

รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติก บ้านขุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด

แก้วมณี อุทัยมัย¹ / สายฝน อุไร² / อุดมพงศ์ เกศศรีพงษ์ศา³

¹⁻² สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

³ สาขาวิชาวิศวกรรมการจัดการอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

อีเมล : kaewmanee_acc20@hotmail.com

รับต้นฉบับ 22 สิงหาคม 2562; ปรับแก้ไข 15 กันยายน 2562; รับผิดชอบ 19 กันยายน 2562

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านขุมดิน และเพื่อพัฒนารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านขุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ สมาชิกกลุ่มกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านขุมดิน จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์เจาะลึกรายบุคคล การสนทนากลุ่ม เข้าร่วมกิจกรรมชุมชน การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ และการสังเกต

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัญหาการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านขุมดิน พบว่า 1.1) กลุ่มเน้นจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบทางเดียว คือ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปสู่กลุ่มลูกค้าโดยตรง ซึ่งกลุ่มลูกค้า ได้แก่ หน่วยงานราชการ และบุคคลทั่วไปที่มาเที่ยวชมงานออกบูธขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) 1.2) กลุ่มไม่ได้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่นๆ เช่น การขายส่ง การขายปลีก การผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อของลูกค้า การฝากขายร้านค้า หรือห้างสรรพสินค้า เป็นต้น 1.3) กลุ่มไม่มีทักษะหรือความรู้ทางการตลาด ส่งผลทำให้กลุ่มผลิตได้แต่ไม่รู้ว่าจำหน่ายให้กับใคร 1.4) กลุ่มไม่มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสายของหมู่บ้าน ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟสบุ๊ก หรือช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และ 1.5) กลุ่มสามารถผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ออกมาได้ แต่ไม่มีผู้จำหน่ายหลักของกลุ่มทำให้กระบวนการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มไม่มีการขับเคลื่อนเท่าที่ควร และ 2) รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านขุมดิน มีดังนี้

2.1) กลุ่มมีการขายผ่านหน้าร้าน โดยเน้นการจัดหน้าร้านที่โดดเด่นที่สามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภค



มีความต้องการซื้อสินค้าของกลุ่มเพิ่มมากขึ้น

2.2) กลุ่มมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้น เช่น การขายปลีก การขายส่ง และการมีตัวแทนขาย ทั้งนี้เพื่อกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคให้มากขึ้น และ

2.3) กลุ่มมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล โดยใช้ช่องทางแห่งยุคสมัย 4.0 เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก เพื่อกระตุ้นการรับรู้และการเข้าถึงของผู้บริโภคให้มากขึ้นได้

คำสำคัญ

ช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตรภัณฑ์จากเส้นพลาสติกกลุ่มจักสานผลิตรภัณฑ์บ้านชุมชน
การพัฒนา



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2562)

Style of Product Distribution of Plastic Woven Products Group at Baan Khumdin, Namsai Sub-District, Jaturapakpiman District, RoiEt Province

Kaewmanee Utiram¹ / Sayfon Urai² / Udompong Ketsripongsa³

¹⁻² Department of Accounting Faculty of Management Science BuriramRajabhat University

³ Industrial Management Engineering Program Faculty of Industrial Technology BuriramRajabhat University

E-mail: kaewmanee_acc20@hotmail.com

Received 22 August 2019; Accepted 15 September 2019; Published 19 September 2019

Abstract

This research is a local research project with the objectives of studying the problems in distribution of the group of plastic woven products from Baan Khum Din and developing distribution channels of the group of plastic woven product from Baan Khum Din, Nam Sai Sub-district, Chatuphak Phiman District, RoiEt. The target group was 30 people from woven basket product group of Baan Khum Din, and the tools used to collect data were in-depth interviews, group discussion, the community activity participation, informal interviews, and observations.

