

เครือข่ายกระจายสินค้า กับการไปรษณีย์ไทย*

ท่ามกลางวิกฤติภาวะการณ์เศรษฐกิจที่ทรุดตัวลงอย่างรวดเร็ว และกำลังจุดลากเศรษฐกิจโลกลงอย่างเลวร้ายในรอบหลายสิบปีนี้ ส่งผลกระทบต่อเนื่องมายังประเทศไทย ภาวะค่าครองชีพที่อยู่ในระดับสูง ความยากลำบากของโอกาสการทำงานในอนาคตประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศในแทบทุกสาขาอาชีพ ทั้งผู้ผลิต ผู้บริโภค ประชาชนต่างล้วนได้รับผลกระทบทั้งสิ้น วิกฤตินี้ส่งผลให้ประชาชนชาวไทยตระหนักได้ว่า การวิ่งตามกระแสทุนนิยมโลกนั้นไม่เพียงพอต่อการอยู่รอด เราจะต้องยืนอยู่ได้ด้วยตัวของเราเอง ไม่ติดที่แบรนดเนม การซื้อหรือใช้สินค้าโดยมองในเรื่องของคุณค่าเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ รวมไปถึงแนวคิดเรื่องสหกรณ์ตอบโจทย์นี้ได้เป็นอย่างดีแน่นอนอยู่แล้วว่า แนวคิดหลักของการจัดตั้งสหกรณ์คือการจัดให้มีการซื้อขายสินค้าอุปโภคบริโภคในราคาที่เป็นธรรม ให้โอกาสแก่ผู้คนในท้องถิ่นแดนไกล เป็นความเอื้ออาทรต่อชุมชนพื้นที่ที่เป็นรากฐานของสังคมไทยที่มีส่วนช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลดต้นทุนที่สูงขึ้นจากการผ่านพ่อค้าคนกลาง วิธีที่จะช่วยประหยัดและลดค่าใช้จ่ายให้เกิดขึ้นได้ทางหนึ่งคือ การกระจายสินค้าที่สามารถลดต้นทุนการขนส่ง

การดำเนินการโครงการวิจัยเครือข่ายคุณค่ากระจายสินค้าริเริ่มขึ้นภายใต้แกนประสานของสถาบันวิชาการด้านสหกรณ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด เพื่อดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมร่วมกัน โดย บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด มีแผนงานที่จะขยายกรอบภารกิจพัฒนาสำนักงานไปรษณีย์ทั่วประเทศ เพื่อจัดหาสินค้ามาจำหน่ายในร้านไปรษณีย์และสำนักงานไปรษณีย์ทุกจังหวัด สถาบันวิชาการ

ด้านสหกรณ์ มีแผนงานการเชื่อมโยงเครือข่ายพันธมิตรภายใต้การดำเนินการชุดโครงการวิจัยเครือข่ายคุณค่ากระจายสินค้า เพื่อการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การรณรงค์ให้คนในชาติเห็นคุณค่าสหกรณ์และปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ตลอดจนการพัฒนาช่องทางกระจายสินค้าเพื่อนำผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์และชุมชนมาพัฒนา รูปแบบและลักษณะที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและมีคุณภาพเพื่อแสดงถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สหกรณ์และชุมชน โดยการกระจายสู่ผู้บริโภคในรูปแบบการขายตรงและขายผ่าน Outlet ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ด้วยราคาที่เป็นธรรม ดังนั้นจึงถือเป็นโอกาสดีที่ภาคพันธมิตรจะได้ร่วมมือกันดำเนินการโครงการดังกล่าว เพื่อการบรรลุเป้าหมายร่วมกัน



งานของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นงานให้บริการไปรษณีย์แก่ประชาชนทั่วไปและพัฒนาการให้บริการเชิงธุรกิจ เพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและเอื้อประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง และด้วยที่ทำการไปรษณีย์ ทั่วประเทศมีจำนวนถึง 1,177 แห่ง และในทุกจุดของแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทย อาทิ ปาย –เกาะช้าง-ภูเก็ท –เชียงใหม่ –เชียงราย เป็นที่รวมของนักท่องเที่ยวที่สามารถทำตลาดได้ อีกทั้งมีการบริการส่งสินค้าไปต่างประเทศในอัตราพิเศษด้วยการจัดส่งสินค้าตามพื้นที่ว่างประเภทกรอบกำหนดของเวลาใน 7 วัน

โครงการวิจัยเครือข่ายคุณค่ากระจายสินค้า เห็นว่ากระบวนการจัดหาและกระจายสินค้าสหกรณ์และชุมชน เพื่อช่วยเผยแพร่ภาพลักษณ์สหกรณ์และชุมชนแก่กลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางจำหน่ายในร้านไปรษณีย์ไทยเป็นช่องทางสำคัญช่องทางหนึ่งของการกระจายสินค้า ได้เริ่มดำเนินการโดย





