

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

จังหวัดอ่างทองมีวิสัยทัศน์ คือ “อ่างทองเมืองน่าอยู่ แหล่งผลิตอาหารปลอดภัย” และมีหนึ่งในพันธกิจของจังหวัด คือ พัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขันทางเศรษฐกิจและแก้ไขปัญหาความยากจนของจังหวัดอย่างมีผลสัมฤทธิ์ เพื่อให้ประชาชนมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และมีประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญ คือ การพัฒนาและส่งเสริมการผลิตอาหารปลอดภัย ซึ่งมีเป้าประสงค์ 2 ข้อคือ

1. ผลิตอาหารปลอดภัยสำหรับบริการ บริโภคและการจำหน่าย
2. ให้มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยทั้งในและต่างประเทศ

จังหวัดอ่างทองเป็นพื้นที่ราบลุ่มภาคกลาง ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 105 กิโลเมตรทางถนน และ 120 กิโลเมตรทางน้ำ มีรูปร่างคล้ายสี่เหลี่ยมจัตุรัส มีพื้นที่ทั้งหมด 968.372 ตารางกิโลเมตร ทิศเหนือติดจังหวัดสิงห์บุรี(อำเภอค่ายบางระจัน อำเภอพรหมบุรี อำเภอท่าช้าง) ทิศใต้ติดจังหวัดพระนครศรีอยุธยา(อำเภอผักไห่ อำเภอบางบาล) ทิศตะวันออกติดจังหวัดพระนครศรีอยุธยา(อำเภอบางปะหัน อำเภอมหาราช อำเภอบ้านแพรก) ทิศตะวันตกติดจังหวัดสุพรรณบุรี(อำเภอเมืองสุพรรณบุรี อำเภอศรีประจันต์ อำเภอเดิมบางนางบวช อำเภอเดิมบางนางบวช)

จังหวัดอ่างทองมีลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นพื้นที่ราบลุ่ม ลักษณะคล้ายอ่าง ไม่มีภูเขาไม่มีป่าไม้ ดินเป็นดินเหนียวปนทราย พื้นที่ส่วนใหญ่เหมาะแก่การทำนาข้าว ทำไร่ และทำสวน มีแม่น้ำสายสำคัญไหลผ่าน 2 สาย คือ แม่น้ำเจ้าพระยา และแม่น้ำน้อย โดยแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านจังหวัดอ่างทองจากทิศเหนือไปทิศใต้ ระยะทางยาวประมาณ 40 กิโลเมตร ไหลผ่านท้องที่อำเภอไชโย อำเภอเมืองอ่างทอง และอำเภอป่าโมก จากนั้นไหลเข้าสู่เขตท้องที่อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนแม่น้ำน้อย เป็นแม่น้ำที่แยกจากแม่น้ำเจ้าพระยา ที่อำเภอเมืองชัยนาท ไหลผ่านจังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดอ่างทอง ในเขตพื้นที่อำเภอโพธิ์ทอง อำเภอวิเศษชัยชาญ ไปบรรจบกับแม่น้ำเจ้าพระยาอีกครั้งหนึ่งที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมระยะทางที่ไหลผ่านจังหวัดอ่างทองยาวประมาณ 50 กิโลเมตร

เนื่องจากจังหวัดอ่างทองตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ร้อนชื้น ดังนั้น ภูมิอากาศจึงเป็นแบบฝนเมืองร้อน โดยได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์ ทำให้อากาศหนาวเย็นและแห้งแล้ง และได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ในช่วงเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนกันยายนทำให้มีเมฆมากและมีฝนตกชุกจังหวัดอ่างทองแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 7 อำเภอ ได้แก่อำเภอเมืองอ่างทอง อำเภอไชโย อำเภอป่าโมก อำเภอวิเศษชัยชาญ อำเภอโพธิ์ทอง อำเภอแสวงหา และอำเภอสามโก้

ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของจังหวัดอ่างทองปี 2553 มีมูลค่า 24,075 ล้านบาทเพิ่มขึ้นจาก 22,191 ล้านบาท ในปีที่ผ่านมาเท่ากับ 1,884 ล้านบาท อัตราการขยายตัวของมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาคงที่ หดตัวร้อยละ 2.1 ปรับตัวดีขึ้นจากการหดตัวร้อยละ 5.3 ในปีที่ผ่านมา การหดตัวเป็นผลจากการผลิตภาคเกษตรที่หดตัวร้อยละ 14.7 จากสาขาเกษตรกรรม การล่าสัตว์ และการป่าไม้ หดตัวร้อยละ 15.4 และสาขาประมงที่ขยายตัวในอัตราชะลอตัวร้อยละ 1.2 จากปีที่ผ่านมา สำหรับภาคนอกเกษตรขยายตัวร้อยละ 0.6 ปรับตัวดีขึ้นจากการหดตัวร้อยละ 4.9 ในปีที่ผ่านมา โดยเป็นการขยายตัวของสาขาเหมืองแร่และเหมืองหิน สาขาอุตสาหกรรม สาขาโรงแรมและภัตตาคาร สาขาการบริหารราชการฯ และสาขาบริการด้านชุมชน สังคม และบริการส่วนบุคคล อื่นๆ

โครงสร้างการผลิตของจังหวัดอ่างทอง ปี 2553 พิจารณาจากสัดส่วนมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาประจำปี 3 ลำดับแรก คือ สาขาเกษตรกรรม การล่าสัตว์ และการป่าไม้ สาขาการขนส่ง การขายปลีกและสาขาอุตสาหกรรม มีสัดส่วนร้อยละ 24.6, 16.9 และ 13.8 ตามลำดับ ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัว (GPP Per Capital) ของจังหวัดอ่างทองปี 2553 เท่ากับ 87,410 บาท/คน/ปี เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 8.1 จากการลดลงร้อยละ 6.9 ในปีที่ผ่านมา โดยมีรายได้เป็นอันดับที่ 33 ของประเทศ

จังหวัดอ่างทองจึงมีรายได้หลักมากจากผลิตผลทางการเกษตร ซึ่งสามารถนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ทำให้จังหวัดอ่างทองมีผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีคุณภาพสูงเหมาะแก่การส่งออกไปจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่ว่าทางชุมชนในจังหวัดอ่างทองนั้นยังมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับช่องทางการกระจายสินค้าของชุมชนตัวเองไม่เพียงพอ ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนารูปแบบการกระจายสินค้า OTOP ของจังหวัดอ่างทอง เพื่อช่วยให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) และทราบต้นทุนที่แท้จริงในการตัดสินใจเลือกช่องทางการกระจายสินค้าได้อย่างถูกต้อง การวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนที่ถูกต้องจะทำให้ทราบได้ว่ากิจกรรมใดที่ทำให้เกิดต้นทุนมากที่สุด ทำให้ชุมชนสามารถหาโอกาสที่จะลดต้นทุนได้โดยการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงขั้นตอนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย

โดยเฉพาะตุ๊กตาชาววังที่เป็นเหมือนเครื่องมือในการสืบสานและอนุรักษ์วัฒนธรรมของประเทศไทย นั้น ถ้ามีการบริหารจัดการทางโลจิสติกส์ให้เป็นไปอย่างเป็นระบบ จะสามารถทำให้ตุ๊กตาชาววังนั้นสามารถหาช่องทางการกระจายสินค้าและการจัดจำหน่ายได้อย่างมีรูปแบบที่มีประสิทธิภาพ

อ่างทอง เป็นจังหวัดที่ประสบปัญหาน้ำท่วมในช่วงหน้าฝนมาเป็นระยะเวลายาวนาน ทำให้ประชาชนมีความเดือดร้อนเป็นอย่างมาก แต่เดิมพื้นที่ในแถบนี้มีอาชีพทำอิฐและเหลาไม้ก้านธูป เมื่อยามที่ฝนตกน้ำท่วมไม่สามารถเผาอิฐหรือตากธูปได้ ทำให้ได้รับความเดือดร้อนในเรื่องการทำมาหากินช่วงหน้าฝน

ในปี พ.ศ. 2519 สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถทรงเสด็จฯ เยี่ยมราษฎรที่ตำบลบางเสด็จ แล้วทรงมีพระดำริว่า ราษฎรที่ตำบลบางเสด็จนี้น่าจะมีอาชีพเสริมอย่างอื่น โดยทรงคำนึงว่าชาวบ้านมีทรัพยากรธรรมชาติที่พร้อมอยู่แล้ว คือดินเหนียวที่ใช้ทำอิฐ ประกอบกับทรงระลึกถึงตุ๊กตาไทยที่เรียกว่าตุ๊กตาชาววังนั้นหาตุ๊กตาได้ยากเกือบจะสูญสิ้นไปหมดแล้ว หากพื้นฟูขึ้นก็น่าจะช่วยสืบสานศิลปวัฒนธรรมไทยแบบ

โบราณของไทยได้อีกอย่างหนึ่ง จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ส่งอาจารย์จุลทัศน์ พยาฆรานนท์ และอาจารย์ เสริมศรี บุณนาค จากวิทยาลัยเพาะช่างมาสอนปั้นตุ๊กตาชาววัง โดยมีการจัดตั้งโครงการปั้นตุ๊กตาไทยขึ้น ครั้งแรกมีผู้เข้ารับการฝึกอบรม 150 คน ฝึกสอนกันได้ 3 เดือน ก็จัดให้มีพิธีไหว้ครู โดยสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จฯ ทรงเป็นประธานพิธีไหว้ครู และได้ตั้งศูนย์ตุ๊กตาชาววังบ้านบางเสด็จแห่งนี้

ศูนย์ตุ๊กตาชาววังบ้านบางเสด็จ เป็นเรือนไทยทรงสูง อยู่บริเวณวัดท่าสุทธาวาส ในพื้นที่ตำบลบ้านบางเสด็จ ตำบลนี้เดิมชื่อ บ้านวัดตาล ต่อมาได้เปลี่ยนเป็นชื่อบ้านบางเสด็จเนื่องจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระบรมราชินีนาถได้เสด็จพระราชดำเนินพระราชทานความช่วยเหลือแก่ราษฎรผู้ประสบอุทกภัยในปี พ.ศ.2518 ซึ่งสร้างความปลื้มปิติให้แก่ราษฎรเป็นอันมาก เพื่อเป็นการระลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณจึงได้เปลี่ยนชื่อบ้านวัดตาลเป็น บ้านบางเสด็จ

ศูนย์ตุ๊กตาชาววังที่บ้านบางเสด็จเป็นโครงการที่สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ทรงมีพระราชดำริให้จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2519 เพื่อเป็นอาชีพเสริมเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ราษฎร ภายในหมู่บ้านบางเสด็จนี้ นอกจากจะได้ชมทัศนียภาพอันร่มรื่นและสวยงามริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาแล้วยังสามารถชมการปั้นตุ๊กตาชาววังที่สวยงามจากบ้านเรือนราษฎรละแวกนั้นได้อย่างเป็นกันเอง มีการรวมกลุ่มในรูปของสหกรณ์โดยมีศูนย์กลางอยู่ที่ศูนย์ตุ๊กตาชาววังบ้านบางเสด็จ ซึ่งจะจัดให้สมาชิกมาสาธิตการปั้นตุ๊กตาชาววังพร้อมกับจัดจำหน่ายในราคาที่ย่อมเยา ตุ๊กตาชาววังทำจากดินเหนียวแสดงให้เห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนและวัฒนธรรมประเพณีไทยต่าง ๆ เช่น การละเล่นของเด็กไทย วงมโหรีปี่พาทย์ สุภาพศัฒน์คำพังเพยไทย หรือรูปผลไม้ไทยหลากหลายชนิดซึ่งล้วนมีความสวยงามน่ารักและเหมาะที่จะซื้อเป็นของขวัญหรือของที่ระลึกเป็นอย่างดี

เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ซึ่งมีเป้าหมายของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจเป็น “ตลาดและฐานการผลิตเดียว” โดยให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานมีฝีมือภายในอาเซียนอย่างเสรี รวมถึงการเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีมากขึ้นภายในปีพ.ศ.2558 เป็นความท้าทายที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจส่งออก นำเข้า หรือผู้ที่ทำธุรกิจภายในประเทศ ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดย่อม และยังรวมไปถึงผู้ประกอบการระดับชุมชนด้วย ในการที่จะต้องเรียนรู้และปรับตัวรองรับความเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากเปิดเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่จะมีผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเป็นภัยคุกคามต่อธุรกิจ หรือแสวงหาโอกาสทางธุรกิจที่ทำท้ายความสำเร็จ

สำหรับผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรม ก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงผลกระทบที่สืบเนื่องจากการเปิดเสรีดังกล่าวได้ เนื่องจากสถานการณ์แข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในปัจจุบันประเทศต่างๆ ล้วนหันมาให้ความสำคัญกับการเพิ่มศักยภาพของชุมชน และใช้จุดแข็งของชุมชนทางด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญา เพื่อเชื่อมโยงสู่ภาคการผลิตและบริการ ในการสร้างสัญลักษณ์และขยายโอกาสทางการตลาดมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่ใช้

ในชีวิตประจำวัน อาจจะได้รับผลกระทบจากคู่แข่งและสภาพการแข่งขันในตลาดเพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากสินค้าที่มีคุณภาพต่ำ ราคาต้นทุนต่ำ หรือสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ เข้ามาวางจำหน่ายในประเทศได้มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคสินค้าที่หลากหลายและมีอำนาจในการต่อรองสูง ซึ่งนำไปสู่การกดดันทางราคา จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวรับการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นและเกิดต้นทุนในการปรับตัว

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันผู้บริโภคในประเทศต่างๆ กำลังอยู่ในกระแสบริโภคนิยมสินค้าที่เป็นธรรมชาติ สินค้าที่อิงกับวัฒนธรรม สินค้าที่ส่งเสริมสุขภาพ การมีส่วนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือสินค้าที่ช่วยสนับสนุนชุมชน รวมถึงกระแสความนิยมในความเป็นเอเชีย ดังนั้น สินค้า OTOP สามารถได้รับประโยชน์จากการมีโอกาสส่งสินค้าไปขายในตลาดอาเซียนได้มากขึ้นจากการที่มีประชากรรวมกว่า 590 ล้านคน รวมถึงมีโอกาสในการขยายช่องทางตลาดไปยัง ASEAN+3 (จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้) และ ASEAN+6 (ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์และอินเดีย) รวมไปถึงสามารถใช้ทรัพยากรธรรมชาติ แรงงานและวัตถุดิบการผลิตที่มีความหลากหลายให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจได้ โดยเฉพาะสินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออก รวมถึงสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาดประเทศเพื่อนบ้าน

ดังนั้น จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ต้องเร่งพัฒนาสินค้า ทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล เพื่อสร้างความเชื่อถือต่อผู้บริโภค โดยผสมผสานวัฒนธรรมภูมิปัญญากับเทคโนโลยี นวัตกรรม และพัฒนารูปแบบการนำเสนอความโดดเด่น เรื่องราวของสินค้าให้เกิดการรับรู้ต่อผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าในตัวสินค้า สามารถเพิ่มมูลค่าและลดอุปสรรคการแข่งขันทางด้านราคา ให้ความสำคัญและตระหนักถึงการสร้างตราหือสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ ทั้งนี้ ผู้ผลิตจำเป็นต้องกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของสินค้าและลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน ศึกษาสนิยมและพฤติกรรมผู้บริโภค และผลิตสินค้าให้สอดคล้องต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้ผลิตที่ยังไม่มีความชำนาญอาจแลกเปลี่ยนความรู้กับนักการตลาดและนักพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม เพื่อพัฒนาตนเองจากผู้ผลิตที่ตอบสนองต่อความต้องการระดับท้องถิ่น ให้อยู่ในระดับไปสู่ผู้ผลิตที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในระดับสากล และสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับผู้ผลิต OTOP คือ การพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจที่สร้างความน่าเชื่อถือแก่ลูกค้า คู่สัญญา หรือแม้กระทั่งสถาบันการเงิน โดยพัฒนาการบริหารจัดการให้มีมาตรฐานและเป็นระบบ มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและเพิ่มช่องทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย พัฒนาความสามารถในการรองรับคำสั่งซื้อที่มีปริมาณมาก โดยเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิตทั้งในรูปแบบกลุ่มที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน และกลุ่มที่ผลิตสินค้าสนับสนุนในห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ อาจเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจต่างๆ เพื่อสนับสนุนและเป็นช่องทางการเข้าถึงลูกค้าและเข้าสู่ตลาดอาเซียน อาทิ เครือข่ายนักประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมการท่องเที่ยว เครือข่ายผู้ส่งออกสินค้า สมาคมการค้าต่างๆ เป็นต้น

การสร้างเสริมโอกาสของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในอีกทางหนึ่งซึ่งเป็นจุดแข็งของประเทศ นั่นคือ ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งในเอเชีย การเติบโตของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ทำให้สินค้าเชิงสัญลักษณ์ยังเป็นที่ต้องการของตลาดและยังมีโอกาสทางการตลาด และมากยิ่งขึ้น

ประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนยังมีความโดดเด่นด้านความแข็งแกร่งทางวัฒนธรรม ดังนั้น การส่งเสริมความร่วมมือในภูมิภาคอาเซียนในการพัฒนาเชิงอนุรักษ์ เอกลักษณ์ งานศิลปหัตถกรรมรวมถึงยกระดับสินค้าหัตถกรรมของประเทศสมาชิกอาเซียนให้มีคุณภาพสากล ก็สามารถทำให้เกิดศูนย์กลางการค้าขายสินค้าหัตถกรรมของภูมิภาคอาเซียนเพื่อการขายในตลาดโลกได้ในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษารูปแบบและช่องทางการกระจายสินค้าตุ๊กตาชาววัง OTOP ที่มีความเหมาะสมสำหรับสินค้าตุ๊กตาชาววัง OTOP จังหวัดอ่างทอง

1.2.2 พัฒนาคุณภาพการกระจายสินค้าตุ๊กตาชาววัง OTOP จังหวัดอ่างทองให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

ศึกษาการพัฒนารูปแบบการกระจายสินค้าตุ๊กตาชาววัง OTOP ของจังหวัดอ่างทอง โดยมุ่งเน้นไปที่การศึกษากิจกรรมการกระจายสินค้าเพื่อการจำหน่าย ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่องภายหลังจากผลิตสินค้าเสร็จ โดยจะมีการจัดส่งสินค้าสำเร็จรูปผ่านผู้ค้าคนกลางและตัวแทนอำนวยความสะดวกทางการตลาดไปสู่ผู้บริโภค ความสำเร็จในการส่งมอบสินค้าต้องผ่านกิจกรรมในแต่ละอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นในกิจกรรมส่วนนี้ต้องดำเนินกิจกรรมรับช่วงจากผู้ผลิตเพื่อส่งมอบต่อผู้ค้าปลีกและผู้บริโภค ในส่วนนี้เป็นกิจกรรมปลายน้ำ (Downstream) ที่ประกอบด้วยกิจกรรมย่อย ดังนี้ การจัดการสินค้าสำเร็จรูป (Product Management) การวางแผนการกระจายสินค้า (Distribution Requirement Planning : DRP) กระบวนการสั่งซื้อ (Order Processing) การขนส่งภายนอกโรงงาน (Outbound Transportation) การบริการลูกค้า (Customer Service) การจัดการตามประเภท (Category Management) และการรับคืนสินค้า (Return Goods Handling)