The research findings were as follows: 1) The distribution problems of the group of plastic woven products from Baan Khum Din was found that 1.1) the group focused on selling the products in one method: selling the products to the customers directly. The customers were the government agencies and the general public who visited the booths of the Sub-district Administration Organization. 1.2) The group did not increase product distribution channels in other forms, such as wholesale, retail trade, manufacturing according to customer orders, consignment store or shopping mall. 1.3) The group did not have skills or knowledge in marketing: they could produce thier products but they did not have place to sell. 1.4) The group did not conduct public relation



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2562)

activities to promote the group products via the village radio, Facebook application or other public relations channels that are appropriate for promoting the products of the group and 1.5) The group could produce products, but there were no major suppliers of the group, so the sales process of the group was not driven as it should. And 2) The patterns of distribution channel of the woven basket products of Baan Khum Din were as follows : 2.1) The group sold the products through the storefront, focusing on a unique storefront that could encourage consumers to buy their products. 2.2) The group increased product distribution channels in variety forms, such as wholesale, retail trade, and sales agents to increase distribution channels to consumers and 2.3) the 4.0 era digital media should be used for promoting the group, such as Line application and Facebook application to promote perception and to reach more consumers.

Keywords

Distribution Channels, Products of Plastic Line, Baan Khum Din Plastic Woven Product Group, Development

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน แม้ว่าภาคเกษตรจะมีบทบาทสำคัญทั้งในมิติของการผลิตที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ในด้านอาหารและเป็นแหล่งสร้างรายได้ให้แก่ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ รวมถึงเป็นฐานการผลิตที่สนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้าและการส่งออกสำหรับการผลิตและบริการอื่นๆ แต่ความเข้มแข็งและความสามารถในการแข่งขันของภาคเกษตรกลับมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียนที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของเกษตรกรรายย่อยภาครัฐจึงมีนโยบายในการส่งเสริมสนับสนุนการผลิตของชุมชนในการกระจายสินค้าเกษตรอาหารและพลังงาน โดยการให้ความรู้กับภาคเกษตรกรในด้านการผลิตสินค้าเกษตรที่ปลอดภัยตามระบบการจัดการคุณภาพ GAP การพัฒนาคุณภาพสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของเกษตรกรสู่มาตรฐาน ตลอดจนการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ของสินค้าทางการเกษตรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด แต่ผลที่ได้รับกับภาคการเกษตรกลับไม่ยั่งยืนยาวนาน สาเหตุมาจากปัญหาของช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของชุมชนซึ่งการกระจายสินค้าของชุมชนถือเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งได้

ซึ่งช่องทางการจำหน่ายสินค้ามีปัจจัยในการพิจารณา เช่น ปริมาณประชากร รายได้โดยเฉลี่ยต่อประชากร ตำแหน่งในการหาแหล่งชุมชนที่จะเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ซึ่งสิ่งนี้จะส่งผลกระทบโดยตรงต่อค่าขนส่งและระดับการให้บริการ (Service Level) กับลูกค้าประกอบกับตำแหน่งที่ตั้งของชุมชนโดยส่วนใหญ่จะอยู่ในพื้นที่ที่ห่างกันออกไป ซึ่งมักจะมีความจำกัดในด้านระยะทางในการรับส่งสินค้า ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสามารถผลิตสินค้าให้สอดคล้องความต้องการของตลาดอย่างแท้จริงและสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมได้นั้น (Kotler and Armstrong, 2015) ควรมีการเสริมสร้างให้ชุมชนมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้มีความแปลกใหม่ทันสมัย และสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (Prayalaw and Manmart, 2015) ทั้งนี้เพื่อนำสินค้าของชุมชนสู่ลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย อันจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชนให้สามารถสร้างอาชีพและรายได้โดยคนในชุมชนอย่างยั่งยืน

สำหรับกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน หมู่ที่ 9 ตำบลพระเสาร์ อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด เกิดจากการร่วมตัวของกลุ่มแม่บ้าน จำนวน 30 คน โดยมีทักษะในการจักสานมาจากภูมิปัญญาชาวบ้านที่สืบทอดกันมา โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกลุ่ม คือ ตะกร้าพลาสติก



ที่นำไปขายตามเทศกาลต่างๆ หรือตามคำสั่งซื้อของลูกค้าจากการลงพื้นที่เพื่อพูดคุยกับชุมชนพบว่าการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม ประธานกลุ่มจะทำหน้าที่หาตลาดและจัดจำหน่ายสินค้าผ่านหน่วยงานราชการนอกจากนั้นสินค้าที่ผลิตได้โดยส่วนใหญ่จะถูกนำมาวางขายที่หน้าร้านของประธาน สมาชิกมีหน้าที่ผลิตเพียงอย่างเดียว และจะทำการผลิตเฉพาะในช่วงที่มีการสั่งซื้อสินค้าเท่านั้นซึ่งจากประเด็นการพูดคุยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มมีเพียงช่องทางเดียวที่มีลักษณะเป็นการจำหน่ายให้กับบุคคลภายนอก คือ การจำหน่ายผ่านหน่วยงานราชการ ไม่มีช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น ไม่มีการประชาสัมพันธ์สินค้าให้กับบุคคลโดยทั่วไปทำให้สินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักและไม่สามารถจำหน่ายสินค้าได้เท่าที่ควรสมาชิกจึงมีรายได้ที่ไม่แน่นอน ประกอบกับสมาชิกมีความรู้สึกว่าการสานตะกร้าจากเส้นพลาสติกเป็นเพียงอาชีพเสริมหรือเป็นทำเพื่อหารายได้เสริมเท่านั้น สมาชิกในกลุ่มจักสานพลาสติกจึงค่อยๆ ลดลงตามลำดับ

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น เพื่อเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ชุมชนสามารถพัฒนารูปแบบการช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมเพื่อให้ชุมชนสามารถกระจายสินค้าของชุมชนได้อย่างต่อเนื่อง คณะผู้วิจัยจึงทำการศึกษารูปแบบการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งคณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนและความสำคัญของการกระจายสินค้าของชุมชนต่อตลาดและผู้บริโภค โดยเน้นการพัฒนารูปแบบการกระจายสินค้าที่ชุมชนมีอยู่ให้มีความโดดเด่นและเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน รวมถึงการนำไปใช้ในการส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชนให้มีความเข้มแข็งและอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด
2. เพื่อพัฒนารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเป้าหมาย ได้แก่ สมาชิกกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบล น้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง(Purposive Sampling) จากสมาชิกที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการ

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ดำเนินงานได้แก่ กลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน หมู่ที่ 9 ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการงานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ทั้งนี้คณะผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงปริมาณ (Quantitative) และเชิงคุณภาพ (Qualitative) ประกอบด้วยการสรุปภาพรวมการดำเนินงานเพื่อให้ผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ครอบคลุมทั้งมิติเชิงลึกและกว้าง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับบริบทของชุมชน สภาพปัญหาของการจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม รวมทั้งผลการดำเนินงานของการทำกิจกรรมร่วมกัน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และกระบวนการทำงานร่วมกันของคนในชุมชน เพื่อพัฒนารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่เหมาะสมของกลุ่มให้ชุมชนมีอาชีพและรายได้ที่ยั่งยืนและมั่นคงต่อไป

โดยการดำเนินโครงการวิจัยเพื่อให้ได้รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด ให้บรรลุผลสำเร็จ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการ 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ขั้นตอนการเตรียมการ (เตรียมพื้นที่ และเตรียมกลุ่มเป้าหมายประชุมชี้แจง เพื่อทำความเข้าใจโครงการแก่ชุมชน และวางแผนการดำเนินโครงการร่วมกันกับชุมชน)



รูปภาพ 1 การเตรียมพื้นที่ / กลุ่มเป้าหมาย ประชุมชี้แจงโครงการ และวางแผนดำเนินโครงการ

ระยะที่ 2 ขั้นตอนปฏิบัติการ

2.1 ศึกษาสภาพปัญหาการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด โดยดำเนินการ ดังนี้

2.1.1 สำรวจปัญหาการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยคือสมาชิกกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถามแบบปลายเปิด แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสอบถามการจัดกลุ่มสนทนา

2.1.2 สรุป วิเคราะห์ และสังเคราะห์ปัญหาการจัดจำหน่าย เพื่อนำมาพัฒนารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มแบบมีส่วนร่วม โดยการวิเคราะห์ SWOT



ภาพ 2 การสำรวจปัญหาของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และร่วมกันสังเคราะห์ปัญหาการจัดจำหน่าย

2.2 พัฒนารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด โดยดำเนินการดังนี้

2.2.1 พัฒนารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด แบบมีส่วนร่วม แล้วนำมาวิเคราะห์ร่วมกันระหว่างนักวิจัย นักศึกษา เจ้าหน้าที่ อปต. ตำบลน้ำใส และกลุ่มสมาชิก

2.2.2 จัดเวทีนำเสนอรูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด ร่วมกับองค์การบริหารส่วนตำบล ผู้นำชุมชน กลุ่มสมาชิก ชุมชนเป้าหมาย และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ระยะที่ 3 ติดตามผล ประเมินผล สรุปผล และถอดบทเรียน

3.1 ถอดบทเรียนภาพรวมการดำเนินงานของโครงการวิจัย (Retrospect) เพื่อกำหนดทิศทางการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในอนาคต

3.2 วิเคราะห์ผล สรุปผล และจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

1. ประชากร ได้แก่ สมาชิกกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน หมู่ที่ 9 ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 30 คน
2. กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ สมาชิกกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน หมู่ที่ 9 ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงจากสมาชิกที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการ

เครื่องมือในการวิจัย

เพื่อให้ข้อมูลมีความแม่นยำและน่าเชื่อถือ คณะผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ได้แก่ 1) ด้านข้อมูล โดยพิจารณาแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคลที่แตกต่างกัน 2) ด้านผู้วิจัย โดยการเปลี่ยนตัวผู้สังเกตหรือสัมภาษณ์ และ 3) ด้านวิธีรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ กัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นการวิจัยซึ่งนอกจากจะใช้วิธีการศึกษาเอกสารแล้วยังใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant Interview) ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้หรือมีข้อมูลในเรื่องที่คณะผู้วิจัยกำลังศึกษาดีที่สุดหรือมีความเกี่ยวข้องมากที่สุด โดยกำหนดตัวผู้ตอบบางคนแบบเจาะจงเอาไว้ล่วงหน้า การจัดสนทนากลุ่ม การสำรวจของชุมชน และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามแหล่งของข้อมูล ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) การรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิของการวิจัยนี้ใช้วิธีการศึกษาเอกสาร (Documents) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาการวิจัย และแนวคิดทฤษฎีตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นองค์ความรู้ที่นำมากำหนดกรอบแนวคิดและกรอบการวิเคราะห์รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด
2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source) ประกอบด้วยข้อมูลด้านบริบทของชุมชน สภาพปัญหาของกลุ่ม และรูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม รวมทั้งผลการดำเนินงานของการทำกิจกรรมร่วมกัน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และกระบวนการทำงานร่วมกันของคนในชุมชน โดยการสนทนาพูดคุยกับชุมชนซึ่งมีวิธีเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้



2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview Technique) โดยใช้การสัมภาษณ์ (Interview Guide) เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาของการจัดจำหน่ายของกลุ่ม เพื่อพัฒนารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่ม รวมทั้งผลการดำเนินงานของการทำกิจกรรมร่วมกัน

2.2 การสนทนากลุ่ม (Focused Group) โดยใช้แบบสัมภาษณ์ (Interview Schedule) ในการระดมความคิดเห็นของกลุ่ม (Group Think) โดยใช้เทคนิค Appreciation Influence Control (AIC) การระดมความคิดเห็น (Brainstorming) แผนที่ความรู้ (Mind Mapping) การจัดลำดับความสำคัญของปัญหา การจัดกลุ่มประเด็นปัญหา เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการกำหนดเป็นโจทย์วิจัยร่วมกันระหว่างนักวิชาการและชุมชน

2.3 การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) โดยใช้แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติรวมทั้งปฏิสัมพันธ์ระหว่างชุมชนจากการทำกิจกรรมร่วมกันโดยแบ่งลักษณะของปฏิสัมพันธ์ออกเป็น 3 ทิศทางคือ 1) ปฏิสัมพันธ์เชิงบวก (Positive Direction) 2) ปฏิสัมพันธ์เชิงลบ (Negative Direction) และ 3) ปฏิสัมพันธ์ที่เป็นกลาง (Neutral Direction) จากการทำกิจกรรมร่วมกันของชุมชน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้คณะผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคสามเส้า (Triangulation) ซึ่งเป็นกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างถูกต้องและแม่นยำมากขึ้น เนื่องจากเทคนิคสามเส้ามีจุดดำเนินการจากการวิจัยเชิงคุณภาพและใช้เพื่อเสริมความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของการวิจัย การใช้เทคนิคสามเส้ามีองค์ประกอบ ดังนี้

1. การใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีความหมายทางความคิดในการให้ข้อมูล ประกอบด้วยผู้นำชุมชน กลุ่มจักรสานบ้านชุมดิน และพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล

2. การใช้วิธีการเก็บข้อมูลที่หลากหลาย (Diversity of Sources of Information) เพื่อเป็นการตรวจสอบข้อมูลให้เกิดความถูกต้องและแม่นยำ ประกอบด้วยผู้นำชุมชน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล (ส.อบต.) กลุ่มจักสานบ้านชุมดิน มีการเสริมสร้างการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการร่วมพัฒนากิจกรรมโดยเรียนรู้จากการศึกษาชุมชนของตนเอง ตลอดจนกระบวนการมีส่วนร่วม และกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อพัฒนารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภอดุสิต จังหวัดระยอง

3. การใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกรายบุคคล การสนทนากลุ่ม การเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่ม การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ การสังเกต เป็นต้น

ผลการวิจัย

การดำเนินโครงการวิจัยเพื่อให้ได้รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติก บ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด คณะผู้วิจัยสามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ ดังนี้

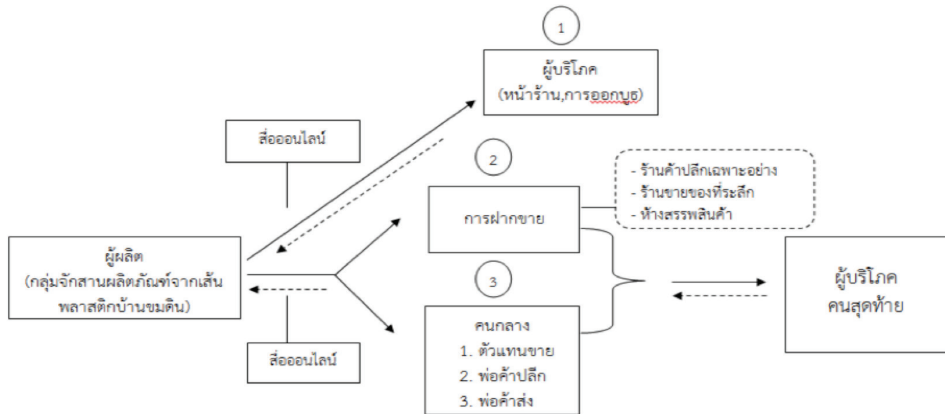
1. ผลการศึกษาสภาพปัญหาการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติก บ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนยังไม่มีที่รู้จัก ยังไม่มีความประณีตเท่าที่ควร และช่องทางการจัดจำหน่ายมีน้อย ซึ่งจากการลงพื้นที่เพื่อสอบถามสัมภาษณ์ และการจัดสนทนากลุ่มเพื่อร่วมกันแสดงความคิดเห็น ผลที่ได้คือ ชุมชนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ได้ให้แก่หน่วยงานราชการ และผู้ที่สนใจทั่วไป ซึ่งโดยส่วนใหญ่องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) จะให้กลุ่มออกบูธในนามผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้าน ซึ่งจำหน่ายได้ไม่มากนักเนื่องจากการจักสานตะกร้าจากเส้นพลาสติกเป็นสินค้าที่กลุ่มอื่นก็ผลิตเพื่อจำหน่าย และเนื่องจากกลุ่มมีการจัดตั้งได้ไม่นาน ทำให้ไม่มีความชำนาญมากนัก ส่งผลทำให้กลุ่มมีผลิตภัณฑ์น้อยและไม่ค่อยประณีตถ้าเปรียบเทียบกับกลุ่มอื่น ประการสำคัญของการจัดจำหน่ายของกลุ่มคือ กลุ่มยังไม่เคยเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางอื่นเลย ซึ่งจากการลงพื้นที่เพื่อสำรวจปัญหาในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่ม สามารถสรุปได้ ดังนี้

- 1) กลุ่มเน้นจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบทางเดียว คือ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปสู่กลุ่มลูกค้าโดยตรง ซึ่งกลุ่มลูกค้า ได้แก่ หน่วยงานราชการ และบุคคลทั่วไปที่มาเที่ยวชมงานออกบูธขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)
- 2) กลุ่มไม่ได้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่นๆ เช่น การขายส่ง การขายปลีก การผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อของลูกค้า การฝากขายร้านค้า หรือห้างสรรพสินค้า เป็นต้น
- 3) กลุ่มไม่มีทักษะหรือความรู้ทางด้านการตลาด ส่งผลทำให้กลุ่มผลิตสินค้าได้แต่ไม่รู้ว่าจะจำหน่ายให้กับใคร
- 4) กลุ่มไม่มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสายของหมู่บ้าน ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟสบุ๊ค หรือช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และ
- 5) กลุ่มไม่มีผู้จำหน่ายหลักของกลุ่มทำให้กระบวนการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มไม่มีการขับเคลื่อนและไม่มีความต่อเนื่องเท่าที่ควร

2. ผลการพัฒนา รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า

- 1) กลุ่มมีการขายผ่านหน้าร้าน โดยเน้นการจัดหน้าร้านที่โดดเด่นที่สามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อสินค้าของกลุ่มเพิ่มมากขึ้น
- 1) กลุ่มมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้น เช่น การขายปลีก การขายส่ง และ

การมีตัวแทนขาย ทั้งนี้เพื่อกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคให้มากขึ้น และ 3) กลุ่มมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล โดยใช้ช่องทางแห่งยุคสมัย 4.0 เช่น โลกโซเชียล เพื่อกระตุ้นการรับรู้และการเข้าถึงของผู้บริโภคให้มากขึ้นได้ รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม แสดงดังรูปภาพ 3



ภาพ 3 แสดงรูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านขุมดิน

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านขุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด สามารถอภิปรายผลได้รับ ดังนี้

1. ศึกษาสภาพปัญหาการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านขุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนยังไม่มีเป็นที่รู้จัก ยังไม่มีความประณีตเท่าที่ควร และช่องทางการจัดจำหน่ายมีน้อย ซึ่งจากการลงพื้นที่เพื่อสอบถามสัมภาษณ์ และการจัดสนทนากลุ่มเพื่อร่วมกันแสดงความคิดเห็น ผลที่ได้คือ ชุมชนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ได้ให้แก่หน่วยงานราชการ และผู้ที่สนใจทั่วไป ซึ่งโดยส่วนใหญ่อยู่องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) จะให้กลุ่มออกบูธในนามผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้าน ซึ่งจำหน่ายได้ไม่มากนักเนื่องจากการจักสานตะกร้าจากเส้นพลาสติกเป็นสินค้าที่กลุ่มอื่นก็ผลิตเพื่อจำหน่าย และเนื่องจากกลุ่มมีการจัดตั้งได้ไม่นาน ทำให้ไม่มีความชำนาญมากนัก ส่งผลทำให้กลุ่มมีผลิตภัณฑ์น้อยและไม่ค่อยประณีตถ้าเปรียบเทียบกับกลุ่มอื่น ประการสำคัญของการจัดจำหน่ายของกลุ่มคือ กลุ่มยังไม่เคยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายทางอื่นเลย ซึ่งจากการลงพื้นที่เพื่อสำรวจปัญหาในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่ม สามารถสรุปได้ ดังนี้

1) กลุ่มเน้นจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบทางเดียว คือ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปสู่กลุ่มลูกค้าโดยตรง ซึ่งกลุ่มลูกค้า ได้แก่ หน่วยงานราชการ และบุคคลทั่วไปที่มาเที่ยวชมงานออกบูธขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) 2) กลุ่มไม่ได้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่นๆ เช่น การขายส่งการขายปลีกการผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อของลูกค้า การฝากขายร้านค้า หรือห้างสรรพสินค้า เป็นต้น 3) กลุ่มไม่มีทักษะหรือความรู้ทางด้านการตลาด ส่งผลทำให้กลุ่มผลิตสินค้าได้แต่ไม่รู้ว่าจะจำหน่าย ให้กับใคร 4) กลุ่มไม่มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสายของหมู่บ้าน ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟสบุ๊ค หรือช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และ 5) กลุ่มไม่มีผู้จำหน่ายหลักของกลุ่มทำให้กระบวนการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มไม่มีการขับเคลื่อนและไม่มีความต่อเนื่องเท่าที่ควร สอดคล้องกับงานวิจัยของประสิทธิ์ รัตนพันธ์ มณีรัตน์ และคณะ (2561) พบว่า จุดแข็งของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ คือ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับการรับรองมาตรฐาน เน้นการคัดเลือกวัตถุดิบคุณภาพ มีศักยภาพการผลิต มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และมีความพร้อมสำหรับการพัฒนาด้านต่างๆ ส่วนจุดอ่อนคือ ช่องทางการจัดจำหน่ายยังไม่หลากหลาย แรงงานสำหรับการผลิตยังไม่เพียงพอ ขาดการสร้างแบรนด์ที่จริงจัง ช่องทางการขายยังไม่แน่นอน โอกาส คือ การส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ แนวโน้มของช่องทางออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้น และอุปสรรค คือ การแข่งขันที่สูงขึ้นทั้งทางตรงและทางอ้อม ราคาวัตถุดิบที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา แนวทางการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการดำเนินการในลักษณะโครงการที่ช่วยน้อมเป็นการดำเนินการ ที่ผู้ประกอบการที่มีช่องทางการตลาดที่มีศักยภาพให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการอื่นๆ ควรพัฒนาด้านการจัดวางสินค้าบนชั้นวางให้มีความโดดเด่น ควรมีศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลากหลาย เพื่อสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวได้มากขึ้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kotler and Armstrong (2015) พบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างทางการแข่งขัน นอกจากนี้ยังพบว่าจุดอ่อนของผู้ประกอบการ คือ ช่องทางการตลาดยังไม่หลากหลาย ผู้ประกอบการควรมีการจำหน่ายทั้งสินค้าส่งและสินค้าปลีก มีการขยายตลาดเพื่อเพิ่มโอกาสในการเพิ่มยอดขาย ให้หน่วยงานภาครัฐหรือสถาบันการศึกษาเป็นศูนย์กลางในการสร้างเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันซื้อขายสินค้าออนไลน์ และการสร้างเครือข่าย ผู้ประกอบการชุมชน และสอดคล้องกับงานวิจัยนาธิป จันทรเรือง และคณะ (2560) พบว่า 1) การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์จะสามารถทำให้ผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพสูงขึ้นสามารถช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น 2) มีการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายได้มากขึ้น ผู้บริโภคสามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น และ 3) ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์พบว่า มีคู่แข่งในสินค้าประเภทน้ำตาลอยู่มากซึ่งยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่น้อย และมีเครื่องจักร



ในการผลิตไม่เพียงพอส่งผลกระทบต่อการพัฒนาธุรกิจในอนาคต

2. การพัฒนารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติก บ้านขุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า 1) มีการขายผ่านหน้าร้าน โดยเน้นการจัดหน้าร้านที่โดดเด่นที่สามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อสินค้าของกลุ่มเพิ่มมากขึ้น 2) มีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้น เช่น การขายปลีก การขายส่ง และการมีตัวแทนขาย ทั้งนี้เพื่อกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคให้มากขึ้น และ 3) มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล โดยใช้ช่องทางแห่งยุคสมัย 4.0 เช่น ไลน์เฟสบุ๊ก เพื่อกระตุ้นการรับรู้และการเข้าถึงของผู้บริโภคให้มากขึ้นได้ ทั้งนี้ กลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์บ้านขุมดิน ได้มีการดำเนินการขายผ่านเฟสบุ๊ก โดยกลุ่มได้มีการจัดตั้งเฟสบุ๊กที่ชื่อว่า “กลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์บ้านขุมดิน” ขึ้นเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์กลุ่ม และสินค้าของกลุ่มเพื่อให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Prayalaw and Manmart (2015) พบว่า การจัดแสดงสินค้า การตกแต่งชั้นวางจำหน่ายสินค้าเพื่อแสดงถึงเอกลักษณ์และเพิ่มความโดดเด่นของสินค้าในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่จำเป็นต้องอยู่ในห้างสรรพสินค้า แต่ที่ตั้งของร้านจะต้องหาง่าย เข้าถึงได้สะดวก และขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้นทุกรูปแบบเป็นการเพิ่มโอกาสและช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของรัฐพล สังคะสุข และคณะ (2560) พบว่า ผู้ประกอบการมีช่องทางการจัดจำหน่ายเรียงตามลำดับยอดขาย ได้แก่ การออกบูธ การขายผ่านหน้าร้านตัวเอง การขายออนไลน์ การขายตรง และการขายฝาก ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาด คือ 1) กลยุทธ์การรับประกันราคาที่ดีที่สุด 2) กลยุทธ์การจัดชุดสินค้า 3) กลยุทธ์จัดกระเช้าของขวัญ 4) กลยุทธ์การสร้างเรื่องราวให้สินค้า และ 5) กลยุทธ์การเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ โดยเมื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพกับช่องทางเฟซบุ๊กแล้วลูกค้าสามารถเข้าถึงมากกว่าเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นถึงร้อยละ 64.75 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Leelasuwat, Boonchua and Teianchan (2015) พบว่า การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสามารถผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้าได้ ผู้ประกอบการควรพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าใหม่ผ่านช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้น ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคให้มีความเป็นสากล เพิ่มตลาดกลุ่มลูกค้าต่างประเทศเพื่อสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และเป็นการขยายตลาดให้กว้างมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

- 1.1 กลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์อื่นควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอื่น
- 1.2 กลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์อื่นควรพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- 2.1 ควรศึกษารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มอื่นที่จำหน่ายสินค้าชนิดเดียวกันเพื่อเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียในการนำมาพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมกับชุมชน
- 2.2 ควรมีการศึกษารูปแบบช่องทางการจำหน่ายสินค้า OTOP ของกลุ่มหรือ อบต. ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้าของชุมชนที่ยั่งยืนมากยิ่งขึ้น



วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2562)

เอกสารอ้างอิง

- ชนาธิป จันทร์เรือง และคณะ. (2560). การสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผง กรณีศึกษา : น้ำตาลโตนดผง เสน่ห์เมืองเพชร อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดเพชรบุรี. *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 2 มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2560*. 287-291.
- ประสิทธิ์ รัตนพันธ์ และคณะ. (2561). การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหารในจังหวัดสงขลา. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*. 11(4) : 42-51.
- รัฐพล สังคะสุข และคณะ. (2560). การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 12(1) : 38-49.
- Kotler, P., & Armstrog, G. (2015). *Principle of Marketing*. (16thed). England, UK : Pearson Education.
- Leelasuwat, S., Boonchuai, P., & Teianchan, N. (2015). *Approaches to Develop OTOP Products in Sampran District, Nakhon Prathom Province into Universal Standards*. (Research report). Nakhon Prathom : Rajamangala University of Technology Rattanakosin.
- Prayalaw, N., & Manmart, L. (2015). Factors Affecting Consumers, Purchasing Decision in Food Product of one Tambon Product Project Produced in KhonKaen Province. *KKU Research Journal, Humanities and Social Sciences (Graduate Studies)*. 3(1) : 38-51.