

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในอดีตเศรษฐกิจไทยมีความเสี่ยงสูงและยังไม่สามารถก้าวพ้นกับดักการเป็นประเทศรายได้ปานกลาง สืบเนื่องมาจากสาเหตุหลายประการ โดยสาเหตุที่สำคัญประการหนึ่ง คือ ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจที่มีอยู่สูง แสดงถึงฐานเศรษฐกิจที่ยังไม่เข้มแข็ง โดยจากรายงานของโดยธนาคารเครดิตสวิส (Credit Suisse Group) ได้เผยแพร่รายงานมั่งคั่งโลกประจำปี 2559 (Global Wealth Report, 2016) โดยรายงานดังกล่าวระบุว่าประเทศที่มีสัดส่วนกลุ่มบุคคลร่ำรวยที่สุดร้อยละ 1 ของประเทศถือครองทรัพย์สินภายในประเทศสูงที่สุด คือประเทศรัสเซีย โดยร้อยละ 1 ของคนร่ำรวยที่สุดของประเทศรัสเซีย ถือครองทรัพย์สินถึงร้อยละ 74.50 ของประเทศ อันดับ 2 เป็นประเทศอินเดียโดย ร้อยละ 1 ของคนร่ำรวยที่สุดของประเทศอินเดียถือครองทรัพย์สินถึง 58.40 ของประเทศ และอันดับ 3 ประเทศไทย สัดส่วนคนร่ำรวยที่สุด ร้อยละ 1 ของประเทศไทยถือครองทรัพย์สินมากถึง ร้อยละ 58 ของประเทศ

โดยรัฐบาลจึงได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศในด้านเศรษฐกิจเป็นกรณีพิเศษ จุดมุ่งหมายของนโยบายของรัฐบาลได้มุ่งไปที่การพัฒนาทางเศรษฐกิจ บนรากฐานของนวัตกรรมภายใต้กรอบแนวคิดประเทศไทย 4.0 เพื่อพัฒนาประเทศไทยไปสู่โครงสร้างเศรษฐกิจที่สมดุลมีความเข้มแข็ง และก้าวข้ามพ้นกับดักของประเทศรายได้ปานกลาง ซึ่งจะเป็พื้นฐานที่สำคัญของการสร้างการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน มุ่งสร้างเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง และความมั่นคง สร้างรายได้กระจายไปสู่ยังชุมชนโดยอาศัยนวัตกรรม ( สำนักนายกรัฐมนตรี , 2559: 2) ซึ่งวิสาหกิจชุมชน(Community Enterprises) และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises)ถือเป็นหัวใจหลักในการเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยสามารถสร้างรายได้และการว่าจ้างงาน อีกทั้งยังเป็นกลไกสำคัญในการแก้ไขปัญหาความยากจนของประเทศ

ในปี 2558 ประเทศไทยมีวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนกับกับ สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (กรมส่งเสริมการเกษตร ,2558) จำนวน 72,911 ราย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งสิ้น 2,736,744 ราย โดยร้อยละ 99.60 เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคิดเป็นร้อยละ 77.86 ของการจ้างงานรวมของประเทศ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ(gross domestic product) ของวิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคิดเป็นร้อยละ 42.35 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ มูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคิดเป็นร้อยละ 28.40 ของมูลค่าการ ส่งออกรวมของประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,2558 : 4-40) เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2559 ที่ผ่านมามีประเทศไทยและประเทศสมาชิกอื่นๆได้ก้าวเข้าสู่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ( ASEAN Economic Community: AEC)

และได้ดำเนินการตามข้อตกลงของประชาคมอาเซียนอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งในการรวมกลุ่มเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น มีเป้าหมายสำคัญด้านเศรษฐกิจประกอบ เพื่อก่อให้อาเซียนเป็นฐานการผลิตเดียวที่มีการเคลื่อนย้ายสินค้า ทุน และปัจจัยการผลิตอื่นๆ ได้อย่างเสรี สร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยเน้นความร่วมมือในด้านต่างๆ เช่น e-ASEAN นโยบายภาษีนโยบายการแข่งขัน สิทธิทรัพย์สินทางปัญญา พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการคุ้มครองผู้บริโภคลดช่องว่างการพัฒนาระหว่างสมาชิกเก่าและใหม่ (ไพศาล ทรัพย์กิจ, 2555)

จังหวัดสมุทรปราการเป็นเขตปริมณฑล จังหวัดสมุทรปราการมีเนื้อที่ 1,004 ตารางกิโลเมตร อาณาเขตทิศเหนือติดต่อกับกรุงเทพมหานคร และจังหวัดฉะเชิงเทรา , ทิศตะวันออกติดต่อกับจังหวัดฉะเชิงเทรา , ทิศใต้จดอ่าวไทย , ทิศตะวันตกติดต่อกับกรุงเทพมหานคร ลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มทั้งหมด มีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านทางซีกตะวันตกของจังหวัด จากทิศเหนือไปทิศใต้ลงสู่อ่าวไทย มีชายฝั่งทะเลยาว 47.5 กม. เดิมชายฝั่งทะเลมีป่าชายเลนกว้างขวาง เนื่องจากมีตะกอนที่แม่น้ำเจ้าพระยานำพามาทับถมกันที่บริเวณปากน้ำ แต่ปัจจุบันมีการบุกรุกป่าชายเลน ทำให้เกิดปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งเป็นบริเวณกว้างในด้านเศรษฐกิจ จังหวัดสมุทรปราการมีการทำนา ประมง และอุตสาหกรรม แหล่งท่องเที่ยวและสถานที่สำคัญ เช่น สนามบินสุวรรณภูมิ พระสมุทรเจดีย์กลางน้ำ วัดอโศการาม วัดบางพลีใหญ่ วัดโพชนัดพลเสพราชวรวิหาร วัดโปรดกศเชษฐาราม ศาลพระเสื้อเมือง พิพิธภัณฑสถานเรือ เมืองโบราณ สถานตากอากาศบางปู ป้อมพระจุลจอมเกล้าฟาร์มจระเข้ (จังหวัดสมุทรปราการ, 2556)

จากเป้าประสงค์ของจังหวัดสมุทรปราการ ต้องการให้มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจเจริญเติบโตแบบต่อเนื่อง โดยมีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 5 ต่อปีซึ่งตอบสนองต่อการขยายตัวของธุรกิจต่างๆอีกทั้งเป็น จังหวัดที่ใกล้กรุงเทพฯ สามารถเดินทางกลับไปกลับได้เพียง 1 วัน ทำให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกในการเดินทาง และในอนาคตจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด ซึ่งเป็นผลมาจากการเดินทางที่สะดวกจากรถไฟฟ้า และการจัดระบบจราจรที่มีประสิทธิภาพผนวกกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ One Day Trip และศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่จากข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ ในปี พ.ศ. 2554 มีผู้เดินทางเข้ามาในรูปแบบนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 1,462,082 คน ส่วนใหญ่เป็นชาวไทย จำนวน 969,066 คน คิดเป็นร้อยละ 65 ที่เหลือเป็นชาวต่างประเทศ จำนวน 493,016 คน คิดเป็นร้อยละ 35 ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยประมาณ 1.3-1.5 วัน ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่มาจากนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้นจำนวน 360,850 ล้านบาท ในจำนวนนี้มาจากชาวต่างประเทศมากที่สุด จำนวน 2,127.25 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 58.98 (จังหวัดสมุทรปราการ, 2556)

สืบเนื่องจากชุดโครงการวิจัยการศึกษากระบวนการเรียนรู้ของชุมชนและการนำไปใช้ประโยชน์ของประชาชนในชุมชน กรณีศึกษาชุมชนเข้มแข็งจังหวัดสมุทรปราการ(พรศิริ กองนวลและคณะ, 2559)ที่แนะนำและให้ข้อมูลกับทางคณะผู้วิจัย จึงได้มีโอกาสเข้าไปศึกษา พูดคุยเบื้องต้น และมีส่วนร่วมในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณนิภาเคดูพาจโดยปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณนิภาเคดูพาจ มีสมาชิกภายในกลุ่มทั้งหมด 31 คน และมียอดขายในแต่ละเดือนเฉลี่ยอยู่ที่ 70,000 บาท ซึ่งจากพูดคุยเบื้องต้น ทางกลุ่มยังไม่พึงพอใจกับยอดขายที่ได้รับในแต่ละเดือน พร้อมมีความประสงค์ที่จะขยายตลาดสินค้าของกลุ่มตัวเองให้มี

ความแพร่หลายมากขึ้นเนื่องจากในปัจจุบัน ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้ามีเพียงช่องทางระดับเดียว เช่น หน้าร้านค้าหลักของวิสาหกิจชุมชน พวงพลี ปุณนิกาเดคูพาง การออกบูธตามงานต่าง ๆ แพนเพจ ปุณนิกาเดคูพาง จึงมีความต้องการที่จะขยายช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้มากขึ้น(ปุณนิกา สมานกลาง, 2560)

ดังนั้นเพื่อให้ผลงานวิจัยสามารถนำมาใช้ประโยชน์ต่อการพัฒนา ธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจศึกษา แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพด้าน การพัฒนา ช่องทางการจัดจำหน่าย กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณนิกาเดคูพางเพื่อสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน ได้ต่อไป ในภาวะการปัจจุบันที่ การเติบโตของโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทสมาร์ตโฟนและการ พาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ (M-Commerce) ได้ส่งผลกระทบต่อภูมิทัศน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นอย่างมาก (ปฐมพงษ์บำรุง , 2559) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดเป้าหมายที่มีมูลค่าตลาดทั่วโลกสูงถึง 94,700 ล้านล้านเหรียญสหรัฐและยังเติบโตต่อเนื่องราว 5 % (Forbes, 2017) ซึ่งยังไม่ได้ถูกนับรวมเข้าในช่องทางการตลาดแบบดั้งเดิม นอกจากนี้ยังมีช่องทางการตลาดแบบอื่นๆ เช่น แอปพลิเคชัน การขายผ่านทางรายการโทรทัศน์ การขายในลักษณะผู้ประกอบการกับผู้ประกอบการ ซึ่งผลวิจัยที่ได้จะทำให้วิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณนิกาเดคูพาง มีส่วนครองตลาด รายได้จากการขายสินค้าและขีดความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นยังผลในเศรษฐกิจชุมชนมีความแข็งแรง เกิดการกระจายรายได้

## 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณนิกาเดคูพาง

1.2.2 ศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณนิกาเดคูพาง

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร วิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณนิกาเดคูพาง

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของ วิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณนิกาเดคูพาง

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ จังหวัดสมุทรปราการ

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ศึกษาในช่วงระยะเวลาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2560 ถึงเดือนธันวาคม 2561

## 1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.4.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง กระบวนการในการจัดการเกี่ยวกับการเคลื่อนย้าย สิทธิในตัวผลิตภัณฑ์และอาจรวมถึงตัวผลิตภัณฑ์ จากวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณนิกาเดคูพางไปจนถึงผู้บริโภค

1.4.2 **วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise)** หมายถึง วิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณณิกาเดคูพาจ จังหวัดสมุทรปราการ

1.4.3 **เดคูพาจ (Decoupage)** หมายถึง งานศิลปะหัตถกรรมเคลือบวาร์นิช ของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณณิกาเดคูพาจ

## 1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.5.1 ผลการวิจัยได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรปราการ , สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสมุทรปราการ , วิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณณิกาเดคูพาจ จังหวัดสมุทรปราการและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.5.2 วิสาหกิจชุมชนมีแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี