

บทที่ 4

ผลการวิจัย และอภิปรายผล

การดำเนินการศึกษาเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลา กลุ่มแม่น้ำนกเงยตระกร เขารูปช้าง (บ้านบางดาน) ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ในครั้งนี้มีผลการวิจัย ตามลำดับของวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

4.1 สภาพทั่วไป และการดำเนินงานของกลุ่มแม่น้ำนกเงยตระกรเขารูปช้าง (บ้านบางดาน)

4.1.1 การดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลา กลุ่มแม่น้ำนกเงยตระกรเขารูปช้าง (บ้านบางดาน) ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา

4.1.2 สภาพปัจุจันทางการตลาด ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

4.2 ผลการวิเคราะห์ส่วนประเมินทางการตลาด

4.3 ผลการวิเคราะห์อำนาจทางการแบ่งชั้น 5 ประการ

4.4 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

4.5 อภิปรายผลการวิจัย

4.5.1 เกณฑ์ในการตัดสินใจพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์

4.1 สภาพทั่วไป และการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร夷ราฐปช้าง (บ้านบางดาน)

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร夷ราฐปช้าง (บ้านบางดาน) จัดตั้งเมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2526 หมู่ที่ 1 ตำบล夷ราฐปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ที่ทำการในปัจจุบันอยู่ที่ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล夷ราฐปช้าง (ศalaอเนกประสงค์) การทำธุรกิจนี้มีความคิดเริ่มน้ำจากเข้าพนักงานเกษตรกิจเกษตร อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ที่นำเคล็ดปลาริชเป็นวัสดุเหลือใช้ในห้องถ่ายทำประดิษฐ์เป็นดอกไม้และเครื่องประดับ และพัฒนาจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนในปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับสมาชิก โดยมีหน่วยงานสนับสนุน 3 หน่วยงาน คือ องค์การบริหารส่วนตำบล夷ราฐปช้าง ภาคเกษตร และพัฒนาชุมชนปัจจุบันสมาชิกมีทั้งหมด 8 คน โดยแบ่งหน้าที่กันทำในงานด้านการผลิต การตลาด การจัดการ และด้านการเงินการบัญชี ซึ่งทางกลุ่มแม่บ้านมีการแบ่งงานกันทำทุกฝ่าย โดยสามารถที่จะแสดงการดำเนินงานของทางกลุ่มได้ดังนี้

4.1.1 การดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร夷ราฐปช้าง (บ้านบางดาน) ตำบล夷ราฐปช้าง อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา

ปัจจุบันการทำเครื่องประดับจากเกล็ดปลาเริ่มขยายมากขึ้น มีกลุ่มลูกค้ากว้างขวางมากขึ้น จึงมีการรวมกลุ่มกันเพื่อการผลิตมากขึ้น โดยมีการแบ่งการดำเนินงานของธุรกิจออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1) การดำเนินงานด้านการจัดการ สภาพการจัดการในธุรกิจการผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลา โดยทางกลุ่มมีการแบ่งหน้าที่เป็น 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายการเงินการบัญชี ฝ่ายการตลาด สำหรับการบริหารจัดการนั้นทางกลุ่มแม่บ้านมีการแบ่งงานกันทำไม่ค่อยซัดเจน ได้ได้คำนึงถึงความสามารถของสมาชิกว่าสมาชิกคนไหนมีความชำนาญในการผลิตสินค้าประเภทไหน เมื่อมีการแบ่งงานกันทำไม่ซัดเจน สมาชิกที่ทำผลิตภัณฑ์ออกมาอาจจะทำผลิตภัณฑ์ในรูปแบบเดิม ๆ ที่เห็นว่าลูกค้าให้ความนิยม

2) การดำเนินงานด้านการผลิต ในด้านการผลิตสมาชิกรับงานไปทำที่บ้าน เมื่อทำผลิตภัณฑ์เสร็จออกมาเป็นสินค้าสำเร็จรูปแล้ว จึงนำผลิตภัณฑ์นั้นมารวมกันที่ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร ประจำตำบล夷ราฐปช้าง (ศalaอเนกประสงค์)

วัตถุประสงค์ในการผลิต สำหรับประเภทของเกล็ดปลา ที่นำมาทำคือไม้เกล็ดปลาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

(1) เกล็ดปลากระพง ขอนแก่นเกล็ดบางไส สันเกล็ดแข็งรูปเหมาะกับการนำมาทำคอกไม้เกล็ดปลา เครื่องประดับที่ระลึก

(2) เกล็คปลาครีคราด ขอบเกล็คหนาแข็ง แคนมีรีวิวนานกับเกล็คเมื่อย้อมสี แล้ว บริเวณเกล็คจะเป็นลายเส้นสวยงาม เหมาะกับการทำออกุหลาบ

ทางกลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่จะนิยมใช้ปلاกระพงมาทำผลิตภัณฑ์ เนื่องจากเกล็คปลากระพงมีความสวยงาม คงทน เหมาะแก่การทำผลิตภัณฑ์มากกว่า สำหรับกิจกรรมทางการผลิตนี้ สามารถใช้ในกลุ่มจะซื้อวัตถุคินเกล็คปลากระพงมาจากตลาดในราคากิโลกรัมละ 10 บาท ในปัจจุบัน ราคาของเกล็คปลา่มีราคาเพิ่มสูงขึ้นทำให้สามารถในกลุ่มหันไปรับวัตถุคินจากสมาชิกที่พอย่างหา เกล็คปลา มาได้จากแหล่งอื่นแทน (จากจังหวัดปัตตานี) แต่ถึงกระนั้นก็ยังไม่พอกับความต้องการ เนื่องจากเกล็คปลาที่ใช้ได้จริงมีน้อยเมื่อนำมาคัดเลือกแล้วประมาณ 20 % ของเกล็คปลาทั้งหมด

ขนาดของเกล็คปลาที่ใช้ นำมาคัดแยกออกเป็น 7 ขนาดตัวยกัน ดังนี้

เบอร์	ความกว้าง-ยาว (มิลลิเมตร)	น้ำหนักกรัมต่อ 100 เกล็ค
1	25x27	21.89
2	20x23	14.10
3	19x21	9.65
4	17x18	3.75
5	15x16	2.53
6	13x14	1.90
7	11x12	1.86

