า

ข้อเสนอแนะ

จากการที่ได้เข้าไปศึกษาการดำเนินกลยุทธ์การตลาดของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด ทำให้
ผู้ศึกษาได้ทราบถึงจุดอ่อนและปัญหาอุปสรรคทางการตลาดของกลุ่ม ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะที่
อาจจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการตลาดของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาดดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด

1.1 เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทอโดยใช้กี่เอวซึ่งต้องใช้ระยะเวลาและ
ความอดทนสูงในการผลิตชิ้นงานแต่ละชิ้น ดังนั้นเพื่อเป็นการเสริมคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์จำเป็นที่
จะต้องให้ลูกค้ารู้เรื่องราว (Story) ที่มาของผลิตภัณฑ์โดยการจัดทำข้อมูลประวัติของหมู่บ้านและ
วิถีชีวิตของชุมชน รวมทั้งวัฒนธรรมการทอผ้าด้วยกี่เอว ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ใน
รูปแบบแผ่นพับ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์กลุ่มให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางยิ่งขึ้น

1.2 จุดอ่อนด้านผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอเก็บลายที่การเก็บเส้นด้ายด้านหลังยังไม่ละเอียดและเรียบร้อย จึงทำให้มีข้อจำกัดในการใช้งานเนื่องจากจะโซ่รลายได้ด้านเดียว ดังนั้นกลุ่มควรจะเน้นกระบวนการในการเก็บลายให้เรียบร้อยและสามารถใช้ประโยชน์จากผ้าได้ทั้งสองด้าน และสามารถปรับราคาให้สูงขึ้นตามคุณภาพของผลิตภัณฑ์

1.3 ข้อจำกัดของผ้าที่ทอโดยใช้กี่เอวจะมีข้อจำกัดเรื่องหน้าผ้าจะแคบ ทำให้เป็นการลดข้อจำกัดในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ต้องการความกว้างของหน้าผ้า เช่น ผ้าม่าน ผ้าคลุมเตียง ผ้าคลุมโต๊ะ จึงเสนอให้พัฒนาเทคนิคการต่อผ้าให้มีความละเอียดและสวยงาม เช่นการใช้ศิลปะการปักโคเวซเข้ามาช่วยให้รอยต่อมีความปราณีตสวยงามยิ่งขึ้น

1.4 พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์โดยเพิ่มความกว้างของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Width of Product Mix) โดยมุ่งเน้นสายผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นใช้ประเภทของตกแต่งบ้านและเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เช่น ม่านมู่ลี่ ผ้ารองจาน เบาะรองนั่ง หมอนอิง โคมไฟ เป็นต้น

1.5 เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มใช้ด้ายสำเร็จรูปย้อมสีเคมี จึงทำให้คุณค่าของผลิตภัณฑ์และตลาดมีเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น ดังนั้นกลุ่มฯ อาจจะมีเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่ย้อมด้วยสีธรรมชาติเพื่อเป็นการขยายโอกาสทางการตลาดและกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขึ้น

1.6 เนื่องจากช่องทางการจัดจำหน่ายหลักของกลุ่มฯ จะใช้ช่องทางการขายตรงสู่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายหลักที่สำคัญ โดยการขายให้ผู้ที่สนใจที่ต้องการมาซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มและนักท่องเที่ยวที่เข้าไปเที่ยวในหมู่บ้าน ดังนั้นกลุ่มควรปรับปรุงภูมิทัศน์ให้แก่ศูนย์กลางการทอผ้าและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ให้สะอาดและมีความสวยงาม มีการจัดโชว์รวมแสดงขั้นตอนและเครื่องมือต่าง ๆ ในการทอผ้า นอกจากนั้นยังอาจจะทำบอร์ดหรือป้ายประวัติและวัฒนธรรมการทอผ้าด้วยกี่เอวเพื่อแสดงเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ไว้ที่ศูนย์กลางการทอผ้าและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ

1.7 การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อการกระจายผลิตภัณฑ์ไปสู่ลูกค้าให้กว้างขึ้น โดยการมีสถานที่ที่เป็นการถาวรที่จะวางจำหน่ายและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ โดยอาจรวมกลุ่มกับผู้ประกอบการหรือกลุ่มผู้ผลิตงานหัตถกรรมกลุ่มอื่น ๆ ของอำเภอแม่ทา

2. ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง

2.1 เนื่องจากช่องทางการจัดจำหน่ายหลักของกลุ่มฯ จะใช้ช่องทางการขายตรงสู่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายหลักที่สำคัญ โดยการขายให้ผู้ที่สนใจที่ต้องการมาซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มและนักท่องเที่ยวที่เข้าไปเที่ยวในหมู่บ้าน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนโดย

การปรับภูมิทัศน์ของหมู่บ้านให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและส่งเสริมให้ชาวบ้านคงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านและผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

2.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การส่งเสริมและให้ความรู้ด้านการย้อมสีธรรมชาติทำให้สามารถพัฒนาฐานะการแข่งขันให้แก่กลุ่มฯ นอกจากนี้ควรให้ความช่วยเหลือด้านการพัฒนาช่องทางการตลาดไปยังตลาดต่างประเทศให้แก่กลุ่มฯ

2.3 หน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้ามาส่งเสริมการจัดจำหน่าย ควรมีความเข้าใจและมุ่งเน้นถึงการพัฒนาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ควบคู่กัน รวมทั้งการพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีความแตกต่างและมีความเป็นเอกลักษณ์สูง ซึ่งจะส่งผลต่อความสามารถสร้างความจงรักภักดีในสินค้าของผู้บริโภคในระดับสูง

2.4 หน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้าไปส่งเสริมพัฒนากลุ่มทอผ้าฯ จะต้องมีความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเรื่องงานทอผ้ากะเหรี่ยงแบบดั้งเดิม อีกทั้งต้องมีความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคสามารถแสวงหาตลาดเป้าหมายและเข้าใจถึงพฤติกรรมรวมทั้งรูปแบบความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าเป้าหมายแต่ละกลุ่ม เพื่อจะสามารถให้การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้มีความแตกต่างสามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป้าหมาย

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรเป็นการวิจัยในลักษณะการวิจัยเพื่อพัฒนา (Research and Development) มีดังนี้

3.1 การทำวิจัยเพื่อศึกษาความเป็นไปได้การจัดตั้งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ อำเภอแม่พญา จังหวัดลำพูน

3.2 การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมผ้าทอที่เอดด้วยสีธรรมชาติจังหวัดลำพูน โดยมุ่งเน้นการให้ความสำคัญของการใช้สีย้อมธรรมชาติ และการรวมกลุ่มกันเพื่อเพิ่มอำนาจทางการตลาด