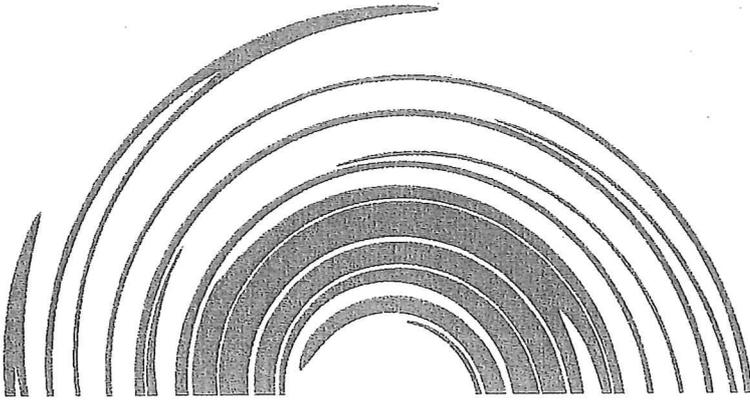




การประชุมสังคมนศาสตร์วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12

“ การพัฒนาภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์เพื่อความยั่งยืนของชุมชน ท้องถิ่น สังคมไทย และอาเซียน ”

14 มกราคม 2559 ณ หอประชุมใหญ่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

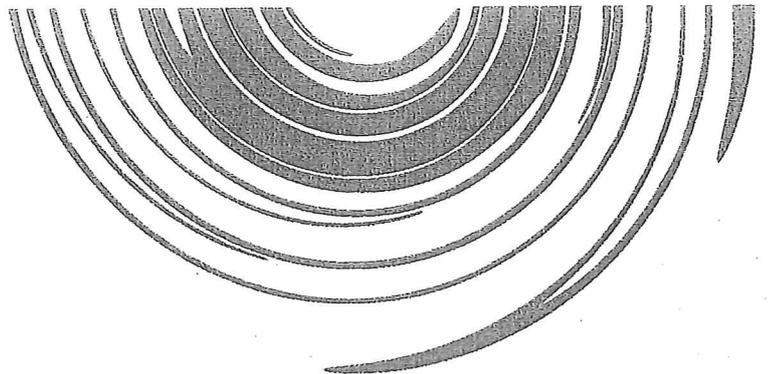


The 12th National and International Symposium of Social Sciences

“ Development under Globalization Stream for
Sustainability of Local Communities
in Thai Society and ASEAN ”

14 January 2016

The Grand Conference Hall, Chiang Rai Rajabhat University



สำนักวิชาสังคมนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์ลำปาง

วิทยาลัยครูหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความวิจัย (ภายนอก)

โครงการสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ 12

“การพัฒนาภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์เพื่อความยั่งยืนของชุมชน ท้องถิ่น สังคมไทย
และอาเซียน”

- | | |
|--|--|
| 1. ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.มนัส สุวรรณ | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวารธน์ วิงวอน | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.มนตรี พิริยะกุล | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ วังษ์บุรณาวาทย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง |
| 7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกวรรณ อุ่ทองทรัพย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทยา สุวคันธ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุกกิ้น อุณวิจิตร | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 12. อาจารย์ ดร.โกสุม โอมพรนุวัฒน์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 13. อาจารย์ ดร.ปกครอง บุญ-หลง | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 14. อาจารย์ ดร.อภิสม อินทรลาวัณย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง |
| 15. อาจารย์ ดร.เปเนต มโนมัยวิบูลย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง |
| 16. อาจารย์ ดร.เด่นพงษ์ วงศ์วิจิตร | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง |
| 17. ดร.วิชุดา มาตันบุญ | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 18. อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยศิลปากร |

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความวิจัย (ภายใน)

โครงการสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ 12

“การพัฒนาภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์เพื่อความยั่งยืนของชุมชน ท้องถิ่น สังคมไทย
และอาเซียน”

1. รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร ณะชัยจันทร์	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
2. รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญพิสุทธิ์ ใจสนิท	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
3. รองศาสตราจารย์พัชรา ก้อยชูสกุล	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรชัย มุ่งไธสง	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณิดา ปิงเมือง	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหลำ ศรีเอกานุกูล	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวิน พรหมใจสา	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภาพรรณ ไชยานนท์	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย คำแสน	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์มาลี หมวกกุล	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
11. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
12. Mr.Albert Lisec	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
13. อาจารย์ ดร.วรรณะ รัตนพงษ์	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
14. อาจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ นิเวรัตน์	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
15. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
16. อาจารย์ ดร.สถุทธิ์พร วิทยผลุง	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
17. อาจารย์ ดร.อนันต์ แก้วตาดีบ	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
18. อาจารย์ ดร.จิรนนต์ ไชยงาม นอกซ์	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
19. อาจารย์ ดร.เบญจมาศ เมืองเกษม	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
20. อาจารย์ ดร.กรชนก สนิทวงศ์	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
21. อาจารย์ ดร.กฤตเมธ บุญนุ่น	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
22. อาจารย์ ดร.ธัญลักษณ์ แซ่เถี่ยว	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
23. อาจารย์คุณฤดี กงสุวรรณ	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ

งานสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ 12

“การพัฒนาภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์เพื่อความยั่งยืนของชุมชน ท้องถิ่น สังคมไทย
และอาเซียน”

- | | |
|--|---------------|
| 1. ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.มนัส สุวรรณ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ วังษ์บุรณาวาทย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร ณะชัยจันทร์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 4. รองศาสตราจารย์พัชรา ก้อยชูสกุล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชูกลิ่น อุณวิจิตร | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรชัย มุ่งไธสง | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวัน พรหมใจสา | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 8. อาจารย์ ดร.อภิสม อินทรลาวัณย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 9. อาจารย์ ดร.อนันต์ แก้วตาดีบ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 10. อาจารย์ ดร.เบญจมาศ เมืองเกษม | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 11. อาจารย์ ดร.จิรนนต์ ไชยงาม นอกซ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 12. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 13. อาจารย์ ดร.กฤตเมธ บุญนุ่น | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 14. อาจารย์ ดร.กรชนก สนิทวงศ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 15. นายยุทธศิลป์ ชุมณี | ผู้ทรงคุณวุฒิ |

คณะกรรมการวิชาการฝ่ายจัดทำ (Proceeding)

- | | |
|--|----------------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหล่า ศรีเอกานุกูล | ประธานกรรมการ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณิดา ปิงเมือง | กรรมการ |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวัน พรหมใจสา | กรรมการ |
| 4. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย | กรรมการ |
| 5. อาจารย์อดิวิษฐ์ พนาพงศ์ไพศาล | กรรมการ |
| 6. อาจารย์จามรี พระสุนิต | กรรมการ |
| 7. อาจารย์นพชัย ฟองอิสสระ | กรรมการ |
| 8. ว่าที่ร้อยตรีอัศนีศ ฌ กิริ | กรรมการ |
| 9. อาจารย์ณัฐทิยา วัฒนศิริศาสตร์ | กรรมการ |
| 10. อาจารย์ ดร.จิรนนต์ ไชยงาม นอกซ์ | กรรมการและเลขานุการ |
| 11. อาจารย์ขวัญชนก นันทะชาติ | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

**ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าที่เหมาะสมของธุรกิจเนื้อปูม้าและ
: กรณีศึกษาร้านแหลมทองเจริญซีฟู้ด จังหวัดกรุงเทพมหานคร**
**Properly dispense and distribution channel of peeling crab meat business
: Case study Lhamthongchareon Seafood Bangkok**

พิทักษ์ ศิริวงศ์¹ กุลธิดา อัยพันธ์² และสุชาวดี โจมดี³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าของธุรกิจเนื้อปูม้าและ ร้านแหลมทองเจริญซีฟู้ด จังหวัดกรุงเทพมหานคร และเพื่อมองหาทางเลือกในการปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่ายและพัฒนาวิธีการกระจายสินค้าที่เหมาะสม ของธุรกิจเนื้อปูม้าและ ร้านแหลมทองเจริญซีฟู้ด จังหวัดกรุงเทพมหานคร เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 15 คน เป็นผู้ประกอบการในธุรกิจเนื้อปูม้าและของร้านแหลมทองเจริญ 3 ราย คนกลางและผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการกระจายสินค้าในเชิงกายภาพ จำนวน 5 ราย ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 2 ราย และกลุ่มลูกค้าที่มีความเกี่ยวข้องในธุรกิจจำนวน 5 ราย มีการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบการพรรณนาเชิงวิเคราะห์โดยผลการศึกษพบว่า ทางผู้ประกอบการร้านแหลมทองเจริญมีการกระจายสินค้าโดยอาศัยกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด 5 ด้าน ซึ่ง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย และด้านบรรรจุภัณฑ์ ซึ่งในการจัดจำหน่ายอาศัยโครงสร้างอาศัยช่องทางการจัดจำหน่าย 4 ช่องทางหลัก มีทั้งช่องทางตรงและช่องทางอ้อมเพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิต ไปยังผู้บริโภคตามความเหมาะสมในแต่ละระดับพื้นที่ ในส่วนของแนวทางการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย ทางผู้ประกอบการควรขยายช่องทางการจัดจำหน่ายในโครงสร้างเดิม และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายการส่งสินค้าถึงบ้านผ่านการสั่งซื้อทาง โทรศัพท์หรือสั่งซื้อทาง โซเชียลมีเดีย

คำสำคัญ : ช่องทางการจัดจำหน่าย, การกระจายสินค้า, ผู้ประกอบการ, ธุรกิจเนื้อปูม้าและ

¹ รศ. ดร. สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศิลปากร

³ E-mail: suchawalee.chomdee@gmail.com

Abstract

This study has two major proposes (1) to study about Lhamthongchareon Seafood's channel of dispense and distribution (2) to looking for alternative ways to adjust dispense channel and improve distribution of Lhamthongchareon Seafood. This method research was quantitative research. The sample was selected 15 people including 3 of Lhamrhongchareon Seafood's entrepreneur, 5 of Lhamthongchareon Seafood's distributors , 2 of specialists and 5 of relating customer target groups by used In-depth Interviews to collect the data. The result are presented the Lhamthongchareon Seafood use 5 marketing mix strategies to distribution their product, which are Product, Price, Place, Promotion and Packaging. For distribution, they use 4 main channels both direct and indirect way to distribution their product to consumer in each area. In addition, the channel of dispensing, they should extend to online channel that consumer able to make online order via phone or social media provide delivery service.

Keyword: Dispense, Distribution, Entrepreneur, Peeling crab meat business

บทนำ

ปูม้า เป็นสัตว์น้ำที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ นอกจากเป็นที่นิยมบริโภคของคนในประเทศแล้วยังเป็นวัตถุดิบที่ต้องการของโรงงานผลิตอาหารทะเลกระป๋องเพื่อการส่งออกด้วย ในปี พ.ศ.2550 มีปริมาณการจับปูม้าสูงถึง 24,200 ตัน เป็นปริมาณที่รวมถึงการเพาะเลี้ยงชายฝั่งด้วย มีมูลค่า 2,411 ล้านบาท จากปริมาณการบริโภคที่มาก รวมกับการส่งออกที่กำลังเป็นที่ต้องการของตลาดโลก ทำให้ประเทศแต่เดิมจากทะเลเพียงอย่างเดียว หันมาเพาะพันธุ์และเลี้ยงปูม้ากันมากขึ้น (จันทร์จรัส เรียวเดชะ, 2553)

ปูม้า พบมากตามชายฝั่งทั้งตัวเล็กและตัวใหญ่ แต่ส่วนมากปูตัวใหญ่มักอาศัยอยู่ในน้ำลึก ๆ ซึ่งชาวประมงจะล่าปูม้าทั้งปี ด้วยเหตุนี้อาหารรับซื้อสูง และตลาดต้องการปริมาณมาก (สุภชัย นิลวานิช, 2543) ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าจึงเป็นกิจกรรมสำคัญในการเคลื่อนย้ายและส่งสินค้าจากผู้ผลิตซึ่งมีทั้งการผลิตสินค้าและการกระจายไปยังผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง ทั้งนี้ องค์กรธุรกิจจำเป็นต้องกำหนดช่องทางในการจัดจำหน่ายจากผู้ผลิต ไปยังผู้บริโภค (กฤษฎิกา คงสมพงษ์, 2552) เพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมและมีความสำคัญต่อกำไรของหน่วยธุรกิจ รวมทั้งมีผลกระทบต่อข้อกำหนดส่วนผสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ทั้งหมดอีกด้วย (ภูคินันท์ อคติพิทยากร, 2555)

เมื่อกิจการได้ผลิตสินค้าออกมาได้แล้วพร้อมที่จะกระจายสินค้าเข้าสู่ตลาด โดยจะต้องพยายามเลือกช่องทางการจำหน่ายให้เหมาะสมและดีที่สุดสำหรับสินค้าของตน ลักษณะของช่องทางการจัดจำหน่ายอาจกำหนดในรูปแบบทั้งทางตรงที่กิจการส่งตรงให้กับผู้บริโภค และทางอ้อมเป็นการส่งสินค้าผ่านตัวกลาง ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ไปยังผู้บริโภค การกระจายสินค้าเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนในการเคลื่อนย้ายสินค้าจากมือผู้ผลิต ไปยังผู้บริโภค กิจกรรมของการแจกจ่ายสินค้าเป็นการเลือกใช้เครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ หรือวิธีการเพื่อทำให้สินค้าเคลื่อนย้ายจากแหล่งผลิต ไปสู่สถานที่ที่ต้องการใช้สินค้า

14 January 2016

หรือกลุ่มผู้บริโภคในเวลาที่เหมาะสมและประหยัดต้นทุนได้ต่ำสุด (ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ, 2545)

ทฤษฎีการเลือกการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ช่องทางการค้า หรือ ช่องทางการตลาด
เป็นกลุ่มองค์กรอิสระที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการที่จะทำให้สินค้าและบริการถึงมือผู้บริโภคอย่างเหมาะสม การ
ตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการตัดสินใจที่สำคัญที่สุด อย่างหนึ่งขององค์กร ส่วนประเภทการตลาดอื่นๆ เช่น
การกำหนดราคาสินค้า การตัดสินใจเลือกพนักงานขายและการโฆษณา นอกจากนั้นการตัดสินใจเลือกช่องทางการจัด
จำหน่ายเป็นการผูกพันองค์กรในระยะยาว (ชีวรณ เจริญสุข, 2557)

ในธุรกิจเนื้อปูม้าแกะของร้านแหลมทองเจริญชีฟูคมีปัญหาด้านจำนวนของเนื้อปูม้าแกะที่ล้นตลาดและขาดตลาด
หากเนื้อปูม้าแกะล้นตลาดจะทำให้ร้านแหลมทองเจริญชีฟูคต้องเร่งระบายสินค้าให้กับตัวแทนและร้านอาหารต่าง ๆ เพื่อ
ไม่ให้สินค้าเน่าเสีย ในภาวะเนื้อปูม้าแกะขาดตลาดร้านแหลมทองเจริญชีฟูคต้องหาเนื้อปูม้าแกะมาส่งให้กับตัวแทนและ
ร้านอาหารต่าง ๆ ให้ได้ เพราะถ้าหากไม่มีเนื้อปูม้าแกะส่งให้กับตัวแทนและร้านอาหารต่างๆ จะทำให้เกิดความเสียหายทั้ง
กับทางร้านแหลมทองเจริญชีฟูคทำให้ขาดรายได้ ในส่วนของตัวแทนและร้านอาหารจะทำให้ไม่มีสินค้าจำหน่าย

จากเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของช่องทางการจัดจำหน่าย และการ
กระจายสินค้าที่เหมาะสมของธุรกิจเนื้อปูม้าแกะ : กรณีศึกษาร้านแหลมทองเจริญชีฟูค จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลที่ได้
จากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการ โดยตรงเพื่อใช้เป็นแนวทางพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย
และช่วยในการตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่จะทำให้สินค้าและบริการถึงมือผู้บริโภคอย่างเหมาะสม มีศักยภาพ
ที่สูงกว่าคู่แข่งในในตลาดเดียวกัน และสร้างความพึงพอใจอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดของผู้บริโภคต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าของธุรกิจเนื้อปูม้าแกะ: กรณีศึกษาร้านแหลมทองเจริญ
ชีฟูค จังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อมองหาทางเลือกในการปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่ายและพัฒนาวิธีการกระจายสินค้าที่เหมาะสม ของ
ธุรกิจเนื้อปูม้าแกะ: กรณีศึกษาร้านแหลมทองเจริญชีฟูค จังหวัดกรุงเทพมหานคร

วิธีการดำเนินวิจัย

การศึกษาเรื่องนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การวิเคราะห์เชิงบรรยายพรรณนาความจาก
เอกสารและข้อมูลจากการวิจัยภาคสนาม โดยนำกระบวนการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล
ตีความข้อมูล โดยการใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อสามารถให้เหตุผล และการวิจารณ์ที่เหมาะสม
กับเรื่องที่ศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ศึกษาผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการธุรกิจเนื้อปูม้าและร้านแหลมทองเจริญชีพูค ซึ่งเป็นตัวกลางทางการตลาดที่ทำหน้าที่ช่วยเหลือ และสนับสนุนในกระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตมายังผู้บริโภค โดยผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม ประกอบด้วย เจ้าของธุรกิจ และ หุ่นส่วนธุรกิจไม่ประสงค์ออกนามจำนวน 5 ราย

กลุ่มที่ 2 คนกลางและผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการกระจายสินค้าในเชิงกายภาพ ซึ่งทำหน้าที่ช่วยเสริมช่วยขายและจำหน่ายสินค้าไปยังผู้ซื้อขั้นสุดท้าย ประกอบด้วย พ่อค้าคนกลาง และ ตัวแทนจำหน่าย 3 ราย

กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นผู้มีความรู้และมีความสามารถในการแนะนำและการนำเสนอแนวคิดเพื่อมองหาทางเลือกในการปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่ายและพัฒนาวิธีการกระจายสินค้าที่เหมาะสมของธุรกิจเนื้อปูม้าและจำนวน 2 ราย

กลุ่มที่ 4 กลุ่มลูกค้าที่มีความเกี่ยวข้องในธุรกิจ เพราะจะทำให้ทราบแนวทางการพัฒนาที่ถูกต้องมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น จำนวน 5 ราย

รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด 15 ราย

เครื่องมือการวิจัย

1. ผู้วิจัยเตรียมการศึกษาทฤษฎีช่องทางการจัดจำหน่าย และการกระจายสินค้า
2. ผู้วิจัยเตรียมความรู้ในเรื่องระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อความถูกต้องในการทำวิจัย และครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษาให้มากที่สุด
3. แนวคำถามในการสัมภาษณ์ เป็นแนวคำถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยได้ศึกษาประเด็นคำถามจากการทบทวนวรรณกรรม โดยคำถามที่ใช้จะเป็นคำถามปลายเปิด แต่อยู่ในขอบเขตของข้อมูลที่ต้องการศึกษา แนวคำถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลการดำเนินธุรกิจของร้านแหลมทองเจริญชีพูค ส่วนที่ 2 ข้อมูลช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า ส่วนที่ 3 แนวทางการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าที่เหมาะสม
4. อุปกรณ์ที่ใช้ในการสัมภาษณ์ คือ เครื่องบันทึกเสียงขนาดเล็ก แบคเคอร์รี่ สมุดบันทึก ปากกา กล้องถ่ายภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) กำหนดแนวทางประการสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีการร่างคำถามในลักษณะปลายเปิดที่มีคำสำคัญพร้อมกับลักษณะของคำถามที่มีความยืดหยุ่น เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้สัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็นได้ตามสมควร โดยการขอความร่วมมือจากกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 4 กลุ่ม เพื่อขอสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ในระหว่างการสัมภาษณ์ จะผสมผสานเทคนิคการสะท้อนกลับ การถามซ้ำ การยกตัวอย่าง เพื่อได้ข้อมูลที่ถูกต้อง และสามารถจัดความลำเอียงในการสรุปผล โดยในการนี้ผู้วิจัยจะขอให้ผู้ให้ข้อมูลอธิบายและยกตัวอย่าง จนกว่าผู้วิจัยเกิดความเข้าใจตรงกับผู้ให้ข้อมูล พยายามกระตุ้นผู้ให้ข้อมูลอธิบายสิ่งต่างๆ ให้ชัดเจน และครอบคลุมสิ่งที่ศึกษาเท่านั้น ในการบันทึกข้อมูล ใช้วิธีการบันทึกเสียงร่วมกับการจดบันทึก เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการกระบวนการตรวจสอบและตรวจทานความถูกต้องย้อนกลับในภายหลัง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลได้จากการสัมภาษณ์พลวิจัยแบบเจาะลึกเป็นรายบุคคลด้วยตนเอง ใช้การสังเกต การศึกษาค้นคว้าเอกสาร งานวิจัยบทความ ตลอดจนข้อมูลที่ได้จากการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ตและการถอดเทปหลังการสัมภาษณ์ นำมาตีความ วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกอย่างละเอียดครบถ้วนสมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical description) ตามประเด็นหลักต่างๆ และเลือกนำเสนอข้อมูลเฉพาะเรื่องที่ศึกษาตามวัตถุประสงค์เท่านั้น

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าที่เหมาะสมของธุรกิจเนื้อปูม้าแคะ : กรณีศึกษาร้านแหลมทองเจริญซีฟู๊ด จังหวัดกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาค้นรายละเอียดการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interviews) และนำเสนอในรูปแบบการพรรณนาเชิงวิเคราะห์จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 15 คน จากบทสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าของธุรกิจเนื้อปูม้าแคะ

จากการศึกษาพบว่าแหลมทองเจริญซีฟู๊ด เป็นผู้ประกอบการธุรกิจเนื้อปูม้าแคะ ซึ่งในการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า ทางผู้ประกอบการมีการนำกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 5 ด้าน มาใช้ในการดำเนินกิจการของธุรกิจดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการเน้นจุดเด่นของเนื้อปูม้าแคะที่ต้องสด ใหม่ สะอาด แหล่งวัตถุดิบต้องมีการควบคุมเนื้อปูอย่างดี เนื้อปูที่ดีต้องมีลักษณะเด่น หอม หวาน คุนารับประทาน

2. กลยุทธ์ด้านราคา ผู้ประกอบการศึกษากลไกของราคาตลาดในช่วงปัจจุบัน ว่าอยู่ราคาที่เท่าไร แล้วจึงกำหนดราคาสินค้าให้ใกล้เคียงกับสินค้าประเภทเดียวกันในท้องตลาด

3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เน้นช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าไปสู่ผู้บริโภค เลือกช่องทางที่เหมาะสมเพื่อให้สินค้ากระจายไปยังกลุ่มผู้บริโภครายอื่นๆที่ทางผู้ประกอบการไม่สามารถเข้าถึง ได้ และในช่องทางการจัดจำหน่ายยังมีผลกระทบต่อความคิดเห็นในส่วนประสมทางการตลาด เช่น การกำหนดลักษณะสินค้าและบรรจุภัณฑ์ การกำหนดราคาที่เหมาะสมกับวิธีการจัดจำหน่าย

ปัจจุบันแหลมทองเจริญซีฟู๊ดมีขั้นตอนการจัดหาวัตถุดิบและการกระจายสินค้า โดยเริ่มต้นจากการรับเนื้อปูม้าแคะมาจากแพปลาต่างๆที่มีคุณภาพ ทำการคัดแยกเพื่อตรวจสอบคุณภาพของสินค้า หากพบว่าเนื้อปูม้าแคะใช้งานไม่ได้ เนื้อไม่สวย ไม่สด ไม่มีคุณภาพ จะส่งคืนสินค้าไปยังแพที่ได้รับซื้อ มา ถ้าใช้งานได้จึงนำมาคัดแยกเนื้อปูม้าแคะในแต่ละส่วนแล้วส่งไปยังช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆตามจำนวนคำสั่งซื้อของแต่ละช่องทางเพื่อลดความเสี่ยงการมีสินค้าในคลังมากเกินไป

ช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านแหลมทองเจริญซีฟู๊ดประกอบไปด้วย 4 ช่องทางหลัก ดังนี้

ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ 1 เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายหนึ่งระดับ คือ ผู้ประกอบการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคผ่านการขายปลีกโดยหน้าร้านทั้งสองสาขาของตนเอง

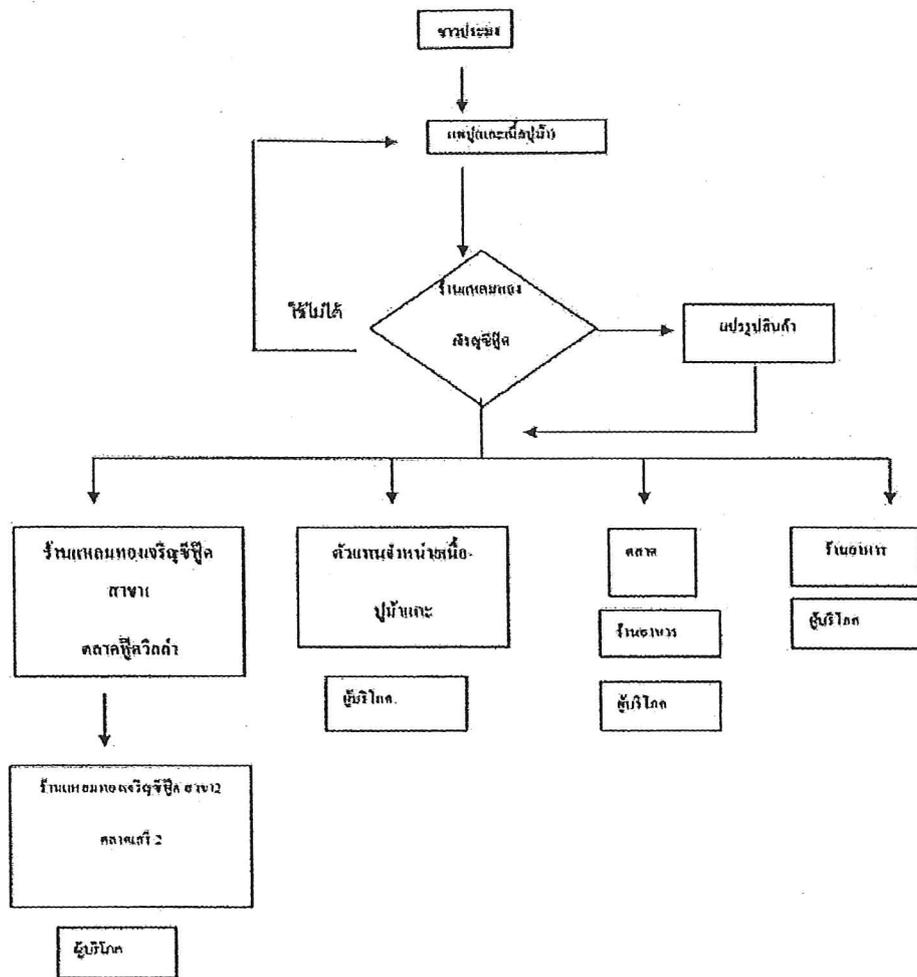
14 January 2016

ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ 2 เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายสองระดับ คือ ผู้ประกอบการ กระจายสินค้าไปยังตัวแทนจำหน่ายในราคาที่ไม่สูงมากนัก ซึ่งในช่องทางนี้ตัวแทนจำหน่ายเนื้อปูม้าและสามารถตั้งราคาขายเองได้ตามต้องการ เนื่องจากทางผู้ประกอบการ ไม่ได้มีการกำหนดราคาขายปลีก ตัวแทนจำหน่ายจึงมีอิสระในการตั้งราคาขายเอง จากนั้นตัวแทนจำหน่ายจะมีการขายเนื้อปูม้าและให้กับผู้บริโภคเป็นลำดับถัดไป

ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ 3 เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายสามระดับ คือ ผู้ประกอบการกระจายสินค้าไปยังตลาด (พ่อค้าคนกลาง) ซึ่งได้แก่กลุ่มร้านค้าตามตลาดต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่องทางการจัดจำหน่ายนี้ ตลาดจะมีฐานลูกค้าเดิมอยู่แล้ว ซึ่งได้แก่ ร้านอาหารในพื้นที่ ที่มาซื้อเนื้อปูม้าและไปใช้เป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหาร เพื่อจำหน่ายต่อไปยังผู้บริโภค แต่ในขณะเดียวกันช่องทางการจัดจำหน่ายนี้ สามารถเป็นการจัดจำหน่ายระดับสองได้ เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเดินทางไปซื้อสินค้าได้เอง

ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ 4 เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายสองระดับ คือ ผู้ประกอบการกระจายสินค้าไปยังร้านอาหารโดยตรง เพื่อไปใช้เป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหาร เพื่อจำหน่ายต่อไปยังผู้บริโภค ในช่องทางนี้ทางร้านอาหารจะสามารถลดต้นทุนในการจัดซื้อวัตถุดิบได้ เนื่องจากทางผู้ประกอบการขนส่งสินค้าไปให้ถึงที่ร้าน

ถ้าคลังสินค้ามีปริมาณเนื้อปูม้าและเยอะเกินกว่าจำนวนการสั่งซื้อ เสี่ยงต่อการเน่าเสีย ผู้ประกอบการจะแก้ไขปัญหาคือการแปรรูปสินค้าให้อยู่ในรูปของ ฮอยจ๊อ, ปูจ๋า, แยกกัน และอื่น ๆ เพื่อเป็นการยืดอายุให้กับเนื้อปูม้าและ และเป็นการเพิ่มการกระจายสินค้าในอีกรูปแบบหนึ่ง



3

ปีที่ 1 โครงสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านแหลมทองเจริญชิวคิต

หมายเหตุ ช่องทางการจัดจำหน่ายไม่สิ้นสุดถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย เนื่องจากร้านแหลมทองเจริญชิวคิตมุ่งเน้นให้ ความสัมพันธ์กับคนกลาง

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย โดยการจัด โปรโมชันต่างๆตามสาขาของแหลมทองเจริญชิวคิตให้มีการลด แลก แจก แถม เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาซื้อขายเนื้อปูม้าและให้มากขึ้น

5. กลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์ ลักษณะบรรจุภัณฑ์จะเป็นไปตามความต้องการของของค้า มีทั้งการส่งสินค้าแบบบรรจุ ใส่กล่อง บรรจุใต้งูสุญญากาศ

ส่วนที่ 2 แนวทางในการปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่ายและพัฒนาวิธีการกระจายสินค้าที่เหมาะสม

แนวทางการปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านแหลมทองเจริญชิวคิต ควรมีการเพิ่มระดับของช่องทางการจัด จำหน่ายในทุกช่องทาง เพราะจะทำให้ผู้ประกอบการได้รับประโยชน์ทั้งในด้านของการครอบคลุมตลาดส่วนอื่น ๆ และการ

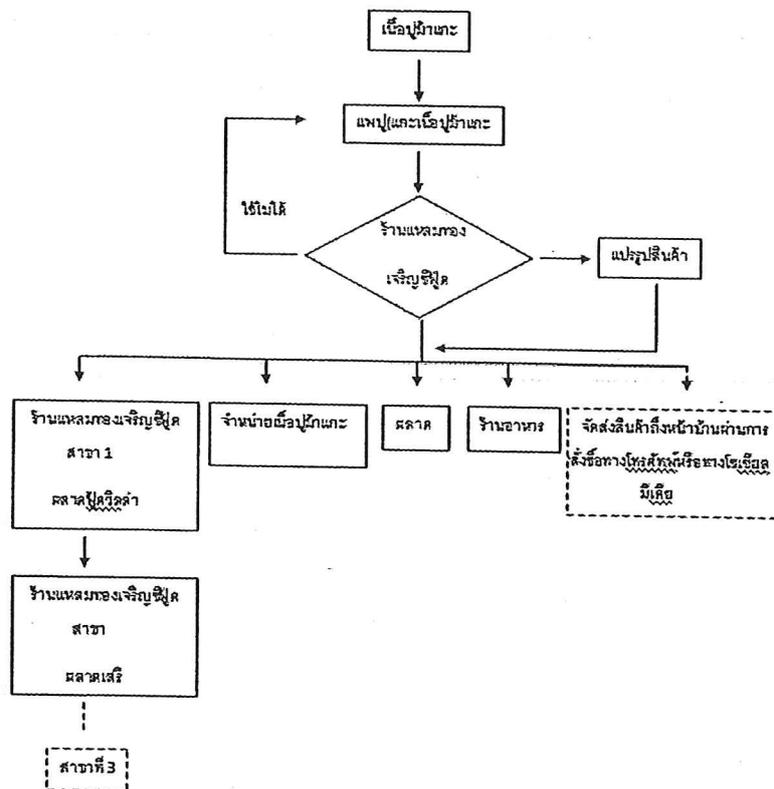
เพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายสินค้าได้มากขึ้น การเพิ่มระดับแต่ละช่องทางมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ดังนั้น ผู้ประกอบการควรเลือกช่องทางที่เห็นว่าเหมาะสมและสามารถสร้างกำไรให้กับกิจการ ได้มากที่สุด ได้แก่

เพิ่มสาขาของร้านตนเอง ทำให้ขยายตลาด ได้ครอบคลุมมากขึ้น อาจมีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น แต่ในขณะที่เปิดสาขาใหม่ ผู้ประกอบการสามารถขายสินค้าชนิดอื่นภายในร้าน ได้เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจอีกช่องทางหนึ่ง

เพิ่มตัวแทนจำหน่าย ส่งผลให้ช่องทางการจัดจำหน่ายมีการขยายมากขึ้น การเพิ่มช่องทางนี้มีข้อดีในยามที่สินค้าล้นตลาด แต่เมื่อสินค้าประสบปัญหาขาดตลาด ผู้ประกอบการ ไม่สามารถส่งสินค้าให้กับตัวแทนได้ตามปริมาณที่สั่งซื้อ ความเสี่ยงก็จะตกไปอยู่ที่ตัวแทนจำหน่ายทันที

ขยายช่องทางจัดจำหน่าย โดยผู้ประกอบการหรือพนักงานภายในร้านเป็นผู้เข้าไปเจรจาซื้อขายกับธุรกิจร้านอาหารโดยตรง ซึ่งวิธีการนี้ส่งผลให้ระดับช่องทางการจัดจำหน่ายมีขนาดสั้นลง ข้อดีของการพัฒนาในช่องทางนี้คือผู้ประกอบการไม่ต้องลงทุนเอง ทำหน้าที่เพียงรับคำสั่งซื้อและจัดส่งสินค้าเท่านั้น

เพิ่มช่องทางการสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์หรือโซเชียลมีเดีย เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก หรือ อินสตราแกรม เป็นต้น โดยจะมีการจัดส่งสินค้าถึงที่บ้าน จำกัดพื้นที่การส่งสินค้าตามระยะทางของปลายทาง



รูปที่ 2 โครงสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายในขนาดของร้านแหลมทองเจริญชีพ

อภิปรายผลการวิจัย

ร้านแหลมทองเจริญชัยฟู้ด มีการกระจายสินค้าควบคุมและวางแผน โดยอาศัยส่วนผสมทางการตลาด 5 ด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบรรจุภัณฑ์ ซึ่งในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีการกระจายสินค้าผ่าน 4 ช่องทาง ได้แก่

- ช่องทางที่ 1 ผู้ประกอบการขายสินค้าให้กับผู้บริโภคผ่านหน้าร้านของตนเอง
- ช่องทางที่ 2 ผู้ประกอบการขายส่งสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่ายเพื่อไปขายต่อให้กับผู้บริโภค
- ช่องทางที่ 3 ผู้ประกอบการขายสินค้าให้กับตลาดต่างๆ เพื่อนำไปขายปลีกให้กับร้านอาหารและผู้บริโภค
- ช่องทางที่ 4 ผู้ประกอบการขายสินค้าให้กับร้านอาหาร

การกระจายสินค้าผ่าน 4 ช่องทางดังกล่าวนี้มีส่วนทำให้การเคลื่อนย้ายสินค้าจากแหล่งผลิตไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งศักดิ์ ธิดามาศ ที่ได้กล่าวไว้ว่าผู้ประกอบการหรือธุรกิจ หันมาให้ความสำคัญกับการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีบทบาทเพิ่มมากขึ้นในการแข่งขัน เนื่องจากธุรกิจมีเทคโนโลยีในการผลิต มีการตั้งราคาตลอดจนการส่งเสริมทางการตลาดที่ไม่แตกต่างกันจึงทำให้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้บริโภคและสินค้าของผู้ผลิต เป็นตัวชี้ขาดในการแข่งขัน ธุรกิจใดสามารถดำเนินกิจกรรมในการเคลื่อนย้ายสินค้าจากแหล่งผลิต ไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ทันกับความต้องการของผู้บริโภค จึงจะประสบความสำเร็จ

ในด้านของแนวทางการปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านแหลมทองเจริญชัยฟู้ด ควรมีการเพิ่มระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายในทุกช่องทาง เพราะจะทำให้ผู้ประกอบการ ได้รับประโยชน์ทั้งในด้านของการครอบคลุมตลาดส่วนอื่น ๆ และการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายสินค้าได้มากขึ้น การเพิ่มระดับแต่ละช่องทางมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ดังนั้นผู้ประกอบการควรเลือกช่องทางที่เห็นว่าเหมาะสมและสามารถสร้างกำไรให้กับกิจการได้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ชญาดา รุจมานุชชัย ที่กล่าวไว้ว่า การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปยังช่องทางร้านเสริมสวย/สปา ร้านอาหาร/ร้านกาแฟ โรงแรม/สถานพยาบาลที่ใช้สมุนไพรในการรักษา ร้านขายยา และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นแนวทางที่มีความเป็นไปได้

ข้อเสนอแนะ

1. ควรให้ความสำคัญในด้านของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันระหว่างธุรกิจเนื้อปูม้าแกะ เพื่อสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการธุรกิจเนื้อปูม้าแกะ ได้ครองส่วนตลาดและเป็นอันดับหนึ่งของตลาดเนื้อปูม้าแกะ
2. ควรศึกษาด้านการกำหนดกลยุทธ์ทางการแข่งขันธุรกิจเนื้อปูม้าแกะให้มีความแตกต่างจากธุรกิจอาหารทะเลประเภทอื่น ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถดึงดูดความสนใจจากกลุ่มลูกค้าอาหารทะเลประเภทอื่น ๆ หันมาบริโภคเนื้อปูม้าแกะเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจเนื้อปูม้าแกะมีรายได้เพิ่มมากขึ้นด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎีกา คงสมพงษ์. (2552). บริหารการตลาดในพหุวัฒนธรรม. (พิมพ์ครั้งที่1). บริษัทสยามเอ็มแอนดาบี พับลิชชิ่ง จำกัด.
- จันทร์จรัส เรียวเดชะ. (2553). โอกาสและทางเลือกของเกษตรกรบนเส้นทางสายโซ่อุปทาน. (พิมพ์ครั้งที่1). ฝ่ายเกษตร สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ชญาดา รุจมานกุลชัย. (2553). การประเมินแนวทางพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยวิธีการทางเศรษฐศาสตร์วิศวกรรม. วิทยานิพนธ์, วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชีวรรณ เจริญสุข. (2557). ช่องทางการจัดจำหน่าย. สืบค้นวันที่ 10 พฤศจิกายน 2558. จาก [HTTPS://MAYMAYNY.WORDPRESS.COM/2014/12/05/บทที่-9-ช่องทางการจัดจำหน่าย](https://maymayny.wordpress.com/2014/12/05/บทที่-9-ช่องทางการจัดจำหน่าย)
- ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2552). การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน. (พิมพ์ครั้งที่2). บริษัท ออฟเซ็ท ครีเอชั่น จำกัด.
- ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. (2545). ช่องทางการจัดจำหน่าย. สืบค้นวันที่ 10 พฤศจิกายน 2558. จาก <http://elearning.bu.ac.th/mua/course/mk212/ch9.htm>.
- ภูคินันท์ อคติพิยางกูร. (2555). การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าระหว่างประเทศ. มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช. ก. อคติพิยางกูร. กรุงเทพฯ.
- รุ่งศักดิ์ วิลามาศ.(2547). การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย คณะวิทยาการจัดการ ม.ราชภัฏมหาสารคาม. มหาสารคาม.
- ศุภชัย นิลวานิช. (2543). คัมภีร์ชาวบ้านเลี้ยงสัตว์ทะเล ปลา ปู หอย หมึก เพิ่มรายได้. สำนักพิมพ์มติชน.