

การประเมินศักยภาพทำเลที่เหมาะสมและศักยภาพทางการตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลและผลไม้ ในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกและจังหวัดจันทบุรี (EEC+1)
Assessment of the Potential of Suitable Location and Market Potential of Small and
Medium Enterprises in Seafood and Fruit Processing in the Eastern Economic Corridor
and Chanthaburi Province (EEC+1)

รุ่งอาทิตย์ บุชาอินทร์
Rungathit Buchain

คณะภูมิสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
Faculty of Geoinformatics, Burapha University
E-mail: Rungathit@go.buu.ac.th

Received: 12 May, 2021

Revised: 19 Aug, 2021

Accepted: 22 Aug, 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินศักยภาพทำเลที่เหมาะสม และศักยภาพทางการตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มแปรรูปอาหารทะเลและผลไม้ในพื้นที่ EEC และจันทบุรี โดยใช้การวิเคราะห์ค่าถ่วงน้ำหนักปัจจัยแบบลำดับชั้น (AHP) และนำเข้าปัจจัยเชิงพื้นที่ ได้แก่ ศูนย์จำหน่ายสินค้า เส้นทางคมนาคม สถานที่สำคัญ และการใช้ประโยชน์ที่ดิน ในระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อประเมินศักยภาพทางการตลาด 4P โดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการกลุ่มแปรรูปอาหารทะเลและผลไม้ จำนวน 81 ราย ผลการศึกษาศักยภาพทำเล พบว่าศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเล มีพื้นที่เหมาะสมสูง 3,405.34 ตารางกิโลเมตร พื้นที่เหมาะสมปานกลาง 2,776.60 ตารางกิโลเมตร และพื้นที่เหมาะสมต่ำ 776.41 ตารางกิโลเมตร และพบว่ามีจำนวนผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่เหมาะสมสูง จำนวน 20 ราย อยู่ในพื้นที่เหมาะสมปานกลาง จำนวน 4 ราย อยู่ในพื้นที่เหมาะสมต่ำ จำนวน 2 ราย และอยู่ในพื้นที่กันออก จำนวน 4 ราย ส่วนศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ พบว่ามีพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมสูง 6,679.78 ตารางกิโลเมตร พื้นที่เหมาะสมปานกลาง 7,507.54 ตารางกิโลเมตร และพื้นที่เหมาะสมต่ำ 5,592.08 ตารางกิโลเมตร และพบว่ามีจำนวนผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่เหมาะสมสูง จำนวน 61 ราย อยู่ในพื้นที่เหมาะสมปานกลาง จำนวน 26 ราย และอยู่ในพื้นที่เหมาะสมต่ำ จำนวน 3 ราย ส่วนผลการศึกษาศักยภาพทางการตลาด (4P) พบว่าผู้ประกอบการกลุ่มแปรรูปอาหารทะเลและผลไม้มีศักยภาพด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ($\bar{x} = 4.19$) รองลงมาเป็นด้านราคา ($\bar{x} = 3.99$) อันดับที่ 3 เป็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 3.05$) อันดับสุดท้ายเป็นด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 2.99$)

คำสำคัญ: ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ การวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น ศักยภาพทำเลที่เหมาะสม ศักยภาพทางการตลาด วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

Abstract

This research aimed to assess the potential of suitable locations and market potential of small and medium-sized enterprises of seafood and fruit processing groups in the EEC and Chanthaburi Province by using Analytic Hierarchy Process (AHP) or weighting factors and imported the spatial factors data, such as distribution centers, transportation routes, landmarks and land use into the Geographic Information System (GIS) to analyze the potential of a suitable location for small and medium enterprises. The quantitative research method was also used to assess the market potential of 4P by collecting data from 81 seafood and fruit processing entrepreneurs. For the seafood processing industry, it was found that 3,405.34 km² was an area of high potential and suitable locations. In addition, 2,776.60 km² was an area of moderately potential and suitable locations. 776.41 km² was an area of lowly potential and suitable locations. For the number of entrepreneurs, it was found that 20 entrepreneurs had highly suitable and potential locations. Four entrepreneurs had moderately suitable and potential locations, and two entrepreneurs had lowly suitable and potential locations. The other 4 entrepreneurs' locations were in different

areas. For fruit processing industry, it was found that 6,679.78 km² was an area of high potential and suitable location. 7,507.54 km² was an area of moderately potential and suitable location. In addition, 5,592.08 km² was an area of lowly potential and suitable location. For the number of entrepreneurs, there were 61 entrepreneurs in the highly suitable areas, 26 in the moderately suitable areas, and 3 in the lowly suitable areas. From the study of market potential (4P), it was found that the product potential of entrepreneurs of seafood and fruit processing groups was at the highest level ($\bar{x} = 4.19$), and it was followed by price ($\bar{x} = 3.99$). The third was distribution channel (place) ($\bar{x} = 3.05$). Finally, promotion was the last ($\bar{x} = 2.99$).

Keywords: geographic information system (GIS), analytic hierarchy process (AHP), potential of suitable location, market potential, small and medium enterprises, Eastern Economic Corridor

1. บทนำ

จากนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย หรือ โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล “ไทยแลนด์ 4.0” ภายใต้การนำของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่เข้ามาบริหารประเทศบนวิสัยทัศน์ที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ที่มีภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศด้านต่าง ๆ เพื่อปรับแก้ จัดระบบ ปรับทิศทาง และสร้างหนทางพัฒนาประเทศให้เจริญสามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามแบบใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในศตวรรษที่ 21 ได้ [1] สิ่งที่เกิดการพัฒนาต่อเนื่องตามมาอย่างเห็นได้ชัด อย่างเช่น โครงการระเบียงเขตเศรษฐกิจภาคตะวันออก หรือ EEC ซึ่งเป็นแผนยุทธศาสตร์ภายใต้ไทยแลนด์ 4.0 ที่ต่อยอดความสำเร็จมาจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออก หรือ Eastern Seaboard ที่ดำเนินมาตลอดกว่า 30 ปีที่ผ่านมา โครงการนี้เป็นส่วนสำคัญที่ผลักดันให้ประเทศมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด ด้วยการขยายตัวทางเศรษฐกิจเฉลี่ย 8% ต่อปี ประกอบกับทำเลที่ตั้งที่มีความได้เปรียบในการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของภูมิภาค รวมทั้งชื่อเสียงและมาตรฐานระดับโลก โครงการ EEC จึงเป็นความหวังใหม่ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศในยุคอุตสาหกรรม 4.0 [2] นอกจากนี้พื้นที่ EEC ยังได้รับความสนใจจากบริษัทอีคอมเมิร์ซรายใหญ่ที่สุดของประเทศจีน อย่าง Alibaba group ที่ได้เตรียมแผนการก่อสร้างโครงการ Smart Digital hub ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) มูลค่าลงทุน 11,000 ล้านบาท ที่ก่อสร้างภายในปี พ.ศ. 2561-2562 เรียบร้อยแล้ว ซึ่งในโครงการดังกล่าวจะประกอบไปด้วย ดิจิทัลแพลตฟอร์ม ศูนย์กระจายสินค้า การขนส่งที่จับมือกับทางไปรษณีย์ไทย รวมถึงการลงทุนด้านระบบไอที ระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ที่เปิดให้ผู้ประกอบการ SMEs ไทยที่สามารถวางระบบได้เข้าไปร่วม ซึ่ง Smart Digital Hub เป็นโครงการที่จะอาศัยเทคโนโลยีด้านการประมวลผลข้อมูลโลจิสติกส์ เพื่อให้การขนส่งสินค้าระหว่างไทยกับจีน การขนส่งสินค้าข้ามพรมแดนสู่ประเทศเพื่อนบ้าน (CLMV) และไปยังที่อื่นทั่วโลก [3] จากแผนพัฒนาสู่โลกดิจิทัลดังกล่าวที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วส่งผลกระทบต่อธุรกิจ SMEs จากภัยคุกคามที่มีการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ โดยธุรกิจแบบดั้งเดิมอาจมีกำแพงในการเข้าตลาดของคู่แข่งที่ต่ำ ทำให้เกิดการแข่งขันสูง ผลกระทบของธุรกิจนี้เริ่มจากอินเทอร์เน็ต

เทคโนโลยีดิจิทัลและแพลตฟอร์มใหม่ ๆ เข้ามามีบทบาทกับวิถีชีวิตของผู้อ่าน ลูกค้าหลายคนค้นหาสินค้าที่ตนสนใจผ่านทางเว็บไซต์ อ่านคำวิพากษ์วิจารณ์ที่เหล่าผู้อ่านช่วยกันเขียนไว้ และสั่งซื้อผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ [4] จากประเด็นที่กล่าวมาทำให้ส่งผลกระทบต่อกลุ่มธุรกิจรายย่อยที่ต้องเร่งปรับตัวและหาแนวทางกลยุทธ์ทางการตลาดโดยอาศัยเทคโนโลยีเข้ามาช่วยอย่างกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองกลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ที่จะเกิดขึ้นภายใต้การขับเคลื่อนโครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก[5] อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร คือ หนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมเดิมที่มีศักยภาพ (First S-curve) และเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างสูงต่อประเทศไทย เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้จำนวนแรงงานมาก มีมูลค่าการลงทุนสูงสุด มีมูลค่าเพิ่มสูงที่สุด และมีการลงทุนด้านวิจัยและพัฒนาสูงที่สุดเมื่อเทียบกับสาขาต่าง ๆ ของภาคอุตสาหกรรมผลิตไทย [6] โดยในปัจจุบันเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ ได้เข้ามามีบทบาทกับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ โดยสามารถนำมาประยุกต์ใช้และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งภาคการผลิตและบริการ ในแง่ของการสร้างฐานข้อมูลของกลุ่มผู้ผลิตที่สามารถอ้างอิงตำแหน่งที่ตั้งและเผยแพร่ข้อมูลทางการตลาดให้กับผู้ที่สนใจสามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานที่จะนำไปใช้ร่วมกับเทคโนโลยีสารสนเทศด้านเศรษฐกิจ เช่น พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในรูปแบบต่าง ๆ [7]

เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศยังเป็นเครื่องมือที่สามารถวิเคราะห์โครงข่าย (Network analysis) โดยวิเคราะห์จากการใช้ข้อมูลพื้นที่เหมาะสมของจุดกระจายสินค้าและฐานข้อมูลของกลุ่มผู้ผลิต และการนำเทคนิคการวิเคราะห์ค่าถ่วงน้ำหนักด้วยการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) จากผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง และนำเข้าข้อมูลปัจจัยเชิงพื้นที่ในระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (GIS) เพื่อวิเคราะห์ทำเลที่เหมาะสมสำหรับจัดตั้งอุตสาหกรรม ถือเป็นเครื่องมือที่เหมาะสมและเชื่อถือได้สำหรับการตัดสินใจในการวางแผนและการจัดการการใช้ประโยชน์ที่ดินสำหรับการประกอบธุรกิจ [8]

โดยงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินศักยภาพทำเลที่เหมาะสม และศักยภาพทางการตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มแปรรูปอาหารทะเลและผลไม้ในพื้นที่ EEC และจันทบุรี

2. วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี ระหว่างการวิจัยโดยใช้เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

2.1 การประเมินศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของ SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล และผลไม้

โดยเริ่มจากการสร้างแบบจำลองศักยภาพทำเลที่เหมาะสม (Potential surface analysis: PSA) สำหรับเขตอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลและผลไม้ จากนั้นดำเนินการคัดเลือกปัจจัยแบบเจาะจง และวิเคราะห์ค่าถ่วงน้ำหนักความสำคัญของปัจจัย (Weighting) และค่าน้ำหนักคะแนนของปัจจัย (Rating) ซึ่งใช้การวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (Analytic hierarchy process: AHP) [9] เพื่อสร้างดัชนีความสำคัญของแต่ละปัจจัยซึ่งข้อเสนอปัจจัยที่ใช้ในแบบจำลอง โดยการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) ใช้วิธีการสุ่ม

แบบเจาะจงจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ซึ่งใช้ข้อมูลแบบสอบถามในการให้ค่าคะแนน

แบบเปรียบเทียบปัจจัยเชิงคู่ (Pairwise comparison) จากปัจจัยหลัก

2.1.1 การวิเคราะห์ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของอุตสาหกรรมกลุ่มแปรรูปอาหารทะเล

โดยกำหนดการวิเคราะห์พื้นที่ที่เหมาะสมภายในขอบเขตการปกครองบริเวณติดชายฝั่ง ภายในรัศมี 10 กิโลเมตร เท่านั้น นอกนั้นเป็นพื้นที่กันออก (กำหนดโดยคณะผู้ดำเนินการวิจัยร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ) เนื่องจากคำนึงถึงด้านระยะการขนส่งวัตถุดิบซึ่งเป็นความได้เปรียบในการเข้าถึงแหล่งผลิตของผู้ประกอบการกลุ่มแปรรูปอาหารทะเล โดยข้อมูล AHP ทั้งหมดจากผู้เชี่ยวชาญ จะดำเนินการทดสอบค่าดัชนีความสอดคล้อง (Consistency ratio : CR) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นไว้ที่ $CR < 0.1$ จากนั้นดำเนินการหาค่า Eigenvector และนำค่าเฉลี่ย (Column average) เพื่อคำนวณค่าน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยที่ได้จากปัจจัยหลักไปวิเคราะห์ร่วมกับค่าปัจจัยรองหรือเงื่อนไขของปัจจัย เพื่อจัดทำตารางค่าถ่วงน้ำหนักปัจจัยหลัก (Weighting) และค่าคะแนนของปัจจัยรองตามเงื่อนไข (Rating) พร้อมวิเคราะห์ในระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ดังแสดงใน Table 1

Table 1 ตารางค่าถ่วงน้ำหนักปัจจัยหลักของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเล

ปัจจัย	ค่าถ่วงน้ำหนักของปัจจัย (W)	เกณฑ์การจำแนก	ค่าคะแนนของปัจจัย (R)
1. ศูนย์จำหน่ายสินค้า (ข้อมูลจากศูนย์ภูมิภาคเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศภาคตะวันออก)	0.42	ระยะห่างในรัศมี ≤ 5 กม.	3
		ระยะห่างในรัศมี $> 5 - 10$ กม.	2
		ระยะห่างในรัศมี > 10 กม.	1
2. เส้นทางคมนาคม (ข้อมูลจากศูนย์ภูมิภาคเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศภาคตะวันออก)	0.36	ระยะห่างในรัศมี ≤ 5 กม.	3
		ระยะห่างในรัศมี $> 5 - 10$ กม.	2
		ระยะห่างในรัศมี > 10 กม.	1
3. สถานที่สำคัญ (ข้อมูลจากศูนย์ภูมิภาคเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศภาคตะวันออก)	0.22	ระยะห่างในรัศมี ≤ 5 กม.	3
		ระยะห่างในรัศมี $> 5 - 10$ กม.	2
		ระยะห่างในรัศมี > 10 กม.	1

2.2 การวิเคราะห์ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้

โดยเริ่มจากการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ในการให้ค่าคะแนนแบบเปรียบเทียบปัจจัยเชิงคู่ (Pairwise comparison) จากปัจจัยหลักทั้ง 4 ประเภท โดยข้อมูล AHP ทั้งหมดจากผู้เชี่ยวชาญ จะดำเนินการทดสอบค่าดัชนีความสอดคล้อง (Consistency ratio : CR) โดยกำหนดค่าความ

เชื่อมั่นไว้ที่ $CR < 0.1$ จากนั้นดำเนินการหาค่า Eigenvector และนำค่าเฉลี่ย (Column average) เพื่อคำนวณค่าน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยที่ได้จากปัจจัยหลักไปวิเคราะห์ร่วมกับค่าปัจจัยรองหรือเงื่อนไขของปัจจัย เพื่อจัดทำตารางค่าถ่วงน้ำหนักปัจจัยหลัก (Weighting) และค่าคะแนนของปัจจัยรองตามเงื่อนไข (Rating) ที่พร้อมวิเคราะห์ในระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ดังแสดงใน Table 2

Table 2 ตารางค่าถ่วงน้ำหนักปัจจัยหลักของอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้

ปัจจัย	ค่าถ่วงน้ำหนักของปัจจัย (W)	เกณฑ์การจำแนก	ค่าคะแนนของปัจจัย (R)
1. ศูนย์จำหน่ายสินค้า (ข้อมูลจากศูนย์ภูมิภาคเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)	0.37	ระยะห่างในรัศมี ≤ 5 กม.	3
		ระยะห่างในรัศมี $> 5 - 10$ กม.	2
		ระยะห่างในรัศมี > 10 กม.	1
2. เส้นทางคมนาคม (ข้อมูลจากศูนย์ภูมิภาคเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)	0.31	ระยะห่างในรัศมี ≤ 5 กม.	3
		ระยะห่างในรัศมี $> 5 - 10$ กม.	2
		ระยะห่างในรัศมี > 10 กม.	1
3. สถานที่สำคัญ (ข้อมูลจากศูนย์ภูมิภาคเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)	0.20	ระยะห่างในรัศมี ≤ 5 กม.	3
		ระยะห่างในรัศมี $> 5 - 10$ กม.	2
		ระยะห่างในรัศมี > 10 กม.	1
4. การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทพื้นที่เพาะปลูกผลไม้ (ข้อมูลจากศูนย์ภูมิภาคเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)	0.12	ความหนาแน่นของพื้นที่ผลไม้ $> 10\%$ ของพื้นที่ทั้งหมด	3
		ความหนาแน่นของพื้นที่ผลไม้ $< 2\% - 10\%$ ของพื้นที่ทั้งหมด	2
		ความหนาแน่นของพื้นที่ผลไม้ $< 2\%$ ของพื้นที่ทั้งหมด	1

เมื่อได้แบบจำลองศักยภาพทำเลที่เหมาะสม สำหรับเขตอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลและผลไม้แล้ว ทำการประยุกต์ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) เพื่อวิเคราะห์และจัดสร้างข้อมูลเชิงพื้นที่โดยเทคนิคการซ้อนทับ (Overlay analysis) ทำการสร้างแผนที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเลและผลไม้ ในพื้นที่ศึกษา ในทางขนานกันดำเนินการสำรวจข้อมูลตำแหน่งที่ตั้งผู้ประกอบการกลุ่มแปรรูปอาหารทะเลและผลไม้ และข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ทำเลที่เหมาะสมในพื้นที่ศึกษา และนำเข้าข้อมูลทั้งหมดในรูปแบบ GIS โดยการวิเคราะห์ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมแสดงในสมการที่ 1

$$S = (R_1 \times W_1) + (R_2 \times W_2) + (R_n \times W_n) \quad (1)$$

โดยที่

S = พื้นที่เหมาะสม (Suitability)

W = ค่าถ่วงน้ำหนักของปัจจัย (Weighting)

R = ค่าคะแนนของปัจจัย (Rating)

การจำแนกระดับความเหมาะสมแบ่งการจำแนกออกเป็น 3 ระดับ โดยใช้หลักการจำแนกด้วย Standard Deviation (SD) ได้แก่

พื้นที่เหมาะสมสูง ($S > \mu + SD$)

พื้นที่เหมาะสมปานกลาง ($\mu - SD < S < \mu + SD$)

พื้นที่เหมาะสมต่ำ ($S < \mu - SD$) โดย

μ = mean

SD = standard deviation

2.2 การวิจัยเชิงปริมาณ

ในขั้นตอนนี้เป็นการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้านการตลาด (4P) เพื่อประเมินศักยภาพทางการตลาดและจัดทำแผนที่แสดงศักยภาพทางการตลาดของผู้ประกอบการในพื้นที่ศึกษา มีขั้นตอนดังนี้

2.2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

หลังจากที่ได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องจากการสำรวจภาคสนาม พบว่า มีจำนวนผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลและผลไม้ ในพื้นที่ EEC+1 ได้แก่ จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง และจันทบุรี จำนวน 120 ราย

2.2.2 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ในงานวิจัยนี้ได้ดำเนินการติดต่อขอเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการทั้งหมด 120 ราย โดยมีผู้ที่สะดวกตอบแบบสอบถามให้กับงานวิจัยนี้จำนวน 81 ราย

2.2.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

โดยออกแบบแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งคะแนนการประเมินศักยภาพทางการตลาดออกเป็น 5 ช่วง ได้แก่

5 = มากที่สุด

4 = มาก

3 = ปานกลาง

2 = น้อย

1 = น้อยที่สุด

2.2.4 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ โดยการหา ดัชนีความสอดคล้องเพื่อทดสอบคุณภาพและตรวจสอบความ ถูกต้องของเครื่องมือวิจัยที่สามารถจะวัดตัวแปรต่าง ๆ ได้ ครอบคลุมตามกรอบแนวคิดการวิจัย จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน โดยค่าดัชนีความสอดคล้องของแต่ละข้อจะต้องไม่น้อย กว่า 0.5 [10]

2.2.5 การรับรองจริยธรรมการวิจัย

การขอรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จาก คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัย บุรพา และได้รับการรับรองผลการพิจารณาจากคณะกรรมการ ทรัสโครงการวิจัย Sci 050/2562

2.2.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล แบบเจาะจงจากผู้ประกอบการ SMEs

2.2.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลเชิง พรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.2.8 การกำหนดเกณฑ์ของการแปลผลการ วิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.51 - 5.00 = มากที่สุด

3.51 - 4.50 = มาก

2.51 - 3.50 = ปานกลาง

1.51 - 2.50 = น้อย

1.00 - 1.50 = น้อยที่สุด

2.3 การประเมินศักยภาพทำเลและศักยภาพทางการ ตลาดของผู้ประกอบการ

นำข้อมูลผลการประเมินศักยภาพการตลาดจาก กระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ มาทำการซ้อนทับ (Overlay) กับ ผลการวิเคราะห์ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมที่ได้จากการวิเคราะห์ ในระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ เพื่อจัดทำแผนที่แสดง

ศักยภาพทางการตลาดของผู้ประกอบการ และทำการประเมิน ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมและศักยภาพทางการตลาดของ ผู้ประกอบการกลุ่มแปรรูปอาหารทะเลและผลไม้ในพื้นที่ศึกษา

3. ผลการวิจัย

ผลการประเมินศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของ อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล และผลไม้ และผลการประเมินศักยภาพทางการตลาดของผู้ประกอบการ กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลและผลไม้ แสดงรายละเอียด ดังนี้

3.1 ผลการสำรวจตำแหน่งที่ตั้งของผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล และผลไม้

จากการสำรวจข้อมูลภาคสนาม เพื่อเก็บข้อมูลและ ตรวจสอบสถานะการประกอบการของผู้ประกอบการ โดยอ้างอิง ฐานข้อมูลผู้ประกอบการจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม (สสว.) พบว่ามีผู้ประกอบการบางรายปิด กิจการ หรือตำแหน่งที่ตั้งจริงไม่ตรงกับฐานข้อมูลของ สสว. โดย พบว่าจำนวนผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลและ ผลไม้ที่ยังคงมีสถานะดำเนินกิจการอยู่ในปัจจุบัน มีจำนวน 120 ราย ดังแสดงใน Figure 1 และ Figure 2

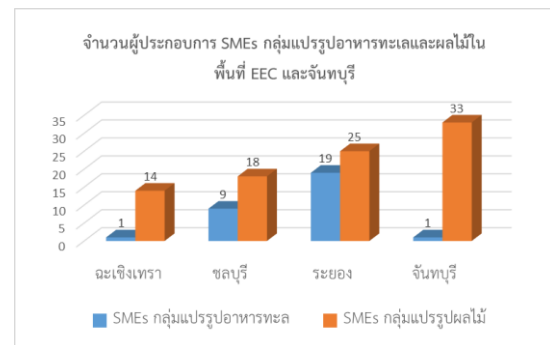


Figure 1 จำนวนผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล และผลไม้ ในพื้นที่ EEC และจันทบุรี

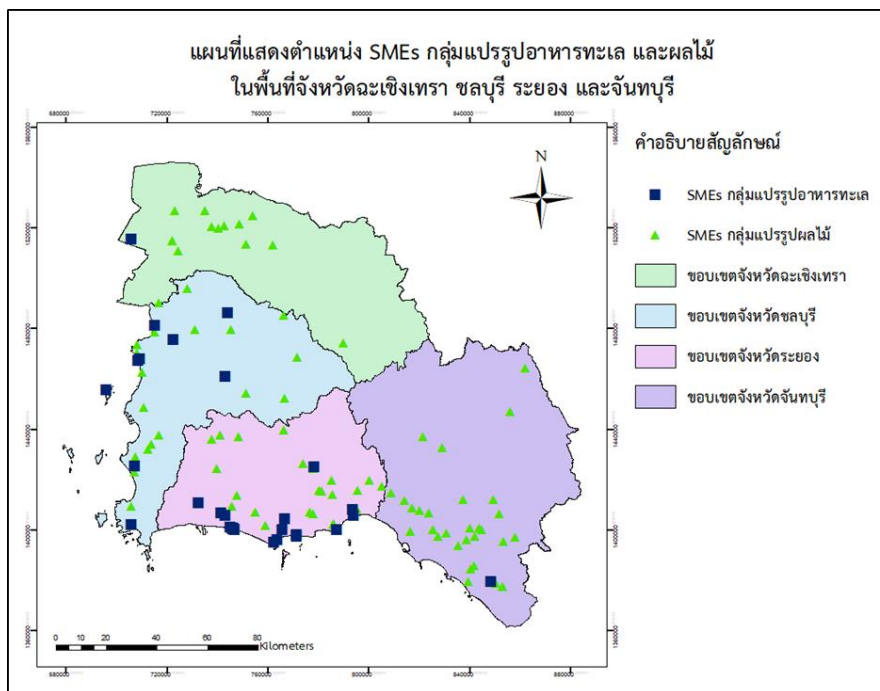


Figure 2 แผนที่แสดงตำแหน่ง SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล และผลไม้ ในพื้นที่ EEC และจันทบุรี

3.1.1 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของ SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของ SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล ในพื้นที่บริเวณติดชายฝั่งในรัศมี 10 กิโลเมตร ซึ่งเป็นความได้เปรียบในการเข้าถึงแหล่งผลิตของผู้ประกอบการแปรรูปอาหารทะเล นอกนั้นเป็นพื้นที่กันออก ซึ่งพื้นที่ศึกษามีพื้นที่ทั้งสิ้น 19,779.40 ตารางกิโลเมตร แบ่งเป็นพื้นที่กันออก 12,821.06 ตารางกิโลเมตร (ร้อยละ 64.72 ของพื้นที่ทั้งหมด) โดยพื้นที่ที่นำมาวิเคราะห์ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมมีจำนวน 6,958.34 ตารางกิโลเมตร (ร้อยละ 35.28 ของพื้นที่ทั้งหมด) จำแนกระดับความเหมาะสมของศักยภาพทำเล ออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ พื้นที่ที่มีศักยภาพทำเลเหมาะสมสูง ปานกลาง และต่ำ ดังแสดงใน Table 3 โดยพบว่า SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมสูงมีจำนวน 20 ราย (ร้อยละ 66.67 ของ SMEs ทั้งหมด) โดย SMEs ที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมสูงอยู่ในพื้นที่จังหวัดชลบุรีจำนวน 5 ราย จังหวัดระยอง จำนวน 14 ราย และจังหวัดจันทบุรี จำนวน 1 ราย ซึ่งจังหวัดฉะเชิงเทราไม่มี SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมสูง ส่วน SMEs ที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมปานกลางมี

ทั้งหมด 4 ราย (ร้อยละ 13.33 ของ SMEs ทั้งหมด) โดย SMEs อยู่ในพื้นที่จังหวัดระยอง จำนวน 4 ราย ซึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และจันทบุรี ไม่มี SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมปานกลาง และ SMEs ที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมต่ำมี จำนวน 2 ราย (ร้อยละ 6.67 ของ SMEs ทั้งหมด) โดย SMEs อยู่ในพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา มีจำนวน 1 ราย และจังหวัดชลบุรี จำนวน 1 ราย ซึ่งในจังหวัดระยอง และจันทบุรี ไม่มี SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมต่ำดังแสดงใน Figure 3 โดยผลการศึกษาศักยภาพทำเลแต่ละระดับเกิดจากความเหมาะสมตามระยะห่างของข้อมูลปัจจัยด้านศูนย์จำหน่ายสินค้า ซึ่งเป็นตำแหน่งศูนย์รวมและจำหน่ายสินค้า ทำให้เกิดแรงดึงดูดของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว ด้านคมนาคมขนส่ง (ถนนสายหลัก) เป็นการเข้าถึงจุดจำหน่ายสินค้าของผู้บริโภค นักท่องเที่ยว ความได้เปรียบทางการขนส่งของผู้ประกอบการ และด้านสถานที่สำคัญ ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โรงแรม ที่พักตากอากาศ ร้านอาหารซื้อ ทำเรือพาณิชย์ เป็นตำแหน่งที่เอื้ออำนวยในการจำหน่ายสินค้า และทำให้เกิดแรงดึงดูดของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว

Table 3 ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมทั้ง 3 ระดับ ของ SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล ในพื้นที่ EEC และจันทบุรี

พื้นที่ศึกษา	พื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสม							
	เหมาะสมสูง		เหมาะสมปานกลาง		เหมาะสมต่ำ		พื้นที่กันออก	
	พื้นที่ (km ²)	ร้อยละ	พื้นที่ (km ²)	ร้อยละ	พื้นที่ (km ²)	ร้อยละ	พื้นที่ (km ²)	ร้อยละ
ฉะเชิงเทรา	636.26	18.68	640.80	23.08	80.99	10.43	3,812.66	29.74
ชลบุรี	1,222.38	35.90	630.54	22.71	29.94	3.86	2,624.72	20.47
ระยอง	835.32	24.53	551.32	19.86	179.5	23.12	2,119.42	16.53
จันทบุรี	711.38	20.89	953.93	34.36	485.97	62.59	4,264.26	33.26
รวม	3,405.34	100.00	2,776.59	100.00	776.40	100.00	12,821.06	100.00

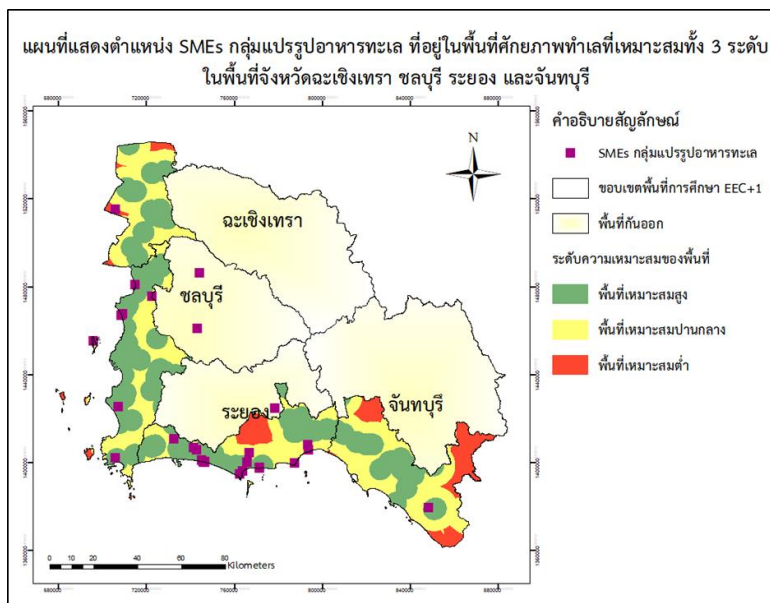


Figure 3 แผนที่แสดงพื้นที่ที่เหมาะสมทั้ง 3 ระดับ ของ SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล ในพื้นที่ EEC และจันทบุรี

3.1.2 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของ SMEs กลุ่มแปรรูปผลไม้

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของ SMEs กลุ่มแปรรูปผลไม้ โดยจำแนกระดับความเหมาะสมของศักยภาพทำเล ออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ พื้นที่ที่มีศักยภาพทำเลเหมาะสมสูง ปานกลาง และต่ำ ดังแสดงใน Table 4 โดยพบว่า จำนวน SMEs กลุ่มแปรรูปผลไม้ ที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมสูงมี จำนวน 61 ราย (ร้อยละ 67.78 ของ SMEs ทั้งหมด) อยู่ในพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทราจำนวน 12 ราย จังหวัดชลบุรี จำนวน 10 ราย จังหวัดระยอง จำนวน 12 ราย และจังหวัดจันทบุรี จำนวน 27 ราย ส่วน SMEs ที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมปานกลางมี จำนวน 26 ราย (ร้อยละ 28.89 ของ SMEs ทั้งหมด) อยู่ในพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทราจำนวน 2 ราย จังหวัดชลบุรี จำนวน 7 ราย จังหวัดระยองจำนวน 13 ราย จังหวัดจันทบุรี จำนวน 4 ราย และ SMEs ที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมต่ำมีจำนวน 3 ราย (ร้อยละ 3.33 ของ SMEs ทั้งหมด) อยู่ในพื้นที่จังหวัดชลบุรี จำนวน 1 ราย จังหวัดจันทบุรี จำนวน 2 ราย ซึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา และ

จังหวัดระยอง ไม่มี SMEs กลุ่มแปรรูปผลไม้ที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมต่ำ ดังแสดงใน Figure 4 โดยผลการศึกษาศักยภาพทำเลแต่ละระดับเกิดจากความเหมาะสมตามระยะห่างของข้อมูลปัจจัยด้านศูนย์จำหน่ายสินค้า ซึ่งเป็นตำแหน่งศูนย์รวมและจำหน่ายสินค้า ทำให้เกิดแรงดึงดูดของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว ด้านคมนาคมขนส่ง (ถนนสายหลัก) เป็นการเข้าถึงจุดจำหน่ายสินค้าของผู้บริโภค นักท่องเที่ยว ความได้เปรียบทางการขนส่งของผู้ประกอบการ ด้านสถานที่สำคัญ ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม โรงแรม ที่พักตากอากาศ ร้านอาหารซื้อ ทำเรือพาณิชย์ เป็นตำแหน่งที่เอื้ออำนวยในการจำหน่ายสินค้า และทำให้เกิดแรงดึงดูดของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว และด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน ประเภทพื้นที่เพาะปลูกผลไม้ ได้แก่ ทุเรียน มังคุด สับปะรด มะม่วง ลำไย มะพร้าว ในการจำแนกระดับความเหมาะสมตามความหนาแน่นของพื้นที่เพาะปลูก โดยมุ่งเน้นพื้นที่เพาะปลูกประเภทของผลไม้ที่สอดคล้องกับลักษณะการแปรรูปของกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ที่มีการดำเนินกิจการในพื้นที่ศึกษา

Table 4 ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมทั้ง 3 ระดับ ของ SMEs กลุ่มแปรรูปผลไม้ ในพื้นที่ EEC และจันทบุรี

พื้นที่ศึกษา	พื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสม					
	เหมาะสมสูง		เหมาะสมปานกลาง		เหมาะสมต่ำ	
	พื้นที่ (km ²)	ร้อยละ	พื้นที่ (km ²)	พื้นที่ (km ²)	ร้อยละ	พื้นที่ (km ²)
ฉะเชิงเทรา	1,402.34	20.99	1,757.05	23.40	2,011.32	35.97
ชลบุรี	2,047.04	30.65	1,830.34	24.38	630.20	11.27
ระยอง	1,634.34	24.47	1,541.74	20.54	509.48	9.11
จันทบุรี	1,596.06	23.89	2,378.41	31.68	2,441.07	43.65
รวม	6,679.78	100.00	7,507.54	100.00	5,592.07	100.00

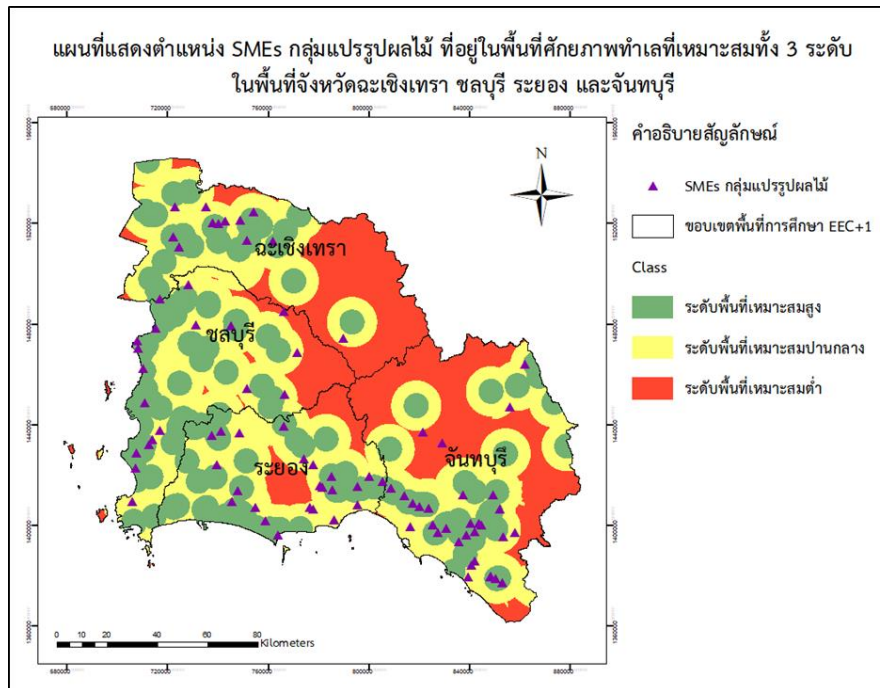


Figure 4 แผนที่แสดงตำแหน่ง SMEs กลุ่มแปรรูปผลไม้ ที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมทั้ง 3 ระดับ ในพื้นที่ EEC และจันทบุรี

3.2 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพทางการตลาดของผู้ประกอบการ SMEs

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพทางการตลาดของผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลและผลไม้ ในด้านการตลาด (4P) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) พบว่ามีศักยภาพด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ($\bar{x} = 4.19$) รองลงมาเป็นศักยภาพด้านราคา ($\bar{x} = 3.99$) ลำดับที่ 3

เป็นศักยภาพด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 3.05$) และลำดับสุดท้ายเป็นศักยภาพด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ($\bar{x} = 2.99$) และเมื่อนำค่าเฉลี่ยที่ได้จากการวิเคราะห์ทางสถิติ และตำแหน่งผู้ประกอบการ SMEs ที่ทำการตอบแบบสอบถามมาทำการสร้างเป็นแผนที่ในการนำเสนอข้อมูล ด้วยโปรแกรมระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) โดยจำแนกศักยภาพทางการตลาดออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ดังแสดงใน Figure 5

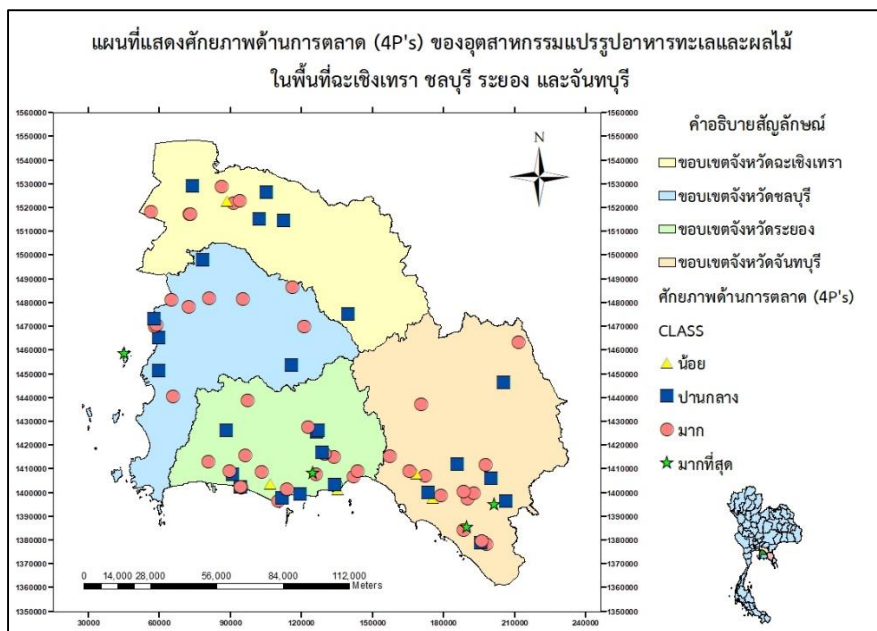


Figure 5 แผนที่แสดงศักยภาพทางการตลาด (4P's) ของ SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล และผลไม้ในพื้นที่ EEC และจันทบุรี

4. อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของ SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล พบว่าศักยภาพทำเลที่เหมาะสมสูงของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเล มีพื้นที่อยู่ในจังหวัดชลบุรีมากที่สุด มีขนาดพื้นที่ 1,222.38 ตารางกิโลเมตร พบในเขตพื้นที่อำเภอศรีราชา อำเภอบางละมุง อำเภอเมืองชลบุรี อำเภอสัตหีบ และอำเภอพานทอง ตามลำดับ รองลงมาเป็นจังหวัดระยองมีขนาดพื้นที่ 835.32 ตารางกิโลเมตร พบในเขตพื้นที่อำเภอเมืองระยอง อำเภอแกลง และอำเภอบ้านฉาง ตามลำดับ อันดับสามเป็นจังหวัดจันทบุรี มีขนาดพื้นที่ 711.38 ตารางกิโลเมตร พบในเขตพื้นที่อำเภอเมืองจันทบุรี อำเภอท่าใหม่ อำเภอนายายอาม อำเภอขลุง และอำเภอแหลมสิงห์ ตามลำดับ อันดับสุดท้ายเป็นจังหวัดฉะเชิงเทรา มีขนาดพื้นที่ 636.26 ตารางกิโลเมตร พบในเขตพื้นที่อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา อำเภอบางน้ำเปรี้ยว อำเภอบางปะกง และอำเภอบ้านโพธิ์ ตามลำดับ

ส่วนผลการวิเคราะห์ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของ SMEs กลุ่มแปรรูปผลไม้ พบว่าศักยภาพทำเลที่เหมาะสมสูงของอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ มีพื้นที่อยู่ในจังหวัดชลบุรีมากที่สุด มีขนาดพื้นที่ 2047.04 ตารางกิโลเมตร พบในเขตพื้นที่ทุกอำเภอ โดย 4 อันดับแรกพบในอำเภอศรีราชา อำเภอบางละมุง อำเภอบ้านบึง และอำเภอเมืองชลบุรี ตามลำดับ รองลงมาเป็นจังหวัดระยอง มีขนาดพื้นที่ 1634.34 ตารางกิโลเมตร พบในเขตพื้นที่ทุกอำเภอโดย 4 อันดับแรกพบในอำเภอเมืองระยอง อำเภอแกลง อำเภอบ้านค่าย และอำเภอวังจันทร์ ตามลำดับ อันดับสามเป็นจังหวัดจันทบุรี มีขนาดพื้นที่ 1596.06 ตารางกิโลเมตร พบในเขตพื้นที่ทุกอำเภอโดย 4 อันดับแรกพบในอำเภอมะขาม อำเภอสอยดาว อำเภอท่าใหม่ และอำเภอโป่งน้ำร้อน ตามลำดับ

อันดับสุดท้ายเป็นจังหวัดฉะเชิงเทรา มีขนาดพื้นที่ 1402.34 ตารางกิโลเมตร พบในเขตพื้นที่ทุกอำเภอโดย 4 อันดับแรกพบในอำเภอนมสารคาม อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา อำเภอบางน้ำเปรี้ยว และอำเภอบางปะกง ตามลำดับ

จากการนำข้อมูลตำแหน่งของ SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล และผลไม้มาทำการซ้อนทับกับศักยภาพทำเลที่เหมาะสมดังกล่าว และได้ทำการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากผู้ประกอบการ SMEs ที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมทั้ง 3 ระดับ ซึ่งผลการศึกษาการประเมินศักยภาพทางการตลาด (4P) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ปรากฏว่า ผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล และผลไม้ มีศักยภาพในแต่ละด้าน ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการคำนึงถึงคุณภาพของวัตถุดิบ การรับประกันคุณภาพสินค้า และมาตรฐานความปลอดภัยอาหารมากที่สุด 2) ด้านราคา เน้นการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า การตั้งราคามีทั้งแบบขายส่งและขายปลีก และการควบคุมราคาสินค้าให้อยู่ในระดับมาตรฐาน 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เน้นการขายผลิตภัณฑ์หน้าร้าน และส่งไปขายยังแหล่งจำหน่ายอื่น ๆ โดยจะเน้นขายผ่านทางช่องทางเหล่านี้ เพื่อสร้างเครือข่าย และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าในระยะยาว 4) ด้านการส่งเสริมการขาย โดยส่วนมากมีการจัดโปรโมชั่นส่วนลดตามช่วงเทศกาล การออกงานแสดงสินค้า การสร้างจุดขายให้กับสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ ด้ชมนานท์ นิติวินณะ [11] ที่ได้นำทฤษฎีระบบการวางแผนทางการตลาด (The marketing plan process) มาใช้ในการศึกษาวิจัย ที่กล่าวถึงแนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไว้ว่า 1) ด้านผลิตภัณฑ์ เน้นเรื่องการใช้ทรัพยากรทุกชนิด

อย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพสูงสุด ผลผลิตสินค้าที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผลผลิตสินค้าต้องมีความซื่อสัตย์ ผลผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค และตรวจสอบคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ตลอดกระบวนการผลิตอย่างซื่อสัตย์สุจริต 2) ด้านราคา เน้นตั้งราคาตามคุณภาพสินค้า ให้เครดิตในการซื้อสินค้า/ขายเงินเชื่อตามหลักวิชาการ สมาชิกมีความเคลื่อนไหวของราคาผลิตภัณฑ์ ตั้งราคาที่ยืดหยุ่น ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีเครือข่าย และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าในระยะยาว 4) ด้านการส่งเสริมการขาย เน้นโฆษณาสินค้าไม่เกินความจริง มีการจัดแสดงสินค้า มีส่วนลดและแถมสินค้า จัดกิจกรรมเพื่อกลับคืนสู่ชุมชน โดยผลการศึกษาทำให้ได้แนวทางกลยุทธ์การตลาดทั้ง 4 ด้าน ในการปรับตัวภายใต้สภาวะการแข่งขันที่สูง และการนำอินเทอร์เน็ตเทคโนโลยีดิจิทัลและแพลตฟอร์มใหม่ ๆ เข้ามาเป็นตัวช่วยเสริมในการรักษาและเพิ่มยอดขายให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลและผลไม้

5. บทสรุป

จากผลการศึกษา พบว่าตำแหน่งที่ตั้งของ SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลและผลไม้ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์ศักยภาพทำเลที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงระยะห่างของปัจจัยด้านศูนย์จำหน่ายสินค้า สถานที่สำคัญ และเส้นทางคมนาคมขนส่ง ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้เกิดแรงดึงดูดของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว และความได้เปรียบทางการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ ส่วนปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน ประเภทพื้นที่เพาะปลูกผลไม้ที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ทุเรียน มังคุด สับปะรด มะม่วง ลำไย มะพร้าว เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการแปรรูปของกลุ่มผู้ประกอบการที่มีการดำเนินกิจการในพื้นที่ศึกษาโดยพื้นที่เหมาะสมของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเลส่วนใหญ่จะพบในพื้นที่อำเภอที่มีอาณาเขตติดต่อกับชายฝั่งทะเลซึ่งเป็นพื้นที่ได้เปรียบในการเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบ ส่วนพื้นที่เหมาะสมของอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ส่วนใหญ่จะพบในพื้นที่อำเภอที่มีความหนาแน่นของพื้นที่เพาะปลูกผลไม้สูง

นอกจากนี้ยังสามารถจำแนกกลุ่มความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพทำเลและศักยภาพทางการตลาดของ SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลและผลไม้ ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

5.1 SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล มีจำนวนทั้งหมด 30 ราย จำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

5.1.1 SMEs ที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมสูง เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพทางการตลาดในระดับมากที่สุด จำนวน 11 ราย (ร้อยละ 36.67 ของจำนวน SMEs ทั้งหมด) มีศักยภาพทางการตลาดระดับปานกลาง จำนวน 9 ราย (ร้อยละ 30.00 ของจำนวน SMEs ทั้งหมด)

5.1.2 SMEs ที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมปานกลาง เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพทางการตลาดในระดับมากที่สุด จำนวน 3 ราย (ร้อยละ 10.00 ของจำนวน SMEs ทั้งหมด) และ

มีศักยภาพทางการตลาดระดับน้อยจำนวน 1 ราย (ร้อยละ 3.33 ของจำนวน SMEs ทั้งหมด)

5.1.3 SMEs ที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลเหมาะสมต่ำ เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพทางการตลาดในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ราย (ร้อยละ 3.33 ของจำนวน SMEs ทั้งหมด) และมีศักยภาพทางการตลาดในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ราย (ร้อยละ 3.33 ของจำนวน SMEs ทั้งหมด) และมี SMEs ที่อยู่ในพื้นที่ก้นออก จำนวน 4 ราย (ร้อยละ 13.33 ของจำนวน SMEs ทั้งหมด)

5.2 SMEs กลุ่มแปรรูปผลไม้ มีจำนวนทั้งหมด 90 ราย จำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

5.2.1 SMEs ที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมสูง เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพทางการตลาดในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ราย (ร้อยละ 2.22 ของจำนวน SMEs ทั้งหมด) มีศักยภาพทางการตลาดระดับมากที่สุด จำนวน 37 ราย (ร้อยละ 41.11 ของจำนวน SMEs ทั้งหมด) มีศักยภาพทางการตลาดระดับปานกลาง จำนวน 18 ราย (ร้อยละ 20.00 ของจำนวน SMEs ทั้งหมด) และมีศักยภาพทางการตลาดระดับน้อย จำนวน 4 ราย (ร้อยละ 4.44 ของจำนวน SMEs ทั้งหมด)

5.2.2 SMEs ที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมปานกลาง เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพทางการตลาดในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ราย (ร้อยละ 1.11 ของจำนวน SMEs ทั้งหมด) มีศักยภาพทางการตลาดในระดับมากที่สุด จำนวน 13 ราย (ร้อยละ 14.44 ของจำนวน SMEs ทั้งหมด) และมีศักยภาพทางการตลาดในระดับปานกลาง จำนวน 12 ราย (ร้อยละ 13.33 ของจำนวน SMEs ทั้งหมด)

5.2.3 SMEs ที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมต่ำ เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพทางการตลาดในระดับมากที่สุด จำนวน 3 ราย (ร้อยละ 3.33 ของจำนวน SMEs ทั้งหมด)

6. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ประเภททุนวิจัยมุ่งเป้า ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ผู้วิจัยขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

7. เอกสารอ้างอิง

- [1] Maesincee, S. 2018. **Thailand 4.0**. <http://fms.bru.ac.th/wp-content/uploads/2018/02/Dr.preecha.pdf>. Accessed 24 June 2018. (in Thai)
- [2] Suteerachart. J. 2017. EEC, a new hope for the Thai economy. **Money and Banking Magazine**. <https://www.scbeic.com/th/detail/product/3544>. Accessed 18 June 2018. (in Thai)
- [3] Industrial Promotion Center Region 7. 2018. **Alibaba invests in EEC 11 billion baht**. <https://ipc7.dip.go.th/th/category/ipc7-dip-news/eecalibaba>. Accessed 5 July 2018. (in Thai)

- [4] Amornwongpaiboon, B. 2017. Platform businesses: opportunities and their impact on businesses. **National Academic Conference Rajabhat University Chom Bueng Village.** (5):1-9. (*in Thai*)
- [5] Parinyasutinan, A. 2017. "Community Enterprises Patient in business competition". **Silpakorn University Journal.** 37(2): 131-150. (*in Thai*)
- [6] Office of the Eastern Economic Corridor Policy Committee. 2018. **Food processing industry.** <https://www.eeco.or.th/industry/food-processing-industry>. Accessed 11 October 2018. (*in Thai*)
- [7] Phankeaw, Y. 2018. **Information technology and national development.** <https://sites.google.com/site/yanee4546/the-khnoy-sarntes-kab-kar-phathna-prathes>. Accessed 10 July 2018. (*in Thai*)
- [8] Ramya S and Devadas V. 2019. Integration of GIS, AHP and TOPSIS in evaluating suitable locations For industrial development: A case of Tehri Garhwal district, Uttarakhand, India. **Journal of Cleaner production.**; 238: 117872.
- [9] Defense Technology Institute. 2018. **Hierarchical Analysis process.** https://www.dti.or.th/download/150319174753_3ahp4.pdf. Accessed 15 July 2018. (*in Thai*)
- [10] Ratchatranon, V. 2018. **Quality inspection of research instruments.** http://rlc.nrct.go.th/ewt_dl.php?nid=988. Accessed 6 October 2018. (*in Thai*)
- [11] Nitiwattana, C. 2015. Guidelines to promote the marketing strategies under the self-sufficiency economic philosophy of the community enterprise in samsung district, KhonKaen Province. **Suthiparithat Journal.** 29(91): 220-238. (*in Thai*)