

บทที่ 4

ผลการวิจัย และอภิปรายผล

การดำเนินการศึกษาเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ในครั้งนี้มีผลการวิจัยตามลำดับของวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

4.1 สภาพทั่วไป และการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान)

4.1.1 การดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา

4.1.2 สภาพปัญหาทางการตลาด ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

4.2 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด

4.3 ผลการวิเคราะห์อำนาจทางการแข่งขัน 5 ประการ

4.4 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

4.5 อภิปรายผลการวิจัย

4.5.1 เกณฑ์ในการตัดสินใจพัฒนาช่องทางทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



4.1 สภาพทั่วไป และการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान)

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) จัดตั้งเมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2526 หมู่ที่ 1 ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ที่ทำการในปัจจุบันอยู่ที่ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลเขารูปช้าง (ศาลาอเนกประสงค์) การทำธุรกิจนี้มีความคิดริเริ่มมาจากเจ้าพนักงานเคหะกิจเกษตร อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ที่นำเมล็ดปลาซึ่งเป็นวัสดุเหลือใช้ในท้องถิ่นมาประดิษฐ์เป็นดอกไม้และเครื่องประดับ และพัฒนาจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนในปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับสมาชิก โดยมีหน่วยงานสนับสนุน 3 หน่วยงาน คือ องค์การบริหารส่วนตำบลเขารูปช้าง ภาคเกษตร และพัฒนาชุมชนปัจจุบันสมาชิกมีทั้งหมด 8 คน โดยแบ่งหน้าที่กันทำงานด้านการผลิต การตลาด การจัดการ และด้านการเงินการบัญชี ซึ่งทางกลุ่มแม่บ้านมีการแบ่งงานกันทำทุกฝ่าย โดยสามารถที่จะแสดงการดำเนินงานของทางกลุ่มได้ดังนี้

4.1.1 การดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์จากเมล็ดปลา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา

ปัจจุบันการทำเครื่องประดับจากเมล็ดปลาเริ่มขยายมากขึ้น มีกลุ่มลูกค้ากว้างขวางมากขึ้น จึงมีการรวมกลุ่มกันเพื่อการผลิตมากขึ้น โดยมีการแบ่งการดำเนินงานของธุรกิจออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1) การดำเนินงานด้านการจัดการ สภาพการจัดการในธุรกิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากเมล็ดปลา โดยทางกลุ่มมีการแบ่งหน้าที่เป็น 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายการเงินการบัญชี ฝ่ายการตลาด สำหรับการบริหารจัดการนั้นทางกลุ่มแม่บ้านมีการแบ่งงานกันทำไม่คอยชัดเจน ได้ดำเนินงานถึงความสามารถของสมาชิกว่าสมาชิกคนไหนมีความชำนาญในการผลิตสินค้าประเภทไหน เมื่อมีการแบ่งงานกันทำไม่ชัดเจน สมาชิกที่ทำผลิตภัณฑ์ออกมาจะทำผลิตภัณฑ์ในรูปแบบเดิม ๆ ที่เห็นว่าลูกค้าให้ความนิยม

2) การดำเนินงานด้านการผลิต ในด้านการผลิตสมาชิกรับงานไปทำที่บ้าน เมื่อทำผลิตภัณฑ์เสร็จออกมาเป็นสินค้าสำเร็จรูปแล้ว จึงนำผลิตภัณฑ์นั้นมารวมกันที่ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร ประจำตำบลเขารูปช้าง (ศาลาอเนกประสงค์)

วัตถุดิบในการผลิต สำหรับประเภทของเมล็ดปลา ที่นำมาทำดอกไม้เมล็ดปลาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

(1) เมล็ดปลากะพง ขอบเมล็ดบางใส สันเมล็ดแข็งรูปเหมาะกับการนำมาทำดอกไม้เมล็ดปลา เครื่องประดับที่ระลึก

(2) เกล็ดปลาครีคราด ขอบเกล็ดหนาแข็ง แกนมีริ้วขนานกับเกล็ดเมื่อย้อมสีแล้ว บริเวณเกล็ดจะเป็นลายเส้นสวยงาม เหมาะกับการทำดอกกุหลาบ

ทางกลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่จะนิยมใช้ปลากะพงมาทำผลิตภัณฑ์ เนื่องจากเกล็ดปลากะพงมีความสวยงาม คงทน เหมาะแก่การทำผลิตภัณฑ์มากกว่า สำหรับกิจกรรมทางการผลิตนั้น สมาชิกในกลุ่มจะซื้อวัตถุดิบเกล็ดปลากะพงมาจากตลาดในราคา กิโลกรัมละ 10 บาท ในปัจจุบันราคาของเกล็ดปลาเพิ่มสูงขึ้นทำให้สมาชิกในกลุ่มหันไปรับวัตถุดิบจากสมาชิกที่พอจะหาเกล็ดปลาได้จากแหล่งอื่นแทน (จากจังหวัดปัตตานี) แต่ถึงกระนั้นก็ยังไม่พอกับความต้องการเนื่องจากเกล็ดปลาที่ใช้ได้จริงมีน้อยเมื่อนำมาคัดเลือกแล้วประมาณ 20 % ของเกล็ดปลาทั้งหมด

ขนาดของเกล็ดปลาที่ใช้ นำมาคัดแยกออกเป็น 7 ขนาดด้วยกัน ดังนี้

เบอร์	ความกว้าง-ยาว (มิลลิเมตร)	น้ำหนักกรัมต่อ 100 เกล็ด
1	25×27	21.89
2	20×23	14.10
3	19×21	9.65
4	17×18	3.75
5	15×16	2.53
6	13×14	1.90
7	11×12	1.86

การย้อมสีเกล็ดปลา เกล็ดปลามีคุณสมบัติในการดูดสีได้ดี สามารถย้อมติดสีได้ง่ายด้วยสีย้อมเย็น โดยยังคงคุณสมบัติความมันวาวคงเดิม

วิธีการ แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. การย้อมสีอ่อน

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

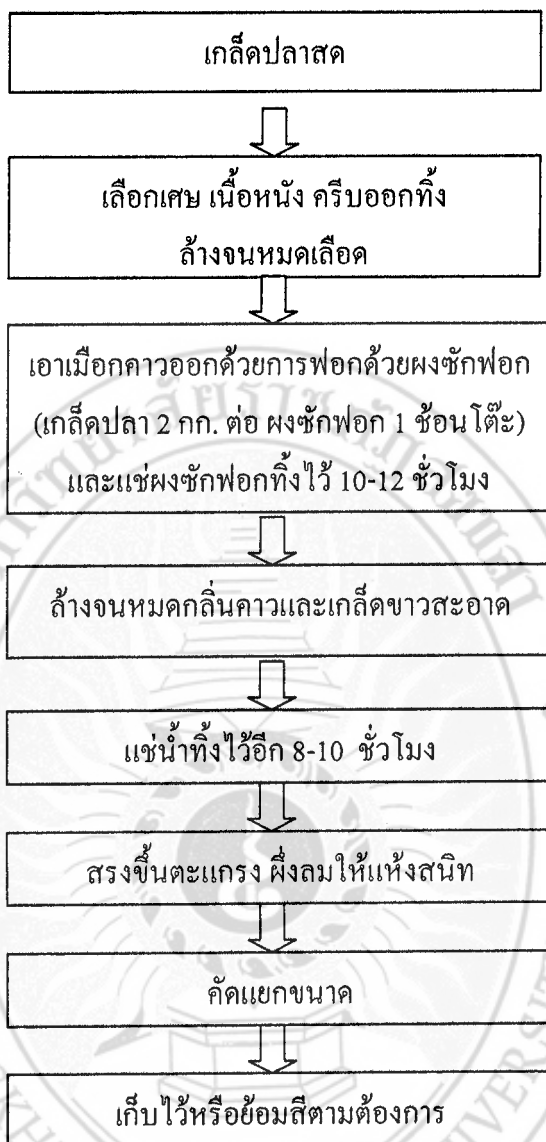
2. การย้อมสีแก่

- ให้เพิ่มปริมาณสีย้อมเป็น 5 มิลลิกรัม

ขั้นตอนในการย้อมสี

1. นำสีผสมกับน้ำละลายให้หมดเม็ดสี
2. นำเกล็ดปลาลงแช่ 3 – 4 ชั่วโมง หรือจนกว่าเกล็ดปลาจะดูดสีจนน้ำใส
3. สรงขึ้นให้สะเด็ดน้ำ ผึ่งลมจนแห้ง

ขั้นตอนการฟอกเกลือปลา สามารถแสดงเป็นลำดับขั้นตอนได้ดังนี้



วัสดุอุปกรณ์ ในส่วนของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำสิ่งประดิษฐ์จากเกลือปลามีหลายประเภทด้วยกัน ในที่นี้จะแนะนำอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการประดิษฐ์ ได้แก่

(1) กาวพลาสติก ปัจจุบันอยู่ในรูปของกาวร้อน ใช้สำหรับประกอบเกลือปลาเข้าเป็นรูปร่างตามที่ต้องการ

(2) ลวดใช้สำหรับคานเกลือปลาเข้าเป็นกลีบดอกหรือใช้ในการเข้าซ่อ ลวดที่ใช้มีเบอร์ 16 ,18 ,20 ,22 ,24 ,26 ,28 และ 30 บางครั้งใช้ลวดที่เลาะจากมุ้งลวด ซึ่งเส้นจะบางมาก

(3) ปากคีมปลายแหลมช่วยให้จับเกลือปลาขนาดเล็กหรือจัดรูปร่าง

(4) กรรไกร เพื่อตัดเกลือปลาเป็นรูปร่างต่าง ๆ

(5) ฟลอร่าเทปสำหรับพันก้าน การพันฟลอร่าเทปต้องดึงให้เรียบ ถ้าพันลวดขนาดเล็กมาก ต้องตัดครึ่งเพื่อไม่ให้ก้านหนาเกินไป

(6) สำลี ใช้สำหรับทำดอกตูม เสริมโคนดอกตูม

(7) เกสร สำหรับประกอบดอกไม้ บางชนิดต้องประดิษฐ์ขึ้นเอง เพราะไม่มีจำหน่าย วัสดุที่ใช้ทำ ได้แก่ กระดาษสา ป่านศรนารายณ์ แป้งมัน กาว สี ด้าย เป็นต้น

สำหรับในด้านการกำลังผลิตนั้น พบว่า ในแต่ละเดือนทางกลุ่มจะผลิตสินค้าประเภทเข็มกลัดเพียงอย่างเดียว และสามารถที่จะผลิตสินค้าได้ประมาณ 300 ชิ้น โดยแบ่งเป็นเข็มกลัดติดเสื้อขนาดเล็ก 100 ชิ้น และเข็มกลัดขนาดใหญ่ 200 ชิ้น โดยมีต้นทุนที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลาจากเงินทุนของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านใน 1 เดือน ดังนี้

ปัจจัยคงที่ ที่ใช้ในการทำผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลา ได้แก่ ปิ่นกาว กรรไกร เป็นต้น

ปิ่นกาว	1	กระบอก	=	250	บาท
ปิ่นกาวที่ใช้จำนวน	8	กระบอก	=	2,000	บาท
กรรไกรขนาดใหญ่	1	ด้าม	=	100	บาท
กรรไกรที่ใช้ขนาดใหญ่	8	ด้าม	=	800	บาท
กรรไกรขนาดเล็ก	1	ด้าม	=	80	บาท
กรรไกรที่ใช้ขนาดเล็ก	8	ด้าม	=	480	บาท
รวม			=	3,280	บาท