“
งานของบริษัท โปรษณีย์ไทย จำกัด
เป็นงานให้บริการโปรษณีย์ แก่ประชาชน
ทั่วไปและพัฒนาการให้บริการเชิงธุรกิจ
เพื่อช่วยยก ระดับคุณภาพชีวิต
และเอื้อประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ
ของประเทศไทย
”

1. ประชุมวางกรอบการทำงานร่วมระหว่างนักวิจัยสถาบัน
วิชาการด้านสหกรณ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และผู้แทนบริษัท
โปรษณีย์ไทย จำกัด คุณสมชาย ธรรมเวช ผู้จัดการฝ่ายตลาดการ
เงินและค้าปลีก บริษัท โปรษณีย์ไทย จำกัด นักวิจัยจากบริษัท
โปรษณีย์ไทย และผู้แทนนักวิจัยจากบริษัท โปรษณีย์ไทย จำกัด
คุณพัชรินทร์ อินทเขตสมบุรณ์ หัวหน้าส่วนอัตราค่าบริการ ปณท.,
คุณวรวิทย์ สุขสาสนี หัวหน้าส่วนตลาดค้าปลีก ปณท. เกี่ยวกับ
ชนิด/รูปแบบของผลิตภัณฑ์และกระบวนการบริหารจัดการเครือ
ข่ายกระจายสินค้า สินค้าที่บริษัท โปรษณีย์ไทย จำกัด พิจารณา
ต้องเป็นสินค้าที่ 1. จะต้องแตกต่าง มีจุดขายและเป็นที่ยอมรับโดยตัว
ของสินค้าเอง เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค 2. สินค้าจะต้องไม่มีวาง
จำหน่ายโดยทั่วไป หรือหาซื้อได้ง่าย ส่วนการวางสินค้าจำหน่ายที่
โปรษณีย์มี 2 ประเภท คือซื้อขาด และฝากขาย โดยข้อจำกัดด้าน
สถานที่สำหรับวางสินค้า ส่วนใหญ่จะใช้วางเฉพาะตัวอย่างสินค้า
และคู่มือแนะนำสินค้า (แคตตาล็อกสินค้า)



2. จัดประชุมชี้แจงทำความเข้าใจ พร้อมกับคัดสรรสินค้า
สหกรณ์และสินค้าชุมชนที่ได้มาตรฐานเข้าร่วมโครงการจัดทำคู่มือ
แนะนำสินค้า (แคตตาล็อกสินค้า) เพื่อจัดจำหน่ายในลักษณะการ
ตลาดขายตรง ร่วมกับบริษัทโปรษณีย์ จำกัด เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน
2551 ณ ห้อง 601 อาคารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
โดยส่งหนังสือขอความร่วมมือจากสหกรณ์จังหวัด 77 จังหวัด
นักวิจัยได้ขอข้อมูลสินค้าและผลิตภัณฑ์โดยมีรายละเอียดใน
เรื่อง 1. รายละเอียดข้อมูลกลุ่ม 2. รายละเอียดสินค้า 3. มาตรฐาน
ที่ได้รับ 4. หน่วยงานรับที่ให้การสนับสนุน 5. ปัญหา / ข้อจำกัดของ
กลุ่ม

ปัญหาและข้อจำกัดของกลุ่มที่ได้จากผู้เข้าร่วมการประชุม
จำนวน 46 คน จาก 39 กลุ่ม และจากการศึกษาสภาพปัญหา
และอุปสรรคที่พบคือ

2.1. การตลาดและการประชาสัมพันธ์ / ไม่มีสถานที่จัด
จำหน่ายเอง / การประชาสัมพันธ์น้อย / มี Order น้อยแต่มีแรงงาน
มาก / ไม่สะดวกในการฝากขายสินค้า / สินค้าของกลุ่มไม่เป็นที่
รู้จัก

2.2. สนับสนุนของภาครัฐไม่ต่อเนื่อง

2.3. ผลิตภัณฑ์ อายุของผลิตภัณฑ์ / ผลิตภัณฑ์ถูกความร้อน
ไม่ค่อยได้ / อยากเพิ่มสินค้าตัวใหม่ๆ แต่ยังไม่มีความรู้

สินค้าสหกรณ์ยังมีรูปแบบที่ต้องการการพัฒนาให้ดึงดูดความ
สนใจ รวมถึงการพัฒนา

Packaging พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของ
ตลาดมากยิ่งขึ้น จำเป็นต้องเพิ่มความรู้ด้านความต้องการของ ตลาด
เพื่อให้สามารถวางแผนการผลิตได้อย่างเหมาะสม สร้างความมั่นใจ
ให้สินค้าด้วยระบบการตรวจสอบย้อนกลับจัดอบรมการวัดประ-
สิทธิภาพของ

