

## บทที่ 5

# สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

### 5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาช่องทางการจำหน่ายส้มโอของกลุ่มพัฒนาคุณภาพส้มโอ จังหวัดสมุทรสงคราม สรุปได้ดังนี้

กลุ่มพัฒนาคุณภาพส้มโอจังหวัดสมุทรสงครามมีช่องทางการจำหน่ายส้มโอในต่างประเทศ ประมาณ ร้อยละ 30 ได้แก่ ประเทศจีน และช่องทางการจำหน่ายส้มโอภายในประเทศ ประมาณ ร้อยละ 70 ได้แก่ ตลาดภายในท้องถิ่นและตลาดภายนอกท้องถิ่น

ช่องทางการจำหน่ายภายในท้องถิ่น เช่น ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำบางน้อย อุทยาน ร.2 คอนฮอยหลอด วัดเพชรสมุทรวรวิหาร(วัดบ้านแหลม) ร้านอาหาร ร้านค้าทั่วไป

การพัฒนาช่องทางการจำหน่ายภายในท้องถิ่น ได้แก่ การจัดงานเทศกาลส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงคราม ณ.บริเวณศาลากลางจังหวัดสมุทรสงคราม ตั้งแต่วันที่ 31 มกราคม ถึงวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2556 จำนวน 4 วัน โดยความร่วมมือสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆของจังหวัดสมุทรสงคราม ทำให้สมาชิกกลุ่มพัฒนาคุณภาพส้มโอ มีรายได้เฉลี่ยจากการจำหน่ายผลผลิตส้มโอในงานเทศกาลได้ 19,750 บาท/วัน/ราย รูปแบบสินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นส้มโอผลสด ซึ่งขายได้เฉลี่ยราคาผลละ 66.88 บาท และหากขายเป็นกิโลกรัมเฉลี่ยกิโลกรัมละ 32.63 บาท มีรายได้จากการขายส้มโอผลสดเฉลี่ย 19,300 บาท/วัน/ราย รูปแบบการขายส่วนน้อยที่เป็นส้มโอแคะเนื้อพร้อมรับประทานบรรจุาดโฟมถาดละ 6-7 กติบ ขายเฉลี่ยแพคละ 28.33 บาท มีรายได้จากการขายส้มโอแคะเนื้อพร้อมรับประทานเฉลี่ย 533.33 บาท/วัน/ราย

ช่องทางการจำหน่ายภายนอกท้องถิ่น เช่น ตลาดไท ปากคลองตลาด ห้างสรรพสินค้า โมเดิร์นเทรด ได้แก่ บิ๊กซี โลตัส สยามพารากอน อิมโพเรียม เดอะมอลล์กรุ๊ป และออกงานเทศกาลเป็นครั้งคราวที่เขตลพบุรีระดม 2 และเขตลพบุรีนเกล้า

การพัฒนาช่องทางการจำหน่ายภายนอกท้องถิ่น ได้แก่ การทดลองเปิดตลาดจำหน่ายในงานเกษตรเจ้าคุณทหาร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สามารถจำหน่ายในงานมีรายได้เฉลี่ย 1,293 บาท/วัน รูปแบบสินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นส้มโอผลสด และบางส่วนเป็นส้มโอแคะเนื้อพร้อมรับประทานบรรจุาดโฟมถาดละ 3-4 กติบ สำหรับการพัฒนาช่องทางการจำหน่าย ณ.ห้องเครื่องพระที่นั่งอัมพรสถาน โครงการสายใยรักแห่งครอบครัวฯ วังสุโขทัยตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2555 ถึงเดือน กุมภาพันธ์ 2556 สามารถจำหน่ายผลผลิตได้รวมเป็นเงิน 99,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.33 ของผลผลิตส้มโอทั้งหมดของกลุ่มฯ รูปแบบสินค้าที่จำหน่ายทั้งหมดเป็นส้มโอแคะเนื้อพร้อมรับประทานบรรจุาดโฟมถาดละ 1 กติบ