ปัจจัยผันแปร ที่ใช้ ได้แก่ เกล็ดปลา ผ้าสักหลาด เข็มกลัด กาวแท่ง

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
กาวแท่ง	1	แท่ง	=	3	บาท
กาวแท่งที่ใช้	50	แท่ง	=	150	บาท
รวม			=	3,270	บาท

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

ลูกค้าโดยทั่วไปในการออกร้านแสดงสินค้า กลุ่มลูกค้าเองเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวจะมาซื้อประมาณอาทิตย์ละ 2 ครั้ง แต่เมื่อมีเหตุการณ์ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้มีผลกระทบทำให้มีการซื้อน้อยลง อีกทั้งการติดต่อซื้อขายทำได้ล่าช้า เนื่องจากเมื่อมีการสั่งซื้อจากลูกค้าต่างชาติ ทางกลุ่มแม่บ้านจะทำการถ่ายรูปตัวอย่างผลิตภัณฑ์ส่งไปเพื่อรอการตอบรับคำสั่งซื้อ ในส่วนของการประชาสัมพันธ์จะมีการโฆษณาทางวิทยุชุมชน มีการเผยแพร่ทางเว็บไซต์ Thaitambon.com และการจัดแสดงตามงานต่าง ๆ เนื่องจากการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติทำได้ลำบากเพราะสมาชิกในกลุ่มไม่สามารถพูดภาษาต่างประเทศ (อังกฤษ) ได้ อีกทั้งในเรื่องของบรรจุภัณฑ์ที่ไม่มีแรงจูงใจในการสั่งซื้อสินค้าอีก และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ทางกลุ่มเน้นเฉพาะดอกกุหลาบไม่ได้พัฒนาในรูปแบบอื่น จึงทำให้ไม่เกิดความหลากหลายในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้า

4) การดำเนินงานด้านการเงิน มีการลงบัญชีรายรับ-รายจ่ายโดยสมาชิกแต่ละคนจะมีรหัสประจำตัวเพื่อที่จะได้ทราบเรื่องรายรับ-รายจ่ายของแต่ละคนซึ่งจะมีการหักเปอร์เซ็นต์เข้ากลุ่มโดยเงินที่หักเปอร์เซ็นต์เข้ากลุ่มจะไปเป็นค่าใช้จ่ายในการซื้อวัตถุดิบในการผลิตและค่าสาธารณูปโภคของกลุ่มแม่บ้านซึ่งเป็นแหล่งเงินทุนที่นำมาผลิตสินค้าไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาล องค์การบริหารส่วนตำบล โดยทางกลุ่มแม่บ้านจะออกเงินทุนในการซื้อวัตถุดิบกันเอง

4.1.2 สภาพปัญหาทางการตลาด ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นในเรื่องของการดำเนินธุรกิจ พบว่าที่ผ่านมาธุรกิจชุมชน มักจะประสบปัญหาในเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มแม่บ้านได้ผลิตขึ้นมานั้นไม่สามารถที่จะหาแหล่งกระจายสินค้าได้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมานั้นยังไม่เป็นที่รู้จักและยอมรับ อีกทั้งในเรื่องของการติดต่อสื่อสาร หากมีการสั่งซื้อสินค้าของชาวต่างชาติก็ทำให้การติดต่อเป็นไปได้ยาก เช่นเดียวกับ กลุ่มแม่บ้านที่ทำผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา ก็ประสบปัญหาในเรื่องของการกระจายสินค้าด้านการติดต่อสื่อสาร คือ เมื่อชาวต่างชาติต้องการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากทางกลุ่มแม่บ้าน กลุ่มแม่บ้านก็จะทำการถ่ายรูปผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มทำขึ้นว่ามีผลิตภัณฑ์อะไรบ้าง แล้วส่งไปให้กับชาวต่างชาติ ทำให้เสียเวลามาก

เพื่อให้การศึกษาหาแนวทางในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นผลสำเร็จ คณะผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน และภายนอกของผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) โดยอาศัยเครื่องมือในการวิจัย คือ การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด การวิเคราะห์อำนาจแข่งขัน และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยวิธี SWOT Analysis อีกต่อหนึ่ง เพื่อสรุปหาแนวทางในการพัฒนาช่อง

ทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มที่ทำการศึกษาก็ได้เป็นผลสำเร็จ โดยมีผลในการวิเคราะห์ดังนี้

4.2 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix : 4Ps) เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ผสมผสานกันภายใต้การควบคุมของกลุ่มธุรกิจชุมชน ซึ่งนำไปใช้เป็นกลยุทธ์วิธีการในการติดต่อกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อสร้างการตอบสนองที่ธุรกิจชุมชนต้องการ การวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาดังส่วนประสมทางการตลาด อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด ของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) โดยใช้การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดตามแนวทางของศรีสุภา สหชัยเสรี และคณะ (2543 : 17) ซึ่งมีผลการวิจัย ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) ในการเริ่มต้นวิเคราะห์ทางการตลาดนั้น ผู้ประกอบการควรวิเคราะห์ในเบื้องต้นว่าผลิตภัณฑ์ของตนนั้นจัดอยู่ในประเภทใดใน 5 ประการดังต่อไปนี้ (1) สินค้าสะดวกซื้อ ซึ่งเป็นสินค้าสิ้นเปลือง (2) สินค้าเลือกซื้อเป็นสินค้าจำเป็นที่ต้องใช้ซึ่งมีมูลค่าสูง (3) สินค้าพิเศษเป็นสินค้าเฉพาะเจาะจง (4) สินค้าไม่ได้แสวงหาซื้อ เป็นสินค้าที่พบเห็นโดยบังเอิญ และตรงกับความต้องการ (5) สินค้าอุตสาหกรรมเป็นสินค้าที่ใช้ในการผลิต และเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อื่น

จากการศึกษาพบว่า สินค้าของธุรกิจชุมชนที่เลือกทำการศึกษาคือเป็นประเภทสินค้าไม่ได้แสวงหาซื้อสินค้าที่พบเห็น โดยบังเอิญ และตรงกับความต้องการ ซึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

(1) กลุ่มเครื่องประดับ ซึ่งประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ประเภท เข็มกลัด ต่างหู ที่คาดผม กิ๊บติดผม สร้อยคอ สร้อยมือ เข็มขัด และมีผลิตภัณฑ์หลักของทางกลุ่มคือ เข็มกลัดติดเสื้อ

(2) กลุ่มของตกแต่งบ้าน ประกอบไปด้วยช่อดอกไม้ประดิษฐ์ และต้นไม้ประดับ

ในการผลิต กลุ่มธุรกิจชุมชนเลือกผลิตสินค้าจากวัตถุดิบเหลือใช้ (By Product) จากเกลือปลากะพงมาทำให้เกิดประโยชน์ เนื่องจากเกลือปลากะพงเป็นเกลือที่มีขนาดใหญ่ ใสมันเป็นเงา มีลวดลายในตัว และแข็งแรงคงทน มีอายุการใช้งานยาวนาน ประกอบกับความสามารรถในการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ของสมาชิกในกลุ่มซึ่งเป็นงานฝีมือ (Hand made) ที่ละเอียดอ่อน ต้องใช้จินตนาการ ประสบการณ์และความชำนาญของผู้ผลิต ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นสินค้าที่มีคุณค่า

ถึงกระนั้นก็ตามก็มีข้อบกพร่องในเรื่องของตัวผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ สินค้ามีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ สินค้ายังขาดความหลากหลายในการสร้างสรรค์ และสินค้าที่ทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์จากคู่แข่งประเภทเดียวกัน

2) ราคา (Price) คือ มูลค่าที่ถูกค้าต้องจ่าย ในการตั้งราคาต้องวิเคราะห์ถึงความพึงพอใจของลูกค้า และต้องคำนึงถึงองค์ประกอบเหล่านี้ (1) วัตถุประสงค์ทางการตลาด (2) สภาพภาวะการแข่งขัน (3) ราคาของคู่แข่ง และ (4) ลักษณะของตลาด

พบว่ากลุ่มธุรกิจชุมชนที่ทำการศึกษาวิจัยได้กำหนดกลยุทธ์ในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งเพื่อตอบวัตถุประสงค์ทางการตลาด ตามทฤษฎีการแข่งขัน ราคาของคู่แข่ง และลักษณะของตลาด โดยสามารถแยกออกได้เป็น 2 ประเภท ตามที่ ศรีสุภา สหเสรีชัย (2543) ได้กล่าวไว้ในหนังสือหลักการตลาด ดังนี้

(1) วัตถุประสงค์เพื่อความอยู่รอด กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) การใช้กลยุทธ์ในการกำหนดราคาต่ำ โดยหวังจะให้ระดับราคาที่ดีนั้นจะช่วยกระตุ้นตลาดได้

(2) เพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ที่ธุรกิจชุมชนเผชิญอยู่ ในการป้องกันคู่แข่งรายใหม่ให้เข้ามาได้ยากขึ้น เนื่องจากเมื่อราคาสินค้าต่ำก็ไม่จูงใจให้ผู้ประกอบการอื่น ๆ สนใจที่จะลงทุนในธุรกิจประเภทนี้ นอกจากนี้แล้วยังเป็นการตั้งราคาเพื่อให้สอดคล้องกับราคาของคู่แข่ง โดยเฉพาะกับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านเขาแก้ว) โดยจูงใจผู้บริโภคเพื่อไม่ให้หันไปบริโภคสินค้าประเภทเดียวกัน หรือสินค้าทดแทน เช่น ดอกไม้ผ้าใยบัว ดอกไม้ใบยางพารา เป็นต้น

โดยสามารถที่จะแสดงรายการสินค้าและราคาในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากเกี๊ยบปลาของทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) ได้ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 : แสดงรายการสินค้าและราคาในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากเกี๊ยบปลา

รายการผลิตภัณฑ์	ขนาด/รูปแบบ	ราคา (บาท/ชิ้น)
1. เข็มกลัด	เล็กที่สุด	20
	เล็ก	25
	ปานกลาง	35
	ใหญ่	50
	ใหญ่ที่สุด	70
2. เข็มกลัดติดหน้าอกแบบช่อดอกไม้	เล็ก	30
	ใหญ่	80
3. เข็มกลัดรูปผีเสื้อ	มีเฉพาะสินค้าจัดแสดง	35
4. เข็มกลัดเสื้อสูทแบบมีสายห้อย	-	50
5. กิ๊บติดผม	-	50

ตารางที่ 4.1 : แสดงรายการสินค้าและราคาในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา (ต่อ)

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

ที่มา : จากการศึกษา

โดยสรุปในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย ทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) ไม่ได้ให้ความสำคัญกับช่องทางในการจัดจำหน่าย จึงทำให้การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้าเป็นไปได้ยาก ตลอดจนระบบการจัดการสินค้าคงคลังที่ไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันจึงเป็นเรื่องของการขาดแคลนสินค้าในการจัดจำหน่ายหามีคำสั่งซื้อสินค้าจำนวนมากและอย่างเร่งด่วน

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการดำเนินการสื่อสารทางการตลาด โดยการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อให้ลูกค้าสนใจและรู้จักสินค้า และจงใจให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มธุรกิจชุมชน

