

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ : การศึกษาแนวทางการวางแผนกลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหม
ของมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

โดย : นายเมธา สุธีรโรจน์

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ :

- | | |
|--------------------------------------|---------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ไฉญฉัตร จุลนาพันธุ์ | ประธานกรรมการ |
| 2. รองศาสตราจารย์ระพีพรรณ พิริยะกุล | กรรมการ |
| 3. นายอรรถฤทธิ์ ทรัพย์ยิ่ง | กรรมการ |

ปีการศึกษา : 2540 :

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเกี่ยวกับด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของ มูลนิธิฯ ด้านผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด และศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในด้านการผลิตการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ

การศึกษานี้ได้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งที่เป็นผู้บริโภคชาวไทย จำนวน 306 คน ผู้บริโภคชาวต่างชาติจำนวน 150 คน ผู้ผลิตจำนวน 15 ราย และผู้จำหน่ายจำนวน 50 ราย ข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมและยังนำไปเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าไหมได้อีกด้วยจากการศึกษาพบว่าผลการศึกษาเป็นไปตามวัตถุประสงค์ดังนี้

ผู้บริโภคชาวไทย : ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจากร้านค้าในแหล่งผลิต ศูนย์แสดงผลิตภัณฑ์ของมูลนิธิฯ และร้านจิตรลดา มีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ มีราคาแพง และต้องการให้เพิ่มสถานที่จำหน่ายให้มากขึ้น

ความต้องการทั่วไปของผู้บริโภคชาวไทยที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชอบมากที่สุดคือ ผ้าไหมพื้น รองลงมาคือ ผ้าไหมมัดหมี่ และ ผ้าไหมทอยกดอก ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมพื้น (ผ้าพื้น) ที่ผู้บริโภคชอบคือ สีที่ชอบมีทั้งสีเข้มและสีอ่อน/สีธรรมชาติ เนื้อผ้าเป็นเนื้อผ้าที่เรียบ ชอบทั้งผ้าเนื้อบางและหนา และผ้าหน้ากว้าง

ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ (ผ้ามัดหมี่) ที่ผู้บริโภคชอบคือ สีที่ชอบเป็นสีเข้ม เนื้อผ้าเรียบ ชอบทั้งความบางและหนา หน้าผ้ากว้างและลวดลายผ้าเล็ก

ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอยกดอก (ผ้ายก) ที่ผู้บริโภคชอบคือ สีที่ชอบมีทั้งสีเข้มและสีอ่อน/สีธรรมชาติ เนื้อผ้าเรียบ ชอบทั้งผ้าเนื้อบางและหนา ผ้าหน้ากว้าง ลวดลายเล็ก และดินที่ใช้ทอยกดอกชอบดินทอง

โทนสีของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม 5 อันดับแรกที่ผู้บริโภคชอบ คือ สีน้ำเงิน สีฟ้า สีเขียว สีม่วง และสีชมพู และสีแดง ตามลำดับ

ลวดลายผ้า คุณภาพของเนื้อผ้า สีสันทของผ้า อายุการใช้งาน การดูแลรักษาและราคาของผ้า ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของผู้บริโภค

ผู้บริโภคชาวต่างชาติ : ผู้บริโภคชาวต่างชาติชอบผ้าไหมพื้นมากที่สุด รองลงมาคือ ผ้าไหมมัดหมี่ และ ผ้าไหมทอยกดอก ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมพื้น (ผ้าพื้น) ที่ผู้บริโภคชอบคือ สีที่ชอบมีทั้งสีเข้ม ชอบทั้งเนื้อผ้าเรียบ และผ้าหนา ทั้งผ้าเนื้อบางและหนา และผ้าหน้ากว้าง

ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ (ผ้ามัดหมี่) ที่ผู้บริโภคชอบคือ สีที่ชอบเป็นสีเข้ม เนื้อผ้าเรียบ ชอบทั้งความบางและหนา หน้าผ้ากว้างและลวดลายผ้าเล็ก

ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอยกดอก (ผ้ายก) ที่ผู้บริโภคชอบ คือ สีที่ชอบมีทั้งสีเข้มและสีอ่อน/สีธรรมชาติ เนื้อผ้าเรียบ ชอบทั้งผ้าเนื้อบางและหนา ผ้าหน้ากว้าง ลวดลายเล็ก และดินที่ใช้ทอยกดอกชอบดินทอง

โทนสีของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม 5 อันดับแรกที่ผู้บริโภคชอบ คือ สีน้ำเงิน สีฟ้า สีเขียว สีม่วง และสีชมพู และสีแดง ตามลำดับ

ลวดลายผ้า คุณภาพของเนื้อผ้า สีสันทของผ้า อายุการใช้งาน การดูแลรักษาและราคาของผ้า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของผู้บริโภค

ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหม : ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่จำหน่ายได้ดีที่สุดคือ ผ้าไหมพื้น (ผ้าพื้น) รองลงมาคือ ผ้าไหมมัดหมี่ (ผ้ามัดหมี่) ส่วนผ้าไหมทอยกดอก (ผ้ายก) นั้นผู้บริโภคทั่วไปมีความนิยมน้อยมาก

โทนสีของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภค 6 อันดับแรก ได้แก่ โทนสีน้ำเงิน สีฟ้า สีเขียว สีม่วง สีชมพู และสีแดง

วิธีการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในร้านของคนกลางหรือผู้จำหน่าย ทุกรายจะคำนึงถึงต้นทุนและกำไรที่ต้องการเป็นหลัก ราคาจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับคุณภาพ ความประณีต ลวดลายที่ละเอียด และความยากง่ายในการทอ

ผู้จำหน่ายทั่วไปไม่มั่นใจว่าเมื่อนำผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ มาจำหน่ายในร้านของตนแล้วจะจำหน่ายได้ดี เพราะมีความเชื่อว่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่มีอยู่ในร้านของตนเองนั้นสามารถจำหน่ายได้ดีอยู่แล้ว

คุณภาพและราคาของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ กับผู้ผลิตรายอื่น มีความเห็นว่าราคาก็พอกัน แต่ด้านคุณภาพของผู้ผลิตรายอื่นได้เปรียบกว่าเพราะผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ ได้มาจากหลายแหล่งผลิต เทคนิคการผลิตและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมยังไม่ได้มาตรฐานเดียวกัน

สาเหตุที่ทำให้ลูกค้าของคนกลางหรือผู้จำหน่ายยังไม่นิยมใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ มาจากลูกค้ายังไม่คุ้นเคย การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์น้อยไป มีช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยไป ยังไม่สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ ได้โดยทั่วไปเพราะจำนวนร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ ยังมีน้อยเกินไป

ผู้ผลิต : ผู้ผลิตใช้เส้นไหมที่นำมาเป็นวัตถุดิบจาก 2 แหล่งคือ เลี้ยงไหมเองและนำเข้ามาจากต่างประเทศ ผ้าไหมพื้น (ผ้าพื้น) จะได้รับความนิยมมากที่สุด รองลงมาคือ ผ้าไหมมัดหมี่ (ผ้ามัดหมี่) ส่วนผ้าไหมทอยกดอก (ผ้ายก) นั้น มีน้อยรายที่ผลิตออกมาจำหน่ายเพราะต้องใช้ฝีมือในการผลิตสูง งานมีความละเอียดอ่อนมาก ผลิตได้ช้า และมีราคาแพงมาก

ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมผลิตภัณฑ์ผ้าไหมโทนสีน้ำเงิน สีฟ้า สีเขียว สีม่วง สีชมพู และสีแดง ตามลำดับ และในปัจจุบันผู้บริโภคหันมานิยมโทนสีธรรมชาติ (Earth Tone) มากขึ้น

ปัญหาและอุปสรรคด้านแหล่งซื้อเส้นไหมน้อยเกินไปส่วนใหญ่มักใช้เส้นไหมที่ผลิตขึ้นเองจากการเลี้ยงไหม ทำให้ปริมาณการผลิตมีน้อย ขนาดของเส้นไหมไม่ได้มาตรฐาน สีของไหมดิบก่อนย้อมสีมีความเข้มความจางแตกต่างกันมาก ปริมาณเส้นไหมไม่เพียงพอต่อการผลิต ราคาเส้นไหมแพงเกินไป การย้อมสีไหมแต่ละครั้งได้สีที่ออกมาไม่เหมือนกัน สีที่ย้อมตก ต่าง ไม่สม่ำเสมอ ความมันวาวของเส้นไหมที่ทอออกมาเป็นพื้นแล้วไม่เท่ากัน

การออกแบบลวดลายผ้ายังเป็นลวดลายดั้งเดิม ผู้ผลิตรายอื่นได้เปรียบกว่าเพราะใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์กราฟฟิคออกแบบและเป็นที่ต้องการของตลาด

ต้นทุนการผลิตยังสูงอยู่ ไม่สม่ำเสมอ เนื่องมาจากการผลิตในจำนวนน้อย ต้นทุนต่อหน่วยยังสูงอยู่ ค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ ยังไม่มีมาตรการควบคุมเหมือนกับผู้ผลิตรายใหญ่

อุปกรณ์และเครื่องมือที่มีจำกัด ไม่เพียงพอต่อการผลิต บุคลากรผู้มีฝีมือมีจำนวนไม่เพียงพอต่อปริมาณการผลิตที่อาจจะเพิ่มขึ้นได้ในอนาคต

การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ จะทำขึ้นหลังจากการคัดเลือกและตรวจสอบคุณภาพ ความประณีตของการทอและลวดลาย ซึ่งปรากฏอยู่บนผืนผ้า กำหนดราคาที่เหมาะสมแล้วจึงนำออกจำหน่าย

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ จะเน้นหนักไปทางด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งที่ทำโดยมูลนิธิฯ และที่ได้รับพระราชทานจากสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระองค์ทรงเป็นองค์ประชาสัมพันธ์ให้ปรากฏแก่สายตาชาวโลกว่าคนไทยมีวัฒนธรรมอันสูงส่งเพียงใด ด้วยการนำผลงานของมูลนิธิฯ ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ ไปจัดแสดงยังต่างประเทศอยู่เป็นประจำ ชุดฉลองพระองค์ของพระองค์ก็ทรงชุดที่ตัดเย็บจากผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของมูลนิธิฯ :