



## โครงการพัฒนา

### 1. ชื่อโครงการ

โครงการการดำเนินงานวิจัยและพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์จากเกลือปลากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางคาน) ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

### 2. หลักการและเหตุผล

การศึกษาธุรกิจชุมชน กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์จากเกลือปลากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางคาน) ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและเก็บข้อมูล ซึ่งพบว่าธุรกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์จากเกลือปลาที่มีสภาพปัญหาในด้านต่างๆที่สำคัญ คือ การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าต่างประเทศ เป็นไปอย่างล่าช้า และค่าใช้จ่ายสูง และผลิตภัณฑ์ดอกไม้เกลือปลาที่ยังไม่เป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้าอย่างแพร่หลาย การผลิตไม่ต่อเนื่อง เพราะลูกค้าไม่สามารถสินค้าได้อย่างทั่วถึง ลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าไม่ทราบข้อมูลของสินค้า

คณะผู้วิจัยจึงร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด และระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อจัดทำโครงการพัฒนาการส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่าย ด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจผลิตภัณฑ์จากเกลือปลาขึ้นมา เพื่อ เพื่อให้ลูกค้าได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร ได้อย่างทั่วถึงอันจะนำไปสู่ การพัฒนาศักยภาพในช่องทางการจัดจำหน่าย ด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มธุรกิจ อีกทั้งยังช่วยให้ธุรกิจดำเนินอยู่ต่อไป

### 3. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

### 4. เป้าหมายด้านคุณภาพ

ได้แนวทางในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

### 5. ขั้นตอนการดำเนินงาน

กิจกรรม	วันเวลา	สถานที่	งบประมาณ
จัดการฝึกอบรมเรื่องความสำคัญและการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน	11 กันยายน 2550 ( 12.00 - 15.00 น.)	ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลเขารูปช้าง	8,200 บาท

## 6. สรุปงบประมาณ

- ค่าตอบแทนวิทยากร 2 ท่าน	7,200	บาท
- ค่าดำเนินการในการจัดการสนทนากลุ่ม	900	บาท
- ค่าพาหนะ	300	บาท
รวม	8,200	บาท

## แผนปฏิบัติงานในการดำเนินการวิจัย

วัน/เดือน/ปี	กิจกรรม	สถานที่	ผู้รับขอบ/บุคคลที่เกี่ยวข้อง	งบประมาณ
15 มี.ค. 50	หากกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อทำการวิจัย	ที่ว่าการอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา	คณะผู้วิจัย	100 บ.
30 มี.ค. 50	ติดต่อกับกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์จากดอกไม้เกลือปลาเพื่อทำการวิจัยและพัฒนา และทำการสัมภาษณ์เบื้องต้น	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลเขารูปช้าง บ้านบางदान	ป้าสอย, คณะผู้วิจัย	120 บ.
ตั้งแต่เดือน เม.ย. - พ.ค. 50	ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา	คณะผู้วิจัย	480 บ.
16 พ.ค. 50	กำหนดปัญหาการวิจัย	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลเขารูปช้างบ้านบางदान	คณะผู้วิจัย	
18 พ.ค. 50	ศึกษาถึงสภาพปัญหาของแต่ละด้านที่ทางกลุ่มกำลังประสบอยู่ และเก็บรวบรวมข้อมูล	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตเขารูปช้างบ้านบางदान	คณะผู้วิจัย	80 บ.
4 ก.ย. 50	ไปติดต่อกับทางกลุ่มแม่บ้านเพื่อเตรียมการสนทนากลุ่ม (Focus group)	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร	ป้าสอย, คณะผู้วิจัย	140 บ.

วัน/เดือน/ปี	กิจกรรม	สถานที่	ผู้รับชอบ/บุคคลที่เกี่ยวข้อง	งบประมาณ
		ตำบลเขารูปช้างบ้านบางคาน		
11 ก.ย. 50	ไปทำการสนทนากลุ่ม (Focus group)	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ตำบลเขารูปช้างบ้านบางคาน	คณะผู้วิจัย วิทยากร และ กลุ่มแม่บ้าน	900 บ.
วัน/เดือน/ปี	กิจกรรม	สถานที่	ผู้รับชอบ/บุคคลที่เกี่ยวข้อง	งบประมาณ
20-23 ก.ย. 50	วิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ตำบลเขารูปช้างบ้านบางคาน	คณะผู้วิจัย	-
1-15 ต.ค. 50	สรุปและเขียนรายงานการวิจัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา	คณะผู้วิจัย	-
16 ต.ค. 50	ส่งรายงานการวิจัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา	คณะผู้วิจัย	-
		มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา		



## สรุปผลการเก็บข้อมูล

### แบบสัมภาษณ์

โครงการวิจัยการพัฒนาช่องทางทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางคาน)

เรื่อง ความสำคัญและการพัฒนาช่องทางทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผู้สัมภาษณ์ นายสมพร นวลเลิศ

สิ่งที่สัมภาษณ์ สภาพปัญหาผลิตภัณฑ์จากเกลือปลาด้านช่องทางทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

วันที่สัมภาษณ์ วันที่ 11 เดือนกันยายน พ.ศ. 2550 เวลา 12.00-15.00 น.

สถานที่ ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล

ประเด็นในการสัมภาษณ์	ผลจากการสัมภาษณ์ (ถอดเทป)
(1.) เดิมกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์ดอกไม้เกลือปลา มีการติดต่อส่งสารกับกลุ่มลูกค้าอย่างไร	ทางกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา มีการติดต่อกับกลุ่มลูกค้า โดยมีกลุ่มลูกค้าที่มาซื้อที่ศูนย์บริการและการถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลเขารูปช้าง (บ้านบางคาน) และมีการการสาธิตกระบวนการผลิตดอกไม้เกลือปลาทำให้ลูกค้าพึงพอใจในการประดิษฐ์จากสิ่งประดิษฐ์เกลือปลาเลยเกิดความต้องการซื้อในตัวผลิตภัณฑ์จากนั้นมีการแจกนามบัตรทำให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า และมีการบอกต่อกันไป
(2.) กลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์ดอกไม้เกลือปลา มีช่องทางทางการจัดจำหน่ายแบบใดบ้าง	โดยทางกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา มีช่องทางทางการจัดจำหน่ายหลายช่องทางดังนี้ 1. ศูนย์บริการและการถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลเขารูปช้าง (บ้านบางคาน) 2. ทางวิทยุกระจายเสียง สอท. 3. การออกงานแสดงสินค้าที่เมืองทองธานีปีละ 1 ครั้ง และงานแสดงต่างๆ 4. ตั้งที่ไปรษณีย์ ตำบล พะง 5. การแจกนามบัตร โบรชัวร์ 6. ประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ช่อง 11

ประเด็นในการสัมภาษณ์	ผลจากการสัมภาษณ์ (ถอดเทป)
	7.มีป้ายกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์จากเกลือปลาบอกชื่อกลุ่มตรงทางเข้า
(3.) กลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์จากเกลือปลามีกลุ่มเป้าหมายคือใครและกลุ่มใดบ้าง	ทางกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกลุ่มแม่บ้านฯ มี 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าทั่วไป โดยเฉพาะวัยทำงาน และกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ
(4.) ทางกลุ่มแม่บ้านฯ มีการติดต่อกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะซื้อผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา จะติดต่อโดยวิธีใด	โดยวิธีการติดต่อทางโทรศัพท์ เพื่อจะสั่งซื้อสินค้า ซึ่งจะมีคนในหมู่บ้านพูดภาษาอังกฤษได้ ให้พูดคุยกันเพื่อจะมีการสั่งซื้อ สินค้า หลังจากนั้นจะส่งรูปผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด แต่ละประเภทให้ชาวต่างชาติได้ดู และรอการต้อนรับ แต่วิธีนี้เป็นวิธีที่ล่าช้าทั้ง 2 ฝ่าย
(5.) ทางกลุ่มแม่บ้านฯ ต้องการโฮมเพจหน้าร้านแบบใด และมีรายละเอียดอย่างไรบ้าง	ทางกลุ่มแม่บ้านฯ ต้องการ โฮมเพจหน้าร้าน เพื่อเป็นจุดสนใจ และดึงดูดลูกค้าให้มากที่สุด โดยทางกลุ่มแม่บ้านต้องการให้มีรายละเอียด และที่ตั้งอย่างชัดเจน และพร้อมที่จะเสนอผลิตภัณฑ์ที่เด่นๆ ให้ลูกค้าได้เยี่ยมชมที่หน้าโฮมเพจ ดีไซน์สะดุด

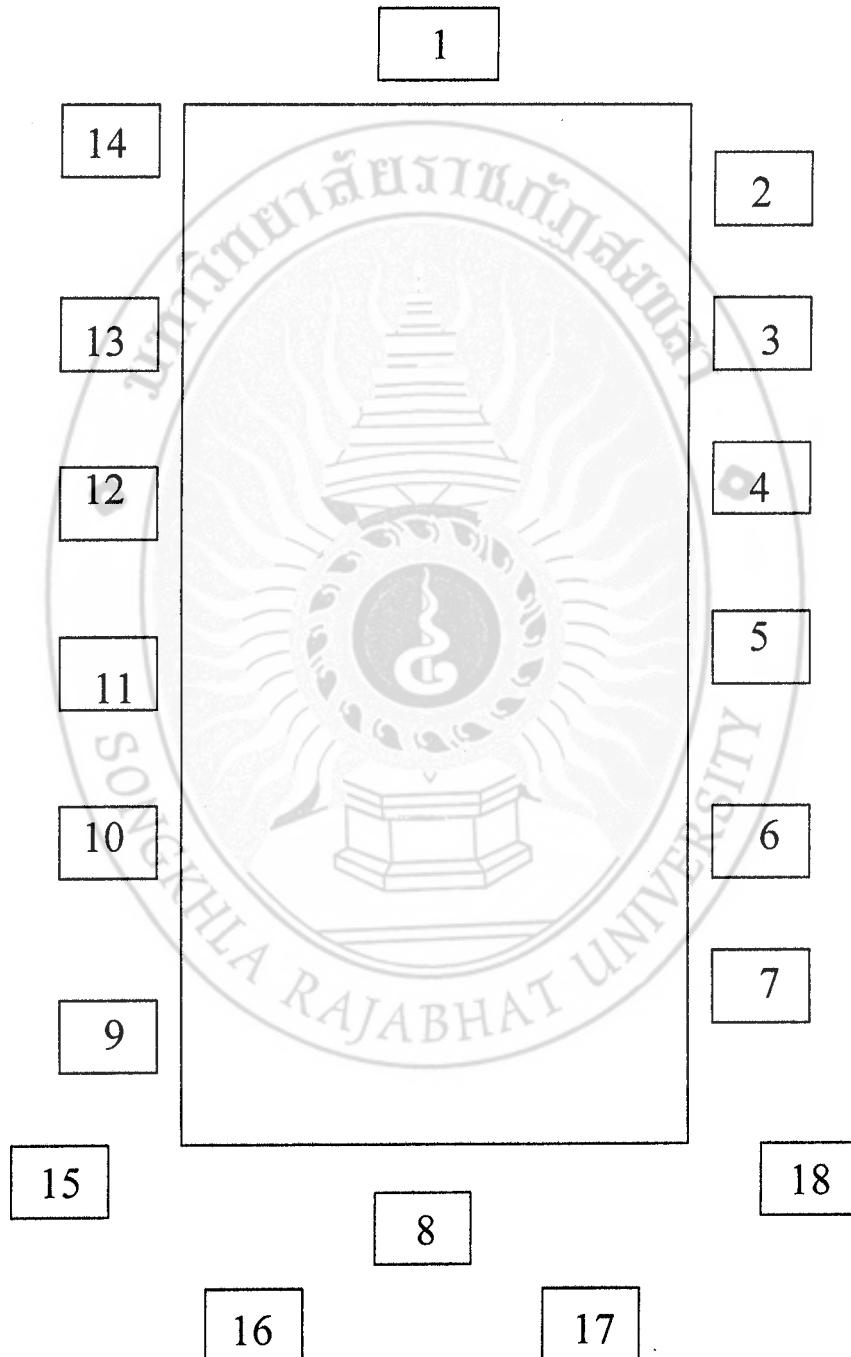
## วิธีการดำเนินการวิจัย

### กรอบแนวทางการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัย	ตัวแปร/ประเด็น	ประชากร/ กลุ่มตัวแปร (ผู้ให้ข้อมูล)	วิธีการเก็บ ข้อมูล	การวิเคราะห์ ข้อมูล
1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและปัญหาในการดำเนินงานด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	การดำเนินงานทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สภาพปัญหา	กลุ่มแม่บ้าน ผลิตภัณฑ์ เกลือปลา บ้านบางคาน	สังเกต/ สัมภาษณ์	เชิงคุณภาพ
2. ศึกษาวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคโดยใช้ SWOT Analysis เพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหา	ศึกษาวิเคราะห์ SWOT Analysis	กลุ่มแม่บ้าน ผลิตภัณฑ์ เกลือปลา บ้านบางคาน	สังเกต/ สัมภาษณ์ แบบ เจาะลึก	เชิงคุณภาพ
3. ศึกษาความเป็นไปได้ในการนำเอาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย	ความเป็นไปได้ของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	กลุ่มแม่บ้าน ผลิตภัณฑ์ เกลือปลา บ้านบางคาน	-	เชิงคุณภาพ
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของธุรกิจชุมชนต่อไปในอนาคต	เสนอแนะแนวทางในการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้	กลุ่มแม่บ้าน ผลิตภัณฑ์ เกลือปลา บ้านบางคาน	-	เชิงคุณภาพ



แผนผัง  
การสนทนากลุ่ม (FOCUS GROUPS)



## รายชื่อผู้ที่นั่งตามแผนผังการสนทนากลุ่ม (FOCUS GROUPS)

- |                     |               |   |
|---------------------|---------------|---|
| 1. นายกฤตโชค        | ชัยพัฒนาการ   | ประธานบริษัท COTY VARIETY .COM<br>ผู้เชี่ยวชาญด้านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ |
| 2. นางพัชณี         | เวียงวีระชาติ | ประธานกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา                               |
| 3. นางสอย           | สุชาติ        | รองประธานกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา                            |
| 4. นางอุบล          | จันทร์มณี     | สมาชิกกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา                               |
| 5. นางจารุ          | โกศัยกานนท์   | สมาชิกกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา                               |
| 6. นางสุศติ         | พวงทอง        | สมาชิกกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา                               |
| 7. นางสรวิวรรณ      | มนะขำนิ       | สมาชิกกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา                               |
| 8. นายสมพร          | นวลเลิศ       | ผู้นำสนทนากลุ่ม   |
| 9. นายอนุชา         | หละหมุด       | ผู้จัดบันทึก  |
| 10. นายหัมดัน       | หะหิหมิน      | ผู้จัดบันทึก  |
| 11. นางสาวปริมประภา | โลมะพรหม      | ผู้จัดบันทึก  |
| 12. นายจตุรภัทร     | จันทร์ทิติย์  | อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย  |
| 13. นายณัฐภูมิ      | พรหมเมศ       | ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์<br>ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ                     |
| 14. นางสาววันดี     | บุญทอง        | ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท COTY VARIETY .COM<br>ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด    |
| 15. นางสาวอัมมะ     | ฮาวัน         | ผู้สังเกตการณ์  |
| 16. นางสาวจินตะนา   | วงศ์วิญณะ     | ผู้สังเกตการณ์  |
| 17. นางสาวสุปราณี   | ไชยสุริยะ     | ผู้จัดบันทึกเทป   |
| 18. นายมนตรี        | เหล็มเต๊ะ     | ผู้บันทึกภาพ  |

## รายงานการสรุปผลการถอดเทป / สัมภาษณ์

สมพร : สวัสดีครับ! ผมนายสมพร นวลเลิศ เป็นนักศึกษาโปรแกรมวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา วันนี้ก็ได้มาจัดให้มีการสนทนากลุ่มชั้น เพื่อให้ทุกคนได้มาพูดคุยหาแนวทางพัฒนา กลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์จากเกลือปลาให้ดีขึ้นไป จากทางที่คณะผู้วิจัยได้มาพูดคุยกับทางกลุ่มแม่บ้านก็พอจะสรุปปัญหาได้ว่าทางกลุ่มแม่บ้านมีปัญหาอยู่ที่การประชาสัมพันธ์ และการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า และสินค้าของทางกลุ่มยังไม่ได้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย ซึ่งได้มีการจัดการสนทนากลุ่มชั้น ในวันที่ โดยมี อ.จตุรภัทร จันทร์ทิพย์ เป็น อ.ที่ปรึกษา และทางกลุ่มก็ได้รับเกียรติจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน คือ คุณ กฤตโชค ชัยพัฒนาการ คุณ วันดี บุญทอง และ คุณ ณิชฎุมิ พรหมเมศ ซึ่งจะมาให้คำแนะนำและร่วมสนทนากลุ่มในวันนี้

อ.จตุรภัทร : ครับ! จากที่นักศึกษาได้มาสำรวจทางกลุ่มแม่บ้านและเล็งเห็นว่า ทางกลุ่มแม่บ้านผลิตภัณฑ์จากเกลือปลานี้มีศักยภาพจะพัฒนาได้ และคิดว่านักศึกษาจะได้รับความรู้จากทางกลุ่มแม่บ้านและอีกอย่างก็เป็นส่วนหนึ่งของวิชาเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพออกไปเป็นนักศึกษาที่มีคุณภาพ ก็ขอเชิญเข้าสู่กระบวนการสนทนากันเลยนะครับ

คุณกฤตโชค : ครับ! ก่อนอื่นก็ขอแนะนำตัวอีกครั้งหนึ่งนะครับ ผมกฤตโชคกล่าวสวัสดิ์ พี่ๆ และน้องๆนักศึกษา และ อ.จตุรภัทร ก่อนอื่นก็อยากถามทางกลุ่มแม่บ้านก่อนว่า ตอนนี้ทาง กลุ่มแม่บ้านให้คะแนนความสำเร็จทางกลุ่มคิดเป็น % แล้วประมาณกี่เปอร์เซ็นต์

ป้าพัชนี : ประมาณ 70% น่าจะได้ ป้าว่านะ

คุณกฤตโชค : ผมมองว่า OTOP ในประเทศไทยไม่ประสบความสำเร็จเพราะมีปัจจัยหลายด้าน  
น้องๆนักศึกษาพอจะรู้ไหมว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่ทำให้ OTOP ของไทยไม่ประสบความสำเร็จ

หัมคัน : เพราะยังไม่ตรงความต้องการ

มนตรี : สินค้าไม่มีคุณภาพ

คุณกฤตโชค : ถามกลุ่มแม่บ้านนะครับ เพราะอะไร OTOP ในประเทศไทยจึงยังไม่มีประสบความสำเร็จ

ป้าพัชนี : เพราะขาดตลาด ขาดคนซื้อ

คุณกฤตโชค : ผมจะให้ดูตัวอย่างต่อไปนี้ดูทีละขั้นตอนนี้ครับ ว่าทำไมสินค้า OTOP ยังไม่ประสบความสำเร็จ เช่น 1. ปัญหาเรื่องสินค้า คุณภาพไม่สม่ำเสมอ สินค้าไม่มีคุณภาพ ยิ่งถ้าขายกับลูกค้าชาวต่างชาติ มีคำหยาบ 1 ใน 20 เขาก็จะมองว่าสินค้าทั้งหมดไม่มีคุณภาพ ยิ่งหากเป็นสินค้าประเภทงานฝีมือ ก็ต้องยิ่งดูแลในเรื่องของคุณภาพให้มาก เรื่องของ Hand Made เป็นเรื่องของคุณภาพที่ต้องพิถีพิถัน 2. ลูกค้าไม่รู้จักตลาด 3. สินค้าราคาแพง 4. ต้นทุนสินค้าแพง

