

# การจัดการระบบการกระจายสินค้า

## แนวคิด หลักการ

ระบบการกระจายสินค้า (Physical Distribution) คือ <sup>1</sup> กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้าจากภายในองค์กรหรือผู้ผลิต ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมหลายประเภทเช่น การขนส่งและการเก็บรักษาตัวสินค้าภายในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง เป็นต้น และระบบช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจนั้น และเป็นกิจกรรมที่สนับสนุนให้การจัดจำหน่ายสินค้าและบริการในแต่ละช่องทางสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ แนวคิดในการจัดระบบการกระจายสินค้า คือ

- การจัดการระบบการกระจายสินค้าให้มีกิจกรรมหลายกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้าสำเร็จรูปและวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

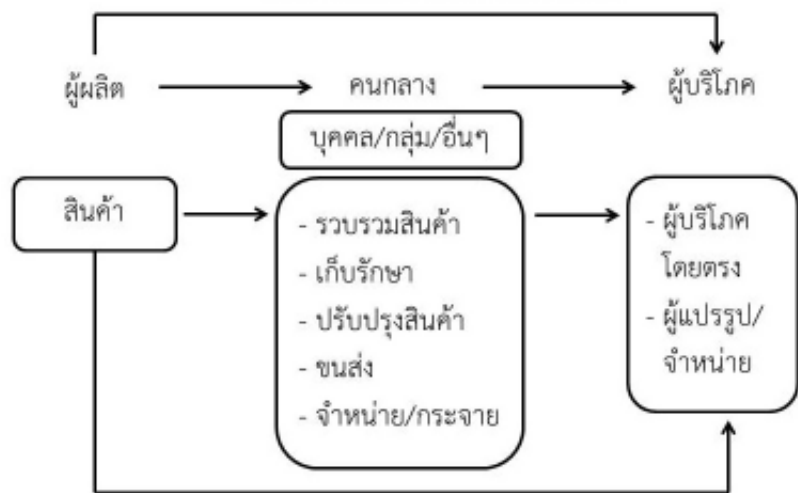
- การวางแผนการกระจายสินค้า ควรคำนึงถึงแผนหลักที่เกี่ยวข้อง 5 แผน คือ แผนการตลาด แผนการขาย แผนการผลิต แผนการเงิน และแผนการบริการลูกค้า

---

<sup>1</sup>ธีรวิภา บวชชัยภูมิ “การจัดการระบบการกระจายสินค้า” <http://www.scribd.com/doc/187370283/บทที่-10-การจัดการระบบการกระจายสินค้าสืบค้นวันที่-20-เมษายน-2557>

● การจัดการและการวิเคราะห์ต้นทุนในการกระจายสินค้า เพื่อการลดต้นทุนในการผลิตและสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้า โดยการพัฒนารูปร่าง (รูปลักษณะสินค้า) ราคา สถานที่จำหน่ายและเวลาในการจัดจำหน่าย ซึ่งมีส่วนในการช่วยลดค่าใช้จ่ายในการกระจายสินค้า โดยที่ต้องมีการวิเคราะห์ต้นทุนรวมในการกระจายสินค้าด้วย

