

ใบความรู้ที่ 5 เรื่อง ช่องทางการจัดจำหน่าย หน่วยที่ 2  
 แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 5 เรื่อง ช่องทางการจัดจำหน่าย  
 รายวิชา การงานอาชีพและเทคโนโลยี รหัส ง23101 ภาคเรียนที่ 1 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

จุดประสงค์ 1. ระบุช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการในธุรกิจที่ใฝ่ฝันได้

**ช่องทางการจำหน่าย (Channels)** หมายถึง ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า เป็นการแสดงถึงกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ใช้ช่องทางในการสื่อสารโฆษณา ช่องทางการจำหน่าย ช่องทางการขาย ช่องทางการตลาด เพื่อการส่งมอบสินค้าและบริการให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอย่างได้รับความไว้วางใจ

1. ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง

ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง หมายถึง การขายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ โดยไม่มีคนกลาง หรือช่องทางศูนย์ระดับ : ผู้ผลิต > ผู้บริโภค

2. ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม

ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม หมายถึง เส้นทางที่สินค้าเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตโดยต้องผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภค

ช่องทางการจัดจำหน่ายหนึ่งระดับ ผู้ผลิต > ผู้ค้าปลีก > ผู้บริโภค

ช่องทางการจัดจำหน่ายสองระดับ ผู้ผลิต > ผู้ค้าส่ง > ผู้ค้าปลีก > ผู้บริโภค

ช่องทางการจัดจำหน่ายสามระดับ ผู้ผลิต > ตัวแทน > ผู้ค้าส่ง > ผู้ค้าปลีก > ผู้บริโภค

| ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง                    | ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม                   |
|---|---|
| ข้อดี   | ข้อดี   |
| 1. ทราบความต้องการลูกค้าได้ดี                 | 1. สินค้ากระจายได้อย่างกว้างขวาง              |
| 2. สินค้าถึงมือผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว          | 2. มีผู้มาช่วยรับความเสี่ยงในการถือครองสินค้า |
| 3. ขายสินค้าได้ในราคาถูก                      | 3. ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย                   |
| ข้อเสีย                                       | ข้อเสีย                                       |
| 1. กระจายสินค้าไม่ทั่วถึง                     | 1. ทราบข้อมูลทางการตลาดเกี่ยวกับผู้บริโภคน้อย |
| 2. เสียค่าใช้จ่ายในการขนส่ง                   | 2. ราคาสินค้าจะสูง                            |
| 3. ผู้ผลิตจะต้องรับภาระเกี่ยวกับสินค้าคงเหลือ |   |

**การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค**

เป็นปัจจัยสำคัญในยุคปัจจุบันมาก เพราะลูกค้าหรือกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบันนี้ มีการใช้สื่อเทคโนโลยีที่หลากหลายมาก และการเข้าถึงด้วยสื่อและเทคโนโลยีก็สามารถทำให้การค้าขายในยุคปัจจุบันง่ายขึ้นมาก การเรียนรู้พฤติกรรมของผู้บริโภคว่า เขาเสพสื่ออะไร ใช้ช่องทางไหนในการสื่อสาร จะทำให้การสื่อสารง่ายขึ้น การใช้ Social media ไม่ว่าจะเป็น กลุ่ม Facebook Line Instagram Twitter ฯลฯ จะทำให้เรารู้ถึงช่องทางหลักในการเข้าถึงลูกค้า

อ้างอิงข้อมูล : [https://thumbsup.in.th/2012/04/business\\_model\\_canvas/](https://thumbsup.in.th/2012/04/business_model_canvas/)

<https://techsauce.co/startup/business-model-canvas/>

<http://www.thaipt.org/index.php?module=knowledge&id=747>