5. คู่แข่งตัดราคา 6. ลูกค้าไม่ชอบสินค้า 7. สินค้าไม่ตรงใจลูกค้า ในปัจจุบันนี้การที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องเริ่มมาจากความกระตือรือร้น ความมุ่งมั่น ของผู้ประกอบการมาเป็นอันดับแรก ยิ่งปัจจุบันมีการแข่งขันรุนแรงมาก มีผู้ประกอบการธุรกิจ 100 คน จะมีธุรกิจที่ประสบความสำเร็จเพียง 2 รายเท่านั้น เมื่อซักรู้ที่พูดถึงเรื่องของสินค้าก็จะกล่าวถึงภัยคุกคามจากสิ่งแวดล้อม 5 อย่าง นี้ การตลาดเรียกว่า Five Force Model อย่างแรกคือ การแข่งขันในกลุ่มเดียวกัน ลูกค้าส่วนใหญ่ของป่า เป็นชาวมาเลย์ อาจจะลองถามลูกค้าว่า ยังไปซื้อสินค้าที่กลุ่มอื่นหรือไม่ เพื่อต้องการทราบว่ามีการแข่งขันอีกไหม 2. ทางด้านการต่อรองของ Supplier นักศึกษาลองอธิบายชื่อว่าอำนาจการต่อรองของ Supplier คืออะไร

สุปราณี : อำนาจการต่อรองของ Supplier ในกรณีนี้ก็คือ ผู้ขายเกล็ดปลา

คุณกฤตโชค : ไร่รับอำนาจการต่อรองของ Supplier ก็คือผู้ขายวัตถุดิบ ตอนนี้อาจจะยังไม่มีปัญหา แต่ต่อไปอาจจะก็มีก็ได้ เช่นว่าเขามีการขึ้นราคาแล้วยัง

ป่าพชนี : ตอนนี้ ขึ้น ไปแล้ว 10 บาท

คุณกฤตโชค : เราควรหาทางป้องกันไว้ตั้งแต่ตอนนี้ เช่น ติดต่อผู้ขายเกล็ดปลารายอื่นดูบ้าง จะขอยกตัวอย่างของ LOTUS จะมีผู้ขายวัตถุดิบให้ประมาณ 2000 จ้าว นักศึกษาพอจะรู้ไหมว่าทำไม LOTUS จึงมีอำนาจต่อรองมาก

ปริมประภา : เพราะมีลูกค้าทั่วประเทศ

คุณกฤตโชค : เกือบถูกแล้วครับ แต่ก็ยังไม่ใช่ ที่ LOTUS มีอำนาจต่อรองมากก็เพราะว่า LOTUS มีทั่วประเทศ 70 สาขา เวลาจะซื้อก็ต้องซื้อปริมาณมาก อำนาจการต่อรองของผู้ขายเกล็ดปลาก็เหมือนกัน หากเขารู้ว่าไม่มองผู้ขายเกล็ดปลารายอื่น เขาก็จะขึ้นราคาเกล็ดปลาให้สูงขึ้นได้ ภัยคุกคามข้อที่ 3 คืออำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ภัยคุกคามข้อที่ 4 คือภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่ ปัจจุบันหากมีสินค้าอะไรที่เป็นที่นิยมก็จะมีผู้อื่นทำตามมาก เช่น จตุคาม ปัจจุบันมีผู้ผลิตเยอะแยะ ถ้าหากวันใดเกล็ดปลาสามารถขายได้เป็นล้านบาท ก็จะมีก็จะมีคนอื่นทำตามเหมือนกัน

