

บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพด้าน การพัฒนา ช่อง ทาง การจัดจำหน่าย กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณณิกาเดคูพาจ เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามเพื่อศึกษาวิเคราะห์ตาม วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณณิกาเดคูพาจ และศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของ วิสาหกิจชุมชนบาง พลี ปุณณิกาเดคูพาจได้ดังนี้

4.1 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณณิกาเดคูพาจ

4.2 แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณณิกาเดคูพาจ

4.1 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณณิกาเดคูพาจ

จากการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายของ วิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณณิกาเดคูพาจ มีลักษณะช่องทางการจัดจำหน่าย 2 ประเภท ได้แก่

4.1.1 ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง (Direct Channel) หมายถึง การขายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคโดยตรงไม่ผ่านคนกลาง ช่องทางนี้ทาง วิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณณิกาเดคูพาจ ต้องทำหน้าที่ การตลาดเอง ถือว่าเป็นช่องทางที่สั้นที่สุด ดังนี้

1. หน้าร้าน ซึ่งตั้งอยู่ที่บ้านเลขที่ 67/10ตำบลบางโหลงอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ



ภาพที่ 9 หน้าร้านของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณณิกาเดคูพาจ

2. ช่องทางจัดจำหน่ายทางเว็บไซต์ <http://punnika.thailandmall.net/home.php>



ภาพที่10 ช่องทางจัดจำหน่ายทางเว็บไซต์ของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปณณิกาเดคูพาด

3. ช่องทางจัดจำหน่ายสื่อสังคมออนไลน์ <https://www.facebook.com/Fon1730>



ภาพที่11 ช่องทางจัดจำหน่ายทางสื่อสังคมออนไลน์ของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปณณิกาเดคูพาด

4. ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการออกร้านตามงานแสดงสินค้าต่างๆ เช่น ศาลากลางจังหวัด ห้างสรรพสินค้า งานจัดจำหน่าย OTOP เมืองทองธานี เป็นต้น



ภาพที่12 ช่องทางจัดจำหน่ายผ่านการออกร้านตามงานต่างๆ ของวิสาหกิจชุมชนบางพลีปณณิกาเดคูพาด

4.1.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม (Indirect Channel) หมายถึง เส้นทางที่สินค้าที่เคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตโดยต้องผ่านคนกลางไปยังลูกค้า ซึ่งคนกลางช่วยทำหน้าที่ขายและหน้าที่การตลาดอื่นๆ ทำให้ขายสินค้าได้จำนวนมากขึ้น และช่วยขยายตลาดได้กว้างขวาง โดยที่พ่อค้าคนกลางสามารถกำหนดราคาซื้อจากผู้ผลิตและกำหนดราคาขายต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การวางจำหน่ายที่กลุ่มหรือในชุมชนจะเป็นลักษณะการขายส่งส่วนใหญ่ลูกค้าโทรมาสั่งและมารับเองที่บ้านหรือที่ทำการกลุ่มโดยลูกค้าจะนำไปขายต่อหรือนำไปเป็นของฝากขายตามงานเทศกาลในโอกาสต่างๆ

จากการวิเคราะห์ศักยภาพด้านความรู้เกี่ยวกับการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มพบว่า มีจุดอ่อนคือ ขาดความรู้ทางด้านการตลาด เคยทำอะไรก็ยังคงทำเหมือนเดิมและช่องทางการจัดจำหน่ายยังจำกัดและเป็นการตลาดแบบดั้งเดิม วางจำหน่ายที่กลุ่มหรือในชุมชน ออกงานแสดงสินค้าในโอกาสต่าง ๆ ที่จังหวัดจัดเท่านั้น ดังนั้น คณะผู้วิจัย จึงได้ร่วมกันหาแนวทางแก้ไข โดย ให้คำปรึกษา ความรู้ทางด้านการตลาดให้กับสมาชิกกลุ่มเกษตรกรทุกกลุ่ม และหาแนวทางการเพิ่มช่องทางการตลาดด้วยการคัดเลือกช่องทางการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่ม

4.2 แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพด้าน การพัฒนา ช่องทางการจัดจำหน่าย ของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ภูณิกาเดคูพาจ

จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกระบวนการศึกษาวิจัยจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ภูณิกาเดคูพาจสามารถจำแนกแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพ ออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

4.2.1 การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ภูณิกาเดคูพาจด้านผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย

1) การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ด้วยการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค ทั้งในด้านขนาด ลวดลาย รูปทรง ที่นอกจากการใช้ทั่วไปแล้ว ยังสามารถพัฒนาสร้างสรรค์เพื่อใช้ประโยชน์ในด้านอื่น ๆ ได้ เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น การออกแบบลวดลายและตั้งชื่อลาย การพัฒนาด้านรูปทรงของผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเสริมคุณค่าหรือให้สะดวกต่อการใช้งาน เช่น การเพิ่ม วัสดุตกแต่งผ้าเป็นที่จับด้าม พัดเพื่อให้สามารถจับได้ ถนัดและสวยงามขึ้น หรือการเพิ่ม การตกแต่งที่กลุ่มเป้าหมายชอบ ใช้ผ้าไทยมาตกแต่งเพิ่มมูลค่า เป็นต้น

2) การเพิ่มคุณค่าของตราสินค้า ซึ่งสามารถทำได้โดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น การเสริมสร้างรายได้ให้กับชุมชน การผลิตที่เน้นวัตถุดิบจากธรรมชาติ และปลอดภัยเนื่องจากไม่มีการย้อมสี เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและย่อยสลายเองตามธรรมชาติ การรักษาคุณภาพด้วยการ ทาเคลือบ เพื่อป้องกันเชื้อรา เป็นต้น รวมถึงการนำเสนอคุณค่าด้วยการรับรองหรือ

รางวัลต่าง ๆ เช่น การแสดงให้เห็นว่า “ปทุมธานีเคอคูพาจ” ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2559 (OTOP Product Champion: OPC) การจัดระดับผลิตภัณฑ์ระดับ 3 ดาว เป็นต้น

3) การเพิ่มบรรจุภัณฑ์ โดยห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ด้วยกล่องกระดาษที่มีส่วนพลาสติกใสให้มองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านใน การออกแบบผลิตภัณฑ์ภายนอกของกล่องกระดาษที่ส่งเสริมการขาย เช่น การใส่สวดลายรูปโบว์เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าในการซื้อเป็นของฝากนอกเหนือจากการซื้อเพื่อใช้สอยในครัวเรือน เรื่องราวแนวความคิดการประดิษฐ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อแสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้คิดค้นและริเริ่มการผลิต

4.2.2 การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการพัฒนา ช่องทางการจัดจำหน่าย ของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปทุมธานีเคอคูพาจด้านราคา ประกอบด้วย

- 1) ตัดป้ายราคา เพื่อแสดงการตั้งราคาที่แตกต่างกันจากขนาด และรูปแบบ
- 2) ตั้งราคาขายปลีกต่อหนึ่งหน่วย ราคาขายสำหรับสามหน่วย หกหน่วย โหล และราคาขายส่ง

4.2.3 การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปทุมธานีเคอคูพาจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย

- 1) การตลาดบนอินเทอร์เน็ต (digital marketing) เช่น การบริการจัดซื้อหน้าเว็บไซต์พร้อมจัดส่งเฟสบุ๊ค ไลน์ อินสตราแกรมและอีเมล์เกตเพลส เช่น ลาซาต้าช้อปปิ้ง อาลีเอ็กเพรสซ์ เป็นต้น
- 2) งาน OTOP อิมแพคเมืองทองธานีศูนย์ราชการ ศาลากลางจังหวัด
- 3) ร้านค้าชุมชนตลาดโบราณ ตลาดน้ำ
- 4) ออกร้านตามคำเชิญของหน่วยงานราชการ
- 5) ร้านค้าปลีกสินค้าชุมชน ปิมน้ำมัน โรงพยาบาล

4.2.4 การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการพัฒนา ช่องทางการจัดจำหน่าย ของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปทุมธานีเคอคูพาจด้านการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย

1) การจัดองค์ประกอบในการแสดงสินค้า ประกอบด้วย ไลน์แสดงชื่อผลิตภัณฑ์และภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ การออกแบบการจัดแสดงสินค้า (display design) โดยการนำสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ มาจัดแสดงตามเทศกาลหรือฤดูกาลต่าง ๆ

2) การปรับปรุงเว็บไซต์ให้แสดงภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ รางวัล และกิจกรรมต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงกิจกรรมของกลุ่มข้อความที่สื่อสารถึงวิสาหกิจชุมชน และคลิปวิดีโอต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง เช่น คลิปรายการโทรทัศน์ที่เคยมาถ่ายทำ คลิปการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า เป็นต้น

3) ควรจัดทำการเผยแพร่ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (web page) ที่เป็นทางการของผลิตภัณฑ์ของ วิสาหกิจชุมชนบางพลี ปทุมธานีเคอคูพาจในเฟสบุ๊ค โดยแสดงทั้งภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ รางวัล และกิจกรรมต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์

4) มีการจัดส่วนจัดกิจกรรม ส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ส่วนลดพิเศษ บัตรสมาชิก การแจกของรางวัล การร่วมชิงโชค รวมทั้งกิจกรรมส่งเสริมการขายอื่นๆ เป็นต้น

- 5) ดึงบุคคลผู้มีชื่อเสียงในวงสังคมร่วมทำการประชาสัมพันธ์สินค้า

เพื่อให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือและมีประสิทธิภาพในการพัฒนา แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้จากจากงานวิจัยนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินและให้ความเห็นในการปรับปรุง แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย และได้นำไปทดลองใช้กับวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณณิกาเตคูพาจ จนได้แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้

1. การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณณิกาเตคูพาจด้านผลิตภัณฑ์ การสร้างความแตกต่าง ของผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้าและเพิ่มคุณค่าตราสินค้าจากตัวผลิตภัณฑ์

2. การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณณิกาเตคูพาจด้านราคาตั้งราคาขายปลีกต่อหนึ่งหน่วย และราคาขายส่งสำหรับสามหน่วยขึ้นไป

3. การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณณิกาเตคูพาจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพิ่มช่องทางการตลาดบนอินเทอร์เน็ต (digital marketing) การบริการจัดซื้อเว็บไซต์พร้อมจัดส่งเฟสบุ๊ก ไลน์ อินสตราแกรมและอิมาร์เกตเพลส เช่น ลาซาด้าช้อปปี้ อาลีเอ็กเพรสซ์ เป็นต้นร้านค้าปลีกสินค้าชุมชน ออกร้านตามงามต่างๆ งาน OTOP อิมแพคเมืองทองธานีศูนย์ราชการ ศาลากลางจังหวัด นอกจากนี้ผู้ทรงยังได้เสนอแนะให้นำสินค้าไปฝากวางขาย (Consignment) ตามร้านค้าปลีกประเภทโมเดิร์นเทรด เช่น บิ๊กซี โลตัส seven-eleven และห้างสรรพสินค้าต่างๆ ซึ่งนอกจากจะทำให้สามารถขยายช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าได้แล้วนั้นยังสามารถการสร้าง เพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้าและสร้างมูลค่าเพิ่มในตราสินค้าได้ในคราวเดียว.

4. การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณณิกาเตคูพาจด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่อง การจัดองค์ประกอบในการแสดงสินค้า ประกอบด้วย โฉนดแสดงชื่อผลิตภัณฑ์และภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ การออกแบบการจัดแสดงสินค้า (display design) โดยการนำสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ มาจัดแสดงตามเทศกาลหรือฤดูกาลต่าง ๆ การปรับปรุงเว็บไซต์ให้แสดงภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ รางวัล และกิจกรรมต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงกิจกรรมของกลุ่มข้อความที่สื่อสารถึงวิสาหกิจชุมชน และคลิปวิดีโอต่าง ๆ มีการจัดส่วนจัดกิจกรรม ส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ส่วนลดพิเศษ บัตรสมาชิก การแจกของรางวัล การร่วมชิงโชค รวมทั้งกิจกรรมส่งเสริมการขายอื่นๆ และดึงบุคคลผู้มีชื่อเสียงในวงสังคมร่วมทำการประชาสัมพันธ์สินค้า

5. การเพิ่มประสิทธิภาพ ด้านการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณณิกาเตคูพาจด้าน บุคคล ในเรื่องของการอบรมและพัฒนาสมาชิกที่อยู่ในกลุ่ม ของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณณิกาเตคูพาจ ให้มีความสามารถใช้เฟสบุ๊ก ไลน์ อินสตราแกรมและอิมาร์เกตเพลส เช่น ลาซาด้าช้อปปี้ อาลีเอ็กเพรสซ์ในการขายสินค้าของกลุ่ม

6. การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณณิกาเตคูพาจด้านสถานที่มีการจัดหน้าร้านค้าให้มีความสวยงามทั้งหน้าร้านค้าหลักของวิสาหกิจชุมชนบาง

พลี ปุณณิกาเดคูพางที่บ้านเลขที่ 67/10 ตำบลบางโหลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ และหน้าร้านแบบชั่วคราวใน การออกร้านตามงานแสดงสินค้าต่างๆ เช่น ศาลากลางจังหวัด ห้างสรรพสินค้า งานจัดจำหน่าย OTOP เมืองทองธานี เป็นต้น ให้มีความสวยงาม

7. การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณณิกาเดคูพางด้าน การนำเสนอ มีการสาธิตวิธีการผลิตสินค้าประเภทต่าง ๆ ของ วิสาหกิจชุมชนบางพลี ปุณณิกาเดคูพาง ทั้งในรูปแบบของคลิป์วิดีโอ การสาธิตการผลิต ณ บริเวณหน้าร้านค้า ตามงานแสดงสินค้าต่างๆ

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี