

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต ช่องทางการตลาดและการประเมินผล การดำเนินงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่ม ทอผ้าบ้านคอยแก้ว ตำบลคอยแก้ว อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิซึ่งเป็นข้อมูลจากโครงการวิจัยซึ่งทำการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้วจำนวน 18 ราย พ่อค้าคนกลาง 1 ราย และผู้บริโภคมผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายจำนวน 100 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ การวิเคราะห์ต้นทุน และผลตอบแทนทางด้านการเศรษฐศาสตร์ การวิเคราะห์ช่องทางการตลาด การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และการประเมินผลการดำเนินงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย เพื่อให้ได้ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้วสามารถจำแนกได้ 2 ประเภทคือ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายที่ทำจากเส้นฝ้ายย้อมสีธรรมชาติและย้อมสีสังเคราะห์ ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของกลุ่มได้แก่ ผ้าอเนกประสงค์ ผ้าปูโต๊ะ ผ้าคลุมไหล่และผ้าพันคอ โดยร้อยละ 99.80 ของต้นทุนทั้งหมดเป็นต้นทุนผันแปรซึ่งประกอบด้วยต้นทุนที่สำคัญคือค่าเส้นฝ้ายและค่าแรงงาน และร้อยละ 0.20 ของต้นทุนทั้งหมดเป็นต้นทุนคงที่ ส่วนค่าเฉลี่ยของผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการใช้แรงงานในครัวเรือนและจากการลงทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์เท่ากับ 18.53 บาทต่อชั่วโมง และร้อยละ 158.26 ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ของช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์พบว่า ต้นทุนการตลาดและกำไร โดยเฉลี่ยของพ่อค้าคนกลางคิดเป็นร้อยละ 1.75 และร้อยละ 18.53 ของราคาที่ผู้บริโภคจ่าย ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคพบว่าเกณฑ์ในการเลือกซื้อที่สำคัญของผู้บริโภคคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการกำหนดราคา และตัวผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ส่วนช่องทางการตลาดและการส่งเสริมการขายผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการวิเคราะห์ถึงผลการดำเนินงานของกลุ่มพบว่ากลุ่มประสบความสำเร็จในระดับสูง โดยจะเห็นได้จากกลุ่มมีสถานะแวดล้อม กระบวนการและปัจจัยออกที่เอื้อต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูง ส่วนทางด้านปัจจัยเข้านั้นเอื้อต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับปานกลาง การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของกลุ่มพบว่า ทางกลุ่มได้อาศัยกลยุทธ์ที่เป็นจุดแข็งและโอกาสของกลุ่มมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติ ในขณะที่หลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นจุดอ่อนและอุปสรรคของกลุ่ม เพื่อที่จะทำให้กลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้วมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น

The main objectives of this study were to analyze the production cost, marketing channel, evaluation of cotton handicraft products (CHPs) and to analyze strengths, weaknesses, opportunities and threats of the agricultural cotton weaving group in Ban-Doi Keaw Tambon Doi Keaw Amphoe Jomthong Changwat Chiang Mai. The data used in this study was obtained from an interview of all 18 members of the agricultural cotton weaving group, 1 merchant and 100 consumer of CHPs. A basic economic cost and return analysis, marketing channel analysis, SWOT analysis and CIPP model were employed as the analytical tools to achieve the objectives.

The results of this study indicate that the CHPs made by the members of the agricultural cotton weaving group in Ban- Doi Keaw can be classified into two categories. The first CHPs category was made from cotton threads dyed with the natural color, while the second CHPs category was made from the cotton threads dyed with synthetic color. The major production cost of CHPs was variable cost accounting for 99.80 percent of the total cost while the fixed cost was only 0.20 percent. The important variable cost items of CHPs productions were cottons threads and labor. On the average, the economic return to family labor used and total capital invested in the CHPs making was 18.53 baht per hour and 158.26 percent respectively. The results of marketing channel analysis of the CHPs showed that the average marketing cost and profit margin of the traders accounted for 1.75 and 18.53 percent of the consumer prices. The analytical results of consumer survey indicated that the product quality was the most effective buying criteria of the consumers. It was found that the satisfaction of consumers associated with the prices and products of CHPs were of the highest level while marketing outlets and marketing promotion of CHPs were of medium level. The analysis of the CIPP model associated with 3-key performances indicators of the group (context, process and product) indicated that the group had a high success level, and 1-key performance indicator of the group (input) had a medium success level. The SWOT analysis of the agricultural Cotton Weaving Group also indicated that the Cotton Weaving Group can make use of some strategies focusing on her strengths and opportunities, while avoiding her weaknesses and threats in order to achieve the better Performance of the group.