หอสมุดกลาง จุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย

บทที่ ๕

ภาวะตลาด ราคา และช่องทางการจำหน่าย

ในบทนี้จะศึกษาถึงภาวะตลาดของสิ่งทอระดับอุตสาหกรรมในครัวเรือน ตลอดจนราคาและช่องทางในการจำหน่าย นอกจากจะศึกษาภาวะตลาดดังกล่าวแล้ว ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสมมติฐานเกี่ยวกับการจำหน่ายไว้ว่า "การจำหน่ายสิ่งทอระดับอุตสาหกรรมในครัวเรือนมีลักษณะเป็นการขายผ่านพ่อค้าคนกลาง และการกำหนดราคาขึ้นอยู่กับพ่อค้าคนกลาง" ดังนั้นเพื่อที่จะพิสูจน์สมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงได้แบ่งหัวข้อที่ทำการวิจัยออกเป็นดังนี้คือ

๑. ภาวะตลาด และความต้องการของตลาด

๒. ช่องทางการจำหน่ายและการกำหนดราคา

ภาวะตลาด และความต้องการของตลาด

จากการสำรวจพบว่าผู้ผลิตทั้งหมดไม่มีร้านจำหน่ายสินค้าของตนเอง ผู้ผลิตจะใช้บริเวณใต้ถุนเรือนหรือบริเวณส่วนหนึ่งของบ้านทำการผลิตเท่านั้น ผ้าไหมที่ชาวบ้านทำการทอขายอยู่ทุกวันนี้เป็นพวกผ้าซิ่นยกไหม ผ้าไหมที่ใช้ตัดเสื้อไม่มีการทอตามบ้าน จึงทำให้ตลาดผ้าไหมของผู้ผลิตอยู่ในวงแคบไม่สามารถส่งออกไปต่างประเทศได้ เพราะชาวต่างชาติไม่นิยมนุ่งผ้าซิ่น และอีกประการหนึ่งก็คือผลิตภัณฑ์ผ้าซิ่นยกไหมจัดว่าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยมิได้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับชีวิตประจำวัน และเป็นที่นิยมแพร่หลายเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้ค่อนข้างสูงเท่านั้น ทั้งนี้เพราะมีราคาอยู่ในเกณฑ์สูง แต่จากการสอบถามพบว่าในฤดูหนาวหรือจะย่างเข้าสู่ฤดูหนาว ประมาณเดือนพฤศจิกายน - กุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นระยะที่คนไทยนิยมทำการสมรสกันมากกว่าระยะอื่น สุภาพสตรีที่เข้าสู่พิธีสมรสมักนิยมใช้ผ้าไหมไทย เพราะถือว่าเป็นสิ่งเชิดหน้าชูตา ปริมาณความต้องการผ้าไหมในระยะนี้จึงเพิ่มสูงขึ้น

ส่วนผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายที่ชาวบ้านทอขายได้แก่ ถุงย่าม เสื้อยาง ผ้าซิ่น ผ้าซิ่นตีนจก ผ้าตีนจก ผ้าเทป ผ้าดิบ ผ้าตัดเสื้อ ผ้าขาวม้า เป็นต้น จะเห็นได้ว่าผู้ผลิตนิยมทอผ้าฝ้ายมากกว่าผ้าไหม (ดูตาราง ๔.๓ หน้า ๒๔) เพราะจำหน่ายได้ง่ายกว่าและมีราคาถูกกว่า อีกทั้งมีความสะดวกในการซักรีดทำความสะอาด

ตลาดในการจำหน่ายผ้าไหมที่สำคัญได้แก่ อำเภอสันกำแพง และอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในอำเภอสันกำแพงมี ๕ ร้าน อำเภอเมืองมี ๖ ร้าน ส่วนตลาดในการจำหน่ายผ้าฝ้ายนอกจากจะมีที่อำเภอสันกำแพง ๘ ร้าน และตลาดในตัวเมือง ๑๐ ร้าน จังหวัดเชียงใหม่แล้ว ยังมีตลาดจำหน่ายที่อำเภอเมืองลำพูน ๗ ร้าน อำเภอป่าซาง ๑๐ ร้าน จังหวัดลำพูน ซึ่งมีร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายเป็นจำนวนมาก ส่วนร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมนั้นมีน้อยมาก ๔ ร้าน

ปัจจุบันความต้องการผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ผู้ผลิตทำการผลิตอยู่นั้นมีแนวโน้มลดลง ดังจะเห็นได้จากปริมาณการจำหน่ายเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน ในตารางที่ ๕.๑ ผู้ผลิตส่วนใหญ่หรือ ๘๒% ตอบว่าเท่ากับปีก่อนหรือน้อยกว่า และมีเพียงส่วนน้อย (ไม่ถึง ๑ ใน ๕) ที่ตอบว่าปริมาณการจำหน่ายเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ส่วนสาเหตุที่ปริมาณการจำหน่ายน้อยกว่าอาจเนื่องมาจากราคาของผลิตภัณฑ์สูงขึ้นและประกอบกับผู้บริโภคส่วนใหญ่หันไปซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำสำเร็จรูปแล้ว เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ้าชุดรองจานอาหาร ผ้าเช็ดมือ ปลอกหมอน ผ้าคลุมเตียง กระเป๋า ผ้าไหมที่ทอเป็นพับไม่ใช่ผ้าซิ่น ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้ผู้ผลิตไม่ได้ทำการผลิต

ตารางที่ ๕.๑ ปริมาณการจำหน่ายเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน

ปริมาณการจำหน่าย	จำนวนผู้ผลิต	ร้อยละ
น้อยกว่า	๑๙	๓๘
เท่ากัน	๒๒	๔๔
มากกว่า	๙	๑๘
รวม	๕๐	๑๐๐

นอกจากนี้ปริมาณการจำหน่ายในระหว่างปีมักไม่คงที่ จากการสำรวจพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณขาย ได้แก่ เทศกาลประเพณีต่าง ๆ และเทศกาลท่องเที่ยว จากตารางที่ ๕.๒ พบว่าปริมาณการขายขึ้นอยู่กับเทศกาลประเพณีต่าง ๆ ๖๒% และ ๓๔% ขึ้นอยู่กับเทศกาลท่องเที่ยว กล่าวคือ เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม - เมษายน ซึ่งเป็นระยะเวลาที่นักทัศนาจรและนักท่องเที่ยวนิยมขึ้นมาเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่และลำพูน และมีเพียง ๔% เท่านั้นที่ขึ้นอยู่กับลูกค้าประจำ

ตารางที่ ๕.๒ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณขาย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณขาย	จำนวนครั้งของคำตอบ	ร้อยละ
เทศกาลท่องเที่ยว	๑๙	๓๔
เทศกาลประเพณีต่าง ๆ	๓๕	๖๒
ลูกค้าประจำ	๒	๔
รวม	๕๖	๑๐๐

จากข้อมูลข้างต้นนี้แสดงว่าการทอผ้าฝ้ายได้รับความนิยมมากกว่าผ้าไหม และความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตทำการผลิตนั้นมีแนวโน้มลดลง นอกจากนี้ปริมาณการจำหน่ายในระหว่างปีมักไม่คงที่ ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการจำหน่ายคือเทศกาลต่าง ๆ

ช่องทางการจำหน่ายและการกำหนดราคา

๑. ช่องทางการจำหน่าย จากตารางที่ ๕.๓ ผู้ผลิตที่เป็นผู้จำหน่ายเองมีเพียง ๔๐% ส่วนใหญ่หรือ ๖๐% จะมีคนกลางรับไปจำหน่ายหรือผู้ลงทุนเป็นผู้จำหน่าย และจากการสอบถามผู้ผลิตจำนวนทั้งสิ้น ๕๐ ราย มีผู้ตอบ ๒๖ รายที่ทราบว่าผลิตภัณฑ์ที่นำส่งลูกค้านั้น ลูกค้านำไปขายแหล่งใด และคำตอบส่วนใหญ่คือ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจะนำไปจำหน่ายที่อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายมีตลาดจำหน่าย ได้แก่ ตลาดในตัวจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน

ตารางที่ ๔.๓ การจำหน่าย และการกำหนดราคา

การจำหน่ายโดย	ผู้กำหนดราคา											
	คนกลาง		ผู้ลงทุน		ผู้ผลิต		ตกลงราคากัน		ราคาตลาด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ผลิต					๖	๑๒	๙	๑๘	๕	๑๐	๒๐	๔๐
คนกลาง	๒๕	๕๐					๑	๒			๒๖	๕๒
ผู้ลงทุน			๔	๘							๔	๘
รวม	๒๕	๕๐	๔	๘	๖	๑๒	๑๐	๒๐	๕	๑๐	๕๐	๑๐๐
หมายเหตุ	๕๘%				๓๒%				๑๐%			

สำหรับกรณีที่ผู้ผลิตเป็นผู้จำหน่ายเองซึ่งมีอยู่ ๒๐ รายนั้น จะเป็นผู้ที่ขายปลีกเพียงอย่างเดียว ๑ ราย ขายส่งเพียงอย่างเดียว ๘ ราย และทั้งขายปลีกและขายส่ง ๑๑ ราย ดังตารางที่ ๔.๔