**แผนภาพระบบการกระจายสินค้า**

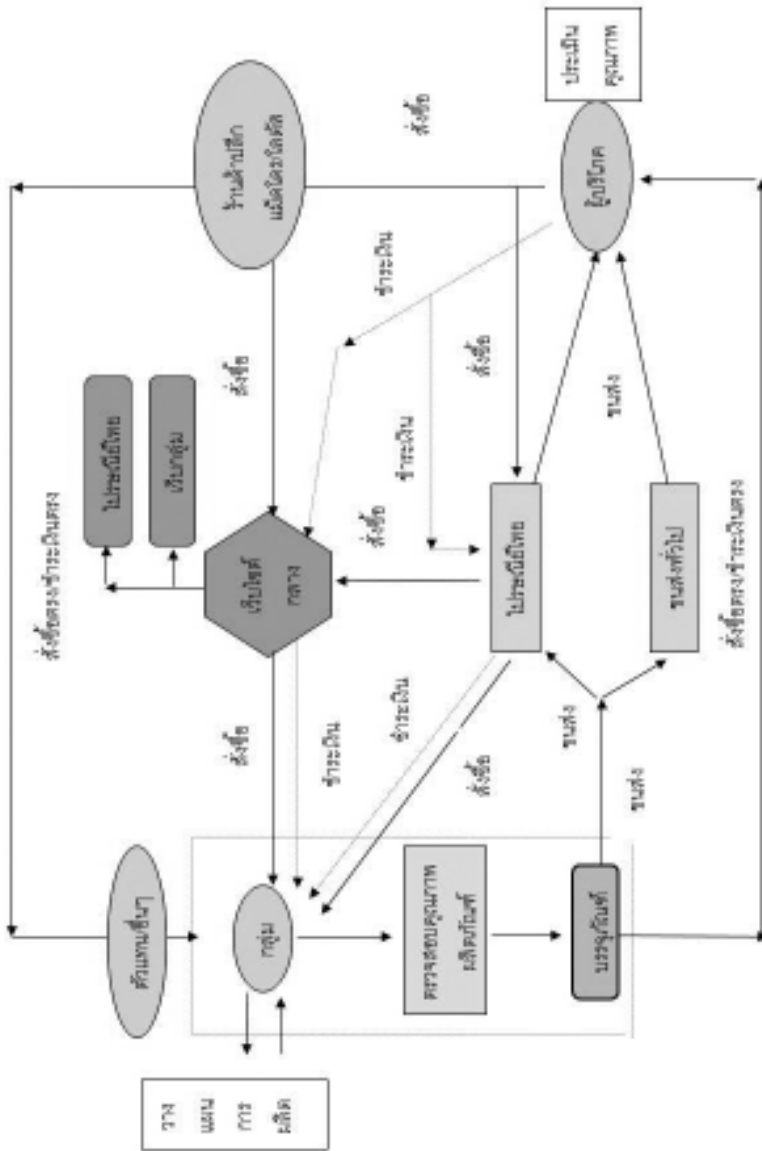


ดังนั้น ความสำคัญของการกระจายสินค้า คือ การกระจายสินค้าเป็นตัวแปรหลักของแนวความคิดการตลาด เนื่องจากการกระจายสินค้ามีส่วนในการลดต้นทุนและเพิ่มความพอใจแก่ลูกค้า ซึ่งเป็นการสร้างคุณค่าหรือมูลค่าเพิ่ม ในสินค้า โดยองค์ประกอบของระบบการกระจายสินค้า มีกิจกรรมหลายกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง คือ การเคลื่อนย้ายสินค้าสำเร็จรูปและวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกิจกรรมจะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ดังนั้น ระบบการกระจายสินค้าจึงต้องได้รับการจัดการอย่างเหมาะสมทุกกิจกรรมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ทั้งนี้ ข้อมูลจากโครงการเพิ่มศักยภาพชุมชนด้านเกษตรปลอดภัยผ่าน ICT พบว่าสำหรับระบบการกระจายสินค้าเกษตรปลอดภัยมีระบบการกระจายสินค้าเกษตรปลอดภัยจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภค โดยผ่านช่องทางต่างๆ ซึ่งจะเน้นดำเนินการในระดับกลุ่ม เพื่อร่วมกันดูแลระบบอื่นๆ ร่วมกัน เช่น ระบบมาตรฐานของสินค้า ระบบการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ เป็นต้น โดยมีช่องทางการกระจายสินค้าของกลุ่มประกอบด้วยหลายช่องทาง เช่น ไปรษณีย์ไทย เว็บไซต์ ระบบขนส่งต่างๆ เป็นต้น ที่สามารถตอบสนองความต้องการทั้งของผู้บริโภคและผู้ผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนั้น ในระบบการกระจายสินค้าเกษตรปลอดภัยนั้น ยังมีกระบวนการวิเคราะห์ราคาที่เป็นธรรมชาติ ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค โดยกลุ่มมีการวิเคราะห์ราคาที่เป็นธรรมกับผู้ผลิตอีกด้วย ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการแปรรูปจากผลผลิตที่ได้เพื่อมูลค่าในการจำหน่ายสินค้าให้กับกลุ่มเกษตรกรและสร้างรูปแบบการบริโภคใหม่ๆ ให้กับกลุ่มลูกค้ารวมทั้ง กลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่มีแนวคิดในการกระจายอาหารปลอดภัยให้เพียงพอกับความต้องการภายในท้องถิ่น และการจัดการตลาดเพื่อรองรับการผลิต อย่างเพียงพอ และพัฒนาผลผลิตให้ตรงกับความต้องการของตลาด

โมเดลตัวอย่าง ระบบการกระจายสินค้าเกษตรปลอดภัย



วัตถุประสงค์

- เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคสามารถหาซื้อสินค้าได้อย่างเป็นธรรม และสะดวกตามแหล่งต่างๆ ที่ลูกค้าต้องการ
- เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคสามารถหาซื้อสินค้าได้ในเวลาใดเวลาหนึ่งที่ต้องการใช้สินค้า
- เพื่อให้เกิดการกระจายสินค้าและมีตลาดที่แน่นอนเพื่อสร้างตลาดรองรับผลผลิตและเพิ่มรายได้ให้กับผู้ผลิต
- เพื่อให้ผู้บริโภคและผู้ผลิตเกิดความเป็นธรรมในการซื้อขายทั้งสองฝ่าย

ปัญหา ข้อจำกัดที่พบบ่อย

- ในด้านการกระจายสินค้า ผู้ผลิตหรือกลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีประสบการณ์และศักยภาพเพียงพอในการจัดการเรื่องการขายและการตลาด ทำให้บางกลุ่มจึงไม่สามารถจัดการส่งสินค้าให้กับลูกค้าได้ทันเวลา จึงต้องหาคคนกลางที่เข้ามาจัดการเรื่องนี้โดยตรงแทน ซึ่งทำให้ต้องมีค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนเพิ่มขึ้น
- ผู้ผลิตหรือกลุ่มเกษตรกรบางกลุ่ม ยังมีข้อจำกัดในศักยภาพในการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค
- ขาดการจัดการกลไกการตลาด เนื่องจากการกระจายสินค้าส่วนใหญ่ต้องผ่านระบบตัวแทนที่เข้ามาจัดการตลาดให้กับผู้ผลิต โดยที่เกษตรกรหรือผู้ผลิตไม่ต้องไปเร่งขายสินค้าเอง
- สินค้า/ผลผลิต ส่วนใหญ่มีอายุในการเก็บรักษาได้ไม่นาน

