



KM KNOWLEDGE MANAGEMENT

เทคนิคการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP
ให้เหมาะสมกับช่องทางการจำหน่ายออนไลน์

นายโสภณ รัมมะเนตร
นักวิชาการพัฒนาชุมชนปฏิบัติการ
สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอด่านมะขามเตี้ย จังหวัดกาญจนบุรี

เทคนิคการส่งเสริมการจำหน่าย สินค้าชุมชน/สินค้า OTOP ให้เหมาะสมกับช่องทางการจำหน่ายออนไลน์

BY นายโสภณ รัมมะเนตร

กรมการพัฒนาชุมชนได้รับมอบหมายจากรัฐบาลให้รับผิดชอบโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 เพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง มั่นคง ก้าวไปสู่ประเทศที่มีศักยภาพทางการแข่งขันในระดับสากลสนับสนุนการดำเนินงานด้านองค์ความรู้ เทคโนโลยี ทุน บริหารจัดการ เชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนไปสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ

ปัจจุบันประเทศไทยมีโครงข่ายให้บริการอินเทอร์เน็ตอย่างกว้างขวาง จำนวนผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ และผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป ระบบการขนส่งรองรับการขยายตัว ทำให้มีการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้นและเติบโตอย่างรวดเร็ว การจำหน่ายสินค้าออนไลน์ในปัจจุบันมีหลายรูปแบบ ทั้งรูปแบบที่ง่ายที่สุด คือ การจำหน่ายผ่าน Line จำหน่ายผ่าน Facebook ไปจนถึงการจัดทำเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายเอง และการจำหน่ายผ่าน Platform ของผู้ให้บริการ ทั้งในและต่างประเทศ

สำหรับการผลิตและจำหน่ายสินค้าชุมชนและสินค้า OTOP ในแต่ละพื้นที่/ชุมชนมีความแตกต่างกันในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้ในการผลิตและจำหน่าย ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านความสามารถในการใช้เทคโนโลยี รวมทั้งคุณภาพและอายุของผลิตภัณฑ์ ล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของตนเอง ดังนั้น การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสินค้าชุมชนและสินค้า OTOP ได้เข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ของตนเองและเลือกใช้ช่องทางการจำหน่ายให้เหมาะสม เป็นประเด็นที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสินค้าชุมชนและสินค้า OTOP สามารถสร้างยอดขายให้กับตนเองอย่างยั่งยืน

เทคนิคการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP

ให้เหมาะสมกับช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ มีกระบวนการ ดังนี้

1. ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP ที่สนใจจำหน่ายสินค้าออนไลน์ เข้าร่วมกิจกรรม
2. กระตุ้นให้ผู้ประกอบการวิเคราะห์สินค้าของตนเอง (รายการสินค้า ประโยชน์ของสินค้า คุณภาพ ราคา อายุการเก็บรักษา อายุการใช้งาน น้ำหนัก กำลังการผลิต บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อการขนส่ง รวมทั้งกลุ่มลูกค้า)
3. แนะนำให้ผู้ประกอบการคัดเลือกสินค้าที่เหมาะสมต่อการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ข้อควรระวังในการขนส่ง
4. วิเคราะห์ศักยภาพในการเลือกสินค้าที่จะจำหน่ายออนไลน์ เช่น จำนวนต้นทุนการผลิต ต้นทุนการจัดส่ง เป็นต้น
5. วิเคราะห์สินค้าที่เหมาะสมกับช่องทางออนไลน์แต่ละช่องทางรวมในการความสามารถในการใช้สื่อออนไลน์ของผู้ประกอบการ
6. ส่งเสริมให้ความรู้การจำหน่ายออนไลน์แก่ผู้ประกอบการที่สามารถใช้สื่อออนไลน์ในการจำหน่ายสินค้าทุกขั้นตอนได้เอง แต่หากผู้ประกอบการที่ไม่มีความสามารถใช้สื่อออนไลน์ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอหรือผู้ได้รับมอบหมาย เป็นตัวแทนในการจำหน่ายและจัดส่งสินค้าแทน





เทคนิคในการปฏิบัติงาน

ให้ผู้ประกอบการทุกกลุ่มได้เข้าใจช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ทุกช่องทาง เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกสินค้าและเลือกช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ได้

ประโยชน์ขององค์ความรู้

1. ผู้ประกอบการสินค้าชุมชน/สินค้า OTOP เข้าใจและสามารถเลือกใช้ช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ที่เหมาะสมกับสินค้าของตนเอง
2. เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ให้กับผู้ประกอบการ
3. ขยายตลาดและยอดจำหน่ายสินค้า

ปัญหาที่พบ และแนวทางการแก้ไขปัญหา

ผู้ประกอบการยังมีความกังวลเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าออนไลน์

แนวทางการแก้ไข สร้างความเข้าใจและทดลองจำหน่ายสินค้า และร่วมกันประเมินผลการจำหน่าย