การย้อมสีเกล็คปลา เกล็คปลา มีคุณสมบัติในการดูดสีได้ดี สามารถย้อมติดสีได้ง่าย ด้วยสีย้อมเย็น โดยยังคงคุณสมบัติความมั่นคงของเดิม

วิธีการ แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. การย้อมสีอ่อน

- เกล็คปลา 500 กรัม
- สีย้อมชนิดผง 2 มิลลิกรัม
- น้ำสะอาด 5 ลิตร

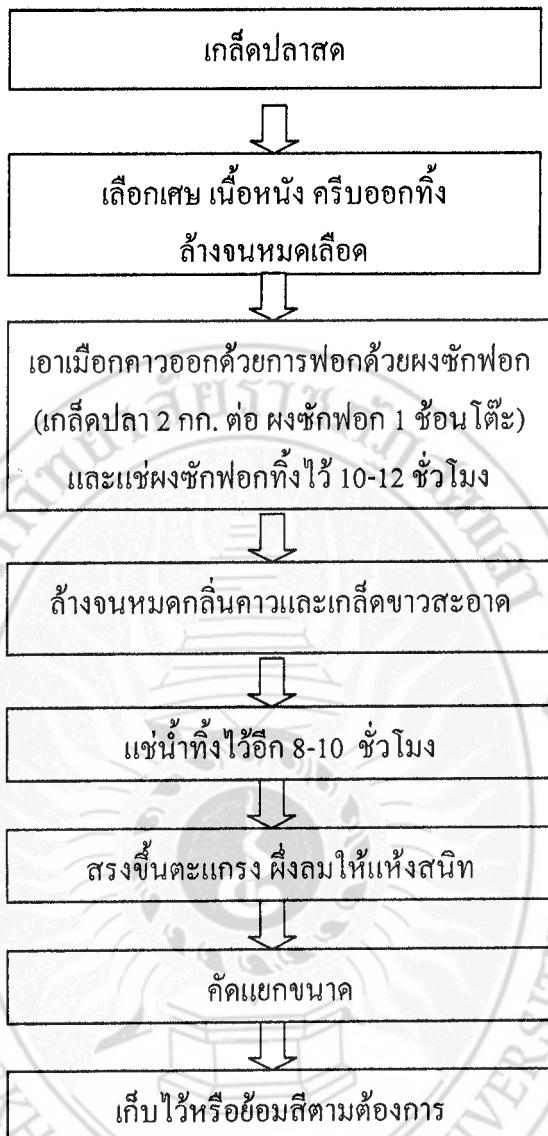
2. การย้อมสีแก่

- ให้เพิ่มปริมาณสีย้อมเป็น 5 มิลลิกรัม

ขั้นตอนในการย้อมสี

1. นำสีผสมกับน้ำละลายให้หมุดเม็ดสี
2. นำเกล็คปลาลงแช่ 3 – 4 ชั่วโมง หรือจนกว่าเกล็คปลาจะดูดสีจนน้ำใส
3. สร้างขึ้นให้สะเด็จน้ำ ผึ่งลมจนแห้ง

ขั้นตอนการฟอกเกล็ดปลา สามารถแสดงเป็นลำดับขั้นตอนได้ดังนี้



วัสดุอุปกรณ์ ในส่วนของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำสิ่งประดิษฐ์จากเกล็ดปลา มี หลากหลายประเภทด้วยกัน ในที่นี้จะแนะนำอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการประดิษฐ์ ได้แก่

(1) ภาชนะติด ปัจจุบันอยู่ในรูปของภาคร้อน ใช้สำหรับประกอบเกล็ดปลา เข้าเป็นรูปปั่งตามที่ต้องการ

(2) 漉ว ใช้สำหรับตามเกล็ดปลาเข้าเป็นก้อนคอกหรือใช้ในการเข้าช่อง漉วที่ ใช้มีเบอร์ 16 ,18 ,20 ,22 ,24 ,26 ,28 และ 30 บางครั้งใช้漉วที่เลาจากมุ้ง漉ว ซึ่งเส้นจะบางมาก

(3) ปากคีบปลายแหลมช่วยให้จับเกล็ดปลาขนาดเล็กหรือจัดรูปร่าง

(4) กระไกร เพื่อตัดเกล็ดปลาเป็นรูปปั่งต่าง ๆ

(5) ฟลอร่าเทปสำหรับพันก้าน การพันฟลอร่าเทปต้องดึงให้เรียบ ถ้าพันลวดขนาดเล็กมาก ต้องตัดครึ่งเพื่อไม่ให้ก้านหนาเกินไป

(6) สำลี ใช้สำหรับทำคาดอกตูม เสริมโคนคาดอกตูม

(7) เกสร สำหรับประกอบดอกไม้ บางชนิดต้องประดิษฐ์ขึ้นเอง เพราะไม่มีจำหน่าย วัสดุที่ใช้ทำ ได้แก่ กระดาษสา ป่านครนาภรณ์ เป็นมัน กาว สี ด้าย เป็นต้น

สำหรับในด้านการกำลังผลิตนั้น พบว่า ในแต่ละเดือนทางกลุ่มจะผลิตสินค้าประเภทเข็มกลัดเพียงอย่างเดียว และสามารถที่จะผลิตสินค้าได้ประมาณ 300 ชิ้น โดยแบ่งเป็นเข็มกลัดติดเดือขนาดเล็ก 100 ชิ้น และเข็มกลัดขนาดใหญ่ 200 ชิ้น โดยมีต้นทุนที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลามาจากการเงินทุนของสมาชิกกู้แม่บ้านใน 1 เดือน ดังนี้

ปัจจัยคงที่ ที่ใช้ในการทำผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลา ได้แก่ ปืนกาว กระไรกร เมื่อต้น

ปืนกาว	1	กระบอก	=	250	บาท
ปืนกาวที่ใช้จำนวน	8	กระบอก	=	2,000	บาท
กระไรกรขนาดใหญ่	1	ด้าม	=	100	บาท
กระไรกรที่ใช้ขนาดใหญ่	8	ด้าม	=	800	บาท
กระไรกรขนาดเล็ก	1	ด้าม	=	80	บาท
กระไรกรที่ใช้ขนาดเล็ก	8	ด้าม	=	480	บาท
รวม			=	3,280	บาท

ปัจจัยผันแปร ที่ใช้ ได้แก่ เกล็ดปลา ผ้าสักหลาด เข็มกลัด กาวแห้ง

เกล็ดปลา	1	กิโลกรัม	=	10	บาท
เกล็ดปลาที่ใช้จำนวน	10	กิโลกรัม	=	100	บาท
ผ้าสักหลาด	1	หลา	=	120	บาท
ผ้าสักหลาดที่ใช้จำนวน	1	หลา	=	120	บาท
เข็มกลัดขนาดใหญ่	100	ตัว	=	200	บาท
เข็มกลัดขนาดใหญ่ที่ใช้	200	ตัว	=	400	บาท
เข็มกลัดขนาดเล็ก	100	ตัว	=	150	บาท
เข็มกลัดขนาดเล็กที่ใช้	100	ตัว	=	150	บาท
กาวแห้ง	1	แท่ง	=	3	บาท
กาวแห้งที่ใช้	50	แท่ง	=	150	บาท
รวม			=	3,270	บาท

3) การดำเนินงานด้านการตลาด ทางกลุ่มไม่ได้มีการสำรวจความต้องการของลูกค้า และไม่ได้พัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ ขึ้นมากนัก สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มาซื้อผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลา จะเป็นกลุ่มลูกค้าของเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มลูกค้าหลักคือ ประชากรวัยทำงาน (อายุ 30-40 ปี) ซึ่งเป็น

ลูกค้าโดยทั่วไปในการอกร้านแสดงสินค้า กลุ่มลูกค้าของเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวจะมาซื้อประมาณอาทิตย์ละ 2 ครั้ง แต่เมื่อมีเหตุการณ์ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้มีผลกระทบทำให้มีการซื้อน้อยลง อีกทั้งการติดต่อซื้อบาบทำได้ลำบาก เนื่องจากเมื่อมีการสั่งซื้อจากลูกค้าต่างชาติ ทางกลุ่มแม่บ้านจะทำการถ่ายรูปตัวอย่างผลิตภัณฑ์ส่งไปเพื่อรอการตอบรับคำสั่งซื้อในส่วนของการประชาสัมพันธ์จะมีการโฆษณาทางวิทยุชุมชน มีการเผยแพร่ทางเว็บไซต์ Thaitambon.com และการจัดแสดงตามงานต่างๆ เนื่องจากการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติทำได้ลำบาก เพราะสามารถเข้าใจในกลุ่มไม่สามารถพูดภาษาต่างประเทศ (อังกฤษ) ได้ อีกทั้งในเรื่องของบรรจุภัณฑ์ที่ไม่มีแรงจูงใจในการสั่งซื้อสินค้าอีก และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ทางกลุ่มเน้นเฉพาะตลาดคนต่างด้าว ไม่ได้พัฒนาในรูปแบบอื่น จึงทำให้ไม่เกิดความหลากหลายในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้า

4) การดำเนินงานด้านการเงิน มีการลงบัญชีรายรับ-รายจ่าย โดยสมาชิกแต่ละคนจะมีรหัสประจำตัวเพื่อที่จะได้ทราบเรื่องรายรับ-รายจ่ายของแต่ละคนซึ่งจะมีการหักเบอร์เช็นต์เข้ากลุ่มโดยเงินที่หักเบอร์เช็นต์เข้ากลุ่มจะไปเป็นค่าใช้จ่ายในการซื้อวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตและค่าสาธารณูปโภคของกลุ่มแม่บ้านซึ่งเป็นแหล่งเงินทุนที่นำมาผลิตสินค้าไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาล องค์การบริหารส่วนตำบล โดยทางกลุ่มแม่บ้านจะออกเงินทุนในการซื้อวัสดุคึบกันเอง

4.1.2 สภาพปัจจัยทางการตลาด ในด้านของทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นในเรื่องของการดำเนินธุรกิจ พบว่า ที่ผ่านมาธุรกิจชุมชน มักจะประสบปัญหาในเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มแม่บ้านได้ผลิตขึ้นมากนั้น ไม่สามารถที่จะหาแหล่งกระจายสินค้าได้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมานั้นยังไม่เป็นที่รู้จักและยอมรับ อีกทั้งในเรื่องของการติดต่อสื่อสาร หากมีการสั่งซื้อสินค้าของชาวต่างชาติ ก็ทำให้การติดต่อ เป็นไปได้ยาก เช่นเดียวกับ กลุ่มแม่บ้านที่ทำผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลา ก็ประสบปัญหาในเรื่องของ การกระจายสินค้าด้านการติดต่อสื่อสาร ก็อ หรือ เมื่อชาวต่างชาติต้องการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากทางกลุ่ม แม่บ้าน กลุ่มแม่บ้านก็จะทำการถ่ายรูปผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มทำขึ้นว่ามีผลิตภัณฑ์อะไรบ้าง แล้ว ส่งไปให้กับชาวต่างชาติ ทำให้เสียเวลามาก

เพื่อให้การศึกษาฯแนวทางในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นผลสำเร็จ คณะผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน และภายนอกของผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลา กลุ่มแม่บ้านเกย์ตรกรเขaruabช้าง (บ้านบางด่าน) โดยอาศัยเครื่องมือในการวิจัย คือ การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด การวิเคราะห์อำนาจแข่งขัน และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยวิธี SWOT Analysis อีกต่อหนึ่ง เพื่อสรุปแนวทางในการพัฒนาช่อง

ทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มที่ทำการศึกษาได้เป็นผลสำเร็จ โดยมีผลในการวิเคราะห์ดังนี้

4.2 ผลการวิเคราะห์ส่วนประเมินทางการตลาด

ส่วนประเมินทางการตลาด (Marketing Mix : 4Ps) เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ผสมผสานกันภายใต้การควบคุมของกลุ่มนธุรกิจชุมชน ซึ่งนำไปใช้เป็นกลยุทธ์ในการติดต่อกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อสร้างการตอบสนองที่ธุรกิจชุมชนต้องการ การวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาถึงส่วนประเมินทางการตลาด อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด ของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลา กลุ่มแม่น้ำนганเกยตรรหรูปช้าง (บ้านบางดาน) โดยใช้การวิเคราะห์ส่วนประเมินทางการตลาดตามแนวทางของศรีสุภา สาหัสยสเตอร์ และคณะ (2543 : 17) ซึ่งมีผลการวิจัย ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) ใน การเริ่มต้นวิเคราะห์ทางการตลาดนั้น ผู้ประกอบการควรวิเคราะห์ในเบื้องต้นว่าผลิตภัณฑ์ของตนนั้นจัดอยู่ในประเภทใดใน 5 ประการดังต่อไปนี้ (1) สินค้า奢侈品 ซึ่งเป็นสินค้าสีน้ำเงิน (2) สินค้าเลือกซื้อเป็นสินค้าจำเป็นที่ต้องใช้ซึ่งมีค่าสูง (3) สินค้าพิเศษเป็นสินค้าเฉพาะเจาะจง (4) สินค้าไม่ได้แสวงหาซื้อ เป็นสินค้าที่พนหนโภบังเอญ และตรงกับความต้องการ (5) สินค้าอุตสาหกรรมเป็นสินค้าที่ใช้ในการผลิต และเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อื่น

จากการศึกษาพบว่า สินค้าของธุรกิจชุมชนที่เลือกทำการศึกษาเป็นประเภทสินค้าไม่ได้แสวงหาซื้อสินค้าที่พนหนโภบังเอญ และตรงกับความต้องการ ซึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่น้ำนганเกยตรรหรูปช้าง (บ้านบางดาน) สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

(1) กลุ่มเครื่องประดับ ซึ่งประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ประเภท เข็มกลัด ต่างๆ ที่คาดหมกิบติดผน สร้อยข้อมือ สร้อยมือ เข็มขัด และมีผลิตภัณฑ์หลักของทางกลุ่มคือ เข็มกลัดติดเดือ

(2) กลุ่มของตกแต่งบ้าน ประกอบไปด้วยช่อดอกไม้ประดิษฐ์ และต้นไม้ประดับ

ในการผลิต กลุ่มนธุรกิจชุมชนเลือกผลิตสินค้าจากวัสดุดิบเหลือใช้ (By Product) จากเกล็ดปลาจะพิจารณาทำให้เกิดประโยชน์ เนื่องจากเกล็ดปลาจะเป็นเกล็ดที่มีขนาดใหญ่ สมันเป็นเงา มีลวดลายในตัว และแข็งแรงคงทน มีอายุการใช้งานยาวนาน ประกอบกับความสามารถในการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ของสมาชิกในกลุ่มซึ่งเป็นงานฝีมือ (Hand made) ที่ละเอียดอ่อน ต้องใช้จินตนาการ ประสบการณ์และความชำนาญของผู้ผลิต ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นสินค้าที่มีคุณค่า

ลักษณะนี้ก็ตามก็มีข้อบกพร่องในเรื่องของตัวผลิตภัณฑ์ ก่อร้าวคือ สินค้ามีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ สินค้ายังขาดความหลากหลายในการสร้างสรรค์ และสินค้าที่ทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์จากคู่แข่งขันประเภทเดียวกัน

2) ราคา (Price) ก็คือ มูลค่าที่ลูกค้าต้องจ่าย ในการตั้งราคาต้องวิเคราะห์ถึงความพึงพอใจของลูกค้า และต้องคำนึงถึงองค์ประกอบเหล่านี้ (1) วัตถุประสงค์ทางการตลาด (2) สภาพการแข่งขัน (3) ราคารองคู่แข่ง และ (4) ลักษณะของตลาด

พบว่ากลุ่มธุรกิจชุมชนที่ทำการศึกษาวิจัยได้กำหนดกลยุทธ์ในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ในต่อไปเพื่อตอบวัตถุประสงค์ทางการตลาด ตามภาระภารณ์แข่งขัน ราคารองคู่แข่งขัน และลักษณะของตลาด โดยสามารถแยกออกได้เป็น 2 ประเภท ตามที่ ศรีสุภา สถาเรศชัย (2543) ได้กล่าวไว้ว่า ในหนังสือหลักการตลาด ดังนี้

(1) วัตถุประสงค์เพื่อความอยู่รอด กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร夷รูปช้าง (บ้านบางดาน) การใช้กลยุทธ์ในการกำหนดราคาต่ำ โดยหวังจะให้ระดับราคาที่ต่ำนี้จะช่วยกระตุ้นตลาดได้

(2) เพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ที่ธุรกิจชุมชนเพชญอยู่ ในการป้องกันคู่แข่งขันรายใหม่ให้เข้ามาได้ยากขึ้น เนื่องจากเมื่อราคางานค้าต่ำก็ไม่ปูทางให้ผู้ประกอบการอื่น ๆ สนใจที่จะลงทุนในธุรกิจประเภทนี้ นอกจากนี้แล้วยังเป็นการตั้งราคาเพื่อให้สอดคล้องกับราคารองคู่แข่งขัน โดยเฉพาะกับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร夷รูปช้าง (บ้านเข้าแก้ว) โดยปูทางให้ผู้บริโภคเพื่อไม่ให้หันไปบริโภคสินค้าประเภทเดียวกัน หรือสินค้าทดแทน เช่น ดอกไม้ผ้าใบบัว ดอกไม้ใบยางพารา เป็นต้น

โดยสามารถที่จะแสดงรายการสินค้าและราคาในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลาของทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร夷รูปช้าง (บ้านบางดาน) ได้ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 : แสดงรายการสินค้าและราคาในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลา

รายการผลิตภัณฑ์	ขนาด/รูปแบบ	ราคา (บาท/ชิ้น)
1. เนื้องกดดับ	เด็กที่สุด เด็ก ปานกลาง ใหญ่ ใหญ่ที่สุด	20 25 35 50 70
2. เนื้องกดดับติดหน้าอกแบบซ่อดอกไม้	เด็ก ใหญ่	30 80
3. เนื้องกดครุภัณฑ์เดือ	มีเฉพาะสินค้าจัดแสดง	35
4. เนื้องกดดับเตือนสูญแบบมีสายห้อย	-	50
5. กิบติดผนัง	-	50

ตารางที่ 4.1 : แสดงรายการสินค้าและราคาในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากเกลือดปลา (ต่อ)

6. ต่างหู	แบบเปลี่นหัน แบบร่าย	50 60
7. สร้อยคอ	มีเฉพาะสินค้าจัดแสดง	150
8. สร้อยข้อมือ	แบบผูก แบบตะขอเกี่ยว	50 90
9. ที่หนีบเนคไท	-	60
10. ซองใส่โทรศัพท์	มีเฉพาะสินค้าจัดแสดง	105
11. ดอกไม้แบบก้าน	มีเฉพาะสินค้าจัดแสดง	35
13. แจกนดอกไม้	มีเฉพาะสินค้าจัดแสดง	200
14. ช่อดอกไม้	มีเฉพาะสินค้าจัดแสดง	

ที่มา : จากการศึกษา

โดยสรุปในเรื่องของทางการจัดจำหน่าย ทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร夷ราฐช้าง (บ้านบางดาน) ไม่ได้ให้ความสำคัญกับช่องทางในการจัดจำหน่าย จึงทำให้การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้าเป็นไปได้ยาก ตลอดจนระบบการจัดการสินค้าคงคลังที่ไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันจึงเป็นเรื่องของขาดแคลนสินค้าในการจัดจำหน่ายhamีคำสั่งซื้อสินค้าจำนวนมากและอย่างเร่งด่วน

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการดำเนินการสื่อสารทางการตลาด โดยการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อให้ลูกค้าสนใจและรู้จักสินค้า และจูงใจให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มธุรกิจชุมชน

จากการศึกษาและได้ทำการเชื่อมโยงกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร夷ราฐช้าง (บ้านบางดาน) ตามแนวทางของ ศรีสุภา สาหเสรีชัย (2543) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

(1) การโฆษณา ซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์เพื่อให้ผู้บริโภค มีการตอบสนองนั้น ทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร夷ราฐช้าง (บ้านบางดาน) ได้มีการประชาสัมพันธ์บ้าง โดยอาศัยวิทยุชุมชนในการเผยแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารของทางกลุ่ม ซึ่งยังไม่ได้ทำการสื่อสารไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยตรง

(2) การประชาสัมพันธ์ หรือการเพิ่มความเชื่อถือให้กับสินค้า สำหรับการดำเนินงานของทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร夷ราฐช้าง (บ้านบางดาน) ในเรื่องของการประชาสัมพันธ์นั้น ว่า นโยบายทางกลุ่มได้นำประโภชั้นจากการเป็นสินค้า OTOP ยอดเยี่ยมระดับสีขาวของประเทศไทยใช้ใน

การสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ โดยสังเกตได้จากไม่ปรากฏสัญลักษณ์สินค้า OTOP บนฉลากหน้าของสินค้า

(3) การขายโดยบุคคล หมายถึงการทำหน้าที่เป็นประชาสัมพันธ์ออกหนีจากการขาย พบว่าทางกลุ่มได้มีการดำเนินการขายด้วยบุคคลจากการสาธิตการผลิตสินค้า ซึ่งจากการกระทำดังกล่าวได้เพิ่มความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างยิ่ง และจากการเป็นวิทยากรสาธิตในการพัฒนาอาชีพเสริมให้กับธุรกิจชุมชนอื่น ๆ ก็เป็นการขายโดยบุคคลที่ช่วยตอบข้อความน่าเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี

(4) การส่งเสริมการขาย เพื่อทำยอดขายให้เพิ่มขึ้นสามารถแบ่งเป็น 3 ประการ ตามแนวทางการบริหารการตลาดบุคคลใหม่ของศิริวรรณ เสรีtan (2539) ได้ดังนี้

(4.1) ส่งเสริมร้านจำหน่าย (Trade Promotion) เป็นการดึงสินค้าเข้าร้าน โดยทางกลุ่มได้รับความอนุเคราะห์จากที่ทำการไปรษณีย์พะวงในการรับสินค้าไปวางจำหน่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์ แล้วออกากานี้ทางกลุ่มได้นำสินค้าไปฝากรายบังร้านลานดอกแก้วในบริเวณแหลมสมิหดา ในการเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าอีกทางหนึ่ง

(4.2) ส่งเสริมลูกค้า (User/Customer Promotion) ซึ่งเป็นการดึงสินค้าออกจากร้านนั้น ทางกลุ่มแม่บ้านเกยตรกรเขaruปช้าง (บ้านบางดาน) ไม่ได้เน้นการขายสินค้าให้ได้ตลอด แต่จะขายเฉพาะช่วงที่มีงานมหกรรมจัดแสดงสินค้าเท่านั้น จึงควรส่งเสริมให้มีการจัดจำหน่ายสินค้าให้ได้ตลอดทั้งปีให้เกิดขึ้น เพื่อเพิ่มยอดขายและเพิ่มความอุ่นรู้ดของกลุ่มธุรกิจชุมชน

(4.3) ส่งเสริมผู้ขาย (Sale Promotion) ทางร้านมีนโยบายทางค้านการขายที่ไม่โปรใจ ให้เกิดผู้กระจายสินค้า เนื่องจากในการจัดจำหน่ายทั้งค้าปลีกและค้าส่งจะขายในราคاه่อกัน และหากมีผู้ประสงค์ที่จะนำสินค้าไปขาย ทางกลุ่มแม่บ้าน ได้ทำการกำหนดราคาขายสินค้าห้ามเกินที่กุ้งกำหนด โดยจะคิดค่าตอบแทนให้เป็นเบอร์เซ็นต์จากการขายแทนในอัตรา้อยละ 20 ให้กับผู้กระจายสินค้า

4.3 ผลการวิเคราะห์อันจากทางการแบ่งขั้น 5 ประการ

ในการวิเคราะห์อันจากทางการแบ่งขั้น (Five Force Model) นั้น ผู้วิจัยได้นำหลักการและแนวทางการวิเคราะห์ของ Michael E. Porter ซึ่งกล่าวอ้างเอาไว้ในหนังสือการจัดการเชิงกลยุทธ์ ของรองศาสตราจารย์พิมูล ทีปะบาล โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ประเด็นต่าง ๆ ตามแนวดังกล่าวได้ ดังนี้

1) การแบ่งขั้นภายในกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเกรดปลา แรงผลักดันจากผู้ผลิตหรือคู่แข่งที่มีในอุตสาหกรรมนั้นจำเป็นที่จะต้องพิจารณาประเด็นต่าง ๆ ซึ่งประกอบไปด้วย จำนวนคู่แข่งขัน ถ้าคู่

แข่งขันมีจำนวนมาก หรือมีจิตความสามารถพอ ๆ กันจะทำให้มีการแข่งขันที่รุนแรง อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรม ถ้าอุตสาหกรรมยังคงเติบโตการแข่งขันจะไม่รุนแรงมากนัก ความแตกต่างของสินค้า ถ้าสินค้ามีความแตกต่างกันไป การแข่งขันก็จะน้อยลง

จากการวิจัยพบว่า การแข่งขันภายในกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือดปลา มีการแข่งขันมีความรุนแรง เนื่องจากภายในกลุ่มนี้มีการแยกตัวออก ไปเป็นคู่แข่งทางตรง เช่น กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร (บ้านเขาแก้ว) กลุ่มแม่บ้านเก้าเสียง เป็นต้น อีกทั้งในด้านผลิตภัณฑ์จากเกลือดปลาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้ปรับเปลี่ยนความชำนาญทำให้มีคู่แข่งน้อยราย การเจริญเติบโตของธุรกิจยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตได้อีก นอกจากนี้ถูกค้าจะมองถักยักษะของตัวผลิตภัณฑ์ของแต่ละกลุ่ม ไม่แตกต่างกันมาก หรือมีถักยักษะที่คล้ายคลึงกัน จึงส่งผลให้ระดับความรุนแรงในการแข่งขันสูงตามไปด้วย จึงควรดำเนินกลยุทธ์ในการแข่งขันทางด้านราคา การบริการ ทำเต็มที่ทั้ง และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มาแข่งขัน

2) อุปสรรคของการเข้ามาของคู่แข่งขันรายใหม่ อุปสรรคกีดขวางการเข้าสู่อุตสาหกรรม ได้แก่ การประหยัดจากขนาด (Economies of scale) เนื่องจากผลิตสินค้าที่เป็นมาตรฐานจำนวนมาก ซึ่งทำให้ต้นทุนของสินค้าลดต่ำลง เพราะสามารถลดต้นทุนคงที่ต่อหน่วยลดลง การผูกพันในรายห้อ (Brand Loyalty) การเข้าถึงช่องจัดจำหน่าย (Access to distribution) ซึ่งได้เปรียบต้นทุนในด้านอื่นๆ เช่น เป็นเจ้าของเทคโนโลยีเฉพาะ มีวัตถุคิบราคากู๊ด มีทำเลที่ตั้งดีกว่า มีแหล่งเงินทุนต่ำ และทำมานานจนเกิดการเรียนรู้

เมื่อพิจารณาการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ในกรณีของผลิตภัณฑ์จากเกลือดปลา นี้ คู่แข่งรายใหม่สามารถเข้ามาได้ง่าย เนื่องจากใช้ต้นทุนน้อย วัตถุคิบรา ได้ง่าย ขั้นตอนการผลิตไม่ซับซ้อน สามารถเรียนรู้ได้ง่าย คู่แข่งรายใหม่ที่เข้ามาในกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือดปลา ส่วนใหญ่จะเป็นคู่แข่งที่อยู่จังหวัดติดริมฝั่งทะเล เช่น กระบี่ ภูเก็ต พังงา เป็นต้น จัดเป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อธุรกิจ เพราะคู่แข่งรายใหม่ปรารถนาที่ได้ส่วนแบ่งทางการตลาดจากการผลิตสินค้านี้ ดังนั้น ทางกลุ่มกรมมีการผลิตในปริมาณที่มากขึ้นเพื่อการประหยัดต่อขนาด และพัฒนาให้มีวัตกรรมในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบ

3) อุปสรรคของผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ แรงผลักดันซึ่งเกิดจากสินค้าอื่นๆ ซึ่งสามารถใช้ทดแทนได้ ควรพิจารณาระดับการทดแทน เป็นการทดแทนได้มากหรือทดแทนได้น้อย แค่ไหน เช่น เครื่องปรับอากาศกับพัดลม ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแปลงการใช้สินค้าปัจจุบันไปสู่การใช้สินค้าทดแทน ระดับราคาสินค้าทดแทนและคุณสมบัติใช้งานของสินค้าทดแทน

ผลิตภัณฑ์สามารถทดแทนกันได้ คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีถักยักษะคล้ายกับผลิตภัณฑ์เกลือดปลา มีคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม อาทิเช่น คอกไม้เกลือดปลาจากกลุ่มธุรกิจชุมชนอื่น คอกไม้ประดิษฐ์ จำพวกคอกไม้ผ้าใบบัว คอกไม้จากใบยางพารา คอกไม้พลาสติก เป็นต้น ทำให้ถูกค้ามีทางเลือกใน

การซื้อมากขึ้น ส่งผลให้การตั้งราคาของกลุ่มแม่บ้านเกย์ตระเร屋ปช้าง (บ้านบางดาน) มีข้อจำกัดมากขึ้น เพราะหากตั้งราคาสูงเกินไปจะทำให้ลูกค้าหันไปสนใจสินค้าทดแทน

4) อุปสรรคอำนวยการต่อรองของผู้ซื้อ อำนวยการต่อรองของกลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้าเจ้าของกับปริมาณการซื้อ ถ้าซื้อนากก็มีอำนวยการต่อรองสูง ข้อมูลต่าง ๆ ที่ลูกค้าได้รับเกี่ยวกับสินค้าและผู้ขายลูกค้ามีข้อมูลมากก็ต่อรองได้มาก

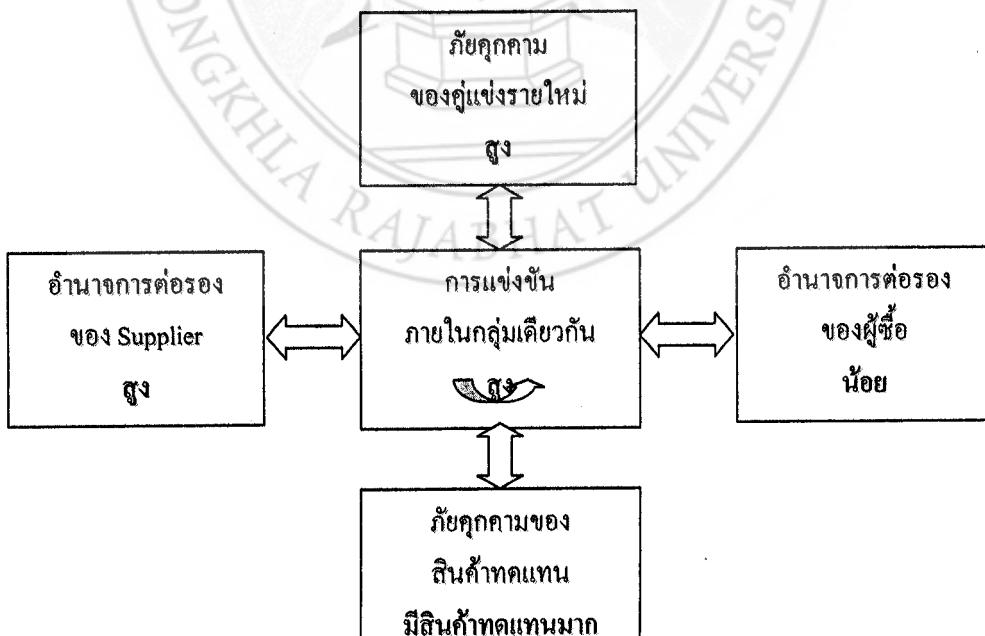
จากการศึกษาพบว่า อำนวยการต่อรองของผู้ซื้อไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลา เนื่องจากผู้ซื้อโดยส่วนใหญ่ซื้อเพื่อใชเอง หรือซื้อเพื่อเป็นของฝาก มีปริมาณการซื้อในแต่ละครั้งเป็นจำนวนน้อย จึงไม่มีอำนวยการต่อรอง

5) อำนวยการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต ซึ่งขึ้นกับจำนวนผู้ขายหรือวัตถุคิบที่มีอยู่ จำนวนวัตถุคิบหรือแหล่งวัตถุคิบที่ และความแตกต่างและเหมือนกันของวัตถุคิบ

จากการศึกษาพบว่าผู้ขายปัจจัยการมีส่วนในการขึ้นราคา ยกเลิกราคา และกำหนดคุณภาพของปัจจัยการผลิตให้แก่ผู้ซื้อปัจจัยการผลิต ผู้ขายปัจจัยในการผลิตในการผลิตหลักของกลุ่มแม่บ้าน ก็คือ ผู้ขายเกล็ดปลา เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของผู้ขายปัจจัยการผลิต "ไม่สามารถหาสินค้าอื่นมาทดแทน ได้ ผู้ขายปัจจัยการผลิตมีจำนวนน้อยราย และทางกลุ่มแม่บ้านไม่ได้มีการพยายามหาผู้ขายเกล็ดปลา รายใหม่มาเพื่อใช้เป็นแหล่งวัตถุคิบ จึงทำให้เกิดการผูกขาด และทำให้ผู้ขายเกล็ดปลาปลาร์มีอำนวยการต่อรองสูง

จากการวิเคราะห์อำนวยทางการแปร่งขั้น 5 ประการ ของกลุ่มแม่บ้านเกย์ตระเร屋ปช้าง (บ้านบางดาน) สามารถที่จะสรุปในรูปของแผนภูมิภาพได้ดังแผนภูมิภาพที่ 4.1

แผนภูมิภาพที่ 4.1 : แสดงการสรุปผลการวิเคราะห์อำนวยทางการแปร่งขั้น 5 ประการ



ที่มา : ปรับปรุงจากศิริวรรณ เสรีตน์ (2539)

4.4 ผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

จากการวิเคราะห์โดยใช้ SWOT Analysis เพื่อหาแนวทางการพัฒนาด้านซ่องทางการจัดทำหน่วยด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลาบ้านบ้านดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 : แสดงผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคประการ ของกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรเขางูปช้าง (บ้านบ้านดาน)

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - สามารถในการสื่อสารด้วยภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้ดี - มีความรับผิดชอบและมีความซื่อสัตย์ในหน้าที่ - ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานรับรองเป็นสินค้า OTOP - เป็นสินค้าที่ทำจากมือ (hand made) ซึ่งเป็นที่นิยมของลูกค้าชาวต่างชาติ - เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุคุณภาพดี - วัสดุดิบเกล็ดปลา มีความคงทนและมีอายุการใช้งานยาวนาน 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ไม่ได้เพิ่มน้ำหนักค่าให้กับตัวสินค้า - การติดต่อ กับลูกค้า เป็นไปได้อย่างลำบาก - ไม่มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ ซึ่งทำให้การติดต่อสื่อสารเพื่อขายสินค้าให้กับชาวต่างชาติเป็นไปได้อย่างยากลำบาก - กำลังการผลิต ไม่เพียงพอ - ผลิตภัณฑ์มีสีสัน ไม่หลากหลาย - เป็นธุรกิจที่ใช้แรงงานคนเป็นหลัก จึงทำให้ผลิตไม่ทันต่อความต้องการของลูกค้า - ระบบการบริหาร ไม่ชัดเจน - ไม่มีส่วนลดการค้า - สามารถในการสื่อสาร ไม่มีความรู้ทางด้านการตลาด
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - มีการออกร้านตามสถานที่ต่าง ๆ มากนัย เช่น เมืองทองธานี การออกร้านของกลุ่ม OTOP - มีสถานที่รับเป็นตัวแทนจำหน่ายให้ทางกลุ่ม โดยไม่คิดมูลค่า คือ ไปรษณีย์พวง - จากการสัมภาษณ์ วิทยากรผู้เชี่ยวชาญทางด้านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีความสนใจที่จะจัดทำเว็บไซต์ให้กับกลุ่มแม่บ้าน - ทางราชการ ให้การสนับสนุน 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลมีผลกระทบจากเหตุการณ์ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ - มีคู่แข่งในกลุ่มผลิตภัณฑ์เดียวกันมากราย - มีสินค้าทดแทนมาก เช่น ดอกไม้พลาสติก ดอกไม้จากใบยาง ดอกไม้จำปา เป็นต้น - เกล็ดปลาที่ซื้อมาใช้ได้น้อย และมีแนวโน้มที่ราคาจะสูงต่อไปในอนาคต - มีการแข่งขันทางด้านราคายในกุ้งธุรกิจเกล็ดปลา