## รูปแบบระบบการกระจายสินค้า

ระบบการกระจายสินค้าเกษตรปลอดภัย มีรูปแบบที่หลากหลาย โดยส่วนใหญ่เน้นการกระจายเฉพาะตลาดในพื้นที่หรือท้องถิ่นเพื่อให้เกิดความสอดคล้องต่อการผลิตตามวิถีท้องถิ่น ที่เป็นการบริโภคตามวิถีหรือตามฤดูกาล ดังนั้น สินค้าที่ผลิตได้จึงสามารถกระจายได้เต็มกำลังการผลิตและเพียงพอต่อพื้นที่การตลาด และสอดคล้องกันระหว่างการผลิตและกำลังการส่งขายตลอดจน การกระจายสินค้าด้วยช่องทางที่ไม่ทำให้เกิดต้นทุนสูง ทั้งต้นทุนตัวเงินและต้นทุนด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อม

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ระบบการกระจายสินค้าเกษตรปลอดภัย ยังมี การกระจายสินค้าภายใต้ความเข้าใจระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค ที่มีข้อตกลงร่วมกัน ซึ่งเป็นการกระจายสินค้าแบบเชื่อมโยงผู้ผลิตกับผู้บริโภคเข้าด้วยกัน โดยกำหนดเงื่อนไขหรือข้อตกลงในการกระจายสินค้ากับผู้บริโภคซึ่งผู้บริโภคสามารถสั่งซื้อสินค้ามาของกลุ่มโดยตรง และกลุ่มจัดส่งสินค้าตามความต้องการได้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว เช่น ใช้เครือข่ายผู้บริโภค ที่จะมีการสั่งซื้อสินค้าล่วงหน้าหนึ่งปี ทำให้กลุ่มเกษตรกรสามารถวางแผนการผลิตและจัดการต้นทุนการผลิตได้ดีขึ้น และระบบตลาดสมาชิก (CSA) ซึ่งเป็นระบบตลาดที่พัฒนาร่วมกันระหว่างผู้บริโภคร่วมกับผู้ผลิต เป็นต้น เพื่อการกระจายสินค้าที่ปลอดภัยไปยังผู้บริโภคด้วยราคาที่เป็นธรรมต่อทุกฝ่าย

นอกจากนั้น ยังมีช่องทางในการกระจายสินค้าและเชื่อมโยงการตลาด ผ่านการปฏิสัมพันธ์กับหน่วยงานภาครัฐ เช่น การไปออกร้าน ออกงาน เป็นวิทยากรบรรยายให้ความรู้ เป็นต้น รวมทั้ง กลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่ มีแนวคิดในการกระจายอาหารปลอดภัยให้เพียงพอกับความต้องการภายในท้องถิ่น

การจัดการตลาดเพื่อรองรับการผลิตอย่างเพียงพอ และพัฒนาผลผลิตให้ตรงกับความต้องการของตลาดมีหลากหลายรูปแบบคือ

- ผู้ผลิตขาย/กระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคโดยตรง เช่น
  - ผู้บริโภคหรือลูกค้ามาซื้อสินค้าที่ฟาร์ม
  - ระบบตลาดสมาชิก (CSA) ซึ่งเป็นระบบตลาดที่พัฒนาร่วมกันระหว่างผู้บริโภคร่วมกับผู้ผลิต
  - กระจายสินค้าด้วยรถโดยสารประจำทาง
  - ระบบ e-marketing เช่น website facebook เป็นต้น
  - ระบบไปรษณีย์
  - หน่วยงานราชการ เช่น โรงพยาบาล สถาบันอุดมศึกษา สำนักงานเกษตรจังหวัด สหกรณ์จังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด เป็นต้น
  - ตลาดนัดสีเขียว
  - ตลาดท้องถิ่นเช่น ตลาดชุมชน ตลาดนัด เป็นต้น
  - งานแสดงสินค้า เช่น งานมหกรรม/กิจกรรมร้านค้า (งาน fair) ทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด

### 2. ผู้ผลิตขาย/กระจายสินค้าผ่านตัวแทนหรือพ่อค้าคนกลาง

- ร้าน Green shop
- ห้างสรรพสินค้า
- มีตัวแทนหรือผู้รวบรวมสินค้า เช่น ระบบ Delivery คือ มีตัวแทนจำหน่ายมารับ order สินค้าจากลูกค้าไปส่งตามบ้าน
- ตลาดส่งออก เช่น มีลูกค้า/ตัวแทน (Dealer) มารับซื้อสินค้าพร้อมกับมาตรฐานที่รับรองเพื่อนำสินค้าไปขายยังต่างประเทศ (ขายข้าวเปลือกส่งออก)

นอกจากนั้น กลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่มีการจัดการสินค้าหรือผลผลิต โดยบางกลุ่มมีผู้ประสานงาน รับซื้อผลผลิตของสมาชิกและว่าจ้าง คนขาย ซึ่งเป็นสมาชิกกลุ่มมาเป็นผู้ขายสินค้าในตลาด เช่น ตลาดในตัวจังหวัดของกลุ่ม หรือบางกลุ่มสมาชิกเป็นผู้มาส่งสินค้าเองที่กลุ่ม เป็นต้น ส่วนระบบการชำระเงิน มีทั้ง การชำระเงินสดทางไปรษณีย์ไทย ทางระบบบัญชีธนาคารทางบัตรเครดิต ผ่านระบบเว็บไซต์และการชำระเงินโดยตรงระหว่างผู้บริโภคและผู้ผลิตหรือเกษตรกร

## ข้อควรพิจารณาในการดำเนินการ

- เกษตรกรบางกลุ่มมีความเห็นว่า ตลาดส่วนใหญ่ของกลุ่มยังอยู่ในระดับท้องถิ่น จึงยังไม่จำเป็นต้องอาศัยการพัฒนาเทคโนโลยีเกี่ยวกับการสื่อสารประชาสัมพันธ์และการผลิต QR Code
- บรรรจุกัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ควรคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถสะท้อนถึงจิตสำนึกของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายได้ เช่น ควรใช้วัสดุที่ย่อยสลายง่าย หรือใช้อย่างพอดีเท่าที่จำเป็น เช่นบางผลิตภัณฑ์สามารถขนส่งหรือวางขายได้โดยไม่ต้องมีบรรจุภัณฑ์หลายชั้นหรือหลายชั้น
- ช่องทางการกระจายสินค้า ด้วยตัวแทนจำหน่ายควรพิจารณาออกแบบและวางแผนให้เหมาะสมกับสินค้า เงื่อนไขเวลา ปริมาณ และต้นทุน เช่น ต้องมีการกระจายสินค้าในกระบวนการที่สั้นและไม่ผ่านคนกลาง ต้องรักษารูปร่างและคุณภาพให้สดใหม่ เป็นต้น ส่วนตัวแทนจำหน่ายอาจจะเลือกส่งทางไปรษณีย์ รถประจำทาง หรือมอเตอร์ไซค์ แล้วแต่ความเหมาะสม
- การแยกประเภทสินค้าในระบบการกระจายสินค้าว่าสินค้าชนิดใดเสียง่ายหรือมีอายุสั้น จะมีวิธีการกระจายสินค้าอย่างไร เช่น สินค้าอายุสั้น สินค้าเก็บไว้ได้นาน เป็นต้น ซึ่งกลุ่มผู้ผลิตต้องจัดการแยกประเภทสินค้าของตนเอง และจัดการกระจายสินค้าแต่ละประเภทในรูปแบบที่เหมาะสมกับสภาพของสินค้านั้นๆ

- การควบคุมคุณภาพของสินค้าควรเป็นหน้าที่ของตัวแทนจำหน่ายที่จะต้องพิจารณาว่าสินค้าที่จะรับมาขายจะต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ถึงจะเข้ามาอยู่ในกลุ่มได้
- ต้องมีการเพิ่มมูลค่าของสินค้า เช่น การแปรรูปเพื่อเพิ่มความน่าสนใจของสินค้าและเพิ่มทางเลือกในการพิจารณาซื้อสินค้าให้กับผู้บริโภค

## ปัจจัยสู่ความสำเร็จ

- การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมและมีการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ
- การออกแบบระบบต่างๆ ให้มีความสอดคล้องเชื่อมโยงกัน ทำให้ง่ายและลดต้นทุนต่อการบริหารจัดการการจัดการการผลิตและการกระจายสินค้าที่เหมาะสมกับการผลิตตามวิถีท้องถิ่นและตามฤดูกาล
- การวิเคราะห์ราคาที่เป็นธรรมทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค และยึดถือคติ “เอาใจเขาใส่ใจเรา” ในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค ทำให้มีระบบการเชื่อมโยงผู้บริโภคที่ดี
- การพยายามเชื่อมโยงตลาดด้วยสร้างเครือข่ายและขยายฐานการตลาดอยู่ตลอดเวลา และการหาแนวร่วมหรือการสร้างภาคีในการกระจายสินค้า ด้วยการอาศัยช่องทางและการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ เช่น การไปออกงานแสดงสินค้า ของหน่วยงานรัฐ ทั้งในระดับท้องถิ่น หมู่บ้าน ตำบลและจังหวัด
- การรักษาคุณภาพและมาตรฐานในการผลิต การผลิตอย่างต่อเนื่อง การแปรรูป บรรจุภัณฑ์ และการขนส่งสินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน

## กรณีตัวอย่าง

### ● กรณี เครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน จ.ลำพูน

#### ◎ ที่ตั้งมูลนิธิสวนพุทธธรรม

116 ม.5 บ้านหนองเทียน ต.หนองนาม ถนนเลียงเมือง  
อ.เมือง จ.ลำพูน E-mail:sa.lamphun@gmail.com ติดต่อ คุณกัลยาใหญ่ประสาน  
เบอร์โทร 053-563-780, 085-695-5712

#### ◎ กิจกรรมภาพรวม

กลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน จังหวัดลำพูน เกิดจาก  
จุดเริ่มต้นของโครงการวิจัยฯ เรื่อง นวัตกรรมมองค์กรกับการพัฒนาเครือข่าย  
เกษตรกรรมยั่งยืน จังหวัดลำพูนซึ่งได้รับทุนสนับสนุน จากสำนักงานกองทุน  
สนับสนุนการวิจัย (สกว.) ในปี 2552 โดยงานวิจัยได้เป็นฐานที่สำคัญในการ  
เรียนรู้และการก่อตั้งเครือข่ายมาจนถึงปัจจุบัน

นอกจากนั้น จากการจัดเวทีแลกเปลี่ยนอย่างต่อเนื่องของ  
สถาบันวิจัยหรือภูมูชัย จึงก่อให้เกิด “เครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน”  
ที่เกิดจากการรวบรวมมองค์กรความรู้ของเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดลำพูน และรวม  
ตัวกันของเกษตรกรที่มีแนวคิดและหัวใจเดียวกัน “หัวใจอินทรีย์” ในการขับเคลื่อน  
การทำเกษตรแบบยั่งยืน เพื่อนำไปสู่การขยายผลไปยังเกษตรกรรายอื่นๆ  
ที่สนใจ และผู้บริโภคที่จะได้มีทางเลือกสำหรับการบริโภคอาหารที่สะอาด ปลอดภัย  
จากสารเคมี ซึ่งจะช่วยให้ลดปัญหาด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม โดยเครือข่าย  
มีการจัดการระบบผลิตและการจัดการกลุ่มของสมาชิกในเครือข่าย ทั้งในพื้นที่  
อำเภอบ้านโฮ่ง ทุ่งหัวช้าง ลี้และอำเภอเมืองและมีผลผลิต เช่น ผักสลัด  
ข้าวกล้อง ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ทุ้มข้าว (แปรรูป) พืชสมุนไพร ลำไย และปุ๋ยชีวภาพ  
เป็นต้น



ภาพ กลุ่มเครือข่าย การดำเนินงานและกิจกรรมของกลุ่ม

#### ◎ การจัดการระบบการกระจายสินค้า

กลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน จังหวัดลำพูนมีระบบการ  
กระจายสินค้าโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้เกิดการกระจายสินค้าในช่องทาง  
ที่หลากหลายลูกค้าหรือผู้บริโภคสามารถหาซื้อสินค้าได้อย่างเป็นธรรมและ  
สะดวกตามแหล่งต่างๆ ที่ลูกค้าต้องการและเพื่อให้เกิดการกระจายสินค้าและ  
มีตลาดที่แน่นอนเพื่อสร้างตลาดรองรับผลผลิตและเพิ่มรายได้ให้กับผู้ผลิต

แต่อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมากลุ่มเครือข่ายฯ มีปัญหา ข้อจำกัด  
คือผู้ผลิตหรือกลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีประสบการณ์และศักยภาพเพียงพอ  
ในการจัดการเรื่องการขายและการตลาดเอง ดังนั้น จึงต้องการกระจายสินค้า  
ส่วนใหญ่ต้องผ่านระบบตัวแทนที่เข้ามาจัดการตลาดให้กับผู้ผลิต และสินค้า/

ผลผลิต บางชนิด เช่น ผักสด ผักสลัดและผลไม้ มีอายุในการเก็บรักษาได้ไม่นานจึงทำให้มีข้อจำกัดและต้นทุนสูงในการขนส่ง เช่น การต้องมียุทโธงเย็นในการขนส่ง เป็นต้น โดยกลุ่มเครือข่ายมีรูปแบบระบบการกระจายสินค้าในหลายช่องทางคือ มีทั้งการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตหรือเกษตรกรไปยังผู้บริโภคโดยตรง และผ่านตัวแทนหรือคนกลาง เช่น

กรณีสวนพุทธธรรม หนึ่งในสมาชิกของเครือข่ายซึ่งผลิตผักสลัดจำหน่าย มีระบบการกระจายสินค้าทั้งแบบผ่านตัวแทน โดยการส่งสินค้าไปยังห้างสรรพสินค้าแม็คโคร ทั้งในจังหวัดลำพูน เชียงใหม่และเพชรบูรณ์ ส่งไปตลาดอิมบูญ (ในเชียงใหม่) และส่งตาม Order จากลูกค้าโดยตรง โดยการแพ็คกล่อง ขนส่งทางรถยนต์

ส่วนสมาชิกอีกกลุ่ม คือ กลุ่มโขงสาละวิน ผลิตและแปรรูปข้าวไรซ์เบอร์รี่จำหน่ายและกระจายสินค้าโดยการขายตามการสั่งสินค้าจากลูกค้าโดยตรง (Order) และจัดการส่งสินค้าไปยังลูกค้าทางไปรษณีย์และใช้ระบบจ่ายเงินโอนทางธนาคาร และกลุ่มตอยหลวงผลิตผัก ผลไม้ เช่น ลำไย และปุยชีวภาพจำหน่ายซึ่งกระจายสินค้าโดยมีผู้ซื้อมารับซื้อโดยตรงที่สวนหรือแปลงเช่น บริษัทอาร์ดัมออร์แกนิก เป็นต้น

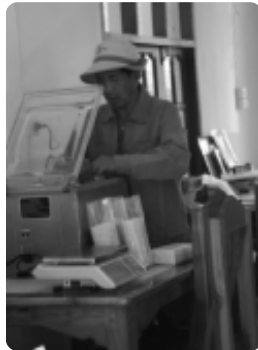
## แผนภาพการกระจายสินค้า กลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน



ทั้งนี้ กลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน จังหวัดลำพูน ได้ให้ความสำคัญกับช่องทางการกระจายสินค้า และมีแบรนด์ มีบรรจุภัณฑ์ที่ดี คือ สะอาด สวยงาม สะดุดตา ระบุชื่อ ผู้ผลิตที่ชัดเจนระบุมาตรฐานรับรอง ระบุรายละเอียดของสินค้า โดยสมาชิกของกลุ่มในเครือข่ายมีการกระจายสินค้าที่หลากหลาย ซึ่งช่องทางการกระจายสินค้าด้วยตัวแทนจำหน่ายมีการออกแบบและวางแผนให้เหมาะสมกับสินค้า เช่น เลือกส่งทางไปรษณีย์ รถประจำทาง รถห้องเย็น เป็นต้น โดยจะพิจารณาตามความเหมาะสมรวมทั้ง ยังมีการเพิ่มมูลค่าของสินค้า เช่น การแปรรูปข้าวไรซ์เบอร์รี่จำหน่ายเพื่อเพิ่มความน่าสนใจของสินค้าและเพิ่มทางเลือกในการพิจารณาซื้อสินค้าให้กับผู้บริโภค เป็นต้น



ภาพ สินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเครือข่าย



ภาพ สินค้า การแปรรูป และการกระจายสินค้าของกลุ่ม

โดยปัจจัยสู่ความสำเร็จของกลุ่มเครือข่ายฯ คือ การพยายามเชื่อมโยงตลาดด้วยสร้างเครือข่ายและขยายฐานการตลาดอยู่ตลอดเวลา และการหาแนวร่วมหรือการสร้างภาคีในการกระจายสินค้า ด้วยการอาศัยช่องทางและการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ เช่น การไปออกงานแสดงสินค้า ของหน่วยงานรัฐ ทั้งในระดับท้องถิ่น หมู่บ้าน ตำบลและจังหวัด เช่น ในกรณีกลุ่มมูลนิธิสวนพุทธธรรม การพยายามเชื่อมโยงตลาดด้วยการใช้สายสัมพันธ์กับญาติธรรมทำให้เกิดช่องทางในการกระจายสินค้าที่ง่ายการสร้างความสำเร็จในสินค้า

● **กรณีสหกรณ์นครผักผลไม้ จำกัด จ.นครศรีธรรมราช**

๑) ที่ตั้ง สหกรณ์นครผักผลไม้ จำกัด

ตั้งอยู่ที่ ศูนย์โอท็อป หมู่ 14 ต.ร่อนพิบูลย์

อ.ร่อนพิบูลย์ จ.นครศรีธรรมราช โทร 08-1963-0273

E-mail:nkongmark@gmail.com ติดต่อ ผู้ประสานงาน

นายณัฐดนัย ทองนอก เบอร์โทร 075-441787,

08-3068-8221 E-mail : bond8064@gmail.com,

นายณรงค์ คงมาก 08-1963-0233

๑) **กิจกรรมภาพรวม**

สหกรณ์นครผักผลไม้จำกัด จ.นครศรีธรรมราชเกิดจากสมาคมชาวสวนผลไม้จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นชาวสวนที่ประสบปัญหา ราคาผลไม้ตกต่ำ โดยจากเดิมได้ขอรับการสนับสนุนรถยนต์ จากองค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) เพื่อหาที่ขายให้กับสมาชิก และหลังจากนั้น ได้มีการพัฒนาเรื่อยมา จนมีสถานที่เพื่อจัดจำหน่ายผลผลิต โดยการสนับสนุนจากอบจ. ตั้งอยู่ที่แยกสวนผัก ตำบลร่อนพิบูลย์ อำเภอร่อนพิบูลย์ จ.นครศรีธรรมราช และได้ตั้งเป็นที่ดำเนินการของสหกรณ์ในเวลาต่อมา ดังนั้น สหกรณ์ฯ จึงเกิดขึ้นอย่างเป็นทางการ ในเดือนพฤษภาคม ปี2556 ซึ่งได้จดทะเบียนเป็นสหกรณ์ และเริ่มดำเนินการมาได้ประมาณ 8 เดือน ซึ่งการดำเนินการที่ผ่านมาของสหกรณ์ต้องประสบปัญหาด้านเงินทุน เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายในช่วงแรกที่น่าไปลงทุนทำเค๊าท์เตอร์ และขึ้นวางผลผลิตหรือสินค้าในศูนย์ OTOP แต่อย่างไรก็ตาม จากผลที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน ที่ผ่านมาของสหกรณ์ฯ สามารถสร้างราคาผลผลิตให้กับเกษตรกรสูงขึ้นได้

ทั้งนี้ สหกรณ์นครผักผลไม้ จำกัด มีสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตผักผลไม้พื้นบ้านตามแนวทางสวนสมรมวิถีของชาวสวนภาคใต้ พื้นที่รวมกันประมาณ 1,000 ไร่ จำนวนสมาชิก 105 ราย โดยพื้นที่กระจายออกไปในหลายอำเภอตามฐานที่อยู่ของสมาชิก ซึ่งมีผลผลิตมีทั้ง ผักพื้นบ้าน เช่น ผักกูด ผักเหลียง ชะอม ทำม้ง เป็นต้น และผลไม้ประจำถิ่นภาคใต้ เช่น มังคุด เงาะทุเรียน ลองกอง เป็นต้น





### ภาพ กลุ่มสหกรณ์นครผักและผลไม้ จำกัด จ.นครศรีธรรมราช

#### ๑ การจัดการระบบการกระจายสินค้าเกษตรปลอดภัย

สหกรณ์นครผักผลไม้จำกัด จ.นครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์ในการจัดการระบบการกระจายสินค้า เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคสามารถหาซื้อสินค้าได้อย่างเป็นธรรมและสะดวก เกิดการกระจายสินค้าและมีตลาดที่แน่นอน เพื่อสร้างตลาดรองรับผลผลิตและเพิ่มรายได้ให้กับสมาชิกสหกรณ์ (ผู้ผลิต)

แต่อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมาสหกรณ์ฯ ยังประสบปัญหา ข้อจำกัด คือ ผู้ผลิตหรือสมาชิกกลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีประสบการณ์และศักยภาพเพียงพอ ในการจัดการเรื่องการขายและการตลาดเอง ดังนั้น จึงต้องการกระจายสินค้าผ่านระบบตัวแทนที่เข้ามาจัดการตลาดให้ รวมทั้ง สินค้าส่วนใหญ่มีอายุในการเก็บรักษาได้ไม่นานจึงทำให้มีข้อจำกัดและต้นทุนสูงในการขนส่ง

สำหรับระบบการกระจายสินค้าของสหกรณ์ฯ เริ่มจาก สหกรณ์จะเป็นผู้รวบรวมผลผลิตจากสมาชิก ดังนี้ ผักกูด ปริมาณวันละ 1,000 มัดๆ ละ 200 กรัม ผักเหลียง ปริมาณวันละ 300 มัดๆ ละ 150 กรัม ตำมั่ง ปริมาณวันละ 50 มัดๆ ละ 150 กรัม ชะอม ปริมาณวันละ 100 มัดๆ ละ 150 กรัม เเจาะ ปีละ 300 ตัน มังคุด ปีละ 1,000 ตัน ทุเรียนพื้นบ้าน ปีละ 100 ตัน และลองกอง ปีละ 50 ตัน

โดยมีระบบการกระจายสินค้าของสหกรณ์ คือ สหกรณ์จะเป็นผู้รวบรวมสินค้าหรือผลผลิตของสมาชิกและกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคโดยตรง และผ่านตัวแทนหรือคนกลาง เช่น คู่ค้าที่เป็น Modern Trade อาทิ กลุ่มเซ็นทรัล กลุ่มเดอะมอลล์ (ผักผลไม้) ตลาดผู้บริโภคในโรงงานอุตสาหกรรมเขตสมุทรปราการประมาณ 10 บริษัท และตลาดดอก. (สำหรับผลไม้ในฤดู)

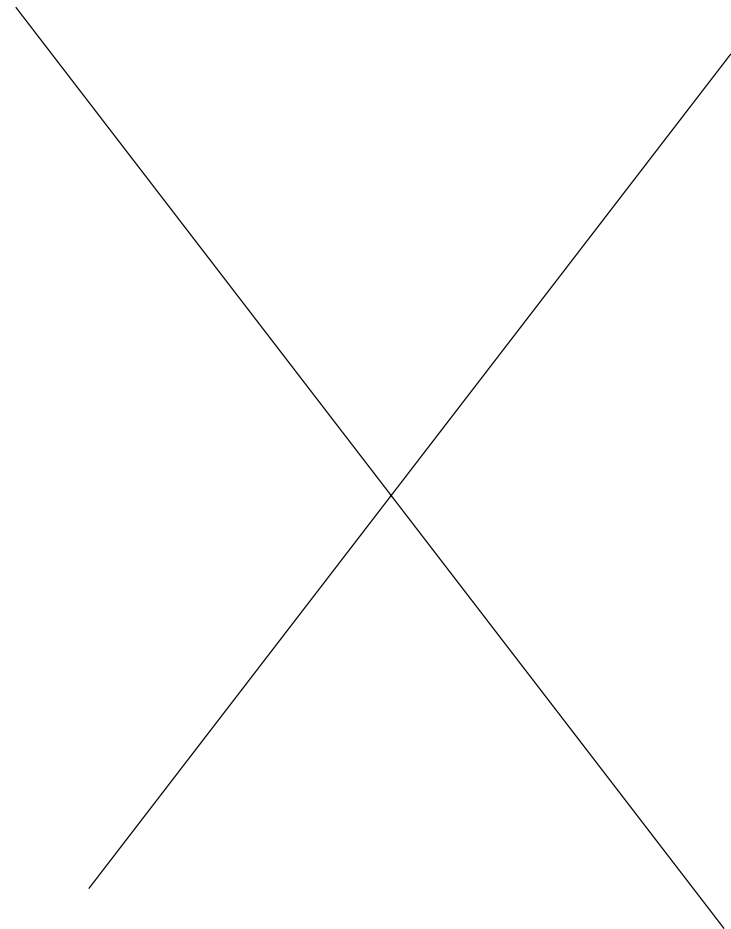
นอกจากนั้น ยังมีตลาดในเมืองเพื่อจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม คือ ผักกูดโดยมีสมาชิกจัดส่งผลผลิตให้กับสหกรณ์ประมาณ 3-4 ราย และสหกรณ์จะนำผลผลิตมาทำการแพ็คกิ้งใช้ถุงพลาสติก และส่งขายโดยรถห้องเย็น ซึ่งที่ผ่านมา ได้มีการทดลองในการแพ็คกิ้งและการเก็บรักษาในหลายรูปแบบจนได้ผล คือ สามารถเก็บผักกูดได้นานถึง 7 วัน ซึ่งผักกูดที่แพ็คใส่ถุง 1 กำ มีปริมาณมีน้ำหนัก 2 ชีด และจัดส่งทางรถห้องเย็นครั้งละประมาณ 1,500 -1,700 กำ โดยส่ง 3 วัน/ครั้ง สมาชิกส่งผักกูดขายสหกรณ์ฯ กำละ 5.50 บาท

สำหรับปัจจัยสู่ความสำเร็จของสหกรณ์ฯ คือ นอกจากการอาศัยตัวแทนหรือคนกลาง มาช่วยกระจายสินค้าหรือผลผลิตแล้ว แต่สหกรณ์ฯ ยังพยายามเชื่อมโยงตลาดด้วยสร้างเครือข่ายและขยายฐานการตลาดอยู่ตลอดเวลา โดยการหาแนวร่วมหรือการสร้างภาคีในการกระจายสินค้า เช่น เครือข่ายเกษตรปลอดภัยในภาคอื่นๆ เช่น จังหวัดตราด การอาศัยช่องทางและการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ เช่น การไปออกงานแสดงสินค้า ของหน่วยงานรัฐ ทั้งในระดับท้องถิ่นและต่างจังหวัด

นอกจากนี้ขณะนี้สหกรณ์ฯ ดำเนินการสร้างระบบการตรวจสอบย้อนกลับ ได้เฉพาะผลผลิตที่เป็นผลไม้ เช่น เงาะ และมังคุด โดยมีการติดบาร์โค้ดที่ตะกร้าบรรจุผลไม้ และสามารถเข้าไปตรวจสอบฐานข้อมูลของสมาชิกได้ที่ [www.thaisouthfruit.com](http://www.thaisouthfruit.com) ซึ่งจะมีภาพเจ้าของแปลงกำลังพัฒนาทำระบบตรวจสอบย้อนกลับผักกูด โดยขณะนี้ กำลังรอแปลงให้สมบูรณ์หลังจากต้องประสบปัญหาน้ำท่วมที่ผ่านมา นอกจากนี้สหกรณ์ฯ ยังมีช่องทางในการกระจายสินค้าผ่าน Facebook ของสหกรณ์ฯ และมีหน่วยงานภายนอกอย่างมูลนิธิสมาชิพที่ได้สนับสนุนให้ใช้พื้นที่จำหน่ายสินค้าทางเว็บไซต์อีกด้วย แต่ปัจจุบันยังอยู่ในขั้นตอนของการวางแผนทางในการดำเนินการและประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Facebook อยู่



ภาพ สินค้า/pawผลิต การรวบรวมและช่องทางกระจายสินค้าของสหกรณ์นครพิภกและผลไม้ จำกัด จ.นครศรีธรรมราช



# สารบัญ

## คำนำ

ตามที่โครงการเพิ่มศักยภาพชุมชนด้านเกษตรปลอดภัยด้วยกระบวนการเรียนรู้ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ทั้งนี้ในปีแรก(2556/2557) ได้มีการออกแบบและพัฒนาระบบการเชื่อมโยงตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ ในการผลิตที่ปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ใน 6 ระบบได้แก่ ระบบมาตรฐานความปลอดภัยของผลผลิตทางการเกษตร ระบบการผลิตและการจัดการ ระบบการกระจายสินค้า ระบบการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ระบบเชื่อมโยงผู้บริโภค ระบบการเรียนรู้และฐานข้อมูล โครงการจึงได้วิเคราะห์ข้อมูลจากการดำเนินกิจกรรมโครงการและสรุปเป็น แนวคิด หลักการ วัตถุประสงค์ ปัญหาข้อจำกัดที่ผ่านมา รูปแบบ ข้อควรพิจารณาในการดำเนินการและปัจจัยสู่ความสำเร็จในเรื่องการจัดการกลุ่มและเครือข่าย การจัดการระบบการผลิตเกษตรอินทรีย์ การจัดการระบบมาตรฐานความปลอดภัยด้านเกษตรและอาหาร การจัดการระบบการกระจายสินค้า การจัดการระบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์ และเชื่อมโยงผู้บริโภคเกษตรปลอดภัยและการจัดการเรียนรู้และฐานข้อมูลโดยแยก จัดพิมพ์เป็น 6 เรื่อง

สำหรับการจัดการระบบการกระจายสินค้ามีความสำคัญและต้องได้รับการจัดการอย่างเหมาะสมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีการส่งจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภคผ่านช่องทางต่าง ๆ เน้นระดับกลุ่มและเชื่อมโยงกับระบบอื่น ๆ ไปพร้อมกัน มีรูปแบบการกระจายสินค้าที่หลากหลายและเน้นการกระจายสินค้าที่ต้นทุนไม่สูง รวมทั้งการกระจายสินค้าที่ตกลงร่วมกันระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ทั้งนี้มีกรณีตัวอย่างคือเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน จังหวัดลำพูน สหกรณ์นครผักผลไม้จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช

โครงการฯจึงขอขอบคุณคณะผู้เรียบเรียงและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดทำเอกสารเล่มนี้จนสำเร็จ และหวังว่าเอกสารเล่มนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจทั่วไป

โครงการการเพิ่มศักยภาพชุมชนด้าน  
เกษตรปลอดภัยผ่าน ICT  
พฤษภาคม 2557

### หน้า

แนวคิด หลักการ

1

วัตถุประสงค์

5

ปัญหาข้อจำกัดที่ผ่านมา

5

รูปแบบระบบการกระจายสินค้า

6

ข้อควรพิจารณาในการดำเนินการ

8

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ

9

กรณีตัวอย่าง

10

เครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน จังหวัดลำพูน

10

สหกรณ์นครผักผลไม้ จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช

15

## การจัดการระบบการกระจายสินค้า

---

- \* **ที่ปรึกษา** รศ. บำเพ็ญ เขียวหวาน  
รศ.ดร. เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ
- \* **ผู้เรียบเรียง** นางสาวจุไรพร จิตพิทักษ์, รศ.ดร.ลัจจา บรรจงศิริ
- \* **พิมพ์ครั้งที่ 1** พฤษภาคม 2557
- \* **จำนวนพิมพ์** 200 เล่ม
- \* **สนับสนุนโดย** สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
- \* **จัดพิมพ์โดย** โครงการการเพิ่มศักยภาพชุมชนด้านเกษตรปลอดภัยด้วย  
กระบวนการเรียนรู้ผ่าน ICT ศูนย์จัดการทรัพยากร  
เพื่อท้องถิ่น (CRC) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช  
โทร. 0-2504-7777 ต่อ 8083  
มือถือ 081-964-2969 โทรสาร 0-2503-3578  
E-mail:kppproject2556@gmail.com  
<http://foodsafetythai.com>
- \* **พิมพ์ที่** บริษัทนิเวศธรรมดาการพิมพ์ (ประเทศไทย) จำกัด  
202 ซอยกรุง 57 แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120



## การจัดการระบบการกระจายสินค้า

โครงการการเพิ่มศักยภาพชุมชนด้านเกษตรปลอดภัยด้วยกระบวนการ  
เรียนรู้ผ่าน ICT ศูนย์จัดการทรัพยากรเพื่อท้องถิ่น (CRC)  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช