

บทที่ 6

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด คณะผู้วิจัยทำการสรุป และมีประเด็นสำคัญในการนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. สรุปผลที่ได้รับ
2. เป้าหมายและกลุ่มเป้าหมาย
3. ผลที่ได้รับ
4. วิธีการวัดผลและประเมินผล
5. ข้อเสนอแนะอื่น

สรุปผลที่ได้รับ

การดำเนินโครงการวิจัยเพื่อให้ได้ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด คณะผู้วิจัยสามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาบริบทของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า กลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน มีสมาชิกประมาณ 30 คน เป็นเพศหญิงทั้งหมด มีอายุระหว่าง 21 – 60 ปี ส่วนใหญ่มีอาชีพทำนา ประสบการณ์ในการจักสานผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 1-3 ปี ช่วงเวลาของการจักสานผลิตภัณฑ์คือ ช่วงเว้นระยะจากการทำงานหรือทำนา ซึ่งส่วนใหญ่สมาชิกจะรับงานไปทำที่บ้าน แต่เนื่องจากมีความชำนาญแค่เพียงไม่กี่ราย จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมามีจำนวนไม่มากและไม่ค่อยปราณีต ผลิตภัณฑ์จักสานของกลุ่มส่วนใหญ่จะเป็นตะกร้า ซึ่งมีขนาดตั้งแต่เล็ก กลางและใหญ่ ราคาของผลิตภัณฑ์อยู่ระหว่าง 50 – 200 บาท (ราคาของผลิตภัณฑ์ = ต้นทุน + ค่าแรงไม่เกิน 15 บาท) โดยราคาจะขึ้นอยู่กับขนาดของผลิตภัณฑ์โดยจะจำหน่ายให้กับหน่วยงานราชการ และผู้ที่สนใจทั่วไป ซึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มถือว่ายังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก

2. ผลการศึกษาสภาพปัญหาการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนยังไม่เป็นที่รู้จัก ผลิตภัณฑ์ยังไม่ประณีตเท่าที่ควร และปัญหาช่องทางการจัดจำหน่ายมีน้อย ซึ่งจากการลงพื้นที่เพื่อสอบถาม สัมภาษณ์ และการจัดสนทนากลุ่มเพื่อร่วมกันแสดงความคิดเห็น ผลที่ได้คือ ชุมชนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ได้ให้แก่หน่วยงานราชการ และผู้ที่สนใจทั่วไป ซึ่งโดยส่วนใหญ่องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) จะให้กลุ่มออกบูธในนามผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้าน ซึ่งจำหน่ายได้ไม่มากนัก เนื่องจากการจักสานตะกร้าจากเส้นพลาสติกเป็นสินค้าที่กลุ่มอื่นก็ผลิตเพื่อจำหน่ายได้ และเนื่องจากกลุ่มเพิ่งจัดตั้งไม่นาน ทำให้มีความชำนาญไม่มากนัก ส่งผลทำให้กลุ่มมีผลิตภัณฑ์น้อยและไม่ค่อยประณีตถ้าเปรียบเทียบกับกลุ่มอื่น ประการสำคัญของการจัดจำหน่ายของกลุ่มคือ กลุ่มยังไม่เคยเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางอื่นเลย เช่น การจำหน่ายที่ร้านค้าของหมู่บ้าน การฝากขายที่ร้านค้า

ห้างสรรพสินค้า การจำหน่ายบริเวณทางเข้าหมู่บ้าน ซึ่งการการพื้นที่เพื่อสำรวจปัญหาในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่ม สามารถสรุปได้ดังนี้ 1) กลุ่มเน้นจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบทางเดียว คือ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปลูกกลุ่มลูกค้าโดยตรง ซึ่งกลุ่มลูกค้า ได้แก่ หน่วยงานราชการ และบุคคลทั่วไปที่มาเที่ยวชมงานออกบูธขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) 2) กลุ่มไม่ได้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่นๆ เช่น การขายส่ง การขายปลีก การผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อของลูกค้า การฝากขายร้านค้า หรือห้างสรรพสินค้า เป็นต้น 3) กลุ่มไม่มีทักษะหรือความรู้ทางการตลาด ส่งผลทำให้กลุ่มผลิตได้แต่ไม่รู้ว่าจะจำหน่ายให้กับใคร 4) กลุ่มไม่มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสายของหมู่บ้าน ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟสบุ๊ก หรือช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และ 5) กลุ่มสามารถผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ออกมาได้ แต่ไม่มีผู้จำหน่ายหลักของกลุ่มทำให้กระบวนการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มไม่มีการขับเคลื่อนเท่าที่ควร

3. ผลการพัฒนาในรูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพัตตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า 1) กลุ่มมีการขายผ่านหน้าร้าน โดยเน้นการจัดหน้าร้านที่โดดเด่นที่สามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อสินค้าของกลุ่มเพิ่มมากขึ้น 1) กลุ่มมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้น เช่น การขายปลีก การขายส่ง และการมีตัวแทนขาย ทั้งนี้เพื่อกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคให้มากขึ้น และ 3) กลุ่มมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล โดยใช้ช่องทางแห่งยุคสมัย 4.0 เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก เพื่อกระตุ้นการรับรู้และการเข้าถึงของผู้บริโภคให้มากขึ้นได้

ทั้งนี้กลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์บ้านชุมดิน ได้มีการดำเนินการขายผ่านเฟสบุ๊ก โดยกลุ่มได้มีการจัดตั้งเฟสบุ๊กที่ชื่อว่า “กลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์บ้านชุมดิน” เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์กลุ่ม และสินค้าของกลุ่มให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น

เป้าหมายและกลุ่มเป้าหมาย

1. เป้าหมาย

1.1 เพื่อศึกษาบริบทของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพัตตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด

1.2 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพัตตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด

1.3 เพื่อพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพัตตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด

2. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สมาชิกกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบล น้ำใส อำเภोजตุรพัตตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 20 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากสมาชิกของกลุ่มที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการ

ผลที่ได้รับ

การวิจัยเรื่อง ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติก บ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด สามารถอภิปรายผลได้รับดังนี้

1. ศึกษาบริบทของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า กลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดินมีสมาชิกประมาณ 30 คน เป็นเพศหญิงทั้งหมด มีอายุระหว่าง 21 - 60 ปี ส่วนใหญ่มีอาชีพทำนา ประสบการณ์ในการจักสานผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 1-3 ปี ช่วงเวลาของการจักสานผลิตภัณฑ์คือ ช่วงเว้นระยะจากการทำงานหรือทำนา ซึ่งส่วนใหญ่สมาชิกจะรับงานไปทำที่บ้าน แต่เนื่องจากมีความชำนาญแค่เพียงไม่กี่ราย จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมามีจำนวนไม่มากและไม่ค่อยปราณีตเท่าที่ควร ผลิตภัณฑ์จักสานของกลุ่มส่วนใหญ่จะเป็นตะกร้า ซึ่งมีขนาดตั้งแต่เล็ก กลางและใหญ่ ราคาของผลิตภัณฑ์อยู่ระหว่าง 50 - 200 บาท ซึ่งราคาของผลิตภัณฑ์กำหนดขึ้นจากต้นทุน + ค่าแรงไม่เกิน 15 บาท โดยราคาจะขึ้นอยู่กับขนาดของผลิตภัณฑ์โดยจะจำหน่ายให้กับหน่วยงานราชการ และผู้ที่สนใจทั่วไป เนื่องจากกลุ่มต้องการที่จะจำหน่ายสินค้าเพื่อให้สมาชิกของกลุ่มมีรายได้เพิ่มขึ้น ดังนั้นกลุ่มจึงต้องหาช่องทางการจำหน่ายเพื่อจำหน่ายสินค้าให้ได้มากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของวีระเดช แสงลอย และคณะ (2550) พบว่า รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายเดิมของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด ได้ดำเนินการแบบช่องทางอ้อม กล่าวคือเป็นเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตผ่านตัวแทนจำหน่ายและคนกลางไปยังผู้บริโภค ซึ่งคนกลางดังกล่าวอาจเป็นตัวแทนผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก หรือผู้จัดจำหน่าย แต่อาจมีปัญหาในเรื่องการขาดการส่งเสริมและสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตจากคนกลาง ดังนั้นจึงได้นำเสนอกลยุทธ์ในการจัดการช่องทางการจำหน่ายใหม่ ด้วยการใช้วิธีเปลี่ยนประเภทของคนกลางใหม่ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตได้ เช่น การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ การโฆษณา การให้สินเชื่อผู้บริโภค รวมถึงการรับของคืน เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของพัทธนันท์ ณ วรรมไทย (2551) พบว่า ศูนย์จำหน่ายดัดซิมิลลีในจังหวัดลำพูนมี 2 แห่ง แต่เจ้าของเป็นบุคคลคนเดียวคือ ศูนย์ดัดซิมิลลีลำพูน และศูนย์ดัดซิมิลลี อ.เวียงหนองล่อง โดยแต่ละศูนย์จำหน่าย มีผู้บริหารแยกอิสระ มีการจำหน่ายผ่านช่องทางตรงมากที่สุด คือผ่านผู้จำหน่ายอิสระโดยผู้แทนจำหน่ายทั้ง 2 ศูนย์จำหน่ายมีการวางแผนด้านกระบวนการบริหารการขาย ได้แก่ การสรรหาและคัดเลือกผู้จำหน่ายอิสระให้มีคุณสมบัติตรงตามมาตรฐานของบริษัท การให้ความรู้แก่ผู้จำหน่ายอิสระ โดยเน้นให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ เทคนิคการขายเพื่อเพิ่มทักษะในการขาย ความรู้ด้านบุคลิกภาพเพื่อนำความรู้ไปสู่ความสำเร็จและการจัดให้มีเจ้าหน้าที่ให้การฝึกอบรมและทดลองปฏิบัติในพื้นที่จริงก่อนเป็นผู้จำหน่ายอิสระ ปัญหาการบริหารงานขายของผู้แทนจำหน่าย คือผลิตภัณฑ์บางชนิดขาดสต็อก การปรับราคาเพิ่มแต่ไม่ปรับปริมาณผลิตภัณฑ์เพิ่ม ปัญหาความไม่แน่นอนของสภาพอากาศทำให้ออดจำหน่ายและจำนวนลูกค้าลดลง จำนวนครั้งในการจำหน่ายต่อวันลดลง ปัญหาการจัดระบบงาน ทางบริษัทใช้เวลาในการดำเนินงานมากทำให้เกิดความล่าช้าในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านการกระจายงานและประสานงาน ทางบริษัทแจ้งให้ทางศูนย์ทราบการปรับราคาเพิ่มขึ้น กะทันหันทำให้ลูกค้าทราบล่าช้า ลูกค้าจึงลดจำนวนลง ปัญหาการพัฒนาคนผู้จำหน่ายอิสระบางรายขาดความร่วมมือในการเข้าอบรม และสอดคล้องกับงานวิจัยของสอดคล้องกับงานวิจัยของจันทร์สม ศรีทรัพย์พานิช (2551) พบว่า การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ผู้ประกอบการใช้ช่องทางการจัด

จำหน่ายประเภทช่องทาง 2 ระดับ คู่แข่งขันที่มีจำนวนมากมีผลมากที่สุดในการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย เหตุผลที่จัดจำหน่ายสินค้าผ่านผู้ค้าคนกลาง/นายหน้าหรือตัวแทนจำหน่าย เพราะช่วยเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้า สิ่งจูงใจให้ผู้ค้าคนกลาง/นายหน้า หรือตัวแทนจำหน่าย คือการให้ส่วนลด ส่วนใหญ่ไม่มีการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ตกลยุทธ์ที่ใช้ในการจำหน่ายสินค้าผ่านหน้าร้าน คือด้านคุณภาพ รองลงมาคือด้านสินค้า และด้านราคา ปัญหาที่พบมากที่สุดในการจำหน่ายสินค้า คือด้านคู่แข่ง รองลงมาคือด้านสินค้า และด้านพนักงานขาย ข้อกำหนดในการชำระเงินเมื่อผ่านการซื้อขายจากผู้ค้าคนกลาง/นายหน้า หรือตัวแทนจำหน่าย คือ มีการมัดจำ 10 - 20% ใช้โทรศัพท์ในการติดต่อสื่อสารกับผู้ค้าคนกลาง/นายหน้า หรือตัวแทนจำหน่ายมากที่สุด

2. ศึกษาสภาพปัญหาการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติก บ้านชุมชน ตำบลน้ำใส อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนยังไม่ใช่ที่รู้จัก ผลิตภัณฑ์ยังไม่ประณีตเท่าที่ควร และปัญหาช่องทางการจัดจำหน่ายมีน้อย ซึ่งจากการลงพื้นที่เพื่อสอบถาม สัมภาษณ์ และการจัดสนทนากลุ่มเพื่อร่วมกันแสดงความคิดเห็น ผลที่ได้คือ ชุมชนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ได้ให้แก่หน่วยงานราชการ และผู้ที่สนใจทั่วไป ประการสำคัญของการจัดจำหน่ายของกลุ่มคือ กลุ่มยังไม่เคยเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางอื่นเลย เช่น การจำหน่ายที่ร้านค้าของหมู่บ้าน การฝากขายที่ร้านค้า ห้างสรรพสินค้า การจำหน่ายบริเวณทางเข้าหมู่บ้าน ซึ่งการการพื้นที่เพื่อสำรวจปัญหาในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่ม สามารถสรุปได้ดังนี้ 1) กลุ่มเน้นจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบทางเดียว คือ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปลูกกลุ่มลูกค้าโดยตรง ซึ่งกลุ่มลูกค้า ได้แก่ หน่วยงานราชการ และบุคคลทั่วไปที่มาเที่ยวชมงานออกบูธขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) 2) กลุ่มไม่ได้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่นๆ เช่น การขายส่ง การขายปลีก การผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อของลูกค้า การฝากขายร้านค้า หรือห้างสรรพสินค้า เป็นต้น 3) กลุ่มไม่มีทักษะหรือความรู้ทางการตลาด ส่งผลทำให้กลุ่มผลิตได้แต่ไม่รู้ว่าจำหน่ายให้กับใคร 4) กลุ่มไม่มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสายของหมู่บ้าน ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟสบุ๊ก หรือช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และ 5) กลุ่มสามารถผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ออกมาได้ แต่ไม่มีผู้จำหน่ายหลักของกลุ่มทำให้กระบวนการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มไม่มีการขับเคลื่อนเท่าที่ควร สอดคล้องกับงานวิจัยของพัทธนันท์ ณ วรณไทย (2551) พบว่า ศูนย์จำหน่ายดัชมิลล์ในจังหวัดลำพูนมี 2 แห่ง แต่เจ้าของเป็นบุคคลคนเดียว คือ ศูนย์ดัชมิลล์ลำพูนและศูนย์ดัชมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง โดยแต่ละศูนย์จำหน่าย มีผู้บริหารแยกอิสระ มีการจำหน่ายผ่านช่องทางตรงมากที่สุด คือผ่านผู้จำหน่ายอิสระโดยผู้แทนจำหน่ายทั้ง 2 ศูนย์จำหน่ายมีการวางแผนด้านกระบวนการบริหารการขาย ได้แก่ การสรรหาและคัดเลือกผู้จำหน่ายอิสระให้มีคุณสมบัติตรงตามมาตรฐานของบริษัท การให้ความรู้แก่ผู้จำหน่ายอิสระ โดยเน้นให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ เทคนิคการขายเพื่อเพิ่มทักษะในการขาย ความรู้ด้านบุคลิกภาพเพื่อนำความรู้ไปสู่ความสำเร็จและการจัดให้มีเจ้าหน้าที่ให้การฝึกอบรมและทดลองปฏิบัติในพื้นที่จริงก่อนเป็นผู้จำหน่ายอิสระ ปัญหาการบริหารงานขายของผู้แทนจำหน่าย คือผลิตภัณฑ์บางชนิดขาดสต็อก การปรับราคาเพิ่มแต่ไม่ปรับปริมาณผลิตภัณฑ์เพิ่ม ปัญหาความไม่แน่นอนของสภาพอากาศทำให้อุดจำหน่ายและจำนวนลูกค้าลดลง จำนวนครั้งในการจำหน่ายต่อวันลดลง ปัญหาการจัดระบบงาน ทางบริษัทใช้เวลาในการดำเนินงานมากทำให้เกิดความล่าช้าในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านการกระจายงานและ

ประสานงาน ทางบริษัทแจ้งให้ทางศูนย์ทราบการปรับราคาเพิ่มขึ้น กะทันหันทำให้ลูกค้าทราบล่าช้า ลูกค้าจึงลดจำนวนลง ปัญหาการพัฒนาคนผู้จำหน่ายอิสระบางรายขาดความร่วมมือในการเข้าอบรม สอดคล้องกับงานวิจัยของวีระเดช แสงลอย และคณะ (2550) พบว่า รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่าย เดิมของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด ได้ดำเนินการแบบช่องทางอ้อม กล่าวคือเป็น เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตผ่านตัวแทนจำหน่ายและคนกลางไปยังผู้บริโภค ซึ่งคนกลาง ดังกล่าวอาจเป็นตัวแทนผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก หรือผู้จัดจำหน่าย แต่อาจมีปัญหาในเรื่องการขาดการ ส่งเสริมและสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตจากคนกลาง ดังนั้นจึงได้นำเสนอกลยุทธ์ในการจัดการ ช่องทางการจำหน่ายใหม่ ด้วยการใช้วิธีเปลี่ยนประเภทของคนกลางใหม่ เพื่อให้สามารถตอบสนอง ความต้องการของผู้ผลิตได้ เช่น การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ การโฆษณา การให้สินเชื่อผู้บริโภค รวมถึง การรับของคืน เป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของประภาพร แสงทอง (2551) พบว่า สภาพ ปัจจุบันของการดำเนินงานของวิสาหกิจ ฯ ซึ่งมารวมตัวกันเป็นวิสาหกิจชุมชนผ้าทอเกาะยอ และจัด จำหน่ายผลิตภัณฑ์ แต่พบปัญหาสำคัญที่พบคือ ฉลาก ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ โดยที่ฉลากมี รูปแบบเป็นสติ๊กเกอร์ ไม่สามารถแสดงถึงรายละเอียดข้อมูลส่วนประกอบ และวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ได้ ครบถ้วน รวมทั้งไม่มีความโดดเด่น นอกจากนี้ตราสินค้าไม่มีจุดเด่น ไม่สามารถแสดงความเป็น เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน และมีการนำบรรจุภัณฑ์มาใช้น้อยมาก โดยบรรจุสินค้าใน ถุงพลาสติกใส หรือถุงก๊อบแก๊บ เนื่องจากกล่องกระดาษที่ค่าใช้จ่ายในการผลิตสูงมาก จึงไม่มีการ นำมาใช้ในการส่งมอบให้ลูกค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ ผ้าทอเกาะยอเป็นผืน รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอเกาะยอแนวทางการพัฒนาทางการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้า ทอเกาะยอของวิสาหกิจ ฯ คือ ควรมีการปรับปรุงพัฒนา ตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ ให้มี ลักษณะที่เหมาะสมดีขึ้น เพื่อส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะน่าสนใจ และเด่นสะดุดตาเพิ่มขึ้น สามารถ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งตราสินค้าฉลากบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ทำให้ผู้บริโภคเห็นผลิตภัณฑ์ แล้ว เกิดความอยากซื้อ ตัดสินใจซื้อ และกลับมาซื้อซ้ำสำหรับตัวผลิตภัณฑ์ก็เช่นกัน วิสาหกิจ ฯ ควร ตระหนักในการดำเนินการผลิต เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะสวยงาม ตามกระแสความนิยมขณะ ปัจจุบันมากที่สุด เพื่อให้มีการตอบรับจากลูกค้าเพิ่มขึ้น

3. การพัฒนารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์จากเส้น พลาสติกบ้านขุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า 1) กลุ่มมีการขายผ่าน หน้าร้าน โดยเน้นการจัดหน้าร้านที่โดดเด่นที่สามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อสินค้าของ กลุ่มเพิ่มมากขึ้น 2) กลุ่มมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้น เช่น การขายปลีก การขายส่ง และ การมีตัวแทนขาย ทั้งนี้เพื่อกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคให้มากขึ้น และ 3) กลุ่มมีการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อดิจิทัล โดยใช้ช่องทางแห่งยุคสมัย 4.0 เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก เพื่อกระตุ้นการรับรู้และการเข้าถึง ของผู้บริโภคให้มากขึ้นได้ ทั้งนี้กลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์บ้านขุมดิน ได้มีการดำเนินการขายผ่านเฟสบุ๊ก โดยกลุ่มได้มีการจัดตั้งเฟสบุ๊กที่ชื่อว่า “กลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์บ้านขุมดิน” ขึ้นเพื่อเป็นการ ประชาสัมพันธ์กลุ่ม และสินค้าของกลุ่มเพื่อให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภาพร แสงทอง (2551) พบว่า สภาพปัจจุบันของการดำเนินงานของวิสาหกิจ ฯ ซึ่งมารวมตัวกัน เป็นวิสาหกิจชุมชนผ้าทอเกาะยอ และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ แต่พบปัญหาสำคัญที่พบคือ ฉลาก ตรา สินค้า และบรรจุภัณฑ์ โดยที่ฉลากมีรูปแบบเป็นสติ๊กเกอร์ ไม่สามารถแสดงถึงรายละเอียดข้อมูล

ส่วนประกอบ และวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ได้ครบถ้วน รวมทั้งไม่มีความโดดเด่น นอกจากนั้นตราสินค้าไม่มีจุดเด่น ไม่สามารถแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน และมีการนำบรรจุภัณฑ์มาใช้น้อยมาก โดยบรรจุสินค้าในถุงพลาสติกใส หรือถุงก๊อบแก๊บ เนื่องจากกล่องกระดาษที่ค่าใช้จ่ายในการผลิตสูงมาก จึงไม่มีการนำมาใช้ในการส่งมอบให้ลูกค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ ผ้าทอเกาะยอเป็นผืน รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอเกาะยอแนวทางพัฒนาทางการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอเกาะยอของวิสาหกิจ ฯ คือ ควรมีการปรับปรุงพัฒนา ตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ ให้มีลักษณะที่เหมาะสมดีขึ้น เพื่อส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะน่าสนใจ และเด่นสะดุดตาเพิ่มขึ้น สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งตราสินค้าฉลากบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ทำให้ผู้บริโภคเห็นผลิตภัณฑ์แล้ว เกิดความอยากซื้อ ตัดสินใจซื้อ และกลับมาซื้อซ้ำสำหรับตัวผลิตภัณฑ์ก็เช่นกัน วิสาหกิจ ฯ ควรตระหนักในการดำเนินการผลิต เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะสวยงาม ตามกระแสความนิยมขณะปัจจุบันมากที่สุด เพื่อให้มีการตอบรับจากลูกค้าเพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของชญาดา รุจมานกุลชัย (2553) พบว่า องค์กรเลือกจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปยังลูกค้าผ่านทางร้าน ออกร้าน ธุรกิจค้าปลีก และตัวแทนจำหน่าย แล้วจึงคำนวณหาต้นทุนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นด้วยวิธีต้นทุนฐานกิจกรรม จากนั้นจึงได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ประกอบการพิจารณาการกำหนดปริมาณการผลิต ปริมาณสินค้าคงคลัง และการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปยังช่องทางร้านเสริมสวย/สปา ร้านอาหาร/ร้านกาแฟ โรงแรม/สถานพยาบาลที่ใช้สมุนไพรในการรักษา ร้านขายยา และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นแนวทางที่มีความเป็นไปได้ งานวิจัยจึงได้ประมาณการต้นทุนในแต่ละกิจกรรม แล้วพิจารณาเลือกแนวทางที่มีความเป็นไปได้ด้วยวิธีการทางเศรษฐศาสตร์วิศวกรรม ซึ่งพบว่าการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังช่องทางเสริมสวยและสปา จะให้ผลตอบแทนที่ดีในช่วงปีแรก คือมูลค่าปัจจุบันเท่ากับ 289 บาท และค่าอัตราผลตอบแทนส่วนเพิ่มเท่ากับ 0.17 โดยมีระยะเวลาในการคืนทุน 10 เดือน และสอดคล้องกับงานวิจัยของวีระเดช แสงลอย และคณะ (2550) พบว่า รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายเดิมของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด ได้ดำเนินการแบบช่องทางอ้อม กล่าวคือเป็นเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตผ่านตัวแทนจำหน่ายและคนกลางไปยังผู้บริโภค ซึ่งคนกลางดังกล่าวอาจเป็นตัวแทนผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก หรือผู้จัดจำหน่าย แต่อาจมีปัญหาในเรื่องการขาดการส่งเสริมและสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตจากคนกลาง ดังนั้นจึงได้นำเสนอกกลยุทธ์ในการจัดการช่องทางการจำหน่ายใหม่ ด้วยการใช้วิธีเปลี่ยนประเภทของคนกลางใหม่ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตได้ เช่น การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ การโฆษณา การให้สินเชื่อผู้บริโภค รวมถึงการรับของคืน เป็นต้น

