

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เสื้อผ้า เป็นส่วนหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์ มนุษย์เราริเริ่มผลิตเสื้อผ้า เพื่อนำมาใช้ปกปิดร่างกายมาตั้งแต่ในอดีต และพัฒนามาเรื่อยๆจนถึงปัจจุบัน ในอดีตมีมนุษย์ใช้เข็มเย็บผ้าที่ทำจาก กระดุกสัตว์ หรือหนามแหลม ทำเป็นเข็ม จนในปัจจุบัน เข็มเย็บผ้าได้ถูกพัฒนา มาใช้เหล็กเป็นวัตถุดิบในการผลิต มีทั้งเข็มหมุด เข็มจักร เข็มเย็บผ้า และยังมีหลายขนาดอีกด้วย

พัฒนาการของการผลิตเสื้อผ้านั้นได้ถูกพัฒนาโดยตลอด การปฏิวัติอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นในอังกฤษ ในช่วงปี ค.ศ. 1700 หรือ พ.ศ.2243 ที่เป็นจุดเริ่มต้นของอุตสาหกรรมสิ่งทอที่เปลี่ยนเป็นการผลิตในรูปแบบทุนนิยม อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป ได้เริ่มต้นอย่างจริงจังในช่วงหลังสงครามโลกในทวีปอเมริกา เพราะ มีการผลิตจักรเย็บผ้าที่มีราคาไม่สูงมาก โดย ไอซิก ซิงเกอร์ เป็นผู้คิดค้นและพัฒนา และมีการเก็บสถิติขนาดรูปร่างของผู้ชายอเมริกัน ในช่วงการผลิตเสื้อผ้าที่ใช้ในสงคราม และ ในช่วงปี ค.ศ.1920 หรือ พ.ศ. 2463 อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปพร้อมใส่ในอเมริกาก็ได้เติบโตเต็มที่¹

ในประเทศไทยการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มของไทย นั้นช้ากว่าประเทศฝั่งตะวันตกเป็นเวลานานมาก ซึ่งในช่วงแรกความนิยมในการบริโภคเสื้อผ้า จะเป็นการตัดตามขนาดของผู้สั่งตัด โดยส่วนใหญ่เป็นการตัดจากห้องเสื้อ ร้านเทลเลอร์ (Taylor's) หรือจากช่างตัดเสื้อ ต่อมาก็มีการพัฒนามาเป็นความนิยมการบริโภคเสื้อผ้าสำเร็จรูป ที่สามารถหาซื้อได้ทั่วไปตามท้องตลาด ในปัจจุบันแหล่งค้าส่งเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศไทยที่สำคัญมีสองแห่ง ก็คือตลาดค้าส่งเสื้อผ้าสำเร็จรูปบีบี และประตูน้ำที่ตั้งอยู่ระหว่างถนนเพชรบุรี และถนนราชปรารภ อยู่ในเขตราชเทวี ซึ่งทั้งสองตลาดเป็นตลาดที่มีการจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปในราคาไม่แพง ถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางในการกระจายสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูประดับปานกลางและล่าง ไปยัง ผู้ค้าปลีก และส่งทั่วประเทศ รวมทั้งในต่างประเทศอีกด้วย โดยที่ทั้งสองย่านนั้นมีเอกลักษณ์ ที่แตกต่างกัน โดยที่ความแตกต่างของตลาดทั้งสองแห่ง นั้นก็คือ รูปแบบของสินค้า ตลาดบีบีโดยส่วนใหญ่จะเป็นเสื้อโหล มากกว่าตลาดประตูน้ำ และตลาดประตูน้ำจะเป็นงานเสื้อบุติก และแฟชั่น มากกว่า นอกจากนี้ประตูน้ำยังเป็นแหล่งการรวมตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจในการผลิต การค้าส่ง และ

¹ พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง , ประวัติศาสตร์ศิลปะเครื่องแต่งกาย (กรุงเทพฯ:อินโฟร์มีเดีย อินเตอร์เนชั่นแนล , 2547), หน้า480.

ค้าปลีกที่เกี่ยวข้องกับเสื้อผ้า และยังมีบทบาทที่สำคัญในการเป็นศูนย์กลางในการกระจายสินค้า ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ตลาดประตูน้ำเป็นตลาดค้าส่งเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีความสำคัญมาก เพราะกิจกรรมทางเศรษฐกิจในตลาดนั้นสามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการในตลาด รวมทั้งยังเป็นแหล่งรองรับแรงงานของประเทศได้อย่างมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการขนส่งสินค้า พนักงานขายหน้าร้าน ช่างตัดเสื้อ ช่างเย็บเสื้อ และตลาดประตูน้ำนั้นยังมีความสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทออีกด้วย เพราะว่า อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปเป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำของอุตสาหกรรมสิ่งทอ หากอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปขยายตัวก็สามารถทำให้อุตสาหกรรมทอผ้า อุตสาหกรรมตกแต่งสามารถขยายตัวได้ ในตลาดประตูน้ำนั้นยังประกอบไปด้วยร้านค้าไม่น้อยกว่า 1,000 ร้านค้า และยังเป็นแหล่งรวมผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว หรือผู้ประกอบการขนาดเล็ก และช่างที่มีฝีมือในการผลิตเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มไว้มากมายอีกด้วย

เดิมในอดีตตลาดประตูน้ำเป็นตลาดสดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค และต่อมาก็มีพัฒนาการกลายเป็นตลาดตัดเย็บเสื้อผ้าตามคำสั่ง ที่มีชื่อเสียงและพัฒนาเข้าสู่ตลาดค้าส่งเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เป็นที่รู้จักในช่วงปี พ.ศ. 2518-2520 ซึ่งตลาดตัดเย็บเสื้อผ้าตามคำสั่ง นับเป็นจุดเริ่มต้นของกิจกรรมเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งสามารถแบ่งช่วงพัฒนาการของตลาดค้าส่งเสื้อผ้าสำเร็จรูปในย่านประตูน้ำออกเป็น 3 ยุค คือยุคตัดเย็บเสื้อผ้าตามคำสั่ง (Taylor's made) ยุคผู้ผลิต และยุคการนำเข้า

ตลาดค้าส่งเสื้อผ้าสำเร็จรูปในย่านประตูน้ำ นั้นเป็นตลาดที่มีกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่น่าสนใจ และมีการขยายตัวมาโดยตลอด เพราะมีกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันกันอย่างเสรี การที่ผู้แข่งขันรายใหม่ หรือผู้ประกอบการคนใหม่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจ หรือการเข้ามาแข่งขันในตลาดนั้นสามารถทำได้ง่าย และราคาของสินค้าในตลาดมีความอ่อนไหวมาก หากสินค้ามีความใกล้เคียงกัน หรือมีความแตกต่างกันน้อยมาก ราคาที่แตกต่างกันเพียงเล็กน้อยสามารถมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า เพราะลูกค้าสามารถเปรียบเทียบสินค้าในตลาดได้

การพัฒนาอุตสาหกรรมของไทยที่ดำเนินไปอย่างรวดเร็ว เศรษฐกิจไทยมีการพัฒนาแบบเปิดประเทศสัมพันธ์กับระบบเศรษฐกิจโลกค่อนข้างมาก ทำให้ในปัจจุบันนี้ภาคอุตสาหกรรมขยายตัวอย่างเห็นได้ชัด สิ่งที่ปรากฏให้เห็นควบคู่กับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมคือ การเฟื่องฟูขึ้นมาของกิจกรรมขนาดย่อมต่างๆ เช่น ธุรกิจตัดเย็บเสื้อผ้า ห้องแถว แผงข้างลอยข้างถนน การทำดอกไม้ประดิษฐ์ เป็นต้น ธุรกิจเหล่านี้ เกิดขึ้นอย่างเป็นไปเอง เป็นการริเริ่มจากประชาชนใน ส่วนล่างของสังคม และเป็นธุรกิจที่ไม่มีโครงสร้างหรือการจัดการที่แน่ชัด (Non structure) คือไม่มีการจดทะเบียน ขึ้นชื่อป้ายร้านและตกลำรวจของทางการ จึงกล่าวได้ว่าเป็นเศรษฐกิจนอกระบบ หรือไม่เป็นทางการ (Informal sector) ความสำคัญของเศรษฐกิจนอกระบบนั้นยังมองได้ในแง่ของ

การจ้างงาน การก่อให้เกิดรายได้แก่ประชาชนและการกระจายรายได้² กิจกรรมทางเศรษฐกิจในตลาดประตุน้ำจืดเป็นเศรษฐกิจอยู่นอกระบบที่ไม่เป็นทางการ หรือ เรียกได้ว่าเป็นการผลิตสาขาที่ไม่เป็นทางการ (Informal Sector) เป็นเศรษฐกิจที่ไม่ผิดกฎหมายและไม่มีกฎหมายรองรับ ส่วนใหญ่เป็นภาคเศรษฐกิจประกอบด้วยธุรกิจขนาดเล็ก หรือธุรกิจส่วนตัวที่ถูกกฎหมาย ลักษณะสำคัญของภาคเศรษฐกิจนอกระบบ คือ ลงทุนน้อย มีขนาดเล็ก เน้นการใช้แรงงานคนมากกว่าเครื่องจักร ไม่มีการรวมกลุ่มและการเข้าสู่ระบบทำได้ง่าย³ เป็นเศรษฐกิจที่มีการผลิตทำให้เกิดมูลค่าส่วนเกินแต่ไม่ได้ถูกบันทึกรายการอยู่ในบัญชีประชาชาติ เศรษฐกิจนอกระบบประตุน้ำจืดไม่ได้หมายถึงร้านแผงลอยตามริมถนนเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงร้านค้าต่างๆที่อยู่ในตึก หรือมีตลาดเป็นหลักแหล่ง โดยที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตและผู้จำหน่ายในบุคคลเดียวกัน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการจ้างแรงงานแบบเหมา หรือเช่าช่วง หรือบางรายเป็นโรงงานเย็บเสื้อผ้าที่มีการจ้างแรงงานในโรงงานน้อยกว่า 20 คน ซึ่งไม่จำเป็นต้องจดทะเบียนกับทางราชการ จึงเป็นเศรษฐกิจที่อยู่นอกระบบ

พัฒนาการของตลาดได้เปลี่ยนแปลงจาก ตลาดจำหน่ายผ้าเมตรกับตลาดเทลอร์ (Taylor's made) ที่เป็นการวัดตัวตัดเสื้อผ้า กลายมาเป็นตลาดค้าส่งเสื้อผ้าสำเร็จรูปซึ่งเป็นการผลิตในรูปแบบของระบบทุนนิยม ที่เปลี่ยนรูปแบบของกิจกรรมการค้าในตลาดให้เข้าสู่ระบบทุนนิยมอย่างเต็มตัว

เช่นเดียวกับเหตุการณ์ของ Yves Saint Laurent ชาวฝรั่งเศส เจ้าของห้องเสื้อ Yves Saint Laurent Haute Couture House⁴ หรือที่รู้จักกันทั่วไปในสัญลักษณ์ YSL ที่ไม่สามารถด้านทานระบบทุนนิยมได้ Haute Couture House และการขยายธุรกิจของ Haute Couture House ทำได้ด้วยความยากลำบาก เนื่องจากตลาดมีขนาดที่จำกัด ในปี พ.ศ.2509 YSL จึงจัดตั้ง Rive Gauche เพื่อผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป (Ready-to-wear Boutique) และมีการขยายการผลิตไปในสินค้าตัวอื่นๆ เช่น แวนดา นำหอม บุหรี่ ผ้าห่ม เป็นต้น ซึ่งถือได้ว่า YSL ทำหน้าที่ผลิตสินค้าวัฒนธรรม (Culture Product) มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนระบบทุนวัฒนธรรม ในปี พ.ศ.2536 YSL ขายธุรกิจส่วนที่ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป น้ำหอม และเครื่องสำอางให้กับ Elf Aquitaine ต่อมาก็ได้ถูกขายให้กับกลุ่มของ Gucci ยี่ห้อ YSL จึงถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ Yves Saint Laurent ภายใต้การบริหารของกลุ่ม Gucci อีกส่วนหนึ่งคือ Yves Saint Laurent

² วรวิทย์ เจริญเลิศ , พัฒนาการเศรษฐกิจเปรียบเทียบ (โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2535) หน้า 279

³ นภัต ศิริสัมพันธ์ , แรงงานที่ถูกกดขี่: ผู้หญิงในภาคเศรษฐกิจนอกระบบในเขตกรุงเทพมหานคร (กรุงเทพฯ:มูลนิธิฟรีดริค เฮแบร์ท,2537) หน้า 1

* Haute Couture หมายถึง นักออกแบบชื่อดัง ชาวฝรั่งเศส ที่มีชื่อเสียงด้านการออกแบบเสื้อชั้นสูง เช่น Dior เป็นต้น เป็นการออกแบบ และตัดเย็บเครื่องแต่งกายแก่ผู้มีอันจะกินเพื่อสวมใส่ในการออกงานสังคม

Haute Couture House ภายใต้การบริหารของแซ็งต์ ลอว์เรนต์ และแบร์जे ในปี พ.ศ.2545 แซ็งต์ ลอว์เรนต์ ประกาศล้างมือ เพราะเหตุผลจากการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจเครื่องแต่งกาย ที่มีความนิยมในการจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากกว่า มีผู้คนที่ยินดีจ่ายเงินมากกว่า 20,000 ดอลลาร์อเมริกันเพื่อแลกกับเครื่องแต่งกายหนึ่งชุด นั้นมีปริมาณน้อย Haute Couture ขาดทุนปีละประมาณ 1 ล้านดอลลาร์อเมริกัน ซึ่งพลวัตรของระบบทุนนิยมโลกยังทำให้ผลผลิตที่มีลักษณะ Ready to wear เป็นฐานสำคัญของธุรกิจแฟชั่นเครื่องแต่งกาย การผลิตในลักษณะประติประดอยดังเช่น Haute Couture มิอาจดำรงอยู่ได้ ในท้ายที่สุด จุดหมายปลายทางของธุรกิจแฟชั่นเครื่องแต่งกายย่อมไม่พ้น Mass Production นั้นหมายความว่า ตลาดมีบทบาทสำคัญในการชี้เป็นชี้ตายธุรกิจนี้⁵

การผลิตของห้องเสื้อ YSL ที่เดิมเป็นการผลิตเสื้อผ้าแบบวัดตัวตัดให้แก่ผู้ที่อยู่ในสังคมชั้นสูง หรือที่เรียกกันว่า "โอต กูร์ ตู" ต้องใช้ความประณีตในการตัดเย็บ, ออกแบบอย่างละเอียด และมีราคาที่สูงมาก ไม่สามารถดำเนินการผลิตเป็นทุนนิยมให้เป็นการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปได้ เป็นการผลิตคราวละมากๆ เช่นเดียวกับตลาดประตุน้ำที่ระบบการผลิตในตลาดประตุน้ำจากการวัดตัวตัดก็กลายเป็นตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปเช่นกัน

ต่อมาพัฒนาการของตลาดประตุน้ำก็ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากการที่เป็นตลาดผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเป็นบุคคลเดียวกัน ก็กลายเป็นการนำเข้าเพิ่มมากขึ้น หรือมีการลดการผลิตลง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่หันไปสู่การเป็นพ่อค้าคนกลาง โดยบางรายมีการลดการผลิต บางรายก็มีการเลิกการผลิต หันไปซื้อสินค้าจากผู้ผลิตรายอื่น หรือซื้อจากต่างประเทศที่มีราคาสินค้าที่ถูกกว่า การผลิตขึ้นเองเข้ามาจำหน่ายแทน ซึ่งส่วนใหญ่จะนำเข้าจากประเทศจีน ที่มีความได้เปรียบในด้านต้นทุนค่าจ้างแรงงาน และต้นทุนในด้านของวัตถุดิบ ที่มีราคาถูกกว่าประเทศไทย ซึ่งธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปเป็นธุรกิจที่เน้นแรงงานในการการผลิต (Labor Intensive)