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มพัฒนาคุณภาพส้มโอ จังหวัดสมุทรสงครามมีความร่วมมืออย่างดียิ่งกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้าส้มโอของกลุ่มฯ มีความพยายามที่จะค้นหาความต้องการของลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย และผลิตสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของคอตเลอร์และชาทท์แมน (Kotler&Zaitman.1971) จะเห็นว่าทางกลุ่มไม่หยุดนิ่งเพียงช่องทางการจำหน่ายเดิมๆที่เคยจำหน่ายอยู่ โดยให้ร่วมมือกับผู้วิจัยในการทดลองเปิดตลาดภายนอกท้องถิ่น ในงานเกษตรเจ้าคุณทหาร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง แม้ว่าจะมียอดขายไม่มากนักแต่มีผลบวกคือทำให้สินค้าคุณภาพของกลุ่มฯ ซึ่งผ่านการรับรองมาตรฐาน GAP (Good Agricultural Practice) เป็นที่รู้จักมากขึ้นในวงวิชาการ นอกเหนือจากงานวันเกษตรแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่ทางกลุ่มฯ ได้เคยนำไปแสดงในงาน รวมทั้งให้ความร่วมมือในการเปิดช่องทางการจำหน่ายใหม่ ณ.ห้องเครื่องพระที่นั่งอัมพรสถาน โครงการสายใยรักแห่งครอบครัวฯ วังสุโขทัย ซึ่งต้องผ่านขั้นตอนหลายขั้น รวมถึงการตรวจสอบสารพิษเจือปนในผลิตภัณฑ์ส้มโอของกลุ่ม ซึ่งผลิตภัณฑ์ส้มโอทั้งหมดของกลุ่มฯ มีความปลอดภัยจากสารพิษ ตลอดจนการปรับรูปแบบของสินค้าเป็นส้มโอแกะเนื้อพร้อมรับประทานบรรจุภาชนะ 1 กิโลกรัมที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในวังสุโขทัย ซึ่งทางกลุ่มฯ ยังไม่เคยผลิตมาก่อน ทำให้สินค้าส้มโอของกลุ่มฯ ได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า เกิดความต้องการสินค้าต่อเนื่อง สอดคล้องกับ สุมาลี สุนทรนฤงษ์ และลาวัลย์ ฉัตรวิรุพท์ (2541) ที่กล่าวว่าบรรจุภัณฑ์เป็นภาชนะที่ใช้ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ปัจจุบันการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคไม่ได้ขึ้นอยู่กับชนิดและคุณภาพของสินค้าเพียงอย่างเดียวแต่ยังขึ้นอยู่กับรูปแบบและลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่ห่อหุ้มอยู่ภายนอกสินค้านั้นด้วย ภาชนะบรรจุภัณฑ์ทางกลุ่มฯ ใช้ภาชนะที่เบา ใช้งานได้ง่ายสะดวก รวดเร็ว และยังคงรักษาความสะอาดของส้มโอที่แกะเปลือกออกแล้วจนถึงมือลูกค้า สอดคล้องกับ สุชาติ ดวง เรืองรุจิระ (2538) ที่กล่าวถึงวัสดุที่นำมาใช้เป็นภาชนะบรรจุเพื่อให้เกิดความสะดวกในการใช้สอย รักษาคุณภาพ สะดวกในการขนส่งและเพื่อการสื่อสารต่างๆ ตัวบรรจุภัณฑ์ช่วยสื่อความหมายของสินค้ารวมทั้งตราสินค้าที่ทางกลุ่มฯ ได้ปรับปรุงให้มีขนาดเล็กลงเพื่อสื่อให้เห็นถึงความน่ารับประทานของส้มโอแกะเนื้อพร้อมรับประทาน การเปิดช่องทางการจำหน่ายใหม่ ณ.ห้องเครื่องพระที่นั่งอัมพรสถาน โครงการสายใยรักแห่งครอบครัวฯ วังสุโขทัย ทำให้กลุ่มฯ ได้รับประสบการณ์และเรียนรู้ในการผลิตสินค้าแบบปราณีต กลุ่มฯ เกิดความภาคภูมิใจที่ได้มีโอกาสผลิตสินค้าส่งให้กับวังสุโขทัย เป็นการสร้างชื่อเสียง และ ยกย่องสินค้าส้มโอของกลุ่มฯ ให้สูงขึ้นอีกระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตามช่องทางการจำหน่ายนี้มีต้นทุนค่อนข้างสูงมีความละเอียดปราณีตในการผลิต การพัฒนาช่องทางการจำหน่ายภายนอกท้องถิ่นในการวิจัยครั้งนี้จึงเป็นช่องทางที่จะเสริมภาพลักษณ์ ยกย่องตลาดและเป็นทางเลือกของสินค้าส้มโอให้กับกลุ่มฯ มากกว่าที่จะเป็นช่องทางที่ทำรายได้หลักให้กับกลุ่มฯ

สำหรับการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายภายในท้องถิ่น ได้แก่ การจัดงานเทศกาลส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงคราม ณ.บริเวณศาลากลางจังหวัดนั้น เป็นช่องทางการจำหน่ายในท้องถิ่นที่

น่าสนใจมาก สามารถเพิ่มรายได้จากการจำหน่ายส้มโอเฉลี่ยสูงถึง 19,750 บาท/วัน/ไร่ และเป็นช่องทางจำหน่ายที่ลงทุนต่ำ มีค่าขนส่งน้อย มีชั่วโมงการจำหน่ายต่อวันได้นาน สมาชิกกลุ่มฯใช้เวลาที่จำหน่ายอยู่ในงานเฉลี่ยถึง 9.33 ชั่วโมง เพราะใกล้บ้าน ทั้งนี้การพัฒนาช่องทางจำหน่ายในงานเทศกาลส้มโอของจังหวัดเกิดขึ้นได้เนื่องจากการเล็งเห็นความสำคัญของส้มโอขาวใหญ่ พิษณุตรัฐกิจท้องถิ่นของจังหวัด โดยความร่วมมือสนับสนุนอย่างดีจากหน่วยงานต่างๆทุกภาคส่วนของจังหวัดสมุทรสงคราม

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

หน่วยงานต่างๆทุกภาคส่วนของจังหวัดสมุทรสงคราม ควรร่วมมืออย่างเข้มแข็งในการจัดงานเทศกาลส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงคราม ในพื้นที่ของจังหวัดอย่างต่อเนื่องต่อไปเป็นประจำทุกปี หรืออาจจัดเพิ่มเป็นปีละ 2 ครั้งและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยอาจผนวกไปกับการท่องเที่ยวของจังหวัด ซึ่งปัจจุบันมีลูกค้าทั้งภายในและต่างประเทศสนใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม จำนวนมาก เพราะอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯและมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่ง หลายรูปแบบของการท่องเที่ยว โดยผนวกในช่วงเทศกาลจัดงานวันส้มโอให้มีโปรแกรมการเชิญชวนนักท่องเที่ยวมารับประทานและเชิญชวนการซื้อสินค้าส้มโอจะช่วยขยายการจำหน่ายส้มโอของสมาชิกกลุ่มฯและเกษตรกรผู้ผลิตของจังหวัดได้มากขึ้น เกิดกำลังใจในการผลิตส้มโอให้ยั่งยืนได้ต่อไป