

การประชุมเชิงวิชาการระดับชาติและนานาชาติด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 5

The 5<sup>th</sup> National & International Conference

Business Administration 2017 : Digital Economy Thailand 4.0

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ระหว่างวันที่ 9 – 10 มีนาคม 2560

ณ โรงแรม ดิ เอ็มเพรส จังหวัดเชียงใหม่

## ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้

รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพล ทองมา)

รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริพงษ์ กิรติการกุล)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร ศิริโภคากิจ)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทองเลียน บัวจุม)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์พาวิน มະโนชัย)

รองอธิการบดี (อาจารย์ชนู เชื้อวิโรจน์)

รองอธิการบดี (อาจารย์อภิชาต สวนคำกอง)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

รองคณบดีคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายบริหารและกิจการพิเศษ

รองคณบดีคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิชาการและวิเทศสัมพันธ์

รองคณบดีคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ

รองคณบดีคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวางแผนและพัฒนา

รองคณบดีคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายการเงินและระบบสารสนเทศ

รองศาสตราจารย์ ดร.คงกลับดินทร์ แสงอาษาวิริยะ

รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร บุญมาก

## บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร วรรณสถิตย์

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

## กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร

วรรณสถิตย์

ประธานกรรมการ

อาจารย์ ดร.กัญญาพัสวี

กล่อมลงเริ่บ

รองประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรีด้า

ศรีนุวรรตน์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา

เทชเกกิ

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัดพงศ์

อวีโรหานานท์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา

ตันจันทร์พงศ์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล

ฤกษ์สมบัติ

กรรมการ

อาจารย์ ดร.ปิยวารณ์

สิริประเสริฐศิลป์

กรรมการ

อาจารย์ ดร.อรุณี

ยศบุตร

กรรมการ

นายพงศ์กฤต

ภูริชพิสิฐกร

กรรมการและเลขานุการ

นางสาวอลิษา

อุ่นจิตต์

กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

## เจ้าของ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เลขที่ 63 หมู่ที่ 4 ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย

จังหวัดเชียงใหม่ 50290

โทรศัพท์ 0-5387-3550-2 โทรสาร 0-5349-8151

[www.ba.mju.ac.th](http://www.ba.mju.ac.th)

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจประเมินผลงาน  
รองศาสตราจารย์ ดร.จกกลบดินทร์  
รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ<sup>\*</sup>  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดารัตน์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนียา  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทริกา<sup>\*</sup>  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาณวิน  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาญุส  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตตินุช  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา<sup>\*</sup>  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา<sup>\*</sup>  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัดพงศ์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์โสภณ  
อาจารย์ ดร.กัญญาพสี  
อาจารย์ ดร.ปิยวารรณ  
อาจารย์ ดร.อรุณี  
อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์  
อาจารย์ ดร.พนมพร  
อาจารย์ ดร.ศรรษา<sup>\*</sup>  
อาจารย์ ดร.กุลชณา<sup>\*</sup>  
อาจารย์ ดร.อนุชา<sup>\*</sup>  
อาจารย์ ดร.อุกฤษณ์

แสงอาสวาวิริยะ  
บุญมาก  
สมฤทธิ์สกุล  
خلประเสริฐสุข  
ศิริโกคาภิจ  
บังเมฆ  
มนีพันธ์  
สงเคราะห์  
หยุ่ยเย็น  
ชุลิกาวิทย์  
วรรณสกิต  
ศรีนฤรรณ  
เทชเดกิ  
อวีโรจนานนท์  
ตันจันทร์พงศ์  
ตุลาสมบัติ  
ฟองเพชร  
กล่อมลงเจริญ  
สิริประเสริฐศิลป์  
ยศบุตร  
ใบไม้  
เฉลิมวรรณ  
วรุณกุล  
แวนแก้ว  
กันทรดุษฎี  
มารังค์

การสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของผู้ประกอบการ  
ในพื้นที่ ตำบลปากน้ำปราณ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Creating value-added and channel of distribution to seafood products of the  
entrepreneurs  
in Pak Nam Pran, Amphoe Pranburi, Changwat Prachuap Khiri Khan

ตรีนภา หวานพีช<sup>1</sup> พิทักษ์ ศิริวงศ์<sup>2</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศ  
เพชรบุรี

<sup>2</sup>รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง 1) การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์อาหารทะเล 2) ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเล ในพื้นที่ตำบลปากน้ำปราณ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีปริภูมิการณ์วิทยา ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ 1) ผู้ประกอบการร้านอาหาร โอลีกซ์ซีฟู้ด 2) ผู้ประกอบการร้านของฝาก เฮียตู และ 3) นิรavaran แผนส่ง รวบรวมเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ เชิงลึกผู้ประกอบการทั้ง 3 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ คำถามปลายเปิดที่ใช้ในการสัมภาษณ์ และมีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีพร้อมนิริวิเคราะห์ผลการศึกษาพบว่า 1) ร้านอาหาร โอลีกซ์ซีฟู้ด เป็นร้านอาหารติดทะเล มีช่องทางการจำหน่ายโดยขายหน้าร้าน กลุ่มลูกค้าหลักคือ นักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยว และผู้ประกอบการมีการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการปรับรูปแบบอาหารทะเลเป็นเมนูอาหารทะเล ต่างๆ เช่น กุ้งทอดกระเทียม บูม่าผัดผงกระหรี่ กุ้งอบวุ้นเส้น หอยเชลล์อบเนย เป็นต้น 2) ร้านของฝาก เฮียตู เป็นร้านที่ขายทั้งปลีกและส่ง มีช่องทางการจำหน่ายโดยขายหน้าร้านและขายส่งร้านอื่นๆ โดยร้านเฮียตูเป็นร้านที่ติดกับถนนใหญ่ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการมีการปรับรูปแบบเป็นอาหารตามแต่หัวใจและมีการเพิ่มมูลค่าโดยการเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ 3) นิรavaran แผนส่ง เป็นผู้แปรรูปและจำหน่ายหมึกแห้ง โดยการแปรรูปตัดเป็นอาหารตามหัวใจ ขายทั้งปลีกและส่ง โดยผลิตส่งร้านขายของฝากในพื้นที่ และนอกพื้นที่ โดยเลือกทำเลที่กว้างเพราะต้องใช้พื้นที่กว้างในการตาก และกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการร้านของฝากในพื้นที่ และนอกพื้นที่