การศึกษาจึงมุ่งเน้นในการอธิบายพัฒนาการของธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปในย่านประตุน้ำ ตั้งแต่ยุคตัดเย็บเสื้อผ้าตามคำสั่ง (Taylor's made) ไปจนถึงยุคการนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป เพื่อให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และได้ทราบถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจในย่านประตุน้ำ และศึกษาถึงกระบวนการสะสมทุนในธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปประตุน้ำ ถึงกระบวนการรักษากำไร กระบวนการผลิต เป็นต้น ซึ่งการศึกษาจะวิเคราะห์เพื่อให้เห็นถึงระบบการทำงานของตลาด และกิจกรรมทางเศรษฐกิจในตลาดประตุน้ำ และการสะสมทุนของธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปในย่านประตุน้ำ

⁵ รั้งสรรค์ ธนะพรพันธุ์, ทุนวัฒนธรรม เล่ม 1 วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลก (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน, 2546) หน้า 214 -

1.2 วัตถุประสงค์

1. ศึกษาพัฒนาการของธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปในย่านประตูน้ำ ศึกษาสาเหตุ หรือปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปในย่านประตูน้ำ
2. ศึกษากระบวนการสะสมทุนในตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปในย่านประตูน้ำ

1.3 ขอบเขตการศึกษา

1. ศึกษาธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปในย่านประตูน้ำ
2. การศึกษาพัฒนาการธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปจะทำการศึกษาเป็น 3 ยุค
 - ยุค ตัดเย็บเสื้อผ้าตามคำสั่ง (Taylor's made)
 - ยุคผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป
 - ยุคการนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป
3. การศึกษากระบวนการสะสมทุนในธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป จะศึกษาเฉพาะการสะสมทุนของกระบวนการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เกิดขึ้นในย่านประตูน้ำ

1.4 ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ได้ทราบถึงพัฒนาการของธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปในย่านประตูน้ำ
2. ได้ทราบถึงกระบวนการสะสมทุนในตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูป

1.5 นิยามศัพท์

1. เสื้อผ้าสำเร็จรูป หมายถึง เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ไม่ว่าจะเป็นกางเกง เสื้อเชิ้ต กระโปรง ที่ถูกผลิตขึ้นมาในปริมาณมากมีรูปแบบที่เหมือนกัน โดยมีขนาดมาตรฐานที่คนโดยทั่วไปสามารถใส่ได้ ซึ่งจะมีการแบ่งขนาดหลายขนาด เช่น ขนาดเล็กมาก (SS) ขนาดเล็ก (S) ขนาดกลาง (M) ขนาดใหญ่ (L) ขนาดใหญ่มาก (XL) หรือขนาดใหญ่พิเศษ (XXL) โดยการผลิตของแต่ละขนาด จะมีขนาดของเสื้อที่ไม่เท่ากันและรูปแบบที่ไม่เหมือนกัน การกำหนดขนาดของเสื้อผ้าแต่ละขนาดจะขึ้นอยู่กับผู้ผลิต และตัวย่อของขนาดจะขึ้นอยู่กับผู้ผลิตแต่ละราย หรือความนิยมของแต่ละประเทศ เช่น บางประเทศอาจใช้ตัวเลขในการกำหนดขนาด ขนาดเบอร์ 4 เบอร์ 5 เป็นต้น เสื้อผ้าสำเร็จรูปยังหมายรวมถึงเสื้อผ้าที่เย็บเสร็จแล้วมีทุกขนาดหลายแบบ ทั้งของสุภาพสตรี สุภาพบุรุษ และเด็กจำหน่ายในร้าน และห้างสรรพสินค้า

2. แฟชั่น (Fashion) หมายถึง รสนิยมร่วมของหมู่คนในช่วงเวลาสั้นๆไม่ว่าจะเป็น เครื่องแต่งกาย วิธีการดำเนินชีวิต อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เป็นต้น

3. การผลิตสาขาที่ไม่เป็นทางการ (Informal sector Production) หมายถึง การประกอบการของบุคคล หรือครัวเรือนที่ไม่ได้จัดตั้งในรูปแบบขององค์กรธุรกิจ หรือเรียกว่า วิสาหกิจนอกระบบ (Unincorporated Enterprises) ดังนั้น ทุน สิทธิทรัพย์ หนี้สิน รายได้ รายจ่าย ของกิจการจึงไม่ได้ถูกแยกจากส่วนของบุคคล หรือครัวเรือน นอกจากนี้ ยังเป็นกิจการขนาดเล็กที่ไม่มีการจดทะเบียน หรือแจ้งข้อมูลต่อทางการ ทั้งยังไม่อยู่ในระเบียบ และกฎเกณฑ์ที่ทางการกำหนดอีกด้วย

4. การจ้างงานนอก (Putting out system) หมายถึง การจ้างงานแบบเหมาจ่าย โดยที่ผู้จ้างไม่มีข้อตกลงในการดูแลผู้จ้าง ซึ่งเกิดขึ้นมากในอุตสาหกรรมการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นระบบการผลิตที่ เจ้าของร้าน จ้างงานให้กับผู้รับงานไปทำ โดยคิดค่าจ้างเป็นรายชิ้น โดยที่ผู้รับงานจะมีช่างที่ใช้ในการผลิตอยู่เป็นกลุ่ม เมื่อรับงานไปแล้วก็จะทำการแจกจ่ายงานไปให้ช่างโดยส่วนใหญ่มักจะคิดค่าแรงเป็นรายชิ้นเช่นกัน ผู้รับงานจะมีกำไรจากส่วนต่างที่ได้รับ

5. การค้าปลีก หมายถึง การขายสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภคมีความเกี่ยวข้องกับบุคคล 3 กลุ่ม คือ ผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีก ผู้ผลิตจะผลิตสินค้าที่คนจะซื้อ ผู้ค้าส่งจะเป็นตัวกลางในการซื้อ และกระจายสินค้าที่ถูกผลิตไปยังผู้ค้าปลีก ส่วนผู้ค้าปลีกจะขายสินค้า และบริการโดยตรงไปยังผู้บริโภคขั้นสุดท้าย บางครั้งผู้ผลิตจะขายสินค้าไปยังผู้ค้าปลีกโดยตรง หรือบางครั้งผู้ผลิตจะขายสินค้าให้กับผู้ค้าส่งในปริมาณที่ละมากๆ แล้วผู้ค้าส่งก็จะขายต่อไปยังผู้ค้าปลีกหลายๆรายในปริมาณที่น้อยลง

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท ⁵ ได้ให้ความหมายการค้าปลีก คือ

1) สถาบันทางการตลาดที่ทำหน้าที่เป็นหน่วยที่ช่วยการกระจายสินค้าจากผู้ผลิต พ่อค้าส่ง ไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate Consumer) การค้าปลีกจึงปฏิบัติในรูปลักษณะที่ต่างๆตั้งแต่คนเดินเท้า หาบเร่ แผงลอย ร้านค้าขนาดเล็ก ร้านค้าขนาดใหญ่มียอดขายเป็นล้านบาทต่อวัน ขณะเดียวกันสถาบันการค้าปลีกเหล่านี้ก็มีสินค้ามูลค่าราคาต่างๆกันไว้จำหน่าย ตั้งแต่ราคาต่ำถึงราคาสูง คุณภาพของสินค้าก็แตกต่างกันไป ดังนั้นความสำเร็จส่วนหนึ่งของผู้ผลิต พ่อค้าส่ง จึงขึ้นอยู่กับความสำเร็จของการค้าปลีกด้วยเช่นกัน

2) การขายสินค้าให้ผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate Consumer) ซึ่งซื้อไปเพื่อบริโภคของตนเอง หรือของบุคคลในครอบครัว ผู้ขายอาจเป็นใครก็ได้ คือ อาจจะเป็นผู้ผลิตที่ขายผลิตผลของตนให้ผู้บริโภคโดยตรง ไม่จำเป็นต้องเป็นพ่อค้าปลีกเสมอไป

⁵ ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท . การบริหารการค้าปลีก. (กรุงเทพฯ: วัจจักร , 2536)

6. การค้าส่ง หมายถึง การค้าส่ง (Wholesaling) หมายถึง การขายสินค้าให้แก่ผู้ซื้อในปริมาณที่มากกว่า ระดับการบริโภคปกติของบุคคลหนึ่งคน การค้าส่งจะเป็นการขายสินค้าให้กับผู้ซื้อที่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อการลงทุน คือซื้อเพื่อนำไปขายต่อ หรือที่เรียกว่าผู้ค้าปลีก โดยที่ผู้ค้าส่งกับผู้ผลิตอาจเป็นคนเดียวกัน หรือคนละคนก็ได้ และผู้ที่ซื้อสินค้าจากผู้ค้าส่งอาจเป็นผู้ค้าส่งเช่นเดียวกันก็ได้

ยังมีนักวิชาการที่ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับกิจกรรมการค้าส่งในแง่มุมต่างๆดังนี้ สมาคมการตลาดของอเมริกาให้คำจำกัดความของการค้าส่งไว้ว่า "การค้าส่งแตกต่างจากการค้าปลีกโดยสังเกตจากลูกค้าที่ได้รับบริการ ผู้ค้าส่งส่วนใหญ่ขายให้แก่ผู้ค้าปลีกหรือพ่อค้าอื่นๆ หรือผู้ใช้ทางด้านอุตสาหกรรม (Industrial User) หรือผู้ใช้ทางด้านสถาบัน (Institutional User) หรือผู้ใช้ทางการค้า (Commercial Users) แต่ผู้ขายส่งขายสินค้าจำนวนเล็กน้อยให้แก่ผู้บริโภค"

การค้าส่ง คือ หน่วยธุรกิจที่ซื้อสินค้า และจำหน่ายต่อไปยังพ่อค้าปลีก พ่อค้าส่งรายอื่น และจำหน่ายไปยังผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม สถาบันและการพาณิชย์ พ่อค้าส่งไม่ได้จำหน่ายสินค้าไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย

กิจการค้าส่งจะเป็นตัวกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าปลีก เป็นกิจการที่เกิดขึ้นโดยตรงเกี่ยวกับการจำหน่ายหรือบริการที่ให้กับกิจการที่ซื้อไปขายต่อสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค หรือเพื่อนำไปใช้ในอุตสาหกรรม โดยเป็นสินค้าที่มีการซื้อขายกันครั้งละมากๆ ในสหรัฐอเมริกาได้มีการจำแนกประเภทของการขายส่งออกเป็น 5 ประเภท คือ

1) ผู้ค้าส่งอิสระ 2) สำนักงานหรือสาขาการค้าส่งของผู้ผลิต 3) ตัวแทนหน้าค้าส่ง 4) สถานีหรือศูนย์รวมน้ำมันปิโตรเลียม และ 5) ศูนย์รวมผลิตผลเกษตรหรือประมง สำหรับประเทศไทยนั้น ชูติภาเสนอไว้ว่า คลังหรือศูนย์น้ำมันปิโตรเลียมต่างๆ ส่วนมากเป็นสาขาการค้าส่งของบริษัทน้ำมันหรือโรงกลั่นน้ำมัน สำหรับศูนย์รวมผลิตผลเกษตรหรือประมงเป็นศูนย์อิสระ เช่น ตลาดกลางผักและผลไม้ที่ปากคลองตลาด ตลาดไท ตลาดกลางองค์การสะพานปลา เป็นต้น กิจการค้าส่งนอกจากขายให้แก่กิจการค้าปลีก ยังขายให้กับผู้ใช้ที่มียอดซื้อสูงเท่ากับกิจการค้าปลีกอีกด้วย เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล รัฐบาล เป็นต้น

อาวีวรรณ อัครรุ่งนิรันดร์⁶ ได้ให้ความหมายของกิจกรรมการค้าส่งไว้ว่าเป็น กิจการขนาดเล็ก ที่ดำเนินการในลักษณะเจ้าของคนเดียว หรืออาจจะจัดตั้งเป็นห้างหุ้นส่วนหรือบริษัท การบริหารจัดการก็ทำกันแบบง่ายๆไม่สลับซับซ้อน ซึ่งคนจีนเรียกว่า "ร้านยี่ปิว" หรือที่อาจจะพูดเป็นภาษาฝรั่ง เรียกว่า wholesale

⁶ อาวีวรรณ อัครรุ่งนิรันดร์. การค้าส่ง, (กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์พิทักษ์อักษร, 2524)