จากการศึกษาและได้ทำการเชื่อมโยงกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) ตามแนวทางของ ศรีสุภา สหเสรีชัย (2543) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

(1) การโฆษณา ซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์เพื่อให้ผู้บริโภคมีการตอบสนองนั้น ทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) ได้มีการประชาสัมพันธ์บ้างโดยอาศัยวิทยุชุมชนในการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารของทางกลุ่ม ซึ่งยังไม่ได้ทำการสื่อสารไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยตรง

(2) การประชาสัมพันธ์ หรือการเพิ่มความเชื่อถือให้กับสินค้า สำหรับการดำเนินงานของทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) ในเรื่องของการประชาสัมพันธ์นับว่าน้อย โดยทางกลุ่มมิได้นำประโยชน์จากการเป็นสินค้า OTOP ยอดเยี่ยมระดับสี่ดาวของประเทศมาใช้ใน

การสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ โดยสังเกตได้จากไม่ปรากฏสัญลักษณ์สินค้า OTOP บนฉลากหน้าของสินค้า

(3) การขายโดยบุคคล หมายถึงการทำหน้าที่เป็นประชาสัมพันธ์นอกเหนือจากการขายพบว่าทางกลุ่มได้มีการดำเนินการขายด้วยบุคคลจากการสาธิตการผลิตสินค้า ซึ่งจากการกระทำดังกล่าวได้เพิ่มความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างยิ่ง และจากการเป็นวิทยากรสาธิตในการพัฒนาอาชีพเสริมให้กับธุรกิจชุมชนอื่น ๆ ก็เป็นการขายโดยบุคคลที่ช่วยต่อยอดความน่าเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี

(4) การส่งเสริมการขาย เพื่อทำยอดขายให้เพิ่มขึ้นสามารถแบ่งเป็น 3 ประการ ตามแนวทางการบริหารการตลาดยุคใหม่ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539) ได้ดังนี้

(4.1) ส่งเสริมร้านจำหน่าย (Trade Promotion) เป็นการดึงสินค้าเข้าร้าน โดยทางกลุ่มได้รับความอนุเคราะห์จากที่ทำการไปรษณีย์พะวงในการรับสินค้าไปวางจำหน่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์ แลนอกจากนี้ทางกลุ่มได้นำสินค้าไปฝากขายยังร้านลานดอกแก้วในบริเวณแหลมสมิหลาในการเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าอีกทางหนึ่ง

(4.2) ส่งเสริมลูกค้า (User/Customer Promotion) ซึ่งเป็นการดึงสินค้าออกจากร้านนั้น ทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) ไม่ได้เน้นการขายสินค้าให้ได้ตลอด แต่จะขายเฉพาะช่วงที่มีงานมหกรรมจัดแสดงสินค้าเท่านั้น จึงควรส่งเสริมให้มีการจัดจำหน่ายสินค้าให้ได้ตลอดทั้งปีให้เกิดขึ้น เพื่อเพิ่มยอดขายและเพื่อความอยู่รอดของกลุ่มธุรกิจชุมชน

(4.3) ส่งเสริมผู้ขาย (Sale Promotion) ทางร้านมีนโยบายทางด้านการขายที่ไม่จูงใจให้เกิดผู้กระจายสินค้า เนื่องจากในการจัดจำหน่ายทั้งปลีกและค้าส่งจะขายในราคาเท่ากัน และหากมีผู้ประสงค์ที่จะนำสินค้าไปขาย ทางกลุ่มแม่บ้านได้ทำการกำหนดราคาขายสินค้าห้ามเกินที่กลุ่มกำหนด โดยจะคิดค่าตอบแทนให้เป็นเปอร์เซ็นต์จากการขายแทนในอัตราร้อยละ 20 ให้กับผู้กระจายสินค้า

4.3 ผลการวิเคราะห์อำนาจทางการแข่งขัน 5 ประการ

ในการวิเคราะห์อำนาจทางการแข่งขัน (Five Force Model) นั้น ผู้วิจัยได้นำหลักการและแนวทางการวิเคราะห์ของ Michael E. Porter ซึ่งกล่าวอ้างเอาไว้ในหนังสือการจัดการเชิงกลยุทธ์ของรองศาสตราจารย์พิบูล ทิปะบาล โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ประเด็นต่าง ๆ ตามแนวดังกล่าวได้ ดังนี้

1) การแข่งขันภายในในกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา แรงผลักดันจากผู้ผลิตหรือคู่แข่งที่มีในอุตสาหกรรมนั้นจำเป็นที่จะต้องพิจารณาประเด็นต่าง ๆ ซึ่งประกอบไปด้วย จำนวนคู่แข่ง ถ้าคู่แข่ง

แข่งขันมีจำนวนมาก หรือมีขีดความสามารถพอ ๆ กันจะทำให้มีการแข่งขันที่รุนแรง อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรม ถ้าอุตสาหกรรมยังคงเติบโตการแข่งขันจะไม่รุนแรงมากนัก ความแตกต่างของสินค้า ถ้าสินค้ามีความแตกต่างกันไป การแข่งขันก็จะน้อยลง

จากการวิจัยพบว่า การแข่งขันภายในกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือปลาที่มีการแข่งขันมีความรุนแรง เนื่องจากภายในกลุ่มมีการแยกตัวออกไปเป็นคู่แข่งทางตรง เช่น กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร (บ้านเขาแก้ว) กลุ่มแม่บ้านเก้าเส้ง เป็นต้น อีกทั้งในด้านผลิตภัณฑ์จากเกลือปลาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้ประสบการณ์ความชำนาญทำให้มีคู่แข่งน้อยราย การเจริญเติบโตของธุรกิจยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตได้อีก นอกจากนี้ลูกค้าจะมองลักษณะของตัวผลิตภัณฑ์ของแต่ละกลุ่ม ไม่แตกต่างกันมากนัก หรือมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน จึงส่งผลให้ระดับความรุนแรงในการแข่งขันสูงตามไปด้วย จึงควรดำเนินกลยุทธ์ในการแข่งขันทางด้านราคา การบริการ ทำเลที่ตั้ง และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มาแข่งขัน

2) อุปสรรคของการเข้ามาของกลุ่มคู่แข่งรายใหม่ อุปสรรคคือขบวนการเข้าสู่อุตสาหกรรม ได้แก่ การประหยัดจากขนาด (Economies of scale) เนื่องจากผลิตสินค้าที่เป็นมาตรฐานจำนวนมาก ซึ่งทำให้ต้นทุนของสินค้าลดลง เพราะสามารถลดต้นทุนคงที่ต่อหน่วยลดลง การผูกพันในตราที่ยี่ห้อ (Brand Loyalty) การเข้าถึงช่องจัดจำหน่าย (Access to distribution) ข้อได้เปรียบต้นทุนในด้านอื่นๆ เช่น เป็นเจ้าของเทคโนโลยีเฉพาะ มีวัตถุดิบราคาถูก มีทำเลที่ตั้งดีกว่า มีแหล่งเงินทุนต่ำ และทำมานานจนเกิดการเรียนรู้

เมื่อพิจารณาการเข้ามาของกลุ่มคู่แข่งรายใหม่ในกรณีของผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา คู่แข่งรายใหม่สามารถเข้ามาได้ง่าย เนื่องจากใช้ต้นทุนน้อย วัตถุดิบหาได้ง่าย ขั้นตอนการผลิตไม่ซับซ้อน สามารถเรียนรู้ได้ง่าย คู่แข่งรายใหม่ที่เข้ามาในกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา ส่วนใหญ่จะเป็นคู่แข่งที่อยู่จังหวัดตรัง พังงา เช่น กระบี่ ภูเก็ต พังงา เป็นต้น จัดเป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อธุรกิจ เพราะคู่แข่งรายใหม่ปรารถนาที่จะได้ส่วนแบ่งทางการตลาดจากการผลิตสินค้านี้ ดังนั้น ทางกลุ่มควรมีการผลิตในปริมาณที่มากขึ้นเพื่อการประหยัดต่อขนาด และพัฒนาให้มีนวัตกรรมในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบ

3) อุปสรรคของผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ แรงผลักดันซึ่งเกิดจากสินค้าอื่นๆซึ่งสามารถใช้ทดแทนได้ ควรพิจารณาระดับการทดแทน เป็นการทดแทนได้มากหรือทดแทนได้น้อยแค่ไหน เช่น เครื่องปรับอากาศกับพัดลม ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแปลงการใช้สินค้า ปัจจุบันไปสู่การใช้สินค้าทดแทน ระดับราคาสินค้าทดแทนและคุณสมบัติใช้งานของสินค้าทดแทน

ผลิตภัณฑ์สามารถทดแทนกันได้ คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะคล้ายกับผลิตภัณฑ์เกลือปลา มีคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม อาทิเช่น ดอกไม้เกลือปลาจากกลุ่มธุรกิจชุมชนอื่น ดอกไม้ประดิษฐ์ จำพวกดอกไม้ผ้าใยบัว ดอกไม้จากใบยางพารา ดอกไม้พลาสติก เป็นต้น ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกใน

การซื้อมากขึ้น ส่งผลให้การตั้งราคาของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) มีข้อจำกัดมากขึ้น เพราะหากตั้งราคาสูงเกินไปจะทำให้ลูกค้าหันไปสนใจสินค้าทดแทน

4) อุปสรรคอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ อำนาจการต่อรองของกลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้าขึ้นอยู่กับปริมาณการซื้อ ถ้าซื้อมากก็มีอำนาจการต่อรองสูง ข้อมูลต่าง ๆ ที่ลูกค้าได้รับเกี่ยวกับสินค้าและผู้ขายถ้าลูกค้ามีข้อมูลมากก็ต่อรองได้มาก

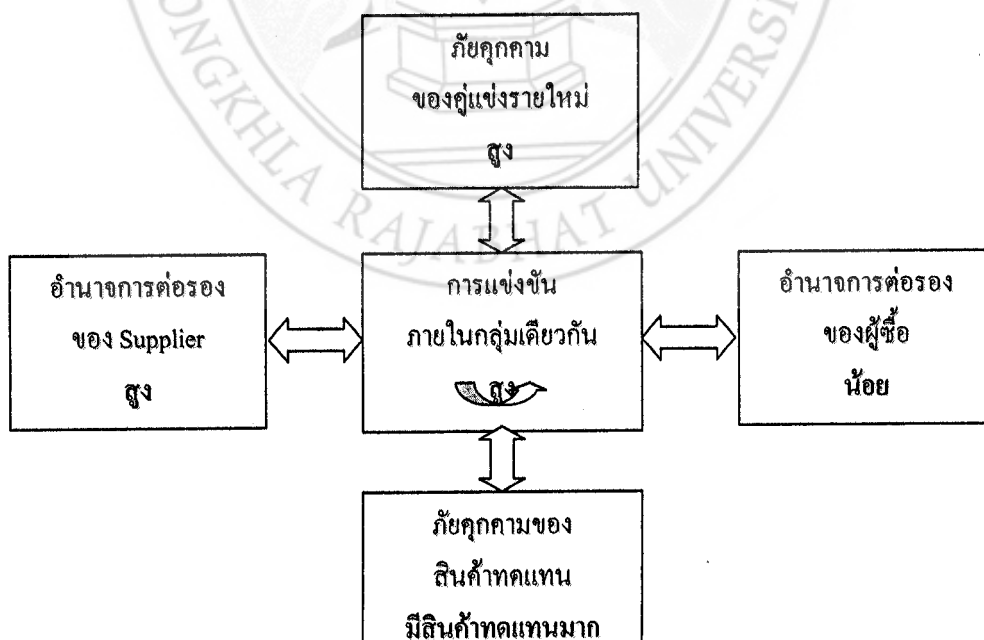
จากการศึกษาพบว่า อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา เนื่องจากผู้ซื้อโดยส่วนใหญ่ซื้อเพื่อใช้เอง หรือซื้อเพื่อเป็นของฝาก มีปริมาณการซื้อในแต่ละครั้งเป็นจำนวนน้อย จึงไม่มีอำนาจต่อรอง

5) อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต ซึ่งขึ้นกับจำนวนผู้ขายหรือวัตถุดิบที่มีอยู่ จำนวนวัตถุดิบหรือแหล่งวัตถุดิบที่ และความแตกต่างและเหมือนกันของวัตถุดิบ

จากการศึกษาพบว่าผู้ขายปัจจัยการผลิตมีส่วนในการขึ้นราคา ยกเลิกราคา และกำหนดคุณภาพของปัจจัยการผลิตให้แก่ผู้ซื้อปัจจัยการผลิต ผู้ขายปัจจัยการผลิตในการผลิตหลักของกลุ่มแม่บ้านก็คือ ผู้ขายเกลือปลา เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของผู้ขายปัจจัยการผลิต ไม่สามารถหาสินค้าอื่นมาทดแทนได้ ผู้ขายปัจจัยการผลิตมีจำนวนน้อยราย และทางกลุ่มแม่บ้านไม่ได้มีการพยายามหาผู้ขายเกลือปลา รายใหม่มาเพื่อใช้เป็นแหล่งวัตถุดิบ จึงทำให้เกิดการผูกขาด และทำให้ผู้ขายเกลือปลามีอำนาจการต่อรองสูง

จากการวิเคราะห์อำนาจทางการแข่งขัน 5 ประการ ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) สามารถที่จะสรุปในรูปของแผนภูมิภาพได้ดังแผนภูมิภาพที่ 4.1

แผนภูมิภาพที่ 4.1 : แสดงการสรุปผลการวิเคราะห์อำนาจทางการแข่งขัน 5 ประการ



ที่มา : ปรับปรุงจากศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539)

4.4 ผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

จากการวิเคราะห์โดยใช้ SWOT Analysis เพื่อหาแนวทางการพัฒนาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์จากเกลือปลาบ้านบางดาน ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 : แสดงผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคประการ ของกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรเขารูปร่าง (บ้านบางดาน)

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - สมาชิกในกลุ่มมีความชำนาญในการผลิต - ผลิตภัณฑ์มีราคาขอมเยา - สมาชิกในกลุ่มทุกคนมีความมุ่งมั่นในการผลิตสินค้า - มีความรับผิดชอบ และมีความซื่อสัตย์ในหน้าที่ - ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานรับรองเป็นสินค้า OTOP - เป็นสินค้าที่ทำจากมือ (hand made) ซึ่งเป็นที่นิยมของลูกค้าชาวต่างชาติ - เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ - วัตถุดิบเกลือปลาที่มีความคงทนและมีอายุการใช้งานได้ยาวนาน 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ไม่ได้เพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้า - การติดต่อกับลูกค้าเป็นไปได้อย่างล่าช้า - ไม่มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ จึงทำให้การติดต่อสื่อสารเพื่อขายสินค้าให้กับชาวต่างชาติเป็นไปได้อย่างยากลำบาก - กำลังการผลิตไม่เพียงพอ - ผลิตภัณฑ์มีสีสันไม่สะดุดตา - เป็นธุรกิจที่ใช้แรงงานคนเป็นหลักจึงทำให้ผลิตไม่ทันต่อความต้องการของลูกค้า - ระบบการบริหารไม่ชัดเจน - ไม่มีส่วนลดการค้า - สมาชิกในกลุ่มไม่มีความรู้ทางด้านการตลาด
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - มีการออกร้านตามสถานที่ต่าง ๆ มากมาย เช่น เมืองทองธานี การออกร้านของกลุ่ม OTOP - มีสถานที่รับเป็นตัวแทนจำหน่ายให้ทางกลุ่มโดยไม่มีคิมูลค่า คือ ไปรษณีย์พะวง - จากการสัมมนาในกลุ่ม วิทยากรผู้เชี่ยวชาญทางด้านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีความสนใจที่จะจัดทำเว็บไซต์ให้กับกลุ่มแม่บ้าน - ทางราชการให้การสนับสนุน 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลมีผลกระทบจากเหตุการณ์ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ - มีคู่แข่งในกลุ่มผลิตภัณฑ์เดียวกันมากมาย - มีสินค้าทดแทนมาก เช่น ดอกไม้พลาสติก ดอกไม้จากใบยาง ดอกไม้ผ้าใยบัว เป็นต้น - เกลือปลาที่ซื้อมาใช้ได้น้อย และมีแนวโน้มที่ราคาจะสูงต่อไปในอนาคต - มีการแข่งขันทางด้านราคาภายในกลุ่มธุรกิจเกลือปลา

ที่มา : จากการศึกษา

จากการศึกษาสภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง(บ้านบางदान) ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ผลปรากฏว่าธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา(บ้านบางदान) ยังประสบปัญหาอยู่หลายประการ อาทิ เช่น ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักและแพร่หลาย ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป็นไปได้ย่ำแย่ และเสียค่าใช้จ่าย ที่สำคัญทางกลุ่มธุรกิจเองไม่มีความรู้ และขาดประสบการณ์ในเรื่องของการจัดช่องทางการจำหน่ายสินค้ามากนัก

ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงเลือกที่จะศึกษาแนวทางในการพัฒนาทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้แก่กลุ่มธุรกิจชุมชนนี้ เพื่อให้ธุรกิจชุมชนเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายร่นระยะเวลาในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าและลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า อีกทั้งยังช่วยให้ธุรกิจดำรงอยู่ต่อไป

4.5 อภิปรายผลการวิจัย

สำหรับการอภิปรายผลการวิจัยจะใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาเพื่อการพัฒนาธุรกิจการค้า ด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง กับผลที่ได้จากการวิเคราะห์ SWOT สามารถที่จะสรุปผลการอภิปรายได้ดังนี้

4.5.1 เกณฑ์ในการตัดสินใจพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1) สินค้าที่จะขายบนระบบอินเทอร์เน็ตต้องน่าสนใจ และความหลากหลาย เพื่อให้ผู้ใช้รู้สึกเห็นความหลากหลายและเข้ามาร้านอีก จากผลการวิจัยพบว่าสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเป็นสินค้าที่น่าสนใจ เนื่องจากเป็นสินค้า Hand made ซึ่งเป็นที่สนใจของลูกค้าของชาวต่างชาติ เพราะเป็นสินค้าที่มีความละเอียดอ่อนและต้องใช้ความชำนาญในการประดิษฐ์ และเป็นสินค้าที่ผลิตมาจากวัฒนธรรมชาติ

ในด้านความหลากหลายของสินค้า เป็นอีกปัญหาที่สำคัญของทางกลุ่มแม่บ้าน จากการศึกษาพบว่าสินค้าของทางกลุ่มยังคงเป็นรูปแบบเดิมไม่มีการพัฒนาให้มีความหลากหลาย ส่วนรายการสินค้าที่กลุ่มจัดแสดงกลับมีความหลากหลายแต่ไม่สามารถสั่งซื้อได้ทันที เพราะสินค้าโดยส่วนใหญ่เป็นสินค้าสาธิตหากมีความต้องการต้องรอผลิตใหม่

2) รายละเอียดสินค้าครบถ้วน ตรงความเป็นจริง จากการศึกษาพบว่ารายละเอียดของสินค้าไม่ครบถ้วน จากการสนทนากลุ่มวิทยากรที่ให้ความรู้ทางด้านการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้กล่าวถึงตัวสินค้าไว้ว่า สินค้ายังขาดความละเอียดอ่อน

เช่น ขนาดของสินค้าที่ไม่ได้กำหนดขนาดไว้อย่างชัดเจน การให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยังไม่ครบถ้วน ราคาของสินค้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงก็อาศัยการขีดฆ่าและเขียนราคาใหม่ทับลงไป ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อลูกค้าได้ว่าทางกลุ่มไม่ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ฉะนั้นสินค้าสินค้าควรจะมีความอังกฤษกำกับ เพราะลูกค้าที่สนใจสั่งซื้อเป็นจำนวนมากส่วนใหญ่เป็นลูกค้าชาวต่างชาติทำให้ไม่สามารถรับทราบถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้

3) **สินค้ามีอยู่จริง และต้องทำให้ลูกค้าได้ทันที** จากการศึกษาพบว่า สินค้าของกลุ่มแม่บ้านมีอยู่จริง แต่สินค้าของกลุ่มแม่บ้านยังมีไม่มากพอต่อการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าในจำนวนมาก ประกอบกับทางกลุ่มไม่มีนโยบายในการบริหารสินค้าคงคลังสำหรับรองรับ โดยมีความกังวลของปัญหา จากการที่กลุ่มแม่บ้านไปจำหน่ายสินค้าที่เมืองทองธานี ทางกลุ่มสามารถขายสินค้าหมดในช่วงแรกเนื่องจากมีสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ทำให้เกิดค่าเสียโอกาสในการขายสินค้า

4) **การประชาสัมพันธ์ที่ดี** พบว่าการประชาสัมพันธ์ของทางกลุ่มแม่บ้านยังไม่ดีพอ เนื่องจากกลุ่มแม่บ้านยังไม่นำเอาข้อได้เปรียบจากการเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ดีเด่นระดับที่ความีใช้ให้เกิดประโยชน์จากการโฆษณา

5) **การใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์** จากการขาดความรู้ความเข้าใจไม่มีความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์ และภาษาต่างประเทศ ทำให้มีความยากในการที่จะนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ เพราะหากพัฒนาเว็บไซต์ไปแล้ว แต่ไม่ได้มีการติดตามคำสั่งซื้อ ไม่มีการประเมินความต้องการของลูกค้าบนอินเทอร์เน็ต ขาดการดูแลเอาใจใส่และไม่สามารถตอบข้อซักถามของลูกค้า รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ตให้กับลูกค้า ความพยายามในการพัฒนานั้นก็จะสูญเปล่า โดยวิทยากร (คุณกฤตโชค ชัยพัฒนาการ) เสนอแนะให้กลุ่มธุรกิจได้ให้ความร่วมมือกับส่วนประสมทางการตลาด โดยเฉพาะในเรื่องของการผลิตเสียใหม่ เพื่อเตรียมความพร้อมในการพัฒนาธุรกิจไปสู่การค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างยั่งยืน

4.5.2 ผลการดำเนินงานการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จากการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาภูป้าง (บ้านบางदान) ตำบลเขาภูป้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา นั้นยังไม่สมควรที่จะพัฒนาให้มีระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นของตนเอง เนื่องจากยังไม่สามารถพัฒนาให้มีศักยภาพเพียงพอในการค้าบนอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นทั้งในเรื่องของบุคลากร กำลังการผลิต และเงินทุนในการพัฒนา ดังที่ได้นำเสนอไปแล้วในหัวข้อ 4.5.1