

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาการสร้างต้นแบบห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้านเกษตรกรอินทรีย์ สู่การเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน(ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์) ในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคงจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราดคณะผู้วิจัยได้ดำเนินงานทั้งในและนอกพื้นที่ตามแผนงานที่กำหนดไว้เพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้สามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญได้ทั้งหมด 8 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการดำเนินงานตามแผนกิจกรรม

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษากระบวนการจัดการห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้าน เกษตรอินทรีย์ ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ สู่การเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคงจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาประเด็นปัญหาที่มีอิทธิพลต่อการจัดการห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจประมงพื้นบ้านและกลุ่มวิสาหกิจเกษตรกรอินทรีย์

ส่วนที่ 4 ผลการศึกษาการสร้างมูลค่าผลผลิต ลดความสูญเสีย และลดต้นทุน

ส่วนที่ 5 ผลการศึกษาการเปรียบเทียบข้ามกลุ่มผู้ผลิต/ผู้ค้าในห่วงโซ่กลุ่มวิสาหกิจดั้งเดิม

ส่วนที่ 6 การพัฒนาองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมอาหาร การแปรรูป การถนอมอาหาร การลดการสูญเสีย สร้างวัฒนธรรมท้องถิ่นด้านธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนเพื่อยกระดับเป็นแหล่งการท่องเที่ยวและอาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

ส่วนที่ 7 ผลการศึกษาความพึงพอใจ คุณภาพ ราคา การจัดส่ง การบริการของผู้มาเที่ยว (ผู้บริโภคอาหาร) ในชุมชนที่มีต่อการได้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน (ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์)

ส่วนที่ 8 ผลการสร้างต้นแบบห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประมงพื้นบ้าน เกษตรอินทรีย์ สู่การเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน (ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์) ในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคง เสริมสร้างความเข้มแข็งยกระดับการผลิต สร้างมูลค่าเพิ่ม เพิ่มขีดความสามารถสู่สากล จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

โดยสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย

% หมายถึง ค่าร้อยละ

$\bar{X}$  หมายถึง ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

S.D. หมายถึง ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

## ส่วนที่ 1 ผลการดำเนินงานตามแผนกิจกรรม

คณะผู้วิจัยได้กำหนดแผนกิจกรรมการศึกษา

การสร้างต้นแบบห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้าน กลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์ สู่การเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน(ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์) ในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคงจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด ออกเป็น 5 ระยะ ประกอบด้วย ระยะที่ 1 การลงพื้นที่เพื่อทำการจัดเก็บข้อมูล ระยะที่ 2 จัดประชุม แลกเปลี่ยนข้อมูลด้านกระบวนการจัดการห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้าน กลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์ ระยะที่ 3 จัดทำคู่มือพัฒนาองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมอาหาร การแปรรูป การถนอมอาหาร การลดการสูญเสีย ระยะที่ 4 การลงพื้นที่สำรวจความพึงพอใจ คุณภาพ ราคา การจัดส่ง การบริการ ของผู้มาเที่ยว (ผู้บริโภคอาหาร) ในชุมชนที่มีต่อการได้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน (ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์) และระยะที่ 5 ประเมินผลความพึงพอใจในคุณภาพ ราคา การจัดส่ง การบริการ ของผู้มาเที่ยว (ผู้บริโภคอาหาร) ในชุมชนที่มีต่อการได้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนที่จะการสร้างต้นแบบห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประมงพื้นบ้านกลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์ สู่การเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน (ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์) แผนกิจกรรมดังต่อไปนี้

### ระยะที่ 1 การลงพื้นที่เพื่อทำการจัดเก็บข้อมูล

คณะผู้วิจัยดำเนินการวิจัยโดยการลงพื้นที่เพื่อทำการจัดเก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ (Interview) และการสังเกตการณ์ (Observe) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างซึ่งตัวแทนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงพื้นบ้าน ในจังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด จำนวน 10 กลุ่ม ได้แก่ 1) วิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจชุมชนกะปิบ้านสลักเพชร หมู่ 2 อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด 2) วิสาหกิจชุมชนกะปิบ้านคลองสน อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด 3) วิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้านบ้านอ่าวสลัด อำเภอเกาะกูด จังหวัดตราด 4) วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์ประมงบ้านท่าช้างข้ามอำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี 5) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านประมงบ้านเกาะจิก อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี 6) วิสาหกิจชุมชนกะปิบ้านหนองแหวน อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี 7) วิสาหกิจชุมชนหอยนางรมครบวงจรคั้งกระเบน อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี 8) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแหลมเสด็จคั้งกระเบน อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี 9) กลุ่มวิสาหกิจเกษตรกรอินทรีย์ของมูแอง อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี และ 10) กลุ่มเกษตรอินทรีย์เพื่อสุขภาพปถวี ตำบลปถวี อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี เพื่อให้ได้ข้อมูลรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างต้นแบบห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้าน เกษตรอินทรีย์สู่การเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน (ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์) ในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคงจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด ดังนี้

### กลุ่มวิสาหกิจการผลิตประมงพื้นบ้าน

วันที่ 24 พฤศจิกายน 2560 คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจชุมชนกะปิบ้านสลักเพชร หมู่ 2 อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด



ภาพที่ 4.1 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจชุมชนกะปิบ้านสลักเพชร หมู่ 2 อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด

24 พฤศจิกายน 2560 คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนกะปิบ้านคลองสน อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด



ภาพที่ 4.2 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนกะปิบ้านคลองสน

วันที่ 27 ธันวาคม 2560 คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนประมง  
พื้นบ้านบ้านอ่าวสลัด อำเภอกោះกูด จังหวัดตราด



ภาพที่ 4.3 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้านบ้านอ่าวสลัด อำเภอกោះกูด จังหวัดตราด

วันที่ 15 มกราคม 2561 คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนแปรรูป  
ผลิตภัณฑ์ประมงบ้านช้างข้าม อำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี



ภาพที่ 4.4 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์ประมงบ้านช้างข้าม  
อำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี

วันที่ 17 มกราคม 2561 คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชน  
กลุ่มแม่บ้านประมงบ้านเกาะจิก อำเภอลำลูกเกด จังหวัดจันทบุรี



ภาพที่ 4.5 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านประมงบ้านเกาะจิก

วันที่ 31 มกราคม 2561 คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนกะปิ  
บ้านหนองแหวน อำเภอกำแพงแสน จังหวัดจันทบุรี



ภาพที่ 4.6 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนกะปิบ้านหนองแหวน อำเภอกำแพงแสน  
จังหวัดจันทบุรี

วันที่ 25 มกราคม 2561 คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชน  
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมแหลมเสด็จคุ้งกระเบน อำเภอบ้านใหม่ จังหวัดจันทบุรี



ภาพที่ 4.7 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแหลมเสด็จ  
 คู้งกระเบน อำเภอกำแพง จังหวัดจันทบุรี  
 วันที่ 6 มกราคม 2561 คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนหอย  
 นางรมครบวงจรคู้งกระเบน อำเภอกำแพง จังหวัดจันทบุรี



ภาพที่ 4.8 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนหอยนางรมครบวงจรคู้งกระเบน อำเภอกำแพง  
 จังหวัดจันทบุรี

คณะผู้วิจัยดำเนินการวิจัยโดยการลงพื้นที่เพื่อทำการจัดเก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ (Interview) และการสังเกตการณ์ (Observe) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งตัวแทนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ในจังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด จำนวน 8 กลุ่ม ได้แก่ 1) วิสาหกิจชุมชนออร์แกนิกตราด อำเภอเขาสมิง จังหวัดตราด 2) วิสาหกิจชุมชนสวนอำไพ อำเภอเขาสมิง จังหวัดตราด 3) วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตปุ๋ยอินทรีย์บ้านหนองแหวนนอก อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี 4) วิสาหกิจชุมชนเกษตรเพื่อสุขภาพบ้านปลั้ว อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี 5) วิสาหกิจชุมชนของ มู แสง อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี 6) วิสาหกิจชุมชนเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี 7) วิสาหกิจชุมชนเกษตรพึ่งตนเองร่วมสมัย อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี และ 8) วิสาหกิจชุมชนสมุนไพรอินทรีย์ อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี เพื่อให้ได้ข้อมูลรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน ด้านการสร้างต้นแบบห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้าน เกษตรอินทรีย์สู่การเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน(ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์) ในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคงจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด ดังนี้

#### กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์

วันที่ 1 ธันวาคม 2560 คณะผู้วิจัยได้เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนออร์แกนิกตราด อำเภอเขาสมิง จังหวัดตราด



ภาพที่ 4.9 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนออร์แกนิกตราด อำเภอเขาสมิง จังหวัดตราด

วันที่ 1 ธันวาคม 2560 คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนสวนอำไพ อำเภอเขาสมิง จังหวัดตราด



ภาพที่ 4.10 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนสวนอำเภอ อำเภอเขาสมิง จังหวัดตราด  
วันที่ 31 มกราคม 2561 คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิต  
กะปิบ้านหนองแหวนนอก อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี



ภาพที่ 4.11 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตกะปิบ้านหนองแหวนนอก  
อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี

วันที่ 3 เมษายน 2561 คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนเกษตรเพื่อ  
สุขภาพบ้านปลั้ว อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี





ภาพที่ 4.12 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนเกษตรกรเพื่อสุขภาพบ้านป้อวิ อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี

วันที่ 8 พฤษภาคม 2561 คณะผู้วิจัยได้เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนของ มู แสง อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี



ภาพที่ 4.13 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชน ของ มู แสง อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี

วันที่ 6 กรกฎาคม 2561 คณะผู้วิจัยได้เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ วิสาหกิจชุมชนเกษตรพึ่งตนเองร่วมสมัย และวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรอินทรีย์ อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี



ภาพที่ 4.14 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ วิสาหกิจชุมชนเกษตรพึ่งตนเองร่วมสมัย และวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรอินทรีย์ อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี

ระยะที่ 2 จัดประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านกระบวนการจัดการห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้าน เกษตรอินทรีย์ ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ สู่การเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคงจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

คณะผู้วิจัยดำเนินการวิจัยดำเนินการจัดประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านกระบวนการจัดการห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้าน เกษตรอินทรีย์ ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ สู่การเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคงจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด ดังต่อไปนี้

#### **กลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมง**

วันที่ 28 ธันวาคม 2560 คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านกระบวนการจัดการห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้าน ณ วิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้านบ้านอ่าวสลัด อำเภอเกาะกูด จังหวัดตราด



ภาพที่ 4.15 จัดประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านกระบวนการจัดการห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน  
ประมงพื้นบ้าน บ้านอ่าวสลัด อําเภอกោះกูด จังหวัดตราด

ผลการศึกษารูปแบบโซ่อุปทานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้าน บ้านอ่าวสลัด อําเภอกោះกูด จังหวัดตราด มีผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและมีความเชื่อมโยงกันภายในโซ่อุปทาน  
ดังภาพที่ 4.16

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ภาพที่ 4.16 รูปแบบห่วงโซ่ประมงพื้นบ้าน บ้านอ่าวสลัด

จากภาพที่ 4.16 แสดงรูปแบบห่วงโซ่ประมงพื้นบ้าน บ้านอ่าวสลัด คณะผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่ม พบว่าการหาและจำหน่ายผลผลิตประมงพื้นบ้านธรรมชาติจะเริ่มจากชาวประมงพื้นบ้านหาผลผลิตประมงธรรมชาติจากบริเวณอ่าวรอบเกาะกูด ซึ่งชาวประมงในพื้นที่ส่วนใหญ่ร้อยละ 80 ของประชากรในเกาะประกอบอาชีพการทำประมงเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวอยู่ในช่วง 100,000 – 120,000 บาท ส่วนที่เหลือประกอบอาชีพเป็นเกษตรกรและรับจ้างบริการในกิจการโรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ และอื่น ๆ ชาวประมงพื้นบ้านมีเรือที่มีการลงทะเบียนไว้จำนวน 158 ลำจะมีการจัดลำดับในการหาผลผลิตประมงธรรมชาติ เมื่อหามาได้แล้วจะแบ่งเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกแบ่งจำหน่ายให้แก่พ่อค้าคนกลางประมาณร้อยละ 80 สำหรับพ่อค้าคนกลางในพื้นที่ศึกษานี้ พบว่า มีจำนวนมากกว่า 20 คน หลังจากนั้นพ่อค้าคนกลางจะนำไปจำหน่ายให้แก่ โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์และร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 80 ของปริมาณผลผลิตประมงธรรมชาติที่ชาวประมงหามาได้ อีกร้อยละ 20 จะนำไปขายให้ตลาดชุมชนบนเกาะกูด ร้อยละ 10 และนำบริโภคในครัวเรือน ร้อยละ 10 แต่อย่างไรก็ตามประมงพื้นบ้านจะจับได้ผลผลิตประมงธรรมชาติจะเป็นไปตามฤดูกาล

ในการศึกษาคณะผู้วิจัยได้พบประเด็นปัญหาของชาวประมงพื้นบ้านที่มีต่อการจัดการประมงโดยชุมชนนั้น พบว่ามีครัวเรือนประมงพื้นบ้านที่ประกอบอาชีพโดยไม่มีการรวมกลุ่มกันเป็นส่วนใหญ่เกินกว่าครึ่งหนึ่ง มีการตั้งบ้านเรือนอยู่รอบเกาะ ครัวเรือนประมงบางส่วนทำการเพาะเลี้ยงปลาในกระชังเป็นอาชีพเสริม เครื่องมือประมงที่ใช้ได้แก่ อวนลอยกุ้ง อวนจมปู ลอบปู ซึ่งเป็นเครื่องมือขนาดเล็ก และอวนลากกุ้ง ซึ่งเป็นเครื่องมือที่สามารถจับสัตว์น้ำหน้าดินได้มาก ทั้ง 2 กลุ่มเครื่องมือทำการประมงบริเวณชายฝั่งในแหล่งเดียวกัน จึงเกิดข้อขัดแย้งระหว่างกลุ่มเครื่องมือเสมอ

วันที่ 7 ธันวาคม 2560 คณะผู้วิจัยดำเนินการวิจัยดำเนินการจัดประชุมแลกเปลี่ยน  
ข้อมูลด้านกระบวนการจัดการห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้าน อำเภอเกาะช้าง  
จังหวัดตราด ณ วิสาหกิจชุมชนกะปิบ้านคลองสน อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด



## ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ภาพที่ 4.17 จัดประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านกระบวนการจัดการห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน  
ประมงพื้นบ้าน อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด

ผลการศึกษารูปแบบโซ่อุปทานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกะปิบ้านคลองสน อำเภอเกาะช้าง  
จังหวัดตราด มีผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและมีความเชื่อมโยงกันภายในโซ่อุปทาน ดังภาพที่ 4.18



ภาพที่ 4.18 ห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้าน บ้านคลองสน

อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด

จากภาพที่ 4.18 แสดงรูปแบบห่วงโซ่ประมงพื้นบ้าน บ้านคลองสน อำเภอเกาะช้าง คณะผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่ม พบว่า กลุ่มรวมกันในนามวิสาหกิจ ที่ทำการซื้อวัตถุดิบจากประมงธรรมชาติเคย มาทำการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเพื่อทำการจำหน่าย ขายต่อ ผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มที่ขึ้นชื่อ ได้แก่ กะปิ ลักษณะการผลิตกลุ่มมีการระดมทุนจากสมาชิกเพื่อทำการซื้อวัตถุดิบ แล้วนำมาทำการแปรรูปเป็นกะปิ ทำการจำหน่ายในนามของกลุ่ม ทำให้สมาชิกกลุ่มมีรายได้เฉลี่ยต่อปีจากการรวมกลุ่มการขาย ประมาณ 30,000 – 50,000 บาท แหล่งจำหน่ายขายให้กับร้านอาหารที่อยู่บนเกาะที่นำไปประกอบอาหารจำหน่ายในร้าน ขายให้กับคนที่มาท่องเที่ยวบนเกาะ โดยกลุ่มเน้นคุณภาพและทำบรรจุภัณฑ์ให้เป็นที่น่าเชื่อถือ ขายให้กับพ่อค้าคนกลาง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปตามงานบนเกาะและงานที่พัฒนาชุมชนให้โควตานำสินค้าของกลุ่มไปออกงานต่าง ๆ

ในการศึกษาคณะผู้วิจัยได้พบประเด็นปัญหาของกลุ่มคือขาดวัตถุดิบเคยที่ประมงพื้นบ้านทำการจับและหามาได้เป็นไปตามฤดูกาล ซึ่งกลุ่มจะต้องตระเวนหาซื้อเคยให้ได้มาซึ่งปริมาณที่เพียงพอเพื่อทำการนำมาแปรรูปเป็นกะปิ ที่ให้ได้มาซึ่งปริมาณผลผลิตกะปิจะสามารถขายได้และสร้างรายได้ให้กับกลุ่มมากที่สุด ซึ่งประเด็นนี้เป็นเหตุให้กลุ่มมีการรวมตัวแบบไม่แนบแน่น ส่งผลให้การจัดโครงสร้างการบริหารกลุ่มยังไม่เป็นทางการ อีกทั้งยังมีปัญหาในเรื่องการระดมทุนจากสมาชิกกลุ่มที่ตามมา ส่วนปัญหาการตลาดของกลุ่มไม่ค่อยมีปัญหาเนื่องจากสินค้าของกลุ่มได้รับการยอมรับของลูกค้าประจำในเรื่องคุณภาพและรสชาติที่หอมอร่อย

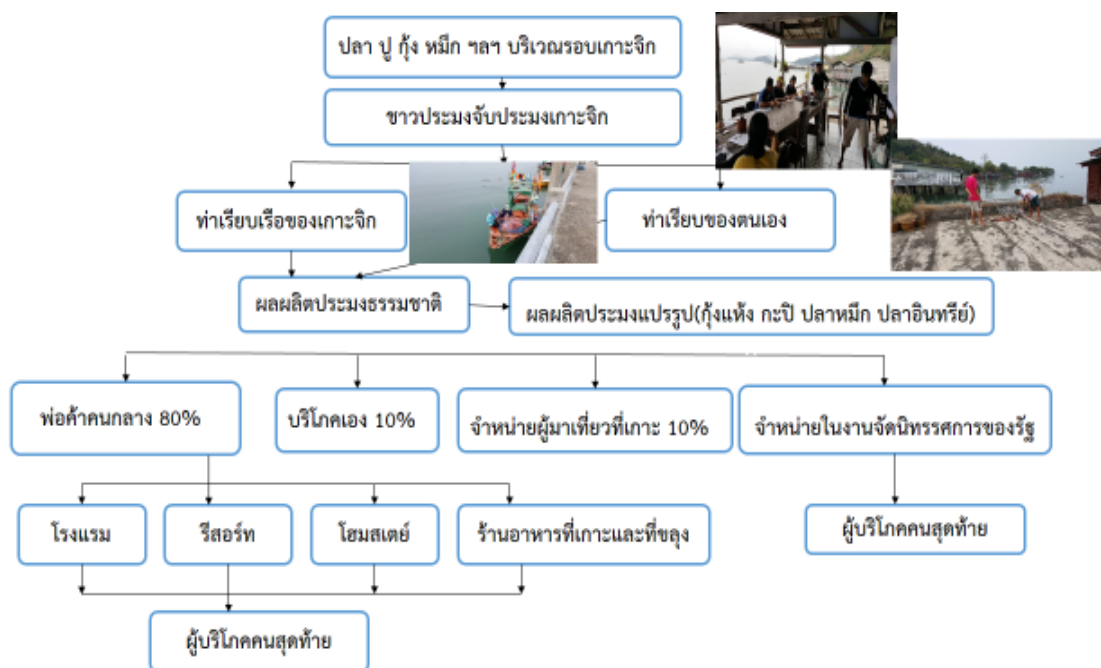
วันที่ 24 มกราคม 2561 คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ดำเนินการจัดประชุมแลกเปลี่ยน  
ข้อมูลด้านกระบวนการจัดการห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้าน ณ วิสาหกิจชุมชน  
บ้านเกาะจิก อำเภอลำลูกเกด จังหวัดจันทบุรี



ภาพที่ 4.19 จัดประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านกระบวนการจัดการห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน  
ประมงพื้นบ้าน ณ วิสาหกิจชุมชนบ้านเกาะจิก อำเภอลำลูกเกด จังหวัดจันทบุรี

ผลการศึกษารูปแบบโซ่อุปทานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกะปิบ้านคลองสน อำเภอกោះช้าง  
จังหวัดตราด มีผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและมีความเชื่อมโยงกันภายในโซ่อุปทาน ดังภาพที่ 4.20

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ภาพที่ 4.20 แสดงรูปแบบห่วงโซ่อุปทานประมงพื้นบ้านเกาะจิก

คณะผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่ม พบว่าการหาและจำหน่ายผลผลิตประมงพื้นบ้านธรรมชาติ จะเริ่มจากชาวประมงพื้นบ้านหาผลผลิตประมงธรรมชาติจากบริเวณอ่าวรอบเกาะจิก ซึ่งชาวประมงในพื้นที่ส่วนใหญ่ร้อยละ 95 ของประชากรในเกาะประกอบอาชีพการทำประมงเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวอยู่ในช่วง 80,000 – 100,000 บาท ส่วนที่เหลือประกอบอาชีพจ้างบริการนอกพื้นที่เกาะประมงพื้นบ้านมีเรือที่มีการลงทะเบียนไว้จำนวน 50 ลำ ส่วนที่เหลือยังไม่ลงทะเบียนเนื่องจากติดปัญหาเรื่องข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ เขตบริเวณที่ทำประมงพื้นบ้านจะมีระยะห่างจากฝั่งประมาณ 3 ไมล์ทะเล ผลผลิตประมงธรรมชาติได้แก่ ปู ปลา กุ้ง ปลากระตักตัวเล็ก ปูม้า เคย หอยปลาอินทรี ในการหาผลผลิตประมงธรรมชาติ เมื่อหามาได้แล้วจะแบ่งเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกแบ่งจำหน่ายให้แก่พ่อค้าคนกลางประมาณร้อยละ 80 สำหรับพ่อค้าคนกลางในพื้นที่ศึกษานี้พบว่า มีจำนวนมากกว่า 10 คน เป็นพ่อค้าคนกลางนอกพื้นที่เป็นส่วนใหญ่ หลังจากนั้นพ่อค้าคนกลางจะนำไปจำหน่ายให้แก่ โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ ร้านอาหารที่เกาะและร้านอาหารที่ขลุง คิดเป็นร้อยละ 80 ของปริมาณผลผลิตประมงธรรมชาติที่ชาวประมงหามาได้ อีกร้อยละ 20 จะนำไปขายให้ตลาดชุมชนบนเกาะจิกและผู้มาท่องเที่ยวที่เกาะ ร้อยละ 10 และนำบริโภคในครัวเรือนร้อยละ 10 แต่อย่างไรก็ตามประมงพื้นบ้านจะจับได้ผลผลิตประมงธรรมชาติจะเป็นไปตามฤดูกาล

ในการศึกษาคณะผู้วิจัยได้พบประเด็นปัญหาของชาวประมงพื้นบ้านที่มีต่อการจัดการประมงโดยชุมชนนั้น พบว่ามีครัวเรือนประมงพื้นบ้านที่ประกอบอาชีพโดยไม่มีกรรวมกลุ่มกันเป็นส่วนใหญ่เกินกว่าครึ่งหนึ่ง ครัวเรือนประมงส่วนใหญ่จะเป็นการทำประมงพื้นบ้านเป็นไปตามธรรมชาติและตามฤดูกาล



มีเพียงไม่กี่รายเท่านั้นที่ทำการเพาะเลี้ยงปลาในกระชังเป็นอาชีพเสริม เครื่องมือประมงที่ใช้ได้แก่ อวนลอย กุ้ง อวนจมปู ลอบปู ซึ่งเป็นเครื่องมือขนาดเล็ก และอวนลากกุ้ง ซึ่งเป็นเครื่องมือที่สามารถจับสัตว์น้ำหน้าดินได้มาก ทั้ง 2 กลุ่มเครื่องมือทำการประมงบริเวณชายฝั่งในแหล่งเดียวกัน ทำให้เกิดข้อขัดแย้งกันในการทำการประกอบอาชีพการทำประมงพื้นบ้าน

### กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์

วันที่ 3 เมษายน 2561 คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ดำเนินการจัดประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านกระบวนการจัดการห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ณ วิสาหกิจชุมชนเกษตรเพื่อสุขภาพบ้านปัดวี อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี



ภาพที่ 4.21 จัดประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านกระบวนการจัดการห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ณ วิสาหกิจชุมชนเกษตรเพื่อสุขภาพ บ้านปัดวี อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี

ผลการศึกษารูปแบบโซ่อุปทานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรเพื่อสุขภาพบ้านปัดวี อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี มีผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและมีความเชื่อมโยงกันภายในโซ่อุปทาน ดังภาพที่ 4.22



ภาพที่ 4.22 รูปแบบห่วงโซ่อุปทานเกษตรอินทรีย์วิสาหกิจเกษตรเพื่อสุขภาพบ้านปัดวี

วันที่ 8 พฤษภาคม 2561 คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ณ วิสาหกิจชุมชนของ มู แสง อำเภอลือชัย จังหวัดจันทบุรี



ภาพที่ 4.23 จัดประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ณ วิสาหกิจชุมชนของ มู แสง อำเภอลือชัย จังหวัดจันทบุรี

ผลการศึกษารูปแบบโซ่อุปทานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ของของ ภู แสง อำเภอบางบาล จังหวัดจันทบุรี มีผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและมีความเชื่อมโยงกันภายในโซ่อุปทาน ดังภาพที่ 4.23



ภาพที่ 4.23 รูปแบบห่วงโซ่เกษตรอินทรีย์ของ ภู แสง

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

## วิสาหกิจชุมชนออร์แกนิกตราด

วันที่ 1 ธันวาคม 2560 คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนออร์แกนิกตราด อำเภอเขาสมิง จังหวัดตราด



ภาพที่ 4.24 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจออร์แกนิกตราด อำเภอเขาสมิง จังหวัดตราด  
ข้อมูล ณ วันที่ 1 มีนาคม 2560

ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนออร์แกนิกตราด

1. ชื่อวิสาหกิจชุมชนออร์แกนิกตราด
2. เลขที่คำร้อง ตร.03/56-0054 วันที่ยื่น 6 กุมภาพันธ์ 2556
3. รหัสทะเบียน วันที่อนุมัติ 0 543
4. สถานที่จดทะเบียน ณ สำนักงานเกษตรอำเภอเขาสมิง
5. ที่ตั้งวิสาหกิจชุมชน เลขที่ 263 หมู่ที่ 1 ตำบลแสนตุง อำเภอเขาสมิง จังหวัดตราด  
รหัสไปรษณีย์ 23150 โทรศัพท์ 0-8901-1031
6. สมาชิกผู้มีอำนาจทำการแทน วิสาหกิจชุมชน
  - ลำดับที่1 : ชื่อนายพรหม นามสกุล ฉัยยากุล
  - ลำดับที่2 : ชื่อนายวิเศษ นามสกุล พรพมา

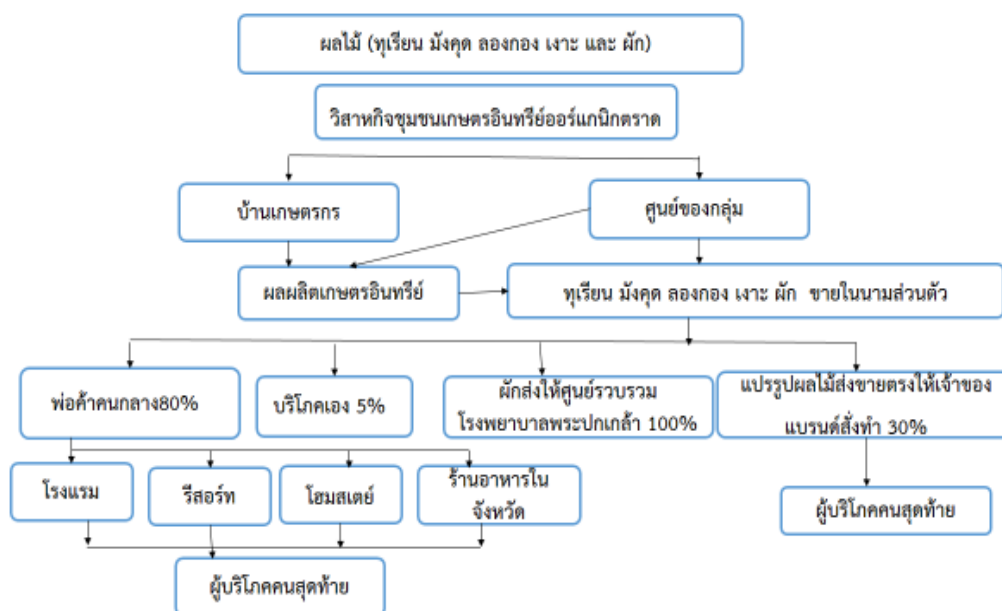
## 7. จำนวนสมาชิกวิสาหกิจชุมชน 8 คน

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	ที่อยู่
1	นายวีระพันธ์ วงษ์นาป่า	เลขที่ 256/1 หมู่ 1 ตำบลเขาสมิง อำเภอ เขาสมิง จังหวัดตราด
2	นางสาวสมบุญ เจริญจิตต์	เลขที่ 263 หมู่ 1 ตำบลแสนตุง อำเภอเขา สมิง จังหวัดตราด
3	นางสาวสุชีลา สีสด	เลขที่ 46 หมู่ 1 ตำบลเขาสมิง อำเภอเขา สมิง จังหวัดตราด
4	นางสาวพัชร์กัญญา วิสุทธิแพทย์	เลขที่ 111/1 หมู่ 5 ตำบลเขาสมิง อำเภอ เขาสมิง จังหวัดตราด
5	นายวิเศษ พรหมมา	เลขที่ 87 หมู่ 1 ตำบลแสนตุง อำเภอเขา สมิง จังหวัดตราด
6	นายสมเกียรติ ตันติเมธานนท์	เลขที่ 102/23 หมู่ 5 แขวงท่าแร่ เขต บางเขน จังหวัดกรุงเทพมหานคร
7	นายจักรพงษ์ วังบอน	เลขที่ 204 หมู่ 9 ตำบลเขาสมิง อำเภอเขา สมิง จังหวัดตราด
8	นายพรหม ฉัยยากุล	เลขที่ 263 หมู่ 1 ตำบลแสนตุง อำเภอเขา สมิง จังหวัดตราด

## 8. จำนวนกิจการที่ดำเนินการหรือประสงค์จะดำเนินการของกลุ่ม รวมทั้งหมด 8 กิจการ ดังนี้

ลำดับที่	กลุ่มกิจการ	ประเภทกิจการ	ชนิดสินค้า/บริการ
1	การผลิตสินค้า	การผลิตพืช	สละ
2	การผลิตสินค้า	การผลิตพืช	มังคุด
3	การผลิตสินค้า	การผลิตพืช	ทุเรียน
4	การผลิตสินค้า	การผลิตพืช	ลองกอง
5	การผลิตสินค้า	การผลิตพืช	เงาะ
6	การผลิตสินค้า	การผลิตพืช	กล้วย
7	การผลิตสินค้า	การผลิตพืช	สับปะรด
8	การผลิตสินค้า	การผลิตพืช	พืช-ผัก

ผลการศึกษารูปแบบโซ่อุปทานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ออร์แกนิกตราด  
อำเภอเขาสมิง จังหวัดจันทบุรี มีผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและมีความเชื่อมโยงกันภายในโซ่อุปทาน ดังภาพที่ 4.25



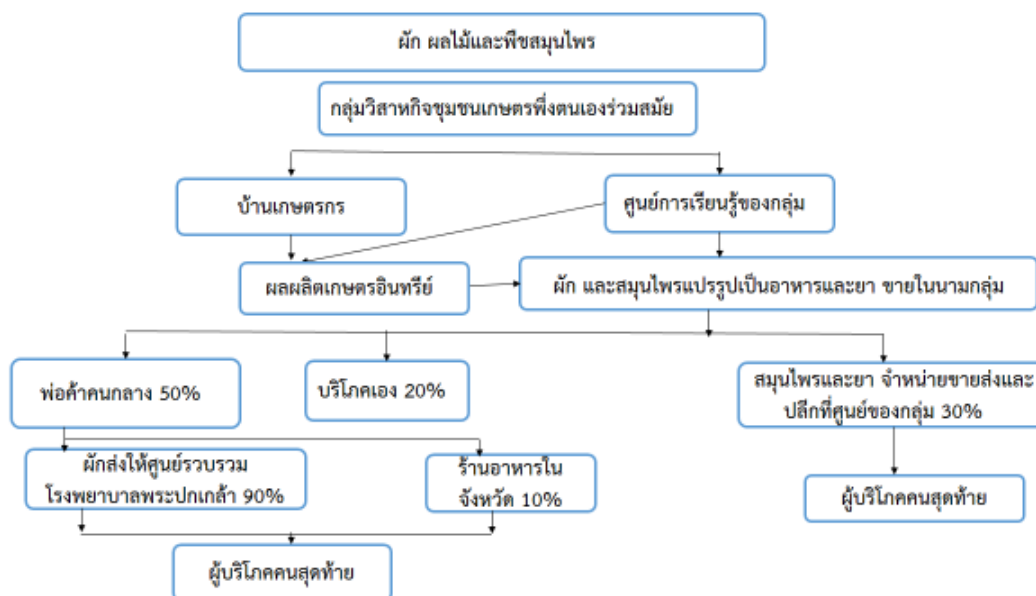
ภาพที่ 4.25 รูปแบบห่วงโซ่เกษตรกรอินทรีย์ออร์แกนิกตราด

ในวันพุธที่ 29 สิงหาคม 2561 ณ เครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์แก่งหางแมว อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี คณะผู้วิจัยได้จัดอบรมการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรอินทรีย์ จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด โดยมีตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรอินทรีย์ จังหวัดจันทบุรี เข้าร่วมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในครั้งนี้จำนวน 30 คน และในกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มดังภาพที่ 4.26



ภาพที่ 4.26 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ วิสาหกิจชุมชนเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรอินทรีย์ วิสาหกิจชุมชนเกษตรกรพึ่งตนเองร่วมสมัย และวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรอินทรีย์ อำเภอแก่งหางแมว

ผลการศึกษารูปแบบโซ่อุปทานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรพึ่งตนเองร่วมสมัยและวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรอินทรีย์ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดจันทบุรีมีผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและมีความเชื่อมโยงกันภายในโซ่อุปทาน ดังภาพที่ 4.27



ภาพที่ 4.27 รูปแบบห่วงโซ่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรพึ่งตนเองร่วมสมัยและวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรอินทรีย์

ระยะที่ 3 การวิเคราะห์และประเมินกระบวนการจัดการห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน  
ประมงพื้นบ้าน เกษตรอินทรีย์ ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์  
สู่การเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจ  
ฐานรากที่มั่นคงจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
<b>ลักษณะการดำเนินงานของกลุ่ม</b>		
ประมงพื้นบ้าน	42	25.00
แปรรูปผลิตภัณฑ์ประมงพื้นบ้าน	48	28.57
เกษตรอินทรีย์	78	46.43
<b>รวม</b>	<b>168</b>	<b>100.00</b>
<b>เพศ</b>		
ชาย	82	48.81
หญิง	86	51.19
<b>รวม</b>	<b>168</b>	<b>100.00</b>
<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b>		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	126	75.00
มัธยมศึกษา	30	17.86
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	8	4.76
ปริญญาตรี	4	2.38
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>168</b>	<b>100.00</b>
<b>อาชีพ</b>		
ประมงพื้นบ้าน	77	45.83
เกษตรกร	86	51.19
ค้าขาย	5	2.98
<b>รวม</b>	<b>168</b>	<b>100.00</b>



ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
<b>รายได้เฉลี่ยต่อปี</b>		
น้อยกว่า 100,000 บาท	58	34.52
100,000 – 200,000 บาท	99	58.93
200,001 – 300,000 บาท	9	5.36
300,001 – 400,000 บาท	1	0.60
400,001 – 500,000 บาท	1	0.60
<b>รวม</b>	<b>168</b>	<b>100.00</b>
<b>ระยะเวลาในการรวมกลุ่มในนามวิสาหกิจชุมชน</b>		
ต่ำกว่า 1 ปี	3	1.79
1 – 5 ปี	45	26.79
6 – 10 ปี	72	42.86
11 – 15 ปี	48	28.57
<b>รวม</b>	<b>168</b>	<b>100.00</b>
<b>ลักษณะการรวมกลุ่มของสมาชิก</b>		
เป็นทางการ	168	100.00
ไม่เป็นทางการ	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>168</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4.1 ข้างต้นสามารถสรุปได้ดังนี้

ลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มส่วนใหญ่มีลักษณะการรวมกลุ่มเป็นกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ คิดเป็นร้อยละ 46.43 แปรรูปผลิตภัณฑ์ประมงพื้นบ้าน คิดเป็นร้อยละ 28.57 และประมงพื้นบ้าน คิดเป็นร้อยละ 25.00

เพศส่วนใหญ่เป็นหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.19 และ ชาย คิดเป็นร้อยละ 48.81

ระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาเป็นมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 17.86 อนุปริญญาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 4.76 และ ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 2.38

อาชีพ ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 51.19 รองลงมาเป็นประมงพื้นบ้าน คิดเป็นร้อยละ 45.83 และค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 2.98

รายได้เฉลี่ยต่อปี ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 100,000 – 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.93 รองลงมา มีรายได้ น้อยกว่า 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.52 มีรายได้ระหว่าง 200,001 – 300,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.36 มีรายได้ระหว่าง 300,001 – 400,000 บาท และ 400,001 – 500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.60 เท่ากัน

ระยะเวลาในการรวมกลุ่มในนามวิสาหกิจชุมชน ส่วนใหญ่มีการรวมกลุ่มกันในช่วงเวลา 6 –10 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมา 11 –15 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.57 ในช่วงเวลา 1 –5 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.79 และ ต่ำกว่า 1 ปี 3 คิดเป็นร้อยละ 1.79

ลักษณะการรวมกลุ่มของสมาชิกเป็นทางการ คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจที่ให้ข้อมูล

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านประมงบ้านเกาะจิก	15	8.93
วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์ประมงบ้านช้างข้าม	15	8.93
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกะปิแม่บ้านหนองแหวนนอก	10	5.95
วิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้าน บ้านอ่าวสลัด	20	11.90
วิสาหกิจชุมชนกะปิบ้านคลองสน	15	8.93
วิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจชุมชนกะปิบ้านสลักเพชร หมู่ 2	15	8.93
กลุ่มเกษตรเพื่อสุขภาพบ้านปถวี	24	14.29
กลุ่มเกษตรอินทรีย์ ของ-มู-แอง	15	8.93
ออร์แกนิก ตราด	8	4.76
กลุ่มสวนผลไม้อำเภอไพ	8	4.76
เกษตรอินทรีย์พึ่งตนเองร่วมสมัย	23	13.69
<b>รวม</b>	<b>168</b>	<b>100.00</b>

### ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

จากตาราง 4.2 กลุ่มที่ให้ข้อมูลในงานวิจัยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเกษตรเพื่อสุขภาพบ้านปถวี คิดเป็นร้อยละ 14.29 รองลงมาคือกลุ่มเกษตรอินทรีย์พึ่งตนเองร่วมสมัย คิดเป็นร้อยละ 13.69 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้าน บ้านอ่าวสลัด คิดเป็นร้อยละ 11.90 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านประมงบ้านเกาะจิก วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์ประมงบ้านช้างข้าม วิสาหกิจชุมชนกะปิบ้านคลองสน วิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจชุมชนกะปิบ้านสลักเพชร หมู่ 2 และกลุ่มกลุ่มเกษตรอินทรีย์ ของ-มู-แอง คิดเป็นร้อยละ 8.93 เท่ากัน กลุ่มออร์แกนิก ตราด และกลุ่มสวนผลไม้อำเภอไพ คิดเป็นร้อยละ 4.76 เท่ากัน

## ส่วนที่ 2 กระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานผลผลิตประมงธรรมชาติและผลผลิตประมงแปรรูป ของกลุ่มวิสาหกิจประมงพื้นบ้านและกลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์

### 2.1 กลุ่มวิสาหกิจประมงพื้นบ้าน

#### ตารางที่ 4.3 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจประมงพื้นบ้านที่ให้ข้อมูล

กระบวนการดำเนินงาน/กิจกรรม ของกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
เป็นการทำประมงชายฝั่งที่ยั่งยืน	73	43.45
เป็นการแปรรูปผลิตภัณฑ์ประมงที่จับมาได้	61	36.31
เป็นการอนุรักษ์ป่าชายเลนโดยมีการปลูกป่าชายเลนในพื้นที่	23	13.69
เป็นการเข้าร่วมโครงการธนาคารปูม้าของศูนย์ฯ	16	9.52
มีการเก็บขยะในทะเลเพื่อการฟื้นฟูระบบนิเวศทางทะเล	18	10.71

จากตาราง 4.3 กระบวนการดำเนินงาน/กิจกรรม ของกลุ่มวิสาหกิจประมงพื้นบ้านส่วนใหญ่เป็น  
เป็นการทำประมงชายฝั่งที่ยั่งยืน คิดเป็นร้อยละ 43.45 รองลงมาคือการแปรรูปผลิตภัณฑ์ประมงที่จับมา  
ได้ คิดเป็นร้อยละ 36.31 เป็นการอนุรักษ์ป่าชายเลนโดยมีการปลูกป่าชายเลนในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ  
13.69 มีดำเนินการเก็บขยะในทะเลเพื่อการฟื้นฟูระบบนิเวศทางทะเล คิดเป็นร้อยละ 10.71 และเป็นการ  
เข้าร่วมโครงการธนาคารปูม้าของศูนย์ฯ คิดเป็นร้อยละ 9.52 ตามลำดับ

#### ตารางที่ 4.4 ข้อมูลประเภทสินค้าหลักที่ท่านจับเพื่อจำหน่าย

ประเภทสินค้าหลักที่ท่านจับเพื่อจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ปลากุเลา	47	28.0
ปลาเก๋า	45	26.8
ปลากะพง	45	26.8
ปลาอินทรี	44	26.2
ปลากระบอก	39	23.2
กุ้ง	34	20.2
ปูม้า	36	21.4
เคย	59	35.1
กุ้ง	41	24.4

ประเภทสินค้าหลักที่ผ่านจับเพื่อจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
หมึก	41	24.4
หอยเฉลียบ	38	22.6
หอยนางรม	39	23.2
หอยแครง	35	20.8

จากตาราง 4.4 ประเภทสินค้าหลักที่ประมงพื้นบ้านจับเพื่อจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นเคย คิดเป็นร้อยละ 35.1 รองลงมาคือ ปลาทะเลและปลากะพง คิดเป็นร้อยละ 26.8 ปลาอินทรี คิดเป็นร้อยละ 26.2 หมึกและกุ้ง คิดเป็นร้อยละ 24.4 เท่ากัน ปลากะบอกและหอยนางรม คิดเป็นร้อยละ 23.2 เท่ากัน หอยเฉลียบ คิดเป็นร้อยละ 22.6 ปูม้า คิดเป็นร้อยละ 21.4 หอยแครง คิดเป็นร้อยละ 20.8 และกุ้ง คิดเป็นร้อยละ 20.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ข้อมูลปริมาณสัตว์น้ำเฉลี่ยที่จับได้ต่อครั้ง

ปริมาณสัตว์น้ำเฉลี่ยที่จับได้ต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่แน่นอน	34	47.89
ต่ำกว่า 5 กิโลกรัม	21	29.58
5-10 กิโลกรัม	11	15.49
11-15 กิโลกรัม	4	5.63
16-20 กิโลกรัม	1	1.41
มากกว่า 20 กิโลกรัมขึ้นไป	0	0.00
รวม	71	100.00

จากตาราง 4.5 ปริมาณสัตว์น้ำเฉลี่ยที่จับได้ต่อครั้งที่ชาวประมงพื้นบ้านจับได้ส่วนใหญ่มีปริมาณไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 47.89 รองลงมาจับได้ปริมาณต่ำกว่า 5 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 29.58 จับได้ปริมาณระหว่าง 5-10 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 15.49 จับได้ปริมาณระหว่าง 11-15 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 5.63 และจับได้ปริมาณระหว่าง 16-20 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 1.41 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ข้อมูลปริมาณสินค้า/ผลิตภัณฑ์หลักที่กลุ่มประมงแปรรูปดำเนินการ

ปริมาณสินค้า/ผลิตภัณฑ์หลักที่กลุ่มประมงแปรรูปดำเนินการ	จำนวน	ร้อยละ
กะปิ	24	33.80
ปลาเค็ม	20	28.17
กุ้งแห้ง	12	16.90
อื่นๆ	15	21.13
รวม	71	100.00

จากตาราง 4.6 ปริมาณสินค้า/ผลิตภัณฑ์หลักที่กลุ่มประมงแปรรูปดำเนินการส่วนใหญ่เป็นกะปิ คิดเป็นร้อยละ 33.80 รองลงมาปลาเค็ม คิดเป็นร้อยละ 28.17 อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 21.13 และกุ้งแห้ง คิดเป็นร้อยละ 16.90 ตามลำดับ

## 2.2 กลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์

ตารางที่ 4.7 ข้อมูลประเภทสินค้า/ผลิตภัณฑ์หลักที่กลุ่มดำเนินการเกษตรอินทรีย์

ประเภทสินค้า/ผลิตภัณฑ์หลักที่กลุ่มดำเนินการเกษตรอินทรีย์	จำนวน	ร้อยละ
ผลไม้	60	84.51
ผัก	8	11.27
เลี้ยงไก่ไข่อารมณ์ดี	6	8.45
ผลไม้และผัก	16	22.54
ผลไม้ ผัก และเลี้ยงไก่ไข่อารมณ์ดี	7	9.86
รวม	97	100.00

## ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

จากตารางที่ 4.7 ประเภทสินค้า/ผลิตภัณฑ์หลักที่กลุ่มดำเนินการเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่เป็นการดำเนินเกษตรปลูกผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 84.51 รองลงมาปลูกผลไม้และผัก คิดเป็นร้อยละ 22.54 ปลูกผัก คิดเป็นร้อยละ 11.27 ผลไม้ ผัก และเลี้ยงไก่ไข่อารมณ์ดี คิดเป็นร้อยละ 9.86 และเลี้ยงไก่ไข่อารมณ์ดี คิดเป็นร้อยละ 8.45 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ข้อมูลแหล่งรวบรวมสินค้าเพื่อจำหน่ายของกลุ่มวิสาหกิจ

แหล่งรวบรวมสินค้าเพื่อจำหน่ายของกลุ่มวิสาหกิจ	จำนวน	ร้อยละ
บ้านตนเอง	105	62.50
กลุ่มวิสาหกิจ	63	37.50
ทำเทียบเรือ	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>168</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4.8 แหล่งรวบรวมสินค้าเพื่อจำหน่ายของกลุ่มวิสาหกิจส่วนใหญ่ทำการรวบรวมสินค้าไว้บ้านตนเอง คิดเป็นร้อยละ 62.50 และเก็บไว้ที่กลุ่มวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 37.50

ตารางที่ 4.9 ข้อมูลลักษณะการจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม

ลักษณะการจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
ขายเอง	105	54.76
รวมกลุ่มกันขาย	76	45.24
<b>รวม</b>	<b>168</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4.9 ลักษณะการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มส่วนใหญ่ทำการขายเอง คิดเป็นร้อยละ 54.76 และรวมกลุ่มกันขาย คิดเป็นร้อยละ 45.24

ตารางที่ 4.10 ข้อมูลการจำหน่ายสินค้าในการเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน

การจำหน่ายสินค้าในการเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดท่องเที่ยวชุมชน	108	64.29
โรงแรม	41	24.40
รีสอร์ท	37	22.02
โฮมสเตย์	64	38.10
ขายให้พ่อค้าคนกลาง	109	64.88
บริโภคเอง	155	92.26
ศูนย์รวบรวมสินค้าเกษตรอินทรีย์ในโรงพยาบาล	41	24.40

จากตารางที่ 4.10 การจำหน่ายสินค้าในการเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้าในการเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนเป็นการบริโภคเอง คิดเป็นร้อยละ 92.26 รองลงมาขายให้กับพ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 64.88 ตลาดท่องเที่ยวชุมชน คิดเป็นร้อยละ 64.29 โฮมสเตย์ คิดเป็นร้อยละ 38.10 ศูนย์รวบสินค้าเกษตรอินทรีย์ในโรงพยาบาลและโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 24.40 และจำหน่ายให้กับรีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 22.02 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.11** ข้อมูลเปอร์เซ็นต์สัดส่วนของการจำหน่ายสินค้าในการเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน

ตลาดท่องเที่ยวชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
0%	60	35.71
10%	14	8.33
40%	2	1.19
50%	64	38.10
60%	13	7.74
70%	5	2.98
80%	10	5.95
<b>รวม</b>	<b>168</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4.11 เปอร์เซ็นต์สัดส่วนของการจำหน่ายสินค้าในการเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนที่ขายให้กับตลาดท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 108 ราย ส่วนใหญ่เปอร์เซ็นต์สัดส่วนของการจำหน่ายสินค้าอยู่ 50% คิดเป็นร้อยละ 38.10 รองลงมาคือ 0% คิดเป็นร้อยละ 35.71 สัดส่วน 10% คิดเป็นร้อยละ 8.33 สัดส่วน 60% คิดเป็นร้อยละ 7.74 สัดส่วน 80% คิดเป็นร้อยละ 5.95 สัดส่วน 70% คิดเป็นร้อยละ 2.98 และสัดส่วน 40% คิดเป็นร้อยละ 1.19 เท่ากัน ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.12** ข้อมูลเปอร์เซ็นต์สัดส่วนของการจำหน่ายสินค้าในการเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน

โรงแรม	จำนวน	ร้อยละ
0%	127	75.60
5%	41	24.40
<b>รวม</b>	<b>168</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4.12 เปอร์เซนต์สัดส่วนของการจำหน่ายสินค้าในการเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนที่ขายให้กับโรงแรม จำนวน 41 ราย ส่วนใหญ่เปอร์เซนต์สัดส่วนของการจำหน่ายสินค้าอยู่ 0% คิดเป็นร้อยละ 75.60 และสัดส่วน 5% คิดเป็นร้อยละ 24.40

**ตารางที่ 4.13** ข้อมูลเปอร์เซนต์สัดส่วนของการจำหน่ายสินค้าในการเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน

รีสอร์ท	จำนวน	ร้อยละ
0%	140	83.33
5%	20	11.90
40%	13	7.74
60%	2	1.19
70%	2	1.19
<b>รวม</b>	<b>168</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4.13 เปอร์เซนต์สัดส่วนของการจำหน่ายสินค้าในการเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนที่ขายให้กับรีสอร์ท 37 ราย ส่วนใหญ่เปอร์เซนต์สัดส่วนของการจำหน่ายสินค้าอยู่ 0% คิดเป็นร้อยละ 83.33 รองลงมาเป็นสัดส่วนอยู่ที่ 5% คิดเป็นร้อยละ 11.90 สัดส่วนที่ 40% คิดเป็นร้อยละ 7.74 สัดส่วนที่ 60% และ 70% คิดเป็นร้อยละ 1.19 เท่ากัน ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.14** ข้อมูลเปอร์เซนต์สัดส่วนของการจำหน่ายสินค้าในการเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน

โฮมสเตย์	จำนวน	ร้อยละ
0%	104	61.90
1%	9	5.36
5%	43	25.60
10%	12	7.14
<b>รวม</b>	<b>168</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4.14 เปอร์เซนต์สัดส่วนของการจำหน่ายสินค้าในการเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนที่ขายให้กับโฮมสเตย์ 64 ราย ส่วนใหญ่เปอร์เซนต์สัดส่วนของการจำหน่ายสินค้าอยู่ 0% คิดเป็นร้อยละ 61.90 รองลงมาเป็นสัดส่วนอยู่ที่ 5% คิดเป็นร้อยละ 25.60 สัดส่วนที่ 10% คิดเป็นร้อยละ 7.74 สัดส่วนที่ 1% คิดเป็นร้อยละ 5.36 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.15 ข้อมูลเปอร์เซ็นต์สัดส่วนของการจำหน่ายสินค้าในการเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน

พ้อย์ค่าคนกลาง	จำนวน	ร้อยละ
0%	81	48.21
10%	15	8.93
50%	24	14.29
60%	18	10.71
70%	5	2.98
80%	25	14.88
<b>รวม</b>	<b>168</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4.15 เปอร์เซนต์สัดส่วนของการจำหน่ายสินค้าในการเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนที่ขายให้กับตลาดท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 109 ราย ส่วนใหญ่เปอร์เซนต์สัดส่วนของการจำหน่ายสินค้าอยู่ที่ 0% คิดเป็นร้อยละ 48.21 รองลงมาคือ 80% คิดเป็นร้อยละ 14.88 สัดส่วน 50% คิดเป็นร้อยละ 14.29 สัดส่วน 60% คิดเป็นร้อยละ 10.71 สัดส่วน 10% คิดเป็นร้อยละ 8.93 และสัดส่วน 70% คิดเป็นร้อยละ 2.98 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ข้อมูลเปอร์เซ็นต์สัดส่วนของการจำหน่ายสินค้าในการเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน

บริโภคเอง	จำนวน	ร้อยละ
0%	13	7.74
5%	98	58.33
10%	57	33.93
<b>รวม</b>	<b>168</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4.16 เปอร์เซนต์สัดส่วนของการจำหน่ายสินค้าในการเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนที่บริโภคเอง จำนวน 155 ราย ส่วนใหญ่เปอร์เซนต์สัดส่วนของการจำหน่ายสินค้าอยู่ที่ 5% คิดเป็นร้อยละ 58.33 รองลงมาคือ 10% คิดเป็นร้อยละ 33.93 สัดส่วน 0% คิดเป็นร้อยละ 7.74 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ข้อมูลเปอร์เซ็นต์สัดส่วนของการจำหน่ายสินค้าในการเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน

บริโภคเอง	จำนวน	ร้อยละ
0%	127	75.60
80%	35	20.83
90%	6	3.57
<b>รวม</b>	<b>168</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4.17 เปอร์เซนต์สัดส่วนของการจำหน่ายสินค้าในการเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนที่บริโภคเอง จำนวน 41 ราย ส่วนใหญ่เปอร์เซนต์สัดส่วนของการจำหน่ายสินค้าอยู่ที่ 0% คิดเป็นร้อยละ 75.60 รองลงมาคือ 80% คิดเป็นร้อยละ 20.83 สัดส่วน 90% คิดเป็นร้อยละ 3.57 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ส่วนที่ 3 ประเด็นปัญหาที่มีอิทธิพลต่อการจัดการห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มวิสาหกิจประมงพื้นบ้าน  
และกลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์

ตารางที่ 4.18 ปัญหาที่มีอิทธิพลต่อการจัดการห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มวิสาหกิจประมงพื้นบ้านและ  
กลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์ ในภาพรวม

ปัญหาที่มีอิทธิพลต่อการจัดการห่วงโซ่อุปทานของกลุ่ม วิสาหกิจประมงพื้นบ้านและกลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล	อันดับ
1) ปัจจัยด้านการเงินหรือเงินทุน กลุ่มที่ระดมทุนจาก ชุมชนได้เองโดยไม่ต้องกู้หนี้ยืมสิน มีโอกาสในการประสบ ความสำเร็จมากกว่ากลุ่มที่พึ่งเงินทุนจากการกู้ยืม	4.10	.698	มาก	5
2) ปัจจัยด้านการตลาดสำหรับกลุ่มธุรกิจค้าส่งที่มารับสินค้า ไปขายต้องมีคู่ค้าที่แน่นอน สำหรับธุรกิจค้าปลีกที่ไม่มีคู่ค้าที่ แน่นอนต้องมีปริมาณเพียงพอจึงจะประสบผลสำเร็จ	3.94	0.772	มาก	6
3) ปัจจัยด้านการผลิต ควรจะมีแหล่งทรัพยากรและวัตถุดิบ ในชุมชนที่มากพอ จะทำให้ได้เปรียบ มีต้นทุนการผลิตไม่สูง และมีมาตรฐาน นอกจากนี้ผู้ผลิตต้องมีความชำนาญและ ทักษะที่ดี	4.63	0.520	มากที่สุด	1
4) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่ ดำเนินงานในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ ช่วยกันรับผิดชอบไม่ มีค่าตอบแทนตายตัว ทั้งผู้นำและสมาชิกต้องเสียสละ และ ระบบให้คุณโทษอยู่ที่การตำหนิหรือยกย่องชมเชยของชุมชน	3.49	.896	มาก	8
5) ปัจจัยด้านผู้นำชุมชนที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่มา จากผู้นำที่ดี ผู้นำต้องเป็นที่ยอมรับจากชาวบ้านจึงจะระดม ทุนได้ง่าย และธุรกิจวิสาหกิจขยายตัวได้เร็ว	4.23	.665	มากที่สุด	4
6) ปัจจัยด้านแรงงาน การมีแรงงานที่เพียงพอและมีทักษะ ด้านการผลิตที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจประสบ ความสำเร็จ	2.65	.869	ปานกลาง	9

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ปัญหาที่มีอิทธิพลต่อการจัดการห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มวิสาหกิจประมงพื้นบ้านและกลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล	อันดับ
7) ปัจจัยการมีส่วนร่วมของสมาชิก การร่วมกันคิด ทำ และตัดสินใจรับผิดชอบ มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจ และกลุ่มที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่จะเริ่มจากกลุ่มวิสาหกิจ	4.29	.695	มากที่สุด	3
8) ปัจจัยระเบียบข้อบังคับของกลุ่ม กติกาต่าง ๆ ต้องเริ่มจากข้อตกลงของสมาชิกเป็นพื้นฐานไม่เช่นนั้น จะเกิดความขัดแย้งกัน	4.48	.628	มากที่สุด	2
9) ปัจจัยปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ธุรกิจวิสาหกิจชุมชนจะต้องเรียนรู้และกำหนดท่าทีต่อปฏิสัมพันธ์ภายนอกหลายๆ ฝ่ายที่เหมาะสมภายใต้การมีผลประโยชน์ร่วมกัน	3.51	.979	มาก	7
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.92</b>	<b>.747</b>	<b>มาก</b>	

จากตาราง 4.18 ปัญหาที่มีอิทธิพลต่อการจัดการห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มวิสาหกิจประมงพื้นบ้านและกลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์ พบว่าในภาพรวมมีระดับปัญหาในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านปัจจัยด้านการผลิตควรมีแหล่งทรัพยากรและวัตถุดิบในชุมชนที่มากพอที่จะทำให้ได้เปรียบมีต้นทุนการผลิตไม่สูงและมีมาตรฐาน นอกจากนี้ผู้ผลิตต้องมีความชำนาญและทักษะที่ดี ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 รองลงมาคือด้านปัจจัยระเบียบข้อบังคับของกลุ่มกติกาต่าง ๆ ต้องเริ่มจากข้อตกลงของสมาชิกเป็นพื้นฐานไม่เช่นนั้น จะเกิดความขัดแย้งกัน ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ด้านปัจจัยการมีส่วนร่วมของสมาชิก การร่วมกันคิด ทำ และตัดสินใจรับผิดชอบ มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจ และกลุ่มที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่จะเริ่มจากกลุ่มวิสาหกิจ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ด้านปัจจัยด้านผู้นำชุมชนที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่มาจากผู้นำที่ดี ผู้นำต้องเป็นที่ยอมรับจากชาวบ้านจึงจะระดมทุนได้ง่าย และธุรกิจวิสาหกิจขยายตัวได้เร็วในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ด้านปัจจัยด้านการเงินหรือเงินทุนกลุ่มที่ระดมทุนจากชุมชนได้เองโดยไม่ต้องกู้หนี้ยืมสินมีโอกาสในการประสบความสำเร็จมากกว่ากลุ่มที่พึ่งเงินจากการกู้ยืม ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ด้านปัจจัยด้านการตลาดสำหรับกลุ่มธุรกิจค้าส่งที่มารับสินค้าไปขายต้องมีคู่ค้าที่แน่นอน สำหรับธุรกิจค้าปลีกที่ไม่มีคู่ค้าที่แน่นอนต้องมีปริมาณเพียงพอจึง

จะประสบผลสำเร็จ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ด้านปัจจัยปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ธุรกิจวิสาหกิจชุมชนจะต้องเรียนรู้และกำหนดทำที่ต่อปฏิสัมพันธ์ภายนอกหลาย ๆ ฝ่ายที่เหมาะสมภายใต้การมีผลประโยชน์ร่วมกัน ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ด้านปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่ดำเนินงานในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ ช่วยกันรับผิดชอบไม่มีค่าตอบแทนตายตัว ทั้งผู้นำและสมาชิกต้องเสียสละ และระบบให้คุณโทษอยู่ที่การตำหนิหรือยกย่องชมเชยของชุมชน ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และด้านปัจจัยด้านแรงงาน การมีแรงงานที่เพียงพอและมีทักษะด้านการผลิตที่ดี เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65

#### ส่วนที่ 4 การสร้างมูลค่าผลผลิต ลดความสูญเสีย และลดต้นทุน

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

#### ส่วนที่ 4 การสร้างมูลค่าผลผลิต ลดความสูญเสีย และลดต้นทุน

ตารางที่ 4.19 กิจกรรมด้านการเพิ่มมูลค่าผลผลิต และด้านการลดความสูญเสียหรือลดต้นทุน สู่การเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน (ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์) ในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคง

กิจกรรมด้านการเพิ่มมูลค่าผลผลิต และด้านการลดความสูญเสียหรือลดต้นทุน เกษตรกรของกลุ่มวิสาหกิจ	การดำเนินการกิจกรรมในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการของกลุ่ม				กิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคต			
	การเพิ่มมูลค่า		การลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน		การเพิ่มมูลค่า		การลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปรับวิธีการทำ/เปลี่ยนพันธุ์/คัดเลือก วัตถุดิบ	91	54.17	77	45.83	64	38.09	104	61.91
ปรับปรุงทรัพยากรธรรมชาติ/คุณภาพดิน/ น้ำ/วัตถุดิบก่อนนำมาใช้ทำการผลิตของ กลุ่ม	84	50.00	84	50.00	84	50.00	84	50.00
ปรับระบบการทำประมง/การแปรรูป อาหาร/การให้น้ำ/ชลประทาน ภายใน กลุ่มวิสาหกิจ	118	70.24	50	29.76	71	42.26	97	57.74
ใช้วัตถุดิบคุณภาพดีมาทำการแปรรูปเป็น อาหาร	20	11.90	148	88.10	10	5.95	158	94.05
จัดระบบการป้องกันและแก้ปัญหาเรื่อง การดำเนินงานของกลุ่มเกี่ยวกับ กระบวนการทำอาหารและการแปรรูป เป็นสินค้าที่ส่งผลต่อผู้บริโภค	75	44.64	93	55.36	25	14.88	143	85.12

กิจกรรมด้านการเพิ่มมูลค่าผลผลิต และ ด้านการลดความสูญเสียหรือลดต้นทุน เกษตรกรของกลุ่มวิสาหกิจ	การดำเนินการกิจกรรมในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการของกลุ่ม				กิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคต			
	การเพิ่มมูลค่า		การลดความสูญเสีย/ลด ต้นทุน		การเพิ่มมูลค่า		การลดความสูญเสีย/ ลดต้นทุน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปรับปรุงวิธีการจับ คัดแยก รวบรวม การ ถนอมอาหาร การปรุงและการแปรรูป ให้ เป็นมาตรฐานการทำงานของกลุ่ม(ประมง ผลไม้ ผัก ไข่ไก่อารมณ์ดี)	28	16.67	140	83.33	11	6.55	157	93.45
การคัดเกรดสินค้าประเภท อาหารทะเล อาหารแปรรูปจากอาหารทะเล ผัก ผลไม้ ไข่ไก่อารมณ์ดี	58	34.52	110	65.48	23	13.69	145	86.31
เปลี่ยนแนวทางการผลิตเป็นประมง อินทรีย์ เกษตรอินทรีย์ และการแปรรูป อาหารเพื่อสุขภาพให้กับผู้บริโภค	85	50.59	83	49.41	81	48.21	87	51.79
ทำประมง/ทำการแปรรูปอาหาร/ทำ ฟาร์ม/สวน ผลิตเพื่อส่งขายตลาดชุมชน รีสอร์ท โฮมสเตย์ โรงแรมหรือ ตลาดบน	83	49.40	85	50.60	25	14.88	143	85.12

จากตาราง 4.19 กิจกรรมด้านการเพิ่มมูลค่าผลผลิต และด้านการลดความสูญเสียหรือลดต้นทุนเกษตรกรของกลุ่มวิสาหกิจ

ด้านปรับวิธีการทำ/เปลี่ยนพันธุ์/คัดเลือกวัตถุดิบ กิจกรรมของกลุ่มในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 54.17 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 45.83 กิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคตด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 38.09 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 61.91

ด้านปรับปรุงทรัพยากรธรรมชาติ/คุณภาพดิน/น้ำ/วัตถุดิบ กิจกรรมของกลุ่มในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 50.00 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 50.00 กิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคตด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 50.00 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 50.00

ด้านปรับระบบการทำประมง/การแปรรูปอาหาร/การให้น้ำ/ชลประทานภายในกลุ่มวิสาหกิจกิจกรรมของกลุ่มในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 70.24 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 29.76 กิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคตด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 42.26 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 57.74

ด้านใช้วัตถุดิบคุณภาพดีมาทำการแปรรูปเป็นอาหารกลุ่มวิสาหกิจ กิจกรรมของกลุ่มในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 11.90 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 88.10 กิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคตด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 5.95 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 94.05

ด้านการจัดระบบการป้องกันและแก้ปัญหาเรื่องการดำเนินงานของกลุ่มเกี่ยวกับกระบวนการทำอาหารและการแปรรูปเป็นสินค้าที่ส่งผลดีต่อผู้บริโภคกลุ่มวิสาหกิจ กิจกรรมของกลุ่มในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 44.64 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 55.36 กิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคตด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 14.88 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 85.12

ด้านการปรับปรุงวิธีการจับ คัดแยก รวบรวม การถนอมอาหาร การปรุงและการแปรรูป ให้เป็นมาตรฐานการทำงานของกลุ่ม(ประมง ผลไม้ ผัก ไข่ไก่อารมณ์ดี) กิจกรรมของกลุ่มในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 16.67 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 83.33 กิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคตด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 6.55 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 93.45

ด้านการคัดเกรดสินค้าประเภท อาหารทะเล อาหารแปรรูปจากอาหารทะเล ผัก ผลไม้ ไข่ไก่อารมณ์ดีของกลุ่มวิสาหกิจ กิจกรรมของกลุ่มในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 34.52 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 65.48



กิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคตด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 13.69 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 86.31

ด้านการเปลี่ยนแนวทางการผลิตเป็นประมงอินทรีย์ เกษตรอินทรีย์ และการแปรรูปอาหารเพื่อสุขภาพให้กับผู้บริโภคกิจกรรมของกลุ่มในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 50.59 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 49.41 กิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคตด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 48.21 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 51.79

ด้านการทำประมง/ทำการแปรรูปอาหาร/ทำฟาร์ม/สวน ผลิตเพื่อส่งขายตลาดชุมชน รีสอร์ท โฮมสเตย์ โรงแรมหรือ ตลาดบน กิจกรรมของกลุ่มในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 49.40 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 50.60 กิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคตด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 14.88 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 85.12



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ตารางที่ 4.20 กิจกรรมด้านการเพิ่มมูลค่าผลผลิต และด้านการลดความสูญเสียหรือลดต้นทุน สู่การเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน (ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์) ในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคง

กิจกรรมด้านการเพิ่มมูลค่าผลผลิต และด้านการลดความสูญเสียหรือลด ต้นทุนเกษตรกรของพ่อค้าคนกลาง/ ผู้รวบรวมผลผลิต สู่ตลาดท่องเที่ยว ชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์)	การดำเนินการกิจกรรมในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการของกลุ่ม				กิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคต			
	การเพิ่มมูลค่า		การลดความสูญเสีย/ ลดต้นทุน		การเพิ่มมูลค่า		การลดความสูญเสีย/ ลดต้นทุน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การเลือกซื้อวัตถุดิบ/สินค้าที่มีคุณภาพ ในการนำมาขาย การแปรรูปเป็นอาหาร ที่มีคุณค่าต่อผู้บริโภค	20	11.90	148	88.10	45	26.78	123	73.22
มีการทำสัญญาคู่ค้า ผู้ขายวัตถุดิบ พ่อค้าขายส่ง ตัวแทนขาย รวมไปถึง ผู้บริโภคคนสุดท้าย	85	50.59	83	49.41	28	16.67	140	83.33
การวางแผนซื้อ-ขาย อาหารทะเล อาหารทะเลแปรรูป ผลไม้ ผัก ไข่ไก่ อารมณ์ดี ล่วงหน้า	20	11.90	148	88.10	23	13.69	145	86.31
มีการกำหนดประเภทวัตถุดิบ อาหาร ทะเลสด ผัก ผลไม้ ไข่ไก่อารมณ์ดี ไข่ ล่วงหน้า	66	39.28	102	60.72	67	39.88	101	60.12
การสร้างตราสินค้าของกลุ่มที่เป็น อาหารทะเลสด อาหารทะเลแปรรูป ผัก ผลไม้ ไข่ไก่อารมณ์ดี	90	53.57	78	46.43	86	51.19	82	48.81

กิจกรรมด้านการเพิ่มมูลค่าผลผลิต และด้านการลดความสูญเสียหรือลด ต้นทุนเกษตรกรของพ่อค้าคนกลาง/ ผู้รวบรวมผลผลิต สู่ตลาดท่องเที่ยว ชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์)	การดำเนินการกิจกรรมในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการของกลุ่ม				กิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคต			
	การเพิ่มมูลค่า		การลดความสูญเสีย/ ลดต้นทุน		การเพิ่มมูลค่า		การลดความสูญเสีย/ ลดต้นทุน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีการปรับแต่งสินค้า/บรรจุหีบห่อของ กลุ่มที่เป็นอาหารทะเลสด อาหารทะเล แปรรูป ผัก ผลไม้ ไข่ไก่อารมณ์ดี	86	51.19	82	48.81	48	28.57	120	71.43

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

จากตาราง 4.20 กิจกรรมด้านการเพิ่มมูลค่าผลผลิต และด้านการลดความสูญเสียหรือลดต้นทุนเกษตรกรของพ่อค้าคนกลาง/ผู้รวบรวมผลผลิต สู่ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท (โฮมสเตย์)

ด้านการเลือกซื้อวัตถุดิบ/สินค้าที่มีคุณภาพ ในการนำมาขาย การแปรรูปเป็นอาหาร ที่มีคุณค่าต่อผู้บริโภคการดำเนินการกิจกรรมในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการของกลุ่มด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 11.90 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 88.10 กิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคตด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 26.78 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 73.22

ด้านมีการทำสัญญาคู่ค้า ผู้ขายวัตถุดิบ พ่อค้าขายส่ง ตัวแทนขาย รวมไปถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย การวางแผนซื้อ-ขาย อาหารทะเล อาหารทะเลแปรรูป ผลไม้ ผัก ไข่ไก่ อารมณ์ดี ล้วงหน้ากลุ่มวิสาหกิจการดำเนินการกิจกรรมในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการของกลุ่มด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 50.59 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 49.41 กิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคตด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 16.67 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 83.33

ด้านมีการวางแผนซื้อ-ขาย อาหารทะเล อาหารทะเลแปรรูป ผลไม้ ผัก ไข่ไก่ อารมณ์ดี ล้วงหน้า การดำเนินการกิจกรรมในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการของกลุ่มด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 11.90 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 88.10 กิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคตด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 13.69 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 86.31

ด้านมีการกำหนดประเภทวัตถุดิบ อาหารทะเลสด ผัก ผลไม้ ไข่ไก่ อารมณ์ดี ล้วงหน้า การดำเนินการกิจกรรมในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการของกลุ่มด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 39.28 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 60.72 กิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคตด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 39.88 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 60.12

ด้านการสร้างตราสินค้าของกลุ่มที่เป็นอาหารทะเลสด อาหารทะเลแปรรูป ผัก ผลไม้ ไข่ไก่ อารมณ์ดี การดำเนินการกิจกรรมในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการของกลุ่มด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 53.57 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 46.43 กิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคตด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 51.19 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 48.81

ด้านมีการปรับแต่งสินค้า/บรรจุหีบห่อของกลุ่มที่เป็นอาหารทะเลสด อาหารทะเลแปรรูป ผัก ผลไม้ ไข่ไก่ อารมณ์ดีการดำเนินการกิจกรรมในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการของกลุ่มด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 51.19 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 48.81 กิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคตด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 28.57 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 71.43

ตารางที่ 4.21 กิจกรรมด้านการเพิ่มมูลค่าผลผลิต และด้านการลดความสูญเสียหรือลดต้นทุน สู่การเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน (ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์) ในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคง

กิจกรรมด้านการเพิ่มมูลค่าผลผลิต และด้านการลดความสูญเสียหรือลด ต้นทุนเกษตรกรของการแปรรูป	ได้ดำเนินการกิจกรรมที่ทำมาแล้วในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการ				กิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคต			
	การเพิ่มมูลค่า		การลดความสูญเสีย/ ลดต้นทุน		การเพิ่มมูลค่า		การลดความสูญเสีย/ ลดต้นทุน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ส่งเสริมให้สมาชิก/เกษตรกร ใช้วัตถุดิบ/ พันธุ์ดี เพื่อทำการแปรรูปเป็นอาหารของ กลุ่มวิสาหกิจ	84	50.00	84	50.00	104	61.90	64	38.10
ส่งเสริมให้สมาชิก/เกษตรกร ปรับปรุง คุณภาพการผลิตเพื่อทำการแปรรูปเป็น อาหารของกลุ่มวิสาหกิจ	44	26.19	124	73.81	15	8.93	153	91.07
แนะนำให้สมาชิก/เกษตรกรใช้ปัจจัยการ ผลิตที่มีคุณภาพเพื่อทำการแปรรูปเป็น อาหารของกลุ่มวิสาหกิจ	48	28.57	102	71.43	64	38.09	104	61.91
กำหนดเกรดวัตถุดิบ/สินค้า ที่จะแปรรูป เป็นอาหารของกลุ่มวิสาหกิจ	62	36.90	106	63.10	16	9.52	152	90.48
ทำการผลิตสินค้าชนิดใหม่/สร้างตราสินค้า ของกลุ่ม	68	40.48	100	59.52	42	25.00	126	75.00

จากตาราง 4.21 กิจกรรมด้านการเพิ่มมูลค่าผลผลิต และด้านการลดความสูญเสียหรือลดต้นทุนเกษตรกรของกิจกรรมด้านการเพิ่มมูลค่าผลผลิต และด้านการลดความสูญเสียหรือลดต้นทุนเกษตรกรของการแปรรูป

ด้านการส่งเสริมให้สมาชิก/เกษตรกร ใช้วัตถุดิบ/พันธุ์ดี เพื่อทำการแปรรูปเป็นอาหารของกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มวิสาหกิจได้ดำเนินการกิจกรรมที่ทำมาแล้วในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 50.00 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ได้ดำเนินการกิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคตด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 61.90 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 38.10

ด้านการส่งเสริมให้สมาชิก/เกษตรกร ปรับปรุงคุณภาพการผลิตเพื่อทำการแปรรูปเป็นอาหารของกลุ่มวิสาหกิจ กลุ่มวิสาหกิจได้ดำเนินการกิจกรรมที่ทำมาแล้วในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 26.19 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 73.81 ได้ดำเนินการกิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคต ด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 8.93 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 91.07

ด้านการแนะนำให้สมาชิก/เกษตรกรใช้ปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพเพื่อทำการแปรรูปเป็นอาหารของกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มวิสาหกิจได้ดำเนินการกิจกรรมที่ทำมาแล้วในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 28.57 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 71.43 ได้ดำเนินการกิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคต ด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 38.09 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 61.91

ด้านกำหนดเกรดวัตถุดิบ/สินค้า ที่จะแปรรูปเป็นอาหารของกลุ่มวิสาหกิจ กลุ่มวิสาหกิจได้ดำเนินการกิจกรรมที่ทำมาแล้วในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 63.10 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 36.90 ได้ดำเนินการกิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคต ด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 9.52 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 90.48

ด้านการทำการผลิตสินค้าชนิดใหม่/สร้างตราสินค้าของกลุ่ม กลุ่มวิสาหกิจได้ดำเนินการกิจกรรมที่ทำมาแล้วในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาที่ไม่ได้ดำเนินการด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 40.48 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 59.52 ได้ดำเนินการกิจกรรมที่คิดจะทำในอนาคตด้านการเพิ่มมูลค่า คิดเป็นร้อยละ 25.00 ด้านการลดความสูญเสีย/ลดต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 75.00

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ส่วนที่ 5 : การเปรียบเทียบข้ามกลุ่มผู้ผลิต/ผู้ค้าในห่วงโซ่กลุ่มวิสาหกิจดั้งเดิม  
 ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบศักยภาพของท่านกับผู้ผลิต/ผู้ค้าในห่วงโซ่กลุ่มวิสาหกิจดั้งเดิม  
 ของกลุ่มวิสาหกิจประมงพื้นบ้านและกลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์ ในภาพรวม

ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจกับ ผู้ผลิต/ผู้ค้า	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล	อันดับ
<b>ศักยภาพทางเทคนิคในการเพิ่มมูลค่า</b>				
ความสามารถในการเพิ่มมูลค่าและคุณภาพ ของสินค้า ผลไม้ ผัก อาหารและการแปรรูปเป็นอาหาร	4.15	.789	กลุ่ม ดีกว่า	1
ความสามารถในแนะนำตราสินค้า/สินค้าชนิดใหม่ออกสู่ตลาด/ หาตลาดใหม่ ของผัก ผลไม้ ไข่ไก่อารมณีดีและอาหารที่กลุ่มทำ	3.82	.989	กลุ่ม ดีกว่า	2
<b>รวม</b>	<b>3.99</b>	<b>.889</b>	<b>กลุ่ม ดีกว่า</b>	<b>1</b>
<b>ศักยภาพการลดต้นทุน และลดความสูญเสียของสินค้าและอาหารแปรรูป</b>				
การลดความสูญเสียในกระบวนการผลิต/การค้าของสินค้ากลุ่ม	3.30	.747	กลุ่ม ดีกว่า	1
การลดต้นทุนในกระบวนการผลิต/การค้าของสินค้าของกลุ่ม	2.58	.800	เท่ากัน	2
<b>รวม</b>	<b>2.94</b>	<b>.773</b>	<b>เท่ากัน</b>	<b>4</b>
<b>ความสามารถในพัฒนาสินค้าใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับกลุ่ม</b>				
การแบ่งปันแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างสมาชิกกลุ่ม ระหว่างกลุ่ม หน่วยงานภาครัฐ ตลอดจนผู้ขายวัตถุดิบและ ผู้บริโภค	3.71	.743	กลุ่ม ดีกว่า	1
การลงทุนในบริการ/โครงสร้างพื้นฐานที่เป็น	3.64	.768	กลุ่ม ดีกว่า	2
ประโยชน์ เช่นรถ สถานที่เก็บถนอมอาหาร ห้องอบ	2.10	.731	กลุ่มแย่กว่า	4
การมีกรมอบหมายให้สมาชิกส่งเสริมให้คำแนะนำในตัวสินค้า ของกลุ่มอย่างเป็นทางการ	2.48	1.003	กลุ่มแย่กว่า	3
<b>รวม</b>	<b>2.98</b>	<b>.811</b>	<b>กลุ่มแย่ กว่า</b>	<b>3</b>

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ประเด็นปัญหาด้าน	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล	อันดับ
<b>ด้านประสิทธิภาพด้านการตลาด</b>				
การลดความแปรปรวนของราคาสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจ	2.60	.768	กลุ่มแย่กว่า	3
ความสม่ำเสมอของปริมาณสินค้าที่ผลิต/ขาย	2.43	.907	กลุ่มแย่กว่า	4
การสร้างบรรจุภัณฑ์ หรือหีบห่อสินค้าที่โดดเด่นให้กับลูกค้า	3.84	.695	กลุ่ม ดีกว่า	1
การขนส่งและการส่งมอบสินค้า รวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ	3.65	.629	กลุ่ม ดีกว่า	2
<b>รวม</b>	<b>3.13</b>	<b>.749</b>	<b>เท่ากัน</b>	<b>2</b>
<b>ด้านแหล่งเงินทุน</b>				
การเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงิน	2.15	.916	กลุ่มแย่กว่า	2
การระดมทุนจากหุ้นส่วนจากสมาชิกกลุ่ม	3.07	.986	เท่ากัน	1
การได้รับเงินทุนจากโครงการของหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจ	1.79	.803	กลุ่มแย่มาก	3
<b>รวม</b>	<b>2.34</b>	<b>.901</b>	<b>กลุ่มแย่มากกว่า</b>	<b>5</b>

จากตาราง 4.22 การเปรียบเทียบศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจกับผู้ผลิต/ผู้ค้าในห่วงโซ่อุปทาน กลุ่มวิสาหกิจดั้งเดิม ในด้านศักยภาพทางเทคนิคในการเพิ่มมูลค่า ศักยภาพการลดต้นทุน และลดความสูญเสียของสินค้าและอาหารแปรรูป ความสามารถในการพัฒนาสินค้าใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับกลุ่ม ด้านประสิทธิภาพด้านการตลาด และด้านแหล่งเงินทุน ในภาพรวมพบว่า

ศักยภาพทางเทคนิคในการเพิ่มมูลค่าในภาพรวมกลุ่มวิสาหกิจทำได้ในระดับดีกว่า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ส่วนรายด้านพบว่าความสามารถในการเพิ่มมูลค่า/และคุณภาพ ของสินค้า ผลไม้ ผัก อาหารและการแปรรูปเป็นอาหาร อยู่ในระดับกลุ่มทำได้ดีกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และด้านการลดต้นทุนในกระบวนการผลิต/การค้าของสินค้าของกลุ่มความสามารถในแนะนำตราสินค้า/สินค้าชนิดใหม่



ออกสู่ตลาด/หาตลาดใหม่ ของผัก ผลไม้ ไข่ไก่อารมณ์ดีและอาหารที่กลุ่มทำ อยู่ในระดับกลุ่มทำได้ดีกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82

ศักยภาพการลดต้นทุน และลดความสูญเสียของสินค้าและอาหารแปรรูปในภาพรวมกลุ่ม วิสาหกิจทำได้ในระดับเท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 ส่วนรายด้านพบว่าด้านการลดความสูญเสียใน กระบวนการผลิต/การค้าของสินค้ากลุ่ม กลุ่มทำได้ในระดับดีกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 และด้านการลด ต้นทุนในกระบวนการผลิต/การค้าของสินค้าของกลุ่ม กลุ่มทำได้ในระดับเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.58

ความสามารถในพัฒนาสินค้าใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับกลุ่ม กลุ่มทำได้ในระดับต่ำกว่า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 ส่วนรายด้านพบว่า การแบ่งปันแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างสมาชิกกลุ่ม ระหว่างกลุ่ม หน่วยงานภาครัฐ ตลอดจนผู้ขายวัตถุดิบและผู้บริโภค กลุ่มทำได้ในระดับดีกว่า มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.71 รองลงมาคือการลงทุนในบริการ/โครงสร้างพื้นฐานที่เป็น กลุ่มทำได้ในระดับดีกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 การมีการมอบหมายให้สมาชิกส่งเสริมให้คำแนะนำในตัวสินค้าของกลุ่มอย่างเป็นทางการ กลุ่มทำได้ในระดับต่ำกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.48 และประโยชน์ เช่นรถ สถานที่เก็บถนอมอาหาร ห้องอบ กลุ่มทำได้ในระดับต่ำกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.10

ด้านประสิทธิภาพด้านการตลาดในภาพรวมกลุ่มทำได้ในระดับเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 ส่วนในรายด้านพบว่า การสร้างบรรจุภัณฑ์ หรือหีบห่อสินค้าที่โดดเด่นให้กับลูกค้า กลุ่มทำได้ใน ระดับดีกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 รองลงมาคือการขนส่งและการส่งมอบสินค้า รวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ กลุ่มทำได้ในระดับดีกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 การลดความแปรปรวนของราคาสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจ กลุ่มทำได้ในระดับต่ำกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60 และความสม่ำเสมอของปริมาณสินค้าที่ผลิต/ขาย กลุ่มทำได้ในระดับเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13

ด้านแหล่งเงินทุน ในภาพรวมกลุ่มทำได้ในระดับต่ำกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.34 ส่วนในราย ด้านพบว่า การระดมทุนจากหุ้นส่วนจากสมาชิกกลุ่ม กลุ่มทำได้ในระดับเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 การเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงิน กลุ่มทำได้ในระดับต่ำกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.15 และ การได้รับเงินทุนจากโครงการของหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจ กลุ่มทำได้ในระดับแ่ กว่ามาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.79

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ส่วนที่ 6 การพัฒนาองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมอาหาร การแปรรูป การถนอมอาหาร การลดการสูญเสีย สร้างวัฒนธรรมท้องถิ่นด้านธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน เพื่อยกระดับเป็นแหล่งการท่องเที่ยวและอาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัด จันทบุรีและจังหวัดตราด

คณะผู้วิจัยดำเนินการจัดโครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการโดยได้เชิญผู้เชี่ยวชาญที่เป็นนัก โภชนาการ จำนวน 3 ท่าน โดยคณะผู้วิจัยได้เสนอประเด็นการพัฒนาองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมอาหาร การแปรรูป การถนอมอาหาร การลดการสูญเสีย การทำอาหารทะเลออร์แกนิก (Organic Seafood) เพื่อ สุขภาพ ดังภาพที่ 4.28



ภาพที่ 4.28 การสัมมนาพัฒนาองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมอาหาร



ภาพที่ 4.29 การสาธิตการปรุง การถนอมอาหาร การลดความสูญเสียและการสร้างนวัตกรรมอาหาร



ภาพที่ 4.30 นวัตกรรมอาหารพร้อมรับประทานในโครงการสัมมนา

**โครงการสัมมนาการพัฒนาองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมอาหาร การแปรรูป การถนอมอาหาร  
การลดการสูญเสีย การสร้างนวัตกรรมท้องถิ่นด้านธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน เพื่อยกระดับเป็นแหล่ง  
การท่องเที่ยว และอาหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด**

\*\*\*\*\*

- 1.ชื่อโครงการ** การพัฒนาองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมอาหาร การแปรรูป การถนอมอาหาร การลดการสูญเสีย การสร้างนวัตกรรมท้องถิ่นด้านธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน เพื่อยกระดับเป็นแหล่งการท่องเที่ยวและอาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรีและตราด
- 2.หน่วยงานที่รับผิดชอบ :** แผนงานวิจัยการศึกษาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของสินค้าเกษตรและประมงอินทรีย์ เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเส้นทางอัญมณีและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนพื้นฐานการพึ่งพาตนเองที่ยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด.
- 3.ที่มาความสำคัญ/ประเด็นปัญหา/หลักการและเหตุผล**

การถนอมอาหาร หมายถึง การเก็บรักษาอาหารโดยวิธีต่างๆ ให้อยู่ในสภาพที่ ใกล้เคียงกับของสดมากที่สุดสามารถเก็บรักษาอาหารได้นานขึ้น โดยสูญเสียคุณภาพ และคุณค่าทางโภชนาการน้อยที่สุดแต่ยังคงคุณลักษณะทางคุณภาพซึ่งเป็นที่ต้องการ ของผู้บริโภค การแปรรูปอาหาร หมายถึง การนำอาหารมาผ่านกระบวนการต่างๆ เพื่อให้ได้ ผลิตภัณฑ์อาหารที่ปรุงสำเร็จ สามารถบริโภคได้มีลักษณะตามต้องการ มีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค บริโภคได้อย่างปลอดภัยและอาจช่วยให้สามารถเก็บรักษาอาหารไว้ได้ระยะหนึ่งด้วย

การถนอมและแปรรูปอาหารมีความหมายใกล้เคียงกันมากโดยการถนอม อาหารจะให้ความสำคัญกับการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้นาน ในขณะที่การแปรรูป อาหารจะให้ความสำคัญกับการทำผลิตภัณฑ์ให้มีคุณลักษณะตามที่ต้องการ มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ ซึ่งอายุการเก็บจะยาวนานหรือไม่ขึ้นอยู่กับความต้องการของ ผู้บริโภค แต่โดยส่วนใหญ่แล้วการแปรรูปอาหารจะมีผลในการยืดอายุการเก็บหรือ ถนอมอาหารด้วยเช่นกัน การถนอมและแปรรูปอาหารจึงมีความสำคัญ คือ เป็นการกำจัดยับยั้ง หรือ ทำลายจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรคที่ปนเปื้อนมาในอาหารและจุลินทรีย์ที่ทำให้อาหาร เสื่อมเสีย ทำลายสารพิษต่างๆ จึงทำให้อาหารสามารถเก็บรักษาได้นานยิ่งขึ้น ลดปัญหาผลผลิตล้นตลาด ลดการขาดแคลนอาหาร มีอาหารบริโภคนอกฤดูกาล สะดวกในการขนส่งและในระหว่างกระบวนการถนอมและแปรรูปอาหารยังสามารถ เติมหรือลดสารอาหารบางอย่าง เช่น ไขมัน วิตามิน แร่ธาตุต่างๆ เพื่อเพิ่มคุณค่าทาง โภชนาการให้กับอาหารได้อีกด้วย นอกจากนี้ยังทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีลักษณะ หรือ

รสชาติแตกต่างไปจากเดิม และผู้บริโภคมีทางเลือกมากยิ่งขึ้น เช่น นมไขมันต่ำ กัมมีเยลลี่เสริมวิตามินซี เป็นการสร้างอาชีพ เพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว ในปัจจุบันการถนอมและแปรรูปอาหารได้เกิดการพัฒนา เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารพร้อม ประุง อาหารพร้อมบริโภค อาหารจานด่วน เพื่อรองรับวิถีชีวิตคนในยุคปัจจุบันที่ ต้องการความสะดวกรวดเร็ว ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการถนอมและแปรรูปอาหารจะเป็น วิธีการหนึ่งในการสร้างนวัตกรรมทางอาหารที่ตอบสนองต่อชีวิตของคนในอนาคต

ปัจจุบันมีการพัฒนาการถนอมและแปรรูปอาหารในสถาบันการ ศึกษาต่างๆ มากมายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเช่น การพัฒนาอาหาร วุ้นแบบเลเยอร์ที่มีเบต้าแคโรทีน จากฟักทอง มันเทศ และแครอท โดยนำฟักทอง มันเทศและแครอทที่เป็นผักปลูกได้ง่ายสามารถปลูกได้ ทุกฤดูกาลอุดมด้วยวิตามินเอ ในรูปของเบต้าแคโรทีน ซึ่งเป็นสารต้านอนุมูลอิสระ ลดอัตราเสี่ยงของ มะเร็ง ช่วย ดูแลรักษาผิวพรรณ บำรุงสุขภาพของดวงตา ละลดความแก่ มาพัฒนาเป็นอาหาร วุ้นขึ้นรูป ในรูปแบบชิ้นซึ่งยังไม่เคยมีมาก่อน เพื่อให้มีรสชาติและเนื้อสัมผัสที่หลากหลาย หลายถูกใจผู้บริโภคและเพิ่ม มูลค่าผลิตภัณฑ์รวมถึงเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคอีก ทางหนึ่ง โดย 1 หน่วยบริโภค มี 45 กรัม ให้ วิตามินเอ 11.5 เปอร์เซ็นต์ของปริมาณ วิตามินเอที่แนะนำให้บริโภคต่อวัน ใครบางคนเคยกล่าวไว้ว่าการ ออกแบบที่มี “วัฒนธรรม” เป็นตัวตั้งนั้นเป็นเรื่องไม่สนุก ด้วยว่าเป็นการออกแบบที่ถูก “ปิดล้อม” อยู่ภายใต้เอกลักษณ์สำคัญประจำถิ่น อันจะต้องครอบคลุมถึงวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม จารีตประเพณี ฯลฯ ของมนุษย์ทุกคนราวกับเป็นเงาตามตัว การจะขยับออกนอกเส้นวัฒนธรรมที่มีมาแต่เดิมนั้นก็ดูจะเป็นเรื่อง ยากเย็น ขณะที่คนอีกกลุ่มหนึ่งกลับเชื่อมั่นว่า “วัฒนธรรม” และ “การออกแบบ” เป็นสองสิ่งที่สามารถ อยู่ร่วมกันได้ เพียงแต่ต้องสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับคำว่า “วัฒนธรรมท้องถิ่น” ให้ตรงกันเสียก่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมตะวันออกนั้น เรื่องของวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ฝังรากลึกจนกลายเป็น “จุดแข็ง” และ “ต้นทุน” ที่สำคัญในการพัฒนาประเทศ (เมื่อวิเคราะห์ในเชิงความหลากหลายของวัฒนธรรม, ประเพณีอันเป็นเอกลักษณ์, ประวัติศาสตร์ที่แสนยาวนาน, ความละเอียดอ่อนในการสร้างสรรค์ผลงานที่มี ชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากทั่วโลก ตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น) ซึ่งหาก คนในชาติมีความเข้าใจในเรื่องของ “วัฒนธรรมท้องถิ่น” ที่ตรงกันแล้ว ก็จะทำให้การออกแบบภายใต้ กรอบของวัฒนธรรมกลายเป็นเรื่องของการสร้างสรรค์ร่วมสมัย และทำได้ง่ายโดยไม่ยากเย็น

**ความหมายของวัฒนธรรมท้องถิ่น** หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับสิ่งที่ตั้งงาม สิ่งที่มีคุณค่า ซึ่งคนใน สังคมประพุดหรือแสดงออกมาซ้ำนาน สามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ 1. ขนบธรรมเนียม ประเพณี และความเชื่อ 2. ภาษา วรรณกรรม ศิลปกรรม และโบราณคดี 3. การละเล่น ดนตรี และการ พักผ่อนหย่อนใจ 4. ชีวิต ความเป็นอยู่ 5. วิทยาการ

**ความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น** คือ วิถีชีวิตของคนในแต่ละชุมชน เป็นมรดกสืบทอดกันมา และทุกคนในท้องถิ่นย่อมมีความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าของร่วมกัน (ก่อให้เกิดความรักความหวงแหน) โดยมีศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นเป็นตัวบ่งชี้ความสำคัญของคนในสังคมซึ่งสืบทอดกันมาช้านาน

**ประโยชน์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น** 1) เป็นเครื่องมือที่ก่อให้เกิดความรัก ความสามัคคี สร้างความเข้าใจ และการรวมพลังในการสร้างสรรค์บางสิ่งบางอย่างร่วมกันของคนในท้องถิ่น 2) สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของกลุ่มคนที่แตกต่างกันไปตามสภาพสิ่งแวดล้อม โดยมีศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านเป็นตัวกำหนด 3) ให้ความบันเทิงแก่กลุ่มชนในสังคม เช่น การฟังเพลง การร้องเพลง การแสดงมหรสพ ตลอดจนพิธีกรรมและประเพณีในเทศกาลต่าง ๆ 4) เป็นเครื่องมือให้การศึกษาและเป็นหลักฐานอันสำคัญยิ่งของชีวิต ที่ทำหน้าที่อบรมคนในสังคมให้รู้จักรับผิดชอบ ตลอดจนช่วยปลูกฝังคุณธรรมให้แก่คนในชุมชน 5) เป็นเครื่องฝึกพัฒนาการทางด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์และสังคมให้เยาวชนทั่วไป และ 6) เป็นเครื่องมือในการควบคุมทางสังคม เพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่จำต้องอยู่รวมและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ภายใต้ระเบียบแบบแผนและกฎเกณฑ์อันเป็นแนวปฏิบัติร่วมกันในสังคมนั้น

การยกระดับเป็นแหล่งการท่องเที่ยวและอาหาร เชื่อหรือไม่ว่าปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่า 32.5 ล้านคน สร้างรายได้ให้ประเทศมากกว่า 1.6 ล้านล้านบาท นับเป็นตัวเลขที่น่ายินดีเป็นอย่างยิ่งสำหรับประเทศไทยที่ไม่ว่า จะเดินทางไปมุมไหนของโลก เรามักจะได้พบเจอกับผู้คนจากหลากหลายชาติ ที่ล้วนเคยมาเยือนประเทศไทยแล้วทั้งนั้น ดังนั้นประเทศไทยของเราที่ถือเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยว ในฝันของประชาชนชาวโลกเลยทีเดียว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้น ไม่ว่าจะเกิดเหตุภัยธรรมชาติ ภัยการเมือง หรือเหตุการณ์ใดๆ นักท่องเที่ยวยังคงหลั่งไหลเข้าประเทศอย่างไม่ขาดสาย เพราะประเทศไทยขึ้นชื่อว่า มาแล้วคุ้มค่า เพราะเต็มไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่หาที่สวายนาม ภูเขาที่อุดมสมบูรณ์ รวมทั้งมีประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ อาหารที่โดดเด่นหลากหลายชนิด และไมตรีจิตของคนไทยที่ใครได้พบเจอก็ล้วนประทับใจ ถือเป็นประเทศที่มาที่เดียวได้ทุกอย่างครบจริง ๆ อีกทั้งมาง่ายคุ้มค่าเงินถ้าเทียบกับการไปท่องเที่ยวในประเทศอื่นๆ ดังนั้นจึงไม่แปลกเลยที่ประเทศไทยจะติดอันดับประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 3 ของโลก รองจากสหรัฐอเมริกา และสเปนเท่านั้น

การที่นักท่องเที่ยวเข้ามามากมายรายได้ที่ล้นหลามทุกอย่างดูจะเป็นเรื่องที่ดีสำหรับประเทศไทย แต่คำถามสำคัญคือคนเข้ามาเยอะขึ้นรายได้เพิ่มขึ้นแล้วทำไมชุมชนท้องถิ่นที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวหลักไม่ว่าจะเป็นกรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต พัทยา ถึงยังไม่มีความสุขแถมยังลุกขึ้นมาต่อต้านการท่องเที่ยว ออกมาสะท้อนปัญหาที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวไม่ว่าจะรุดติดความแออัดการย้ายถิ่นเพราะสู้ค่าครองชีพ ไม่ไหว ฯลฯ ถ้าเช่นนั้นการท่องเที่ยวสร้างประโยชน์ให้คนท้องถิ่นจริงหรือไม่นี่คือสิ่งที่เราต้องหันมาลองคิดหาคำตอบกันอย่างจริงจังมากขึ้นจะดีกว่าหรือไม่หากเราสามารถทำให้คนในชุมชนมีความสุขกับการเติบโต

ของการท่องเที่ยวโดยคนในชุมชนได้รับประโยชน์ในแบบที่ตนเองต้องการไม่ว่าจะเป็นรายได้ที่เพิ่มขึ้น สิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้นการได้ฟื้นฟูวิถีชีวิตดั้งเดิมการที่ลูกหลานกลับมาอยู่บ้านหรือการที่ชุมชนมีความสามัคคีกันมากขึ้นซึ่งกระบวนการที่จะผลักดันให้เกิดสิ่งเหล่านี้ได้คือ ‘การท่องเที่ยวโดยชุมชน’ การท่องเที่ยวที่จะช่วย สร้างประโยชน์ให้กับชุมชนท้องถิ่นที่มีฐานะเป็น ‘เจ้าบ้าน’ ในทุกแหล่งท่องเที่ยว นั่นเอง สิ่งที่สำคัญที่สุดในการก้าวข้ามปัจจัยท้าทายทั้ง 2 ประการนั้นได้คือการพัฒนาศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นให้มีความรู้ และทักษะที่จำเป็นในการเข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการรู้เท่าทัน ข้อดีและข้อเสียของการท่องเที่ยว การบริหารจัดการและการเพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่น การเป็นเจ้าบ้านที่ดี การเล็งเห็นถึงโอกาสในการเชื่อมโยงชุมชนกับการท่องเที่ยว เป็นต้น

ในการพัฒนาศักยภาพชุมชนนั้นมีภาคส่วนต่างๆเข้ามาเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทหลากหลาย ภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง หรือภาควิชาการทั้งสถาบันการศึกษาและองค์กรพัฒนาเอกชนหรือ NGOs ต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องมากมายการมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมากมายหลากหลายเช่นนี้ ทำให้ทิศทางการพัฒนาที่มีความหลากหลายแตกต่างไปตามภารกิจหรือแนวทางของแต่ละหน่วยงาน ดังนั้น ภาคส่วนต่างๆ โดยเฉพาะภาคประชาชนจึงจำเป็นต้องหันหน้าเข้ามา ‘ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมรับผลประโยชน์’ ทำให้เกิดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบที่จะเกิดประโยชน์กับชุมชนท้องถิ่นสูงสุดเพื่อให้ทุกฝ่ายได้ร่วมกันขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ เพราะเมื่อทุกฝ่ายได้เข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่ต้น เมื่อเกิดผลประโยชน์หรือผลเสียทุกฝ่ายจะได้ร่วมกันรับผิดชอบและร่วมรับผลประโยชน์ในระยะยาวร่วมกันการร่วมคิดร่วมวางแผนเพื่อให้เกิดทิศทางการทำงานร่วมกันเพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนให้สามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้ จึงก่อให้เกิด ‘แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชน อย่างยั่งยืน พ.ศ. 2559-2563 (CBT Thailand)’ จัดทำขึ้นโดยคณะกรรมการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ภายใต้คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) ซึ่งผ่านความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีแล้ว เมื่อวันที่ 31 มกราคม 2560 โดยมีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นประธานและองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน(องค์การมหาชน)หรือ อพท.เป็นฝ่ายเลขานุการเพื่อประสานการทำงานกับภาคีทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนดังกล่าวจึงถือเป็นแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวฉบับแรกของประเทศไทยที่มุ่งเน้นการพัฒนาในระดับชุมชนเป็นหลักเพื่อให้เกิดการกระจายประโยชน์จากการท่องเที่ยวไปสู่เศรษฐกิจฐานรากอย่างแท้จริง โดยมีวิสัยทัศน์ว่า “การท่องเที่ยวโดยชุมชนของไทย พัฒนาสู่สากลอย่างมีเอกภาพบนฐานการรักษา และจัดการทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนสู่ชุมชนแห่งความสุข” นั่นเอง

ในการจัดสัมมนาเรื่อง “การพัฒนาความรู้ด้านนวัตกรรมอาหาร การแปรรูป การถนอมอาหาร การลดการสูญเสีย การสร้างวัฒนธรรมท้องถิ่นท่องเที่ยวชุมชน เพื่อยกระดับเป็นแหล่งการท่องเที่ยวและ

อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรีและตราด”ให้มีความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพของนวัตกรรม ซึ่งแต่ละหมวดมีความสำคัญมาก มีกลไกและกระบวนการทำงานที่หลากหลายชัดเจนเพื่อนำไปปรับปรุงการทำงานให้เกิดประโยชน์กับประชาชนในพื้นที่ และขอบคุณทุกหน่วยงานที่ให้ความสำคัญในการเข้าร่วมเป็นวิทยากร/อภิปรายให้ผู้เข้าร่วมสัมมนา

#### 4. วัตถุประสงค์

- 4.1 เพื่อสร้างองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมอาหารแก่ชุมชนเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจชุมชน ผู้บริโภคในชุมชนและผู้ประกอบการร้านอาหาร โฮมสเตย์ ประมงพื้นบ้าน
- 4.2 เพื่อสร้างวัฒนธรรมท้องถิ่นด้านประกอบอาหารเชื่อมโยงธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนให้เป็นแหล่งการท่องเที่ยวและอาหารในพื้นที่จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด
- 4.3 เพื่อยกระดับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้เป็นแหล่งการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่นด้านอาหารในพื้นที่จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

#### 5. เป้าหมาย

- 5.1 เป้าหมายเชิงปริมาณ
  - ผู้ประกอบการผู้ประกอบการร้านอาหาร โฮมสเตย์ ประมงพื้นบ้าน จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด ไม่ต่ำกว่า 100 คน
- 5.2 เป้าหมายเชิงคุณภาพ
  - ผู้เข้าร่วมสัมมนาเกิดความรู้ในด้านนวัตกรรมอาหาร การแปรรูป การถนอมอาหาร การลดการสูญเสีย การสร้างวัฒนธรรมท้องถิ่นด้านธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80
  - ผู้เข้าร่วมสัมมนาเกิดความพึงพอใจ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80
  - ผู้เข้าร่วมสัมมนาสามารถนำความรู้ไปสู่การปฏิบัติจริงได้ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80

#### 6. สถานที่ วันและเวลา

- 6.1 สถานที่ดำเนินโครงการ คณะวิทยาการจัดการ
- 6.2 สถานที่จัดทำโครงการ บางชั้นเรียนแพ ตำบลบางชั้น อำเภอลอง จังหวัดจันทบุรี
- 6.3 ระยะเวลาดำเนินงานโครงการ



## 7. ขั้นตอน/วิธีการดำเนินงานโครงการ

กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	กรอบเวลา															ทรัพยากรที่ใช้
		ธันวาคม 2560 - พฤศจิกายน 2562 (เดือน)															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
ก่อนจัดทำโครงการ																	
1.ประชุมเพื่อกำหนดหัวข้อโครงการ สัมมนา	หัวหน้าแผน	↔															กระดาษรายงาน
2.วางแผนและกำหนดบทบาทหน้าที่ความ รับผิดชอบ	ทีมวิจัย	↔															กระดานไวท์บอร์ด
3.เขียนโครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ	ทีมวิจัย		↔														อุปกรณ์
4.ทำหนังสือเชิญวิทยากร	ทีมวิจัย			↔													คน/คอมพิวเตอร์
5.ประชาสัมพันธ์ผู้เข้าร่วมสัมมนาและ ประสานขออนุญาตใช้สถานที่ในการจัด สัมมนา	ทีมวิจัย																โทรศัพท์/ ยานพาหนะ
จัดทำโครงการ																	
1.จัดเตรียมสถานที่ "บางชั้นเรียนแพ"	ทีมวิจัย								↔								คน/เงิน/สื่อโสตฯ
2.จัดทำโครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ	ทีมวิจัย								↔								คน/เงิน/สื่อโสตฯ
หลังจัดทำโครงการ																	
1.สรุปผลการดำเนินงานโครงการ	ทีมวิจัย														↔		คน

## 8.ประมาณการงบประมาณ

### หมวดที่ 1 ค่าตอบแทน

ค่าตอบแทนวิทยากรจำนวน 3 ท่าน ท่านละ 1,200 บาท	3,600 บาท
ผู้เข้าร่วมสัมมนา 100 ท่าน ท่านละ 300 บาท	30,000 บาท
<b>รวม</b>	<b>33,600 บาท</b>

### หมวดที่ 2 ค่าใช้สอย

ค่าอาหาร (220×120)	24,000 บาท
ค่าเดินทางสำหรับวิทยากร 3 ท่านละ 500 บาท	1,500 บาท
ค่าอาหารว่าง (220× 50)	11,000 บาท
ค่าสถานที่	10,000 บาท
<b>รวม</b>	<b>46,500 บาท</b>

### หมวดที่ 3 ค่าวัสดุ/อุปกรณ์

สมุดโน้ต ปากกา ป้ายชื่อ เทปกาว และวัสดุอื่นๆ	2,000 บาท
ค่าป้ายไวนิล	1,000 บาท
<b>รวม</b>	<b>3,000 บาท</b>

**รวมงบประมาณทั้งโครงการ 83,100 บาท**

## 9. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้เข้าร่วมสัมมนา มีการพัฒนาการทางด้านความรู้ในด้านนวัตกรรมอาหาร การแปรรูป การถนอมอาหาร เพื่อยกระดับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว และอาหารในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด
2. ผู้เข้าร่วมสัมมนาสามารถนำความรู้ ความเข้าใจที่ได้รับจากการสัมมนาไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันร่วมเสนอแนวความคิดเห็นอันเกิดประโยชน์แก่ชุมชนท้องถิ่น
3. ผู้เข้าร่วมสัมมนาสามารถนำความรู้ที่ได้มายกระดับวิสาหกิจชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว และอาหาร

การประเมินผลโครงการการพัฒนาองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมอาหาร การแปรรูป การถนอมอาหาร การลดการสูญเสีย การสร้างนวัตกรรมท้องถิ่นด้านธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน เพื่อยกระดับเป็นแหล่งการท่องเที่ยวและอาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรีและตราด

ตารางที่ 4.23 ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมอบรมสัมมนา	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	34	28.33
หญิง	86	71.67
<b>รวม</b>	<b>120</b>	<b>100.00</b>
<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b>		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	80	66.67
มัธยมศึกษา	30	25.00
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	6	5.00
ปริญญาตรี	4	3.33
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>120</b>	<b>100.00</b>
<b>อาชีพ</b>		
ประมงพื้นบ้าน	38	31.67
เจ้าของกิจการโฮมสเตย์	46	38.33
เจ้าของร้านอาหารในชุมชน	36	30.00
<b>รวม</b>	<b>120</b>	<b>100.00</b>
<b>ประสบการณ์การเข้ารับการอบรม</b>		
เคย	8	6.67
ไม่เคย	112	93.33
<b>รวม</b>	<b>120</b>	<b>100.00</b>
<b>การรับรู้โครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ</b>		
จากการเปิดตัวโครงการวิจัย	38	31.67
การประชาสัมพันธ์ในชุมชน	20	16.67
ป้ายประชาสัมพันธ์โครงการ	12	10.00
โทรศัพท์ติดต่อ	50	41.67
<b>รวม</b>	<b>120</b>	<b>100.00</b>

**ตารางที่ 4.24** ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดโครงการพัฒนาองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมอาหาร การแปรรูป การถนอมอาหาร การลดการสูญเสียสร้างนวัตกรรมท้องถิ่นด้านธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน เพื่อยกระดับเป็นแหล่งการท่องเที่ยวและอาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	แปลผล	อันดับ
<b>การบรรยายเรื่องการพัฒนาองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมอาหาร การแปรรูป การถนอมอาหาร</b>				
ความเข้าใจในการบรรยาย	4.25	.962	มากที่สุด	2
ความรู้ที่ได้รับจากการบรรยาย	4.32	0.831	มากที่สุด	1
เวลาที่วิทยากรใช้ในการบรรยาย	4.18	0.85	มาก	3
<b>การบรรยายเรื่องการลดการสูญเสียของอาหารในการสร้างนวัตกรรมท้องถิ่นด้านธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน</b>				
ความเข้าใจในการบรรยาย	4.52	.913	มากที่สุด	1
ความรู้ที่ได้รับจากการบรรยาย	4.43	.768	มากที่สุด	2
เวลาที่วิทยากรใช้ในการบรรยาย	4.02	.684	มาก	3
<b>การบรรยายเรื่องยกระดับเป็นแหล่งการท่องเที่ยวและอาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน</b>				
ความเข้าใจในการบรรยาย	4.32	.773	มากที่สุด	2
ความรู้ที่ได้รับจากการบรรยาย	4.45	.814	มากที่สุด	1
เวลาที่วิทยากรใช้ในการบรรยาย	4.11	.715	มาก	3
<b>การขอรับคำปรึกษาจากวิทยากร</b>				
ความรู้ที่ได้รับจากการขอรับคำปรึกษา	4.45	.819	มากที่สุด	2
ความเข้าใจที่ได้รับจากการขอรับคำปรึกษา	4.52	.864	มากที่สุด	1
ความเหมาะสมของเวลาที่วิทยากรใช้ในการให้คำปรึกษา	4.21	.716	มากที่สุด	3
<b>ประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการ</b>				
สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้และถ่ายทอดความรู้ในกิจการตนเองหรือชุมชนได้เป็นอย่างดี	4.35	.816	มากที่สุด	4
ทำให้เกิดวัฒนธรรมอาหารและการเกิดเครือข่ายธุรกิจ	4.47	.772	มากที่สุด	2

ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	แปลผล	อันดับ
ระหว่างชุมชนและกิจการ				
สามารถนำความรู้ที่ได้ไปสร้างนวัตกรรมอาหารให้กับกิจการและตนเองได้เป็นอย่างดี	4.37	.912	มากที่สุด	3
ประโยชน์ที่ได้รับโดยภาพรวม	4.52	.892	มากที่สุด	1
<b>การจัดโครงการและการดำเนินงานโครงการ</b>				
ความเหมาะสมของสถานที่จัดโครงการ	4.42	.817	มากที่สุด	2
ความเหมาะสมของวันที่ใช้ในการจัดโครงการ	3.98	.516	มาก	3
ความเหมาะสมของอาหารที่รับประทานในการจัดโครงการ	4.50	.865	มากที่สุด	1
ความเหมาะสมของเวลาที่จัดโครงการ	3.97	.806	มาก	4

สรุปการประเมินผลโครงการการพัฒนาองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมอาหาร การแปรรูป การถนอมอาหาร การลดการสูญเสีย การสร้างนวัตกรรมท้องถิ่นด้านธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน เพื่อยกระดับเป็นแหล่งการท่องเที่ยวและอาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรีและตราด ส่วนใหญ่ผู้เข้าร่วมอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.67 ชาย คิดเป็นร้อยละ 28.33 ระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่ามัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาเป็นระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 25.00 อนุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 5.00 และปริญญาตรี ร้อยละ 3.33 อาชีพของผู้เข้าร่วมอบรมส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการโฮมสเตย์ คิดเป็นร้อยละ 38.33 ประมงพื้นบ้าน คิดเป็นร้อยละ 31.67 และเจ้าของร้านอาหารในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ประสบการณ์การเข้ารับการอบรมในเรื่องการสร้างนวัตกรรมอาหารทะเลส่วนใหญ่ยังไม่เคยเข้ารับการอบรม คิดเป็นร้อยละ 93.33 และเคยเข้ารับการอบรม คิดเป็นร้อยละ 6.67 การรับรู้ข่าวสารโครงการอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการในครั้งนี้ได้รับรู้ข่าวสารจากทีมงานวิจัยได้โทรศัพท์ติดต่อ คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมาคือจากการเปิดตัวโครงการวิจัย คิดเป็นร้อยละ 31.67 การประชาสัมพันธ์ในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และป้ายประชาสัมพันธ์โครงการ คิดเป็นร้อยละ 10.00

### ภาพนวัตกรรมอาหาร



ภาพที่ 4.31 นวัตกรรมอาหารพร้อมรับประทาน

ส่วนความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการจัดการโครงการพัฒนาองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมอาหาร การแปรรูป การถนอมอาหาร การลดการสูญเสียสร้างนวัตกรรมท้องถิ่นด้านธุรกิจ ท้องเที่ยวชุมชน เพื่อยกระดับเป็นแหล่งการท่องเที่ยวและอาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด พบว่า

การบรรยายเรื่องการพัฒนาองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมอาหาร การแปรรูป การถนอมอาหาร ผู้เข้าอบรมมีความเข้าใจในการบรรยาย ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เกิดความรู้ที่ได้รับจากการบรรยาย ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และมีความพึงพอใจในเวลาที่ใช้วิทยากรใช้ในการบรรยาย ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

การบรรยายเรื่องลดการสูญเสียของอาหารในการสร้างนวัตกรรมท้องถิ่นด้านธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนผู้เข้าร่วมอบรมสัมมนามีความเข้าใจในการบรรยาย ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 เกิดความรู้ที่ได้รับจากการบรรยาย ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และพึงพอใจเวลาที่วิทยากรใช้ในการบรรยาย ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

การบรรยายเรื่องยกระดับเป็นแหล่งการท่องเที่ยวและอาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เข้าร่วมอบรมมีความเข้าใจในการบรรยาย ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 เกิดความรู้ที่ได้รับจากการบรรยาย ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และพึงพอใจในเวลาที่ใช้วิทยากรใช้ในการบรรยาย ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

การขอรับคำปรึกษาจากวิทยากรของผู้เข้าร่วมอบรมเกิดความรู้อันได้รับจากการขอรับคำปรึกษา ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 เกิดความเข้าใจที่ได้รับจากการขอรับคำปรึกษา ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ส่วนความเหมาะสมของเวลาที่วิทยากรใช้ในการให้คำปรึกษา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ผู้เข้าอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการครั้งนี้ได้ประโยชน์จากโครงการในภาพรวมในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ประโยชน์ที่ได้รับจากการอบรมครั้งนี้ผู้เข้าอบรมสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้และถ่ายทอดความรู้ในกิจการตนเองหรือชุมชนได้เป็นอย่างดี ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ทำให้เกิดวัฒนธรรมอาหารและการเกิดเครือข่ายธุรกิจระหว่างชุมชนและกิจการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปสร้างนวัตกรรมอาหารให้กับกิจการและตนเองได้เป็นอย่างดี ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37



ภาพที่ 4.32 นวัตกรรมอาหารพร้อมรับประทานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อสุขภาพปถวี

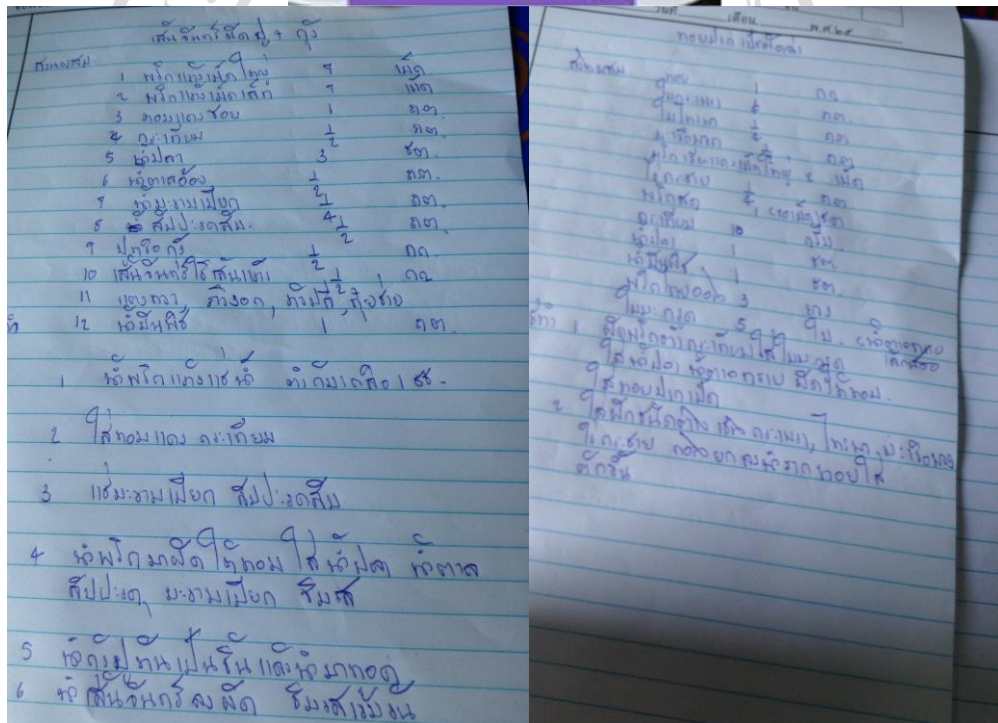
## ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ส่วนความพึงพอใจในการจัดโครงการและการดำเนินงานโครงการ ผู้เข้าอบรมมีความพึงพอใจด้านความเหมาะสมของสถานที่จัดโครงการ ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ความเหมาะสมของวันที่ใช้ในการจัดโครงการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ความเหมาะสมของอาหารที่รับประทานในการจัดโครงการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และความเหมาะสมของช่วงเวลาที่จัดโครงการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

และสุดท้ายทีมงานวิจัยแนะวิทยากรนักโภชนาการทั้งสามท่านได้ให้ความรู้และมอบสูตรอาหารในการนำไปสร้างนวัตกรรมอาหารให้กับผู้เข้าร่วมอบรมเพื่อนำไปต่อยอดธุรกิจสู่การเชื่อมโยง

ธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน(ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์) ในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคงจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด ดังสูตรต่อไปนี้

สูตรอาหารในการสร้างนวัตกรรมอาหารทะเล



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี







ส่วนที่ 7 ผลการศึกษาความพึงพอใจ คุณภาพ ราคา การจัดส่ง การบริการ  
ของผู้มาเที่ยว(ผู้บริโภคอาหาร) ในชุมชนที่มีต่อการได้บริโภคอาหาร  
เพื่อสุขภาพจากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน (ตลาดท่องเที่ยวชุมชน  
โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์)

ตารางที่ 4.25 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	74	33.64
หญิง	146	66.36
<b>รวม</b>	<b>220</b>	<b>100.00</b>
<b>อายุ</b>		
18-30 ปี	24	10.91
31-40 ปี	68	30.91
41-50 ปี	42	19.09
51-60 ปี	44	20.00
มากกว่า 60 ปี	42	19.09
<b>รวม</b>	<b>220</b>	<b>100.00</b>
<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b>		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	14	6.36
มัธยมศึกษา	18	8.18
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	36	16.36
ปริญญาตรี	148	67.27
ปริญญาโท	4	1.82
<b>รวม</b>	<b>220</b>	<b>100.00</b>
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	56	25.45
สมรส	148	67.27
แยกกันอยู่	12	5.45
ม่าย	4	1.82
<b>รวม</b>	<b>220</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	33	15.00
10,000 – 20,000 บาท	59	26.82
20,001 – 30,000 บาท	78	35.45
30,001 – 40,000 บาท	33	15.00
40,001 - 50,000 บาท	10	4.55
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	7	3.18
<b>รวม</b>	<b>220</b>	<b>100.00</b>
<b>ภูมิภาค</b>		
จังหวัดในเขตภาคตะวันออก	130	59.09
จังหวัดในเขตภาคกลาง	39	17.73
จังหวัดในเขตภาคเหนือ	14	6.36
จังหวัดในเขตภาคใต้	8	3.64
จังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	29	13.18
<b>รวม</b>	<b>220</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4.25 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามขนาดใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.36 เพศชายคิดเป็นร้อยละ 33.64 มีอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.91 รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุระหว่าง 41-50 ปี และมากกว่า 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 19.09 เท่ากัน และมีอายุระหว่าง 18-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.91 ระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 67.27 รองลงมาคือระดับอนุปริญญา หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 16.36 มัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 8.18 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาคิดเป็นร้อยละ 6.36 และระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 1.82 สถานภาพส่วนใหญ่สมรส คิดเป็นร้อยละ 67.27 รองลงมาคือโสด คิดเป็นร้อยละ 25.45 แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 5.45 และมีสถานภาพว่าง คิดเป็นร้อยละ 1.82 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.45 รองลงมามีรายได้ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.82 มีรายได้ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาทและมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.00 มีรายได้ระหว่าง 40,001 - 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.55 และมีรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.18 ภูมิภาคส่วนใหญ่มาจากจังหวัดในเขตภาคตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 59.09

รองลงมาคือมาจากจังหวัดในเขตภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 17.73 จังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 13.18 จังหวัดในเขตภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 6.36 และจังหวัดในเขตภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 3.64 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.26 พฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารทะเล**

แหล่งซื้ออาหารทะเลบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
จากชาวประมงโดยตรง	36	16.36
ตลาดสด	15	6.82
แพปลา	4	1.82
ตลาดท่องเที่ยวสดชุมชน	38	17.27
โรงแรม	5	2.27
รีสอร์ท	8	3.64
โฮมสเตย์	114	51.82
<b>รวม</b>	<b>220</b>	<b>100.00</b>
<b>ประเภทอาหารทะเลทั่วไปที่ลูกค้าเลือกซื้อ</b>		
อาหารทะเลสด	38	17.27
อาหารทะเลแปรรูป	37	16.82
อาหารทะเลพร้อมกิน	145	65.91
<b>รวม</b>	<b>220</b>	<b>100.00</b>
<b>ความถี่ในการเลือกบริโภคอาหารทะเลเฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ทุกวัน	10	4.55
สัปดาห์ละครั้ง	36	16.36
เดือนละครั้ง	87	39.55
2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	46	20.91
2-3 ครั้งต่อเดือน	10	4.55
ปีละครั้งตามโอกาส	31	14.09
<b>รวม</b>	<b>220</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

มูลค่าในการซื้ออาหารทะเลในการบริโภคต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000 บาท	68	30.91
1,000 – 3,000 บาท	134	60.91
3,001 – 5,000 บาท	5	2.27
5,001 – 7,000 บาท	3	1.36
มากกว่า 7,000 บาทขึ้นไป	10	4.55
<b>รวม</b>	<b>220</b>	<b>100.00</b>
การมาท่องเที่ยวและการซื้อเพื่อการบริโภคอาหารทะเล	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งใจมา	186	84.5
มาอบรมสัมมนา	34	15.5
<b>รวม</b>	<b>220</b>	<b>100.00</b>
ลักษณะที่ทานมาท่องเที่ยวและการซื้อเพื่อการบริโภคอาหารทะเล		
มาเป็นคู่	10	4.55
มาเป็นครอบครัว	95	43.18
มาเป็นหมู่คณะ	115	52.27
<b>รวม</b>	<b>220</b>	<b>100.00</b>
ช่องทางการรับรู้ในการมาท่องเที่ยวและการซื้ออาหารทะเลเพื่อการบริโภค		
Facebook	75	34.09
งานแสดงสินค้า	16	7.27
รายการโทรทัศน์	20	9.09
สื่อสิ่งพิมพ์	3	1.36
มีเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ	106	48.18
<b>รวม</b>	<b>220</b>	<b>100.00</b>
เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการมาท่องเที่ยว		
ตามงบประมาณหน่วยงานที่จัดสรร	47	21.40
ต้องการมาพักผ่อน	173	78.6
ต้องการช่วยเหลือชาวประมง	50	22.7
อื่น ๆ	170	77.3

จากตาราง 4.26 พฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยว พบว่า การมาท่องเที่ยวและการซื้อเพื่อการบริโภคอาหารทะเลส่วนใหญ่แหล่งซื้ออาหารทะเลบ่อยที่สุดคือโฮมสเตย์ คิดเป็นร้อยละ 51.82 รองลงมาคือซื้อจากชาวประมงโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 16.36 ซื้อจากตลาดท่องเที่ยวสดชุมชน คิดเป็นร้อยละ 17.27 ตลาดสด คิดเป็นร้อยละ 6.82 รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 3.64 โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 2.27 และซื้อจากแผงปลา คิดเป็นร้อยละ 1.82 ตามลำดับ

ประเภทอาหารทะเลทั่วไปที่ลูกค้าเลือกซื้อส่วนใหญ่ซื้ออาหารทะเลพร้อมรับประทาน คิดเป็นร้อยละ 65.91 รองลงมาซื้ออาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 16.82 และซื้ออาหารทะเลสด คิดเป็นร้อยละ 17.27 ตามลำดับ

ความถี่ในการเลือกบริโภคอาหารทะเลเฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่บริโภคอาหารทะเลเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 39.55 รองลงมาคือ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 20.91 สัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.36 ปีละครั้งตามโอกาส คิดเป็นร้อยละ 14.09 ทุกวันและ 2-3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 4.55 เท่ากัน

มูลค่าในการซื้ออาหารทะเลในการบริโภคต่อครั้งส่วนใหญ่จะซื้อมูลค่าระหว่าง 1,000 – 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.91 รองลงมาคือน้อยกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.91 มากกว่า 7,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.55 ระหว่าง 3,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.27 และมูลค่าระหว่าง 5,001 – 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.36 ตามลำดับ

การมาท่องเที่ยวและการซื้อเพื่อการบริโภคอาหารทะเลผู้มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตั้งใจมา คิดเป็นร้อยละ 84.5 และมาอบรมสัมมนา คิดเป็นร้อยละ 15.5

ลักษณะที่พามาท่องเที่ยวและการซื้อเพื่อการบริโภคอาหารทะเลส่วนใหญ่มาเป็นครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 43.18 รองลงมาคือมาเป็นหมู่คณะ คิดเป็นร้อยละ 52.27 และมาเป็นคู่ คิดเป็นร้อยละ 4.55 ตามลำดับ

ช่องทางการรับรู้ในการมาท่องเที่ยวและการซื้ออาหารทะเลเพื่อการบริโภคส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารข้อมูลจากเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 48.18 รองลงมาคือ Facebook คิดเป็นร้อยละ 34.09 รายการโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 9.09 งานแสดงสินค้า คิดเป็นร้อยละ 7.27 และสื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 1.36

เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการมาพักผ่อน ร้อยละ 78.6 รองลงมาคืออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 77.3 ต้องการช่วยเหลือชาวประมง คิดเป็นร้อยละ 22.7 และมาอบรมสัมมนาตามงบประมาณหน่วยงานที่จัดสรร คิดเป็นร้อยละ 21.40

**ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี**

ตารางที่ 4.27 ความพึงพอใจ คุณภาพ ราคา การจัดส่ง การบริการ ของผู้มาเที่ยว (ผู้บริโภคอาหาร)

ความพึงพอใจที่มีต่อ คุณภาพ ราคา การจัดส่ง การบริการ อาหารทะเลของผู้มาเที่ยว	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
<b>ผลิตภัณฑ์ (Product)</b>			
รสชาติความอร่อย	4.21	.783	มากที่สุด
ความสดของอาหารทะเล	4.49	.672	มากที่สุด
ความสะอาด ปลอดภัย	4.13	.812	มาก
อาหารเน้นคุณค่าทางโภชนาการให้ครบสารอาหารทั้ง 5 หมู่	3.52	.773	มาก
สินค้ายกระดับเศรษฐกิจชุมชน	3.90	.682	มาก
สินค้ามีหลากหลายเมนูให้เลือกที่เน้นอาหารปลอดภัยเพื่อ สุขภาพ	4.09	.594	มาก
ปลาทอดน้ำปลา	4.17	.681	มาก
แกงส้มปลา	4.04	.714	มาก
ปลาผัดผักรวมมิตร	3.69	.809	มาก
ปลาเก๋าราดพริก	4.37	.624	มากที่สุด
ปลากระบอกทอด	4.19	.719	มาก
หมึกผัดผัก	3.93	.773	มาก
หมึกลวกจิ้มน้ำพริก	4.02	.761	มาก
ปูนึ่ง	4.67	.723	มากที่สุด
กุ้งย่าง	4.49	.743	มากที่สุด
กุ้งผัดผัก	3.85	.826	มาก
กุ้งต้มยำ	4.45	.747	มากที่สุด
กั้งลวกจิ้ม	4.27	.810	มากที่สุด
ส้มตำปูม้า	4.67	.684	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.17</b>	<b>0.733</b>	<b>มาก</b>



ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ความพึงพอใจที่มีต่อ คุณภาพ ราคา การจัดส่ง การบริการ อาหารทะเลของผู้มาเที่ยว	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
<b>ราคา (Price)</b>			
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	3.27	.786	ปานกลาง
มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	3.31	.757	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.29</b>	<b>0.772</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)</b>			
ทำเลที่ตั้งของร้าน	4.51	.718	มากที่สุด
บรรยากาศของร้าน	4.26	.696	มากที่สุด
การจัดร้าน การตกแต่งร้าน	4.37	.706	มากที่สุด
มีที่จอดรถ และสะดวกในการเดินทาง	3.60	.829	มาก
มีที่พักรองรับในการพักผ่อนค้างคืน	4.71	.644	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.29</b>	<b>0.719</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>การส่งเสริมการขาย (Promotion)</b>			
มีการบริการให้ลูกค้าจับเลือกสินค้ามาให้ทำอาหาร	4.00	.852	มาก
มีป้ายแสดงถึงตัวแทนความอร่อยจากเชฟ หรือจาก สาธิตารณสุข ชูถึงความอร่อย	3.88	.781	มาก
มีโปรโมชั่นลด แลก แจกแถม - มากินเป็นครอบครัวลดให้	3.44	1.115	มาก
มีโปรโมชั่นลด แลก แจกแถม - มาเป็นหมู่คณะเกิน 50 คน จะลดค่าอาหาร	3.35	.735	มาก
มีโปรโมชั่นลด แลก แจกแถม - มาเที่ยวปีละครั้งอย่าง ต่อเนื่องร้านมีส่วนลดให้	4.32	1.023	มากที่สุด
มีการจัดส่งและบริการถึงที่	4.62	1.142	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>3.94</b>	<b>0.941</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 4.27 ความพึงพอใจต่อคุณภาพ ราคา การจัดส่ง การบริการ ของผู้มาเที่ยวที่มีต่อการบริโภคอาหารทะเล พบว่า

**ผลิตภัณฑ์ (Product)** ผู้มาท่องเที่ยวและรับประทานอาหารทะเลในภาพรวมส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 ในส่วนรายด้านอาหารทะเลมีรสชาติความอร่อย มีความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.21 ความสดของอาหารทะเล ความพึงพอใจในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.49 ความสะอาด ปลอดภัย มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 อาหาร เน้นคุณค่าทางโภชนาการให้ครบสารอาหารทั้ง 5 หมู่ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.52 สินค้ายกระดับ เศรษฐกิจชุมชน ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 สินค้ามีหลากหลายเมนูให้เลือกที่เน้นอาหารปลอดภัย เพื่อสุขภาพ มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 ความพึงพอใจอาหารประเภทปลาทอด น้ำปลา ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 แกงส้มปลา มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.04 ปลาผัดผักรวมมิตร มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ปลาเก๋าราด พริก มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ ปลากระบอกทอด มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 หมึกผัดผัก มีความพึง พพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 หมึกลวกจิ้มน้ำพริก มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.02 บูนึ่ง มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 กุ้งย่าง มีความพึงพอใจ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 กุ้งผัดผัก มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 กุ้งต้มยำ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 กุ้งลวกจิ้ม มีความพึงพอใจใน ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และส้มตำปูม้า มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.67

**ราคา (Price)** ผู้มาท่องเที่ยวและรับประทานอาหารทะเลในภาพรวมส่วนใหญ่มีความพึง พพอใจในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.29 ในส่วนรายด้านราคาอาหารผู้บริโภคมีความพึงพอใจ ที่มีป้ายบอกราคาอาหารที่ชัดเจน ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 และราคาเหมาะสมกับ คุณภาพสินค้า ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27

**ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** ผู้มาท่องเที่ยวและรับประทานอาหารทะเลในภาพรวม ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ในส่วนรายด้านของช่อง ทางการจัดจำหน่ายพบว่า ด้านร้านมีที่พักรองรับในการพักผ่อนค้างคืน มีความพึงพอใจในระดับมาก ที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 รองลงมาคือทำเลที่ตั้งของร้าน มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 การจัดร้าน การตกแต่งร้าน มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.37 บรรยากาศของร้านมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และมีที่ จอดรถ และสะดวกในการเดินทาง มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60

**การส่งเสริมการขาย (Promotion)** ผู้มาท่องเที่ยวและรับประทานอาหารทะเลในภาพรวม ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ในส่วนรายด้านของการ ประชาสัมพันธ์พบว่าด้านมีการจัดส่งและบริการถึงที่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.62 รองลงมาคือด้านการมีโปรโมชั่นลด แลก แจกแถม – มาเที่ยวปีละครั้งอย่างต่อเนื่อง ร้านมีส่วนลดให้ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ด้านการมีบริการให้ ลูกค้าจับเลือกสินค้ามาให้ทำอาหาร มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ด้าน การมีป้ายแสดงถึงตัวแทนความอร่อยจากเซฟ หรือจากสาธารณสุข ชูถึงความอร่อย มีความพึงพอใจ

ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 การมีโปรโมชันลด แลก แจกแถม - มากินเป็นครอบครัวลดให้ มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 และการมีโปรโมชันลด แลก แจกแถม - มาเป็น หมู่คณะเกิน 50 คน จะลดค่าอาหาร มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35



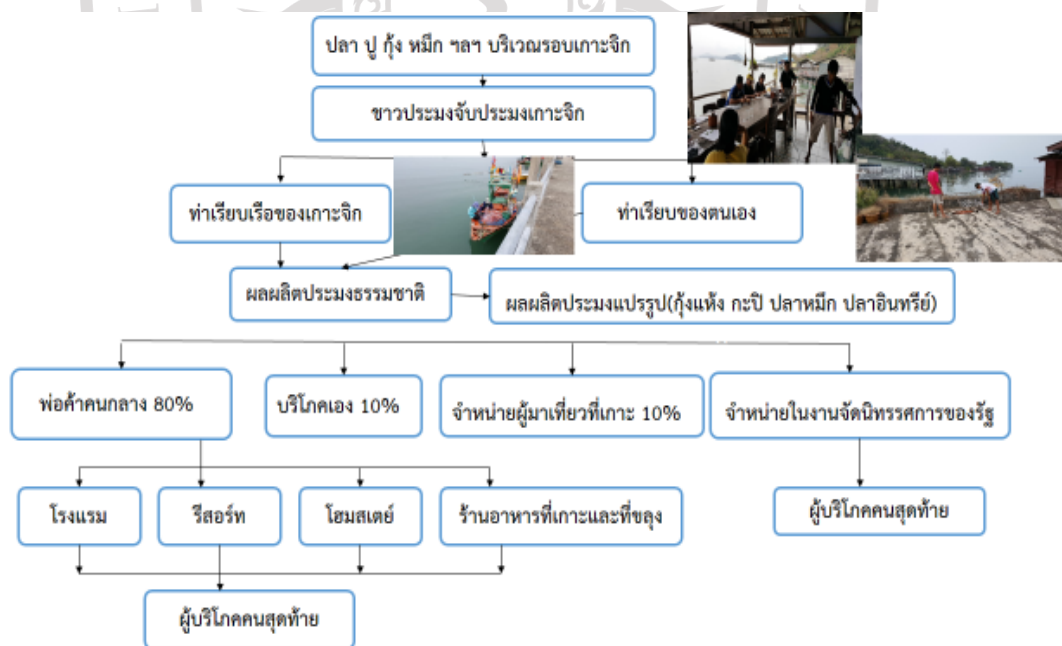
**ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี**

**ส่วนที่ 8 ผลการสร้างต้นแบบห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประมงพื้นบ้าน**  
**เกษตรอินทรีย์** สู่การเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน (ตลาดท่องเที่ยว

ชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์) ในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์ บนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคง เสริมสร้างความเข้มแข็ง ยกระดับการผลิต สร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถสู่สากล จังหวัดจันทบุรีและ จังหวัดตราด

ผู้วิจัยได้ทำการสร้างต้นแบบกลุ่มวิสาหกิจประมงพื้นบ้านให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะจิก ตำบลบางชัน อำเภอลុង จังหวัดจันทบุรี ส่วนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ได้แก่ กลุ่มเกษตรอินทรีย์เพื่อสุขภาพปถวี ตำบลปถวี อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี จากการคัดเลือกต้นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีความพร้อมในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคง เสริมสร้างความเข้มแข็ง ยกระดับการผลิต สร้างมูลค่าเพิ่ม เพิ่มขีด ความสามารถสู่สากล จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

5.1 การสร้างต้นแบบห่วงโซ่อาหารกลุ่มวิสาหกิจประมงพื้นบ้านให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะจิก ตำบลบางชัน อำเภอลុង จังหวัดจันทบุรี ได้สร้างสร้างต้นแบบห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังภาพที่ 4.33



ภาพที่ 4.33 ต้นแบบห่วงโซ่อาหารประมงพื้นบ้าน เกาะจิก จังหวัดจันทบุรี

โดยผู้วิจัยได้พัฒนาโครงการกิจกรรมต้นน้ำของห้วงโซ่อุปทานต้นน้ำในการทำให้เกิดแหล่งทรัพยากรธรรมชาติเพื่อให้เกิดปริมาณสัตว์น้ำและอาหารทะเลที่มีปริมาณเพียงพอและรักษาความสมดุลของระบบนิเวศน์ให้กับชุมชน ผู้วิจัยได้ร่วมกับชุมชนในการทำโครงการปลูกป่าชายเลนและการทำงานเชิงเชือก ดังภาพ ที่ 4.34 -4.35 ดังนี้



ภาพที่ 4.34 การปลูกป่าชายเลนให้กับชุมชนบางชัน จำนวน 1,000 ต้น

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



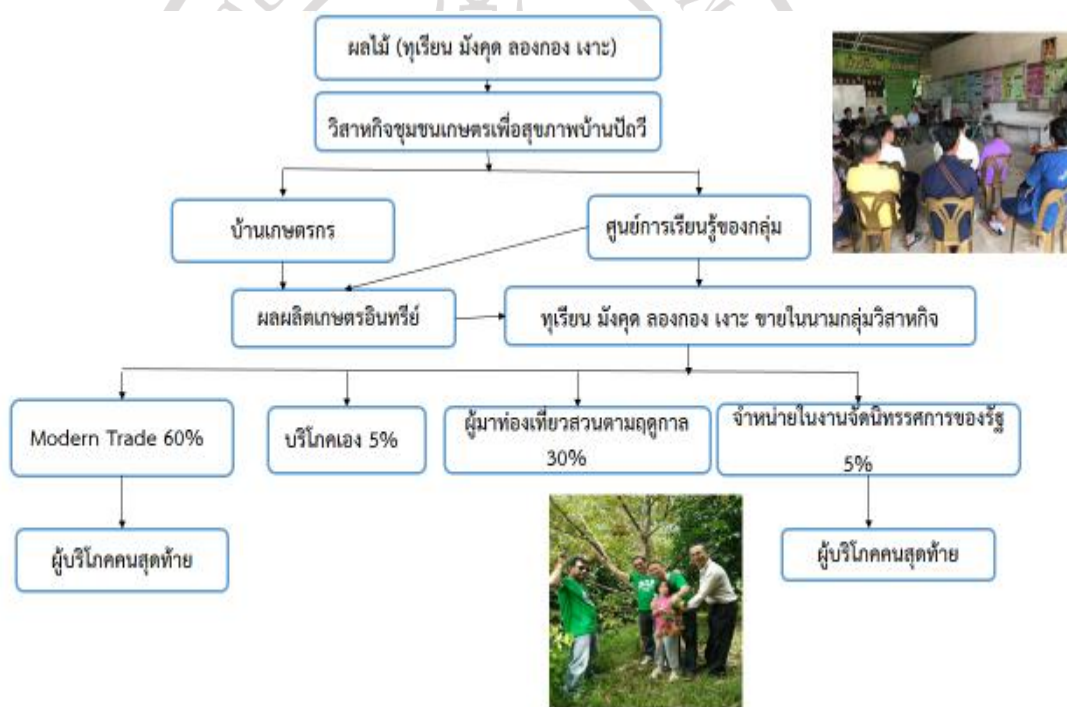
ภาพที่ 4.35 ชุมชนเกาะจิกร่วมกับประมงจังหวัดจัดทำซั้งเชือก



ภาพที่ 4.36 ชุมชนเกาะจิกร่วมกับประมงจังหวัดจัดทำซั้งเชือกปล่อยบริเวณอ่าวรอบเกาะจิก

5.2 การสร้างต้นแบบกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์เพื่อสุขภาพปัดวี ตำบลปัดวี อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ได้สร้างต้นแบบห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังภาพที่ 4.37

โดยผู้วิจัยได้พัฒนาโครงการกิจกรรมต้นน้ำของห่วงโซ่อุปทานปลายน้ำพัฒนาองค์ความรู้ด้าน นวัตกรรมอาหาร การแปรรูป การถนอมอาหาร การลดการสูญเสีย สร้างวัฒนธรรมท้องถิ่นด้านธุรกิจ ท้องเที่ยวชุมชน เพื่อยกระดับเป็นแหล่งการท่องเที่ยวและอาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มเพื่อ เชื่อมโยงกิจกรรมของกลุ่มและเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ของกลุ่ม โดยได้สร้างห่วงโซ่ อาหารด้านผลผลิตอินทรีย์สู่สิ่งดี ๆ ให้แก่ผู้บริโภค ดังภาพที่ 4.37



ภาพที่ 4.37 รูปแบบห่วงโซ่อาหารเกษตรอินทรีย์วิสาหกิจเกษตรเพื่อสุขภาพบ้านปัดวี

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ภาพที่ 4.38 นวัตกรรมอาหารและการพัฒนาห่วงโซ่อาหารกลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์

จากการศึกษารวบรวมข้อมูล การสัมภาษณ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้านและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทั้งสองจังหวัดคือจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด การสร้างต้นแบบห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้าน กลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์ สู่การเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน(ตลาดท่องเที่ยวชุมชน โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์) ในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์บนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคงจังหวัดจันทบุรี นั้น ทีมวิจัยได้ทำการสังเคราะห์การพัฒนาต้นแบบห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้าน กลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์ สู่การเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้าน และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ดังภาพที่ 4.39 – 4.40 ดังนี้

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี





ที่มา : ห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้าน

ภาพที่ 4.39 รูปแบบการพัฒนาห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้านจังหวัดจันทบุรีและตราด



ภาพที่ 4.40 รูปแบบการพัฒนาห่วงโซ่อาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์จังหวัดจันทบุรีและตราด