

ชื่อเรื่อง	การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านสื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มสตรีเด็กและเยาวชนป็นดินไทยประดิษฐ์ จังหวัดราชบุรี
ผู้วิจัย	สุดารัตน์ เทียนน้อย วรรณภา โชคบรรดาลสุข
สาขาวิชา	คอมพิวเตอร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มสตรีเด็กและเยาวชนป็นดินไทยประดิษฐ์ จังหวัดราชบุรี 2) ศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ 3) พัฒนาสื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มสตรีเด็กและเยาวชนป็นดินไทยประดิษฐ์ และ 4) ศึกษาผลประกอบการหลังการใช้สื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มสตรีเด็กและเยาวชนป็นดินไทยประดิษฐ์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ประธานและสมาชิกกลุ่มสตรีเด็กและเยาวชนป็นดินไทยประดิษฐ์ จังหวัดราชบุรี จำนวน 15 คน ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 385 คน ซึ่งได้มาจากการประมาณกลุ่มตัวอย่างกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้แก่ แบบสอบถามแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า

1. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสตรีเด็กและเยาวชนป็นดินไทยประดิษฐ์ ได้แก่ ตุ๊กตาถ่านรูปแกะ ตุ๊กตาถ่านรูปควาย พวงกุญแจรูปแบบต่างๆปากกาและดินสอหัวตุ๊กตา ช่องทางการจัดจำหน่ายมี 3 ช่องทางคือ 1) จำหน่ายที่กลุ่มสตรีเด็กและเยาวชนป็นดินไทยประดิษฐ์และบ้านหอมเทียน 2) จำหน่ายในงานต่างๆที่ส่วนราชการจัดขึ้น 3) จำหน่ายผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น Facebook และ Line
2. พฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือลูกค้าส่วนใหญ่ใช้ช่องทาง Facebook โดยซื้อเพื่อใช้เองและเป็นของฝาก ให้ความสำคัญในเรื่องของราคาที่เหมาะสม ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพประณีตสวยงามและแสดงออกถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน ต้องการชำระเงินผ่านบัญชีธนาคาร และร้านค้าควรส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าภายใน 1-3 วัน
3. มีการพัฒนาสื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยการสร้างเว็บไซต์ชื่อ www.Dekpandin.com ให้แก่กลุ่มสตรีเด็กและเยาวชนป็นดินไทยประดิษฐ์
4. ผลประกอบการหลังการใช้สื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มสตรีเด็กและเยาวชนป็นดินไทยประดิษฐ์ พบว่ายอดขายในภาพรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 63.80 ผลการเปรียบเทียบยอดขาย 3 เดือนที่ไม่ได้ใช้สื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เท่ากับ 129,000 บาท เพิ่มเป็น 211,300 บาท

Research Title	The Development of Distribution Channels of the Community Products through Commercial Electronic Media of the Women, Children and Youth from Pandinthaipradit Community, Ratchaburi Province
Researcher	Miss.Sudarat Theinnoi Miss.Wanna Chokbandansuk
Program	Business Computer
Academic Year	2018

ABSTRACT

The objectives of the study were to 1) explore the products and distribution channels of the women, children and youth from Pandinthaipradit Community, Ratchaburi, 2) investigate the customers' behaviors in buying the products through commercial electronic media, 3) develop a commercial electronic medium for the community, and 4) examine the effects of the use of the developed commercial electronic medium. The study was designed as action research. 15 samples were drawn from the women, children and youth from Pandinthaipradit community including the community leader and the members, as well as 385 of the community's customers, conducted by using Convenience Sampling with unknown population size. The tools consisted of questionnaire and interview. Data were analyzed by using Percentage, Mean, and S.D.

The findings were as follows:

1. The products of the Pandinthaipradit community included sheep dolls, and buffalo dolls which were stuffed with charcoal-powder, various types of keychains, and pens and pencils with doll toppers. There were 3 main distribution channels as 1) by the women, children and youth from Pandinthaipradit Community and Ban Hom Thein, 2) in the events or social occasions organized by public sectors, and 3) through social media including Facebook and Line applications.

2. The result of the customers' behaviors in buying the community products was found that the most common channel was through Facebook, and the buying was mainly made for the purposes of individual use and souvenirs. The customers paid the attention mainly on their perceptions of products' prices, quality, and looks whether they could reflected the local wisdom and originality of the community. The common payment

method was through bank account transaction. The products were shipped to the customers in 1-3 business days.

3. A website named www.Dekpandin.com for distribution channel was developed for the community.

4. The results of using electronic commerce of children and youth from Pandinthaipradit Community. The total sales increased by 63.80%. The comparison of 3-month sales without using electronic commerce was 129,000 baht, increasing to 211,300 baht.