ที่มา : จากการศึกษา

จากการศึกษาสภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร Heraupช้าง(บ้านนางคาน) ตำบล Heraupช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสangkhla ผลปรากฏว่าธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลา(บ้านนางคาน) ยังประสบปัญหาอยู่หลายประการ อาทิ เช่น ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักและแพร่หลาย ใน การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป็นไปได้อย่าง ล่าช้า และเสียค่าใช้จ่าย ที่สำคัญทางกลุ่มธุรกิจเองไม่มีความรู้ และขาดประสบการณ์ในเรื่องของการ จัดซื้อทางการจำหน่ายสินค้ามากนัก

ดังนั้นคณะกรรมการผู้วิจัยจึงเลือกที่จะศึกษาแนวทางในการพัฒนาทางค้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้แก่กลุ่มธุรกิจชุมชนนี้ เพื่อให้ธุรกิจชุมชนเป็นที่รู้จักอย่าง แพร่หลายร่นระยะเวลาในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าและลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า อีกทั้งยังช่วยให้ธุรกิจดำเนินอยู่ต่อไป

4.5 อภิปรายผลการวิจัย

สำหรับการอภิปรายผลการวิจัยจะใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาเพื่อการพัฒนาธุรกิจการค้า ด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง กับผลที่ได้จากการวิเคราะห์ SWOT สามารถที่จะสรุปผลการอภิปรายได้ดังนี้

4.5.1 เกณฑ์ในการตัดสินใจพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์

1) สินค้าที่จะขยายระบบอินเทอร์เน็ตต้องน่าสนใจ และความหลากหลาย เพื่อให้ ผู้ใช้รู้สึกเห็นความหลากหลายและเข้ามาร้านอีก จากผลการวิจัยพบว่าสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเป็น สินค้าที่น่าสนใจ เนื่องจากเป็นสินค้า Hand made ซึ่งเป็นที่สนใจของลูกค้าของชาวต่างชาติ เพราะ เป็นสินค้าที่มีความละเอียดอ่อนและต้องใช้ความชำนาญในการประดิษฐ์ และเป็นสินค้าที่ผลิตมา จากวัสดุธรรมชาติ

ในด้านความหลากหลายของสินค้า เป็นอีกปัจจัยที่สำคัญของทางกลุ่มแม่บ้าน จาก การศึกษาพบว่าสินค้าของทางกลุ่มบังคงเป็นรูปแบบเดิม ไม่มีการพัฒนาให้มีความหลากหลาย ส่วน รายการสินค้าที่กลุ่มจัดแสดงกลับมีความหลากหลายแต่ไม่สามารถสั่งซื้อได้ทันที เพราะสินค้าโดย ส่วนใหญ่เป็นสินค้าสาหร่ายมีความต้องการต้องรอผลิตใหม่

2) รายละเอียดสินค้าครบถ้วน ตรงความเป็นจริง จากการศึกษาพบว่ารายละเอียด ของสินค้าไม่ครบถ้วน จากการสนทนากลุ่มวิทยากรที่ให้ความรู้ทางด้านการพัฒนาช่องทางการจัด จำหน่ายสินค้าผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้กล่าวถึงตัวสินค้าไว้ว่า สินค้าข้างๆความละเอียดอ่อน

เช่น ขนาดของสินค้าที่ไม่ได้กำหนดขนาดไว้อย่างชัดเจน การให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยังไม่ครบถ้วน ราคาของสินค้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงก็อาศัยการขึ้นต่อแต่ละเดือน ไม่ทันลงไป ซึ่งอาจส่งผลกระทบด้านทัศนคติต่อลูกค้าได้ว่าทางกลุ่มนี้มีซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ตลาดสินค้าสินค่าวรจะมีภาษาอังกฤษกำกับ เพราะลูกค้าที่สนใจสินค้าส่วนมากส่วนใหญ่เป็นลูกค้าชาวต่างชาติทำให้ไม่สามารถรับทราบถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้

3) สินค้ามีอยู่จริง และต้องหาให้ลูกค้าได้กันที่ จากการศึกษาพบว่า สินค้าของกลุ่มแม่บ้านมีอยู่จริง แต่สินค้าของกลุ่มแม่บ้านยังมีไม่มากพอต่อการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าในจำนวนมาก ประกอบกับทางกลุ่มไม่มีนโยบายในการบริหารสินค้าคงคลังสำหรับประจำหน่วย โดยมีตัวอย่างของปัญหา จากการที่กลุ่มแม่บ้านไปจำหน่ายสินค้าที่เมืองทองธานี ทางกลุ่มสามารถขายสินค้าหมด ในช่วงแรกเนื่องจากมีสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ทำให้เกิดค่าเสียโอกาสในการขายสินค้า

4) การประชาสัมพันธ์ที่ดี พ布ว่าการประชาสัมพันธ์ของทางกลุ่มแม่บ้านยังไม่ดีพอ เนื่องจากกลุ่มแม่บ้านยังไม่นำเอาข้อใดเปรียบจากการเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ดีเด่นระดับสีดาวมีใช้ให้เกิดประโยชน์จากการโฆษณา

5) การใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ จากการขาดความรู้ความเข้าใจไม่มีความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์ และภาษาต่างประเทศ ทำให้มีความยากในการที่จะนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ เพราะหากพัฒนาเว็บไซต์ไปแล้ว แต่ไม่ได้มีการติดตามคำสั่งซื้อ ไม่มีการประเมินความต้องการของลูกค้าบนอินเทอร์เน็ต หากการคูณแลเอาราชีวิทยาและนักศึกษาที่จะสูญเสีย โดยวิทยากร (คุณกฤตโชค ชัยพัฒนาการ) เสนอแนะให้กลุ่มธุรกิจได้ให้ความกับกันส่วนประสมทางการตลาดโดยเฉพาะในเรื่องของการผลิตเสียใหม่ เพื่อเตรียมความพร้อมในการพัฒนาธุรกิจไปสู่การค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างยั่งยืน

4.5.2 ผลการดำเนินงานการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์

จากการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลา กลุ่มแม่บ้านเกณฑ์เรารูปช้าง (บ้านบางดาน) ดำเนินเรารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา นั้นยังไม่สมควรที่จะพัฒนาให้มีระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์เป็นของตนเอง เนื่องจากยังไม่สามารถพัฒนาได้ให้มีศักยภาพเพียงพอในการค้าบนอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นทั้งในเรื่องของบุคลากร กำลังการผลิต และเงินทุนในการพัฒนา ดังที่ได้นำเสนอไปแล้วในหัวข้อ 4.5.1