การผลิตสินค้าการรับรองศักยภาพในการผลิตของผู้ผลิตส่วน
ใหญ่ ที่จะสามารถผลิตได้ ตามความต้องการของการสั่งซื้อของผู้
บริโภค ยังไม่แน่นอน



2.4. บรรจุก้นท์ การออกแบบ / และบางกลุ่มมีผลิตภัณฑ์หลากหลายต้องลงทุนด้านบรรจุก้นท์ที่สูงมาก

2.5. ขนย้าย ขนส่งสินค้าลำบาก ค่าใช้จ่ายในการนำสินค้าออกแสดงสูง ไม่คุ้มกับค่าขนส่งเพราะอยู่ห่างไกลจากตัวจังหวัดไกลจากที่แสดงสินค้า

3. เมื่อคัดสรรสินค้าแล้ว ได้ดำเนินการจัดทำคู่มือแนะนำสินค้าสหกรณ์ (แคตตาล็อกสินค้าสหกรณ์) โดย

3.1. ช่องทางประชาสัมพันธ์ผ่านทางวารสารคนสหกรณ์ และ website www.cai.ku.ac.th ให้สั่งซื้อได้ทางไปรษณีย์

3.2. จัดส่งคู่มือแนะนำสินค้าสหกรณ์ (แคตตาล็อกสินค้าสหกรณ์) ทางไปรษณีย์ถึงกลุ่มเป้าหมายในเขตกรุงเทพและปริมณฑล รวมถึงภูมิภาคไทยอุดหนุนสินค้าสหกรณ์ไทย ให้โอกาสแก่ชุมชนท้องถิ่น

ในรูปแบบกระจายรายได้อย่างยุติธรรมในสังคมสหกรณ์ ในชุมชนที่แบ่งปัน และเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ซึ่งกันและกัน ช่วยให้ผู้ผลิตในท้องถิ่นยังชีพสานต่อชุมชนให้เข้มแข็ง มีการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนระหว่างนี้อยู่ระหว่างการจัดทำคู่มือแนะนำสินค้าสหกรณ์ (แคตตาล็อกสินค้าสหกรณ์)

4. การเพิ่มหมวดอร่อยกับสหกรณ์ ต่อยอดจากอาหาร 4 ภาค ในแบบเชิญชวนรายการอาหารอร่อยทั่วไทย โดยได้ขอความร่วมมือกับบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ขณะนี้อยู่ระหว่างขอความร่วมมือจากสหกรณ์จังหวัด 77 จังหวัดคัดรายการที่สุุดอาหารสหกรณ์ของแต่ละจังหวัด และนักวิจัยจากบริษัทไปรษณีย์ไทยจะได้พิจารณาคัดในเบื้องต้นเพื่อเชิญให้นำอาหารมาจริงในขั้นตอนที่สื่องก่อนจะบรรจุเข้าร่วมในรายการ

พร้อมกันจะได้พัฒนาอาหารว่างสำหรับการประชุมจากสินค้าสหกรณ์เป็นรูปแบบของ Snack 5 รายการ และประชาสัมพันธ์รวมถึงในแคตตาล็อกชุมชนของสหกรณ์ เพื่อให้คนสหกรณ์มีโอกาสสนับสนุนสินค้าสหกรณ์ด้วยตนเองผ่านระบบจัดส่งทางไปรษณีย์ที่ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตนเอง

5. การติดตามประเมินผลการดำเนินการติดตาม ประเมินผลเมื่อมีการสั่งซื้อสินค้านี้ระหว่างกลุ่มเป้าหมายคือผู้บริโภคจากคู่มือแนะนำสินค้าสหกรณ์ (แคตตาล็อกสินค้าสหกรณ์) แล้วจะได้มีแบบสอบถามความพึงพอใจและความคิดเห็นทั้งตัวสินค้าเองและการจัดส่งทาง ไปรษณีย์ ทั้งจากผู้ผลิตและผู้บริโภคต่อไป

ช่องทางเครือข่ายกระจายสินค้าโดยคู่มือแนะนำสินค้าสหกรณ์ (แคตตาล็อกสินค้าสหกรณ์) กับการไปรษณีย์ไทยจึงเป็นโอกาสอันดีที่จะช่วยลดต้นทุนการกระจายสินค้าและเป็นปัญหาของชุมชนสหกรณ์หากการศึกษาแนวทางการเข้าสู่ระบบได้ดำเนินการและให้ข้อมูลแก่ชุมชนต่อไป