วิธีการวัดและประเมินผล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ วิเคราะห์ข้อมูล และคืนข้อมูลให้กับชุมชนในเขตพื้นที่บ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส ถอดบทเรียนสังเคราะห์อย่างมีส่วนร่วมของชุมชน และภาคีที่เกี่ยวข้อง เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทัศนคติของผู้เข้าร่วมโครงการ ก่อนดำเนินโครงการ ระหว่างดำเนินโครงการ หลังดำเนินโครงการ การสังเกตพฤติกรรม การสัมภาษณ์ และถอดบทเรียน Retrospect เพื่อนำไปสู่สังเคราะห์องค์ความรู้ขยายผลต่อยอดการทำงานต่อไป

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้คณะผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคสามเส้า (Triangulation) ซึ่งเป็นกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างถูกต้องและแม่นยำมากขึ้น เนื่องจากเทคนิคสามเส้ามีจุดดำเนินการจากการวิจัยเชิงคุณภาพและใช้เพื่อเสริมความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของการวิจัย การใช้เทคนิคสามเส้ามีองค์ประกอบ ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีความหมายทางความคิดในการให้ข้อมูล ประกอบด้วยผู้นำชุมชน กลุ่มจักรสานบ้านชุมดิน และพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลที่หลากหลาย (Diversity of Sources of Information) เพื่อเป็นการตรวจสอบข้อมูลให้เกิดความถูกต้องและแม่นยำ ประกอบด้วยผู้นำชุมชน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล (ส.อบต.) กลุ่มจักรสานบ้านชุมดิน มีการเสริมสร้างการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการร่วมพัฒนากิจกรรมโดยเรียนรู้จากการศึกษาชุมชนของตนเอง ตลอดจนกระบวนการมีส่วนร่วม และกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจักรสานบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลที่หลากหลาย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกรายบุคคล การสนทนากลุ่ม การเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่ม การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ การสังเกต เป็นต้น

ข้อเสนอแนะอื่น

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

2.1 กลุ่มจักรสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด สามารถนำไปพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้

2.2 กลุ่มจักรสานผลิตภัณฑ์จากเส้นพลาสติกบ้านชุมดิน ตำบลน้ำใส อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด มีวิธีการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มหลากหลายมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มอื่นที่จำหน่ายสินค้าชนิดเดียว เดียวกันเพื่อเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียในการนำมาพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมกับ ชุมชน

2.2 ควรมีการศึกษาช่องทางการจำหน่ายสินค้า OTOP ของกลุ่มหรืออบต.ต่าง ๆ เพื่อให้ เกิดการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้าของชุมชนที่ยั่งยืนมากยิ่งขึ้น