ตารางที่ ๔.๔ ลักษณะของการขาย

ลักษณะการขาย	จำนวนผู้ผลิต	ร้อยละ
ขายปลีกเพียงอย่างเดียว	๑	๕
ขายส่งเพียงอย่างเดียว	๘	๔๐
ทั้งขายปลีกและขายส่ง	๑๑	๕๕
รวม	๒๐	๑๐๐

ในกรณีที่ขายปลีก จากจำนวนผู้ผลิต ๑๒ ราย ขายให้นักทัศนาจรชาวไทยเพียงอย่างเดียว ๒ ราย ขายให้คนพื้นเมืองเพียงอย่างเดียว ๗ ราย และขายให้ทั้งสองประเภท ๓ ราย ดังตารางที่ ๔.๕

ตารางที่ ๕.๔ ประเภทผู้ซื้อสำหรับการขายปลีก

ประเภทผู้ซื้อ	จำนวนผู้ผลิต	ร้อยละ
นักทัศนาจรไทย	๒	๑๗
คนพื้นเมือง	๗	๕๘
ทั้งนักทัศนาจรและคนพื้นเมือง	๓	๒๕
รวม	๑๒	๑๐๐

ส่วนกรณีที่ขายส่ง จากจำนวนผู้ผลิต ๑๙ ราย ทุกรายขายส่งที่ตลาดในตัวจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน และมี ๓ รายที่นอกจากขายส่งที่ตลาดในตัวจังหวัดแล้วยังขายส่งที่อื่น ๆ อีกด้วย เช่น อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ และอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง

๒. <u>การกำหนดราคาจำหน่าย</u> ราคาของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายไม่คงที่ กล่าวคือ ราคาซื้อขายของผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันจะแตกต่างกันตามลักษณะของเส้นด้ายหรือเส้นไหมที่ใช้ทอ ความยากง่ายในการทอรวมทั้งราคาของวัตถุดิบ ถ้าวัตถุดิบราคาสูงขึ้น ราคาของผลิตภัณฑ์ก็จะสูงขึ้นแต่ไม่สูงเท่าที่ควร ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันความต้องการของผลิตภัณฑ์เหล่านี้ลดลง ถ้าขายแพงก็จะไม่มีคนซื้อ อีกทั้งพ่อค้าคนกลางก็กดราคาด้วย ผู้ผลิตส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าจะนำผลิตภัณฑ์ของตนไปขายที่ใด และไม่มีเงินทุนหมุนเวียนพอที่จะชลอการขายไว้ก่อน จึงจำเป็นต้องขายในราคาที่พ่อค้าคนกลางเสนอให้ ทั้ง ๆ ที่ถ้าเขานำผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไปจำหน่ายเองอาจจะได้ราคาที่ดีกว่า หรือเท่าราคาที่ซื้อขายกันตามราคาท้องตลาด ซึ่งจากการสำรวจพบว่าในเรื่องของการกำหนดราคาจำหน่ายนั้น จากตารางที่ ๕.๓ หน้า ๔๓ จะเห็นว่า

(๑) ในกรณีที่ผู้ผลิตเป็นผู้จำหน่ายเอง เขาจะเป็นผู้กำหนดราคาเองเพียง ๑๒% ตกลงราคากับผู้ซื้อ ๑๘% และกำหนดตามราคาตลาด ๑๐%

(๒) ในกรณีที่ผู้ผลิตขายผลิตภัณฑ์ให้แก่พ่อค้าคนกลาง พ่อค้าคนกลางจะเป็นผู้กำหนดราคาเกือบทั้งหมดหรือ ๕๐% และผู้ผลิตมีอำนาจในการต่อรองเพียง ๒% เท่านั้น

(๓) ในกรณีที่ผู้ผลิตขายผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ลงทุน ผู้ลงทุนจะเป็นผู้กำหนดราคาเองทั้งหมด ผู้ผลิตไม่มีอำนาจในการต่อรองราคา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวข้างต้น จะเห็นว่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ หรือ ๕๒% มักจะผ่านคนกลางผู้ทำหน้าที่ซื้อและขายช่วงมากกว่าผู้ผลิตจะขายให้กับผู้ใช้โดยตรง ผู้ผลิตจะมีส่วนในการควบคุมราคาขายเพียงร้อยละ ๓๒ เท่านั้น (ดูตารางที่ ๔.๓) ส่วนใหญ่หรือ ๔๘% พ่อค้าคนกลางและผู้ลงทุนจะเป็นผู้กำหนดราคา ส่วนที่เหลืออีก ๑๐% ราคาซื้อขายจะเปลี่ยนแปลงไปตามราคาตลาด

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า "การจำหน่ายสิ่งทอระดับอุตสาหกรรมในครัวเรือนมีลักษณะเป็นการขายผ่านพ่อค้าคนกลางและการกำหนดราคาขึ้นอยู่กับพ่อค้าคนกลาง" ซึ่งตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้