คำสำคัญ : ผู้ประกอบการ , อาหารทะเลแปรรูป , ช่องทางการจัดจำหน่าย

### Abstract

The study aimed at studying the value-added creation and distribution channels of seafood products in the area of in Pak Nam Pran, Amphoe Pranburi, Changwat Prachuap Khiri Khan. It was the qualitative research conducted by using the phenomenological study method. The key informants of the study were 1) the entrepreneur of OX Seafood Restaurant, 2) the owner of HiaTu souvenir shop, and 3) Ms. Thirawan Phan Sa-nga. The data was gathered by the in-depth interview of three main informants, collected by interview form containing open-ended questions and

analyzed by using descriptive analysis. The findings indicated that 1) OX Seafood Restaurant, where had been located in the seaboard area, had had the shop front as the distribution channel selling seafood products of the restaurant to the tourists who were targeted as the main customer group. Besides, the value added to the seafood products of OX Seafood Restaurant had been created by the entrepreneur who had processed sea materials into various dishes of seafood, especially lobster with garlic, stir-fried soft-shelled crab in curry powder, casserole shrimps with glass noodles, and baked scallops with butter, etc., 2) HiaTu souvenir shop, cooperating as both wholesaler and retailer had been located at the roadside; the products had been distributed by both selling at the shop front and sending to other shops. Most customers of this shop are tourists. The owner had added the value of the products through drying out materials into dried food and changing the product packaging, and 3) Thirawan had produced and sold dried squid in the ways of both retailing and wholesaling. In terms of wholesaling, the products were distributed to souvenir shops located in the area and outside the district, with the selection of the location where the space had been wide for drying process. The main customer was the group of souvenir shops located in the area and outside the district.

*Keywords :the entrepreneurs , processed seafood products , channel of distribution*

## บทนำ

หล่ายปีที่ผ่านมาประเทศไทยมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นผลมาจากการเติบโตของธุรกิจไม่ว่าจะเป็นในภาคเกษตรกรรม อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว การส่งออก เนื่องจากประเทศไทยมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์อื้ออำนวยต่อการเพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ รวมไปถึงมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่เหมาะสม มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกอีกด้วยเป็นประเทศที่ติดชายฝั่งทะเลอ่าวไทยและอันดามัน อาชีพการประมงจึงถือเป็นอาชีพหนึ่งที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศไทยเป็นจำนวนไม่น้อย(ญาณิกา สุขพงษ์และ พริยา ศรีเจริญ,2555)

ตำบลปากน้ำปราณ ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีเนื้อที่ประมาณ 2.5 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,572 ไร่ (ครรนนทร อร่วมกิจโพธิ์ค้า , 2558) เป็นที่ตั้งสมาคมประมงแห่งแรกของประเทศไทย มีทางออกสู่ทะเลของแม่น้ำปราณบุรี และยังเป็นหมู่บ้านของกลุ่มชาวประมงกลุ่มใหญ่ของปราณบุรี มีจำนวนเรือประมงหลากหลายขนาดทั้งเล็ก กลาง และใหญ่ มีจำนวนมากมาย หลายสิบลำจอดอยู่บริเวณปากน้ำปราณบุรี จุดบริเวณปากน้ำแห่งนี้ยังเป็นแหล่งชุมชน ซึ่งขาย失落เปลี่ยน ปลา กุ้ง หอย หมึกต่างๆ ของเรือประมง และเป็นที่จำหน่ายสินค้าอาหารทะเลแปรรูป ต่างๆ เช่น ปลาเผาเดี๋ยว ปลาตากแห้ง ปลาหมึกไก่ กะปิ กุ้งแห้ง ปลากรอบปูรูรส เป็นต้น

สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของตำบลปากน้ำปราณ มีอัตราการเจริญเติบโตมากขึ้นตามลำดับ ซึ่งเกิดจากการประมงอันเป็นการผลิตที่สำคัญ อีกทั้งประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำการประมงค้าขาย ประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพรับจ้าง และแปรรูปผลิตผลจากการประมง ซึ่งสินค้าแปรรูปจากอาหารทะเลที่ชาวบ้านนำมาได้นั้นถือเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารทะเล โดยที่ตำบลปากน้ำปราณมีร้านขายของฝากจากทะเล จำนวน 20 ร้าน ร้านอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 90 ร้าน และมีโรงงานอุตสาหกรรมขนาดเล็ก จำนวน 5 แห่ง เป็นโรงงานอุตสาหกรรมทำปลาหมึกอบแห้ง ของทะเล เช่นเดียว และทำกุ้งแห้ง โดยที่วัตถุดิบส่วนใหญ่เป็นผลผลิตจากการประมง (ครรนทร์ อร่วมกิจโภธิค , 2558)

สำหรับอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทย เป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำประมง เนื่องจากวัตถุดิบมาจากการจับสัตว์น้ำตามธรรมชาติและการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ นับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ไทยมีศักยภาพมากที่สุดอุตสาหกรรมหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆในอาเซียนพบว่าอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทย มีการพัฒนาองค์ความรู้ กระบวนการผลิต การรักษาคุณภาพ มาตรฐานด้านอาหารและความปลอดภัย ได้ดีที่สุดในอาเซียนซึ่งทั่วโลกให้ยอมรับ จึงทำให้อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทยในปัจจุบันเป็นได้มาตรฐานในระดับสากล(ทัศนีย์ วัฒนชัย ยงค์ , 2549) ซึ่งจากข้อมูลกรมประมงพบว่า พื้นที่ที่มีศักยภาพและเหมาะสมแก่การทำประมง คือพื้นที่ภาคใต้ โดยในปี 2555 พบว่า ปริมาณสัตว์น้ำของไทย ร้อยละ 61.7 เป็นสัตว์น้ำจากภาคใต้ และภาคอื่นๆ ร้อยละ 38.3

การประกอบการในพื้นที่บริเวณตำบลปากน้ำปราณนั้นประกอบด้วยผู้ประกอบการ เช่น ร้านขายของฝาก ร้านอาหาร ผู้แปรรูปผลิตผลจากการประมง เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการเหล่านี้เป็นผู้ซื้อวัตถุดิบอาหารทะเลจากชาวประมงนำไปแปรรูปสำหรับธุรกิจของตนอย่างสม่ำเสมอ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มและซ่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของผู้ประกอบการในตำบลปากน้ำปราณเพื่อประโยชน์เชิงวิชาการในการสร้างองค์ความรู้เรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มและซ่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการ และประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ในการนำผลการศึกษามาปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพอาหารทะเลแปรรูปให้ตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภค และสร้างกลยุทธ์และซ่องการจัดจำหน่ายให้ผลิตภัณฑ์เข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของผู้ประกอบการ
2. เพื่อศึกษาซ่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป

## ประโยชน์ที่ได้รับ

- ทำให้ทราบถึงวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของผู้ประกอบการในตำบลปักน้ำปราณ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยที่ผู้ประกอบการรายอื่นสามารถนำวิธีการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารทะเลในรูปแบบต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาอาชีพและธุรกิจตนเอง
- ทำให้ทราบลึกลงของการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปและกลุ่มลูกค้า โดยเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการรายอื่นที่ทำการธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป

## ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มและซองทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของผู้ประกอบการ ในพื้นที่ ตำบลปักน้ำปราณ ประกอบด้วย ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในตำบลปักน้ำปราณ และศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารและข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆ

- ขอบเขตด้านประชากร คือ ผู้ประกอบการในตำบลปักน้ำปราณ
- ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ ตำบลปักน้ำปราณ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- ขอบเขตด้านเวลา คือ ช่วงเดือนตุลาคม ถึง พฤศจิกายน พ.ศ. 2559 โดยประมาณ

## วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การสร้างมูลค่าเพิ่มและซองทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของผู้ประกอบการในพื้นที่ ตำบลปักน้ำปราณ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นแนวทางหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารทะเลที่ขาดบานหวานมาได้และการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม จึงได้ศึกษาข้อมูลต่างๆ แนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- แนวคิดของผู้ประกอบการ
- แนวคิดด้านซองทางการจัดจำหน่าย
- ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1. แนวคิดของผู้ประกอบการ

#### 1.1 ความหมายของผู้ประกอบการ

ผู้สืด รุมาดม (2540) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมเป็นบุคคลที่ค้นพบความคิดและโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เป็นผู้ที่ร่วบรวมเงินทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจจัดระเบียบในธุรกิจและบริหารดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อจัดหาสินค้าและบริการให้แก่สาธารณะชน

#### 1.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้ประกอบการ

Susbauer (1969) พบว่าแรงจูงใจมีความสำคัญมากที่สุดในการผลักดันให้ผู้ประกอบการออกจากสภาพการณ์เป็นลูกจ้างในกิจการของผู้อื่น และเป็นแรงกระตุ้นส่งเสริมให้เกิดการก่อตั้งสถานธุรกิจของตนเอง ขณะที่ (Rissal, 1988) พบว่า แรงจูงใจไฟสมฤทธิ์เป็นคุณลักษณะหนึ่งที่มีอยู่ในตัวผู้ประกอบการที่สามารถใช้เป็นกรอบอ้างอิงในการดำเนินอาชีพการประกอบการ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลมีส่วนเพิ่มทักษะในการประกอบการส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรนอกจากนี้ยังพบว่า ความสามารถด้านองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการดำเนินงาน ปัจจัยด้านองค์กร และส่งผลให้องค์กรดำเนินกิจการในรูปแบบที่แตกต่างกันไป ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของกิจการ

## 2. แนวคิดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

### 2.1 ความหมายของช่องทางการจัดจำหน่าย

Stanton and Futrell (1987) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตและ/หรือรอมสิทธิ์ของผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายไปยังตลาด หรือหมายถึงกลุ่มบุคคลหรือองค์กรซึ่งอำนวยการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังลูกค้า

Kotler (1988) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กลุ่มขององค์กรอิสระที่เข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการที่จะทำให้สินค้าและบริการถึงมือผู้บริโภคอย่างเหมาะสม

2.2 โครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วยการกำหนดจำนวนระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายมีการเลือกใช้ช่องทางตรงกับช่องทางอ้อม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.2.1. ช่องทางตรง (Direct Channel) หรือช่องทางศูนย์ระดับ (Zero Level Channels) วีราวรรณ์ จันทร์มานนท์ (2555) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ผลิตขายสินค้าโดยตรงให้กับผู้บริโภค (Consumer) หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial User) โดยไม่ผ่านคนกลาง ข้อดีคือ ผู้ผลิตสามารถควบคุมนโยบายการตลาดได้ และพนักงานขายของผู้ผลิตจะมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและลูกค้าเป็นอย่างดี สามารถกระตุ้นลูกค้าให้เกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อดีกว่าการใช้คนกลาง ลดขั้นตอนและความยุ่งยากในการประสาน ข้อเสีย คือ การจัดจำหน่ายที่ไม่ทั่วถึงและในกรณีที่เปิดสาขาและสำนักงานขาย ผู้ผลิตจะต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากจึงสามารถขยายสาขาและสร้างยอดขายได้

2.2.2. ช่องทางอ้อม (Indirect Channel) วีราวรรณ์ จันทร์มานนท์ (2555) ได้ให้ความหมายไว้ว่าเป็นเส้นทางที่สินค้าเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตผ่านคนกลางไปยังลูกค้า คนกลางดังกล่าวอาจจะเป็นตัวแทน ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีกหรือผู้จัดจำหน่ายก็ได้

### 3. ความรู้ที่นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร

พัฒนา สุขประเสริฐ (2553) ได้ระบุว่าการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร (Good Value Added : GVA) เป็นขั้นตอนของการเพิ่มรายได้ให้สูงกว่ามูลค่าจริงของผลผลิตการเกษตร

การเพิ่มรายได้จากการผลิตการเกษตรมีเทคนิคการดำเนินการใน 2 ลักษณะ

1. การเพิ่มปริมาณในการผลิต เช่น การเพิ่มพื้นที่ในการผลิต เพื่อให้ได้ผลผลิตรวมที่เพิ่มมากขึ้น

2. การเพิ่มมูลค่าของผลผลิตโดยมีรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าผลผลิต 3 ลักษณะ คือ

2.1 การเปลี่ยนแปลงภายนอกหรือคุณลักษณะทางกายภาพของผลผลิตเพื่อให้เกิดความน่าสนใจและดึงดูดความต้องการของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น เช่น การแกะสลักผ้าผลไม้สด

2.2 การอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคผลผลิตทางการเกษตร เช่น การจัดเป็นชุดของผักและเครื่องเทศที่ใช้ทำต้มยำ

2.3 การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร การแปรรูป หมายถึง การนำผลผลิตสดที่มีอยู่มาทำการเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติทางชีวภาพและ/หรือเคมีและ/หรือทางกายภาพ เพื่อให้ผลผลิตมีอายุการใช้งานที่ยาวนานขึ้น ซึ่งโดยส่วนใหญ่ก็จะเป็นวิธีการที่ทำให้มีสัดส่วนของปริมาณน้ำในผลผลิตลดต่ำลง ซึ่งทำให้เน่าเสียได้ยากขึ้น เพราะว่ามีคุณสมบัติที่ไม่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของเชื้อราและ

หรือแบคทีเรีย ดังนั้นการแปรรูปโดยใช้เทคนิคและวิธีการที่ดี (Good Manufacturing Practice : GMP) จึงช่วยให้การผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและได้ผลผลิตที่มีคุณภาพและมีความสม่ำเสมอ ตรงตามมาตรฐานที่กำหนด

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุรเดช โตมาตระ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และซ่องทางการจัดจำหน่ายผ้าห่อชาวดำ บ้านสะแกรายร่มเย็น ตำบลอนยายหมู่ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและการวางแผนแนวทางในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และซ่องทางการจัดจำหน่ายผ้าห่อชาวดำ

ญาณิกา สุขพงษ์ และพริยา ศรีเจริญกิจ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ การค้าอาหารทะเลสด กรณีศึกษาตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยในการดำเนินธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด แหล่งที่มาของอาหารทะเล ซ่องทางการจัดจำหน่าย

#### วิธีการดำเนินการศึกษา

การวิจัยเรื่อง “การสร้างมูลค่าเพิ่มและซ่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของผู้ประกอบการ ในพื้นที่ ตำบลปากน้ำปราณ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีปรากฏการณ์วิทยา(Phenomenology Theory) เป็นเครื่องมือในการศึกษาปรากฏการณ์และประสบการณ์ชีวิตของมนุษย์ โดยมุ่งทำความเข้าใจความหมายประสบการณ์ชีวิตที่บุคคลได้ประสบหลัก (ชาย โพธิสิตา, 2550) และเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามเป็นหลักและรวบรวมข้อมูลเอกสารเป็นส่วนประกอบ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ผู้วิจัยจะเจาะจงเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักตามวิธีการที่เรียกว่า การเลือกตัวอย่างเชิงทฤษฎี (Theoretical Sampling) โดยผู้ให้ข้อมูลหลักนั้นจะถูกเลือกจากผู้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ดีที่สุดและลึกที่สุด เพื่อสามารถให้ข้อมูลได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนั้นผู้วิจัยกำหนดกลุ่มบุคคลซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการ ในพื้นที่ตำบลปากน้ำปราณ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์จำนวน 3 ราย ผู้วิจัยทำการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยคัดเลือกจากร้านที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในพื้นที่นั้น และมีการเปิดให้บริการมาเป็นเวลานาน มีผู้นิยมมาซื้อเป็นจำนวนมาก มีสินค้าที่หลากหลาย และเป็นที่รู้จักของคนของเป็นจำนวนมาก

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจาก หนังสือ เอกสาร และบทความวิชาการและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองในภาคสนาม

3. วิธีการศึกษาวิจัย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบปรากฏการณ์วิทยาโดยใช้เทคนิคการเก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In- Depth Interview) โดยสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) โดยสัมภาษณ์จาก ผู้ประกอบการ ในพื้นที่ตำบลปากน้ำปราณ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

4. เครื่องมือในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือต่างๆ ที่สำคัญเพื่อช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

4.1 สมุดบันทึกข้อมูลในภาคสนาม (Field Notebook) ใช้บันทึกสิ่งที่ผู้วิจัยสังเกตเห็นนอกจากนี้สมุดบันทึกภาคสนามยังช่วยบันทึกรายละเอียดของการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก

4.2 เครื่องบันทึกเสียง (Audio Recorder) ใช้บันทึกข้อมูลเสียงผู้ให้ข้อมูลหลัก สามารถบันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักครบถ้วน

4.3 กล้องถ่ายรูป (Camera) ใช้บันทึกภาพในขณะที่สัมภาษณ์และบันทึกภาพต่างๆ สามารถนำมาประกอบการสรุปผลวิจัย

4.4 แนวคำานสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้แนวคำานสัมภาษณ์ในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยแนวคำานเป็นแบบกึ่งโครงสร้างปลายเปิด โดยผู้วิจัยมีกระบวนการสร้างแนวคำาน ดังนี้

1. สร้างแนวคำานด้วยการทำความเข้าใจทฤษฎี

2. นำแนวคำานเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสม

3. พัฒนาปรับปรุงแนวคำานตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

4. นำแนวคำานที่ปรับปรุงแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา

5. นำแนวคำานที่ผ่านการตรวจสอบแล้วไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลักที่ได้เลือกไว้

4.5 ผู้วิจัย ถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเก็บข้อมูล เป็นผู้ดำเนินการสัมภาษณ์ ตัวผู้วิจัยต้องมีความรู้และความสามารถในการถามคำถาม

### 5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation Method) (Denzin , 1970) ดังนี้

5.1 การตรวจสอบด้านข้อมูล (Data Triangulation) ตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาจากการเก็บข้อมูลที่ได้มาจากการสำรวจต่างๆ นั้น มีความเหมือนกันหรือไม่ ซึ่งถ้าหากเหล่าข้อมูลพบว่าได้ข้อค้นพบเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มา มีความถูกต้อง

5.2 การตรวจสอบด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) ตรวจสอบว่า ถ้าผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิมจะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด อาจทำได้ง่ายกว่าในระดับสมมติฐานชั่วคราว(Working Hypothesis) และแนวคิดขณะที่ลงมือตีความสร้างข้อสรุปเหตุการณ์แต่ละเหตุการณ์ ปกตินักวิจัยจะตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎีได้ยากกว่าตรวจสอบด้านอื่น

5.3 การตรวจสอบด้านวิธีรวมข้อมูล(Methodological Triangulation) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ กันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการซักถาม พร้อมกันนั้นก็ศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารหรือการซักถามผู้ให้ข้อมูลสำคัญ หรือการซักถามผู้ให้ข้อมูลหลังจากสรุปผลการศึกษา เพื่อความแนนอนว่าข้อสรุปนั้นเที่ยงตรงตามความจริงหรือไม่

## 6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เป็นหลัก จากข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอน ดังนี้

- 6.1 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสรุปประเด็นสำคัญด้วยการถอดเทปการสนทนแบบคำต่อคำ (Verbatim) และอ่านบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลอย่างละเอียด
- 6.2 แยกข้อมูลไว้ตามลักษณะของข้อมูลและประเด็นในการศึกษา
- 6.3 นำข้อมูลมาวิเคราะห์ ตีความหมายอธิบายปรากฏการณ์
- 6.4 นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาเรียบเรียง สรุปหัวที่เป็นส่วนรวม และข้อแตกต่างโดยการบรรยายเชิงพรรณนาวิเคราะห์

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของผู้ประกอบการ ในพื้นที่ตำบลปากน้ำปราณ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ครั้งนี้เป็นแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการร้านโอลอเอ็กซ์ซีฟู๊ด ผู้ประกอบการร้านไฮยีตี้ และ ธีราวรรณ แวนส์ฯ ซึ่งทั้ง 3 คนเป็นผู้ประกอบการในพื้นที่ตำบลปากน้ำปราณ โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของผู้ประกอบการในพื้นที่ ตำบลปากน้ำปราณ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

#### 1.1 ร้านอาหาร กรณีศึกษา ร้านโอลอเอ็กซ์ซีฟู๊ด

##### 1.1.1 ประวัติร้านอาหาร

จันจิรา จิวรรจนะโรดม เจ้าของร้านอาหารโอลอเอ็กซ์ซีฟู๊ด ที่ตั้ง 277/2 หมู่ 2 ซอย 4 ตำบลปากน้ำปราณ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เปิดร้านตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 ร้านอาหาร โอลอเอ็กซ์ซีฟู๊ด เป็นร้านที่ติดกับทะเล บรรยากาศชายหาดในร้านเป็นแบบธรรมชาติ โต๊ะ เก้าอี้จัดเรียงเป็นระเบียบสวยงาม อาหารที่นี่เป็นอาหารทะเลอร่อยสดน่ารับประทานทุกเมนู ร้านเปิดบริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 10.00-21.00 น.

##### 1.1.2 การสร้างมูลค่าเพิ่มอาหารทะเล

ผู้ประกอบการได้ให้ข้อมูลกับผู้วิจัยว่า ทางร้านนำอาหารทะเลมาประกอบอาหารเป็นเมนูต่างๆ เช่น ก้วยทอดกระเทียม ก้วยผัดพริกไทยดำ ปูม้าผัดผงกระหรี่ กุ้งอบวุ้นเส้น กุ้งฉู่ฉี่ ยำหอยเชลล์ หอยเชลล์อบเนย ปลาอินทรีทอดราดน้ำปลา แกงป้าปลาทราย ปลาเก้าสามรส ปลากระพงนึ่งบัวย เป็นต้น โดยผู้ประกอบเล่าว่า ต้นทุนของอาหารทะเลสูงมาก กำไรที่ได้จากการขายเมื่อหักค่าแรงงานค่าใช้จ่ายภายในร้านเหลือประมาณ 20% และสาเหตุที่เลือกแบบร้านเป็นรูปแบบนี้ เพราะไม่ได้ประกอบอาชีพ เป็นชาวประมงและมีความต้องการรับประทานอาหารทะเลที่สด จึงมาเปิดร้านอาหารและเลือกสรรวัตถุดิบที่สดมาประกอบอาหารให้ลูกค้า และมีความชอบส่วนตัวในการทำอาหาร โดยนำความรู้วิธีการ ประยุกต์อาหารจากรายการทีวีต่างๆ เช่น รายการครัวคุณหรีด รายการเบรี่ยวปาก เป็นต้น ความรู้จากสื่อออนไลน์เน็ต โดยนำความรู้จากแหล่งต่างๆ มาประกอบกับความรู้ส่วนตัวที่มีอยู่ และแรงงานในร้านประกอบด้วย พ่อครัว และ พนักงานเสิร์ฟ ซึ่งส่วนมากเป็นคนในพื้นที่ตำบลปากน้ำปราณ

### 1.1.3 วิธีการได้มาซึ่งวัตถุดีบ

ผู้ประกอบการให้ข้อมูลกับผู้วิจัยว่า วัตถุดิบที่ได้มาจากการแปรปั้นที่โดยมีชาวประมงจากแปรปั้นนำมาส่งที่ร้าน ทางร้านมีแพปลาประจำ โดยมีข้อตกลงกับเจ้าของเรือประมงว่าจะรับซื้อวัตถุดิบเป็นประจำ เรือที่ออกไปหาอาหารทะเลจะได้จำนวนมากหรือน้อยต้องนำมาส่งให้กับทางร้านทั้งหมด โดยวัตถุดิบที่ซื้อในแต่ละครั้ง ประกอบด้วย ปูม้า หมึก กุ้ง หอยเชลล์ หอยลาย หอยแครงหอยแมลงภู่ ไข่แมงดา ปลาอินทรี ปลาสามสี ปลาหาราย ปลากระบอก ปลาเก้า และปลากระพง ซึ่งวัตถุดิบเหล่านี้ต้องซื้อทุกวัน โดยต้นทุนของวัตถุดิบเป็นไปตามราคากลาง ผู้ประกอบการเล่าว่าชาวประมงส่งกุ้งใหญ่ที่ตลาด ราคา 800 บาทต่อกิโลกรัม ทางร้านให้ราคากลางตามที่ชาวประมงแจ้ง เมื่อได้วัตถุดิบมา ทางร้านจะแยกขนาดของวัตถุดิบก่อนแล้วจึงนำมาล้าง ถ้าวันไหนมีจำนวนวัตถุดิบมากจะนำไปสูญปิดผนึกแล้วนำไปแช่เย็น แต่ถ้ามีจำนวนวัตถุดิบน้อย เพราะเป็นช่วงมรสุมคลื่นลมแรงเมื่อแยกขนาดแล้วจึงนำมาใส่ตู้แช่แข็ง

1.2 ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลประรูป กรณีศึกษา ร้านของฝากร เอียดตุ๊ก

### 1.2.1 ประวัติร้านของฝาก เฮียต์

สุเทพ กมลปราโมทย์ เจ้าของร้าน เอียดี้ ที่ตั้ง 481 หมู่ 2 ตำบลปากน้ำปราณบุรี อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ร้านเอียดี้เป็นร้านของฝากรที่เปิดเป็นร้านแรกๆ ในตำบลปากน้ำปราณ เปิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 ด้วยประสบการณ์ยาวนานกว่า 16 ปี ที่ค้าขายอาหารทะเลแปรรูป จึงสามารถ มั่นใจในคุณภาพของสินค้าและบริการ ทางร้านจำหน่ายอาหารทะเลแปรรูปทั้งปลีก-ส่ง มีวัตถุดิบสด ใหม่ทุกวัน เปิดบริการตั้งแต่ 06.00-18.00 น.

## การสร้างมูลค่าเพิ่มอาหารทะเล

ผู้ประกอบการได้ให้ข้อมูลกับผู้วิจัยว่า ตนเป็นคนในพื้นที่ปากน้ำปราณ และในช่วง 10-20 ปีที่ผ่านมานี้ ปากน้ำปราณถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมอีกที่หนึ่ง ตนจึงเริ่มทำธุรกิจร้านของฝาก เพราะเห็นว่ามีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ซึ่งร้านของตนมีห้องอาหารทะเลแห้งและปรุงรูปที่ได้รับมาจากการค้าขาย

### 1.2.2 อาหารทะเลแห้งแปรรูป

ผู้ประกอบการได้นำอาหารทะเลแห้งแปรรูปต่างๆ มาบรรจุใส่ถุงเพื่อขาย มีทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ขนาดเล็กจำนวนน้ำหนัก 50 บาท และขนาดใหญ่จำนวนน้ำหนัก 100 บาท ประกอบด้วย หมึกกรอบสารส หมึกหอย หมึกบดเนย หมึกเต่าทองเผ็ดและไม่เผ็ด หมึกซาบะสารส ปลาแก้วชุม แป้งทอด ปลาชิงชั้งสมุนไพร หมึกเชื่อมสารส ทาโร์รกรอบ ทาโร์ร์สบาร์บีคิวและปูอัด ปลาสายไหม ปลาซ่อนทะเล ปลาวง หอยเสียบ หอยหวาน ปลาข้างเหลือง ปลาไว้กิวนิดแผ่นและนิดเส้น และกุ้งแห้ง ซึ่งอาหารทะเลแห้งแปรรูปแต่ละชนิดมีต้นทุนที่สูง ราคา กิโลกรัมละ 600-900 บาทต่อชนิด ผู้ประกอบการให้ข้อมูลว่า การที่นำมาบรรจุถุงเพื่อขายแบบนี้ เพราะต้องการทำเป็นของฝากเนื่องจาก มีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากเดินทางมาเที่ยวที่ปากน้ำปราณ ซึ่งถือเป็นการสร้างรายได้ให้กับครอบครัว และถือเป็นธุรกิจครอบครัว โดยมีตนและภรรยา และลูกชาย ช่วยกันดำเนินธุรกิจ

#### 1.2.2.1 วิธีการได้มาซึ่งอาหารทะเลแห้งแบบประรูป

ผู้ประกอบการได้ให้ข้อมูลกับผู้วิจัยว่า อาหารทะเลแห้งแปรรูป -ton เป็นส่วนมากในโรงงานในพื้นที่ตำบลปากน้ำปราณ และโรงงานในจังหวัดสมุทรสงคราม โดยขับรถไปซื้อจากโรงงานด้วยตนเอง ซึ่งไปซื้อจำนวน 10 ครั้งต่อเดือน หรือถ้าช่วงเทศกาลหรือวันต่อเนื่องจำนวนมากจะเป็นช่วงที่ขายดี จึงต้องไปซื้อบ่อยขึ้น และราคาของอาหารทะเลแห้งเปลี่ยนไปตามเศรษฐกิจ โดยผู้ประกอบการเล่าว่า

ในระยะเวลาหนึ่งมีเรื่องประมงต้องหยุดการจับปลาจำนวนมาก เนื่องจากการทำประมงในปัจจุบันต้องจดทะเบียนอนุญาตทำการประมง และเมื่อซื้ออาหารทะเลแห้งแปรรูป บางชนิดต้องนำมาใส่ในห้องแข่ยเย็น และบางชนิดก็นำมาใส่บรรจุภัณฑ์เพื่อขายได้เลย

### 1.2.3 อาหารทะเลแปรรูป

สินค้าที่ร้านเขียวตุ๊ผลิตเอง ได้แก่ หมึกแเดดเดี้ยว และปลาอินทรีแเดดเดี้ยว โดยผู้ประกอบการ เล่าไว้ว่า หมึกและปลาอินทรีเป็นวัตถุดิบที่หาได้ยากในพื้นที่ และเป็นสินค้าขายดี ตนจึงเลือกผลิตสินค้า สองชนิดนี้ และมีขั้นตอนการผลิตที่ง่าย โดยหมึกแเดดเดี้ยว มีขั้นตอนดังนี้ ผ่าหมึก ลอกหนังออก เอาไส้และข้อออก นำมาล้างทำความสะอาด หลังจากนั้นตากเป็นเวลา 2 ชั่วโมง ส่วนปลาอินทรีแเดดเดี้ยว มีขั้นตอนดังนี้ ขั้นตอนแรกทำความสะอาดปลาอินทรี นำปลาอินทรีมาหั่น成ช่วงลำตัว จากนั้นนำมาแข่ยไว้ในส่วนผสมที่ทำไว้ประมาณ 2 ชั่วโมง จากนั้นนำไปตากแดดเป็นเวลา 3-4 ชั่วโมง โดยความร้อนที่ได้ เป็นการถ่ายทอดความร้อนในครอบครัว ต้นทุนของหมึกแเดดเดี้ยว 350 บาทต่อกิโลกรัม และต้นทุนของ ปลาอินทรีแเดดเดี้ยว 330 บาทต่อกิโลกรัม ราคาจำหน่ายขึ้นอยู่กับขนาด โดยขนาดกลางของหมึกแเดดเดี้ยวอยู่ที่ 400 บาทต่อกิโลกรัม และปลาอินทรีแเดดเดี้ยว 380-400 บาทต่อกิโลกรัม

#### 1.2.3.1 วิธีการได้มาซึ่งอาหารทะเลแปรรูป

วัตถุดิบหลักของหมึกแเดดเดี้ยว และปลาอินทรีแเดดเดี้ยว ได้แก่ หมึก และปลาอินทรี โดยผู้ประกอบการได้ให้ข้อมูลว่า ตนไปซื้อที่แพด้วยวิธีการประมูลราคา ผู้ได้ประมูลราคาสูงสุดก็ได้วัตถุดิบไป โดยราคาของวัตถุดิบเปลี่ยนตามฤดูกาล ถ้าช่วงมรสุม (ช่วงเดือนพฤษภาคม-กุมภาพันธ์) ราคาของวัตถุดิบจะสูงกว่าช่วงอื่น โดยผู้ประกอบการซื้อวัตถุดิบ 15 วันต่อเดือน ปริมาณการซื้อแต่ละครั้ง 300 กิโลกรัม และเมื่อซื้อวัตถุดิบมา ก็นำมาแปรรูปทันที

#### 1.3 ผู้ประกอบการในพื้นที่ กรณีศึกษา ธีราวรรณ แผนส่ง

##### 1.3.1 ประวัติผู้ให้สัมภาษณ์

ธีราวรรณ แผนส่ง เกิดเมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2515 ปัจจุบันอายุ 44 ปี เป็นคนในพื้นที่ตำบลปากน้ำปราณ และเป็นผู้ที่แปรรูปและขายปลาหมึกตากแห้ง

##### 1.3.2 การสร้างมูลค่าเพิ่มปลาหมึกตากแห้ง

ปลาหมึกตากแห้ง ถือเป็นอาหารทะเลแปรรูปที่ชาวบ้านในพื้นที่ตำบลปากน้ำปราณผลิตกันจำนวนมาก โดยผู้ประกอบการได้ให้ข้อมูลว่า ร้านของฝ่าก่ออาหารทะเลในพื้นที่มีจำนวนมาก และหมึก เป็นวัตถุดิบที่หาได้ยากในพื้นที่ ตนจึงผลิตปลาหมึกตากแห้งเพื่อขายให้กับร้านของฝ่ากในพื้นที่ และนอกพื้นที่ และขั้นตอนการแปรรูปก็ง่าย มีขั้นตอนดังนี้ ผ่าหมึก นำมาล้างทำความสะอาด จากนั้นตาก เป็นเวลา 1 วันจนเช้า จึงมาเก็บบรรจุใส่กล่อง ซึ่งตนนำความรู้จากการแปรรูปมาจากการในครอบครัว โดยมีต้นทุนสูง ราคาหมึกขนาดเล็ก 340 บาทต่อกิโลกรัม และแรงงานที่ใช้แปรรูป ได้แก่ คนผ่า คนตาก ซึ่งเป็นคนในพื้นที่ตำบลปากน้ำปราณ

##### 1.3.3 วิธีการได้มาซึ่งวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลัก คือ ปลาหมึก ผู้ประกอบการได้ให้ข้อมูลว่า ตนไปซื้อวัตถุดิบที่แพหมึก ซึ่งเป็น แพประจำ โดยตนซื้อวัตถุดิบทุกวัน วันละ 200-300 กิโลกรัม ราคาของหมึกขึ้นอยู่กับขนาด ถ้าเป็นหมึกขนาดเล็ก 60-70 บาทต่อกิโลกรัม โดยราคาของหมึกเปลี่ยนตามฤดูกาล ถ้าช่วงมรสุมราคาจะสูง เมื่อตนได้วัตถุดิบมา ก็นำมาแปรรูปทันที

#### 2. ช่องทางการจัดจำหน่ายอาหารทะเลของผู้ประกอบการ ในพื้นที่ ตำบลปากน้ำปราณ

##### 2.1 ร้านอาหาร กรณีศึกษา ร้านไออิเก็ช ชีฟฟูด

ผู้ประกอบการได้ให้ข้อมูลว่า ขายอาหารแค่หน้าร้าน และไม่มีสาขาในพื้นที่อื่น โดยได้เลือกทำเลติดกับทะเล ซึ่งเป็นทำเลที่น่าสนใจและเป็นทำเลที่ดึงดูดลูกค้าได้จำนวนมาก โดยผู้ประกอบการเล่าว่า ลูกค้าส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวทั่วไป และผู้บริโภคในพื้นที่ประมาณร้อยละ 30

### 2.2 ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป กรณีศึกษา ร้านของฝาก เอียตุ๊

ร้านเอียตุ๊ขายปลีก-ส่ง โดยขายทั้งหน้าร้าน และขายส่งร้านอื่นๆ ได้แก่ ร้านขายของฝากในพื้นที่และนอกพื้นที่ ร้านอาหาร กลุ่มแม่ค้าต่างๆ โดยร้านเอียตุ๊เป็นร้านที่ติดกับถนนใหญ่ จึงทำให้สะดวกต่อการเดินทางของลูกค้า โดยลูกค้าของทางร้านส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว

### 2.3 ผู้ประกอบการในพื้นที่ กรณีศึกษา อิราระณ แผนส่งฯ

ผู้ประกอบการได้ให้ข้อมูลว่า ตนขายทั้งปลีกและส่ง โดยตนผลิตส่งร้านขายของฝากในพื้นที่และนอกพื้นที่ โดยตนเลือกทำเลที่กว้างเพราะต้องใช้พื้นที่กว้างในการตาก โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ เป็นผู้ประกอบการร้านของฝากในพื้นที่และนอกพื้นที่

## สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาในหัวข้อ การสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของผู้ประกอบการ ในพื้นที่ตำบลปากน้ำปราณ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบร่วมกับผู้ประกอบการที่ผู้วิจัยศึกษามานั้นมีการสร้างมูลค่าเพิ่ม ดังนี้ 1. การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการแปรรูป ได้แก่ การแปรรูปวัตถุดิบเป็นเมนูอาหารทะเลต่างๆ และ การแปรรูปวัตถุดิบเป็นอาหารตามแห้ง 2. การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ โดยการนำมาใส่บรรจุภัณฑ์ใหม่ จากตอนแรกผู้ประกอบการซื้อเป็นถุงขนาด 5 กิโลกรัมแล้วนำวัตถุดิบมาใส่ถุงใส่แล้วบรรจุลงเพื่อเป็นของฝาก ส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นพบว่า ผู้ประกอบการมีช่องทางการจัดจำหน่ายดังนี้ 1. ขายหน้าร้าน เพียงอย่างเดียว 2. ขายปลีกและส่ง โดยขายหน้าร้านและส่งร้านอื่นๆ ได้แก่ ร้านขายของฝากในพื้นที่และนอกพื้นที่ ร้านอาหาร กลุ่มแม่ค้าต่างๆ

## การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของผู้ประกอบการ ในพื้นที่ตำบลปากน้ำปราณ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มอาหารทะเลของผู้ประกอบการในพื้นที่ ตำบลปากน้ำปราณ และศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายของอาหารแปรรูป ดังกล่าว ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการร้านอาหาร โอเอ็กซ์ซีฟู้ด ผู้ประกอบการร้านเอียตุ๊ และ อิราระณ แผนส่งฯ

ผู้ประกอบการได้ให้ข้อมูลกับผู้วิจัยว่า ปากน้ำปราณจัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นจำนวนมาก ตนจึงมีความคิดที่ทำธุรกิจร้านอาหาร และ ร้านขายของฝาก เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับตนเอง จึงสอดคล้องกับแนวคิดของผู้สดี (2540:29) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมเป็นบุคคลที่ค้นพบความคิดและโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เป็นผู้ที่ร่วบรวมเงินทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจจัดระเบียบในธุรกิจและบริหารดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อจัดหาสินค้าและบริการให้แก่สาธารณะชน

จากความรู้ที่ว่าไปเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรพัฒนา สุขประเสริฐ (2553)ได้ให้ความหมายไว้ว่า การปรับปรุงเป็นการนำผลผลิตสดที่มีอยู่มาทำการเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติทางชีวภาพ และ/หรือเคมีและ/หรือทางกายภาพ เพื่อให้ผลผลิตมีอายุการใช้งานที่ยาวนานขึ้น ซึ่งโดยส่วนใหญ่ มักจะเป็นวิธีการที่ทำให้มีสัดส่วนของปริมาณน้ำในผลผลิตลดต่ำลง ซึ่งทำให้เน่าเสียได้ยากขึ้น จึงสอดคล้องกับ การปรับปรุงปลาหมึกตากแห้ง หมึกแಡดี้เดียว ปลาอินทรีแಡดี้เดียว และอาหารทะเลแห้ง ปรับปรุง โดยมีการปรับปรุงจากวัตถุดิบทางทะเลที่สดให้กลายเป็นสินค้าแปรรูป เพื่อให้มีอายุการใช้งานที่ยาวนานขึ้น

จากแนวคิดทางการจัดจำหน่าย ช่องทางตรง (Direct Channel) หรือช่องทางศูนย์ระดับ (Zero Level Channels) ชีราวรณ์ จันทร์มานนท์ (2555) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ผลิตขายสินค้าโดยตรงให้กับผู้บริโภค (Consumer) หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial User) โดยไม่ผ่านคนกลางจึงสอดคล้องกับ ผู้ประกอบการร้านอาหาร โอลีฟ ทางร้านเลือกซองทางการจัดจำหน่ายหน้าร้านเพียงอย่างเดียว ส่งผลให้ราคาของอาหารไม่สูงมาก เพราะไม่ได้ผ่านคนกลาง โดยร้านขายฝาก เอี้ยตุ๊ และ ชีราวรณ์ แผนส่ง เป็นห้องค้าปลีกและค้าส่ง ค้าส่ง เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทำให้ลูกค้าสามารถซื้อได้สะดวกมากขึ้นจึงสอดคล้องกับ ช่องทางอ้อม (Indirect Channel) ชีราวรณ์ จันทร์มานนท์ (2555) ได้ให้ความหมายไว้ว่าเป็นเส้นทางที่สินค้าเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตผ่านคนกลางไปยังลูกค้า คนกลางดังกล่าวอาจจะเป็นตัวแทน ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก หรือผู้จัดจำหน่ายก็ได้

จากการวิจัยองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่าในด้านต้นทุนด้านวัตถุดิบ ผลตอบแทนจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการอาหารทะเลนั้นมีกำไรประมาณ 20% เนื่องจากมีต้นทุนด้านวัตถุดิบสูง และต้นทุนของวัตถุดิบขึ้น-ลงตามราคาน้ำดิน และในด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มปลาหมึกตากแห้ง ผู้ประกอบใช้วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มของปลาหมึก โดยการนำปลาหมึกสดมาแปรรูปเป็นปลาหมึกตากแห้ง โดยปลาหมึกสด 4 กิโลกรัมสามารถผลิตปลาหมึกตากแห้งได้ 1 กิโลกรัม เมื่อคำนวณส่วนต่างของราคากลับพบว่าจะได้มูลค่าเพิ่มจากการจำหน่ายปลาหมึกตากแห้งประมาณ 100-120 บาทต่อกิโลกรัม

จากการวิจัยพบว่าประโยชน์เชิงปรายุกต์ใช้นั้นจะทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานหรือข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อการตัดสินใจในการลงทุนไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการร้านขายของฝาก และผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.จากการวิจัย ผู้วิจัยพบว่า ผู้ประกอบการมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่น้อย ผู้ประกอบการควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้นจะทำให้สินค้าของตนเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้น ทำให้มีจำนวนผู้ซื้อเพิ่มขึ้น

2.จากการวิจัย ผู้วิจัยพบว่า ผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการแปรรูปสินค้าเท่านั้น ควรจะมีการสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างอื่น เช่น การมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม การมีสไลด์ให้รายละเอียดของสินค้า

### ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยที่ได้รับครั้งนี้ผู้วิจัยเห็นควรว่าการดำเนินงานวิจัยในครั้งต่อไปสามารถศึกษา 'ได้แก่'

1. ควรจะมีการวิจัยเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการที่เป็นชาวประมงสู่スマาร์ท พาร์มเมอร์
2. ควรจะมีการวิจัยเพื่อพัฒนากระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มและคุณค่าอย่างอื่น
3. ควรจะมีการวิจัยเพื่อพัฒนาพื้นที่ตำบลปากน้ำปราณให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เพื่อเป็นช่องทางให้ผู้ประกอบการมีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของตนมากขึ้น

#### เอกสารอ้างอิง

- ครรnanทร์ อรມกิจโพธิคा. (2558). เทศบาลตำบลปากน้ำปราณ. สืบค้นวันที่ 25 ตุลาคม 2559,  
จาก <http://www.pnp.go.th>.
- ชาญ โพธิสิตา. (2550). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ.(พิมพ์ครั้งที่ 1).กรุงเทพฯ:  
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ญาณิกา สุขพงษ์. และ พรียา ศรีเจริญกุจ. (2555). ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด  
กรณีศึกษาตลาดทะเลไทยจังหวัดสมุทรสาคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย  
ศิลปากร.
- ทัศนีย์ วัฒนชัยยงค์. (2549). การผลิตและแปรรูปอาหาร. สืบค้นวันที่ 21 ตุลาคม 2559, จาก  
[http://www.kasikornbank.com/SME/Documents/KSMEAAnalysis/IndustrySolotion\\_FoodAndBeverages\\_2015.pdf](http://www.kasikornbank.com/SME/Documents/KSMEAAnalysis/IndustrySolotion_FoodAndBeverages_2015.pdf).
- ธีราวรรณ จันทร์มาวนนท์. (2555). ช่องทางการจัดจำหน่ายและโครงสร้างช่องทางการจัดจำหน่าย.  
สืบค้นวันที่ 5 พฤษภาคม 2559, จาก <http://www.fifathanom.wordpress.com>.
- ผุสดิ รุมาด�. (2540). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม.(พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พิสิกส์เจ็น  
เตอร์.
- พัฒนา สุขประเสริฐ. (2553). การเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร. กรุงเทพฯ: ภาควิชาส่งเสริมและ  
นิเทศศาสตร์เกษตร คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2556).  
โครงการพัฒนาความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมกับประเทศไทยเพื่อบ้าน. สืบค้นวันที่ 20 ตุลาคม  
2559, จาก [http://www.thaita.com/trage/study/imtgt\\_chap5-4.pdf](http://www.thaita.com/trage/study/imtgt_chap5-4.pdf).
- สนิท อักษรแก้ว. (2545). ความสำคัญของประยุทธ์. สืบค้นวันที่ 1 พฤษภาคม 2559, จาก  
<http://www.mkh.in.th/index.php/2010-03-22-18-05-14/2010-03-26-05-51-54>.
- สุรเดช โถมาตร์. (2553). แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางกำจัดจำหน่ายผ้าห่อขาวให้ดำเนิน  
ไปตามมาตรฐานสากล. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Kotler, P. (1988). *Principles of Marketing*. (10th ed.) New York: Prentice-Hall, Inc.
- Rissal, R. (1988). *A study of the characteristics of entrepreneur in Indonesia*. Proquest  
Dissertation Abstracts, The George Washington University.
- Stanton, William J. and Futrell, C. (1987). *Fundamentals of Marketing*. (8th ed.)  
New York: McGraw-Hill.
- Susbauer, J.C. (1969). *The technical company formation process; A particular aspects*

*of entrepreneurship.* Dissertation Abstracts International.