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ทราบถึงรูปแบบและช่องทางการกระจายสินค้าที่มีความเหมาะสมสำหรับสินค้าตุ๊กตาชาววัง OTOP จังหวัดอ่างทอง

1.4.2 ชุมชนจะสามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปพัฒนาตนเองไปพัฒนาชุมชนของตัวเอง และสามารถถ่ายทอดต่อไปยังชุมชนข้างเคียงได้

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) หมายถึง การบริหารจัดการกิจกรรมและความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้องกันตั้งแต่ต้นน้ำ (วัตถุดิบ) จนถึงปลายน้ำ (สินค้าสำเร็จรูปหรือบริการ) ซึ่งมีลักษณะยาวต่อเนื่องกันเหมือนโซ่ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพตลอดกระบวนการผลิตจนถึงมือผู้บริโภค โดยการให้ความสำคัญต่อการสื่อสาร การวิเคราะห์ข้อมูล และนำไปใช้ร่วม

1.5.2 สินค้า OTOP (One Tamboon One Product) คือ ผลิตภัณฑ์ลักษณะเฉพาะที่ผลิตและจำหน่ายในท้องถิ่นแต่ละตำบล โดยได้รับแรงบันดาลใจมาจากโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OVOP) ที่ประสบความสำเร็จของประเทศญี่ปุ่น เป็นกระตุ้นให้แต่ละตำบลพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและการตลาด เลือกผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นมาหนึ่งชิ้นจากแต่ละตำบลมาประทับตราว่าเป็นสินค้า OTOP และจัดหาเวทีในประเทศและระหว่างประเทศเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้านี้ สินค้า OTOP นั้นครอบคลุมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอย่างกว้างขวาง ซึ่งรวมไปถึงงานหัตถกรรม ฝ้ายและผ้าไหม เครื่องปั้นดินเผา เครื่องประดับแฟชั่น ของใช้ในครัวเรือนและอาหาร

1.5.3 การกระจายสินค้า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม หรืออาจจะหมายถึงการขนส่งและการเก็บตัวสินค้าภายในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งและระบบช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจนั้นจนกว่าจะถึงมือของผู้บริโภค

1.5.4 ช่องทางการกระจายสินค้า หมายถึง กลไกหรือกระบวนการหรือช่องทางหรือวิธีการที่จะทำให้สินค้าและบริการเคลื่อนย้ายเปลี่ยนมือ เปลี่ยนความเป็นเจ้าของจากผู้ผลิต จากสถาบันการค้าส่ง และสถาบันการค้าปลีกหรือพ่อค้าคนกลางไปสู่ผู้บริโภค หรือผู้ใช้อย่างสะดวก รวดเร็ว ประหยัดและปลอดภัย ทำให้ธุรกิจสามารถบรรลุเป้าหมายทางการขายได้อย่างดี

1.5.5 ชุมชน กลุ่มย่อยที่มีลักษณะหลายประการเหมือนกันลักษณะสังคม แต่มีขนาดเล็กกว่าและมีความสนใจร่วมที่ประสานงานในวงแคบกว่า ชุมชน หมายถึง เขตพื้นที่ระดับของความคุ้นเคย และการติดต่อระหว่างบุคคล ตลอดจนพื้นฐานความยึดเหนี่ยวเฉพาะบางอย่างที่ทำให้ชุมชนต่างไปจากกลุ่มเพื่อนบ้าน ชุมชนมีลักษณะเศรษฐกิจเป็นแบบเลี้ยงตัวเองที่จำกัดมากกว่าสังคม แต่ภายในวงจำกัดเหล่านั้นย่อมมีการสร้างสรรค์ใกล้ชิดกว่า และความเห็นอกเห็นใจลึกซึ้งกว่า อาจจะมีสิ่งเฉพาะบางประการที่ผูกพันเอกภาพ เช่นเชื้อชาติ ต้นกำเนิดเดิมของชาติหรือศาสนา