ป่าสอย : เต็มวันนี้ก็มีคนทำกันเยอะ

- คุณกฤต โชค : เดี่ยวจะมีแนวทางแก้ไขนะครับมันเป็น 1 ในภัยคุกคามจาก 5 ภัยคุกคามทั้งหมด ภัยคุกคามตัวสุดท้าย คือ ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน ป้าคิดว่า นอกจากผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลาแล้วยังมีสินค้าอื่นที่สามารถทดแทนกันได้ไหม ผมสมมติว่าผมต้องการซื้อดอกไม้ไปประดับโรงแรม ผมอาจจะซื้อดอกไม้จากใบยางพารา ดอกไม้พลาสติก ดอกใบไม้ก็ได้ นี่คือ ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนความจริงวันนี้ต้องมาพูดเกี่ยวกับการทำเว็บไซต์แต่ผมว่าหัวใจของความสำเร็จ หัวใจอยู่ที่การตลาด ผมอยากให้เข้าใจเรื่องการตลาดให้ดีกว่าก่อนที่จะมาพัฒนาเว็บไซต์ ตลาดกับการตลาดเป็นคนเดียวกัน น้องๆนักศึกษาอาจจะเข้าใจผิด หัวใจของการตลาดก็คือ การวิเคราะห์ 4P สินค้าจะขายได้หรือไม่ได้นั้นขึ้นอยู่กับการตลาดเป็นสำคัญ การตลาดเหมือนดาบ 2 คม ดี หรือไม่ดีก็ได้ พิจารณาจาก 4 หัวข้อนี้ คือ เอา 4P เป็นพื้นฐานในการประสบความสำเร็จซึ่งจะประกอบด้วยสินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย เดี่ยวเราจะมาเจาะลึกทีละหัวข้อกันนะครับ ตัวแรกก็คือ สินค้า (Product) ก่อนอื่นจะต้องถามตัวเองก่อนว่าเรารู้จักสินค้าของเราดีแค่ไหนไม่ทราบว่ามีป้ารู้จักสินค้าของป้าดีแค่ไหน สินค้ามีอะไรบ้าง
- ป้าสอย : สินค้ามีหลายอย่าง มีต่างหู สร้อยคอ ดอกไม้เข็มกลัด สายคาดเอว สายข้อมือ กิ๊บติดผม
- อ.จตุรภัทร : ถ้าอย่างนั้น ส่วนใหญ่ก็เป็นพวกเครื่องประดับ
- คุณวันดี : กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะเป็นแบบไหน
- ป้าสอย : กลุ่มคนทำงาน ชาวต่างชาติ มาเลย์ ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส
- คุณวันดี : สัดส่วนของการขายที่ไหนที่ขายได้มากที่สุด
- ป้าพัชณี : ที่ขายได้มากที่สุดก็จะเป็นที่เมืองทองธานี
- คุณกฤต โชค : รู้ไหมว่าสินค้าของเราถูกใจลูกค้าหรือไม่ลูกค้าที่ซื้อจะกลับมาซื้ออีกหรือไม่
- ป้าพัชณี : ลูกค้าถูกใจและกลับมาซื้อซ้ำ
- คุณกฤต โชค : แล้วการติดต่อสื่อสารจะติดต่อกันอย่างไรกับลูกค้า
- ป้าพัชณี : ลูกค้าที่มาซื้อที่ศูนย์และมีการสาธิตกระบวนการผลิตดอกไม้เกล็ดปลาทำให้ลูกค้าต้องการซื้อ จากนั้นมีการแจกนามบัตรทำให้เป็นที่รู้จักของลูกค้าและมีการบอกต่อกันไป
- คณะผู้วิจัย : การติดต่อกับลูกค้าชาวต่างชาติติดต่อกันโดยวิธีใด
- ป้านวล : โดยจะติดต่อกันทางโทรศัพท์ และคนในหมู่บ้านมีสามีเป็นชาวต่างชาติกันเยอะ ชาวต่างชาติเหล่านี้ก็จะซื้อกลับไปของฝากที่ประเทศของตน
- คุณกฤต โชค : ที่ผมอยากจะแนะนำ ก่อนอื่นต้องแยกสินค้าของเราก่อนว่าเป็นสินค้าพวกไหน เช่น พวกเครื่องประดับ หรือพวกไหน นอกจากนี้ก็ควรจะดูโอกาสที่จะเจริญเติบโตของ

ธุรกิจ ที่สำคัญคือต้องดูว่าลูกค้าชอบสินค้าลักษณะใด เช่น ชอบสีแบบไหนชอบความละเอียดของชิ้นงานแบบไหนสิ่งเหล่านี้ต้องสังเกตจากพฤติกรรมที่ซื้อจากการสอบถามจากลูกค้า ว่าลูกค้าชอบสินค้าในลักษณะใด นอกจากนี้ก็ควรถามด้วยว่า ลูกค้ามาจากไหน รู้ข้อมูลของทางกลุ่มจากไหน หากสอบถามจากคนที่เคยซื้อแล้วจะดีมาก ดูว่าสินค้าของเรามีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นหรือไม่ ควรสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าของตัวเอง เมื่อสอบถามความต้องการของลูกค้าแล้วสิ่งที่ต้องทำต่อไปก็คือ ต้องสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ให้กับตัวสินค้า เช่น การทำโคมไฟจากกะลามะพร้าว การทำขนมโคนทในหลาย ๆ รูปแบบ เพราะหากเราทำในสิ่งที่เป็นอยู่นาน ๆ พอถึงจุดหนึ่งลูกค้าจะเริ่มเบื่อ หมั่นเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า เช่น จากดอกไม้เก๋ตีปลาที่ใส่ถุงพลาสติกเค้าอาจจะเปลี่ยนมาเป็นใส่กล่องให้สวยงามและเพิ่มราคาขายให้สูงขึ้น

- ป้าพชนี : ลองแล้ว
- คุณกฤตโชค : แล้วเป็นไง
- ป้าพชนี : ลูกค้าบอกว่าเค้าไม่เอากล่อง กล่องราคาแค่นี้ก็บาท
- คุณกฤตโชค : บางทีหลักการตลาดมันก็ลึกซึ้งมากกว่านั้น เราต้องดูจุดประสงค์หรือดูกลุ่มของลูกค้าก่อน เช่น กลุ่มของลูกค้าที่ซื้อไปเป็นเครื่องประดับหรือกลุ่มลูกค้าที่ซื้อไปเป็นของฝากหากเป็นกลุ่มลูกค้าที่ซื้อไปเป็นของฝากก็จะเลือกประเภทที่มีกล่องสวยงามมีตราสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเอง การแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็นกลุ่มว่าเป็นกลุ่มคนไทย กลุ่มคนที่ซื้อไปขายต่อหรือกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติ สำหรับกลุ่มที่ซื้อไปเป็นของฝากอย่างหนึ่งที่ต้องมีก็คืออะไรครับ
- ปริมประภา : ต้องมีราคาติดอยู่บนกล่อง
- ป้าพชนี : มีกระเช้าใช้ไหม
- คุณวันดี : ต้องมีแหล่งที่มา
- คุณกฤตโชค : ใช่ครับต้องมีแหล่งที่มาว่าซื้อมาจากที่ไหน
- คุณวันดี : อย่างเช่น ชาวพัทลุงมาซื้อของฝากที่สงขลา พอนำกลับไปให้จะได้รู้ว่าได้ไปสงขลาจริง
- คุณกฤตโชค : ในเรื่องของรูปแบบผลิตภัณฑ์ก็ควรจะต้องมีความละเอียดละไม ฉลากควรจะต้องพิมพ์ให้สวยกว่านี้ และควรจะมีตราสินค้าที่มีความโดดเด่น หากผมซื้อไปฝากเพื่อน เพื่อนผมอ่าน ผลิตภัณฑ์เก๋ตีปลาบ้านบางคาน ฟังแล้วไม่ประทับใจ มันน่าจะมีชื่อที่ฟังแล้วคิดหุมากกว่านี้ นี่ก็คือเรื่องของตราสินค้า ต่อไปก็มาดูทางด้านราคา การตั้งราคานี้ก็ถือเป็นสิ่งที่ยากหากเราตั้งราคาต่ำเกินไปอาจทำให้เราเสียโอกาสที่จะได้กำไรออกไป เราควรจะรู้ราคาของคู่แข่งด้วย ฐูใหม่ครับ

- ป้าสอย : คู่แข่งราคาแพงกว่าคนอื่นชาย 25 บาท เราขาย 20 บาท
- คุณกฤต โชค : การที่เราจะเพิ่มราคาจากเดิมให้สูงขึ้นเราต้องมูลค่าให้กับตัวสินค้าด้วยไม่อย่างนั้นจะทำให้สินค้าเราขายไม่ออก
- ป้าพัชนี : เราไม่เคยเพิ่มราคา
- คุณกฤต โชค : บางครั้งการตั้งราคาต่ำเกินไปผู้คนอาจจะมองว่าสินค้าไม่มีคุณภาพแต่หากตั้งราคาให้แพงสินค้านั้นต้องมีคุณภาพดีจริง ๆ ต้องมีตราสินค้าเป็นของตัวเอง
- ป้าพัชนี : ป้าได้ขอตราสินค้าจากกระทรวงมาแล้วเป็นตราร่มโพธิ์
- คุณกฤต โชค : อย่างหนึ่งที่จะเสนอเกี่ยวกับการบรรจุหีบห่อ อยากให้ลองอีกซักครั้งในทางการตลาดคงมีความสำคัญมากทำอย่างไรก็ได้ให้ลูกค้าเห็นแล้วรู้สึกว่าเป็นของจริง ๆ
- ป้าพัชนี : ป้าก็คิดว่าจะเอาผ้าเกาะขอมมาทำเป็นกล่อง
- อ. จตุรภัทร : แพง
- ป้าพัชนี : ป้าอยากจะทำแต่ไม่มีคนสอน
- คุณกฤต โชค : ผมแนะนำให้ออกกล่องสำเร็จรูปมาใส่ลงตลาดดูก่อนดีกว่า ในการตั้งราคาต้องดูว่าคุ้มทุนหรือไม่ สามารถตั้งเป็นระดับราคาได้หรือไม่ จากที่ดูมา OTOP ที่ประสบความสำเร็จนั้นล้วนเป็น OTOP ที่มีราคาแพง เช่น ทางภาคเหนือจะเป็น OTOP ประเภทไม้แกะสลักเป็นงานฝีมือที่คุ้มทุนเร็วแต่ในการตั้งราคาให้สูงต้องหมายความว่าสินค้าต้องมีความละเอียดละไม มีคุณภาพจริงๆ อาจจะมีภาษาอังกฤษกำกับด้วย อย่างที่ 3 ก็คือ Place ช่องทางการจัดจำหน่ายต้องดูว่าได้รับสินค้านั้นหรือเปล่า ค่าขนส่งสูงเกินไปไหม
- ป้าพัชนี : ที่ฝรั่งเศสต่อเรื่องค่าขนส่งเค้าบอกว่าเราส่งไปดอกละ 100 บาท ทางโน้นบอกว่าดอกละ 200 บาท ป้าก็ไม่รู้จะทำอย่างไร ถ้าลดราคาป้าไม่ลด
- คุณกฤต โชค : สินค้าประเภท Hand made จะมีชาวญี่ปุ่น เกาหลี จะให้ความสนใจมากเราน่าจะจัดแสดงตามโรงแรมอาจจะเป็นช่องทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ได้
- ป้าพัชนี : เคยไปวางโชว์ที่เซ็นทรัลก็มีฝรั่งมาดูให้ความสนใจพอสมควร
- คุณกฤต โชค : เราต้องมีนามบัตรให้ผู้ที่สนใจอย่างชัดเจนมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ต่อมาในเรื่องของการส่งเสริมการขายต้องดูว่าในช่วงที่ขายไม่ได้มีกิจกรรมกระตุ้นการขายหรือไม่ มีการออกงานบ่อยแค่ไหน เมื่อขายสินค้าไปแล้วต้องมีการติดตามลูกค้าหรือว่ากิจกรรมที่ลูกค้ามีความสนใจแค่ไหน ต้องมีการคิดส่งเสริมการขายใหม่ ๆ ในเทศกาลต่าง ๆ เช่น หากคิดสินค้าที่จะเป็นของขวัญปีใหม่อีกก็จะเยี่ยมมาก
- อ. จตุรภัทร : จากที่ผมได้ปรึกษาหารือกับคณะผู้วิจัยแล้ว ผมคิดว่าเราควรที่จะสร้างโฮมเพจให้กับทางกลุ่มแม่บ้าน เพื่อให้สะดวกในการติดต่อกับลูกค้ายังมีการประชาสัมพันธ์ให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก แล้วทางกลุ่มของป้าจะเห็นด้วยไหม

- ป้าพัชณี : จากที่ป้าได้ฟังว่า ป้าก็เห็นด้วยกับลูกค้า
- อ.จตุรภัทร : ไม่ทราบว่าป้าอยากให้โฮมเพจนี้มีสินค้าตัวไหนลงไปบ้าง
- คุณกฤตโชค : อยากจะได้สินค้าที่ทางผมคิดว่าเป็นพระเอก
- อ.จตุรภัทร : เอาสินค้าที่เด่นๆ
- ป้าพัชณี : เข้มก๊ัดคอกไม้ก๊ัดปลาและอยากจะได้โฮมเพจ อยากจะให้มันมีที่ตัวเสนอผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มมี
- คุณณัฐภูมิ : หน้าโฮมเพจไม่ควรจะลงรูปสินค้ามากเกินไป เพราะจะทำให้มีคนอื่นไปลอกเลียนแบบได้
- คุณกฤตโชค : อย่างนั้นผมขอเวลาคงกลับไปศึกษารายละเอียด และรูปแบบว่าการจะทำออกมาในรูปแบบไหนดี แต่ถ้าจะหลังวันที่ 10 ต.ค. เป็นต้นไป
- สรุป : จากการสนทนากลุ่มเพื่อหาแนวทางการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ต้องเรียงจากการพัฒนาสินค้าให้มีประสิทธิภาพ มีตราสินค้าเป็นของตัวเองซึ่งตราสินค้านั้นต้อง ภาษาไทยและภาษาอังกฤษกำกับด้วย สินค้าจะต้องมีคุณภาพสม่ำเสมอนอกจากนั้นต้องศึกษา ถึงความต้องการของลูกค้า ซึ่งศึกษาได้จากการถามและการสังเกตจากพฤติกรรมการณ์ซื้อของลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์สินค้าให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า และเพื่อที่จะให้สะดวกติดต่อสื่อสารกับลูกค้า และเพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักและแพร่หลาย และขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้น จึงขึ้นสร้างโฮมเพจขึ้นมาเพื่อให้เป็นของกลุ่มแม่บ้านโดยเฉพาะ





ภาพที่ 1 ป้ายกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง หมู่ที่ 1



ภาพที่ 2 อุปกรณ์การทำผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา



ภาพที่ 3 ผลิตภัณฑ์ดอกไม้จากเกล็ดปลา



ภาพที่ 4 ผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลา



ภาพที่ 5 ผลิตภัณฑ์เชื่อมก๊ัดจากดอกไม้เกสรปลาทู



ภาพที่ 6 การสนทนากลุ่มวิจัย



ภาพที่ 7 วิทยากรกำลังบรรยายในการสนทนากลุ่ม



ภาพที่ 8 การสนทนากลุ่มวิจัย



ภาพที่ 9 การสนทนากลุ่มวิจัย



ภาพที่ 10 สมาชิกในกลุ่มวิจัย