



ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด กรณีศึกษาตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2555

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด กรณีศึกษาตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร



โดย
นางสาวณัฐกานา สุขพงษ์
นางสาวพีรยา ศรีเจริญกิจ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2555

**FACTORS IN BUSINESS AND TRADE OF FRESH SEAFOOD:
A CASE STUDY OF TALAY THAI SEAFOOD MARKET,
SAMUT SAKORN PROVINCE**



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

**A Research Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree
Bachelor of Business Administration Program in General Business Management**

Faculty of Management Science

SILPAKORN UNIVERSITY

2012

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว
อนุมัติให้การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด กรณีศึกษาตลาดทะเลไทย
จังหวัดสมุทรสาคร” เสนอโดยนางสาวญาณิศา สุขพงษ์และนางสาวพีรยา ศรีเจริญกิจ มีคุณค่าเพียง
พอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาจุดนิพนธ์ ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด กรณีศึกษาตลาดทะเลไทย จังหวัด
สมุทรสาคร” ได้ผ่านการนำเสนอในเวทีการประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ ๑ (The 1st National
Graduate Conference) โดย โครงการศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์ (ภาคพิเศษ) ภาควิชารัฐศาสตร์
และรัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ร่วมกับ สมาคมรัฐศาสตร์แห่ง
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในวันศุกร์ที่ ๑๕ ธันวาคม พ.ศ.๒๕๕๕ ณ โรงแรมริชมอนด์ จังหวัดนนทบุรี

.....
(อาจารย์อริสสา สะอาดนัก)

อาจารย์ที่ปรึกษา

วันที่ เดือน พ.ศ.

.....
(อาจารย์นพดล ไตวิชัยกุล)

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่ เดือน พ.ศ.

12520035, 12520104: MAJOR: GENERAL BUSINESS MANAGEMENT

Keywords: Business Operation / Fresh Seafood / Marketing Mix

YANIKA SOOKPONG AND PHIRAYA SRICHAROENKIT: FACTORS IN THE BUSINESS AND TRADE OF FRESH SEAFOOD: A CASE STUDY OF TALAY THAI SEAFOOD MARKET, SAMUT SAKORN PROVINCE. RESEARCH ADVISOR: ARISSA SA-ARDNAK, MBA. 51 PP.

The research about factors in the business and trade of fresh seafood, a case study of Talay Thai seafood Market in Samut Sakorn province under the strategic analysis of strength, weakness, opportunities, threats, the study of consumer behavior and strategy of marketing mix, is the qualitative research with a depth interviews of key informants in 18 stores. The aim of this research is to study the business and trade of fresh seafood, source of fresh seafood, selling channels, consumers groups, the process of doing business, treats of the trade of fresh seafood and the trend of expansion of trading seafood in the long term.

The results showed that in the Talay Thai seafood market, there is seafood wide range of fresh seafood and processed seafood such as sea fish, shrimp, shellfish, squid and crab. The entrepreneurs use the strategic marketing mix in business such as product, price, distribution channels, marketing promotion, the personal, the physical evidence and the business processes. The business operation has now been successful at this stage. But there are still some weakness that make the business not as successful as it result from some of the marketing mix for example, the product may be damaged during transportation, the unstable price due to a number of marine animals that cannot be indicated exactly and the migrated workers/labor needed in the business. For this reason, entrepreneurs should pay more attention to solve these problems and should participate in the marketing development and pattern site development in order to meet the needs of consumers enhancing in future marketing.

Faculty of Management

SILPAKORN UNIVERSITY

Academic Years 2012

Students' signatures 1..... 2.....

Research Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เพราะผู้วิจัยได้รับคำแนะนำและความช่วยเหลือจาก อาจารย์อริสสา สะอาดนัก อาจารย์ที่ปรึกษา ที่คอยให้คำแนะนำคำปรึกษา อบรมสั่งสอนและหมั่นดูแลเอาใจใส่รวมถึงตรวจสอบแก้ไขงานวิจัยฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่ช่วยให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามจนสามารถทำงานวิจัยฉบับนี้จนสำเร็จได้ และขอบคุณ เพื่อนๆ ที่คอยให้คำปรึกษาคอยให้กำลังใจ และให้ความช่วยเหลือให้งานวิจัยฉบับนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

การวิจัยฉบับนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อประมวลความรู้ทั้งหมดที่ผู้วิจัยได้ศึกษามาจาก มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เพื่อเป็นผลงานในรายวิชาจุลนิพนธ์ และใช้เป็นข้อมูลเพื่อทำการวิจัยต่อไป คุณค่าและประโยชน์ของงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบบูชาพระคุณของคณาจารย์ที่ได้ให้ความรู้และผู้มีพระคุณทุกท่าน

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย		ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		จ
กิตติกรรมประกาศ.....		ฉ
บทที่		
1	บทนำ.....	1
	ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
	ขอบเขตการวิจัย.....	3
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
2	วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	5
	ทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT.....	5
	ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	6
	ส่วนประสมทางการตลาด.....	7
	พระราชบัญญัติจัดระเบียบกิจการแพปลา พ.ศ. 2496.....	9
	ความหมายของผู้ประกอบการ.....	16
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	23
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย.....	23
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	24
	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	24
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	25
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	26

บทที่	หน้า
ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล	27
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	28
ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด	28
แหล่งที่มาของอาหารทะเลสด	29
ช่องทางการจัดจำหน่าย	30
กลุ่มผู้บริโภคและกระบวนการในการดำเนินธุรกิจ	31
ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด	32
แนวโน้มของการขยายตัวของธุรกิจการค้าอาหารทะเลสดในระยะยาว	33
5 สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	34
สรุป	34
การอภิปรายผล	35
ข้อเสนอแนะ	40
รายการอ้างอิง	42
ภาคผนวก	44
ภาคผนวก ก แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการ	45
ภาคผนวก ข รูปภาพประกอบ	47
ประวัติผู้วิจัย	50

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

หลายปีที่ผ่านมาประเทศไทยมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นผลมาจากการเติบโตของธุรกิจไม่ว่าในภาคเกษตรกรรม อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว การส่งออก เนื่องจากประเทศไทยมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ รวมไปถึงมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่เหมาะสม มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวก อีกทั้งยังเป็นประเทศที่ติดชายฝั่งทะเลทั้งฝั่งอ่าวไทยและอันดามัน อาชีพการประมงจึงนับเป็นอาชีพหนึ่งที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศเป็นจำนวนมากไม่น้อย

จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดชายฝั่งทะเลฝั่งอ่าวไทยมีชายฝั่งทะเลยาว 41.01 กิโลเมตร จึงมีการประกอบอาชีพทำการประมง และการเลี้ยงสัตว์น้ำเป็นอาชีพหลัก กว้างขวาง โดยมีเรือประมงที่ทันสมัยกว่า 1000 ลำ ปริมาณสัตว์น้ำที่จับได้ในแต่ละปีนับได้ว่าอยู่ในอันดับหนึ่งของประเทศ มีสะพานปลาที่ใหญ่และทันสมัยแห่งหนึ่งรองจากกรุงเทพฯ ซึ่งมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ทันสมัยที่ใช้ในการค้าเลี้ยงขนถ่ายผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำทางทะเลเป็นจำนวนมาก เป็นศูนย์กลางการค้าปลาทะเล และเป็นแหล่งที่เงินสะพัดหมุนเวียนวันละหลายล้านบาท ปัจจุบันครัวเรือนที่ทำการประมงมีจำนวน 5,628 ครัวเรือน เป็นกิจการประมงน้ำจืด 3,769 ครัวเรือน และน้ำกร่อย/น้ำเค็ม 1,859 ครัวเรือน ผลผลิตจากการประมงทะเลส่วนใหญ่ได้รับจากแหล่งน้ำธรรมชาติ ได้แก่ บริเวณอ่าวไทย ทะเลอันดามัน และมหาสมุทรอินเดีย รวมทั้งทะเลด้านประเทศเวียดนาม ชาวประมงสมุทรสาครมีความกระตือรือร้นในการพัฒนาอาชีพ แสวงหาเทคนิคใหม่ๆ เพื่อปรับปรุงกิจการอยู่เสมอ ทำให้สมุทรสาครเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางการประมงสูงมาก เป็นแหล่งธุรกิจประมงที่สำคัญของประเทศ ธุรกิจเกี่ยวกับการซื้อขายสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ ซึ่งมีตลาดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ที่ผ่านมาอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลไทยต้องเผชิญกับแรงกดดันอย่างหนักจากปัญหาสารเคมีตกค้างและจากการปนเปื้อนของเชื้อโรค เช่น เชื้อซัลโมเนลลา เชื้ออหิวาต์ สาเหตุของการเกิดปัญหาดังกล่าวมาจากการละเลยและการจัดการวัตถุดิบไม่ได้คุณภาพและมาตรฐาน ตั้งแต่เกษตรกรผู้เลี้ยงจนถึงแพปลา และเมื่อหน่วยงานด้านสุขอนามัยของประเทศผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารทะเลส่งเจ้าหน้าที่เข้ามาตรวจสอบอย่างเข้มงวดและบ่อยครั้งขึ้น ผู้ประกอบการประมงจึง

ตัดสินใจร่วมกันก่อตั้งศูนย์กลางการค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทะเลครบวงจรขึ้นในนาม ตลาดทะเลไทย

ตลาดทะเลไทยขึ้นชื่อว่าเป็นแหล่งศูนย์กลางอาหารทะเลที่ใหญ่และได้มาตรฐานที่สุดในประเทศไทย ตลาดแห่งนี้เกิดจากการรวมตัวของผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับประมงในจังหวัดสมุทรสาคร (หรือที่รู้จักกันดีว่า มหาชัย) จำนวนกว่า 232 ราย ก่อตั้งศูนย์กลางการค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปครบวงจรที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย บนเนื้อที่ 150 ไร่ ที่ถนนพระราม 2 กิโลเมตรที่ 30 ใกล้กับสะพานท่าจีน

ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งที่สำคัญของไทยมี 5 ชนิด ได้แก่ ปลา กุ้ง หมึก หอยและปู มีสัดส่วนการผลิตร้อยละ 58, 28, 11, 2 และ 1 ตามลำดับ แต่ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าที่สูงที่สุด คือ กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ด้านตลาดอาหารทะเลแช่เย็นแช่แข็งมีมูลค่ารวมประมาณ 88,000 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นตลาดส่งออกร้อยละ 92.5 ประกอบด้วยตลาดที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป อาเซียนและแคนาดา ขณะที่ตลาดในประเทศมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 7.5 เนื่องจากผู้บริโภคในประเทศนิยมซื้อสินค้าสัตว์น้ำจากตลาด ซึ่งจะได้ทั้งความสดของสินค้าและราคาที่ถูกว่าอาหารทะเลแช่เย็นแช่แข็ง

สำหรับโรงงานผลิตอาหารทะเลแช่แข็งที่ขึ้นทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมมีจำนวน 137 แห่ง และมีกำลังการผลิตรวมกันประมาณ 1,500,000 ตันต่อปี แต่ใช้กำลังการผลิตเพียงประมาณร้อยละ 50 เท่านั้น โดยบางรายจะผลิตเฉพาะอาหารทะเลสดแช่เย็นแช่แข็ง ขณะที่บางรายขยายไปสู่การแปรรูปผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ เพื่อเพิ่มมูลค่า ผู้ผลิตส่วนใหญ่ตั้งโรงงานอยู่ใกล้ท่าเทียบเรือประมงซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญ เช่น จังหวัดสมุทรสาคร สมุทรปราการ สงขลาและปัตตานี

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ วิวรรณ วรธนัจฉริยา (2540) ได้ทำการศึกษาเรื่องภาวะอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็งเพื่อการส่งออกของไทย สมชาย อินสุวรรณ โฉ (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารทะเลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ฝ่ายวิจัยธุรกิจแห่งประเทศไทย (2554) ศึกษาเรื่อง สถานการณ์และแนวโน้ม : อาหารทะเลอื่นๆ สดแช่เย็นแช่แข็ง อ้างถึงในธนาคารนำเข้าและส่งออกแห่งประเทศไทย จิตร์ชด์ ไม้เรียง (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ระบบการตลาดสัตว์น้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดสตูล นวลละออง ศรีชุมพล และชัยชนะ มิตรพันธ์ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่องผลการศึกษารุจกอาหารแช่แข็งและแปรรูปส่งออก ห่วงโซ่อุปทานกระบวนการทางโลจิสติกส์ ปัญหาของธุรกิจอาหารทะเลแช่แข็งและแนวทางแก้ปัญหาโดยใช้เทคโนโลยี RFID กรมโรงงานอุตสาหกรรม (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องหลักปฏิบัติเทคโนโลยีการผลิตที่สะอาด อุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็ง จิรเชษฐ

เรื่องคิดรัตน์ และเอกนิษฐ์ มีกุล (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาผลกระทบต่อผู้ประกอบการ ภายหลังการตัดสินใจรับแรงงานต่างด้าวเข้าทำงานในธุรกิจประมง ตำบลมหาชัย จังหวัดมหาชัย รวมทั้งธนาคารกรุงไทย ฝ่ายงานวิจัยธุรกิจการเกษตร (2553) ทั้งนี้งานวิจัยข้างต้น เป็นการศึกษา ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด และเป็นการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ

จากข้อมูลดังกล่าว ทำให้ผู้ศึกษาต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด การหาแหล่งที่มาของอาหารทะเลสด ช่องทางการจัดจำหน่ายอาหารทะเลสด และศึกษาแนวโน้มของการขยายตัวของธุรกิจการค้าอาหารทะเลสดในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการดำเนินธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด แหล่งที่มาของอาหารทะเลสด ช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มผู้บริโภคและกระบวนการในการดำเนินธุรกิจ
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด
3. เพื่อศึกษาแนวโน้มของการขยายตัวของธุรกิจการค้าอาหารทะเลสดในระยะยาว

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาปัจจัยในการดำเนินธุรกิจการค้าอาหารทะเลสดของผู้ประกอบการ ณ ตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร

ขอบเขตด้านประชากร ผู้ประกอบการค้าอาหารทะเลสด ณ ตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร ประชากรมาจากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

ขอบเขตด้านพื้นที่ ตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร

ขอบเขตด้านเวลา การศึกษาวิจัยนี้ใช้ระยะเวลาในการปฏิบัติงานภาคสนาม ระหว่างเดือนกรกฎาคม 2555 ถึงเดือนมกราคม 2556

นิยามคำศัพท์เฉพาะ

ผู้ประกอบการ หมายถึง เจ้าของธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด ณ ตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร

แรงงานต่างด้าว หมายถึง บุคคลต่างสัญชาติ เช่น ลาว กัมพูชา พม่า ที่ผู้ประกอบการตัดสินใจจ้างมาเพื่อช่วยงานด้านต่างๆแทนแรงงานไทย ณ ตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร

แพปลา หมายถึง ตัวแทนของเรือประมง ทำหน้าที่ในการเป็นผู้แทนจำหน่ายสัตว์น้ำและประกอบกิจการ ณ ตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยในการดำเนินธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด แหล่งที่มาของอาหารทะเลสด ช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มผู้บริโภคและกระบวนการในการดำเนินธุรกิจ
2. ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด
3. ทำให้ทราบถึงแนวโน้มของการขยายตัวของธุรกิจการค้าอาหารทะเลสดระยะยาว

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด กรณีศึกษาตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร” ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOT
2. ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค
3. ส่วนประสมทางการตลาด
4. พระราชบัญญัติจัดระเบียบกิจการแพปลา พ.ศ. 2496
5. ความหมายของผู้ประกอบการ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) เป็นการวิเคราะห์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมขององค์กร เพื่อหาเส้นทางที่จะทำให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้ข้อจำกัดของทรัพยากรดังกล่าว โดยมีการวิเคราะห์ 4 ชั้น คือ

1. S-Strength หมายถึง การวิเคราะห์จุดแข็งขององค์กรว่ามีอะไรเป็นจุดแข็งหรือได้เปรียบเมื่อเปรียบเทียบกับผู้อื่น หรือคู่แข่งโดยพิจารณาเรื่อง ทรัพยากร ทรัพยากรมนุษย์ กระบวนการผลิต เทคโนโลยี และอื่นๆ
2. W-Weakness หมายถึง การวิเคราะห์จุดอ่อน หรือจุดด้อยขององค์กร เช่น คนมีความสามารถไม่เพียงพอ มีเงินทุนน้อย อยู่ในทำเลไม่เหมาะสม เหล่านี้เป็นต้น
3. O-Opportunity หมายถึง โอกาสที่จะทำให้สำเร็จได้โดยพิจารณาว่ามีโอกาสที่ทำให้สำเร็จตามเป้าหมายมากน้อยแค่ไหน และจะเพิ่มโอกาสได้อย่างไร เช่น พบว่าโอกาสที่จะได้กำไรเพียงร้อยละ 50 หากเพิ่มแบบให้ง่ายขึ้นจะมีโอกาสเพิ่มงานขึ้นเป็นร้อยละ 80
4. T-Threat หมายถึง อุปสรรคจะทำงานได้ไม่สำเร็จ เช่น มีเวลาน้อย มีทุนน้อย มีกำลังคนน้อย ตลอดจนอุปสรรคที่จะเกิดขึ้นตามธรรมชาติอื่น ซึ่งแก้ไขได้โดยการกำจัดหรือทำให้อุปสรรคลดลงเสียก่อน (สุธรรม รัตนโชติ, 2548: 6)

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ผู้วิจัยขอนิยามคำศัพท์ตามทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นตามนิยามของ สุธรรม รัตนโชติ ที่นิยามความหมายของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) เป็นการวิเคราะห์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมขององค์กร เพื่อหาแนวทางที่จะทำให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้ข้อจำกัดของทรัพยากร ดังกล่าว

2. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค (Theory of Consumer Behavior)

ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค คือ ผู้บริโภคแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ดังนั้น นักการตลาดจึงจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างเหมาะสม โดยแบ่งปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคออกเป็น 2 ประการ ได้แก่

1. ปัจจัยภายใน เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคล ในด้านความคิดและการแสดงออก ซึ่งมีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ โดยที่ปัจจัยภายในประกอบไปด้วย

1.1 ความจำเป็น ความต้องการ ความปรารถนา ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของความต้องการในการใช้สินค้าหรือบริการ

1.2 แรงจูงใจ เมื่อบุคคลเกิดปัญหาทางการหรือในจิตใจขึ้นเขาจะเกิดแรงจูงใจในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นนั้น

1.3 บุคลิกภาพ เป็นลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนาขึ้นมาจาก ความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจต่าง ๆ

1.4 ทักษะคิด เป็นการประเมินความรู้สึกหรือความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล

1.5 การรับรู้ เป็นกระบวนการของบุคคลในการยอมรับความคิดหรือการกระทำของบุคคลอื่น

1.6 การเรียนรู้ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลที่เกิดจากการรับรู้และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงและคงอยู่ในระยะที่ค่อนข้างยาวนาน

2. ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวบุคคลซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิดและความ พฤติกรรมของผู้บริโภค โดยปัจจัยภายนอกแบ่งออกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการ ได้แก่

2.1 สภาพเศรษฐกิจเป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภค

2.2 ครอบครัวยุคใหม่ การเลี้ยงดูในสภาพครอบครัวที่แตกต่างกันส่งผลให้บุคคลมีความแตกต่างกัน

2.3 สังคม เพื่อการยอมรับเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เรียกว่า กระบวนการขัดเกลาทางสังคม ประกอบด้วยรูปแบบการดำรงชีวิต ค่านิยมของสังคม และความเชื่อ

2.4 วัฒนธรรม เป็นวิถีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือว่าดีงามและยอมรับปฏิบัติตามมา เพื่อให้สังคมดำเนินและมีพัฒนาการไปได้ด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรมเพื่อการอยู่เป็น ส่วนหนึ่งของสังคม

2.5 การติดต่อธุรกิจ หมายถึง โอกาสที่ผู้บริโภคจะได้พบเห็นสินค้าหรือบริการนั้น ๆ สินค้าตัวใดที่ผู้บริโภคได้รู้จักและพบเห็นบ่อย ๆ ก็จะมีแนวโน้มความไว้วางใจและความยินดีที่จะใช้สินค้านั้น

2.6 สภาพแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั่วไป เช่น ความแปรปรวนของสภาพอากาศ การขาดแคลนน้ำหรือเชื้อเพลิง ส่งผลให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2538: 19)

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค ทำให้ผู้วิจัยสรุปเป็นความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคในงานวิจัยนี้ว่า กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสด ล้วนมีความสำคัญต่อการศึกษากฎพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ผู้ประกอบการจะต้องทำความเข้าใจ เพื่อเป็นพื้นฐานในการเข้าถึงจิตใจของผู้บริโภคให้ได้

3. ส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7P's) ถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาดจะทำให้การดำเนินงานของกิจการประสบความสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับ การปรับปรุงความสัมพันธที่เหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดนี้ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Products) และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products)

2. ด้านราคา (Price) คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ

ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. ด้านการจัดจำหน่าย (Place) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคลากร (People) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขั้นเป็นความ สัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพแลการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ (ศรีสุภา สหชัยเสรี, 2550: 24-26)

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ผู้วิจัยขอนิยามคำศัพท์ตามทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นตามนิยามของ ศรีสุภา สหชัยเสรี ที่นิยามความหมายของส่วนประสมทางการตลาด ถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาดจะทำให้การดำเนินงานของกิจการประสบความสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับ การปรับปรุงความสัมพันธ์ที่เหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดนี้ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

4. พระราชบัญญัติจัดระเบียบกิจการแพปลา พ.ศ. 2496

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่าโดยที่เป็นการสมควรมีกฎหมายจัดระเบียบกิจการแพปลา

จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของสภาผู้แทนราษฎร ดังต่อไปนี้

มาตรา 1 พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า “พระราชบัญญัติจัดระเบียบกิจการแพปลา พ.ศ. 2496”

มาตรา 2 พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

มาตรา 3 ในพระราชบัญญัตินี้
“กิจการแพปลา” หมายความว่า การกระทำอันเป็นปกติธุระอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

(ก) การให้กู้ยืมเงิน หรือให้เช่า ให้เช่าซื้อ ให้ยืมเรือเครื่องมือทำการประมง หรือสิ่งอุปกรณ์การประมงเพื่อให้ผู้กู้ยืม หรือผู้เช่า ผู้เช่าซื้อ ผู้ยืม ประกอบกิจการประมงหรือทำการค้าสินค้าสัตว์น้ำ โดยมีข้อตกลงกันโดยตรงหรือโดยปริยายว่า ผู้กู้ยืม หรือผู้เช่า ผู้เช่าซื้อ ผู้ยืม จะต้องนำสินค้าสัตว์น้ำมาให้ผู้ให้กู้ยืม หรือผู้ให้เช่า ผู้ให้เช่าซื้อ ผู้ให้ยืม เป็นตัวแทนทำการขายสินค้าสัตว์น้ำนั้น

(ข) การรับเป็นตัวแทนทำการขายสินค้าสัตว์น้ำของบุคคลอื่น

(ค) การขายสินค้าสัตว์น้ำโดยวิธีขายทอดตลาด

(ง) กิจการค้าสินค้าสัตว์น้ำ โดยวิธีอื่นใดตามที่จะได้มีพระราชกฤษฎีการะบุว่าเป็นกิจการแพปลา

“สินค้าสัตว์น้ำ” หมายความว่า สัตว์น้ำตามความหมายแห่งกฎหมายว่าด้วยการประมง ไม่ว่าจะยังมีชีวิตอยู่หรือไม่ และรวมตลอดถึงผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำทุกชนิด ซึ่งเป็นวัตถุดิบ

“สะพานปลา” หมายความว่า สถานที่หรือบริเวณซึ่งได้มีประกาศให้เป็นที่ประกอบกิจการแพปลาตามพระราชบัญญัตินี้

“ค่าบริการ” หมายความว่า เงินค่าจัดสถานที่และอำนวยความสะดวกในการซื้อขายสินค้าสัตว์น้ำที่สะพานปลา

“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการองค์การสะพานปลา

“ผู้อำนวยการ” หมายความว่า ผู้อำนวยการองค์การสะพานปลา

“พนักงาน” หมายความว่า พนักงานองค์การสะพานปลา

“พนักงานเจ้าหน้าที่” หมายความว่า ผู้ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้มีอำนาจหน้าที่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้

“อธิบดี” หมายความว่า อธิบดีกรมการประมง

“รัฐมนตรี” หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา 4 ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และให้มีอำนาจแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่และออกกฎกระทรวง กำหนดอัตราค่าธรรมเนียมไม่เกินอัตราตามบัญชีท้ายพระราชบัญญัตินี้ และกำหนดกิจการอื่น ๆ เพื่อปฏิบัติการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้

กฎกระทรวงนั้น เมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้ว ให้ใช้บังคับได้
หมวด 1 องค์การสะพานปลา

มาตรา 5 ให้จัดตั้งองค์การขึ้นองค์การหนึ่งเรียกว่า ‘องค์การสะพานปลา’ มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

- (1) จัดดำเนินการและนำมาซึ่งความเจริญของสะพานปลา ตลาดสินค้าสัตว์น้ำ และอุตสาหกรรมการประมง
- (2) จัดดำเนินการหรือควบคุม และอำนวยความสะดวกซึ่งกิจการแพปลา การขนส่งและกิจการอื่น ๆ อันเกี่ยวกับกิจการแพปลา
- (3) จัดส่งเสริมฐานะสวัสดิการ หรืออาชีพของชาวประมง และบูรณะหมู่บ้านการประมง
- (4) จัดส่งเสริมสหกรณ์หรือสมาคมการประมง

เพื่อดำเนินการตามวัตถุประสงค์ดังกล่าวแล้ว ให้องค์การสะพานปลามีอำนาจรวมถึง

(1) สร้าง ซื้อ จัดหา จำหน่าย เช่า ให้เช่า ถือกรรมสิทธิ์หรือครอบครองซึ่งทรัพย์สินต่าง ๆ

(2) กู้ยืมเงินหรือยืมสิ่งของ ให้กู้ยืมเงินหรือให้ยืมสิ่งของ

มาตรา 6 ให้องค์การสะพานปลาเป็นนิติบุคคล

มาตรา 7 ให้องค์การสะพานปลาตั้งสำนักงานใหญ่ในจังหวัดพระนคร

มาตรา 8 องค์การสะพานปลาเห็นสมควรจัดตั้งสะพานปลาขึ้นสำหรับท้องที่ใด เมื่อได้อนุมัติจากรัฐมนตรีแล้ว ก็ให้ประกาศตั้งขึ้นได้

การประกาศ ให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ให้สะพานปลาอยู่ในความดูแลและดำเนินการขององค์การสะพานปลา

มาตรา 9 ให้โอนกิจการ ทรัพย์สิน และหนี้สิน รวมทั้งบรรดาข้อสัญญาและภาระผูกพันทั้งสิ้น อันเกิดขึ้นจากการดำเนินการจัดตั้งแพปลาของกรมการประมง โดยงบประมาณแผ่นดิน ให้แก่องค์การสะพานปลา

มาตรา 10 ให้จ่ายเงินตามงบประมาณรายจ่ายวิสามัญลงทุนประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2496 ของกรมการประมงที่เกี่ยวกับการดำเนินการจัดตั้งแพปลาให้แก่องค์การสะพานปลา

มาตรา 11 ให้มีคณะกรรมการองค์การสะพานปลาขึ้นคณะหนึ่ง ประกอบด้วยประธานกรรมการหนึ่งคน และกรรมการอื่นอีกไม่น้อยกว่าสี่คน แต่ไม่เกินหกคน

ให้คณะรัฐมนตรีเป็นผู้แต่งตั้งประธานกรรมการและกรรมการองค์การสะพานปลา

มาตรา 12 ประธานกรรมการและกรรมการต้องเป็นผู้มีสัญชาติไทย

มาตรา 13 ผู้มีลักษณะดังต่อไปนี้ ต้องห้ามมิให้เป็นประธานกรรมการหรือกรรมการ

(1) เป็นพนักงาน หรือ

(2) มีส่วนได้เสียในสัญญาเกี่ยวกับองค์การสะพานปลาหรือในกิจการที่กระทำใหแก่องค์การสะพานปลา ไม่ว่าจะโดยตรงหรือโดยทางอ้อม

มาตรา 14 ให้คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่วางนโยบายและควบคุมดูแลโดยทั่วไปซึ่งกิจการขององค์การสะพานปลาอำนาจหน้าที่เช่นนี้ให้รวมถึง

(1) วางข้อบังคับเกี่ยวกับการต่าง ๆ ตามความในมาตรา 5

(2) วางข้อบังคับการประชุมและการดำเนินกิจการของคณะกรรมการ

(3) วางข้อบังคับว่าด้วยการบรรจุ การแต่งตั้ง และการถอดถอนพนักงาน

(4) วางข้อบังคับว่าด้วยระเบียบปฏิบัติงานขององค์การสะพานปลา และข้อบังคับว่าด้วยระเบียบวินัยและการลงโทษพนักงาน

(5) กำหนดอัตราเงินเดือนของพนักงาน

มาตรา 15 ให้ประธานกรรมการและกรรมการอยู่ในตำแหน่งมีกำหนดสองปี แต่อาจรับแต่งตั้งใหม่ได้

มาตรา 16 ประธานกรรมการ และกรรมการ ข่อมพ้นจากตำแหน่งก่อนถึงวาระ เมื่อ

(1) ตาย

(2) ลาออก

(3) คณะรัฐมนตรีให้ออก

(4) เป็นผู้มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 13

ในกรณีที่มีการพ้นจากตำแหน่งก่อนถึงวาระ ให้มีการแต่งตั้งประธานกรรมการ หรือกรรมการเข้าแทนได้ แล้วแต่กรณี ผู้ที่ได้รับแต่งตั้งเข้าแทนนี้ย่อมอยู่ในตำแหน่งได้เพียงเท่ากำหนด

เวลาของผู้ซึ่งตนแทน

มาตรา 17 การประชุมของคณะกรรมการ ต้องมีกรรมการประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งจำนวนกรรมการทั้งหมด จึงเป็นองค์ประชุมได้

เมื่อประธานกรรมการไม่อยู่ในที่ประชุม ให้กรรมการเลือกตั้งกันขึ้นเองเป็นประธานชั่วคราว

มาตรา 18 การลงมติวินิจฉัยข้อปรึกษาในคณะกรรมการ ให้ถือเอาเสียงข้างมากเป็นประมาณ ถ้ามีเสียงเท่ากัน ให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นได้อีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด

มาตรา 19 ให้องค์การสะพานปลาที่มีอำนาจเรียกเก็บเงินค่าบริการจากผู้ประกอบกิจการแพปลาได้ไม่เกินร้อยละสามของราคาสินค้าสัตว์น้ำที่ซื้อขายกันที่สะพานปลาหรือราคาที่พนักงานประเมินราคาตลาดในวันนั้น

มาตรา 20 ให้แบ่งเงินค่าบริการที่องค์การสะพานปลาเรียกเก็บตามความในมาตรา 19 ไว้ร้อยละยี่สิบห้าของ ค่าบริการที่เก็บได้ทั้งหมด เพื่อใช้จ่ายในการส่งเสริมการประมงตามความในมาตรา 5 (3) และ (4)

การเก็บรักษาและการเบิกจ่ายเงินค่าบริการที่แบ่งไว้ในวรรคก่อนให้เป็นไปตามระเบียบและวิธีการที่คณะกรรมการกำหนดด้วยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี

มาตรา 21 ให้องค์การสะพานปลาจัดทำงบประมาณประจำปี แยกเป็นงบลงทุนและงบทำการ สำหรับงบลงทุนให้นำเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาและให้ความเห็นชอบ ส่วนงบทำการให้นำเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อทราบ

ให้องค์การสะพานปลาเปิดบัญชีเงินฝากไว้กับธนาคารตามระเบียบของคณะกรรมการ ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี

มาตรา 22 รายได้ที่องค์การสะพานปลาได้รับในปีหนึ่ง ๆ เมื่อได้หักค่าใช้จ่ายสำหรับดำเนินงาน ค่าการต่าง ๆ ที่เหมาะสม เช่น ค่าบำรุงรักษา ค่าเสื่อมราคา และเงินสมทบกองทุนสำหรับจ่ายสงเคราะห์ผู้ปฏิบัติงานในองค์การสะพานปลา เงินสำรองธรรมดาซึ่งตั้งไว้เผื่อขาด เงินสำรองขยายงานและเงินลงทุนตามที่ได้ได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีแล้ว เหลือเท่าใดให้นำส่งเป็นรายได้ของรัฐ

แต่ถ้ารายได้มีจำนวนไม่พอสำหรับรายจ่ายดังกล่าว นอกจากเงินสำรองที่ได้ระบุไว้ในวรรคก่อน และองค์การสะพานปลาไม่สามารถหาเงินจากทางอื่นรัฐพึงจ่ายเงินให้แก่องค์การสะพานปลาเท่าจำนวนที่จำเป็น

มาตรา 23 ทุกปี ให้คณะกรรมการตั้งผู้สอบบัญชีคนหนึ่งหรือหลายคนเพื่อสอบและรับรองบัญชีเป็นปี ๆ ไป แล้วนำเสนอรัฐมนตรีเพื่อเสนอต่อไปยังคณะรัฐมนตรีพร้อมด้วยรายงาน

กิจการประจำปี ซึ่งให้กล่าวถึงผลงานในปีที่ล่วงแล้วและให้มีคำชี้แจงเกี่ยวกับนโยบายของ คณะกรรมการ โครงการ และแผนงานที่จะจัดทำในภายหน้า

ห้ามมิให้ตั้งประธานกรรมการ กรรมการ หรือพนักงานเป็นผู้สอบบัญชีเมื่อรัฐมนตรี ร้องขอ ให้คณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดินเป็นผู้ตรวจบัญชีขององค์การสะพานปลา

มาตรา 24 ให้คณะกรรมการเป็นผู้แทนองค์การสะพานปลาในส่วนที่เกี่ยวกับ บุคคลภายนอก แต่คณะกรรมการจะมอบหมายให้ผู้อำนวยการ หรือพนักงานอื่นใดขององค์การ สะพานปลาเป็นผู้แทนก็ได้

มาตรา 25 ให้คณะกรรมการมีอำนาจแต่งตั้งและถอดถอนผู้อำนวยการด้วยความ เห็นชอบจากรัฐมนตรี

มาตรา 26 ให้ผู้อำนวยการเป็นผู้บริหารกิจการขององค์การสะพานปลาตามนโยบาย และระเบียบข้อบังคับที่คณะกรรมการกำหนดหรือมอบหมาย

มาตรา 27 ประธานกรรมการ และกรรมการย่อมได้รับประโยชน์ตอบแทนตามที่ คณะรัฐมนตรีกำหนด

มาตรา 28 ประธานกรรมการ กรรมการ ผู้อำนวยการ และพนักงานอาจได้รับเงิน รางวัลตามระเบียบที่คณะรัฐมนตรีกำหนด
หมวด 2 กิจการแพปลา

มาตรา 29 ห้ามมิให้ผู้ใดประกอบกิจการแพปลา เว้นแต่ได้รับใบอนุญาตและเสีย ค่าธรรมเนียมตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา 30 ห้ามมิให้ผู้ใดกระทำการเป็นผู้ขายทอดตลาดสินค้าสัตว์น้ำที่สะพานปลา เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตและเสียค่าธรรมเนียมตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา 31 ในข้อริบตี โดยอนุมัติรัฐมนตรี มีอำนาจออกข้อกำหนดดังต่อไปนี้ โดย ประกาศในราชกิจจานุเบกษา **ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี**

(1) ให้ผู้ประกอบกิจการแพปลาประกอบกิจการที่สะพานปลา และปฏิบัติตามระเบียบ และเงื่อนไขที่กำหนด

(2) อัตราอย่างสูงสำหรับค่านายหน้า ค่าขนส่ง และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ผู้ประกอบกิจการ แพปลาจะพึงเรียกจากเจ้าของสินค้าสัตว์น้ำและผู้ซื้อสินค้าสัตว์น้ำ

(3) วิธีการขายทอดตลาด และการกำหนดหน่วยของน้ำหนักหรือปริมาณสินค้าสัตว์น้ำ

(4) การจอดเรือ การขนส่ง และการจราจรที่สะพานปลา

(5) ให้ผู้ประกอบกิจการแพปลาทำบัญชีและเอกสารเป็นภาษาไทยตามแบบซึ่งกำหนดไว้

มาตรา 32 ให้อธิบดี โดยอนุมัติรัฐมนตรี มีอำนาจกำหนดแบบพิมพ์ให้ผู้ประกอบกิจการแปปลากรอกรายการ ข้อความ จำนวน ปริมาณ ชนิด ราคาสินค้า และอื่น ๆ ได้

ผู้ประกอบกิจการแปปลาต้องกรอกคำตอบลงในแบบพิมพ์นั้นตามความเป็นจริง พร้อมทั้งลงชื่อกำกับ และจัดการยื่นตามกำหนดเวลาและวิธีการ ณ สถานที่ตั้งที่กำหนดไว้ในแบบพิมพ์นั้น

เพื่อประโยชน์แก่การตรวจสอบรายการในแบบพิมพ์ที่กรอกยื่นดังกล่าวเมื่ออธิบดีเห็นสมควร มีอำนาจสั่งเป็นหนังสือให้พนักงานเจ้าหน้าที่เข้าไปทำการตรวจสอบสมุดบัญชีหรือเอกสารต่าง ๆ ในที่ทำการของผู้ประกอบกิจการแปปลาได้ในระหว่างเวลาราชการ ให้ผู้ประกอบกิจการแปปลาอำนวยความสะดวกแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ในการนี้ แต่ในการตรวจสอบนี้ต้องไม่เป็นการขัดขวางต่อกิจการงานของผู้ประกอบกิจการแปปลา

มาตรา 33 ในกรณีที่ผู้ประกอบกิจการแปปลาไม่ยอมขายทอดตลาดสินค้าสัตว์น้ำรัฐมนตรี หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากรัฐมนตรี มีอำนาจสั่งให้องค์การสะพานปลาดำเนินการขายทอดตลาดสินค้าสัตว์น้ำที่สะพานปลาเสียเองก็ได้

มาตรา 34 รัฐมนตรีมีอำนาจที่จะสั่งยกเว้น หรือลดค่าธรรมเนียมหรือค่าบริการตามพระราชบัญญัตินี้ ให้แก่สหกรณ์การประมงได้ตามที่เห็นสมควร

มาตรา 35 ห้ามมิให้ผู้ประกอบกิจการแปปลาที่สะพานปลารับซื้อสินค้าสัตว์น้ำเสียเอง เว้นแต่จะได้รับความยินยอมจากเจ้าของสินค้าสัตว์น้ำนั้น ในกรณีเช่นนี้ ห้ามมิให้เรียกเก็บค่านายหน้าจากเจ้าของสินค้าสัตว์น้ำนั้น

มาตรา 36 ในกรณีที่ผู้ประกอบกิจการแปปลา หรือผู้ขายทอดตลาดสินค้าสัตว์น้ำกระทำการฝ่าฝืนพระราชบัญญัตินี้ หรือไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดที่ออกตามพระราชบัญญัตินี้ หรือไม่ชำระค่าบริการตามที่องค์การสะพานปลาเรียกเก็บหรือไม่ยอมขายทอดตลาด ให้อธิบดีมีอำนาจสั่งให้หยุดกระทำการโดยมีกำหนดเวลา หรือสั่งเพิกถอนใบอนุญาตได้

ในการที่อธิบดีจะสั่งดังกล่าวในวรรคก่อน ให้ส่งคำตักเตือนเป็นหนังสือให้ผู้ประกอบกิจการแปปลาหรือผู้ขายทอดตลาดสินค้าสัตว์น้ำปฏิบัติกรให้ถูกต้องภายในเวลาอันสมควรที่กำหนดให้เสียก่อน

มาตรา 37 ในกรณีที่พนักงานเจ้าหน้าที่ไม่ยอมออกใบอนุญาตให้กีดหรือในกรณีที่อธิบดีสั่งให้หยุดกระทำการแปปลา หรือหยุดขายทอดตลาดสินค้าสัตว์น้ำ หรือสั่งเพิกถอนใบอนุญาตกีด ผู้ขออนุญาตหรือผู้ถูกสั่งเช่นว่านั้นมีสิทธิอุทธรณ์ต่อรัฐมนตรีได้ โดยยื่นคำอุทธรณ์ต่ออธิบดีภายในสิบห้าวัน นับแต่วันที่ทราบคำสั่ง ให้อธิบดีส่งคำอุทธรณ์นั้นไปยังรัฐมนตรีภายในเจ็ดวัน นับแต่วันที่ได้รับคำอุทธรณ์

คำวินิจฉัยของรัฐมนตรีให้เป็นที่สุด

หมวด 3 บทกำหนดโทษ

มาตรา 38 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 29 มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่ต่ำกว่าห้าพันบาทแต่ไม่เกินกว่าหนึ่งหมื่นบาท หรือจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือทั้งปรับทั้งจำ

มาตรา 39 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 30 มาตรา 35 หรือฝ่าฝืนข้อกำหนดของอธิบดีออกตามความในมาตรา 31 (1) (2) (3) และ (4) หรือขัดขวางการขายทอดตลาดสินค้าสัตว์น้ำโดยองค์การสะพานปลา ตามความในมาตรา 33 มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท หรือจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือทั้งปรับทั้งจำ

มาตรา 40 ผู้ใดไม่กรอบบแบบพิมพ์ขึ้น หรือแกล้งกรอบบแบบพิมพ์ที่อธิบดีกำหนดไม่ครบถ้วน หรือไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดของอธิบดีว่าด้วยการกรอบบแบบพิมพ์นั้นหรือกรอบบแบบพิมพ์เช่นนั้นโดยรู้ว่าเป็นเท็จ หรือไม่ยอมให้พนักงานเจ้าหน้าที่ทำการตรวจสอบสมุดบัญชีหรือเอกสารตามคำสั่งของอธิบดี หรือไม่อำนวยความสะดวกในการตรวจสอบเช่นนั้นตามความในมาตรา 32 มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งพันบาท

มาตรา 41 ผู้ใดฝ่าฝืนข้อกำหนดของอธิบดีออกตามความในมาตรา 31 (4) มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองร้อยบาท

หมวด 4 บทเฉพาะกาล

มาตรา 42 ผู้ประกอบกิจการแปปลาและผู้ขายทอดตลาดสินค้าสัตว์น้ำที่กระทำการอยู่แล้วก่อนวันใช้บังคับพระราชบัญญัตินี้ ให้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตตามความในพระราชบัญญัตินี้ภายในหกสิบวัน นับตั้งแต่วันใช้บังคับพระราชบัญญัตินี้เป็นต้นไป

จากการศึกษาพระราชบัญญัติจัดระเบียบกิจการแปปลา พ.ศ. 2496 ผู้วิจัยขอนิยามคำศัพท์ตามพระราชบัญญัตินี้ดังต่อไปนี้ ที่นิยามความหมายของคำว่า กิจการแปปลา หมายความว่า การกระทำอันเป็นปกติหรืออย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

(ก) การให้กู้ยืมเงิน หรือให้เช่า ให้เช่าซื้อ ให้ยืมเรือเครื่องมือทำการประมง หรือสิ่งอุปกรณ์การประมง เพื่อให้ผู้กู้ยืม หรือผู้เช่า ผู้เช่าซื้อ ผู้ยืม ประกอบกิจการประมงหรือทำการค้าสินค้าสัตว์น้ำ โดยมีข้อตกลงกันโดยตรงหรือโดยปริยายว่า ผู้กู้ยืม หรือผู้เช่า ผู้เช่าซื้อ ผู้ยืม จะต้องนำสินค้าสัตว์น้ำมาให้ผู้ให้กู้ยืม หรือผู้ให้เช่า ผู้ให้เช่าซื้อ ผู้ให้ยืม เป็นตัวแทนทำการขายสินค้าสัตว์น้ำ

(ข) การรับเป็นตัวแทนทำการขายสินค้าสัตว์น้ำของบุคคลอื่น

(ค) การขายสินค้าสัตว์น้ำโดยวิธีขายทอดตลาด

(ง) กิจการค้าสินค้าสัตว์น้ำ โดยวิธีอื่นใดตามที่จะได้มีพระราชกฤษฎีกากระนุว่าเป็นกิจการแปปลา (สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2553)

5. ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง บุคคลซึ่งทำหน้าที่รับผิดชอบการจัดตั้งองค์กรธุรกิจ การจัดการดำเนินงานและรับผิดชอบ ยินดียอมรับความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจนั้น

ผู้ประกอบการในปัจจุบันได้ขยายความหมายกว้างขึ้น ว่าเป็นผู้ริเริ่มหรือนักพัฒนา ผู้ซึ่งเป็นผู้รับรู้มองเห็นโอกาสที่เกิดขึ้นและสามารถฉกฉวยโอกาสที่เกิดขึ้นมาเปลี่ยนแปลง โดยผ่านกระบวนการให้กลายเป็นความคิดเชิงธุรกิจที่สามารถสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ นำออกขายได้และสามารถเพิ่มมูลค่าได้ โดยใช้เวลา ความพยายาม เงินทุนหรือทักษะดำเนินงาน นำความคิดนั้นเข้าสู่การปฏิบัติ เพื่อมุ่งหวังผลกำไรเป็นสิ่งตอบแทน จากการใช้ความพยายามนั้น โดยยอมรับความเสี่ยงจากการดำเนินงานในตลาดที่มีการแข่งขัน

นอกจากนั้น ยังมีคุณลักษณะอื่นๆ อีก ซึ่งได้แก่ ความมุ่งมั่นบากบั่น มีจิตใจเป็นนักสู้ที่จะแข่งขันเพื่อชัยชนะ มีพฤติกรรมที่มุ่งเป้าหมายสู่ความสำเร็จ มีความเชื่อมั่น มีความสามารถหยั่งรู้โดยสัญชาตญาณ ยึดถือฐานความจริงในการปฏิบัติงานและมีความสามารถเรียนรู้จากความสำเร็จและผิดพลาด รวมทั้งสามารถใช้ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (พิบูล ที่ปะปาล, 2552: 1-2)

การเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) เป็นกระบวนการพลวัตของการมีวิสัยทัศน์ การเปลี่ยนแปลงและการสร้างสรรค์ ซึ่งจำเป็นต้องใช้พลังงานและความกระตือรือร้น เพื่อนำแนวความคิดใหม่ไปสู่การปฏิบัติและการแก้ปัญหาที่สร้างสรรค์ โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ ความเต็มใจที่จะยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ในแง่ของเวลา เงินลงทุน หรืออาชีพ ความสามารถในการสร้างทีมงานที่มีประสิทธิภาพ ทักษะที่สร้างสรรค์ในการจัดทรัพยากรมาใช้อย่างเหมาะสม ทักษะในการสร้างแผนงานธุรกิจที่ดีและการมีวิสัยทัศน์ที่มองเห็น โอกาสที่เกิดขึ้นในขณะที่ผู้อื่นมองเห็นเป็นความคลุมเครือ ความขัดแย้งและความสับสน (พิบูล ที่ปะปาล, 2552: 5)

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความหมายของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยขอนิยามคำศัพท์ตามทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นตามนิยามของ พิบูล ที่ปะปาล ที่นิยามความหมายของความหมายของผู้ประกอบการ บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา และจะต้องมีความอดทน มุ่งมั่น กล้าตัดสินใจ และกล้าเสี่ยงที่จะนำความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ของตนเองนั้นมาปฏิบัติเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าเชิงพาณิชย์

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิวรรณ วรรณจักรยา (2540) ได้ทำการศึกษาเรื่องภาวะอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็งเพื่อการส่งออกของไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงภาวะและปัญหาของอุตสาหกรรมอาหาร

ทะเลแห่งแข็งเพื่อการส่งออกของไทย จากการศึกษาพบว่าอุตสาหกรรมอาหารทะเลแห่งแข็งของไทย กำลังอยู่ในภาวะถดถอย ปริมาณและมูลค่าการส่งออกอาหารทะเลแห่งแข็งของไทยเริ่มลดลงตั้งแต่ปี 2539 เป็นต้นมา ส่งผลให้ผลการประกอบการของบริษัทในอุตสาหกรรมนี้เริ่มตกต่ำลง ภาวการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นเนื่องจากปัญหาที่สำคัญคือ การขาดแคลนวัตถุดิบเนื่องจากปัญหาโรคระบาดและความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อม สัตว์ทะเลที่ใช้เป็นวัตถุดิบที่มีราคาแพง ปัญหาการขาดแคลนแรงงานและค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้น ปัญหาด้านสาธารณสุขโลก และกฎระเบียบภายในประเทศที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออก ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นและความสามารถในการแข่งขันของไทย ในอุตสาหกรรมนี้ลดลง นอกจากนี้ยังมีปัญหาจากภายนอกประเทศที่สำคัญคือ มาตรการของประเทศผู้นำเข้าซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการส่งออกสินค้าอาหารทะเลแห่งแข็งของไทย และปัญหาประเทศคู่แข่งซึ่งมีความได้เปรียบไทยในด้านต้นทุนการผลิต แนวทางการแก้ปัญหาที่สำคัญคือ 1) พยายามรักษาสภาพแวดล้อมให้อยู่ในสภาพที่ดี พัฒนาและให้ความรู้ในด้านเทคโนโลยีการผลิต และสิ่งแวดล้อมแก่ผู้ประกอบการเลี้ยงสัตว์น้ำ 2) ลดต้นทุนโดยใช้เครื่องจักรทดแทนแรงงาน 3) พัฒนาจิตสำนึกและทักษะในการทำงานของแรงงาน 4) รัฐบาลหาสาธารณสุขโลกที่จำเป็นในการผลิต ยกเลิกหรือแก้ไขกฎระเบียบที่ซ้ำซ้อน 5) พัฒนาคุณภาพสินค้าให้เหนือกว่าประเทศคู่แข่งและผลิตสินค้าเพิ่มมูลค่าให้มากขึ้น 6) เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งให้ผ่อนปรนมาตรการต่างๆที่เป็นการกีดกันทางการค้า อุตสาหกรรมอาหารทะเลแห่งแข็งของไทยมีแนวโน้มไม่สดใสในอนาคต ปริมาณและมูลค่าการส่งออกอาหารทะเลแห่งแข็งมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ผู้ผลิตรายเล็กจะไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ จะเหลือเพียงผู้ผลิตรายใหญ่เพียงไม่กี่รายที่สามารถอยู่รอดได้ โดยจะมีการปรับเปลี่ยนไปผลิตสินค้าเพิ่มมูลค่าเป็นหลัก เนื่องจากสินค้าขั้นปฐมไม่สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งในด้านต้นทุนได้อีกต่อไป

สมชาย อินสุวรรณ โฉ (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารทะเล ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้บริโภคอาหารทะเล รวมถึงวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจบริโภคอาหารทะเล และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมกับปัจจัยทางการตลาด ตลอดจนปัญหาในการบริโภคอาหารทะเลของผู้บริโภค ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิที่รวบรวมจากเอกสารต่าง ๆ และข้อมูลปฐมภูมิที่เก็บรวบรวมจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคอาหารทะเลจำนวน 300 คน ผลการศึกษาพบว่า สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้บริโภค ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุเฉลี่ย 33.37 ปี นับถือศาสนาพุทธร้อยละ 92 การศึกษาระดับปริญญาตรี มีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4.15 คน โดยมีรายได้เฉลี่ยของครัวเรือน 23,296.83 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท พฤติกรรมทั่วไปในการ

บริโภคอาหารทะเล ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคอาหารทะเลหลายชนิดด้วยกัน โดยบริโภคปลา มากที่สุดร้อยละ 59.7 สาเหตุในการบริโภคอาหารทะเล คือ คุณค่าทางโภชนาการ และความสดของ อาหาร คิดเป็นร้อยละ 66.7 และ 60.3 ตามลำดับ ลักษณะการบริโภคอาหารทะเล ส่วนใหญ่จะซื้อ มาปรุงเองและรับประทานที่ร้านอาหาร โดยซื้อจากตลาดสด ซึ่งมีเหตุผลมาจากใกล้บ้านหรือที่ทำงาน มีความถี่ในการบริโภคเฉลี่ย 13.42 ครั้งต่อเดือน และจำนวนครั้งที่ซื้อเฉลี่ย 9.17 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้ออาหารทะเล 1,929.22 บาทต่อเดือน หรือคิดเป็นร้อยละ 10.45 ของรายได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจตามลำดับความสำคัญ คือ ความสด ความปลอดภัย รสชาติ อาหาร คุณค่าทางโภชนาการ หาซื้อสะดวก ราคาแหล่งที่มา และการบริการ ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมกับปัจจัยทางการตลาดที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่า เพศมี ความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความสด คุณค่าทางโภชนาการ หาซื้อสะดวก และรสชาติ อายุมี ความสัมพันธ์ด้านรสชาติ ศาสนามีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านแหล่งที่มาของอาหาร การศึกษามี ความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการบริการ ความปลอดภัย และแหล่งที่มา การประกอบอาชีพมี ความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านรสชาติ และความปลอดภัยจากอาหาร โดยรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยทางการตลาด ปัญหาในการบริโภคอาหารทะเลของผู้บริโภค คือ อาหารทะเลไม่ค่อยสด ราคา แพง และการปนเปื้อนของสารเคมี โดยผู้บริโภคต้องการให้ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และหน่วยงานของรัฐ ช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าว

ฝ่ายวิจัยธุรกิจแห่งประเทศไทย (2554) ศึกษาเรื่อง สถานการณ์และแนวโน้ม : อาหาร ทะเลอื่นๆ สดแช่เย็นแช่แข็ง อ้างถึงในธนาคารนำเข้าและส่งออกแห่งประเทศไทย พบว่า ไทยมี โรงงานแปรรูปอาหารทะเลขนาดใหญ่ที่มีความพร้อมด้านการผลิต อีกทั้งแรงงานไทยมีศักยภาพ และความชำนาญในการแปรรูป ส่งผลให้คุณภาพอาหารทะเลแช่แข็งของไทยเป็นที่ยอมรับในระดับ สากล ไทยยังคงประสบปัญหาวัตถุดิบขาดแคลนและด้อยคุณภาพ เนื่องจากปัจจุบันทรัพยากรจาก แหล่งน้ำธรรมชาติเริ่มร่อยหรอและมีการปนเปื้อนของโลหะหนัก ขณะที่การเพาะเลี้ยงปลา ปูและ หอย น้ำเค็มยังมีไม่มากนัก ส่งผลให้ไทยต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบเป็นสำคัญ

ฐิติรัชต์ ไม้เรียง (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ระบบการตลาดสัตว์น้ำ ใน อำเภอเมือง จังหวัดสตูล การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของชาวประมง และ พ่อค้าคนกลาง โครงสร้างการตลาด ต้นทุนการตลาด วิธีการตลาด และส่วนเหลือของการตลาด รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของระบบตลาดสัตว์น้ำทะเลในอำเภอเมือง จังหวัดสตูล โดยการ รวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิ จากการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) จากกลุ่ม ประชากร 2 กลุ่มคือ ชาวประมง จำนวน 120 ราย จากครัวเรือนประมงทะเล 1,189 ราย ทั้งนี้ในการ

สอบถามชาวประมงรายตัวจะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (purposive sampling) และกลุ่มพ่อค้ารวบรวมในหมู่บ้าน พ่อค้าส่งหรือ แพลลาเอกชน และพ่อค้าปลีก ที่เข้ามาให้บริการท่าเทียบเรือขององค์การสะพานปลา จำนวน 26 ราย ซึ่งเป็นการเก็บตัวอย่างจากจำนวนประชากรทั้งหมด ผลการวิจัย พบว่าชาวประมงส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และนับถือศาสนาอิสลาม อายุเฉลี่ย 36.36 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา มีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 5 คนต่อครัวเรือน มีรายได้ต่อครัวเรือนเฉลี่ย 4,782.50 บาทต่อเดือน ในจำนวนนี้เป็นรายได้ที่มาจากการจับปลาทะเลเฉลี่ย 3,849.17 บาทต่อครัวเรือนต่อเดือน ซึ่งจะใช้ในการอุปโภค-บริโภคภายในครัวเรือนเป็นส่วนใหญ่ สำหรับเงินทุนที่ใช้ในการประกอบอาชีพเป็นเงินทุนของตนเองและกู้ยืมจากนายทุน

ในส่วนของพ่อค้าคนกลาง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายและนับถือศาสนาอิสลาม อายุเฉลี่ย 33.77 ปี จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีสมาชิกเฉลี่ย 6 คนต่อครัวเรือน มีรายได้ต่อครัวเรือนเฉลี่ย 31,730.77 บาทต่อเดือน ในจำนวนนี้เป็นรายได้ที่มาจากการค้าขายปลาทะเลเฉลี่ย 26,480.77 บาทต่อครัวเรือนต่อเดือน ซึ่งจะใช้ในการศึกษาของบุตรและเป็นทุนในการประกอบอาชีพ สำหรับลักษณะทางเศรษฐกิจ ชาวประมงทั้งหมดจับปลาได้ในช่วงฤดูกลางปลามากเฉลี่ย 469.13 กิโลกรัมต่อเดือน โดยราคาขายปลาที่ชาวประมงได้รับเฉลี่ยราคา กิโลกรัมละ 12.28 บาท และปริมาณการรับซื้อปลาของพ่อค้าคนกลางในช่วงฤดูกาลที่มีปลามาก มีปริมาณรับซื้อปลาทั้งหมดเฉลี่ย 1,984.62 กิโลกรัมต่อเดือน พ่อค้ารวบรวมในหมู่บ้านรับซื้อปลาในช่วงที่มีปลามากเฉลี่ยราคา 12.28 บาทต่อกิโลกรัม และมีราคาขายเฉลี่ย 17.90 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนพ่อค้าส่งหรือแพลลาเอกชน จะมีราคาซื้อเฉลี่ย 17.89 บาทต่อกิโลกรัม และมีราคาขายเฉลี่ย 25.20 บาทต่อกิโลกรัม พ่อค้าปลีกซื้อปลา จะมีการซื้อเฉลี่ย 25.20 บาทต่อกิโลกรัม และจะมีราคาขายเฉลี่ย 22.78 บาทต่อกิโลกรัม การวิเคราะห์โครงสร้างทางการตลาดปลา พบว่า ตลาดปลาในอำเภอเมือง จังหวัดสตูล เป็นตลาดผู้ซื้อผู้ขายน้อยราย (Oligopoly Oligopsony) เนื่องจากมีจำนวนผู้ประกอบการด้านการตลาดประมงทะเลไม่มาก และในตลาดแต่ละระดับจะถูกครอบครองโดยผู้ประกอบการด้านการตลาดประมงทะเลเพียงไม่กี่ราย ปลาที่มีความแตกต่างกันในความรู้สึกของผู้บริโภค ทั้งด้านขนาดและความสด นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคในเรื่องของประสิทธิภาพในการทำธุรกิจที่พ่อค้าทุกระดับจำเป็นต้องมีความรู้ในการเลือกซื้อปลาที่ประกอบด้วยจึงจะประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจค้าขายปลา

สำหรับต้นทุนเฉลี่ยทางการตลาดซึ่งประกอบด้วยต้นทุนที่เป็นเงินสดและไม่เป็นเงินสด พบว่าพ่อค้ารวบรวมในหมู่บ้าน มีต้นทุนเฉลี่ยทางการตลาดเท่ากับ 4.16 บาทต่อกิโลกรัม พ่อค้าส่งจะมี ต้นทุนเฉลี่ยทางการตลาดเท่ากับ 5.93 บาทต่อกิโลกรัม และพ่อค้าปลีกจะมีต้นทุนเฉลี่ยทางการตลาดเท่ากับ 6.48 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนเหลือของการตลาดปลาของพ่อค้าในระดับต่างๆ

พบว่าในปัจจุบันพ่อค้ารวบรวมในหมู่บ้านมีส่วนเหลือมการตลาดเฉลี่ยเท่ากับ 6.70 บาทต่อกิโลกรัม พ่อค้าส่งมีส่วนเหลือมการตลาดเท่ากับ 7.50 บาทต่อกิโลกรัม และพ่อค้าปลีกมีส่วนเหลือมการตลาดเท่ากับ 8.50 บาทต่อกิโลกรัม วิธีการตลาดปลาของพ่อค้าในระดับต่างๆ พบว่าชาวประมงขายปลาทุให้กับพ่อค้ารวบรวมในหมู่บ้าน พ่อค้าส่ง/แพปลาเอกชน พ่อค้าปลีก และผู้บริโภคโดยตรง ส่วนปลาที่พ่อค้ารวบรวมในหมู่บ้านรวบรวมได้จะขายให้กับพ่อค้าส่งหรือแพปลาเอกชน พ่อค้าปลีก ผู้บริโภค และโรงงาน ส่วนปลาที่พ่อค้าส่งหรือแพปลาเอกชนรวบรวมได้จะขายให้กับพ่อค้าปลีก ผู้บริโภค และโรงงาน สำหรับปลาที่พ่อค้าปลักรวบรวมได้จะขายให้กับผู้บริโภค และโรงงาน ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ การจับปลาที่ต้องอาศัยฤดูกาล เรือและอุปกรณ์การจับปลาที่ไม่มีประสิทธิภาพ ขาดการกำหนดราคาที่มีความเหมาะสม และความคล่องตัวในการซื้อ-ขายปลา

นาวลละออง ศรีชุมพล และชัยชนะ มิตรพันธ์ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่องผลการศึกษารุรกิจอาหารแช่แข็งและแปรรูปส่งออก ห่วงโซ่อุปทานกระบวนการทางโลจิสติกส์ และปัญหาของธุรกิจอาหารทะเลแช่แข็ง และแนวทางแก้ปัญหาโดยใช้เทคโนโลยี RFID โดยการศึกษาจะเจาะจงเฉพาะผู้ประกอบการอาหารทะเลแช่แข็งและแปรรูปส่งออก เนื่องจากเป็นกลุ่มใหญ่ที่มีมูลค่าการส่งออกสูงและมีโอกาสที่จะใช้เทคโนโลยี RFID ในการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ต่อไปจากการสำรวจกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลแช่แข็ง และการวิเคราะห์กระบวนการทางโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมอาหารแช่แข็ง พบว่ามีหลายปัญหาเกี่ยวกับการส่งออกอาหารทะเลแช่แข็งที่สามารถนำเทคโนโลยี RFID มาประยุกต์ใช้เพื่อบรรเทาได้ เช่น ปัญหาการควบคุม Stock สินค้า ปัญหาการควบคุมคุณภาพสินค้าขณะขนส่ง และปัญหาการให้ข้อมูลแหล่งที่มาของอาหาร ปัจจุบันผู้ประกอบการอาหารทะเลแช่แข็งให้ความสำคัญกับปัญหาการควบคุม Stock สินค้ามากที่สุด ส่วนปัญหาด้านการควบคุมคุณภาพสินค้าขณะขนส่งใช้วิธีการประกันในการลดความเสี่ยง

กรมโรงงานอุตสาหกรรม (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง หลักปฏิบัติเทคโนโลยีการผลิตที่สะอาด อุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็ง กรมโรงงานอุตสาหกรรมซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่กำกับดูแลและส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมให้มีความสามารถในการผลิตและจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ ได้จัดทำหลักปฏิบัติเทคโนโลยีการผลิตที่สะอาดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางสำหรับสถานประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็งให้สามารถนำไปใช้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยมีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และลดของเสียที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นการลดต้นทุนการผลิตและนำไปสู่การลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน อุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็งเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมสำคัญที่นารายได้เข้าสู่ประเทศ โดยมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2547 และในปี 2550 มีมูลค่าการส่งออกมากกว่า 80,000

ด้านบาท โดยมากกว่า 60% เป็นการส่งออกไปยัง สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป นอกเหนือจากความเข้มงวดด้านคุณภาพของสินค้าแล้ว อุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็งยังมีความเสี่ยงที่จะได้รับผลกระทบจากมาตรการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้าทั้งทางตรงและทางอ้อม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของมาตรการทางภาษีหรือข้อตกลงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับด้านสิ่งแวดล้อม

ดังนั้นการเตรียมความพร้อมด้วยการนำเทคโนโลยีการผลิตที่สะอาด (Cleaner Technology/CT) มาปฏิบัติจะช่วยให้สถานประกอบการมีศักยภาพในการแข่งขัน และสามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้น ด้วยเหตุผลสำคัญ 2 ประการ คือ ประการแรก “เทคโนโลยีการผลิตที่สะอาด” จะช่วยเสริมสร้างให้ภาคอุตสาหกรรมมีการสร้างระบบพื้นฐานในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา กระบวนการแก้ปัญหา ตลอดจนการใช้ประโยชน์ของข้อมูลร่วมกันและวิเคราะห์อย่างมีระบบ เพื่อทราบสถานภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของตน และใช้เปรียบเทียบกับสถานประกอบการในอุตสาหกรรมรายสาขาเดียวกัน ประการที่สอง การดำเนินการด้านเทคโนโลยีการผลิตที่สะอาด ช่วยส่งเสริมให้ภาคอุตสาหกรรมสามารถใช้ทรัพยากรต่างๆ เช่น บุคลากร และองค์ความรู้ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ผลักดันให้บุคลากรเกิดแรงจูงใจในการใช้ความรู้และประสบการณ์ในการพิจารณาทบทวน ตรวจสอบประเมินสถานภาพ และประสิทธิภาพในแต่ละขั้นตอนการผลิต จนนำไปสู่การลงมือปฏิบัติให้เป็นปกตินิสัยรวมถึงการพัฒนาองค์ความรู้วิชาการหรือเทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ และสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างสูงสุด หลักปฏิบัติเทคโนโลยีการผลิตที่สะอาดนี้ได้ปรับปรุงขึ้นจากหลักปฏิบัติเพื่อการป้องกันมลพิษ(เทคโนโลยีการผลิตที่สะอาด) สำหรับอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็งปี 2546 โดยในปี 2551 กรมโรงงานอุตสาหกรรมได้รับความร่วมมือจากสถานประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็งเข้าร่วมโครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีสะอาด (การติดตามประเมินผลการนำเทคโนโลยีการผลิตที่สะอาดไปปฏิบัติเพื่อการป้องกันมลพิษระดับรายสาขา – อุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็ง) ในการศึกษาปัจจัยหลักที่บ่งชี้ประสิทธิภาพการผลิตและวิธีการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการป้องกันมลพิษทั้งสิ้น 20 แห่ง และได้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการอุตสาหกรรมรายสาขาที่ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิด้านอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็ง และด้านสิ่งแวดล้อมจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

จิรเชษฐ เรื่องศิลปกรรม และเอกนิษฐ์ มีกุล (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาผลกระทบต่อผู้ประกอบการภายหลังการตัดสินใจรับแรงงานต่างด้าวเข้าทำงานในธุรกิจประมง ตำบลมหาชัย จังหวัดมหาชัย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบต่อผู้ประกอบการภายหลังการตัดสินใจรับแรงงานต่างด้าวเข้าทำงานธุรกิจประมง ผลการวิจัยพบว่า สาเหตุที่ผู้ประกอบการรับแรงงานต่างด้าวเข้ามาทำงานในธุรกิจประมงเนื่องจากขาดแรงงานไทยมาทำงานในตรงจุดนี้ เป็นงานที่คนไทยไม่นิยมทำกัน เช่น งานที่เป็นแรงงานกรรมกร โดยเฉพาะงานในกิจการประมงและการ

ประมงต่อเนื่อง ผลกระทบในด้านดีภายหลังจากการที่ผู้ประกอบการตัดสินใจรับแรงงานต่างด้าวเข้ามาทำงาน คือ แรงงานต่างด้าวมีความขยันและสามารถปรับตัวในการทำงานได้อย่างรวดเร็ว และมีศักยภาพในการทำงานที่ดี ผลกระทบในด้านลบภายหลังจากการตัดสินใจรับแรงงานต่างด้าวเข้ามาทำงานคือ ปัญหาการก่ออาชญากรรมต่างๆ ที่แรงงานต่างด้าวกระทำต่อตัวนายจ้างเอง และต่อชุมชนนั้นๆ ที่มักเกิดขึ้นนานๆ ครั้ง

ธนาคารกรุงไทย ฝ่ายงานวิจัยธุรกิจการเกษตร (2553) พบว่า ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งที่สำคัญของไทยมี 5 ชนิด ได้แก่ ปลา กุ้ง หมึก หอยและปู มีสัดส่วนการผลิตร้อยละ 58, 28, 11, 2 และ 1 ตามลำดับ แต่ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าที่สูงที่สุด คือ กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ด้านตลาดอาหารทะเลแช่เย็นแช่แข็งมีมูลค่ารวมประมาณ 88,000 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นตลาดส่งออกร้อยละ 92.5 ประกอบด้วยตลาดที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป อาเซียนและแคนาดา ขณะที่ตลาดในประเทศมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 7.5 เนื่องจากผู้บริโภคในประเทศนิยมซื้อสินค้าสดตัวน้ำจากตลาด ซึ่งจะได้ทั้งความสดของสินค้าและราคาที่ถูกว่าอาหารทะเลแช่เย็นแช่แข็ง สำหรับโรงงานผลิตอาหารทะเลแช่แข็งที่ขึ้นทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมมีจำนวน 137 แห่ง และมีกำลังการผลิตรวมกันประมาณ 1,500,000 ตันต่อปี แต่ใช้กำลังการผลิตเพียงประมาณร้อยละ 50 เท่านั้น โดยบางรายจะผลิตเฉพาะอาหารทะเลสดแช่เย็นแช่แข็ง ขณะที่บางรายขยายไปสู่การแปรรูปผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ เพื่อเพิ่มมูลค่า ผู้ผลิตส่วนใหญ่ตั้งโรงงานอยู่ใกล้ท่าเทียบเรือประมงซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญ เช่น จังหวัดสมุทรสาคร สมุทรปราการ สงขลาและปัตตานี ในปี 2552 ปริมาณการผลิตอาหารทะเลแช่เย็นแช่แข็งโดยรวมของไทยหดตัวลง

เนื่องจากปริมาณสัตว์น้ำที่จับได้จากธรรมชาติลดลงมาก โดยเฉพาะปลา เพราะทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรมลง และสภาพภูมิอากาศแปรปรวนอย่างไรก็ดีการผลิตกุ้งแช่เย็นแช่แข็งยังคงขยายตัวสูงตามความต้องการของตลาดโลก เนื่องจากเวียดนามและอินโดนีเซียซึ่งเป็นประเทศคู่แข่งสำคัญประสบปัญหาโรคระบาดในกุ้ง ขณะที่ปริมาณกุ้งของไทยเพิ่มขึ้นจากปีก่อนและมีราคาลดลง สำหรับการส่งออกซึ่งเป็นตลาดหลักมีมูลค่าลดลงตามราคาสินค้า โดยเฉพาะกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง เนื่องจากผู้ประกอบการไทยใช้กลยุทธ์ด้านราคาในการแข่งขันในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจโลก ประกอบกับสหรัฐฯ ซึ่งเป็นตลาดหลักที่มีสัดส่วนกว่าร้อยละ 30 ได้ประกาศยกเลิกข้อกำหนดที่ให้ผู้ส่งออกกุ้งไทยต้องวางพันธบัตรค้ำประกันการนำเข้าเป็นมูลค่าเท่ากับจำนวนภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด (AD) ที่เคยใช้ในปี 2551 และกลับไปใช้ระเบียบเดิมคือ วางพันธบัตรค้ำประกันในอัตราร้อยละ 10 แต่ไม่เกิน 50,000 ดอลลาร์ สรอ. ทำให้ผู้ประกอบการไทยมีต้นทุนการส่งออกลดลง ขณะที่ตลาดในประเทศขยายตัวต่อเนื่อง จากความสำเร็จในการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ที่พัฒนาขึ้นให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และตั้งราคาที่เหมาะสมและจูงใจ

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มุ่งศึกษาค้นคว้าในเรื่องปัจจัยในการดำเนินธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด กรณีศึกษาตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้วิธีการศึกษาที่หลากหลายวิธีเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ให้มากที่สุด และเพื่อให้เกิดความชัดเจนในการอธิบายเหตุและผลของปรากฏการณ์ เพื่อให้ทราบสาเหตุและประเด็นที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาลักษณะการปฏิบัติงานจากผู้ประกอบการการค้าอาหารทะเลสด แรงงานต่างด้าว และผู้บริโภครายในในตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร และได้กำหนดขั้นตอนวิธีดำเนินการวิจัยไว้ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการการค้าอาหารทะเลสด แรงงานต่างด้าว และผู้บริโภครายในตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร ได้แก่

ผู้ประกอบการ	จำนวน	18 ราย
แรงงานต่างด้าว	จำนวน	4 ราย
ผู้บริโภคราย	จำนวน	6 ราย

รวมทั้งพนักงานรักษาความปลอดภัย ภายในตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 2 ราย ซึ่งผู้ที่กล่าวมาข้างต้น ล้วนเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติและมีประสบการณ์ในงานที่เกี่ยวข้องกับตลาดทะเลไทยโดยตรง และสามารถให้ข้อเท็จจริงที่มากและลึกตรงประเด็นได้

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพในรูปแบบของงานวิจัยเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Analytic Descriptive) ผู้ให้ข้อมูลหลักในการดำเนินการวิจัย ได้มาจากการสุ่มเลือกผู้ให้

ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยอาศัยข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วมกับผู้ขายในตลาดทะเลไทย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ผลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลในเบื้องต้นนั้นผู้วิจัยได้สำรวจแพปลาในตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร และมีการพูดคุยกับผู้ประกอบการทั้งหมดที่ประกอบกิจการการค้าอาหารทะเลสด ในตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อรับรู้ถึงบริบท รวมทั้งข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการดำเนินกิจการ จากนั้นจึงเริ่มดำเนินการในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

2.1 แหล่งข้อมูลเชิงเอกสาร (Documentary Research) ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความ เอกสาร ต่างๆ ตลอดจนข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบันจากอินเทอร์เน็ตที่มีแหล่งอ้างอิงข้อมูลน่าเชื่อถือ ได้ ทั้งที่เป็นทฤษฎีแนวความคิด และผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลพื้นฐานประกอบการลงภาคสนามเพื่อเก็บข้อมูล

2.2 แหล่งข้อมูลภาคสนาม (Field Research) ผู้วิจัยได้ลงภาคสนามและสัมภาษณ์โดยตรงจากผู้ประกอบการทั้งหมดจำนวน 18 ราย แรงงานต่างด้าวจำนวน 4 ราย ผู้บริโภคจำนวน 4 ราย และพนักงานรักษาความปลอดภัย ทั้งหมดจำนวน 2 ราย ในตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ทำให้สามารถควบคุมและดำเนินการเก็บรวบรวมในสิ่งที่ต้องการได้

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้วางแผนและเลือกใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยการสังเกต การสัมภาษณ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 การสังเกต (Observation) ผู้วิจัยได้เข้าไปสังเกตผู้ประกอบการทั้งหมดที่ประกอบกิจการในตลาดทะเลไทย กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มผู้บริโภค ในตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม ดังนี้

3.1.1 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ผู้วิจัยได้เข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูลโดยเข้าไปมีส่วนร่วมในการดำเนินงานในตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร โดยมีผู้ประกอบการ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องดำเนินการดังกล่าว มีการสังเกตกระบวนการต่างๆ เช่น

สภาพทั่วไปและบรรยากาศในการประกอบกิจการ รวมถึงการจดบันทึกเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1.2 การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ผู้วิจัยเข้าไปสังเกตการณ์เกี่ยวกับพฤติกรรมการประกอบกิจการ สภาพแวดล้อม และสถานที่ทำงานของผู้ประกอบการทั้งหมดที่ประกอบกิจการในตลาดทะเลไทย กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มผู้บริโภคในตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร โดยไม่ให้ผู้ถูกสังเกตรู้ตัว

3.2 การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการ แรงงานต่างด้าว ผู้บริโภค และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย โดยใช้ในการสัมภาษณ์ข้อมูลแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure) คือการสัมภาษณ์โดยไม่มีแบบสอบถาม แต่จะดำเนินการสัมภาษณ์โดยการร่างประเด็นข้อคำถามที่ต้องการไว้ในเบื้องต้น ผู้วิจัยเริ่มสัมภาษณ์จากการพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องทั่วไปเพื่อสร้างความคุ้นเคยและความเป็นกันเอง แล้วค่อยๆ เข้าสู่ประเด็นคำถามของผู้วิจัย ประเด็นคำถามจะเป็นแนวคำถามกว้างๆ ที่ผู้วิจัยกำหนดไว้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์เท่านั้น เช่น ลักษณะการประกอบกิจการ การให้ความหมายและทัศนคติเกี่ยวกับความเสี่ยง อะไรคือความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ เคยประสบกับความเสี่ยงใดเกิดขึ้นบ้าง อย่างไร ความรุนแรงจากการเกิดความเสี่ยง แผนรองรับในปัจจุบันเป็นอย่างไร การพัฒนาแผนรองรับเป็นอย่างไร และระยะเวลาความเร่งด่วนในการจัดการ

3.3 วิธีการวิจัย ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพแบบการสัมภาษณ์กลุ่ม โดยผู้วิจัยเลือกเฉพาะผู้ประกอบการในตลาดทะเลไทย และเจาะจงเฉพาะกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มผู้บริโภค ในตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเพิ่มเติม ซึ่งจัดให้มีการสนทนากันเกี่ยวกับประเด็นคำถามต่างๆ จนสามารถรวบรวมข้อมูลที่ถูกต้องและตรงประเด็น เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยที่สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร อาจทำให้เกิดความเสี่ยงด้านปฏิบัติการขององค์กร ได้

4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ตัวผู้วิจัย เป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดในกระบวนการวิจัย เพราะการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ฉะนั้นผู้วิจัยต้องเตรียมความพร้อมรอบด้านก่อนลงภาคสนาม เช่น สุขภาพพลานามัยที่แข็งแรงสมบูรณ์ พร้อมทั้งจะสังเกตและวิเคราะห์ปรากฏการณ์ต่างๆ และแนวคำถาม เพื่อให้ได้รับคำตอบที่ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด

2. เครื่องบันทึกเสียง เนื่องจากการสัมภาษณ์ไม่สามารถจดและจำรายละเอียดได้ทั้งหมด ดังนั้นจำเป็นต้องเครื่องมือที่ช่วยเก็บรายละเอียดของข้อมูลที่สำคัญและเป็นประโยชน์ที่ได้จากการสัมภาษณ์
3. กล้องถ่ายภาพ เพื่อใช้บันทึกภาพบรรยากาศการสัมภาษณ์ และบรรยากาศการประชุม
4. สมุดจดบันทึกและปากกา เพื่อจดบันทึกประเด็นที่สำคัญ
5. แนวทางการสัมภาษณ์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการรวบรวมข้อมูลทั้งข้อมูลเชิงเอกสาร และข้อมูลภาคสนามด้วยวิธีการต่างๆ ดังกล่าวมาแล้วข้างต้นนั้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลเหล่านั้นมาจัดลำดับเหตุการณ์ เรียงเรียงเป็นหมวดหมู่ เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล และตรวจสอบความครบถ้วน ข้อมูลส่วนใดที่ยังบกพร่อง ผู้วิจัยได้ทำการเก็บเพิ่มเติมตลอดเวลาในระหว่างทำการวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นจริงมากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลจะวิเคราะห์ในเบื้องต้นเป็นระยะๆ ด้วยวิธีการอุปนัย (Analysis Inductive) การตีความเพื่อสร้างข้อสรุปจากรูปธรรมและปรากฏการณ์ที่ได้รับ ซึ่งสามารถได้ข้อสรุปในระดับหนึ่ง จากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์เกี่ยวกับด้านต่างๆ ที่ทำการศึกษา

ในการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) การตรวจสอบข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษานี้ ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ได้แก่ การตรวจสอบสามเส้าด้านบุคคล โดยพิจารณาจากผู้ให้ข้อมูล โดยบุคคลที่ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) โดยเริ่มเก็บข้อมูลด้วยการสังเกต การสัมภาษณ์ แล้วนำมาบันทึกรวมทั้งพิจารณาภิรยาท่าทาง พฤติกรรม บรรยากาศต่างๆ ที่เกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูล เพื่อมาประกอบการแปลความหมายร่วมกับการถอดเทป และการบันทึกภาคสนามในหลายๆ วิธี และมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยวิธี (Member Check) โดยนำข้อมูลที่ได้กลับไปให้ผู้ให้ข้อมูลอ่าน หรือกลับไปถามผู้ให้ข้อมูลซ้ำอีก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับความเป็นจริงตามประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลมากที่สุด

การพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analytic) ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทั้งหมดโดยการเขียนบันทึก การถอดความในเทปบันทึกเสียงมาวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกัน เพื่ออธิบายถึงลักษณะความเสี่ยงด้านการประกอบกิจการ ในตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร

การสรุปผล โดยการนำข้อมูลที่ได้มาจากการวิเคราะห์ข้อมูล มาเขียนสรุปเป็นรายงาน และเรียบเรียงผลการวิจัย

6. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่าง เดือนกรกฎาคม 2555 ถึง เดือนมกราคม 2556 รวมระยะเวลา 6 เดือน



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลบทนี้เป็นกรนำข้อมูลที่ได้จากการที่ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ในการเก็บข้อมูลพร้อมกับการสัมภาษณ์ผู้ที่ให้ข้อมูลทั้งจากผู้ประกอบการ ผู้บริโภคและกลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาดทะเลไทย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร โดยที่ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์และตีความเพื่อประกอบการอธิบายและตอบข้อปัญหาของการวิจัยในครั้งนี้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงแบ่งการนำเสนอออกเป็นหัวข้อและเรียบเรียงได้ ดังนี้

1. ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด
2. แหล่งที่มาของอาหารทะเลสด
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย
4. กลุ่มผู้บริโภคและกระบวนการในการดำเนินธุรกิจ
5. ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด
6. แนวโน้มของการขยายตัวของธุรกิจการค้าอาหารทะเลสดในระยะยาว

1. ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด

จากการศึกษาดัชนี โดยรวมของตลาดทะเลไทย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งตั้งอยู่ที่ถนนพระราม 2 ใกล้กับสะพานท่าจีน ฝั่งขาเข้ากรุงเทพมหานคร เปิดขายอาหารทะเลทุกวัน ตั้งแต่เวลา 04.00 น. เป็นต้นไป พบว่าภายในตลาดประกอบด้วยอาหารทะเลหลากหลายชนิดทั้งอาหารทะเลสด และอาหารทะเลแปรรูป เช่น ปลาทะเล กุ้ง หอย ปลาหมึก ปลา อาหารทะเลแต่ละชนิดมีความสดมาก จึงสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้เข้ามาซื้อสินค้า ซึ่งได้แก่ผู้ประกอบการขนาดเล็ก ร้านอาหาร ภัตตาคารต่างๆ ทั่วทั้งประเทศ จึงถือได้ว่าตลาดทะเลไทยเป็นศูนย์กลางอาหารทะเลที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

ภายใต้กลยุทธ์การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค SWOT Analysis มีดังต่อไปนี้

จุดแข็งของธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด ได้แก่ เจ้าของกิจการแพปลาที่มีความเชี่ยวชาญในการประกอบธุรกิจ ส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจมาตั้งแต่บรรพบุรุษและเจ้าของกิจการแพปลา

ส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่จึงทำให้มีพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจ ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น ดังข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ กล่าวว่า “ทำมาตั้งแต่รุ่นพ่อ ส่วนใหญ่ก็เป็นลูกค้าเก่าค้าขายกันมานาน เรือที่เอาปลามาให้ก็ส่งกันมานานแล้ว โรงน้ำแข็ง ห้องเย็นก็ใช้กันมานาน” (สมใจ พุกภัยสมุทร, 2555)

อีกทั้งเนื่องจากตลาดทะเลไทยมีทำเลที่ตั้งที่มีการคมนาคมสะดวกและติดกับทะเลอ่าวไทยทำให้มีสัตว์ทะเลสมบูรณ์ และไม่เสียเวลาในการเดินทางคมนาคมขนส่ง ส่งผลให้สัตว์ทะเลที่วางจำหน่ายในตลาดทะเลไทยมีราคาถูกกว่าที่อื่น เนื่องจากส่งตรงจากเรือประมงมาถึงมือผู้บริโภค โดยมีเจ้าของกิจการแปปลาเป็นตัวแทนจำหน่าย ดังข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ กล่าวว่า “ที่นี่สะดวกกว่าสะพานปลาเก่าเยอะ ไปมาสะดวก ที่จอครถก็เยอะ เข้ามีคคนจะเยอะมาก ที่จอครถพอสบายมาก เรือเอาปลามาให้ เราเป็นคนขายกินเปอร์เซ็นต์จากการขาย ราคาที่ได้แล้วแต่จะตกลงกัน แล้วแต่ช่วงว่าของมีเยอะมีน้อย” (สาตี พฤษศิริสมบัติ, 2555)

จุดอ่อนของธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด ได้แก่ เป็นธุรกิจที่ต้องใช้แรงงานคนจำนวนมากในการดำเนินธุรกิจ ทำให้มีค่าใช้จ่ายในการจ้างแรงงานค่อนข้างสูง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงตัดสินใจที่จะจ้างแรงงานต่างด้าวมาช่วยในงานด้านต่างๆ เพราะค่าแรงถูกกว่าแรงงานไทย ดังข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ กล่าวว่า “งานแบบนี้คนไทยไม่ค่อยทำหรอก งานมันหนัก เขาไปทำงานอย่างอื่นสบายกว่าได้เงินเยอะกว่า” (สนั่น ชุ่มสกุล, 2555)

อีกทั้งสัตว์ทะเลอาจเกิดความเสียหายขณะขนส่งทำให้ขายได้ในราคาที่ต่ำกว่าที่ควรนับเป็นจุดอ่อนอีกประการหนึ่งที่สามารถควบคุมได้ยาก ดังข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ กล่าวว่า “ปลาที่ดำหนักก็เยอะ โคนทับ โคนน้ำแข็งขุ่น ลูกค้ายิ่งไม่ได้ก็ยุ่งนะเพราะส่วนใหญ่เขาเอาไปแปรรูปอยู่แล้ว แต่จะต่อราคาบ้าง” (รัชณี แสนสุคตสาท, 2555)

2. แหล่งที่มาของอาหารทะเลสด

แหล่งที่มาของอาหารทะเลสดในตลาดทะเลไทยได้มาจากเรือประมงของชาวบ้านและผู้ประกอบการบางรายมีเรือประมงเป็นของตนเอง ทำให้อาหารทะเลที่วางจำหน่ายมีความสด เนื่องจากส่งตรงจากเรือประมงมาถึงมือผู้บริโภค โดยมีเจ้าของกิจการแปปลาเป็นตัวแทนจำหน่าย ดังข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ กล่าวว่า “เรือเอาปลามาให้ เราเป็นคนขายกินเปอร์เซ็นต์จากการขาย ราคาที่ได้แล้วแต่จะตกลงกัน แล้วแต่ช่วงว่าของมีเยอะมีน้อย” (สาตี พฤษศิริสมบัติ, 2555) และผู้ประกอบการยังได้กล่าวอีกว่า “เรามีเรือเอง รับปลาจากเรืออื่นด้วย ถ้า

แพไหนดไม่มีเรือเองเขาก็รับจากเรืออื่นทางเดียว มีทั้งปลาในประเทศและปลานอกประเทศ ปลาในประเทศส่วนใหญ่ขึ้นจากท่าที่ระนองแล้วขนใส่รถยนต์ขึ้นมาที่นี่” (สนั่น ชิมสกุล, 2555)

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จากการสอบถามพบว่า ผู้ขายส่วนใหญ่รับสัตว์ทะเลมาจากเรือประมงของชาวบ้านและบางส่วนมีเรือประมงเป็นของตนเอง แบ่งแยกเป็นสัตว์ทะเลในน่านน้ำไทยและน่านน้ำต่างประเทศ โดยลำเลียงขึ้นจากเรือแล้วขนส่งโดยใช้รถมาที่ตลาดทะเลไทย ดังข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ กล่าวว่า “เรามีเรือเอง รับปลาจากเรืออื่นด้วย ถ้าแพไหนดไม่มีเรือเองเขาก็รับจากเรืออื่นทางเดียว มีทั้งปลาในประเทศและปลานอกประเทศ ปลาในประเทศส่วนใหญ่ขึ้นจากท่าที่ระนองแล้วขนใส่รถยนต์ขึ้นมาที่นี่” (สนั่น ชิมสกุล, 2555)

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ (Place) เนื่องจากตลาดทะเลไทย ตั้งอยู่บริเวณถนนพระราม 2 ใกล้กับสะพานท่าจีน ฝั่งขาเข้ากรุงเทพมหานคร อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ตลาดจึงสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย เนื่องจากตลาดอยู่ติดริมถนนพระราม 2 จึงทำให้การเดินทางไปตลาดนั้นเป็นไปอย่างสะดวกเนื่องจากถนนพระราม 2 เป็นเส้นทางหลักในการเดินทางลงสู่ภาคใต้และภาคอื่นๆ อีกด้วย ดังข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ กล่าวว่า “ตลาดมีทำเลดีจะส่งขึ้นเหนือลงใต้ก็สะดวก มองเห็นง่าย คนไม่เคยมาก็ไม่หลงหรือกมีย้ายใหญ่เห็นมาแต่ไกล” (ยอดไพศาลศิริ, 2555)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เนื่องจากตลาดทะเลไทยเป็นศูนย์กลางอาหารทะเลที่ใหญ่และได้มาตรฐานที่สุดในประเทศไทย สัตว์ทะเลที่จำหน่ายที่ตลาดทะเลไทยมีความสดและสมบูรณ์ ทำให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปอย่างกว้างขวาง เนื่องจากเป็นตลาดที่มีสัตว์ทะเลให้เลือกเป็นจำนวนมากและสัตว์ทะเลแต่ละชนิดมีราคาถูกจึงทำให้เป็นที่สนใจของผู้บริโภคอยู่แล้วจึงไม่จำเป็นต้องมีการจัดทำกาส่งเสริมการตลาดเพิ่มเติม ดังข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ กล่าวว่า “ของที่นี่สดขึ้นจากเรือใหม่ๆ มีให้เลือกหลากหลาย เป็นแหล่งของทะเลราคาไม่แพง” (สาตี พฤษศิริสมบัติ, 2555)

ด้านราคา (Price) การตั้งราคาของสัตว์ทะเลขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้านได้แก่ ชนิดและสายพันธุ์ของสัตว์ทะเล ฤดูกาล แหล่งที่มา ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะเป็นไปตามกลไกราคาที่เข้าของกิจการและเรือประมงตกลงกันตามความพอใจของทั้งสองฝ่าย ดังข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ กล่าวว่า “ราคาก็แล้วแต่พันธุ์แล้วแต่ขนาด ถ้าเป็นขนาดจานร้าน

อาหารก็ราคาดีหน่อย เพราะว่ามันพอดีงาน ถ้าเป็นฤดูมันราคาก็ลงไปหน่อยเพราะของมันเยอะ” (ยอด ไพศาลศิริ, 2555)

4. กลุ่มผู้บริโภคและกระบวนการในการดำเนินธุรกิจ

ภายใต้ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคของธุรกิจการค้าอาหารทะเลสดในตลาดทะเลไทย มี 2 ปัจจัยดังต่อไปนี้

4.1 ปัจจัยภายใน ในการดำเนินธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด ผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้ โดยส่วนมากผู้บริโภคที่มาเลือกซื้อเป็นพ่อค้าแม่ค้า ร้านอาหาร หรือภัตตาคารต่างๆ ซึ่งจำเป็นจะต้องเลือกซื้ออาหารทะเลที่มีความสดเพื่อนำไปประกอบเป็นอาหารให้แก่ลูกค้า ผู้บริโภคจึงตัดสินใจมาเลือกซื้ออาหารทะเลที่ตลาดทะเลไทยเพราะมีความหลากหลาย สด สะอาดและได้มาตรฐาน ดังข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ กล่าวว่า “ส่วนมากที่มาซื้อของที่นี่ก็เพราะ สด สะอาด ราคาไม่แพง เอาไปประกอบอาหารแล้วไม่ทำให้เสียรสชาติ” (วัลภา พรหมนาค, 2555)

4.2 ปัจจัยภายนอก ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกที่จะมาจับจ่ายซื้ออาหารทะเลที่ตลาดทะเลไทยเนื่องจากการเดินทางมายังตลาดมีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกสบาย การขนส่งเป็นไปได้อย่างสะดวกและสัตว์ทะเลที่วางจำหน่ายในตลาดทะเลไทยมีคุณภาพของสินค้าที่ได้มาตรฐาน ดังข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ กล่าวว่า “แหล่งจำหน่ายอาหารทะเลอยู่ใกล้ร้าน เดินทางสะดวก ไม่ต้องห่วงเรื่องปัญหาโรคติด” (จารุพร ธนะศรี, 2555)

กระบวนการในการดำเนินธุรกิจการค้าอาหารทะเลสดในตลาดทะเลไทย มีดังต่อไปนี้

ด้านบุคคล (People) เจ้าของกิจการแพปลาส่วนใหญ่มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ดี อีกทั้งเจ้าของกิจการแพปลาแต่ละเจ้ามีอัตรายั่งยืนและให้ความสำคัญกับผู้บริโภคดังข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ กล่าวว่า “ส่วนใหญ่แพที่นี่เขาขายกันมานาน คนซื้อก็เป็นขาประจำ รู้กันว่าลูกค้าเจ้าไหนอยากได้ของแบบไหน” (รัชณี แสนสุคนธ์, 2555)

หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) ตลาดทะเลไทยมีระบบการจัดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ มีการดูแลรักษาความสะอาด มีความสะดวกในการคมนาคมขนส่ง ทำให้เอื้อต่อการดำเนินกิจการเป็นอย่างยิ่ง ดังข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ กล่าวว่า

“ตอนของมาลงมันจะเลอะเทอะหน่อย คราบน้ำคราบเลือดปลา พอขายเสร็จก็เก็บกวาดล้างพื้นกันทันทีจะมีคนทำความสะอาดประจำ” (สาตี พฤษศิริสมบัติ, 2555)

กระบวนการ (Process) ดังที่กล่าวมาข้างต้นตลาดทะเลไทยเป็นศูนย์กลางการค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปครบวงจรที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยมีอาหารทะเลหลากหลายชนิด ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของผู้ขายในด้านกลยุทธ์ส่วนประสมของตลาดทั้ง 7 ด้านค่อนข้างสมบูรณ์ เนื่องจากมีระบบการจัดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ โดยใช้หลักการดำเนินงานในรูปแบบของสหกรณ์ ดังข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ กล่าวว่า “รวมตัวในรูปแบบสหกรณ์ ตั้งกรรมการดูแลตลาดผลิตเปลี่ยนกันไปตามวาระ มีการประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตั้งกฎเกณฑ์ในการขาย แพ้ไหนทำผิดกฎก็มีข้อลงโทษตามที่ตกลงกัน” (สนั่น ชิมสกุล, 2555)

5. ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด

5.1 โอกาส

ตลาดทะเลไทยมีทำเลที่ตั้งและภูมิศาสตร์ที่ดี ทำให้มีจำนวนสัตว์น้ำทะเลหมื่นเวียนต่อวันเป็นจำนวนมาก ทั้งยังเป็นที่อยู่ของคนทั่วไป จึงทำให้มีพ่อค้าแม่ค้าเดินทางเข้ามาจับสัตว์ทะเลต่อวันเป็นจำนวนมาก ตลอดจนตลาดทะเลไทยมีการจัดตั้งห้องปฏิบัติการตรวจสอบสารตกค้างซึ่งเป็นการยกระดับอาหารทะเลให้ได้ตามมาตรฐานสากล เพื่อโอกาสในการส่งออกไปยังต่างประเทศ ดังข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ กล่าวว่า “วันหนึ่งของมาลงเยอะ คนเข้ามาซื้อก็เยอะ เอาไปขายตลาดสดบ้าง ส่งร้านอาหารบ้าง แต่จะเข้าโรงงานแปรรูปเป็นส่วนใหญ่ขายทั้งในประเทศและส่งออก” (รัชณี แสนสุดสวาท, 2555)

5.2 อุปสรรค

จำนวนและชนิดของสัตว์ทะเล ไม่สามารถกำหนดได้อย่างแน่นอนขึ้นอยู่กับโอกาสและจังหวะของเรือประมงที่จะสามารถลากมาได้มากน้อยเพียงใด และขึ้นอยู่กับฤดูช่วงเวลาการเจริญเติบโตของสัตว์ทะเลชนิดนั้นๆด้วย รวมไปถึงปัจจัยด้านสภาพอากาศเนื่องจากถ้ามีพายุรุนแรงทำให้เกิดคลื่นลมในทะเลหรือเกิดพายุฝนก็จะทำให้เรือประมงไม่สามารถออกไปทำการลากได้ ส่งผลให้สัตว์ทะเลไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคและในบางครั้งที่มีสัตว์ทะเลมากเกินไปกว่าความต้องการก็นับเป็นอุปสรรคหนึ่งในการดำเนินธุรกิจเช่นกัน ดังข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ กล่าวว่า “ของมันมีไม่แน่นอนแล้วแต่เรือจับได้ แล้วแต่ช่วงค้ำ ช่วงวางไข่ ช่วง

พายุ ถ้าฝนตกพายุเข้าเรือก็ออกไม่ได้ แต่ถ้าช่วงไหนของเขอะเกินก็ต้องเอาเข้าห้องเย็นแล้วเอามาขาย
วันต่อไป” (รัชณี แสนสุคตสวาท, 2555)

6. แนวโน้มของการขยายตัวของธุรกิจการค้าอาหารทะเลสดในระยะยาว

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่าแนวโน้มการขยายตัวของอาหารทะเลสดในขณะนี้
อยู่ในระยะหดตัว เนื่องจากปริมาณสัตว์น้ำที่จับได้จากธรรมชาติลดลงมาก โดยเฉพาะปลา เพราะ
ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรมลงและสภาพภูมิอากาศแปรปรวน



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ในบทนี้ผู้วิจัยจะกล่าวโดยสรุปถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ โดยประกอบด้วยข้อเสนอสำหรับการวิจัยครั้งนี้ และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาปัจจัยในการดำเนินธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด กรณีศึกษาตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ 3 ประการคือ

1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการดำเนินธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด แหล่งที่มาของอาหารทะเลสด ช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มผู้บริโภคและกระบวนการในการดำเนินธุรกิจ
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด
3. เพื่อศึกษาแนวโน้มของการขยายตัวของธุรกิจการค้าอาหารทะเลสดในระยะยาว

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาการค้าดำเนินธุรกิจตลาดทะเลไทย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ตั้งอยู่บริเวณถนนพระราม 2 ใกล้กับสะพานท่าจีน ฟังษาเข้ากรุงเทพมหานคร สามารถสังเกตได้ง่ายเนื่องจากตลาดอยู่ติดกับริมถนนใหญ่ ภายในตลาดประกอบไปด้วยร้านค้าอาหารทะเลมากมาย ด้วยความสะดวกในการเดินทางและคุณภาพของสัตว์ทะเลที่วางขาย จึงทำให้ตลาดทะเลไทยเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางของบรรดาพ่อค้าแม่ค้าที่มาซื้อเพื่อนำไปขายยังตลาดต่างๆ ตัวแทนของร้านอาหารและภัตตาคารทั้งในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดใกล้เคียง รวมไปถึงบุคคลทั่วไปที่ต้องการบริโภคอาหารทะเล เนื่องจากสัตว์ทะเลที่วางจำหน่ายในตลาดทะเลไทยราคาถูกและมีคุณภาพดี ผลการวิจัยพบว่า มีปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินการภายในตลาดทะเลไทย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ความเสียหายของสัตว์ทะเลที่เกิดขึ้นระหว่างการขนส่ง เช่น ความเสียหายที่เกิดจากการขนส่งที่ล่าช้า ความเสียหายที่เกิดจากการกดทับและรอยขีดข่วนจากน้ำแข็งที่ใช้ในการรักษาคุณภาพของสัตว์ทะเล รวมไปถึงปริมาณของสัตว์ทะเลที่ไม่สามารถกำหนดได้ทำให้ในบางขณะมีปริมาณสัตว์ทะเลไม่เพียงพอต่อความต้องการและในบางขณะมีปริมาณเกินกว่าความต้องการ

2. ด้านราคา ราคาของสัตว์ทะเลขึ้นอยู่กับฤดูกาลและจำนวนของสัตว์ทะเลที่เรือประมงสามารถจับได้ ทำให้ราคาของสัตว์แตกต่างกัน แม้ว่าจะเป็นสัตว์ชนิดเดียวกัน

3. ด้านบุคคล เนื่องจากการดำเนินธุรกิจต้องใช้แรงงานเป็นจำนวนมาก จึงพบปัญหาเกี่ยวกับแรงงานต่างด้าว หากทางผู้ประกอบการทุกรายในตลาดทะเลไทย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ให้ความสำคัญในการแก้ปัญหาในด้านต่างๆ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดและพัฒนารูปแบบแพลตฟอร์มของตนเองให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการภายในตลาด และส่งผลให้ตลาดมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องสืบไป

การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่า การดำเนินธุรกิจตลาดตลาดทะเลไทย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีลักษณะการดำเนินธุรกิจดังต่อไปนี้

การใช้กลยุทธ์การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค SWOT Analysis

1. จุดแข็ง เนื่องจากเจ้าของกิจการแพลตฟอร์มส่วนใหญ่มีการทำการดำเนินธุรกิจมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ทำให้มีความเชี่ยวชาญในการประกอบธุรกิจ เจ้าของแพลตฟอร์มใหญ่เป็นคนที่ทำให้มีพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น โรงน้ำแข็ง ห้องเย็น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนากรกรุงไทย ฝ่ายงานวิจัยธุรกิจการเกษตร (2553) เรื่อง อุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่เย็นแช่แข็ง พบว่า ผู้ผลิตส่วนใหญ่ตั้งโรงงานอยู่ใกล้ท่าเทียบเรือประมงซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญ เช่น จังหวัดสมุทรสาคร สมุทรปราการ สงขลา และปัตตานี ซึ่งจังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดที่ตรงกับพื้นที่ที่ทำการศึกษานางานวิจัยนี้ และแพลตฟอร์มที่ดำเนินธุรกิจมานานก็จะมีเรือประมงที่นำสัตว์ทะเลมาขายให้เป็นเจ้าประจำและมีลูกค้าประจำนับเป็นการรักษาภาพลักษณ์และสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่แพลตฟอร์ม ส่งผลให้เจ้าของกิจการแพลตฟอร์มมีอำนาจในการต่อรองสูงกว่าเจ้าของกิจการแพลตฟอร์มรายอื่น

2. จุดอ่อน เนื่องจากกิจการแพลตฟอร์มเป็นธุรกิจที่ต้องใช้แรงงานคนจำนวนมากในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงตัดสินใจที่จะจ้างแรงงานต่างด้าวมาช่วยในงานด้านต่างๆ แทนแรงงานไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรเชษฐ เรื่องคิลกรัตน์ และเอกนิษฐ์ มีกุล (2553) กล่าวว่า สาเหตุที่ผู้ประกอบการรับแรงงานต่างด้าวเข้ามาทำงานในธุรกิจประมงเนื่องจากขาดแรงงานไทยมาทำงานในตรงจุดนี้ และเป็นงานที่คนไทยไม่นิยมทำกัน เช่น งานที่เป็นแรงงานกรรมกร ส่วนแรงงานต่างด้าวมักมีค่าแรงต่ำกว่าและมีอัตราความต้องการงานประเภทนี้มากกว่า โดยแรงงานต่างด้าวที่พบมากที่สุดเป็นแรงงานสัญชาติพม่า และบางส่วนเป็นแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สัญชาติลาว กัมพูชา พม่า และสอดคล้องกับสารนิพนธ์ของ วรธรณ์ วรรณัจฉริยา

(2540) ศึกษาเรื่อง ภาวะอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็งเพื่อการส่งออกของไทย ยังพบว่า อุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็งของไทย กำลังอยู่ในภาวะถดถอย ภาวการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้น เนื่องจากปัญหาที่สำคัญคือ ปัญหาการขาดแคลนแรงงานและค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้น

จุดอ่อนอีกประการ ได้แก่ สัตว์ทะเลอาจเกิดความเสียหายขณะขนส่งจากปัจจัยหลาย ด้าน เช่น การคมนาคมขนส่งที่ล่าช้า ความเสียหายที่เกิดจากการกดทับและรอยขีดข่วนจากน้ำแข็งที่ ใช้ในการรักษาสภาพความสดของสัตว์ทะเล ซึ่งความเสียหายดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อราคาของสัตว์ ทะเล ถ้าสัตว์ทะเลมีสภาพสมบูรณ์ก็ทำให้ขายได้ราคาดีกว่า

3. โอกาสที่จะทำให้สำเร็จ เนื่องจากตลาดทะเลไทยเป็นศูนย์กลางอาหารทะเลที่ใหญ่ ที่สุดในประเทศไทย มีจำนวนสัตว์น้ำทะเลหมื่นตันต่อวันเป็นจำนวนมาก ทำให้มีเจ้าของกิจการ แพลลาเป็นจำนวนมากเช่นกัน ดังนั้นผู้บริโภคจึงมีตัวเลือกในการซื้อสัตว์ทะเลจากหลายแพลลา จึง เป็นหน้าที่ของแต่ละกิจการแพลลาที่จะดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้มาซื้อขายกับแพลลาของตน อีกทั้งตลาดทะเลไทยมีการจัดตั้งห้องปฏิบัติการตรวจสอบคัดค้านซึ่งเป็นการยกระดับอาหารทะเลให้ ได้ตามมาตรฐานสากล เพื่อโอกาสในการส่งออกไปยังต่างประเทศ ทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นใน คุณภาพและความปลอดภัยของสัตว์ทะเลที่วางจำหน่ายในตลาดทะเลไทย สอดคล้องกับรายงาน ฝ่ายวิจัยธุรกิจแห่งประเทศไทย (2554) ได้ศึกษาเรื่อง สถานการณ์และแนวโน้ม: อาหารทะเลอื่น ๆ สดแช่เย็นแช่แข็ง พบว่า "ไทยมีโรงงานแปรรูปอาหารทะเลขนาดใหญ่ที่มีความพร้อมด้านการผลิต ส่งผลให้คุณภาพอาหารทะเลแช่แข็งของไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

4. อุปสรรค พบว่าในปัจจุบันความต้องการสัตว์ทะเลมีความต้องการสูงขึ้น เนื่องจาก อุตสาหกรรมครัวเรือนและอุตสาหกรรมแปรรูปสำหรับในประเทศและส่งออกต่างประเทศ ทำให้ ในบางระยะจำนวนของสัตว์ทะเลอาจไม่เพียงพอต่อความต้องการ ทั้งนี้จำนวนและชนิดของสัตว์ ทะเลขึ้นอยู่กับโอกาสและจังหวะของเรือประมงที่จะสามารถลากมาได้รวมไปถึงฤดูช่วงเวลาการ เจริญเติบโตของสัตว์ทะเล และปัจจัยสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพอากาศ เนื่องจากถ้ามีพายุรุนแรง ทำให้เกิดคลื่นลมในทะเลหรือเกิดพายุฝนก็จะทำให้เรือประมงไม่สามารถออกไปทำการลากได้ ส่งผลให้สัตว์ทะเลไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนาคารกรุงไทย ฝ่ายงานวิจัยธุรกิจการเกษตร (2553) เรื่อง อุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่เย็นแช่แข็ง พบว่า ปริมาณการผลิตอาหารทะเลแช่เย็นแช่แข็งโดยรวมของไทยหดตัวลง เนื่องจากปริมาณสัตว์ น้ำที่จับได้จากธรรมชาติลดลงมาก โดยเฉพาะปลา เพราะทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรมลงและ สภาพภูมิอากาศแปรปรวน

แต่ในบางขณะที่มีสัตว์ทะเลมากเกินไปความต้องการก็จะทำให้เกิดค่าใช้จ่ายในการเก็บ รักษาสัตว์ทะเลเช่นกัน เนื่องจากสัตว์ทะเลเป็นของสดจึงจำเป็นต้องมีการเก็บรักษาด้วยความเย็น

เพื่อรักษาความสดและคงคุณค่าของสัตว์ทะเลโดยนำไปแช่ในห้องเย็น ในจังหวัดสมุทรสาครมีห้องเย็นเปิดให้บริการมากมาย แต่ละที่มีอัตราค่าบริการที่แตกต่างกันไป เมื่อจำนวนสัตว์ทะเลเล็มามากเกินไปค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาก็เป็นอุปสรรคหนึ่งที่เจ้าของสัตว์ทะเลต้องรับผิดชอบ สอดคล้องกับบทความของ กรมโรงงานอุตสาหกรรม (2551) เรื่อง หลักปฏิบัติเทคโนโลยีการผลิตที่สะอาด อุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็ง พบว่า นอกเหนือจากความเข้มงวดด้านคุณภาพของสินค้าแล้ว อุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็งยังมีความเสี่ยงที่จะได้รับผลกระทบจากมาตรการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้าทั้งทางตรงและทางอ้อม

ภายใต้ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

1. ปัจจัยภายใน ในการดำเนินธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด ผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้ โดยส่วนมากผู้บริโภคที่มามีเลือกซื้อเป็นพ่อค้าแม่ค้า ร้านอาหารหรือภัตตาคารต่างๆ รวมไปถึงโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร ซึ่งจำเป็นต้องใช้วัตถุดิบที่มีความสดและมีคุณภาพเพื่อนำไปประกอบเป็นอาหารให้แก่ลูกค้า ผู้บริโภคจึงตัดสินใจมาเลือกซื้ออาหารทะเลที่ตลาดทะเลไทยเพราะมีความหลากหลาย สด สะอาด และได้มาตรฐาน อีกทั้งราคาเป็นธรรม
2. ปัจจัยภายนอก ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกที่จะมาจับจ่ายซื้ออาหารทะเลที่ตลาดทะเลไทยเนื่องจากการเดินทางมายังตลาดมีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกสบาย การขนส่งเป็นไปได้อย่างสะดวกและสัตว์ทะเลที่วางจำหน่ายในตลาดทะเลไทยมีคุณภาพของสินค้าที่ได้มาตรฐานเนื่องจากการตั้งห้องปฏิบัติการตรวจสอบคัดกรองก่อนจำหน่ายให้ลูกค้า ซึ่งเป็นการยกระดับมาตรฐานสินค้าอาหารทะเลไทยให้ได้ตามมาตรฐานสากล เพื่อโอกาสในการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ

ผลการวิจัยที่มีนัยสำคัญระดับปริญญาดุษฎี

1. ด้านผลิตภัณฑ์ สัตว์ทะเลที่จำหน่ายในตลาดทะเลไทยมีความหลากหลายและมีคุณภาพดี สดและสภาพสมบูรณ์ สัตว์ทะเลที่วางขายจะได้อาจมาจากเรือประมง ซึ่งเป็นเรือประมงของชาวบ้านและผู้ประกอบการบางรายมีเรือประมงเป็นของตนเอง โดยสัตว์ทะเลที่ได้มาจากทั้งในน่านน้ำไทยและในน่านน้ำต่างประเทศ ในน่านน้ำไทยทั้งฝั่งทะเลอ่าวไทยและทะเลอันดามัน บริเวณที่เรือประมงออกลากและนำสัตว์ที่ได้มาส่งที่ตลาดทะเลไทยส่วนใหญ่จะได้อาจมาจากบริเวณจังหวัดระนอง โดยทั่วไปแล้วเรือประมงที่ทำการลากในน่านน้ำไทยจะใช้เรือลากขนาดเล็กระยะเวลาขึ้นอยู่กับแต่ละบริเวณที่เรือประมงจะไปทำการลาก และสัตว์ทะเลน่านน้ำต่างประเทศโดยสัตว์ทะเลจะลำเลียงมาโดยเรือขนาดใหญ่ที่มีใบอนุญาตในการลากในน่านน้ำต่างประเทศ ซึ่ง

ชาวบ้านทั่วไปเรียกกันว่า เรือแม่ บริเวณน่านน้ำต่างประเทศที่เรือประมงไทยนิยมออกไปลาก เช่น ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศโอมาน

2. ด้านราคา กลไกการตั้งราคาในการซื้อขายขึ้นอยู่กับความพึงพอใจระหว่างเจ้าของแพปลาและเรือประมงที่นำปลามาขาย เจ้าของแพปลาจะทำหน้าที่เป็นตัวแทนของเรือประมง โดยเจ้าของแพปลาจะได้เปอร์เซ็นต์จากราย ซึ่งขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างเจ้าของแพปลาและเรือประมง หากมีผู้บริโภครายหลายรายที่ต้องการสัตว์ทะเลชนิดเดียวกันจะให้การประมูลเป็นการตัดสินใจว่าผู้บริโภครายใดจะได้สัตว์ทะเลดังกล่าวไป โดยสัตว์ทะเลจะเป็นของผู้บริโภครายที่ให้ราคาสูงที่สุด ทั้งนี้ราคาสัตว์ทะเลจะขึ้นอยู่กับชนิด สายพันธุ์ จำนวน ฤดูกาลและสภาพทางเศรษฐกิจในขณะนั้นด้วย หากต้นทุนในการดำเนินธุรกิจของเรือประมงสูงขึ้นไม่ว่าจะเป็น ค่าน้ำมัน ค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน อุปกรณ์ที่ต้องใช้ เช่น เชือก อวน ก็จะส่งผลให้ราคาของสัตว์ทะเลสูงขึ้นด้วย

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่เข้ามาซื้อสัตว์ทะเลในตลาดทะเลไทยมีหลายกลุ่มด้วยกันทั้งพ่อค้าแม่ค้าที่รับสัตว์ทะเลไปขายต่อตามตลาดสดต่างๆ ทั้งในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดอื่นๆ ตัวแทนจากร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรมทั้งในจังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดอื่นๆ กรุงเทพมหานครด้วย รวมไปถึงธุรกิจแปรรูปอาหารทะเลที่ใช้สัตว์ทะเลเป็นวัตถุดิบ เนื่องจากสัตว์ทะเลที่จำหน่ายในตลาดทะเลไทยมีความสด สมบูรณ์และมีราคาถูก อีกทั้งยังมี การคมนาคมที่สะดวกสบาย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ตลาดทะเลไทยถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางอาหารทะเลที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ทำให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปอย่างกว้างขวางแล้ว แต่ทางคณะกรรมการบริการงานตลาดทะเลไทยยังคงให้ความสำคัญในการโฆษณาตลาด เพื่อให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นทั้งการโฆษณาผ่านสื่อชนิดต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เคเบิลทีวีท้องถิ่นและยังมีการใช้ตลาดทะเลไทยเป็นสถานที่ในการจัดงานมหกรรมต่างๆ เช่น งานสมุทรสาคร Expo เพื่อเป็นการทำให้ตลาดทะเลไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้น

5. ด้านบุคคล เจ้าของกิจการแพปลาส่วนใหญ่ประกอบกิจการมาตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษทำให้เกิดความเชี่ยวชาญในการประกอบอาชีพและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี สามารถคาดคะเนความต้องการของตลาดได้ แต่เนื่องจากการดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องใช้แรงงานจำนวนมาก ส่งผลให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เลือกที่จะจ้างแรงงานต่างด้าวมาทำงาน เนื่องจากมีค่าแรงต่ำกว่าแรงงานไทย การที่เจ้าของกิจการมีจ้างแรงงานต่างด้าวจำเป็นต้องพาแรงงานต่างด้าวไปขึ้นทะเบียนให้ถูกต้องตามกฎหมาย แต่เนื่องจากการขึ้นทะเบียนแรงงานต่างด้าวมักมีค่าใช้จ่าย ประมาณ 13,000-15,000 บาทต่อแรงงานหนึ่งคน โดยขั้นตอนการดำเนินจะใช้เวลา

โดยประมาณ 1-2 สัปดาห์ โดยมีการตรวจโรคเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรคและโรคระบาดต่างๆ ร่วมด้วย

6. ปัจจัยทางกายภาพ ตลาดทะเลไทยมีระบบการจัดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ มีการดูแลรักษาความสะอาด ทั้งระบบการระบายน้ำและการจัดการสิ่งปฏิกูลที่ดี รวมไปถึงมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่เป็นระบบมาตรฐาน และยังมีที่ตั้งห้องปฏิบัติการตรวจสอบสารตกค้างก่อนจำหน่ายให้ลูกค้า นับว่าเป็นตลาดที่สามารถยกระดับมาตรฐานสินค้าอาหารทะเลไทยให้ได้ตามมาตรฐานสากล เพื่อโอกาสในการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ ภายในตลาดแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นการรวมแพกุ้ง และแพปลาที่ใหญ่ที่สุดไว้ในที่เดียวกัน ทั้งสองแพสามารถรองรับสินค้าได้ถึงวันละ 10,000 ตัน ซึ่งมีความสะอาด มีระบบระบายน้ำที่ดี รวมไปถึงความสะดวกในการขนส่ง โดยจะเริ่มเปิดขายเวลา 24.00 น. ของทุกวัน

ส่วนที่ 2 เป็นศูนย์กลางการค้าส่งกึ่งค้าปลีกจากผู้ค้าอาหารทะเลแปรรูปที่ครบวงจร ได้แก่ ทั้งการแปรรูปเบื้องต้น การแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารแห้ง และการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป พร้อมด้วยอาคารพาณิชย์สำหรับผู้ต้องการใช้พื้นที่ขายสินค้าและสำนักงาน

ส่วนที่ 3 อยู่บริเวณด้านหน้าโครงการติดถนนใหญ่ทำเป็นตลาดสด และเป็นศูนย์รวมภัตตาคารอาหารทะเล เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งในจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถนั่งพักผ่อนพร้อมรับประทานอาหารทะเลสดๆ ได้

7. กระบวนการ ตลาดทะเลไทยเกิดขึ้นจากการร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการ เนื่องจากในช่วงหลายปีที่ผ่านมาอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลไทยต้องเผชิญกับแรงกดดันอย่างหนักจากปัญหาสารเคมีตกค้างและจากการปนเปื้อนของเชื้อโรค เช่น เชื้อซัลโมเนลลา เชื้ออหิวาต์ สอดคล้องกับสารนิพนธ์ของ วิวรรณ วรรณจักริยา (2540) ศึกษาเรื่อง ภาวะอุตสาหกรรมอาหารทะเลแห่งชาติเพื่อการส่งออกของไทย พบว่า ปัญหาที่สำคัญคือ การขาดแคลนวัตถุดิบเนื่องจากปัญหาโรคระบาดและความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อม

สาเหตุของการเกิดปัญหาดังกล่าวมาจากกระบวนการและจัดการวัตถุดิบไม่ได้คุณภาพ และมาตรฐาน ตั้งแต่เกษตรกรผู้เลี้ยงจนถึงแพปลา และเมื่อหน่วยงานด้านสุขอนามัยของประเทศผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารทะเลส่งเจ้าหน้าที่เข้ามาตรวจสอบอย่างเข้มงวดและบ่อยครั้งขึ้น ผู้ประกอบการประมงจึงตัดสินใจรวมกันก่อตั้งศูนย์กลางการค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทะเลครบวงจรขึ้นในนาม ตลาดทะเลไทย โดยการดำเนินงานของตลาดทะเลไทยเป็นไปในรูปของสหกรณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นวลละออง ศรีชุมพล และชัยชนะ มิตรพันธ์ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษาแนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี RFID กับ การขนส่งอาหารทะเลแช่แข็ง พบว่า ผู้ผลิตส่วนใหญ่จะตั้งโรงงานใกล้แหล่งวัตถุดิบ เพื่อความรวดเร็วและประหยัดต้นทุนค่าขนส่ง

รวมถึงสามารถคุณภาพที่ดีไว้ได้ เพื่อทำการผลิตหรือแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ โดยในกระบวนการผลิต การบรรจุภัณฑ์และการเก็บรักษาในห้องควบคุมอุณหภูมิ ขั้นตอนการดำเนินงานทั้งหมดจะต้องมีการควบคุมให้เป็นไปตามระบบการผลิตที่สอดคล้องกับระบบอาหารปลอดภัย มาตรฐานขั้นตอนการผลิตที่ดี และมาตรฐานบังคับระบบการผลิตอาหารที่ปลอดภัย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการทำวิจัยเรื่อง การศึกษาดำเนินธุรกิจตลาดตลาดทะเลไทย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ สินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของกลยุทธ์ รวมถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในตลาดทะเลไทย ในการพิจารณาปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด แต่เนื่องจากตลาดทะเลไทยมีระบบการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งได้รับความนิยมจากประชาชนทั่วไป พ่อค้าแม่ค้าและบริษัทแปรรูปอาหารทะเลต่างๆ ปัญหาที่พบจึงเป็นในด้านบุคคล ดังนี้

ด้านบุคคล เนื่องจากการดำเนินธุรกิจต้องใช้แรงงานเป็นจำนวนมากและแรงงานส่วนใหญ่ที่พบเป็นแรงงานสัญชาติพม่าและสัญชาติลาว จึงจำเป็นต้องมีการขึ้นทะเบียนแรงงานต่างด้าว เพื่อเป็นการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินได้ในระดับหนึ่ง อีกทั้งเป็นการควบคุมโรคแพร่ระบาดที่อาจแพร่มาสู่ประชาชนทั่วไป การขึ้นทะเบียนแรงงานต่างด้าวจะส่งผลดีกับทุกฝ่ายทั้งทางเจ้าของกิจการ แรงงานต่างด้าว เศรษฐกิจ สุขภาพ สังคม และเป็นการสร้างเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้ประเทศไทยเพิ่มขึ้น

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการทำวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาดำเนินธุรกิจตลาดทะเลไทย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร โดยมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคือ กลุ่มผู้ประกอบการค้าอาหารทะเลในตลาดทะเลไทย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร สำหรับผู้สนใจที่จะทำวิจัยในอนาคตควรมีแนวคำถามที่เจาะลึกกว่าการถามโดยอิงกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับแรงงานต่างด้าวว่าเหตุใดธุรกิจการค้าอาหารทะเลจึงจำเป็นต้องมีการใช้แรงงานต่างด้าวเข้ามาช่วยในกิจการงานด้านต่างๆ

แทนที่จะใช้แรงงานไทย และหากแรงงานต่างด้าวขาดแคลนจะส่งผลกระทบต่ออย่างไรกับการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการต่อไป



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

รายการอ้างอิง

- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2551). “หลักปฏิบัติเทคโนโลยีการผลิตที่สะอาด อุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็ง.” 1 สิงหาคม.
- จิรเชษฐ เรื่องดิลกรัตน์ และเอกนิษฐ์ มีกุล. (2553). “การศึกษาผลกระทบต่อผู้ประกอบการภายหลังการตัดสินใจรับแรงงานต่างด้าวเข้าทำงานในธุรกิจประมง ตำบลมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร.” สารนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฐิติรัชต์ ไม้เรียง. (2546). “การวิเคราะห์ระบบการตลาดสัตว์น้ำ ในอำเภอเมือง จังหวัดสตูล.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ธนาคารกรุงไทย ฝ่ายงานวิจัยธุรกิจการเกษตร. (2553). “อุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่เย็นแช่แข็ง.” สารวิจัยธุรกิจ 14, 21 (กันยายน): 1-2.
- นวลละออง ศรีชมพู และชัยชนะ มิตรพันธ์. (2550). “การศึกษาแนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี RFID กับกระบวนการขนส่งอาหารทะเลแช่แข็ง.” เอกสารในการประชุมสัมมนาเชิงวิชาการประจำปีด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน (GTT) ครั้งที่ 7 ณ. โรงแรมพระยาพาร์ค กรุงเทพมหานคร, 15-16 พฤศจิกายน.
- ฝ่ายวิจัยธุรกิจแห่งประเทศไทย. (2554). “รายงานสถานการณ์และแนวโน้ม: อาหารทะเลอื่นๆ สดแช่เย็นแช่แข็ง.” 29 มิถุนายน.
- พิบูล ทีปะปาล. (2552). การเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship). กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์
- วิวรรณ วรรณจักรยา. (2540). “ภาวะอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็งเพื่อการส่งออกของไทย.” สารนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศรีสุภา สหชัยเสรี. (2550). การบริหารการตลาดยุคใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: BrandAgebooks
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2538). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: ชรรรมสาร.
- สมชาย อินสุวรรณ์. (2544). “พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารทะเลในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สุธรรม รัตนโชติ. (2548). การจัดการเชิงกลยุทธ์ภาคปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: ชรรรมกลการพิมพ์.

สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2553). พระราชบัญญัติจัดระเบียบกิจการแพปลา

พ.ศ. 2496. เข้าถึงเมื่อ 3 พฤษภาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.opsmoac.go.th/>

ewt_w3c/ewt_news.php?nid=2301&filename=development



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการ

1. เจ้าของกิจการประกอบกิจการมานานเท่าไร
2. อาหารทะเลที่วางขายได้มีแหล่งที่มาจากที่ใด
3. แรงงานคนที่ช่วยในงานด้านต่างๆส่วนใหญ่สัญชาติใด
4. ทำไมไม่จ้างแรงงานไทยแทนแรงงานต่างด้าว
5. ปัญหาที่พบเกี่ยวกับแรงงานต่างด้าว
6. กลุ่มผู้บริโภคเป็นใคร
7. ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการดำเนินธุรกิจ
8. แนวโน้มการขายตัวของอาหารทะเลในขณะนี้เป็นอย่างไบ้าง
9. มีการจัดทำเอกสารส่งเสริมการตลาดอย่างไรบ้าง
10. ใช้เกณฑ์อะไรในการกำหนดราคาอาหารทะเล



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

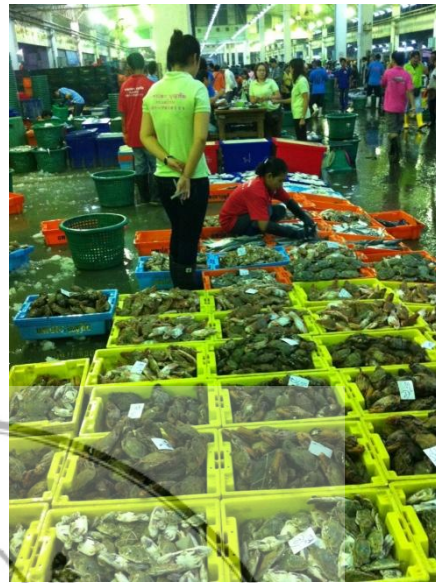


ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี





ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาวญาณิกา สุขพงษ์
ที่อยู่ 99/104 หมู่ 2 ตำบลท่าศาลา อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2551 สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
โรงเรียนพิบูลวิทยาลัย จังหวัดลพบุรี
พ.ศ. 2555 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิทยานักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาวพริษา ศรีเจริญกิจ
 ที่อยู่ 519 ถนนสุขาภิบาล ตำบลมหาชัย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2551 สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
 โรงเรียนสมุทรสาครบูรณะ จังหวัดสมุทรสาคร
 พ.ศ. 2555 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิทยานักศึกษา ระดับปริญญาตรี