



แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์
อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร

Guidelines for Adapting Business Operations According
to the Next Normal of Dried Seafood Products Entrepreneurs
in Samut Sakhon Province

อดิศร ศรีงามพ่อง
ADISORN SRINGAMPHONG

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2565



แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์
อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร
Guidelines for Adapting Business Operations According
to the Next Normal of Dried Seafood Products Entrepreneurs
in Samut Sakhon Province

อดิศร ศรีงามผ่อง
ADISORN SRINGAMPHONG

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อวิทยานิพนธ์ แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์
อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร
ชื่อ นามสกุล อติศร ศรีงามผ่อง
ชื่อปริญญา คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (คหกรรมศาสตร์)
สาขาวิชา คหกรรมศาสตร์
คณะ เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญากัณฑ์ ก่ออารีโย

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้ให้ความเห็นชอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้แล้ว



.....ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษิณา เครือหงส์)



.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภพ โสตรโยม)



.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญากัณฑ์ ก่ออารีโย)

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อนุมัติให้
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



.....คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภพ โสตรโยม)

วันที่ 17 เดือน มกราคม พ.ศ. 2566

ชื่อวิทยานิพนธ์	แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร
ชื่อ นามสกุล	อดิศร ศรีงามผ่อง
ชื่อปริญญา	คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (คหกรรมศาสตร์)
สาขาวิชา และคณะ	คหกรรมศาสตร์ เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2565

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร 2) ศึกษาแนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร และ 3) เปรียบเทียบแนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจ ประชากรคือ ผู้ประกอบการของร้านขายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 184 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

ผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในตลาดประจำอำเภอและจังหวัด โดยดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นระยะเวลาไม่เกิน 10 ปี มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท โดยมีลูกค้าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจได้รับการสนับสนุนทางนโยบายการส่งเสริมการขายและกระตุ้นเศรษฐกิจ เช่น โครงการคนละครึ่ง โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการทัวร์ทั่วไทย ที่จำหน่ายหรือขายปลาหมึก เช่น ปลาหมึกแห้ง/ปลาหมึกฉีก/หมึกหยอง/หมึกยัด/หมึกเต้าทอง/หมึกแพะไข่/หมึกอ้วนกลม/หนวดหมึก/หมึกแกะตา/หมึกฉาบ มากที่สุด 2) แนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาครโดยรวม พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง รองลงมาคือ ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย และน้อยที่สุดคือ ด้านเทคโนโลยี และ 3) เปรียบเทียบแนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือน การสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ และประเภทผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุดแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: แนวทางการปรับตัว, วิถีถัดไป, ผู้ประกอบการ, ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง, จังหวัดสมุทรสาคร

Thesis Title	Guidelines for Adapting Business Operations According to the Next Normal of Dried Seafood Products Entrepreneurs in Samut Sakhon Province
Author	Adisorn Sringamphong
Degree	Master of Home Economics (Home Economics)
Major Program	Home Economics
Academic Year	2022

ABSTRACT

The purposes of this research were: 1) study the operating conditions of entrepreneurs in dry seafood products business in Samut Sakhon; 2) To study the approaches for adaptation in the next normal of entrepreneurs in dried seafood products business in Samut Sakhon Province and 3) to compare the approaches for adaptation in the next normal of dried seafood business operators in Samut Sakhon Province classified by business operators' operating conditions. The population is 184 entrepreneurs of dried seafood products stores in Samut Sakhon Province. The research tool was the questionnaire. Statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation and one-way ANOVA.

The results showed that: 1) the operating conditions of dried seafood business operators in Samut Sakhon province found that most businesses were located in the district and provincial markets and have been in business for a period of not more than 10 years. The entrepreneurs earn incomes from selling dried seafood products per month less than 100,000 baht. Their customers are tourists and their businesses are supported through promotional policies and economic stimulus, such as the “ 50:50 co-payment scheme” , “We travel together.” and “Tour around Thailand Project”. The most sold dried seafood products are squid such as dried squid/ shredded squid/ stretched squid/ladybug squid/squid roe/ cuttlefish /squid tentacles /eye squid/ crispy squid with spicy coated. 2) Guidelines for adaptation in the next normal of business entrepreneurs in dried seafood products in Samut Sakhon Province as a whole found that entrepreneurs gave importance to a high level. When considering the adaptation guidelines in descending order, it was found that the aspect with the highest average were raw materials and dried seafood products, followed by sales and distribution channels, and the least was technology and 3) to compare the approaches for adaptation in the next normal of dried seafood business operators in Samut Sakhon Province classified by the operating conditions of business operators. It was found that entrepreneurs who differ in the location

of the business, the duration of the business, income from sales of dried seafood products per month, support from government policies and types of dried seafood that sold the best. They had given importance to the next normal way of adaptation in the dried seafood product business in Samut Sakhon Province, with a difference of statistical significance at the .05 level.

Keywords: Adaptation Guidelines, Next Normal, Entrepreneurs, Dried Seafood Products, Samut Sakhon Province



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ประสบความสำเร็จด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร กี่อาริโอ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษิณา เครือหงส์ ประธานกรรมการสอบ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธณภพ โสทรโยม กรรมการสอบ ที่สละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อคิดเห็นต่าง ๆ รวมถึงการตรวจทานและแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ ส่งผลให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ของหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตรศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ต่าง ๆ คำแนะนำตลอดจนเป็นกำลังใจ และช่วยเหลือมาโดยตลอด รวมถึงกำลังใจและความช่วยเหลือต่าง ๆ จากครอบครัว รุ่นพี่ รุ่นน้อง และเพื่อน ๆ ทุกคน ส่งผลให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ยินดีให้ความคิดเห็น และสละเวลาอันมีค่า มาร่วมให้ข้อมูล ทำให้การวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ สุดท้ายผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้นำไปศึกษา ตลอดจนผู้สนใจในธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง อนึ่งหากงานวิจัยนี้มีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ และน้อมรับไว้เพื่อปรับปรุงแก้ไขในการศึกษาครั้งต่อไป

อดิศร ศรีงามผ่อง



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
Abstract	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(4)
สารบัญ	(5)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญภาพ	(13)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	3
1.4 ตัวแปร	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
1.6 สมมติฐานการวิจัย	4
1.7 กรอบแนวความคิด	5
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง	6
2.2 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดสมุทรสาคร	10
2.3 แนวคิดทฤษฎีปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ	13
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ	21
2.5 แนวคิดทฤษฎีวิถีชีวิตถัดไป (Next Normal)	25
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	34
3.1 เครื่องมือที่ใช้	34
3.2 วิธีการ	35
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผล	38
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร	39
4.2 สภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.3 แนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร	44
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน	54
4.5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับแนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการ ธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร	92
4.6 การอภิปรายผล	95
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	103
5.1 สรุปผล	104
5.2 ข้อเสนอแนะ	107
เอกสารอ้างอิง	109
ภาคผนวก	114
ภาคผนวก ก หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์ หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย	116
ภาคผนวก ข เครื่องมือการวิจัย	117
ภาคผนวก ค ผลการคำนวณค่า IOC	123
ภาคผนวก ง ภาพบรรยากาศการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง	132
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	140
	144

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	จำนวนประชากรในจังหวัดสมุทรสาคร	10
3.1	แสดงจำนวนประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	35
4.1	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	39
4.2	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	39
4.3	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	40
4.4	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประสบการณ์เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง	40
4.5	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับช่วงทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง	41
4.6	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทำเลที่ตั้งของธุรกิจ	41
4.7	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	42
4.8	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือน	42
4.9	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ	43
4.10	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ	43
4.11	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุด	44
4.12	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาครโดยรวม	45
4.13	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง	46
4.14	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามด้านการผลิต	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.15	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามด้านราคา	48
4.16	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย	49
4.17	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามด้านการเงินและการลงทุน	50
4.18	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามด้านบุคลากร	51
4.19	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามด้านเทคโนโลยี	52
4.20	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย	53
4.21	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามทำเลที่ตั้งของธุรกิจ	55
4.22	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านราคา โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	56
4.23	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.24	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการเงินและการลงทุน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ่ (Scheffe's Method)	58
4.25	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านบุคลากร โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ่ (Scheffe's Method)	59
4.26	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านเทคโนโลยี โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ่ (Scheffe's Method)	60
4.27	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ่ (Scheffe's Method)	61
4.28	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	63
4.29	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ่ (Scheffe's Method)	64
4.30	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านบุคลากร โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ่ (Scheffe's Method)	65
4.31	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ่ (Scheffe's Method)	66

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.32	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง ต่อเดือน	68
4.33	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	69
4.34	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการผลิต โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	70
4.35	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดด้านราคา โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	71
4.36	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	72
4.37	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการเงินและการลงทุน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	73
4.38	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านบุคลากร โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

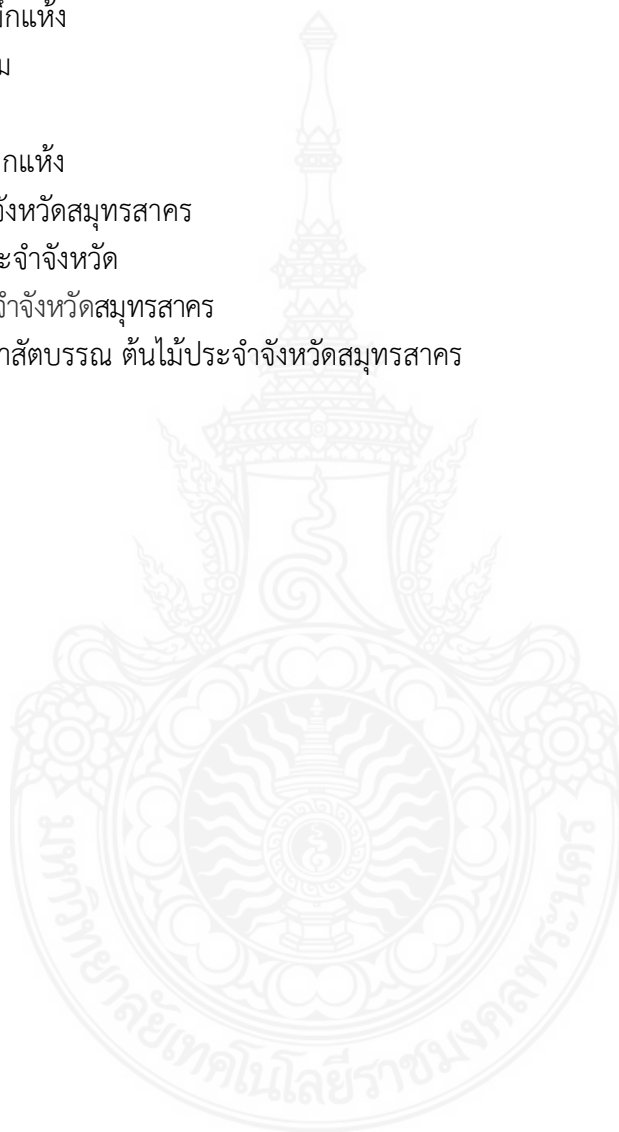
ตารางที่		หน้า
4.39	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านเทคโนโลยี โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)	75
4.40	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)	76
4.41	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามกลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ	78
4.42	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ	80
4.43	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)	81
4.44	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการผลิต โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)	82
4.45	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านราคา โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)	83
4.46	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)	84

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.47	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการเงินและการลงทุน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	85
4.48	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านบุคลากร โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	86
4.49	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านเทคโนโลยี โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	87
4.50	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	88
4.51	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุด	90
4.52	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	91
4.53	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	92

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวความคิด	5
2.1	ปลาแห้ง	6
2.2	ปลาหมึกแห้ง	7
2.3	ปลาเค็ม	7
2.4	กุ้งแห้ง	7
2.5	หอยตากแห้ง	8
2.6	แผนที่จังหวัดสมุทรสาคร	10
2.7	ตราประจำจังหวัด	11
2.8	ธงประจำจังหวัดสมุทรสาคร	11
2.9	ต้นพญาสัตบรรณ ต้นไม้ประจำจังหวัดสมุทรสาคร	11



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตามนโยบายของรัฐบาล พ.ศ. 2562 ได้กำหนดไว้ 11 ด้าน ซึ่งนโยบายด้านที่ 6 การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้านอุตสาหกรรม ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับศักยภาพพื้นฐานของประเทศ เช่น ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำโดยการพัฒนาวัตถุดิบและกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพมาตรฐาน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อาหารไทยบนพื้นฐานความรู้ ความคิดสร้างสรรค์และภูมิปัญญา ส่งเสริมการวิจัยเกษตรแปรรูป เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร และแก้ปัญหาที่สำคัญของประเทศ รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมให้เข้มแข็งสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเพิ่มองค์ความรู้ในด้านการปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และพัฒนาระบบบริการจัดการภายในองค์กร ปรับโครงสร้างกลไกการสนับสนุนการขับเคลื่อนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้เป็นระบบและมีเอกภาพที่ชัดเจนทั้งด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการบริการทางการเงิน และการลงทุนสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ การตลาดและโอกาสในการลงทุนในต่างประเทศ (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน, 2562)

แผนยุทธศาสตร์ครัวไทยสู่ครัวโลก พ.ศ. 2559-2564 มีขอบเขตรอบคลุมเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมอาหาร ตั้งแต่ต้นน้ำ-กลางน้ำ-ปลายน้ำ และธุรกิจสนับสนุน คือ 1) ต้นน้ำ ได้แก่ สินค้าเกษตร ซึ่งครอบคลุมทั้งสินค้าเกษตรอาหาร สินค้าเกษตรแปรรูปเบื้องต้น 2) กลางน้ำ คือ สินค้าอุตสาหกรรม ครอบคลุมถึงสินค้าอาหารและเกษตรแปรรูปต่างๆ 3) ปลายน้ำ คือ ธุรกิจบริการด้านอาหาร ซึ่งครอบคลุมธุรกิจร้านอาหาร โรงเรียนสอนทำอาหาร และธุรกิจการจัดอาหารสำหรับ คนหมู่มาก (Catering) และ 4) ธุรกิจ/กิจกรรมสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง อาทิ การตรวจประเมินมาตรฐาน สินค้าเกษตรและอาหาร ธุรกิจโลจิสติกส์สินค้าอาหาร เครื่องจักรกลการเกษตรแปรรูป การวิจัย และพัฒนาด้านสินค้าเกษตรและอาหาร ธุรกิจบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาบุคลากร (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน, 2562)

จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดชายทะเลตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำท่าจีนปากอ่าวไทยมีชายฝั่งทะเลยาว 41.01 กิโลเมตร คนในจังหวัดจึงประกอบอาชีพทำการประมงและการเลี้ยงสัตว์น้ำเป็นอาชีพหลัก กว้างขวางปริมาณสัตว์น้ำในแต่ละปีที่จับได้อยู่ที่หนึ่งของประเทศมีสะพานปลาที่ใหญ่และทันสมัยรองจากกรุงเทพฯและเป็นศูนย์กลางการค้าขายอาหารทะเลและเป็นแหล่งเงินหมุนเวียนหลายล้านบาทปัจจุบัน ครัวเรือนที่ทำประมงมีจำนวน 5,628 ครัวเรือนเป็นกิจการประมงน้ำจืด 3,769 ครัวเรือน และน้ำกร่อย/น้ำเค็ม 1,859 ครัวเรือน ผลผลิตจากการประมงส่วนได้จากแหล่งน้ำบริเวณอ่าวไทย ทะเลอันดามันและมหาสมุทรอินเดีย และชาวสมุทรสาครมีการพัฒนาฝีมือเพื่อปรับปรุงกิจการอยู่เสมอ ทำให้สมุทรสาครเป็น

จังหวัดที่มีศักยภาพด้านประมงค่อนข้างสูงเป็นแหล่งธุรกิจซื้อขายสัตว์น้ำที่สำคัญ (กลุ่มงานยุทธศาสตร์ และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร, 2565)

สถานการณ์ที่มนุษย์ต้องเผชิญ ณ ปัจจุบันคือ สถานการณ์โควิด - 19 ซึ่งทำให้มนุษย์มีการปรับตัวกับโรคระบาดนี้โดยมีเทรนด์ “New Normal” ในบริบท “COVID-19” เห็นได้ชัดเจนที่สุดในด้านของการสาธารณสุขของเมืองไทย โดยทาง ศบค. มีการประกาศมาตรการการป้องกันและควบคุมการระบาดของโควิด-19 ที่ทุกคนต้องให้ความสำคัญและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ได้แก่สวมใส่หน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยเสมอ ต้องเว้นระยะห่าง 2 เมตร ล้างมือบ่อย ๆ พกเจลแอลกอฮอล์หลีกเลี่ยงสถานที่แออัดและหลีกเลี่ยงกลุ่มเสี่ยงหรือผู้ที่มีอาการป่วย (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, 2563) ซึ่งมนุษย์กำลังจะก้าวข้ามผ่านเทรนด์ “New Normal” สู่เทรนด์ “Next Normal” ที่จะมุ่งเน้นเรื่องความปลอดภัยและสุขอนามัยเป็นสิ่งสำคัญ เทคโนโลยีจึงถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อลดการสัมผัส ยกตัวอย่างเช่น ระบบการจัดส่งสินค้าแบบ Non-contact delivery ระบบประตูอัตโนมัติในพื้นที่สาธารณะ รูปแบบการจ่ายเงินแบบ e-payment รวมทั้งการออกแบบพื้นที่ธุรกิจที่สามารถให้บริการลูกค้าแบบปราศจากการสัมผัสใดๆ แต่จะใช้เทคโนโลยีการสั่งงานด้วยเสียง (Voice recognition) เป็นต้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564) ธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาครจัดเป็นธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งมีจำนวนมากในประเทศไทย ซึ่งเป็นธุรกิจประเภทเกิดขึ้นได้ง่าย และล้มเลิกได้ง่ายเช่นเดียวกัน สาเหตุเนื่องมาจากปัญหาหลายด้าน โดยเฉพาะด้านการผลิต การตลาด คุณภาพ และบุคลากร และเนื่องด้วยปัจจุบันในช่วงสถานการณ์เชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ระบาดที่จังหวัดสมุทรสาครทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้ามาซื้ออาหารทะเลซึ่งปกติอาหารทะเลที่ตลาดไทยจะมีรายได้จากการขายวันละ 300 - 400 ล้านบาท ก็หายไป ทั้งที่ก่อนหน้านี้เศรษฐกิจในจังหวัดเริ่มฟื้นตัว แต่มาเจอสถานการณ์นี้ยิ่งซ้ำเติมอีก คาดว่ามูลค่าเศรษฐกิจของจังหวัดตั้งแต่การซื้อขายอาหารทะเลร้านค้า ร้านอาหารจะหายไปวันละ 1 พันล้านบาท และยังพบแรงงานเมียนมาติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จำนวนมากและกระทบการระบายอาหารทะเลและราคาอาหารทะเลตก เนื่องจากจำนวนผู้คนที่ จะเข้าไปซื้ออาหารทะเลในพื้นที่ลดลงร้อยละ 30 - 40 (หอการค้าจังหวัดสมุทรสาคร, 2563)

ในฐานะที่ผู้วิจัยมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร และครอบครัวมีการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับธุรกิจและประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งผลที่ได้ในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ในการสนับสนุนการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร ตลอดจนสามารถนำไปเป็นข้อมูลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำข้อมูลไปต่อยอดวางแผนนโยบายหรือวางแผนกลยุทธ์ในการค้าขายให้กับธุรกิจขนาดย่อมและประเภทอื่น ๆ ได้

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งจังหวัดสมุทรสาคร

1.2.2 เพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร

1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบแนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลแห่งจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจ

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา

1.3.1.1 ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งในชีวิตวิถีถัดไป

1.3.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งในชีวิตวิถีถัดไป

1.3.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งในชีวิตวิถีถัดไป

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งในจังหวัดสมุทรสาคร ในช่วงเดือน กรกฎาคม - ตุลาคม 2565 จำนวน 193 คน และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 184 คน โดยดำเนินการเลือกแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยการสำรวจผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งเอง และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งที่มีระยะเวลาการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งในจังหวัดสมุทรสาคร เกิน 2 ปี

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ทำวิจัยได้ศึกษาเฉพาะพื้นที่ในจังหวัดสมุทรสาคร

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้เวลาในการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้เวลาในช่วงเดือน สิงหาคม - ธันวาคม 2565

1.4 ตัวแปร

1.4.1 ตัวแปรอิสระ (independent variables) คือสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร ได้แก่

1.4.1.1 ทำเลที่ตั้งของร้านค้า

1.4.1.2 ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ

1.4.1.3 รายได้ที่จำหน่ายอาหารทะเลแห่งต่อเดือน

1.4.1.4 กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ

1.4.1.5 การสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ

1.4.1.6 ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุด

1.4.2 ตัวแปรตาม (dependent variables) ได้แก่ แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ได้แก่

1.4.2.1 ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง

1.4.2.2 ด้านการผลิต

1.4.2.3 ด้านราคา

1.4.2.4 ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย

1.4.2.5 ด้านการเงินและการลงทุน

1.4.2.6 ด้านบุคลากร

1.4.2.7 ด้านเทคโนโลยี

1.4.2.8 ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 สภาพการดำเนินธุรกิจ หมายถึง ลักษณะโดยทั่วไปในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง ประกอบด้วย 1) ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ 2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 3) รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือน 4) กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ 5) การสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ 6) ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุด

1.5.2 ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง หมายถึง สัตว์ทะเลที่ล้างทำความสะอาดและนำไปตากแห้งเพื่อยืดอายุการเก็บรักษา ชนิดของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง เช่น 1) ปลาแห้ง 2) ปลาหมึกแห้ง 3) ปลาเค็ม 4) กุ้งแห้ง 5) หอยแห้ง 6) แมงกะพรุนแห้ง

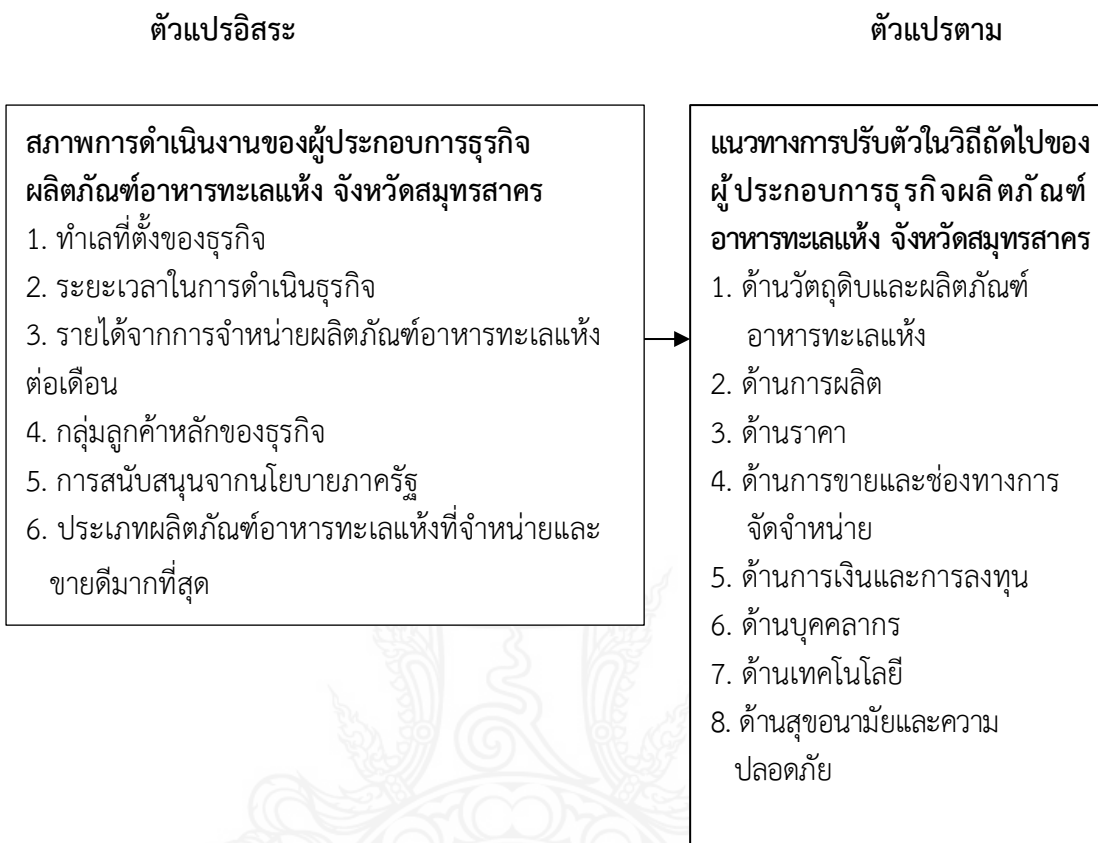
1.5.3 ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นเจ้าของกิจการ หรือหุ้นส่วน และเป็นผู้บริหารจัดการด้วยตนเองโดยยอมรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ

1.5.4 แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไป หมายถึง การใช้ชีวิตในรูปแบบใหม่ของคนในสังคมทุกช่วงวัย หลังจากที่ได้ปรับตัวกับสถานการณ์โควิด 19 จนคุ้นชิน ทั้งในเรื่องการสื่อสาร การคิดและเรียนรู้ต่างๆรอบตัวซึ่งประกอบด้วย 8 ด้านดังนี้ 1) ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง 2) ด้านการผลิต 3) ด้านราคา 4) ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย 5) ด้านการเงินและการลงทุน 6) ด้านบุคลากร 7) ด้านเทคโนโลยี 8) ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย

1.6 สมมติฐานการวิจัย

ผู้ประกอบการที่สภาพในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง ได้แก่ 1) ทำเลที่ตั้งของร้านค้า 2) ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 3) รายได้ที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือน 4) กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ 5) การสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ และ 6) ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุดแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาครแตกต่างกัน

1.7 กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิด

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.8.1 ใช้เป็นสารสนเทศให้ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลแห้ง สำหรับเป็นแนวทางการแก้ปัญหาในการผลิต และการขยายตลาดธุรกิจอาหารทะเลแห้งในจังหวัดสมุทรสาครต่อไป

1.8.2 ใช้เป็นสารสนเทศให้หน่วยงานรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนแก่ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายอาหารทะเลแห้ง

1.8.3 ใช้เป็นแนวทางและข้อมูลให้ผู้ที่สนใจหรือผู้ที่เกี่ยวข้องนำงานวิจัยนี้ไปศึกษาต่อยอดเพิ่มเติมในอนาคต

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวិทยานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง
- 2.2 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดสมุทรสาคร
- 2.3 แนวคิดทฤษฎีที่วิจัยในการดำเนินธุรกิจ
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ
- 2.5 แนวคิดทฤษฎีวิถีชีวิตถัดไป (Next Normal)
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง

2.1.1 ความหมายของอาหารทะเลแห้ง

สุภาพร (2556) ได้กล่าวว่า การตากแห้งอาหารทะเลเป็นกรรมวิธีในการถนอมอาหารชนิดหนึ่ง ซึ่งอาหารทะเลที่ตากนั้นจะหมดความชื้น จะทำให้เก็บรักษาอาหารทะเลได้เป็นระยะเวลานานขึ้นโดยที่อาหารนั้นไม่สูญเสียคุณภาพโดยปัจจุบันมีทั้งการตาก

นฤมล (2557) ได้กล่าวว่า การตากอาหารทะเลแห้งเป็นวิธีที่สามารถใช้ในการถนอมอาหารโดยทำให้อาหารนั้นแห้ง หมดความชื้น และอาจจะมีกลิ่นอยู่เพียงเล็กน้อยเท่านั้น โดยเป็นที่นิยมกันในจังหวัดที่ติดทะเลและเมื่อไม่มีความชื้นจุลินทรีย์หรือแบคทีเรียก็ไม่สามารถจะอาศัยและเจริญได้ ดังนั้นเราจึงสามารถเก็บอาหารทะเลแห้งได้เป็นเวลานาน

2.1.2 ชนิดของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง

อาหารทะเลแห้งที่ขายในจังหวัดสมุทรสาครแบ่งออกเป็น 5 ชนิดดังนี้

2.1.2.1 ปลาแห้ง



ภาพที่ 2.1 ปลาแห้ง

ที่มา: DenchaiSeafood (2564)

2.1.2.2 ปลาหมึกแห้ง



ภาพที่ 2.2 ปลาหมึกแห้ง
ที่มา: DenchaiSeafood (2564)

2.1.2.3 ปลาเค็ม



ภาพที่ 2.3 ปลาเค็ม
ที่มา: JINPLAKEM (2564)

2.1.2.4 กุ้งแห้ง



ภาพที่ 2.4 กุ้งแห้ง
ที่มา: khundamahachai (2564)

2.1.2.5 หอยแห้ง



ภาพที่ 2.5 หอยตากแห้ง
ที่มา: Oa MHACHAI (2564)

2.1.3 อาหารทะเลแห้งมีกระบวนการและขั้นตอนการผลิต

2.1.3.1 การทำปลาตากแห้ง

- 1) นำปลาสดที่ได้มาล้างทำความสะอาด ขอดเกร็ด ตัดหัวจากนั้นเอาไส้ และเครื่องในออก
- 2) ผ่าซีกปลาให้แบออกตามภาพ
- 3) นำเครื่องปรุงทั้งผสมเข้าด้วยกัน ได้แก่ น้ำปลา ผงชูรส น้ำตาลทราย กระเทียม และพริกไทย
- 4) นำปลาที่ได้หมักกับเครื่องปรุงทิ้งไว้ประมาณ 30 นาที

2.1.3.2 การทำปลาหมักตากแห้ง

- 1) นำปลาหมักที่ได้มาผ่าบริเวณลำตัวและส่วนหัวเพื่อเอาเส้นและซีกออก โดยที่หมักที่ใช้ต้องเป็นหมักสด (ปลาหมักจะมีขนาด 4 นิ้วขึ้นไป)
- 2) นำปลาหมักที่ผ่าแล้วมาล้างน้ำ
- 3) นำปลาหมักที่ล้างแล้วมาตากแดดจัดบนแผงสำหรับตากปลาเป็นเวลา 1 วัน
- 4) ปลาที่หมักไปตากแดดสัก 1-2 แดด เท่านั้นก็ได้ปลาแห้งเรียบร้อยแล้วมารับประทาน

2.1.3.3 การทำปลาเค็ม

- 1) เอาปลาเกลือมาขอดเกล็ด ดึงเหงือก ดึงไส้ ล้างทำความสะอาด ตั้งให้สะเด็ดน้ำก่อนที่จะหมักเกลือ
- 2) เมื่อปลาสะเด็ดน้ำก็เอาเกลือยัดลงไปในห้องปลาจนเต็ม จับเรียงวางไว้ในภาชนะ โรยด้วยเกลือตามลำตัว ตะโกไม่มีภาชนะจึงเลือกใช้ลังโฟมตองปลาปิดฝาเอาของหนัก

ทับฟาลังตะโกใช้ถึงใส่น้ำแล้ววางบน ช่วงนี้ปลาจะคายน้ำออก ถ้าปลามีจำนวนมากเราก็สามารถ สลับปลาตัวด้านบนลงด้านล่างได้ เหนือข้างแล้วหมักต่อ รวมเวลาหมักปลา 3 วัน 3 คืน

3) หลังจากเรายัดเกลือเข้าท้องปลาแล้ว ตะโกใช้หนังสือก๊อตปิดปากปลา เพื่อไม่ให้เกลือไหลออก เพราะถ้าไม่ปิดปาก เกลือไหลออกได้ ปลาจะไม่ถึงเกลือ เนื้ออาจจะเสียได้

4) เมื่อครบกำหนดก็เอาออกมาล้างน้ำ ฉีดน้ำเข้าท้องเพื่อไล่เกลือออกมา ให้หมด และทำความสะอาดที่ลำตัวจนขาว

5) ล้างเสร็จตั้งให้สะเด็ดน้ำก่อนใช้กระดาษห่อปิดหัวปลา ให้ปิดกระดาษทับรูได้ ท้องปลา

6) หลังจากห่อเสร็จก็ให้ตากในที่ร่ม อาจจะโดนแดดได้นิดหน่อย แต่ไม่ควรโดนแดดทั้งวัน เพราะเนื้อปลาจะสุกร่วนจากความร้อนของแสงแดด ควรเลือกตากในที่ร่ม ตากลมไปเรื่อย ๆ

2.1.3.4 การทำกุ้งแห้ง

1) ล้างกุ้งด้วยน้ำสะอาด จากนั้นนำกุ้งมาใส่ตะแกรงหรือภาชนะที่จัดเตรียมและ พักเอาไว้

2) ต้มน้ำให้เดือด ใส่เกลือลงไปเล็กน้อย

3) เมื่อน้ำเดือดแล้ว เทกุ้งลงไป เคี่ยวจนน้ำเกลือในหม้อเกือบแห้ง ปิดไฟ

4) เทกุ้งใส่ตะแกรงให้สะเด็ดน้ำ วางกุ้งลงบนถาด เกลี่ยกุ้งไม่ให้ตัวกุ้งทับกัน

5) นำไปตากแดด สักสองแดด หากไม่รู้ว่าจะสองแดดต้องใช้เวลานานเท่าไรหรือ แดดแรงแค่ไหน ให้ใช้คัตตัวกุ้ง หากเปลือกกรอบบีบด้วยมือก็แตก เป็นอันว่าใช้ได้

6) เมื่อกุ้งแห้งกรอบได้ที่แล้วนำกุ้งมาใส่ในผ้าขาวบาง แล้วมัดผ้าขาวบางเป็น เหมือนลูกประคบ จากนั้นให้พาดกับพื้นหรือโต๊ะแข็งๆ ไม่ต้องแรงมาก เพื่อให้เปลือกกุ้งกะเทาะออกมา

7) นำกุ้งออกมาร่อนตรงที่มีลมหรือพัดลม ให้เปลือกที่กะเทาะปลิวออกไปจน หมด

8) หาขวดโหลที่มีฝาปิดมิดชิดเก็บไว้ในที่แห้ง

2.1.3.5 การทำหอยตากแห้ง

1. ต้มหอยพอสุกแกะเอาแต่เนื้อตัดปากออก หั่นเป็นชิ้นบาง ๆ

2. นำเกลือ น้ำตาล พริกไทย ผสมเข้าด้วยกัน นำผสมกับหอย หมักไว้ประมาณ

1 ชั่วโมง

3. นำไปตากพอแห้ง เสร็จแล้วไปทอดในน้ำมันร้อน

2.1.4 การนำไปใช้ในเทศกาลต่าง ๆ

อาหารทะเลแห้งนิยมนำมาประกอบอาหารในงานบุญต่าง ๆ งานบวช งานเฉลิมฉลองซึ่ง อาหารทะเลแห้งสามารถนำมาประกอบอาหารได้หลากหลาย เช่น ข้าวผัดปลาอินทรีแห้ง แกงจืด ปลาหมึกแห้ง และในปัจจุบันสามารถหามารับประทานได้ง่ายตามร้านขายของแห้งทั่วไปและงานเทศกาล อาหารทะเล ซึ่งจะจัดขึ้นทุกปีจัดขึ้นในช่วงเดือนกุมภาพันธ์หรือมีนาคมของทุกปี ซึ่งถือว่าเป็นของดีของ จังหวัดสมุทรสาคร (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร, 2565)

2.2 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดสมุทรสาคร

2.2.1 แผนที่จังหวัดสมุทรสาคร



ภาพที่ 2.6 แผนที่จังหวัดสมุทรสาคร

ที่มา: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรสาคร (2565)

2.2.2 ข้อมูลประชากรการปกครอง

จังหวัดสมุทรสาคร เป็นจังหวัดปริมณฑล มีสภาพสังคมแบบกึ่งชนบทกึ่งเมือง ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองส่วนใหญ่จะตั้งบ้านเรือนกระจุกตัวอยู่ริมถนนสายหลักและสายรอง ส่วนการตั้งบ้านเรือนของประชากรในชนบทจะกระจายอยู่ตามริมน้ำลำคลองประชากรของจังหวัด

ตารางที่ 2.1 จำนวนประชากรในจังหวัดสมุทรสาคร

สำนักทะเบียน	ชาย (คน)	หญิง (คน)	รวม (คน)
อำเภอเมืองสมุทรสาคร	146,467	158,474	304,941
อำเภอกระทุ่มแบน	88,158	94,328	100,545
อำเภอบ้านแพ้ว	48,437	52,108	182,486
รวมทั้งจังหวัด	283,062	304,910	587,972

ที่มา: สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง (2565)

2.2.3 ตราประจำจังหวัด



ภาพที่ 2.7 ตราประจำจังหวัด

ที่มา: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรสาคร (2565)

2.2.4 คำขวัญประจำจังหวัด

คำขวัญประจำจังหวัด “เมืองประมง ดงโรงงาน ลานเกษตร เขตประวัติศาสตร์”

อักษรย่อ : สค

สีประจำจังหวัด : สีน้ำเงิน



ภาพที่ 2.8 ธงประจำจังหวัดสมุทรสาคร

ที่มา: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรสาคร (2565)

2.2.5 ต้นไม้ประจำจังหวัด



ภาพที่ 2.9 ต้นพญาสัตบรรณ ต้นไม้ประจำจังหวัดสมุทรสาคร

ที่มา: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรสาคร (2565)

ต้นพญาสัตบรรณ: เป็นพันธุ์ไม้พระราชทานเพื่อปลูกเป็นสิริมงคลของชาวสมุทรสาคร

ชื่ออื่น: ตีนเป็ด หัสบัน สัตบรรณ จะบัน

ต้นต้นเปิดจัดอยู่ในวงศ์โมก เป็นไม้ยืนต้นรูปทรงสูงใหญ่ ลำต้นสามารถเจริญเติบโตสูงได้ถึง 15 - 35 เมตร เป็นไม้เนื้ออ่อนแต่เหนียวสีขาวอมเหลืองอ่อน มีเปลือกค่อนข้างหนาสีเทาหรือเทาอมเหลือง ลักษณะต้นมีรูปทรงพุ่มสูงคล้ายฉัตร ใบเป็นแบบเลี้ยงเดี่ยว ทรงรูปไข่ โคนใบสอบ มีติ่งที่ปลายใบ ผลเป็นฝักคู่ยาวเรียว 10 - 20 เซนติเมตร ออกดอกเป็นช่อปลายกิ่งมีสีขาวอมเหลืองและเขียวชนิด ๆ กลีบดอกเป็นรูปวงรีมีขนภายใน มักออกดอกช่วงตุลาคม - ธันวาคม และที่สำคัญดอกมีกลิ่นหอมแรงไปจนกระทั่งฉุน โดยเฉพาะในตอนกลางคืน กลิ่นของดอกต้นต้นเปิดจะฉุนรุนแรงมากเป็นพิเศษ จนทำให้บางคนถึงขั้นเกิดอาการแพ้ได้

2.2.6 ความเป็นมา

จังหวัดสมุทรสาคร (2564) สมุทรสาครเป็นจังหวัดชายทะเล ตั้งอยู่ปากแม่น้ำท่าจีน หลักฐานทางประวัติศาสตร์กล่าวไว้ว่าในอดีตมีชุมชนใหญ่เรียกว่า "บ้านท่าจีน" ตั้งอยู่บริเวณปากอ่าวไทย ในรัชสมัยสมเด็จพระมหาจักรพรรดิแห่งกรุงศรีอยุธยา (พ.ศ. 2099) พระองค์โปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้ยกบ้านท่าจีนขึ้นเป็น เมืองสาครบุรี เพื่อเป็นหัวเมืองสำหรับเรียกระดมพลเวลาเกิดสงครามและเป็นเมืองด่านหน้าป้องกันผู้รุกรานทางทะเล ต่อมาในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 4) โปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้เปลี่ยนชื่อเมืองสาครบุรีเป็น เมืองสมุทรสาคร และในปี พ.ศ. 2456 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 6) ได้โปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้ทางราชการเปลี่ยนคำว่า "เมือง" เป็น "จังหวัด" ทั่วทุกแห่งในพระราชอาณาจักร เมืองสมุทรสาครจึงได้เปลี่ยนเป็น จังหวัดสมุทรสาคร

2.2.7 ลักษณะทางกายภาพ

2.2.7.1 ที่ตั้ง เป็นจังหวัดชายทะเล ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำท่าจีนและปากอ่าวไทย อยู่ในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย เป็นจังหวัดปริมณฑลกรุงเทพมหานคร อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครตามระยะทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 35 (ถนนพระราม 2) ประมาณ 30 กิโลเมตร มีพื้นที่ 872.347 ตารางกิโลเมตรหรือประมาณ 545,216 ไร่ จังหวัดสมุทรสาครมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง

2.2.7.2 ลักษณะภูมิประเทศ ลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มชายฝั่งทะเล สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 1.00 - 2.00 เมตรพื้นที่ด้านทิศตะวันตกเป็นที่ราบลุ่มในเขตน้ำจืด เขตจังหวัดถูกแบ่งเป็น 2 ส่วน ด้วยแม่น้ำท่าจีนซึ่งไหลผ่านตอนกลางจังหวัด ไหลคดเคี้ยวตามแนวเหนือใต้ลงสู่อ่าวไทยที่อำเภอเมืองสมุทรสาคร ระยะทางยาว 70 กิโลเมตรพื้นที่ตอนบนของจังหวัดในเขตอำเภอบ้านแพ้วและอำเภอกระทุ่มแบนมีความอุดมสมบูรณ์ของดินและมีโครงข่ายแม่น้ำลำคลองเชื่อมโยงถึงกันกระจายอยู่ทั่วพื้นที่กว่า 170 สายทั้งที่เป็น คลองธรรมชาติและคลองที่ขุดขึ้น เพื่อนำน้ำจืดมาใช้ในการเพาะปลูกและการชลประทาน ช่วยในการระบายน้ำ และใช้ในการคมนาคมขนส่ง สภาพพื้นที่จึงเหมาะที่จะทำการเพาะปลูกพืชนานาชนิด และบางส่วนเป็น ย่านธุรกิจอุตสาหกรรมและที่อยู่อาศัย พื้นที่ตอนล่างของจังหวัดในเขตอำเภอเมืองสมุทรสาคร อยู่ติดชายฝั่ง ทะเลยาว 41.8 กิโลเมตร เหมาะแก่การทำนาเกลือ การทำประมง และการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง

2.2.7.3 สภาพภูมิอากาศ จังหวัดสมุทรสาคร มีสภาพภูมิอากาศเป็นแบบฝนเมืองร้อน (Tropical Climate) เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากลมบก ลมทะเล มีลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ รวมทั้งพายุ ดีเปรสชันที่พัดผ่านมาจากทะเลจีนใต้ จึงทำให้มีความชื้น ในอากาศสูง มีฝนตกปานกลาง ปริมาณฝนตกเฉลี่ย ทั้งปีอยู่ที่ 988.1 มิลลิเมตร อุณหภูมิเฉลี่ย ประมาณ 27.8 องศาเซลเซียส มีความชื้นสัมพัทธ์ ต่ำสุด 50 สูงสุด 95 สภาพอากาศทั่วไป จังหวัด สมุทรสาครอยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุมซึ่งพัดประจำเป็นฤดูกาล 2 ชนิด โดยพัดจาก ทิศตะวันออกเฉียงเหนือในฤดูหนาวเรียกว่าลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ อิทธิพลของลมนี้ ทำให้ บริเวณจังหวัด สมุทรสาครมีอากาศหนาวเย็นและแห้งแล้ง กับมรสุมอีกชนิดหนึ่งคือมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ซึ่งพัดจากทิศตะวันตกเฉียงใต้เป็นส่วนใหญ่ในฤดูฝน ทำให้อากาศชุ่มชื้นและมีฝนตกทั่วไป

2.3 แนวคิด ทฤษฎีปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

2.3.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการผลิต

2.3.1.1 ความหมายของการบริหารการผลิต

ปกพพล (2555) กล่าวว่า ทฤษฎีด้านการผลิต (Production Management) หมายถึง การพิจารณาศึกษากิจกรรมทางการผลิตที่จำเป็นและมีต่อการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจัยที่นำมาศึกษา ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการผลิต การควบคุมการผลิต และคุณภาพการผลิต

ชนินทร์ (2554) กล่าวว่า การบริหารการผลิต หมายถึง การพิจารณาศึกษา กิจกรรม ทางการผลิตที่จำเป็นและมีผลต่อการก่อให้เกิดการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพปัจจัยที่ใช้นำมา ศึกษา ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการผลิต การควบคุมการผลิต และคุณภาพการผลิต

2.3.1.2 ความสำคัญของการบริหารการผลิต

ณัฐวุฒิ (2555) กิตติ (2553) และทับทิม (2550) กล่าวว่า การผลิตเป็นการ สร้างอรรถประโยชน์หรือประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับปัจจัยการผลิตชนิดต่าง ๆ เพื่อให้เกิดเป็นสินค้า และบริการเพื่อบำบัดความต้องการของผู้บริโภค ปัจจัยการผลิต แบ่งออกเป็น 4 ชนิด ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน ทุน และผู้ประกอบการ โดยผลตอบแทนของการใช้ปัจจัยการผลิตจะอยู่ในรูปของค่าเช่า ค่าจ้าง ดอกเบี้ย และกำไร ตามลำดับ นอกจากนี้เรายังแบ่งปัจจัยการผลิตดังกล่าวออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยคงที่ และปัจจัยผันแปร อรรถประโยชน์แบ่งออกเป็น 5 ประเภท คือ อรรถประโยชน์จากการแปรรูป อรรถประโยชน์จากการเปลี่ยนสถานที่ อรรถประโยชน์ทางด้านเวลา อรรถประโยชน์ทางด้านกรรมสิทธิ์ และอรรถประโยชน์ ทางด้านบริการ ต้นทุนการผลิตคือค่าใช้จ่าย ในปัจจัยการผลิตที่ใช้ในกระบวนการผลิต แบ่งออกเป็น ต้นทุนคงที่กับต้นทุนผันแปรตามประเภทของ การใช้จ่ายในปัจจัยคงที่ และปัจจัยผันแปร นอกจากนี้ต้นทุนการผลิตยังแบ่งออกเป็นระยะสั้น ซึ่งเป็น ระยะเวลาที่มีการใช้ปัจจัยคงที่ร่วมกับปัจจัยผันแปรในกระบวนการผลิต และระยะยาว ซึ่งเป็น ระยะเวลาที่ปัจจัยการผลิตทุกประเภทเป็นปัจจัยผันแปรทั้งหมด การผลิตขนาดใหญ่เป็นการผลิต ที่ได้ผลผลิตคราวละจำนวนมาก อาศัยหลักของการแบ่งงานกันทำเน้นใช้ปัจจัยทุน ซึ่งได้แก่เครื่องมือ เครื่องจักรเป็นสำคัญลำดับขั้นของการผลิต ได้แก่ การผลิตขั้นปฐมภูมิ (ขั้นแรก) การผลิตขั้นทุติภูมิ (ขั้นที่สอง) และการผลิตขั้นตติภูมิ (ขั้นที่สาม) การผลิตเป็นการสร้างสรรค์สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการมนุษย์ ผู้ซึ่งมีความต้องการอย่างไม่สิ้นสุด แต่เนื่องจากการมีทรัพยากรที่มี

อยู่อย่างจำกัดนั้น จึงได้เข้ามาเป็นตัวกำหนดบทบาทในกระบวนการผลิตเป็นอย่างมาก ดังนั้นจึงทำให้เกิดการบริหารการผลิตเพื่อช่วยให้ผลผลิตที่ออกมามีคุณภาพ และตรงตามความต้องการของมนุษย์ อีกประการหนึ่งยังเป็นการช่วยให้เรานำเอาทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดนั้น และต้องสัมพันธ์เกี่ยวกับหน้าที่อื่น อาทิเช่น ความสัมพันธ์ในหน้าที่ของฝ่ายการตลาด ฝ่ายการเงิน และฝ่ายการผลิตภายในองค์กรธุรกิจใดๆ ซึ่งเริ่มจากฝ่ายการตลาดมีหน้าที่ค้นหา และเสนอสิ่งที่ลูกค้าต้องการ แล้วฝ่ายการเงินจัดสรรเงินทุนทรัพยากรมาให้ฝ่ายการผลิต ใช้สร้างสิ่งที่ลูกค้าต้องการให้เป็นรูปธรรมขึ้นมา ซึ่งการดำเนินงานของทั้งสามหน้าที่หลักนี้ ต้องมีประสิทธิภาพพร้อมทั้งต้องประสานงานกันอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้องค์กรธุรกิจบรรลุ เป้าหมายสูงสุดนั้นก็คือกำไรจากการดำเนินธุรกิจ ปัจจัยในการผลิตแบ่งออกได้เป็น 6 ปัจจัยหรือ 6 M ดังนี้

1. Man หมายถึง บุคลากรผู้ที่จะต้องเกี่ยวข้องกับระบบงาน หรือหมายถึง คนทุกคนที่เกี่ยวข้องกับระบบนั่นเอง อาจจะประกอบไปด้วยผู้บริหารระดับต่าง ๆ ซึ่งจะมีทั้ง ผู้บริหารระดับสูง ระดับกลาง และระดับปฏิบัติงาน และอาจประกอบด้วยนักวิชาการในระดับต่าง ๆ แต่จะนับรวมลูกค้า หรือผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้ที่มีความสำคัญไม่น้อยของระบบด้วยหรือไม่ก็ยอมสุดแล้วแต่นักวิชาการทางด้านบริหารระบบจะตัดสินใจ

2. Money หมายถึง เงิน หรือทรัพย์สินที่มีค่าเป็นเงินของระบบซึ่งนับเป็นหัวใจที่สำคัญอย่างหนึ่งของระบบเช่นเงินทุนเงินสดเงินหมุนเวียนเงินค่าใช้จ่ายหรือเงินรายรับรายจ่ายต่างๆ เหล่านี้เป็นต้น ถ้าการเงินของระบบไม่ดีพอระบบนั้นย่อมจะประสบกับความยุ่งยาก หรืออาจถึงแก่การหายนะได้ เพราะฉะนั้นระบบธุรกิจทุกชนิดจะต้องมีความระมัดระวังในเรื่องของการเงินเป็นพิเศษ

3. Material หมายถึง ตัวสินค้า หรือวัสดุที่ใช้ในการผลิตสินค้าซึ่งเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญของระบบไม่น้อย ปัญหาในเรื่อง Material หรือสินค้าและวัสดุนี้มีสองประการใหญ่ ๆ

3.1) ประการแรก เป็นการขาดแคลนวัสดุ เช่น การขาดวัตถุดิบสำหรับใช้ในการผลิตสินค้าของโรงงานอุตสาหกรรม เมื่อขาดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตก็จะทำให้ไม่มีสินค้าสำหรับขาย ผลก็คือการขาดทุน

3.2) ประการที่สอง คือ การมีวัตถุดิบมากเกินไป ทำให้เงินทุนไปจมอยู่กับวัตถุดิบ ทำให้เกิดการขาดทุนเช่นเดียวกัน นั่นเอง

4. Machine หมายถึง เครื่องจักรอุปกรณ์ และเครื่องมือเครื่องใช้ ในโรงงานหรือ ในสำนักงานซึ่งนับว่าเป็นองค์ประกอบที่สร้างปัญหาให้กับระบบอย่างสำคัญประการหนึ่งเหมือนกับปัญหาที่ทำได้กำไร หรือขาดทุนมากที่สุดของธุรกิจ มักเกิดจากเครื่องจักรและอุปกรณ์การทำงานเป็นส่วนใหญ่ เช่น เครื่องมีกำลังผลิตไม่พอ เครื่องเก่าหรือเป็นเครื่องที่ล้าสมัย ทำให้ต้องเสียค่าซ่อมบำรุงสูง มีกำลังการผลิตน้อยประสิทธิภาพในการทำงานต่างแต่มีค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุง หรือทำงานได้ล่าช้า ทำงานไม่ทันตามเวลาที่กำหนดไว้ทำให้เกิดความเสียหาย และขาดรายได้ หรือขาดทุน เป็นต้น

5. Management หมายถึง การบริหารระบบซึ่งเป็นอีกเรื่องหนึ่ง ที่ทำให้ระบบเกิดปัญหาเพราะการบริหารที่ไม่ดี หรือการบริหารที่ไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อม หรือไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่อสังคมเศรษฐกิจ และการเมืองที่เรียกกันว่าไม่เป็นไปตามโลกาภิวัตน์ หรือการได้ผู้บริหารที่ไม่มีประสิทธิภาพมาบริหารงานซึ่งส่วนมากมักเกิดขึ้นในระบบราชการสำหรับระบบทางธุรกิจของเอกชนจะถือว่าการบริหารงานเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดเพราะถ้าการบริหารไม่ดีแล้วธุรกิจนั้นก็ไม่สามารถที่จะอยู่ได้กิจการต้องล้มเลิกไปในที่สุด

6. Morale หมายถึง ขวัญ และกำลังใจของบุคคลในระบบ หรือ หมายถึง ค่านิยมของคนที่มีต่อระบบ หรือต่อองค์กรมากกว่าซึ่งเป็นค่านิยมของคนในระบบที่มีขวัญ และกำลังใจในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นค่านิยมของผู้บริโภคหรือบุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนให้ระบบอยู่รอด และกระตุ้นจิตใจด้วยวิธีต่าง ๆ ก็มีจุดมุ่งหมายในสิ่งนี้ ระบบที่ขาดค่านิยม หรือขาดความเชื่อมั่นของบุคคลระบบนั้นก็มักจะอยู่ต่อไปไม่ได้จะต้องประสบกับความล้มเหลวในที่สุด

2.3.2 แนวคิดด้านการบริหารการตลาด

2.3.2.1 ความหมายของการบริหารการตลาด

จิรัชยากรณ์ (2561) การบริหารการตลาด เป็นกระบวนการที่ทำให้สินค้า หรือ บริการถึงมือผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภค การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจ ในการสร้างความได้เปรียบทางการตลาด โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด หรือเรียกว่า 7Ps

2.3.2.2 กลยุทธ์ทางการตลาด

ทิตจิตตา (2560) และธัญญรัตน์ (2562) ได้สรุปเกี่ยวกับการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดจำเป็นต้องคำนึงถึงส่วนประสมทางการตลาด ที่เป็นกระบวนการที่ทำให้สินค้า หรือ บริการถึงมือผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภค การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจในการสร้างความได้เปรียบทางการตลาด โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด หรือเรียกว่า 7 Ps ประกอบด้วย

1) ผลิตภัณฑ์และบริการ หมายถึง ของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ผลิตออกมาเพื่อให้ผู้บริโภคได้ใช้โดยใช้เงินตราเป็นการแลกเปลี่ยน และการบริการให้ลูกค้าพึงพอใจ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ต้องพยายามคำนึงถึง ปัจจัยต่อไปนี้

1.1) ความไม่เหมือนของผลิตภัณฑ์

1.2) พิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่าง ลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น

1.3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เป็นการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง และมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ผลิตภัณฑ์ มีลักษณะใหม่ และปรับปรุงให้ดีขึ้นซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

1.5) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์และสาย ผลิตภัณฑ์ และความไม่เหมือนทางการแข่งขัน

2) ราคา หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน และราคา เป็น ต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาของ ผลิตภัณฑ์ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

2.1) คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้อง พิจารณาว่าการยอมรับ ของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์สูงกว่าราคาของผลิตภัณฑ์นั้น

2.2) ต้นทุนสินค้า และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3) การแข่งขัน

2.4) ปัจจัยอื่น ๆ

3) การจัดจำหน่ายหมายถึง การจัดสถานที่ให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการต้อง เข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่มีขั้นตอนซับซ้อน ทำให้ผู้บริโภคได้รับความ สะดวกสบายในการเข้าใช้บริการ ได้มากที่สุด และทำเลที่ตั้งให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและ ลักษณะธุรกิจ เช่น ทำเลที่ตั้งของร้าน หนังสืออยู่ใกล้กับสถาบันการศึกษา และมีหน้าเว็บไซต์ในการ สั่งซื้อพร้อมบริการจัดส่งถึงบ้าน การจัด จำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

3.1) ช่องทางการจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ หรือกิจกรรม สิทธิที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาดในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย จึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คน กลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2) การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด การนำส่งผลิตภัณฑ์ไปสู่ ผู้บริโภค การกระจายตัวสินค้าจึงประกอบด้วยงานที่สำคัญต่อไปนี้

3.2.1) การขนส่ง

3.2.2) การเก็บรักษาสินค้าและการคลังสินค้า

3.2.3) การบริหารสินค้าคงเหลือ

4) บุคลากร หรือพนักงานขององค์กร

4.1) ด้านบุคคล หรือ พนักงานขององค์กร จะต้องมีความสามารถในการ ตอบสนองผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ หรือ เพื่อการสร้างค่านิยมให้แก่องค์กร

4.2) ความรู้ความสามารถและความน่าเชื่อถือขององค์กร

4.3) ตัวคน ในองค์กรมีการบริการดี หรือมีคนเก่งทำงานในองค์กร

4.4) บุคลากร ถือว่ามีความสำคัญกับธุรกิจที่ต้องทำหน้าที่บริการเพราะ ธุรกิจต่าง ๆ ในปัจจุบันส่วนใหญ่อาศัยคนเป็นเครื่องมือในการทำงาน หากต้องการให้บริการถูกจัด อันดับอยู่ในขั้นดีเลิศ ต้องสรรหาผู้ที่มีใจรักงานทางด้านบริการ บุคลิกดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ที่สำคัญ จะต้องมีความรู้ และความสามารถพิเศษในหน้าที่เป็นอย่างดี นอกจากนี้แล้วยังต้องมีความอดทนต่อ ปัญหาที่เกิดขึ้น และพยายามเรียนรู้ที่จะแก้ไขปัญหาเพื่อนำไปสู่การให้บริการที่ดี

4.5) การรักษาความภักดีในสินค้าของผู้บริโภคได้ด้วยการให้บริการ ทั้งก่อน ระหว่างและหลังการขาย

4.6) การพัฒนาตนเอง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริการนั้นถือว่าเป็น กลยุทธ์ที่สำคัญ เพื่อให้การบริการสามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้สูงสุด

5) ลักษณะทางกายภาพเป็นการสร้างคุณภาพ โดยรวม ให้กับภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ รวมทั้งด้านปรับปรุงคุณภาพทางกายภาพอื่นๆ เช่น แพ็คเกจ มีรูปแบบ สีสนที่โดดเด่น ดึงดูดใจในการซื้อสินค้า บรรยากาศภายในร้าน สะอาดเรียบร้อยทันสมัย พนักงานมีการใส่ยูนิฟอร์มเหมือนกันทำให้มีความเชื่อถือในมาตรฐานของร้าน รวมทั้งได้รับการ ฝึกอบรม ความรู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสามารถตอบข้อซักถาม แก้ไขปัญหา แนะนำในสินค้า และบริการที่ เหมาะสม และคุ้มค่าต่อลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

6) กระบวนการให้บริการกระบวนการต่างๆ ในการจัดการด้านสินค้าและบริการ มีระเบียบข้อปฏิบัติที่ชัดเจน และรวดเร็ว ผิดพลาดน้อย เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ และเกิดความภักดีในตัวสินค้า

2.3.3 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการเงิน

2.3.3.1 ความหมายของการบริหารการเงิน

ปกพพล (2555) ทฤษฎีด้านการเงิน (System of Internal control) หมายถึง กระบวนการที่ใช้ควบคุมดูแลการใช้ทรัพย์สินต่างๆ ของบริษัทให้เกิดประโยชน์สูงสุด ถูกต้อง เหมาะสม สอดคล้องกับความจำเป็นในการปฏิบัติงานแต่ละอย่าง เพื่อบรรลุถึงเป้าหมายของบริษัทที่กำหนดไว้ ตัวแปรที่นำมาใช้พิจารณา ได้แก่ แหล่งที่มาของสินทรัพย์ (Sources of Total Assets) แหล่งที่มาของสินทรัพย์ทั้งหลาย ได้แก่ เงินสด หลักทรัพย์ระยะสั้น ลูกหนี้การค้า ตัวเงินรับและสินค้าคงเหลือ แหล่งที่มาของหนี้สิน ได้แก่ หนี้สินระยะสั้น หนี้สินระยะยาวตลอดจนค่าใช้จ่ายค้างจ่าย ต่างๆ ส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่ม ได้แก่ การลงทุนเพิ่มของผู้ถือหุ้น และกำไรสะสมของผู้ถือหุ้น แหล่งที่ใช้ไป ของเงินทุน (Sources of the use of Assets) จะพิจารณาถึงการใช้ไปของเงินทุนในส่วนของ สินทรัพย์หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น ผลการดำเนินงานของบริษัท (The Financial Operation) ซึ่งจะพิจารณาถึงผลการดำเนินงานของบริษัทที่เกิดขึ้น

กิตติ (2553) การบริหารการเงิน หมายถึง เงิน หรือทรัพย์สินที่มีค่าเป็นเงินของระบบซึ่งนับเป็นหัวใจที่สำคัญอย่างหนึ่งของระบบเช่น เงินทุน เงินสด เงินหมุนเวียน เงินค่าใช้จ่าย หรือเงินรายรับรายจ่ายต่างๆ เหล่านี้ เป็นต้น ถ้าการเงินของระบบไม่ดีพอ ระบบนั้นย่อมจะประสบกับความยุ่งยาก หรืออาจถึงแก่การหายนะได้ เพราะฉะนั้น ระบบธุรกิจทุกชนิดจะต้องมีความระมัดระวังในเรื่องของการเงินเป็นพิเศษ

2.3.3.2 ความสำคัญของการเงิน

1) เพื่อให้เจ้าของกิจการสามารถควบคุมอย่างใกล้ชิด และเมื่อปรากฏข้อบกพร่อง อย่างไม่อย่างหนึ่งก็อาจแก้ไขได้ทันที

2) เพื่อช่วยให้เจ้าของกิจการ นำข้อมูลทางการบัญชีไปเป็นแนวทาง ในการกำหนดนโยบาย และการตัดสินใจ

3) เพื่อช่วยให้ทราบผลการดำเนินงาน ของกิจการในขณะใดขณะหนึ่ง ว่ากิจการมีสินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นจำนวนเท่าไร

4) เพื่อช่วยให้ทราบฐานะการเงินของกิจการในขณะใดขณะหนึ่งว่า กิจการมีผลการดำเนินงานในรอบปีที่ผ่านมา กิจการมีกำไรหรือขาดทุนเป็นจำนวนเท่าไร

5) เพื่อประโยชน์ในการเพิ่มทุนหรือลดทุน ตลอดจนการขอสินเชื่อจากธนาคารเพื่อขยายกิจการ

6) เพื่อใช้เป็นหลักฐานสำคัญในการคำนวณภาษีได้อย่างถูกต้องตามความเป็นจริง

7) เพื่อให้บุคคลภายนอกใช้ในการอ้างอิงประกอบการพิจารณาความมั่นคงของกิจการ

2.3.3.3 หน้าที่ทางการบริหารการเงิน

ธนาศักดิ์ (2553) การบริหารการเงินอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยให้มูลค่าของธุรกิจสูงขึ้น ซึ่งหน้าที่ทางการบริหารทางการเงิน ประกอบด้วย

1) การวางแผนเกี่ยวกับการเงิน (Financial Planning) เกี่ยวข้องกับการวางแผน รายรับ-รายจ่าย ของธุรกิจ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงกลยุทธ์ทางการเงิน และโครงการในอนาคตซึ่ง การวางแผนควรมีทั้งแผนการเงินระยะสั้น และระยะยาวโดยมีความสัมพันธ์สอดคล้องกันเพื่อบรรลุ เป้าหมายของธุรกิจที่ตั้งไว้

2) การตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดหาเงินทุน (Financial Decision) แหล่งที่มาของเงินทรมี 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

2.1) จากการกู้ยืมเป็นการจัดหาเงินทุนจากส่วนของหนี้สิน

2.2) จากการออกหุ้นสามัญเป็นการจัดหาเงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

3) การตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดสรรเงินทุน (Investment Decision) การจัดสรรเงินทุนเป็นการใช้ไปในสินทรัพย์ 2 ประเภท คือ

3.1) สินทรัพย์หมุนเวียน ได้แก่ เงินสด หลักทรัพย์ในความต้องการของตลาด ลูกหนี้การค้า และสินค้าคงเหลือ

3.2) สินทรัพย์ถาวร ได้แก่ อาคารโรงงานเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่าง ๆ ระบบการทำบัญชี สำหรับวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ควรบรรลุวัตถุประสงค์ต่อไปนี้

3.2.1) มีระบบที่ถูกต้องเพื่อแสดงผลการดำเนินงานได้อย่างแท้จริง

3.2.2) ระบบการบันทึกสามารถเปรียบเทียบข้อมูล ในปัจจุบันกับข้อมูลการดำเนินงานในอดีต และช่วยในการวางแผนด้านงบประมาณในอนาคต

3.2.3) การบันทึกควรจะแสดงงบการเงินสำหรับฝ่ายบริหารและผู้ที่จะนำมาใช้ในการตัดสินใจ

3.2.4) ระบบควรอำนวยความสะดวกในการทำรายงานได้อย่างรวดเร็วตลอดจนใช้ในการเรียกภาษีคืนและสามารถนำเสนอแก่ส่วนราชการเพื่อเสียภาษี

3.2.5) ระบบควรจะช่วยควบคุม ป้องกันการทุจริตและลดการสูญเปล่าได้

4) การบริหารสภาพคล่องการบริหารเงินสดให้เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ โดยพิจารณาในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

4.1) เงินสดสำรองเงินสดไว้อย่างสมเหตุผลลงทุนเพื่อให้เกิดดอกผลได้ แต่ต้องคำนึงถึงสภาพคล่อง

4.2) ลูกหนี้ประเมินเครดิตลูกหนี้อย่างรอบคอบสม่ำเสมอขอหลักประกัน การชำระหนี้ถ้าเป็นไปได้จัดเก็บข้อมูลลูกหนี้อย่างครบถ้วน รวมถึงระเบียบการวาง ใบแจ้งหนี้และรับ เช็ควางใบแจ้งหนี้แต่เนิ่นๆติดตามหนี้ที่ครบกำหนดอย่างสม่ำเสมอ จ่ายค่า คอมมิชชั่นให้ผู้แทนขาย ต่อเมื่อเก็บหนี้ได้ทำเรื่องการรับชำระเงินแบบหักบัญชีอัตโนมัติ ให้ส่วนลด เมื่อ จ่ายหนี้เร็ว จัดลำดับ ชั้นของลูกหนี้ เพื่อสามารถบริหารที่มีประสิทธิภาพ ฯลฯ

4.3) สินค้าคงคลัง จัดเก็บสินค้าคงคลังตามความเหมาะสม เช่น เก็บที่ ส่วนกลาง กระจายตามคลังย่อย ใกล้แหล่งผลิต หรือใกล้ตลาด วางแผนจัดซื้อ ใช้จำนวนสั่งซื้อ ที่ประหยัด (Economic Order Quantity: EOQ) วางแผนการลำเลียงวัตถุดิบเข้าคลังที่สอดคล้องกับ อุปสงค์ และกำลังการผลิต กำหนดสต็อกสินค้าสำเร็จรูปให้เหมาะสมกับกลยุทธ์ของบริษัท ผลักภาระ ให้ Supplier เป็นผู้จัดเก็บ ฯลฯ

4.4) เจ้าหนี้ การค้างชำระหนี้ได้เร็ว กรณีได้ส่วนลด ขอเงื่อนไขการชำระ หนี้ ที่สมเหตุสมผล ชะลอการชำระหนี้โดยไม่ให้เสียเครดิต กระจายการซื้อจากผู้ค้า หลากหลาย เพื่อป้องกันความเสี่ยง

4.5) สินทรัพย์ถาวร ขายหรือให้เช่าสินทรัพย์ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ พิจารณาเงื่อนไขการซื้อเช่า เช่าซื้ออย่างรอบคอบ ใช้สินทรัพย์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดทำประกันภัย

4.6) หนี้สิน รักษาอัตราหนี้สินต่อทุน อย่างเหมาะสม สร้างสัมพันธ์กับ ธนาคารหลายแห่งใช้แหล่งเงินกู้ที่ต้นทุนต่ำ ก่อนขอวงเงินเพื่อไว้ยามฉุกเฉิน บริหารวันครบชำระหนี้ ให้ตรงกัน หากหลักประกันให้เพียงพอ

4.7) ทุน เตรียมทุนสำรองยามฉุกเฉิน ยกยอดขาดทุนสะสมมาใช้เพื่อลด ภาษี ในปีที่มีกำไร ระดมทุนจากตลาด

4.8) รายได้ รักษาฐานลูกค้าเดิม หาตลาดใหม่ คิดเชิงสร้างสรรค์ หาโอกาสใหม่ในการทำธุรกิจ

4.9) ค่าใช้จ่าย ทำแผนลดชะลอค่าใช้จ่าย ศึกษาข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง กับการเลิกจ้างชดเชย

4.10) ภาษี วางแผนภาษีอย่างรอบคอบ ตรวจสอบความถูกต้องของ หลักฐานทางบัญชี ขอคืนภาษีที่ชำระไว้เกิน เป็นต้น

5) การจัดการความเสี่ยง ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อม สามารถจัดการ และควบคุมความเสี่ยงต่างๆ ได้ด้วยการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง การลดความ เสี่ยงการผลักระความเสี่ยง ในการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงสามารถทำได้ด้วยวิธีการดังนี้ คือ การ หาสิ่งอื่น มาทดแทน การกลั่นกรอง และการขจัดความเสี่ยง ในการลดความเสี่ยง ผู้ประกอบการ จะมีวิธีการ หรือ ระบบการจัดการที่ดีในการเข้ารับความเสี่ยงผู้ประกอบการ สามารถผลักระ ความเสี่ยงไปยัง บุคคล อื่นๆ ได้ เช่น การรับเหมาช่วงการซื้อขายล่วงหน้า และการทำประกันภัย หลักทรัพย์เมื่อมีโอกาส

2.3.4 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานบุคลากร

2.3.4.1 ความหมายของการบริหารงานบุคคล

วรารุช (2557) ให้คำนิยามว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ คือการบริหาร จัดการกิจกรรมในการดึงดูด พัฒนา จูงใจ และเก็บรักษาบุคลากร ที่มีศักยภาพในการทำงานสูงไว้กับ องค์กร องค์กรเจริญก้าวหน้าไปสู่ความเป็นเลิศ โดยการบูรณาการ หรือประสานความต้องการของแต่ละบุคคล ในด้านความเจริญก้าวหน้า และการพัฒนา กับเป้าหมายขององค์กร

ธนาศักดิ์ (2553) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง กระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรขององค์กร อันประกอบด้วยภารกิจหลัก 4 ด้าน คือ การจัดหา การพัฒนาประโยชน์ การเก็บรักษาบุคลากร เพื่อให้องค์กรได้รับประโยชน์สูงสุด และคุณค่าของบุคลากรจะส่งผลต่อเป้าหมายขององค์กร ขณะเดียวกันบุคลากรก็มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน และ มีความเจริญก้าวหน้าตามความมุ่งหวังของแต่ละบุคคล

2.3.4.2 ความสำคัญของการบริหารงานบุคคลกับงานบริการ

พุดิยา (2560) เมื่อองค์กรมีเป้าประสงค์ 3 ประการ ได้แก่ การอยู่รอด ด้วยผลกำไรที่เพียงพอ การมีขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งสามารถช่วยให้เราเห็นภาพของการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ได้ ดังนี้

1) ในแง่ของการที่จะสร้างความมั่นใจว่าองค์กรจะสามารถอยู่รอดได้ พร้อมไปกับความสามารถที่จะมีกำไรในการประกอบธุรกิจได้อย่างเพียงพอ นั้น การบริหารจัดการทรัพยากร มนุษย์จะต้องทำให้องค์กรเกิดความคุ้มค่าในการลงทุนเกี่ยวกับทรัพยากรบุคคลในองค์กร

2) ในแง่ของการที่องค์กรประสงค์ที่จะมีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ก็ต้องกำหนดเป้าประสงค์ ในแง่ของการที่จะทำให้ องค์กร พร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นการทำให้้องค์กรมีความยืดหยุ่น พร้อมรับ การเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันอย่างยั่งยืน จึงเป็นเป้าประสงค์ที่สำคัญอีกประการของงานด้าน การ บริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์

3) ในแง่ของการที่องค์กร ประสงค์ที่จะมีความชอบธรรมทางสังคมก็ถือเป็นภาระหน้าที่สำคัญของการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ ที่จะต้องมีเป้าหมายที่มุ่งเน้นการสร้างความรู้สึกให้องค์กรให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรับผิดชอบต่อ บุคลากร ภายในองค์กร ซึ่งต่อมาได้ขยายนิยามความรับผิดชอบต่อออกไปสู่ความรับผิดชอบต่อ สังคม สิ่งแวดล้อม ลูกค้า ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับกลุ่มต่างๆ

2.3.5 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการ

2.3.5.1 ความหมายของการบริหารจัดการ

นันทน์ภัส (2559) ให้ความหมายของการบริหารไว้ว่างานบริหารทุกอย่าง จำเป็นต้องกระทำโดยมีหลักเกณฑ์ ซึ่งกำหนดจากการวิเคราะห์ ศึกษาโดยรอบคอบ ทั้งนี้ เพื่อให้มีวิธี ที่ดีที่สุดในอันที่จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตมากยิ่งขึ้นเพื่อประโยชน์สำหรับทุกฝ่าย ที่เกี่ยวข้อง

พิทักษ์ (2558) การบริหารจัดการ หมายถึง การดำเนินงานหรือการปฏิบัติงานใดๆ ของหน่วยงานของรัฐ และหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ ที่เกี่ยวข้องกับคน สิ่งของ และหน่วยงาน โดยครอบคลุมถึงเรื่องต่างๆ เช่น การบริหารนโยบาย (policy) การบริหารอำนาจหน้าที่ (Authority) การบริหารคุณธรรม (Morality) การบริหารที่เกี่ยวข้องกับสังคม(Society) วางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Staffing) การอำนวยการ (Directing) การประสานงาน (Coordinating) การรายงาน (Reporting) และการงบประมาณ (Budgeting) เช่นนี้ เป็นการนำ กระบวนการบริหาร หรือ ปัจจัยส่วนสำคัญต่อการบริหาร" ที่เรียกว่า แพมส์-โพสคอร์บ (PAMS-POSDCORB) แต่ละตัวมาเป็นแนวทางในการให้ความหมาย สรุปได้ว่า การบริหารและการบริการจัดการ คือ กระบวนการใช้ทรัพยากร ต่างๆ ที่มีอยู่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

2.4.1 ความหมายของผู้ประกอบการ

นันทน์ภัส (2559) ได้สรุปความหมายของผู้ประกอบการ คือ บุคคลผู้จัดตั้งและบริหารธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยพร้อมยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ และมองเห็นโอกาสที่จะทำกำไร ผลักดันให้เกิดการสร้างสรรค์เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม สร้างสิ่งที่มีคุณค่า และเป็นทางเลือกใหม่ๆ ให้กับสังคม ตลอดจนเพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยการผลิตสินค้าชนิดใหม่ที่มีประสิทธิภาพที่ดีกว่าเดิมขึ้นมาเสนอขายในตลาด เพื่อเป้าหมายในการสร้างสรรค์ความมั่นคงแก่ธุรกิจขนาดย่อม

ธาสนี (2557) ได้กล่าวถึง ความหมายของผู้ประกอบการไว้ว่า หมายถึง บุคคลที่ก่อตั้งองค์กร เป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วน ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจ โดยต้องยอมรับถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ ในการดำเนินธุรกิจทั้งนี้เพื่อผลกำไร และความพอใจ (สุธิดา, 2555) กล่าวว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง เป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง ในสังคมตลาดการค้าเสรี เนื่องจากผู้ประกอบการเป็นผู้มองเห็นโอกาส และไขว่คว้าโอกาสนั้น ๆ โดยนำความรู้ ประสบการณ์ ทุนทรัพย์ทั้งทางการเงินและทางสังคมที่ตนมีอยู่มาลงทุน เพื่อสร้างองค์กรธุรกิจขึ้นมา และใช้ทุนเหล่านั้นในการดำเนินกิจกรรมในเชิงธุรกิจ ผลักดันให้เกิดการสร้างสรรค์นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม สร้างสิ่งที่มีคุณค่า และเป็นทางเลือกใหม่ๆ ให้กับสังคม ตลอดจนเพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ ได้แก่ ผลกำไร และการเติบโตทางธุรกิจในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการมีหน้าที่สำคัญในการเป็นผู้วางแผนบริหารจัดการ และผลักดันให้ธุรกิจเกิดการพัฒนาไปสู่ความสำเร็จตามที่ได้คาดหวังไว้ รวมทั้งเป็นผู้กำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย และกลยุทธ์ต่างๆ ให้พัฒนาเหมาะสมกับสิ่งแวดล้อม และสังคมที่ดำเนินธุรกิจอยู่

พิทยา (2556) ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่คิดริเริ่มดำเนินธุรกิจขึ้นมา เป็นของตนเอง มีการวางแผนการดำเนินงาน และดำเนินธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เพื่อมุ่งหวังผลกำไร ที่เกิดจากผลการดำเนินงานของตนเอง

วิมลวิภา (2556) ได้กล่าวถึงความหมายของผู้ประกอบการไว้ว่า หมายถึงเป็นผู้ที่มองเห็นโอกาสในสถานการณ์ต่างๆ รวมทั้งพร้อมยอมรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้น และมุ่งมั่นอุทิศหาความสำเร็จของธุรกิจด้วยตัวเอง โดยที่ผู้ประกอบการจะมีความรู้เกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ และ

มีส่วนร่วมต่อการดำเนินธุรกิจทุกขั้นตอน และกล้าตัดสินใจในการขยายธุรกิจ จากธุรกิจขนาดเล็ก ไปสู่ธุรกิจขนาดใหญ่

จันทิมา (2554) ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ก่อตั้งกิจการเป็นเจ้าของและเป็นหุ้นส่วน และดำเนินกิจการโดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ เพื่อผลกำไร และความพึงพอใจของตนเอง

ปรเมษฐ์ (2554) ได้กล่าวถึงความหมายของผู้ประกอบการไว้ว่า หมายถึง บุคคล ผู้ก่อตั้งองค์กร เป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วน และดำเนินกิจการโดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ เพื่อผลกำไร และความพอใจด้วยตนเอง

พิชญา (2554) ได้กล่าวถึงความหมายของผู้ประกอบการไว้ว่า หมายถึง ผู้ที่ริเริ่มธุรกิจ โดยมีความเชื่อมั่นในตัวเองที่จะปฏิบัติตามความคิด หรือเป้าหมายของตน ด้วยความกล้าเสี่ยง เสาะแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ มุ่งมั่นอดสาหัสสู่ความสำเร็จ และเป็นผู้รับผิดชอบบริหารธุรกิจ จัดหาทุน และทรัพยากรดำเนินการ รวมทั้งยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจเพื่อผลกำไร และความพอใจ

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นทั้งเจ้าของกิจการ หรือหุ้นส่วน และเป็นผู้บริหารจัดการงานต่าง ๆ ของกิจการนั้น ๆ ด้วยตนเองโดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจทางการขายที่มีอยู่ ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานที่สำคัญคือ ขอบเขตตลาดที่เหมาะสมขีดจำกัดในด้านเวลา ช่องทางการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและอายุของสินค้าหรือบริการที่สามารถวางอยู่ในตลาดได้ (Shelf Life)

1) คุณลักษณะทางจิตวิทยา คือ เป็นความสามารถของผู้ประกอบการแต่ละคนที่จะปรับตัวเผชิญกับสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งขึ้นกับปัจจัยทางจิตวิทยาที่สำคัญ 5 ประการ ได้แก่

- 1.1) ความต้องการอิสระ
- 1.2) ความอดทนต่อสภาวะเสี่ยง
- 1.3) ความต้องการประสบความสำเร็จ
- 1.4) ความต้องการมีอิทธิพลทางสังคม หรือมีอำนาจในการจูงใจ
- 1.5) ความต้องการเป็นผู้มีอำนาจอย่างจริยธรรม

2) ทักษะความสามารถในการบริหารจัดการและนำไปสู่การเติบโต คือ ทักษะที่สำคัญ ได้แก่ การสร้างและการจัดการกับการเปลี่ยนแปลงการสร้างองค์กรที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งให้การส่งเสริมและสนับสนุน

3) วัฒนธรรมองค์กรที่ผลักดันให้เกิดการเติบโต คือ ลักษณะของวัฒนธรรมที่สำคัญ ประกอบด้วย การเอาใจใส่ผู้ใต้บังคับบัญชาและการให้รางวัลแก่ผลงานที่จับต้องได้ การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และการสนับสนุนให้วัฒนธรรมดังกล่าวอยู่ในองค์กร

2.4.2 ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ธุรกิจที่ต้องประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมีผู้บริหารที่มีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ที่เชื่อมโยงถึงการปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่ได้วางไว้ และใช้ในสถานการณ์ที่มีความท้าทาย มีการเสนอกรอบความคิด และมุมมองของการเป็นผู้ประกอบการว่า ขึ้นอยู่กับลักษณะของวัฒนธรรมขององค์กรที่แตกต่างกัน

นราธร (2558) ได้เสนอคุณลักษณะที่เป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของเจ้าของธุรกิจ ขนาดย่อม หรือผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ 10 คุณลักษณะ คือ

1) ความสามารถเชิงเทคนิค (Technical competence) เป็นคุณลักษณะที่สำคัญต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดย่อม คือความได้เปรียบด้านเทคนิค โดยเจ้าของธุรกิจจำเป็นต้องเข้าใจธุรกิจที่ดำเนินอยู่

2) ความสามารถทางจิตใจ (Mental ability) เป็นความสามารถ ในการรับรู้และเข้าใจผู้ประกอบการจะใช้ความสามารถทางจิตใจในการพัฒนากลยุทธ์การแข่งขัน ผู้ประกอบการควรเป็นผู้มีความสามารถที่หลากหลาย และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งการให้ความช่วยเหลือผู้จัดการธุรกิจ ในการให้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานต่างๆ ที่มีความสำคัญในการพัฒนาแผนงาน และวัตถุประสงค์ของธุรกิจ หรือความสามารถในการบูรณาการต่างๆ เข้าด้วยกัน

3) การแสวงหาโอกาส (Opportunity Orientation) ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ และสามารถพัฒนาธุรกิจให้เจริญเติบโตได้นั้น จะต้องเป็นผู้แสวงหาโอกาสมากกว่าการแสวงหาปัจจัยด้านทรัพยากร โครงสร้าง หรือกลยุทธ์สามารถเข้าถึงปัจจัยสำคัญต่างๆ ที่เป็นโอกาสเพื่อกำหนดเป้าหมายธุรกิจ

4) ความคิดริเริ่มและความรับผิดชอบ (Initiative and responsibility) การที่ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้บุกเบิกธุรกิจด้วยตนเอง ผู้ประกอบการจึงต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อความสำเร็จ หรือล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ และเป็นผู้นำในการแก้ปัญหาต่างๆ ของธุรกิจ

5) ความซื่อสัตย์ และความน่าเชื่อถือ (Integrity and reliability) ความซื่อสัตย์และความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องจาก มีส่วนสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และการให้การยอมรับของบุคคลต่างๆ เช่น นักลงทุน พันธมิตรทางธุรกิจ ลูกค้า และผู้ให้สินเชื่อ

6) ความอดทนต่อความล้มเหลว (Tolerance for failure) ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ จะต้องเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ล้มเหลวในอดีต มาแก้ไขปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ ดีมากยิ่งขึ้น โดยจะต้องมีความอดทน และมองหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ อยู่เสมอ

7) การควบคุมปัจจัยที่เกี่ยวข้องภายใน (Internal locus of control) ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะมีความเชื่อมั่นในตนเอง และจะต้องไม่เชื่อว่าความสำเร็จ หรือล้มเหลวเกิดขึ้นจากโชคชะตา แต่เชื่อว่าเป็นผลมาจากการควบคุมภายในของผู้ประกอบการเอง

8) ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (Human relation skills) ผู้ประกอบการจะต้องมีทักษะในการสื่อสารที่ดี กับบุคคลอื่น ๆ เช่น พนักงาน กลุ่มธุรกิจ คู่ค้า และลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิธีการติดต่อสื่อสาร เช่น การสื่อสารข้อความภารกิจของธุรกิจที่เข้าใจตรงกัน วิธีการจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยวิธีการต่าง ๆ และความมีภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ

9) ความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ (High achievement drive) เป็นผู้มีความมุ่งมั่นที่จะทำงานให้ประสบความสำเร็จ มีความมุ่งมั่นพยายามปฏิบัติงานด้วยความมีประสิทธิภาพ เป็นนักแสวงหาโอกาส กล้าเผชิญกับความเสี่ยง ติดตามประเมินผลการดำเนินงาน และพัฒนาความสำเร็จ ให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ

10) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์วิธีการต่าง ๆ เช่น มีความคิดค้นพัฒนาทางด้านวัฒนธรรม มีการสังเคราะห์หรือผสมผสานบูรณาการข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้างวิธีการทำงานใหม่ๆ มีการขยายองค์ความรู้ใหม่ๆ ในธุรกิจ รวมทั้งการนำแนวความคิดที่เป็นประโยชน์ของผู้อื่นมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง

วิมพีวีกา (2556) ได้แบ่งองค์ประกอบของคุณลักษณะของผู้ประกอบการออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่

1) ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) หมายถึง ความสามารถ และความตั้งใจที่จะนำตนเองไปสู่โอกาส เป็นคนที่สามารถทำงานได้ด้วยตนเอง และสามารถตัดสินใจได้ในภาวะที่บีบบังคับ

2) ความมีนวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การเป็นผู้นำมีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับสินค้าใหม่ๆ การบริการและเทคโนโลยีใหม่ ๆ

3) ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) ความกล้าเสี่ยงแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ กล้าเสี่ยงต่อสิ่งไม่รู้ กล้าใช้ทรัพย์สินจำนวนมากสำหรับก่อตั้งธุรกิจ และกล้ากู้ยืมทรัพย์สินจำนวนมาก

4) การบริหารจัดการ (Business Management) หมายถึง เป็นกระบวนการที่ทำให้เป้าหมายขององค์กรประสบผลสำเร็จ

5) ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) หมายถึง การที่เจ้าของกิจการมีความมั่นคงไม่เก็บสิ่งผิดพลาดมาเป็นอารมณ์ หรือผิดหวังท้อแท้แต่จะนำเอาประสบการณ์เหล่านั้นมาเรียนรู้

6) ความใฝ่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation) หมายถึง ความต้องการที่จะบรรลุมาตรฐานแห่งความเป็นเลิศ และความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะประสบความสำเร็จในการแข่งขัน

ณัฐวุฒิ (2555) ได้กล่าวถึง คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการตามแนวคิดที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางของ Miller (1983) ไว้ว่า คุณลักษณะเฉพาะของการเป็นผู้ประกอบการจะต้องประกอบด้วย การสร้างนวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก ซึ่งเป็นพฤติกรรมของผู้ประกอบการ แต่ละรายที่แสดงออกในการดำเนินธุรกิจ

Allen (2006) ได้เสนอคุณลักษณะของผู้ประกอบการ 5 ประการ ประกอบด้วย

1) การเผชิญกับความเสี่ยง (Risk taking) ผู้ประกอบการเป็นผู้รับผิดชอบ และเผชิญต่อความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งอาจส่งผลต่อความสำเร็จ หรือล้มเหลว

2) ความต้องการประสบความสำเร็จ (Need for achievement) ผู้ประกอบการต้องมีความรับผิดชอบต่อการแก้ปัญหาต่าง ๆ ภายในธุรกิจ มีการกำหนดเป้าหมาย เพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จ

3) ความเป็นอิสระ (A sense of independence) ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจอย่างเป็นอิสระ และรับผิดชอบต่อตัดสินใจของตนเอง

4) การควบคุมปัจจัยที่เกี่ยวข้องภายใน (Internal locus of control) ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง และมีความเชื่อว่า ความสำเร็จหรือความล้มเหลวมาจากการกระทำของตน

5) ความอดทนต่อความไม่ชัดเจน (Tolerance for ambiguity) ผู้ประกอบการต้องมีความอดทนต่อสิ่งต่างๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติ ความไม่แน่นอน หรือความไม่ชัดเจนในปัจจุบันต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น

2.5 แนวคิดทฤษฎีชีวิตวิถีถัดไป (Next Normal)

2.5.1 ความหมายของชีวิตวิถีถัดไป (Next Normal)

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2565) กล่าวว่า การใช้ชีวิตของผู้คนทั่วโลกที่เปลี่ยนไปหลังวิกฤติโควิด 19 สะท้อนให้เห็นเทรนด์สำคัญ ๆ ในอนาคตที่เกิดจากพฤติกรรมและทัศนคติในการดำรงชีวิตที่ไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป โดยเฉพาะการเปิดรับเทคโนโลยี บริการดิจิทัลใหม่ ๆ รวมถึงแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งตอบโจทย์เรื่องความสะดวกสบาย โดยมุ่งเน้นเรื่องความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น นำไปสู่เทรนด์การใช้ชีวิตแบบ Next normal ที่จะเริ่มขยายตัวในวงกว้าง พร้อมทั้งมีบทบาทสำคัญต่อชีวิตและระบบเศรษฐกิจในอนาคต

เสกสันต์ (2565) กล่าวว่า ชีวิตวิถีถัดไป (Next Normal) คือ การใช้ชีวิตในรูปแบบใหม่ของประชาชนทุกเพศทุกวัย หลังจากที่ได้ปรับตัวกับสถานการณ์โควิด 19 เพื่อความอยู่รอดจนเกิดความคุ้นชิน ทั้งวิถีคิด วิถีเรียนรู้ วิถีสื่อสาร และวิถีปฏิบัติ ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปตามบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยธนาคารแห่งประเทศไทย ได้ศึกษารูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คนทั่วโลกที่เปลี่ยนไปหลังสถานการณ์โควิด 19 ที่ได้สะท้อนให้เห็นเทรนด์สำคัญๆ ในอนาคต โดยเฉพาะการเปิดรับเทคโนโลยีและบริการดิจิทัลใหม่ๆ รวมถึงแพลตฟอร์มออนไลน์ ที่ตอบโจทย์เรื่องความสะดวกสบาย โดยมุ่งเน้นเรื่องความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2565) กล่าวว่า การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ทั่วโลกกำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบัน ก่อให้เกิดผลกระทบรอบด้านทั้งการเมือง เศรษฐกิจและวิถีการดำรงชีวิตของคนในสังคมที่เปลี่ยนไปอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการยกระดับสุขอนามัยและความปลอดภัยของบุคคล และการพึ่งพาเทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินชีวิตที่มากขึ้น อย่างไรก็ตาม การดำเนินชีวิตของคนในสังคมโลกหลังวิกฤตครั้งนี้จะเปลี่ยนไปในทิศทางใด บรรทัดฐานจะต่างไปจากวิถีความปกติใหม่มากน้อยเพียงใด การคาดการณ์ก้าวต่อไปของวิถีชีวิตใหม่ หรือ Next Normal นี้จะช่วยสะท้อนถึงสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนไป ซึ่งมีผลต่อการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ และโอกาสทางธุรกิจที่จะเกิดขึ้น อีกทั้งจะเป็นแนวทางการจัดทำนโยบาย เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการที่ภาครัฐจะต้องจับทิศทางเพื่อรับมือกับบริบทที่ปรับเปลี่ยนไป

2.5.2 เทรนด์การใช้ชีวิตแบบ Next Normal

1) Stay-at-home Economy ส่งผลให้วิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนทั่วโลกเปลี่ยนไปบ้านจึงไม่ได้เป็นแค่ที่อยู่อาศัย แต่ยังคงกลายเป็นที่ทำงาน ห้องประชุม ห้องออกกำลังกาย หรือโรงภาพยนตร์ ซึ่งกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ สามารถใช้งานผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ได้อย่างสะดวกสบาย เทรนด์ดังกล่าวก่อให้เกิดรูปแบบเศรษฐกิจที่เรียกว่า Stay-at-home Economy เช่น การพบปะสังสรรค์ผ่านแอปพลิเคชัน การทำธุรกิจ E-commerce การบริการจัดส่งอาหารถึงบ้าน และการเลือกซื้อสินค้าผ่านประสบการณ์เสมือนจริง (Virtual Reality)

2) Touchless Society การดำเนินชีวิตในโลกยุค Next Normal จะมุ่งเน้นเรื่องความปลอดภัยและสุขอนามัยเป็นสำคัญ เทคโนโลยีจึงถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อลดการสัมผัส ยกตัวอย่าง เช่น ระบบการจัดส่งสินค้าแบบ Non-contact delivery ระบบประตูอัตโนมัติในพื้นที่สาธารณะ รูปแบบการจ่ายเงินแบบ e-payment รวมทั้งการออกแบบพื้นที่ธุรกิจที่สามารถให้บริการลูกค้าแบบปราศจากการสัมผัสใดๆ แต่จะใช้เทคโนโลยีการสั่งงานด้วยเสียง (Voice recognition) หรือจำลองโลกเสมือนจริง (Augmented reality) แทน

3) Regenerative Organic ประเด็นเรื่องความปลอดภัยและผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมถือเป็นหัวใจสำคัญของโลกยุค Next Normal ดังนั้น เทรนด์หนึ่งที่จะฉายภาพชัดขึ้นเรื่อยๆ คือ มาตรฐานสินค้าเกษตรที่เรียกว่า Regenerative Organic ซึ่งไม่เพียงต้องปลอดสารพิษและปราศจากการใช้เมล็ดพันธุ์ดัดแปลงเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงมาตรฐานคุณภาพดิน การคุ้มครองสัตว์ คุณภาพชีวิตเกษตรกร ความยุติธรรมด้านค่าแรง รวมถึงระบบฟาร์มที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565)

2.5.3 แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจในรูปแบบชีวิตวิถีใหม่ (Next Normal)

1) เพิ่มช่องทางขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ ภาวะโรคระบาดและการล็อกดาวน์ที่ทำให้ผู้คนต้องเก็บตัวอยู่แต่ในบ้านมากขึ้น ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนมาเป็นการจับจ่ายซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากความสะดวกที่ไม่ต้องออกไปนอกบ้านและยังหลีกเลี่ยงการพบปะผู้คน ที่ทำให้เกิดความเสี่ยงต่อภาวะโรคระบาดมากขึ้นโดยบรรดา SME จำนวนมาก ก็มีการเปลี่ยนแนวทางขายสินค้า จากเดิมที่มีหน้าร้าน หันมาขายผ่านทางออนไลน์ ทั้งแอปพลิเคชัน เว็บไซต์หรือแม้แต่ไลฟ์สดขายสินค้ากันมากขึ้น ขณะที่การสร้างช่องทางรับรู้การโปรโมทสินค้าและบริการ รวมถึงการแจ้งกิจกรรมส่งเสริมการขายทางออนไลน์ ยังทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้นและขยายฐานลูกค้าได้มากขึ้นด้วย ซึ่งแน่นอนว่าจะส่งผลให้มีโอกาสขายสินค้าได้มากขึ้นและมียอดขายเพิ่มขึ้นด้วย

2) ใช้ Data วิเคราะห์ตลาดและผู้บริโภค Data หรือข้อมูลนั้นถือเป็นทรัพยากรที่มีค่าสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจในทุกๆระดับ รวมถึง SME โดยเปรียบเสมือนการติดอาวุธที่ทำให้การแข่งขันในทางธุรกิจทำได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งการนำข้อมูลสถิติของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคมาวิเคราะห์ เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ผู้ประกอบการ SME สามารถกำหนดกลยุทธ์สำหรับธุรกิจ ซึ่งรวมถึงการออกแบบสินค้าและบริการที่ดีขึ้น ตอบสนองกลุ่มลูกค้าได้ตรงเป่ามากขึ้น และยังทำให้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อรับมือกับการแข่งขันในตลาดได้ทันท่วงทีมากขึ้นด้วย

3) พัฒนาสินค้าและบริการเพื่อตอบโจทย์ลูกค้า การพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เป็นอีกสิ่งที่สำคัญ โดยเฉพาะในช่วงภาวะโรคระบาดและการล็อกดาวน์ เช่น ธุรกิจร้านอาหารแบบเน้นการนั่งในร้าน อย่างร้านหมูกระทะ หรือร้านชาบู ต้องปรับรูปแบบ พัฒนาสินค้าและบริการเพื่อให้สามารถขายแบบ Take Home หรือนำกลับบ้านได้ขณะที่พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นอีกสิ่งที่สำคัญ โดยการพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์และเทรนด์ความต้องการของลูกค้า สามารถช่วยเพิ่มโอกาสในการขายได้มากขึ้น เช่น ในอนาคต ทัวโลกรวมถึงไทยอาจก้าวไปสู่สังคมผู้สูงวัย หรือ Aging Society มากขึ้น จึงควรปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้าเพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคในกลุ่มนี้มากขึ้นด้วย

4) ปรับเปลี่ยนและเพิ่มรูปแบบธุรกิจ โอกาสในการก้าวผ่านวิกฤตทางธุรกิจ คือ การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้ทันกับสถานการณ์ เช่นผู้ประกอบการร้านอาหาร อาจเปลี่ยนพื้นที่ร้านส่วนหนึ่ง เป็นพื้นที่ขายสินค้า หรือการเปลี่ยนรูปแบบขายสินค้าอุปโภคบริโภคจากขายส่งมาเป็นขายปลีก และกำหนดราคาให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าสำหรับบางธุรกิจที่มีพนักงานในสำนักงาน อาจปรับเปลี่ยนให้พนักงานทำงานจากที่บ้านหรือ Work From Home ได้มากขึ้น โดยเพิ่มช่องทางการติดต่อและระบบการทำงานผ่านทางออนไลน์ ซึ่งนอกจากจะทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าเช่าสำนักงาน ค่าน้ำ ค่าไฟ ยังลดโอกาสในการแพร่ระบาดของโรค (พีพีทีวี สมาคมผู้ผลิตข้าว, 2564)

2.5.4 แนวปฏิบัติด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย

2.5.4.1 ทำความสะอาดพื้นและพื้นผิวสัมผัสบ่อย ๆ และกำจัดมูลฝอยทุกวัน ล้างและฆ่าเชื้อภาชนะสัมผัสอาหาร (สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย, 2564) ดังนี้

1) ทำความสะอาด โต๊ะ ที่นั่ง ทันทีก่อน-หลังใช้บริการ และจัดทำสัญลักษณ์ที่แสดงถึงการทำความสะอาด รวมถึงดูแลบริเวณพื้น โต๊ะ ที่นั่ง บริเวณที่รับประทานอาหารเช้าให้สะอาด โดยทำความสะอาดด้วยน้ำยาทำความสะอาดหรือผงซักฟอก และฆ่าเชื้อด้วยโซเดียมไฮโปคลอไรท์ (น้ำยาฟอกขาว) ที่มีความเข้มข้น 1,000 ส่วนในล้านส่วน (ใช้โซเดียมไฮโปคลอไรท์ ร้อยละ 6 ในอัตราส่วน 1 ช้อนโต๊ะต่อน้ำ 1 ลิตร) หรือใช้แอลกอฮอล์ 70 เปอร์เซ็นต์โดยสเปรย์หรือหยดแอลกอฮอล์ลงบนผ้าสะอาด พอหมาดๆ เช็ดไปในทิศทางเดียวกัน

2) ทำความสะอาดจุดสัมผัสร่วม และห้องน้ำ ทุก 1 - 2 ชั่วโมง โดยเน้นบริเวณจุดเสี่ยง เช่น ที่จับสายฉีดชำระ ที่ร่อนนั่ง โถส้วม ที่กดโถส้วม โถปัสสาวะ ที่เปิดก๊อกอ่างล้างมือ และกลอนหรือลูกบิดประตูรวมทั้งทำความสะอาดก๊อกน้ำที่ใช้ภายในสถานที่ปรุงประกอบอาหาร โดยใช้น้ำยาทำความสะอาดและล้างด้วยน้ำให้สะอาด

3) ล้างภาชนะและอุปกรณ์ให้สะอาดตามหลักสุขาภิบาลอาหารด้วยน้ำยาล้างจานให้สะอาด และไม่เกิน 200 พีพีเอ็ม อุณหภูมิ 38 องศาเซลเซียส เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 นาทีแล้วล้างน้ำให้สะอาด อบหรือผึ่งให้แห้งก่อนใช้ใส่อาหาร

3.1) จัดให้มีที่ล้างมือพร้อมสบู่และน้ำสำหรับล้างมือหรือจัดบริการเจลแอลกอฮอล์ประจำโต๊ะ

3.2) จัดอุปกรณ์รับประทานอาหารแบบส่วนบุคคล ได้แก่ อาหารหรือภาชนะ เครื่องปรุงรสอุปกรณ์แบบส่วนบุคคล

3.3) จัดจัดบริการอาหารรูปแบบผู้บริโภครับประทานเอง เช่น กรณีร้านจำหน่ายอาหารแบบบุฟเฟ่ต์ให้จัดจัดบริการอาหารในรูปแบบการให้ลูกค้า หยิบ ตักอาหารด้วยตนเอง

3.4) กำหนดให้สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าให้ถูกต้องตลอดเวลา สำหรับผู้ปฏิบัติงานและผู้ให้บริการ ยกเว้นขณะที่ผู้ให้บริการกำลังรับประทานอาหาร แขนในน้ำร้อน 80 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 2 นาที หรือแช่ในน้ำผสมน้ำปูนคลอรีน ที่มีความเข้มข้น 50 พีพีเอ็ม (กรมอนามัย, 2564)

2.5.4.2 เจ้าของ ผู้จัดการร้านอาหารดำเนินการตามมาตรการ ดังนี้

- 1) พนักงานทุกคนฉีดวัคซีนอย่างน้อย 2 เข็ม หรือ
- 2) พนักงานมีหลักฐานประวัติการติดเชื้อมาก่อนไม่เกิน 3 เดือน
- 3) พนักงานตรวจ ATK ทุก 7 วัน หรือตรวจ ATK พนักงานทุกคนได้รับการคัดกรองความเสี่ยงด้วย แอปพลิเคชัน ไทยชนะ ทุกวัน
- 4) เจ้าของร้าน กำกับ ติดตาม พนักงาน ให้ปฏิบัติตามมาตรการ UP-DMHTA อย่างเคร่งครัด
- 5) เจ้าของร้าน กำกับ ติดตาม พนักงาน ไม่ให้มีการรวมกลุ่มในขณะปฏิบัติงาน ขณะพัก และ ไม่ให้รับประทานอาหารร่วมกัน
- 6) สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าให้ถูกต้องตลอดเวลาระหว่างปฏิบัติงานบริเวณหน้าร้าน และหลังร้าน รวมทั้งลดการสัมผัสและพูดคุยระหว่างผู้ปฏิบัติงานด้วยกันและระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับผู้ใช้บริการ
- 7) ล้างมือบ่อย ๆ ด้วยน้ำและสบู่ ตั้งแต่เริ่มเข้าทำงาน ก่อนการเตรียมอาหาร ระหว่างและหลังปรุง อาหารเสร็จ หลังจับเงิน มุลฝอย หรือเศษอาหาร หลังสูบบุหรี่ หลังทำความสะอาด และหลังเข้าส้วม
- 8) ผู้ปรุงประกอบอาหารและที่เสิร์ฟอาหาร ให้สวมผ้ากันเปื้อน ถุงมือ และสวมใส่หน้ากากอนามัย หรือหน้ากากผ้าระหว่างปฏิบัติงานให้ถูกต้องตลอดเวลา เพื่อป้องกันตนเองและไอ จาม ปนเปื้อนอาหาร
- 9) ผู้ปฏิบัติงานที่เป็นผู้สัมผัสอาหาร (ได้แก่ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ตั้งแต่กระบวนการเตรียม ประกอบ ปรุง จำหน่าย และเสิร์ฟอาหาร รวมถึงการล้างและเก็บภาชนะอุปกรณ์) ต้องไม่เข้าไปในพื้นที่เสี่ยง ในระยะเวลา 14 วัน

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จตุพร (2564) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง ผลการศึกษาพบว่า ผลการวิจัย พบว่า 1) ชนิดผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของธุรกิจคือ เค้กสามรส ซึ่งดำเนินธุรกิจ มาแล้วเป็นเวลามากกว่า 31 ปี โดยมีช่องทางการตลาดเป็นการขายหน้าร้าน ทั้งนี้ธุรกิจมีปริมาณการผลิตวันละประมาณ 51-100 กล่อง และมากกว่า 151 กล่อง ทำให้มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เดือนละ ประมาณ 100,001 - 200,000 บาท และส่วนใหญ่ธุรกิจตั้งอยู่บริเวณชุมชนย่านการค้าในเขตเมือง 2) ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการเงิน รองลงมาคือ ด้านการขาย และน้อยที่สุดคือ ด้านการบริหารจัดการ 3) ผลการเปรียบเทียบระดับปัญหาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการในจังหวัดตรัง จำแนกตามสภาพในการดำเนินธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีสภาพในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมในจังหวัดตรัง ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และทำเลที่ตั้งของธุรกิจ แตกต่างกัน กันอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ .05 และ 4) แนวทางในการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิม ของผู้ประกอบการในจังหวัดตรังคือ ผู้ประกอบการควรเอาใจใส่ในการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพคงที่ สม่ำเสมอ มีการออกแบบขนมเค้กให้สวยงาม และมีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น เพิ่มช่องทางการสั่งซื้อ ในรูปแบบออนไลน์ ได้แก่ การสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน และมีบริการจัดส่งแบบเดลิเวอรี่ด้วย มีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย อย่างรัดกุม มีการตรวจสอบยอดขายอย่างสม่ำเสมอ มีการส่งเสริมพนักงาน ให้มีความเป็นมืออาชีพ และสามารถสร้างและรักษาคุณค่าของธุรกิจของตนเองไว้ได้อย่างเหนียวแน่น

บุญเชิด (2564) ศึกษาเรื่อง แนวทางการปรับรูปแบบธุรกิจยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย (SMEs) ผลการศึกษาพบว่า การเปลี่ยนแปลงสภาพเศรษฐกิจช่วยสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ส่งผลกระทบต่อทิศทางการดำเนินกิจการด้านขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการพัฒนาธุรกิจเพื่อความอยู่รอดและการเติบโตของธุรกิจ โดยมีผู้บริหารและเจ้าของกิจการให้ความสำคัญระดับมาก เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานธุรกิจให้เป็นมาตรฐาน โดยมุ่งสร้างการเติบโตของธุรกิจเพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนธุรกิจ สำหรับประเด็นแนวทางการปรับรูปแบบธุรกิจผู้บริหารและเจ้าของกิจการให้ความสำคัญในระดับปานกลาง เพื่อการสร้างผลกำไรธุรกิจ โดยมีการประยุกต์เทคโนโลยีธุรกิจเพื่อกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจและใช้พื้นฐานดิจิทัลธุรกิจพร้อมกับการสร้างพันธมิตรธุรกิจ และให้ความสำคัญระดับน้อยในการสร้างผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจแบบออนไลน์

พัชรินทร์ (2564) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือ สตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน ผลการศึกษาพบว่า 1) ธุรกิจร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตั้งอยู่ที่เทเวศร์ ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นระยะเวลา 5-10 ปี โดยเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ (มากกว่า 20 โต๊ะ) ที่มีพนักงานจำนวนมากกว่า 15 คน ในขณะที่มียอดขายเดือนละ 300,000 บาทขึ้นไป ทั้งนี้อาหารประเภทแกง เป็นอาหารที่ขายดีที่สุดของร้าน และมีกลุ่มลูกค้าหลักของร้านเป็นทั้งคนไทยและคนต่างชาติ 2) ธุรกิจร้านอาหารให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องต่อการดำเนินธุรกิจโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการตลาด รองลงมาคือด้านทำเลที่ตั้ง และน้อยที่สุดคือ ด้านบุคลากร 3) ธุรกิจร้านอาหารให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องต่อการดำเนินธุรกิจโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียง จากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านปัจจัยด้านกฎหมาย รองลงมาคือ ด้านลูกค้า และน้อยที่สุดคือ ด้านคู่แข่ง 4) ธุรกิจร้านอาหารให้ความสำคัญของกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงาน โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านราคา และน้อยที่สุดคือ ด้านกระบวนการ 5) ธุรกิจร้านอาหารที่มีสภาพการดำเนินงานแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือ สตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน แตกต่างกันในทุกด้าน และ 6) ปัจจัยภายในและภายนอกของ

ธุรกิจโดยรวม มีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การปรับตัววิธีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของธุรกิจร้านอาหาร ไทยในเครือสตาร์ คาเฟ่ แอนด์ ครุยจิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

พงษ์สันต์ (2564) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจข้าวหลามเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า สภาพปัญหา อุปสรรคของผู้ประกอบธุรกิจข้าวหลามในจังหวัดนครปฐม คือ 1) ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น 2) การที่ผู้ประกอบการต่างคนต่างสั่งวัตถุดิบในการผลิตเอง ทำให้ไม่ได้เกิดอำนาจต่อรองกับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ 3) บรรจุภัณฑ์ที่ขาดความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละร้าน รวมทั้งรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ ที่เหมาะสมและต้นทุนไม่สูงเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว 4) สถานที่จัดจำหน่ายมีเพียงหน้าร้านตนเอง ส่วนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวอื่นยังไม่ได้มีการจัดระเบียบที่ชัดเจน และ 5) การส่งเสริมจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พกติดกรรมการซื้อข้าวหลามนครปฐมของนักท่องเที่ยว พบว่า มีความถี่ในการซื้อข้าวหลามน้อยกว่าเดือนละครั้ง เมื่อถามถึงเรื่องของฝากในการมาเที่ยวจังหวัดนครปฐมจะนึกถึงข้าวหลามเป็นอันดับแรก ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวหลามมากที่สุด ได้แก่ พ่อแม่ และพี่น้อง และสถานที่ที่นิยมไปซื้อข้าวหลามมากที่สุดได้แก่ บริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการเลือกซื้อข้าวหลาม ผลการวิจัยพบว่า ใช้จ่ายประมาณ 128 บาทต่อครั้ง และจำนวนข้าวหลามต่อการซื้อในแต่ละครั้งโดยประมาณ 4 กระบอก การตัดสินใจซื้อข้าวหลามนครปฐมของนักท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลมาจากส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อนำค่าน้ำหนักปัจจัยจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่ 1 มาเปรียบเทียบกับกันแล้ว พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ในสามลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ด้านราคา และด้านกระบวนการ

โยธิน (2564) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หมู่เดิม ตำบลนาจารย์ อำเภอมะนัง จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า ควรพัฒนากระบวนการผลิตให้มีความสะอาดถูกหลักอนามัย มีฉลากแสดงรายละเอียดส่วนผสม ระยะเวลาการบริโภค เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ปรับปรุงภาพลักษณ์ในการนำเสนอสินค้า โดยจัดทำสัญลักษณ์ตราสินค้าให้ชัดเจน มีการกำหนดราคาโดยประเมินราคาต้นทุน คิดจากค่าวัตถุดิบและกำไรที่บวกเพิ่มเข้าไปให้เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดึงดูดผู้ซื้อตัดสินใจได้ง่ายขึ้น มีการใช้การโฆษณาโดยติดป้ายบริเวณทางเข้าสู่ตัวจังหวัดถนนสายหลัก เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่จังหวัดหรือรัฐจัดขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การให้ส่วนลดจากปริมาณการซื้อ และหีบห่อหลายกล่องรวมกันแล้วให้ส่วนลดเพื่อจูงใจ เทคนิคการเชิญชวนให้ลูกค้าชิมโดยผู้ขายที่มีอัธยาศัยดีจะช่วยเพิ่มความประทับใจและดึงดูดลูกค้าให้ซื้อสินค้าได้ ซึ่งผู้ขายขายมีการสอน ฝึกอบรม และแนะนำเทคนิคการขาย

วรายุทธ (2564) ศึกษาเรื่อง แนวทางพัฒนาธุรกิจร้านอาหารทะเลในเกาะปันหยี จังหวัดพังงา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ และปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาตามลำดับ โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จะเน้นเรื่องคุณภาพอาหาร สินค้าเหมาะสมกับราคาที่จ่าย ความสะอาดของอาหาร ปัจจัยด้านบุคลากร เน้นเรื่องการแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย อ่อนน้อม อ่อนโยน คุณภาพการบริการ ซึ่งสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าชาวต่างชาติ รองลงมาปัจจัยด้าน การส่งเสริมและการสื่อสารการตลาด

เน้นเรื่องการส่งเสริมโปรโมชันราคาอาหารต่างๆ เช่น รับประทานอาหารและพายเรือแคนูจะ
ได้ราคาถูกลงกว่า ปัจจัยด้านราคา เน้นเรื่องราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพอาหารที่ได้รับปัจจัย
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เน้นเรื่องการติดต่อประสานงานกับ มัคคุเทศก์ เพื่อการทำรายได้
อื่น ๆ อีก เช่น การให้เปอร์เซ็นต์การขายสินค้า เมื่อไถ่ให้นำมาซื้อ ปัจจัยด้านกระบวนการ
ให้บริการ เน้นเรื่องการให้ความสำคัญต่อความถูกต้อง ความรวดเร็วในการบริการการ
จัดลำดับก่อนและหลังในการบริการ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เน้นเรื่องการให้
ความสำคัญของลักษณะของร้านอาหารทะเลที่สามารถมองเห็นทะเลได้รอบด้าน

วุทธิชัย (2564) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ตลาดออนไลน์ของสินค้า
ชุมชน กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ปลาช่อนแดดเดียว จังหวัดสิงห์บุรี ผลการศึกษาพบว่า
กระบวนการที่ 1 แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ ตอบโจทย์ความต้องการ
ลูกค้าในออนไลน์ คือการออกแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถใช้งานง่าย สินค้ามีความ
ทันสมัย มีโครงสร้างคงทนมีมาตรฐานใช้งานได้ปลอดภัย มีความสวยงาม กระบวนการที่ 2
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมาตรฐานการผลิตสม่ำเสมอมีความประณีตในการผลิต
สามารถใช้งานได้ คงทน กระบวนการที่ 3 พัฒนาบรรจุภัณฑ์ รูปปลั๊กชันบรรจุภัณฑ์
เครื่องหมายการค้า ลักษณะสีสันทนของบรรจุภัณฑ์ กระบวนการที่ 4 แนวทางการจัดจำหน่าย
การส่งเสริมการขาย มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภคออนไลน์เข้าถึงได้ง่าย มีการจัดเก็บ
ข้อมูลลูกค้าเพื่อจำหน่ายสินค้าได้ตรงกับความต้องการผู้บริโภค และกระบวนการที่ 5 การ
บริหารลูกค้าสัมพันธ์ มีการให้ข้อมูลคุณค่าของสินค้า มีการรับฟังข้อมูลลูกค้า และมีการดูแล
ลูกค้าหลังการขายอย่างต่อเนื่องแก่ผู้บริโภค

รุ่งนภา (2563) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการ
ขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพในการดำเนินธุรกิจหมีโคราช
ส่วนใหญ่ผลิตและจำหน่าย ผลิตภัณฑ์หมีโคราชพร้อมนำปรุงสำเร็จรูปโดยดำเนินธุรกิจมาแล้ว
เป็นเวลา 16 ปีขึ้นไปทั้งนี้มีจำนวนพนักงานประมาณ 10 คน สำหรับช่องทางการขายใช้แบบ
การขายด้วยพนักงานขาย รวมทั้งธุรกิจมีปริมาณการผลิตเดือนละต่ำกว่า 10,000 ห่อ และมี
รายได้จากการจำหน่ายเดือนละต่ำกว่า 2 แสนบาท 2) ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนิน
ธุรกิจ อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงจากมากไปหาน้อยคือ ด้าน
ผลิตภัณฑ์ ด้านการขาย ด้านการผลิต ด้านพนักงาน ด้านการเงิน และด้านการบริหารจัดการ
3) เปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อมใน
จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ชนิดผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่าย ระยะเวลา ในการดำเนินธุรกิจ
จำนวนพนักงานในธุรกิจ กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ ปริมาณการผลิตต่อเดือน และ
รายได้จากการจำหน่ายต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจหมีโคราชในจังหวัด
นครราชสีมาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 4) แนวทางการ
พัฒนาการ ดำเนินธุรกิจหมีโคราชคือ ควรมีการพัฒนาเส้นหมีให้มีอายุการเก็บรักษายาวนาน
มากขึ้นไปอีกรวมถึงควรพัฒนาเส้นหมีให้มีรสชาติที่หลากหลายและพัฒนารูปแบบเส้นหมีให้
มีความทันสมัยนิยมมากขึ้นรวมทั้งควรเพิ่มช่องทางการขายทางออนไลน์นอกจากนี้ควรหา
แหล่งเงินกู้ที่ให้ดอกเบี้ยต่ำเพื่อใช้ในการพัฒนากิจการให้สามารถสู้คู่แข่งได้ มีการจ้างงาน

หมุนเวียนในกลุ่มสมาชิกเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตและผู้ประกอบการควรให้โอกาสคนรุ่นใหม่ซึ่งมีวิสัยทัศน์กว้างไกลได้เข้ามาบริหารงาน

จิรัชยากรณ์ (2561) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจการตลาดกาแฟสดในเขตเทศบาล นครพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการ จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมและรายด้านมีผลต่อการตัดสินใจบริโภค กาแฟสดอยู่ในระดับมาก 2) แนวทางการพัฒนาธุรกิจการตลาดกาแฟสดในเขตเทศบาลพิษณุโลกประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ คือ การใช้เมล็ดกาแฟต้องมีการบ่งชี้วันที่คั่วชัดเจน และคั่วบดใหม่เสมอ ด้านราคา คือ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน และราคาสอดคล้องกับคุณภาพ ด้านการจัดจำหน่าย คือมีการรักษาความสะอาดภายในร้าน และการใช้แสงสว่างเน้นมุมเคาน์เตอร์ชงกาแฟ และด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการสะสมยอดครบรับของที่ระลึก และรับคูปองส่วนลดภายในเดือนเกิด

ชวลิต (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคในตลาดมหาชัยจังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่า 1) ประเภทอาหารทะเลที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อคือ ปลาหมึก และสาเหตุสำคัญที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ เลือกซื้ออาหารทะเลที่ตลาดมหาชัยคือคุณภาพสินค้า/ความสด 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคในตลาดมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้คือ ด้านสินค้าและบริการ รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการสื่อสารทางการตลาดและการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับและ 3) ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลในตลาดมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร ของผู้บริโภคที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลในตลาดมหาชัยแตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลใน ตลาดมหาชัยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

พรทิพย์ (2561) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจของร้านอาหารคลีนฟู้ดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการกำหนดราคาจากต้นทุนเป็นหลักเนื่องจาก วัตถุดิบที่ใช้ใน การประกอบอาหารมีราคาสูง ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า ส่วนใหญ่จำหน่ายในรูปแบบของ Delivery เป็นหลัก และไม่มีบริการให้รับประทานอาหารที่ร้าน ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า ผู้ประกอบการใช้สื่อ Social Media เป็นหลักในการทำการตลาด ด้านบุคลากร พบว่า ธุรกิจอาหาร คลีนฟู้ดมีพนักงานอย่างน้อย 2 คน ผู้ประกอบการเป็นผู้ลงมือทำอาหารเอง และมีความรู้เป็นอย่างดี ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า ร้านส่วนใหญ่ไม่มีพื้นที่ให้บริการอาหารในร้าน การตกแต่ง ร้านเป็นไปตามความชอบของผู้ประกอบการ และมีความเรียบง่าย ด้านกระบวนการ พบว่า ร้านส่วนใหญ่มีกระบวนการให้บริการที่รวดเร็ว และเกิดข้อผิดพลาดน้อย เพราะว่ามีจำกัด

เมนูอาหารในแต่ละวัน ร้านเป็นผู้จัดเมนูอาหารให้ลูกค้าเอง และมีบริการส่งอาหารให้ลูกค้า ก่อนเวลา 11.00 น. ทุกวัน

ธนินท์รัฐ (2560) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาเพื่อความอยู่รอดและเติบโตของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมี อายุมากกว่า 45 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี อายุของกิจการต่ำกว่า 5 ปี และใช้เงินลงทุนเป็น เงินทุนของกิจการวงเงินลงทุนน้อยกว่า 10 ล้านบาท ดำเนินกิจการโดยอาศัยการปรับตัวตามสถานการณ์ 2) ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน ไม่ได้ส่งผลต่อภาวะความอยู่รอดและเติบโตให้แตกต่างกัน ยกเว้นอายุของผู้ประกอบการและการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของกิจการ 3) ปัจจัยองค์การ ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ และ ปัจจัยภาวะผู้นำ มีความสัมพันธ์ต่อภาวะความอยู่รอดและเติบโตของกิจการ และ 4) กลยุทธ์การพัฒนาที่สำคัญเพื่อความอยู่รอดและเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี ได้แก่ การจัดการองค์การ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจในแต่ละธุรกิจ

นาลินี (2560) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจการผลิตกุ้งแปรรูป บริษัท เอ็น โอ เอฟ จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าของบริษัทเป็นโรงงานแปรรูปที่ส่งยุโรปกับ อเมริกา ผลิตภัณฑ์หลักคือ กุ้งขาวแปรรูปและผลิตภัณฑ์ส่วนเกิน สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ติดต่อกับลูกค้า โดยตรง ใช้วิธีการสร้างเครือข่ายเป็นแบบปากต่อปาก การสร้างคุณค่าของ บริษัทฯ โดยการแปรรูป ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเหนือคู่แข่ง มีการมุ่งเน้นในเรื่องของวัตถุดิบที่มี คุณภาพ ปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอน การผลิตกุ้งและคุณภาพกระบวนการผลิต พบว่า บริษัท NOF มีปัญหาหลักคือ ปัญหาด้านวัตถุดิบ และปัญหารองจะเป็นในเรื่องการขาดแคลนแรงงาน บริษัทฯ มีจุดแข็งคือ ซื้อกุ้งจากฟาร์มเลี้ยง โดยตรง ทำการผลิตและจำหน่ายเอง ทำให้ควบคุม คุณภาพได้เต็มที่ สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้ หลากหลาย มีพนักงานซึ่งมีความชำนาญเป็น จำนวนมาก มีฐานลูกค้าและลูกค้าซื้อซ้ำเป็นจำนวนมาก จุดอ่อน ได้แก่ ปริมาณวัตถุดิบที่ขาด แคลน และขาดแคลนแรงงานในบางช่วงเวลา โอกาส คือ กุ้งราคา สูงขึ้นทำให้เกษตรกร เริ่ม กลับมาเลี้ยงกุ้งมากขึ้น และประเทศไทยมีศักยภาพในการเลี้ยงกุ้งสูงกว่า ต่างประเทศ และ อุปสรรค คือ มาตรการกีดกันทางการค้าจากอเมริกา และ EU ทำให้ส่งออกสินค้าไปได้ยากขึ้น และมีการเข้มงวดเรื่องแรงงานมากขึ้น ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจการผลิตกุ้ง กรณีศึกษา บริษัท NOF จำกัด พบว่า บริษัทควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายโดย เน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีความสะอาดและปลอดภัย พัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญ ในการผลิตในทุกขั้นตอน พัฒนารูปแบบการผลิตกุ้งจากฟาร์มให้ได้มาตรฐาน เพื่อลดความ เสี่ยงในการขาดแคลนวัตถุดิบ และเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเพื่อให้ พนักงานมีความจงรักภักดีกับบริษัท

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง "แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร" เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้เครื่องมือในงานวิจัย คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 เครื่องมือที่ใช้

3.2 วิธีการ

3.1 เครื่องมือที่ใช้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) เรื่อง แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ และมีลักษณะของเครื่องมือ ดังนี้

3.1.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1.1.1) ศึกษาและรวบรวมข้อมูล จากการศึกษาทฤษฎี ค้นคว้าจากหนังสือเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาเป็นแนวทางการสร้างข้อคำถามของแบบสอบถามฉบับร่าง ให้ครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์และขอบเขตของการวิจัย

3.1.1.2) นำแบบสอบถาม ฉบับร่างให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องโดยผู้เชี่ยวชาญ (IOC)

3.1.1.3) นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้รับการปรับปรุง และผ่านการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาแล้ว นำไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างย่อย จำนวน 30 คน แล้วนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของชุดคำถามของแต่ละตัวแปรด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficiency) ของ conbach (ศิริชัย, 2555) เพื่อทดสอบความคงที่ภายในของชุดคำถาม

3.1.1.4) จัดพิมพ์แบบสอบถาม โดยนำเอาแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์แล้วมาจัดพิมพ์ เพื่อนำไปสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่กำหนดไว้

3.1.2 ลักษณะของเครื่องมือการวิจัยในครั้งนี้

แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close- Ended Question) และแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaires)

ตอนที่ 2 สภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended Question)

ตอนที่ 3 แนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร โดยเป็นแบบสอบถามชนิด คำถามปลายปิด (Close-Ended Question) ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตราวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุดคือ 1 ถึง ค่าคะแนนมากที่สุดคือ 5 (Likert, 1999) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับแนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaires)

3.2 วิธีการ

3.2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งในจังหวัดสมุทรสาคร ในช่วงเดือน กรกฎาคม - ตุลาคม 2565 จำนวน 193 คน และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 184 คน โดยดำเนินการเลือกแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยการสำรวจร้านขายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งเอง และร้านขายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งที่มีระยะเวลาการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งในจังหวัดสมุทรสาคร เกิน 2 ปี (จากการสอบถามหน่วยงานผู้วิจัย จึงรวบรวมข้อมูล ดังตารางที่ 3.1)

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

อำเภอในจังหวัดสมุทรสาคร	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
เมืองสมุทรสาคร	108	103
กระทุ่มแบน	45	43
บ้านแพ้ว	40	38
รวมทั้งหมด	193	184

ที่มา: อติสร ศรีงามผ่อง (2565)

3.2.2 การหาคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยต้องการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา(Content Validity)และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปทำการเก็บข้อมูลจริง ดังนี้

3.2.2.1 อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ให้คำแนะนำเกี่ยวกับความเหมาะสมของภาษาและโครงสร้างแบบสอบถาม

3.2.2.2 ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของแบบสอบถาม โดยใช้หลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้ (ศิริชัย, 2555)

+1 คะแนน หมายถึง เห็นว่าสอดคล้องตรงกับวัตถุประสงค์

0 คะแนน หมายถึง ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องตรงกับวัตถุประสงค์

-1 คะแนน หมายถึง เห็นว่าไม่สอดคล้อง/ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์

แล้วนำข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน มาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง โดยใช้สูตรการคำนวณดังนี้

$$\text{สูตรหาค่า} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

โดย IOC หมายถึง ค่าดัชนีความสอดคล้อง

R หมายถึง ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ถ้าค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มากกว่า 0.50 ขึ้นไป แสดงว่า คำถามข้อนั้นมีความตรงเชิงเนื้อหา แต่ถ้าได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) น้อยกว่า 0.50 หรือมีค่าเป็นลบ แสดงว่าคำถามนั้นไม่มีความตรงเชิงเนื้อหา ในงานวิจัยนี้ พบว่า ข้อคำถามที่นำมาใช้ในแบบสอบถามมีค่า 0.6 - 1.00

3.2.2.3 การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างย่อย จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบว่า คำถามในแต่ละข้อของแบบสอบถามสามารถสื่อความหมาย ตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการ และคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่ หลังจากนั้นนำมาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการหาความเชื่อมั่นด้วยวิธีของ Cronbach's Alpha (ศิริชัย, 2555) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.977

3.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในการสอบถามประกอบด้วยการศึกษาสภาพการดำเนินธุรกิจ การศึกษาปัญหาในการดำเนินธุรกิจ และแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งของผู้ประกอบการในจังหวัดสมุทรสาคร ดังนี้

3.2.3.1 ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากคณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล

3.2.3.2 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งในจังหวัดสมุทรสาคร

3.2.3.3 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามจำนวนที่กำหนด

3.2.3.4 นำข้อมูลที่ได้ทำการวิเคราะห์ แปลผล สรุปผล และรายงานผลการวิจัย

3.2.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลอธิบายตัวแปรของการศึกษาครั้งนี้ ไว้ดังนี้

3.2.4.1 สถิติเชิงพรรณนา ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้ค่าความถี่ และร้อยละ

2) สภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้ค่าความถี่ และร้อยละ

3) แนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเล แห่ง จังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ซึ่งมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยในแบบสอบถาม ดังนี้ (Best, J.W., 1981) ดังนี้

4.50 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด

3.50 - 4.49 หมายถึง มาก

2.50 - 3.49 หมายถึง ปานกลาง

1.50 - 2.49 หมายถึง น้อย

1.00 - 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

3.2.4.2 สถิติอนุมาน ใช้ในการเปรียบเทียบแนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ในกรณีที่ผลการวิเคราะห์พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผล

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเรื่อง "แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร" โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร

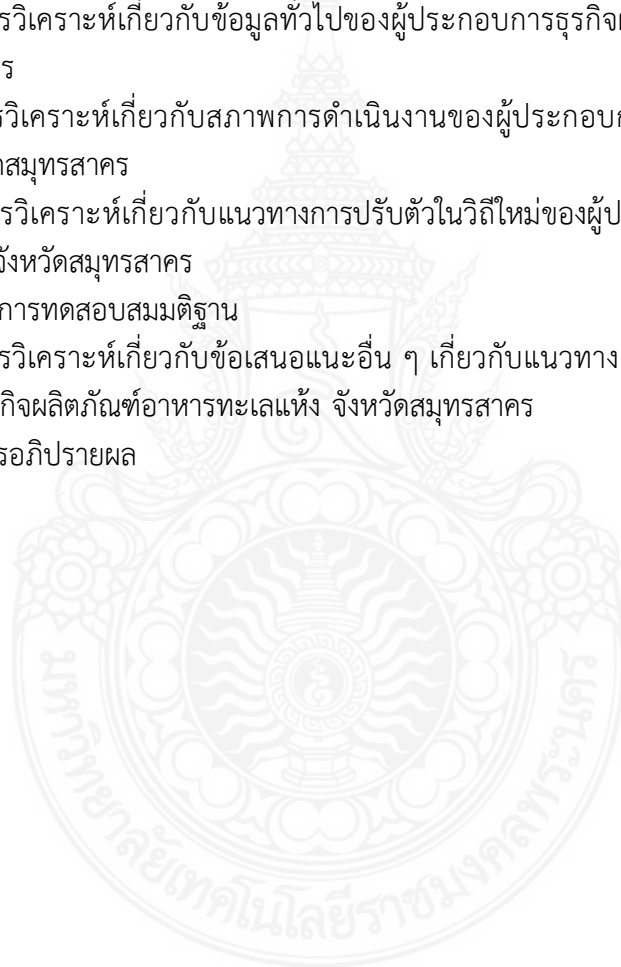
4.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร

4.3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับแนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.5 การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับแนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร

4.6 การอภิปรายผล



4.1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 184 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ และร้อยละ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 4.1 - 4.5

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	77	41.85
หญิง	107	58.15
รวม	184	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผู้ประกอบการ จำนวน 184 คน พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 41.85 เป็นเพศชาย และอีกร้อยละ 58.15 เป็นเพศหญิง

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 ปี	26	14.13
31 - 40 ปี	34	18.48
41 - 50 ปี	78	42.39
51 - 60 ปี	31	16.85
61 ปีขึ้นไป	15	8.15
รวม	184	100.00

จากตารางที่ 4.2 ผู้ประกอบการ จำนวน 184 คน พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 42.39 มีอายุอยู่ในช่วง 41 - 50 ปี รองลงมาคือ มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.48 และน้อยที่สุดคือ มีอายุ 61 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 8.15

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	18	9.78
มัธยมศึกษา	12	6.52
อนุปริญญา	23	12.50
ปริญญาตรี	122	66.30
สูงกว่าปริญญาตรี	9	4.90
รวม	184	100.00

จากตารางที่ 4.3 ผู้ประกอบการ จำนวน 184 คน พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 66.30 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ มีการศึกษาระดับอนุปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 12.50 และน้อยที่สุดคือ มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 4.90

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามประสบการณ์เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง

ประสบการณ์เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	65	35.32
5 - 10 ปี	45	24.46
11 - 15 ปี	39	21.20
มากกว่า 15 ปี	35	19.02
รวม	184	100.00

จากตารางที่ 4.4 ผู้ประกอบการ จำนวน 184 คน พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 35.32 มีประสบการณ์เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารแห้งต่ำกว่า 5 ปี รองลงมาคือ มีประสบการณ์ 5 - 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.46 และน้อยที่สุดคือ มีประสบการณ์มากกว่า 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.02

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามการรับช่วงทางการปรับตัวในวิถี
ถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง

การรับช่วงทางการปรับตัวในวิถีถัดไป ของผู้ประกอบการธุรกิจ ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ก่อตั้งธุรกิจด้วยตนเอง	111	60.33
ปู่-ย่า	1	0.54
ตา-ยาย	3	1.63
พ่อ-แม่	56	30.43
ญาติ	13	7.07
รวม	184	100.00

จากตารางที่ 4.5 ผู้ประกอบการ จำนวน 184 คน พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 60.33 เป็นการ
ก่อตั้งธุรกิจด้วยตนเอง รองลงมาคือ เป็นการรับช่วงธุรกิจจากพ่อ-แม่ คิดเป็นร้อยละ 30.43 และน้อย
ที่สุดคือ เป็นการรับช่วงธุรกิจจากปู่-ย่า คิดเป็นร้อยละ 0.54

4.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง
จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 184 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ และร้อยละ
จำแนกตามสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัด
สมุทรสาคร ดังตารางที่ 4.6 - 4.11

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามทำเลที่ตั้งของธุรกิจ

ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ริมถนนสายหลักของจังหวัด	23	12.50
ในตลาดประจำอำเภอและจังหวัด	104	56.52
บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัด	44	23.91
ตลาดบริเวณวัดในจังหวัด	13	7.07
รวม	184	100.00

จากตารางที่ 4.6 ผู้ประกอบการ จำนวน 184 คน พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 56.52 ธุรกิจตั้งในตลาดประจำอำเภอและจังหวัด รองลงมาคือ ธุรกิจตั้งอยู่ในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 23.91 และน้อยที่สุดคือ ธุรกิจตั้งอยู่ในตลาดบริเวณวัดในจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 7.07

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10 ปี	74	40.22
11 - 15 ปี	53	28.80
16 - 20 ปี	36	19.57
มากกว่า 20 ปี	21	11.41
รวม	184	100.00

จากตารางที่ 4.7 ผู้ประกอบการ จำนวน 184 คน พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 40.22 ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นระยะเวลาไม่เกิน 10 ปี รองลงมาคือ ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นระยะเวลา 11 - 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.80 และน้อยที่สุดคือ ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นระยะเวลามากกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.41

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือน

รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100,000 บาท	129	70.11
100,001 – 200,000 บาท	44	23.91
200,001 – 300,000 บาท	11	5.98
รวม	184	100.00

จากตารางที่ 4.8 ผู้ประกอบการ จำนวน 184 คน พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 70.11 มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท รองลงมาคือ มีรายได้ประมาณ 100,001 – 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.91 และน้อยที่สุดคือ มีรายได้ประมาณ 200,001 – 300,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.98

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามกลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ

กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักท่องเที่ยว	121	65.76
คนในจังหวัดสมุทรสาคร	30	16.30
พ่อค้าและแม่ค้าชายปลึก	33	17.94
รวม	184	100.00

จากตารางที่ 4.9 ผู้ประกอบการ จำนวน 184 คน พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 65.76 มีลูกค้าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว รองลงมาคือ มีลูกค้าเป็นกลุ่มพ่อค้าและแม่ค้าชายปลึก คิดเป็นร้อยละ 17.94 และน้อยที่สุดคือ มีลูกค้าเป็นคนในจังหวัดสมุทรสาคร คิดเป็นร้อยละ 16.30

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ

การสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นโยบายการส่งเสริมการขายและกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการ เช่น โครงการ คนละครึ่ง โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการทัวร์ทั่วไทย	81	44.02
นโยบายทางการเงิน เช่น โครงการพักทรัพย์ พักหนี้ โครงการสินเชื่อฟื้นฟูเพื่อธุรกิจธนาคารกรุงไทย โครงการสินเชื่อของธุรกิจรายย่อย ธนาคารออมสิน	27	14.67
อื่นๆ (ไม่ได้รับการสนับสนุนหรือไม่ได้เข้าร่วมนโยบายภาครัฐ)	76	41.31
รวม	184	100.00

จากตารางที่ 4.10 ผู้ประกอบการ จำนวน 184 คน พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 44.02 ได้รับการสนับสนุนทางนโยบายการส่งเสริมการขายและกระตุ้นเศรษฐกิจ เช่น โครงการ คนละครึ่ง โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการทัวร์ทั่วไทย รองลงมาคือ ไม่ได้รับการสนับสนุน หรือไม่ได้เข้าร่วมนโยบายภาครัฐ คิดเป็นร้อยละ 41.31 และน้อยที่สุดคือ ได้รับการสนับสนุนทางนโยบายทางการเงิน เช่น โครงการพักทรัพย์ พักหนี้ โครงการสินเชื่อฟื้นฟูเพื่อธุรกิจธนาคารกรุงไทย โครงการสินเชื่อของธุรกิจรายย่อย ธนาคารออมสิน คิดเป็นร้อยละ 14.67

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง ที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุด

ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง ที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กุ้ง เช่น กุ้งแห้ง กุ้งแก้วกรอบ กุ้งหวาน	26	14.13
ปลา เช่น ปลาแห้ง/ปลากรอบ/ปลาหลังเขียวผ่าแห้ง/ปลาข้าง เหลืองงา/ปลาเกี๋ยงขาว/ปลากะพงทุบ/ปลาชิวทอด/ปลาแก้ว กรอบ/ปลาวง/ปลาไส้ตัน/ปลาช่อนทะเล/ปลาทุหวาน/ขนมตัว ปลา/ปลาริวกิว/ปลาข้าวสาร/ปลาอินทรี	29	15.76
ปลาหมึก เช่น ปลาหมึกแห้ง/ปลาหมึกฉีก/หมึกหยอง/หมึกยัด/ หมึกเต่าทอง/หมึกแพะไข่/หมึกอ้วนกลม/หนวดหมึก/หมึกแกะตา/ หมึกฉาบ	111	60.33
หอย เช่น หอยหวาน หอยตากแห้ง หอยหลอดตากแห้ง	18	9.78
รวม	184	100.00

จากตารางที่ 4.11 ผู้ประกอบการ จำนวน 184 คน พบว่า ส่วนใหญ่จำหน่ายหรือขาย ปลาหมึก เช่น ปลาหมึกแห้ง/ปลาหมึกฉีก/หมึกหยอง/หมึกยัด/หมึกเต่าทอง/หมึกแพะไข่/หมึกอ้วนกลม/หนวดหมึก/หมึกแกะตา/หมึกฉาบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.33 รองลงมาคือ ปลา เช่น ปลาแห้ง/ปลากรอบ/ปลาหลังเขียวผ่าแห้ง/ปลาข้างเหลืองงา/ปลาเกี๋ยงขาว/ปลากะพงทุบ/ปลาชิวทอด/ปลาแก้วกรอบ/ปลาวง/ปลาไส้ตัน/ปลาช่อนทะเล/ปลาทุหวาน/ขนมตัวปลา/ปลาริวกิว/ปลาข้าวสาร/ปลาอินทรี คิดเป็นร้อยละ 15.76 และน้อยที่สุดคือ หอย เช่น หอยหวาน หอยตากแห้ง หอยหลอดตากแห้ง คิดเป็นร้อยละ 9.78

4.3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับแนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 184 ราย วิเคราะห์ข้อมูลเป็นค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จำแนกตามระดับความสำคัญของแนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ดังตารางที่ 4.12 - 4.20

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแนวทางการปรับตัว
ในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาครโดยรวม

แนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการ ธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร โดยรวม	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง	4.66	0.418	มากที่สุด
ด้านการผลิต	4.40	0.458	มาก
ด้านราคา	4.39	0.468	มาก
ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย	4.60	0.483	มากที่สุด
ด้านการเงินและการลงทุน	4.34	0.447	มาก
ด้านบุคลากร	4.33	0.451	มาก
ด้านเทคโนโลยี	4.30	0.391	มาก
ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย	4.59	0.486	มากที่สุด
รวม	4.45	0.363	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.363) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.418) รองลงมาคือ ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.483) และน้อยที่สุดคือ ด้านเทคโนโลยี ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.391)

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง

แนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการ ธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง	\bar{X}	S.D.	ระดับสำคัญ
ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งมีความต้องการของตลาด วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง มีราคากลางที่เป็นมาตรฐาน	4.62	0.487	มากที่สุด
วัตถุดิบที่ใช้การผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง มีคุณภาพสดใหม่ และมีความสม่ำเสมอ	4.69	0.498	มากที่สุด
ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งมีคุณภาพปราศจาก สารเจือปน	4.65	0.489	มากที่สุด
ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งผ่านกรรมวิธีการผลิตที่ยืดอายุ การเก็บรักษา ทำให้สามารถเก็บรักษาได้เป็นระยะ เวลานาน	4.66	0.487	มากที่สุด
มีการจัดเก็บผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งไว้เพื่อรองรับ ความต้องการของลูกค้าได้ในทุกช่วงเวลา เนื่องจาก วัตถุดิบขึ้นอยู่กับฤดูกาล	4.70	0.461	มากที่สุด
มีบรรจุภัณฑ์ใช้สำหรับใส่สินค้าสะอาด ปลอดภัย สามารถ กันความชื้นได้	4.66	0.474	มากที่สุด
	4.67	0.472	มากที่สุด
รวม	4.66	0.418	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.418) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งผ่านกรรมวิธีการผลิตที่ยืดอายุการเก็บรักษา ทำให้สามารถเก็บรักษาได้เป็นระยะเวลานาน ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.461) รองลงมาคือ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งมีราคากลางที่เป็นมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.498) และน้อยที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งมีความต้องการของตลาด ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.487)

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามด้านการผลิต

แนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการ ธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการผลิต	\bar{X}	S.D.	ระดับสำคัญ
มีการผลิตสินค้าด้วยความประณีตในการตัดแต่งสัตว์น้ำก่อนนำไปผ่านกระบวนการแช่แข็งเพื่อคงคุณภาพและยืดอายุการเก็บรักษา	4.39	0.488	มาก
มีกรรมวิธีการผลิตด้วยเครื่องอบลมร้อน และอบแห้ง	4.44	0.509	มาก
มีการบริหารจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ ช่วยให้ธุรกิจมีต้นทุนการผลิตที่ลดลง เช่น มีปริมาณสินค้าคงคลังให้น้อยที่สุดโดยไม่กระทบกับความต้องการของลูกค้า	4.39	0.489	มาก
มีทำเลที่ตั้งของโรงงานผลิตและคลังสินค้าที่อยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ ส่งผลให้ต้นทุนการจัดส่งสินค้าลดต่ำลง	4.41	0.493	มาก
มีการสำรองสินค้าและการจัดเก็บอย่างมีประสิทธิภาพจากการคาดการณ์หรือพยากรณ์ความต้องการสินค้าของลูกค้าได้อย่างแม่นยำ	4.40	0.491	มาก
มีการจัดซื้อสินค้าในปริมาณที่เหมาะสมและได้ราคาต่ำสุดเสมอ ทำให้ได้กำไรใช้ในการลงทุน	4.40	0.492	มาก
รวม	4.40	0.458	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.458) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีกรรมวิธีการผลิตด้วยเครื่องอบลมร้อน และอบแห้ง ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.509) รองลงมาคือ มีทำเลที่ตั้งของโรงงานผลิตและคลังสินค้าที่อยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ ส่งผลให้ต้นทุนการจัดส่งสินค้าลดต่ำลง ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.493) และน้อยที่สุด มีจำนวน 2 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยเท่าๆ กัน คือ มีการผลิตสินค้าด้วยความประณีตในการตัดแต่งสัตว์น้ำก่อนนำไปผ่านกระบวนการแช่แข็งเพื่อคงคุณภาพและยืดอายุการเก็บรักษา ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.488) และมีการบริหารจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ ช่วยให้ธุรกิจมีต้นทุนการผลิตที่ลดลง เช่น มีปริมาณสินค้าคงคลังให้น้อยที่สุดโดยไม่กระทบกับความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.489)

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามด้านราคา

แนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการ ธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับสำคัญ
มีการตั้งราคาผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่ำกว่าร้านอื่น	4.33	0.504	มาก
มีการระบุราคาผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งชัดเจน ณ จุดขาย	4.44	0.509	มาก
ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง	4.41	0.494	มาก
มีการจัดจำหน่ายราคาขายส่งเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเล แห้งในปริมาณมาก	4.39	0.500	มาก
มีผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งให้เลือกตามปริมาณที่ต้องการ	4.38	0.498	มาก
รวม	4.39	0.468	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.468) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการระบุราคาผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งชัดเจน ณ จุดขาย ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.509) รองลงมาคือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.494) และน้อยที่สุดคือ มีการตั้งราคาผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่ำกว่าร้านอื่น ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.504)

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย

แนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการ ธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	ระดับสำคัญ
มีการเสนอโปรโมชั่นพิเศษ และมีส่วนลดให้กับลูกค้า ทั้งรายเก่าและรายใหม่ เพื่อกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น	4.32	0.502	มาก
มีการบริการหลังการขายให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	4.41	0.493	มาก
มีการจัดวางสินค้าประเภทเดียวกันให้อยู่ในบริเวณ เดียวกัน แยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน เพื่อให้สะดวกต่อการ เลือกซื้อ	4.38	0.497	มาก
มีการขยายการตลาดให้ครอบคลุมทั่วประเทศ และขยายตลาดไปสู่ต่างประเทศ	4.33	0.506	มาก
มีการจัดตกแต่งหน้าร้านให้สวยงาม เพื่อใช้เป็นจุด ถ่ายรูป (Check in) ให้กับลูกค้า	4.28	0.498	มาก
มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอเพื่อให้ง่ายต่อการขนส่ง	4.33	0.504	มาก
รวม	4.34	0.447	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.447) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการบริการหลังการขายให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.493) รองลงมาคือ มีการจัดวางสินค้าประเภทเดียวกันให้อยู่ในบริเวณเดียวกัน แยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน เพื่อให้สะดวกต่อการเลือกซื้อ ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.497) และน้อยที่สุดคือ มีการจัดตกแต่งหน้าร้านให้สวยงาม เพื่อใช้เป็นจุดถ่ายรูป (Check in) ให้กับลูกค้า ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.498)

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามด้านการเงินและการลงทุน

แนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาครด้านการเงินและการลงทุน	\bar{X}	S.D.	ระดับสำคัญ
มีแหล่งเงินทุนที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว	4.29	0.478	มาก
มีการสำรองเงินสดอย่างเพียงพอและเหมาะสม	4.37	0.495	มาก
มีการบันทึกกระแสเงินสดเข้า-ออกเสมอ เพื่อตรวจสอบและระมัดระวังสภาพคล่องของธุรกิจ	4.38	0.497	มาก
มีระบบรับชำระเงินของลูกค้าและลูกหนี้การค้าอย่างมีประสิทธิภาพ	4.33	0.482	มาก
มีการติดตามสถานะของลูกหนี้การค้าอย่างสม่ำเสมอ ช่วยให้กิจการลดความเสี่ยงจากการผิดนัดชำระหนี้ของลูกค้าการค้าเป็นอย่างดี	4.31	0.475	มาก
รวม	4.33	0.451	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.451) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการบันทึกกระแสเงินสดเข้า-ออกเสมอ เพื่อตรวจสอบและระมัดระวังสภาพคล่องของธุรกิจ ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.497) รองลงมาคือ มีการสำรองเงินสดอย่างเพียงพอและเหมาะสม ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.495) และน้อยที่สุดคือ มีแหล่งเงินทุนที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.478)

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามด้านบุคลากร

แนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านบุคลากร	\bar{X}	S.D.	ระดับสำคัญ
บุคลากรมีใจรักงานบริการและมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	4.59	0.493	มากที่สุด
บุคลากรมีทักษะการขายสินค้าธุรกิจบนสื่อสังคมออนไลน์	4.62	0.497	มากที่สุด
บุคลากรมีความสามารถในการใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ บนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อโฆษณาสินค้า และการรับออเดอร์สินค้า	4.58	0.506	มากที่สุด
บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ทันสมัย	4.59	0.525	มากที่สุด
บุคลากรมีความเชี่ยวชาญด้านการรักษาวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพสูง	4.59	0.493	มากที่สุด
มีจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการผลิตสินค้าเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า	4.60	0.491	มากที่สุด
บุคลากรมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่เสมอ	4.59	0.505	มากที่สุด
บุคลากรมีประสบการณ์ด้านการสร้างกลยุทธ์และการตลาดดิจิทัล	4.59	0.515	มากที่สุด
รวม	4.60	0.483	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.483) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บุคลากรมีทักษะการขายสินค้าธุรกิจบนสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.497) รองลงมาคือ มีจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการผลิตสินค้าเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.491) และน้อยที่สุดคือ บุคลากรมีความสามารถในการใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ บนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อโฆษณาสินค้า และการรับออเดอร์สินค้า ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.506)

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามด้านเทคโนโลยี

แนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาครด้านเทคโนโลยี	\bar{X}	S.D.	ระดับสำคัญ
มีการใช้เทคโนโลยีในการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการต่าง ๆ จะช่วยให้ต้นทุนสินค้าลดลงได้	4.26	0.464	มาก
มีการโฆษณาสินค้าผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียมากขึ้นเพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักและเป็นที่น่าสนใจของลูกค้าอย่างกว้างขวาง	4.29	0.457	มาก
มีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มที่หลากหลาย เนื่องจากในปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น ส่งผลให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว เช่น Lazada, Shopee เป็นต้น	4.27	0.443	มาก
มีช่องทางการขายแบบออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชันเพราะจะทำให้ต้นทุนน้อยกว่าการเปิดขายหน้าร้าน และเป็นตัวช่วยในการโฆษณาร้านได้ เช่น Lazada Shopee Facebook	4.29	0.454	มาก
มีการใช้แอปพลิเคชันสำหรับการส่งสินค้าแบบเดลิเวอรี่ (Delivery)	4.16	0.425	มาก
มีการเพิ่มช่องทางการจ่ายเงินค่าสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน เช่น QR CODE, Mobile Banking เป็นต้น	4.57	0.496	มากที่สุด
มีการนำระบบโลจิสติกส์มาใช้ในการขนส่งวัตถุดิบเพื่อควบคุมอุณหภูมิและรักษาประสิทธิภาพอาหารทะเลให้สดใหม่	4.27	0.443	มาก
รวม	4.30	0.391	มาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.391) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการเพิ่มช่องทางการจ่ายเงินค่าสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน เช่น QR CODE, Mobile Banking เป็นต้น ($\bar{X} = 4.57$, S.D. = 0.496) รองลงมาคือ มีจำนวน 2 ข้อ ที่มีค่าเฉลี่ยเท่าๆ กัน คือ มีการโฆษณาสินค้าผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียมากขึ้น เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักและเป็นที่น่าสนใจของลูกค้าอย่างกว้างขวาง ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.457) และมีช่องทางการขายแบบออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชันเพราะจะทำให้ต้นทุนน้อยกว่าการเปิดขายหน้าร้าน และเป็นตัวช่วยในการโฆษณาร้านได้ เช่น Lazada Shopee Facebook ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.454) และน้อยที่สุดคือ มีการใช้แอปพลิเคชันสำหรับการส่งสินค้าแบบเดลิเวอรี่ (Delivery) ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.425)

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย

แนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการ ธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย	\bar{X}	S.D.	ระดับสำคัญ
มีการดูแลรักษาความสะอาดภายในร้านอย่างสม่ำเสมอ ถึงขยะภายในร้านมีฝาปิดมิดชิด	4.59	0.493	มากที่สุด
มีการควบคุมป้องกันสัตว์และแมลงพาหะนำโรคไม่ให้ รบกวนและก่อความรำคาญ	4.60	0.491	มากที่สุด
มีการรักษามาตรฐานวัตถุดิบให้คงคุณภาพ ไม่ให้มีสาร ตกค้างปนเปื้อน	4.60	0.492	มากที่สุด
มีการใช้อุปกรณ์เพื่อเลี่ยงการสัมผัสวัตถุดิบโดยตรง	4.59	0.515	มากที่สุด
มีการให้พนักงานล้างมือ ใช้ถุงมือ และที่คลุมผมทุกครั้ง เมื่อปฏิบัติงาน	4.56	0.530	มากที่สุด
มีการตรวจสอบสุขภาพของพนักงานให้พร้อมทำงานอยู่ เสมอ เพราะเชื้อก่อโรคต่างๆ เช่น เชื้อไวรัสโควิด-19 สามารถแพร่กระจายและติดต่อได้ง่าย	4.61	0.488	มากที่สุด
การให้ความรู้ด้านสุขอนามัยแก่ผู้ผลิตอาหาร และผู้สัมผัส อาหาร	4.58	0.517	มากที่สุด
รวม	4.59	0.486	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.486) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการตรวจสอบสุขภาพของพนักงานให้พร้อมทำงานอยู่เสมอ เพราะเชื้อก่อโรคต่างๆ เช่น เชื้อไวรัสโควิด-19 สามารถแพร่กระจายและติดต่อได้ง่าย ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.488) รองลงมาคือ มีจำนวน 2 ข้อ ที่มีค่าเฉลี่ยเท่าๆ กัน คือ มีการควบคุมป้องกันสัตว์และแมลงพาหะนำโรคไม่ให้รบกวนและก่อความรำคาญ ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.491) และมีการรักษามาตรฐานวัตถุดิบให้คงคุณภาพ ไม่ให้มีสารตกค้างปนเปื้อน ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.492) และน้อยที่สุดคือ มีการให้พนักงานล้างมือ ใช้ถุงมือ และที่คลุมผมทุกครั้งเมื่อปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.530)

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ประกอบการที่มีสภาพในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาครแตกต่างกัน

1) ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งของธุรกิจแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาครแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 4.21



ตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัว
วิธีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตาม
ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ

แนวทางการปรับตัววิธีใหม่ ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์ อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ อาหารทะเลแห้ง	ระหว่างกลุ่ม	.599	3	.200	1.141	.334
	ภายในกลุ่ม	31.524	180	.175		
	รวม	32.123	183			
ด้านการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	.697	3	.232	1.107	.348
	ภายในกลุ่ม	37.774	180	.210		
	รวม	38.470	183			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3.016	3	1.005	4.869*	.003
	ภายในกลุ่ม	37.166	180	.206		
	รวม	40.182	183			
ด้านการขายและช่องทาง การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3.077	3	1.026	5.497*	.001
	ภายในกลุ่ม	33.580	180	.187		
	รวม	36.657	183			
ด้านการเงินและการลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	2.482	3	.827	4.286*	.006
	ภายในกลุ่ม	34.749	180	.193		
	รวม	37.231	183			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2.117	3	.706	3.127*	.027
	ภายในกลุ่ม	40.625	180	.226		
	รวม	42.742	183			
ด้านเทคโนโลยี	ระหว่างกลุ่ม	2.347	3	.782	5.473*	.001
	ภายในกลุ่ม	25.731	180	.143		
	รวม	28.078	183			
ด้านสุขอนามัยและ ความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	4.514	3	1.505	6.994*	.000
	ภายในกลุ่ม	38.728	180	.215		
	รวม	43.242	183			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.997	3	.666	5.396*	.001
	ภายในกลุ่ม	22.208	180	.123		
	รวม	24.205	183			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งของธุรกิจแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านราคา ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการเงินและการลงทุน ด้านบุคลากร ด้านเทคโนโลยี และด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน

และผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) ปรากฏผลดังตารางที่ 4.22 - 4.27

ตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านราคา โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)

ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ	\bar{X}	ริมถนนสายหลัก ในตลาดประจำ บริเวณสถานที่ ตลาดบริเวณ			
		ของจังหวัด	อำเภอและจังหวัด	ท่องเที่ยวจังหวัด	วัดในจังหวัด
		4.64	4.31	4.37	4.65
ริมถนนสายหลักของ	4.64	-	.33	.27	.01
จังหวัด			(.019*)	(.151)	(1.000)
ในตลาดประจำอำเภอ	4.31		-	.06	.34
และจังหวัด				(.897)	(.100)
บริเวณสถานที่ท่องเที่ยว	4.37			-	.28
จังหวัด					(.307)
ตลาดบริเวณวัด	4.65				-
ในจังหวัด					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านราคา จำแนกตามทำเลที่ตั้งของธุรกิจ โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งของธุรกิจแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ ผู้ประกอบที่หน้าร้านตั้งอยู่ริมถนนสายหลักของจังหวัด ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจ ด้านราคา น้อยกว่าผู้ประกอบการที่หน้าร้านตั้งอยู่ในตลาดประจำอำเภอและจังหวัด นอกนั้นไม่แตกต่างกัน ความสำเร็จด้านราคาน้อยกว่าผู้ประกอบการที่มีหน้าร้านตั้งอยู่ในตลาดประจำอำเภอและจังหวัด

ตารางที่ 4.23 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)

ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ	\bar{X}	ริมถนนสายหลัก ในตลาดประจำ บริเวณสถานที่ ตลาดบริเวณ ของจังหวัด อำเภอและจังหวัด ทองเที่ยวจังหวัด วัดในจังหวัด			
		4.60	4.27	4.30	4.60
ริมถนนสายหลักของ จังหวัด	4.60	-	.33 (.013*)	.30 (.059)	.01 (1.000)
ในตลาดประจำอำเภอ และจังหวัด	4.27	-	-	.03 (.990)	.33 (.080)
บริเวณสถานที่ทองเที่ยว จังหวัด	4.30	-	-	-	.30 (.171)
ตลาดบริเวณวัด ในจังหวัด	4.60	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.23 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามทำเลที่ตั้งของธุรกิจ โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งของธุรกิจแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ ผู้ประกอบที่หน้าร้านตั้งอยู่ริมถนนสายหลักของจังหวัด ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจ ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่าผู้ประกอบการที่หน้าร้านตั้งอยู่ในตลาดประจำอำเภอและจังหวัด นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการเงินและการลงทุน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)

ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ	\bar{X}	ริมถนนสายหลัก ในตลาดประจำ บริเวณสถานที่ ตลาดบริเวณ			
		ของจังหวัด	อำเภอและจังหวัด	ท่องเที่ยวจังหวัด	วัดในจังหวัด
		4.54	4.28	4.27	4.62
ริมถนนสายหลักของจังหวัด	4.54	-	.26 (.093)	.27 (.129)	.08 (.969)
ในตลาดประจำอำเภอและจังหวัด	4.28		-	.01 (.999)	.34 (.086)
บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัด	4.27			-	.35 (.103)
ตลาดบริเวณวัดในจังหวัด	4.62				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการเงินและการลงทุน จำแนกตามทำเลที่ตั้งของธุรกิจ โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ไม่พบรายคู่ใดแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.25 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านบุคลากร โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)

ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ	\bar{X}	ริมถนนสายหลัก ในตลาดประจำ บริเวณสถานที่ ตลาดบริเวณ			
		ของจังหวัด 4.85	อำเภอและจังหวัด 4.55	ท่องเที่ยวจังหวัด 4.53	วัดในจังหวัด 4.73
ริมถนนสายหลักของ จังหวัด	4.85	-	.29 (.066)	.32 (.077)	.12 (.918)
ในตลาดประจำอำเภอ และจังหวัด	4.55		-	.03 (.993)	.18 (.651)
บริเวณสถานที่ท่องเที่ยว จังหวัด	4.53			-	.20 (.600)
ตลาดบริเวณวัด ในจังหวัด	4.73				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านบุคลากร จำแนกตามทำเลที่ตั้งของธุรกิจ โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ไม่พบรายคู่ใดแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.26 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านเทคโนโลยี โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)

ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ	\bar{X}	ริมถนนสายหลัก ในตลาดประจำ บริเวณสถานที่ ตลาดบริเวณ			
		ของจังหวัด	อำเภอและจังหวัด	ท่องเที่ยวจังหวัด	วัดในจังหวัด
		4.48	4.24	4.27	4.59
ริมถนนสายหลักของ	4.48	-	.25	.21	.11
จังหวัด			(.049*)	(.185)	(.876)
ในตลาดประจำอำเภอ	4.24		-	.03	.36
และจังหวัด				(.974)	(.019*)
บริเวณสถานที่ท่องเที่ยว	4.27			-	.32
จังหวัด					(.065)
ตลาดบริเวณวัด	4.59				-
ในจังหวัด					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.26 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านเทคโนโลยี จำแนกตามทำเลที่ตั้งของธุรกิจ โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งของธุรกิจแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านเทคโนโลยีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ ผู้ประกอบการที่หน้าร้านตั้งอยู่ในตลาดประจำอำเภอและจังหวัด ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจ ด้านเทคโนโลยี น้อยกว่าผู้ประกอบการที่มีหน้าร้านตั้งอยู่ตลาดบริเวณวัดในจังหวัด และตั้งอยู่ริมถนนสายหลักของจังหวัด นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)

ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ	\bar{X}	ริมถนนสายหลัก ในตลาดประจำ บริเวณสถานที่ ตลาดบริเวณ			
		ของจังหวัด	อำเภอและจังหวัด	ท่องเที่ยวจังหวัด	วัดในจังหวัด
		4.87	4.55	4.43	4.92
ริมถนนสายหลักของจังหวัด	4.87	-	.31 (.037*)	.44 (.004*)	.05 (.991)
ในตลาดประจำอำเภอและจังหวัด	4.55	-	-	.13 (.515)	.37 (.067)
บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัด	4.43	-	-	-	.49 (.001*)
ตลาดบริเวณวัดในจังหวัด	4.92	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย จำแนกตามทำเลที่ตั้งของธุรกิจ โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งของธุรกิจแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ คือ ผู้ประกอบที่หน้าร้านตั้งอยู่บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัด ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจ ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย น้อยกว่าผู้ประกอบที่มีหน้าร้านตั้งอยู่ตลาดบริเวณวัดในจังหวัด ผู้ประกอบการที่มีหน้าร้านตั้งอยู่ริมถนนสายหลักของจังหวัด และผู้ประกอบการที่มีหน้าร้านตั้งอยู่ในตลาดประจำอำเภอและจังหวัด นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาครแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 4.28



ตารางที่ 4.28 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัว
วิธีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตาม
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

แนวทางการปรับตัววิธีใหม่ ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์ อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ อาหารทะเลแห้ง	ระหว่างกลุ่ม	1.626	3	.542	3.199*	.025
	ภายในกลุ่ม	30.497	180	.169		
	รวม	32.123	183			
ด้านการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	1.128	3	.376	1.813	.146
	ภายในกลุ่ม	37.342	180	.207		
	รวม	38.470	183			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.506	3	.502	2.337	.075
	ภายในกลุ่ม	38.676	180	.215		
	รวม	40.182	183			
ด้านการขายและช่องทาง การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.581	3	.194	.966	.410
	ภายในกลุ่ม	36.076	180	.200		
	รวม	36.657	183			
ด้านการเงินและการลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	.668	3	.223	1.096	.352
	ภายในกลุ่ม	36.563	180	.203		
	รวม	37.231	183			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2.156	3	.719	3.187*	.025
	ภายในกลุ่ม	40.586	180	.225		
	รวม	42.742	183			
ด้านเทคโนโลยี	ระหว่างกลุ่ม	.747	3	.249	1.640	.182
	ภายในกลุ่ม	27.331	180	.152		
	รวม	28.078	183			
ด้านสุขอนามัยและ ความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	3.902	3	1.301	5.951*	.001
	ภายในกลุ่ม	39.340	180	.219		
	รวม	43.242	183			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.227	3	.409	3.204*	.025
	ภายในกลุ่ม	22.978	180	.128		
	รวม	24.205	183			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง ด้านบุคลากร และด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน

และผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบเซฟเฟ้ (Scheffe's Method) ปรากฏผลดังตารางที่ 4.29 - 4.31

ตารางที่ 4.29 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเซฟเฟ้ (Scheffe's Method)

ระยะเวลา ในการดำเนินธุรกิจ	\bar{X}	ไม่เกิน 10 ปี	11 - 15 ปี	16 - 20 ปี	มากกว่า 20 ปี
ไม่เกิน 10 ปี	4.70	-	.18 (.125)	.05 (.933)	.49 (.971)
11 - 15 ปี	4.52		-	.23 (.078)	.22 (.206)
16 - 20 ปี	4.75			-	.01 (1.000)
มากกว่า 20 ปี	4.74				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.29 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเซฟเฟ้ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ไม่พบรายคู่ใดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านบุคลากร โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)

ระยะเวลา ในการดำเนินธุรกิจ	\bar{X}	ไม่เกิน 10 ปี	11 - 15 ปี	16 - 20 ปี	มากกว่า 20 ปี
ไม่เกิน 10 ปี	4.68	-	.24 (.051)	.09 (.788)	.04 (.989)
11 - 15 ปี	4.44		-	.14 (.595)	.28 (.156)
16 - 20 ปี	4.58			-	.14 (.763)
มากกว่า 20 ปี	4.72				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านบุคลากร จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ไม่พบรายคู่ใดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.31 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)

ระยะเวลา ในการดำเนินธุรกิจ	\bar{X}	ไม่เกิน 10 ปี	11 - 15 ปี	16 - 20 ปี	มากกว่า 20 ปี
ไม่เกิน 10 ปี	4.71	-	.33 (.002*)	.16 (.427)	.02 (.999)
11 - 15 ปี	4.38		-	.17 (.405)	.35 (.039*)
16 - 20 ปี	4.56			-	.17 (.584)
มากกว่า 20 ปี	4.73				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.31 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นระยะเวลามากกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจ ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย มากกว่าผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาแล้วไม่เกิน 10 ปี และดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นเวลา 11-15 ปี นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

3) รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือน

สมมติฐานย่อยที่ 1.3 ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือนแตกต่างกัน ให้มีความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาครแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 4.32



ตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัว
วิธีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตาม
รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือน

แนวทางการปรับตัววิธีใหม่ ในการประกอบธุรกิจ ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ อาหารทะเลแห้ง	ระหว่างกลุ่ม	1.656	2	.828	4.919*	.008
	ภายในกลุ่ม	30.467	181	.168		
	รวม	32.123	183			
ด้านการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	1.676	2	.838	4.123*	.018
	ภายในกลุ่ม	36.794	181	.203		
	รวม	38.470	183			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.531	2	1.266	6.084*	.003
	ภายในกลุ่ม	37.651	181	.208		
	รวม	40.182	183			
ด้านการขายและช่องทาง การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.761	2	1.380	7.371*	.001
	ภายในกลุ่ม	33.896	181	.187		
	รวม	36.657	183			
ด้านการเงินและการลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	1.960	2	.980	5.028*	.007
	ภายในกลุ่ม	35.271	181	.195		
	รวม	37.231	183			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2.092	2	1.046	4.657*	.011
	ภายในกลุ่ม	40.650	181	.225		
	รวม	42.742	183			
ด้านเทคโนโลยี	ระหว่างกลุ่ม	1.378	2	.689	4.670*	.011
	ภายในกลุ่ม	26.700	181	.148		
	รวม	28.078	183			
ด้านสุขอนามัยและ ความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	2.927	2	1.464	6.572*	.002
	ภายในกลุ่ม	40.315	181	.223		
	รวม	43.242	183			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.858	2	.929	7.524*	.001
	ภายในกลุ่ม	22.347	181	.123		
	รวม	24.205	183			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง ด้านการผลิต ด้านราคา ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการเงินและการลงทุน ด้านบุคลากร ด้านเทคโนโลยี และด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

และผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ่ (Scheffe's Method) ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.33 - 4.40

ตารางที่ 4.33 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ่ (Scheffe's Method)

รายได้จากการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่า 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	200,001 - 300,000 บาท
ต่ำกว่า 100,000 บาท	4.72	-	.12 (.224)	.36 (.020*)
100,001 - 200,000 บาท	4.59		-	.24 (.224)
200,001 - 300,000 บาท	4.35			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.33 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จำแนกตามรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ่ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจ ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง มากกว่าผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งเดือนละ 200,001 - 300,000 บาท นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการผลิต โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)

รายได้จากการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่า 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	200,001 - 300,000 บาท
ต่ำกว่า 100,000 บาท	4.45	-	.11 (.362)	.38 (.031*)
100,001 - 200,000 บาท	4.34		-	.26 (.221)
200,001 - 300,000 บาท	4.08			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.34 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการผลิต จำแนกตามรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการผลิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจด้านการผลิต มากกว่าผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งเดือนละ 200,001 - 300,000 บาท นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดด้านราคา โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)

รายได้จากการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่า 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	200,001 - 300,000 บาท
		4.46	4.27	4.05
ต่ำกว่า 100,000 บาท	4.46	-	.19 (.057)	.41 (.020*)
100,001 - 200,000 บาท	4.27		-	.21 (.383)
200,001 - 300,000 บาท	4.05			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.35 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านราคา จำแนกตามรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านราคาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจ ด้านราคา มากกว่าผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือนละ 200,001 - 300,000 บาท นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ่ (Scheffe's Method)

รายได้จากการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่า 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	200,001 - 300,000 บาท
ต่ำกว่า 100,000 บาท	4.41	-	.19 (.035*)	.42 (.008*)
100,001 - 200,000 บาท	4.22		-	.23 (.288)
200,001 - 300,000 บาท	3.98			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.36 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ่ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือนแตกต่างกัน ให้มีความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท ให้มีความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจ ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่าผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งเดือนละ 100,001 - 200,000 บาท และ 200,001 - 300,000 บาท นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการเงินและการลงทุน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)

รายได้จากการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่า 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	200,001 - 300,000 บาท
		4.40	4.22	4.05
ต่ำกว่า 100,000 บาท	4.40	-	.17 (.071)	.34 (.050*)
100,001 - 200,000 บาท	4.22		-	.16 (.547)
200,001 - 300,000 บาท	4.05			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.37 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการเงินและการลงทุน จำแนกตามรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการเงินและการลงทุนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจ ด้านการเงินและการลงทุน มากกว่าผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งเดือนละ 200,001 - 300,000 บาท นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านบุคลากร โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)

รายได้จากการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่า 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	200,001 - 300,000 บาท
		4.66	4.43	4.43
ต่ำกว่า 100,000 บาท	4.66	-	.23 (.021*)	.23 (.296)
100,001 – 200,000 บาท	4.43		-	.01 (1.000)
200,001 – 300,000 บาท	4.43			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.38 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือนแตกต่างกัน ให้มีความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านบุคลากรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท ให้มีความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจ ด้านบุคลากร มากกว่าผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งเดือนละ 100,001 – 200,000 บาท นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านเทคโนโลยี โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)

รายได้จากการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่า 100,000	100,001 - 200,000	200,001 - 300,000
		บาท	บาท	บาท
		4.36	4.17	4.16
ต่ำกว่า 100,000 บาท	4.36	-	.18 (.023*)	.20 (.249)
100,001 - 200,000 บาท	4.17		-	.17 (.992)
200,001 - 300,000 บาท	4.16			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.39 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านเทคโนโลยี จำแนกตามรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านเทคโนโลยีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจ ด้านเทคโนโลยี มากกว่าผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งเดือนละ 100,001 - 200,000 บาท นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)

รายได้จากการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่า 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	200,001 - 300,000 บาท
ต่ำกว่า 100,000 บาท	4.67	-	.29 (.002*)	.06 (.900)
100,001 - 200,000 บาท	4.37		-	.23 (.352)
200,001 - 300,000 บาท	4.60			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.40 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย จำแนกตามรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือนแตกต่างกัน ให้มีความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท ให้มีความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจ ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย มากกว่าผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งเดือนละ 100,001 - 200,000 บาท นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

4) กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ

สมมติฐานย่อยที่ 1.4 ผู้ประกอบการที่มีกลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาครแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 4.41



ตารางที่ 4.41 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัว
วิธีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตาม
กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ

แนวทางการปรับตัววิธีใหม่ ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์ อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ อาหารทะเลแห้ง	ระหว่างกลุ่ม	.075	2	.038	.213	.809
	ภายในกลุ่ม	32.048	181	.177		
	รวม	32.123	183			
ด้านการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	.542	2	.271	1.293	.277
	ภายในกลุ่ม	37.929	181	.210		
	รวม	38.470	183			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.960	2	.480	2.214	.112
	ภายในกลุ่ม	39.223	181	.217		
	รวม	40.182	183			
ด้านการขายและช่องทาง การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.928	2	.464	2.351	.098
	ภายในกลุ่ม	35.729	181	.197		
	รวม	36.657	183			
ด้านการเงินและการลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	.868	2	.434	2.161	.118
	ภายในกลุ่ม	36.363	181	.201		
	รวม	37.231	183			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.536	2	.268	1.150	.319
	ภายในกลุ่ม	42.205	181	.233		
	รวม	42.742	183			
ด้านเทคโนโลยี	ระหว่างกลุ่ม	.266	2	.133	.866	.422
	ภายในกลุ่ม	27.812	181	.154		
	รวม	28.078	183			
ด้านสุขอนามัยและ ความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	.642	2	.321	1.365	.258
	ภายในกลุ่ม	42.600	181	.235		
	รวม	43.242	183			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.388	2	.194	1.473	.232
	ภายในกลุ่ม	23.818	181	.132		
	รวม	24.205	183			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีกลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาครไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5) การสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ

สมมติฐานย่อยที่ 1.5 ผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาครแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 4.42



ตารางที่ 4.42 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัว
วิธีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตาม
การสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ

แนวทางการปรับตัววิธีใหม่ ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์ อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ อาหารทะเลแห้ง	ระหว่างกลุ่ม	2.464	2	1.232	7.517*	.001
	ภายในกลุ่ม	29.660	181	.164		
	รวม	32.123	183			
ด้านการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	2.144	2	1.072	5.340*	.006
	ภายในกลุ่ม	36.327	181	.201		
	รวม	38.470	183			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	4.061	2	2.030	10.173*	.000
	ภายในกลุ่ม	36.122	181	.200		
	รวม	40.182	183			
ด้านการขายและช่องทาง การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.909	2	1.454	7.800*	.001
	ภายในกลุ่ม	33.748	181	.186		
	รวม	36.657	183			
ด้านการเงินและการลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	1.921	2	.961	4.924*	.008
	ภายในกลุ่ม	35.310	181	.195		
	รวม	37.231	183			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	4.705	2	2.352	11.193*	.000
	ภายในกลุ่ม	38.037	181	.210		
	รวม	42.742	183			
ด้านเทคโนโลยี	ระหว่างกลุ่ม	2.613	2	1.307	9.287*	.000
	ภายในกลุ่ม	25.465	181	.141		
	รวม	28.078	183			
ด้านสุขอนามัยและ ความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	6.639	2	3.319	16.415*	.000
	ภายในกลุ่ม	36.603	181	.202		
	รวม	43.242	183			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.107	2	1.553	13.325*	.000
	ภายในกลุ่ม	21.099	181	.117		
	รวม	24.205	183			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง ด้านการผลิต ด้านราคา ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการเงินและการลงทุน ด้านบุคลากร ด้านเทคโนโลยี และด้านสุขอนามัย และความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

และผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.43 - 4.50

ตารางที่ 4.43 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)

การสนับสนุน จากนโยบายภาครัฐ	\bar{X}	นโยบายการส่งเสริม	นโยบาย	อื่นๆ
		การขายและกระตุ้นเศรษฐกิจ ให้กับผู้ประกอบการ	ทางการเงิน	
		4.79	4.63	4.54
นโยบายการส่งเสริมการขายและ กระตุ้นเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการ	4.79	-	.16 (.206)	.25 (.001*)
นโยบายทางการเงิน	4.63		-	.08 (.623)
อื่นๆ	4.54			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.43 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จำแนกตามการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ ผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายการส่งเสริมการขายและกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการ เช่น โครงการ คนละครึ่ง โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการทัวร์ทั่วไทย ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจ ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง มากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่ได้รับการสนับสนุนหรือไม่ได้เข้าร่วมนโยบายภาครัฐ นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.44 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการผลิต โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)

การสนับสนุน จากนโยบายภาครัฐ	\bar{X}	นโยบายการส่งเสริม การขายและกระตุ้นเศรษฐกิจ ให้กับผู้ประกอบการ	นโยบาย ทางการเงิน	อื่นๆ
		4.80	4.43	4.42
นโยบายการส่งเสริมการขายและ กระตุ้นเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการ	4.80	-	.07 (.770)	.23 (.006*)
นโยบายทางการเงิน	4.43		-	.16 (.284)
อื่นๆ	4.42			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.44 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการผลิต จำแนกตามการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการผลิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ ผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายการส่งเสริมการขายและกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการ เช่น โครงการ คนละครึ่ง โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการทัวร์ทั่วไทย ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจ ด้านการผลิต มากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่ได้รับการสนับสนุนหรือไม่ได้เข้าร่วมนโยบายภาครัฐ นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.45 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านราคา โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)

การสนับสนุน จากนโยบายภาครัฐ	\bar{X}	นโยบายการส่งเสริม การขายและกระตุ้นเศรษฐกิจ ให้กับผู้ประกอบการ	นโยบาย ทางการเงิน	อื่นๆ
		4.51	4.44	4.28
นโยบายการส่งเสริมการขายและ กระตุ้นเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการ	4.51	-	.11 (.551)	.32 (.000*)
นโยบายทางการเงิน	4.44		-	.21 (.111)
อื่นๆ	4.28			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.45 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านราคา จำแนกตามการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านราคาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ ผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายการส่งเสริมการขายและกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการ เช่น โครงการคนละครึ่ง โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการทัวร์ทั่วไทย ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจ ด้านราคา มากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่ได้รับการสนับสนุนหรือไม่ได้เข้าร่วมนโยบายภาครัฐ นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.46 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)

การสนับสนุน จากนโยบายภาครัฐ	\bar{X}	นโยบายการส่งเสริม การขายและกระตุ้นเศรษฐกิจ ให้กับผู้ประกอบการ	นโยบาย ทางการเงิน	อื่นๆ
		4.54	4.43	4.22
นโยบายการส่งเสริมการขายและ กระตุ้นเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการ	4.54	-	.06 (.790)	.27 (.001*)
นโยบายทางการเงิน	4.43		-	.20 (.116)
อื่นๆ	4.22			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.46 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ ผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายการส่งเสริมการขายและกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการ เช่น โครงการ คนละครึ่ง โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการทัวร์ทั่วไทย ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจ ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่ได้รับการสนับสนุนหรือไม่ได้เข้าร่วมนโยบายภาครัฐ นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.47 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการเงินและการลงทุน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)

การสนับสนุน จากนโยบายภาครัฐ	\bar{X}	นโยบายการส่งเสริม การขายและกระตุ้นเศรษฐกิจ ให้กับผู้ประกอบการ	นโยบาย ทางการเงิน	อื่นๆ
		4.46	4.40	4.19
นโยบายการส่งเสริมการขายและ กระตุ้นเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการ	4.46	-	.04 (.903)	.22 (.010*)
นโยบายทางการเงิน	4.40		-	.17 (.223)
อื่นๆ	4.19			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.47 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการเงินและการลงทุน จำแนกตามการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านการเงินและการลงทุนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ ผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายการส่งเสริมการขายและกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการ เช่น โครงการ คนละครึ่ง โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการทัวร์ทั่วไทย ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจ ด้านการเงินและการลงทุน มากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่ได้รับการสนับสนุนหรือไม่ได้เข้าร่วมนโยบายภาครัฐ นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.48 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านบุคลากร โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)

การสนับสนุน จากนโยบายภาครัฐ	\bar{X}	นโยบายการส่งเสริม การขายและกระตุ้นเศรษฐกิจ ให้กับผู้ประกอบการ	นโยบาย ทางการเงิน	อื่นๆ
		4.43	4.39	4.21
นโยบายการส่งเสริมการขายและ กระตุ้นเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการ	4.43	-	.29 (.020*)	.33 (.000*)
นโยบายทางการเงิน	4.39		-	.04 (.914)
อื่นๆ	4.21			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.48 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านบุคลากร จำแนกตามการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านบุคลากรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ ผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายการส่งเสริมการขายและกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการ เช่น โครงการ คนละครึ่ง โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการทัวร์ทั่วไทย ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจ ด้านบุคลากร มากกว่าผู้ประกอบการนโยบายทางการเงิน เช่น โครงการพักทรัพย์พักหนี้ โครงการสินเชื่อฟื้นฟูเพื่อธุรกิจธนาคารกรุงไทย โครงการสินเชื่อของธุรกิจ รายย่อย ธนาคารออมสิน และผู้ประกอบการที่ไม่ได้รับการสนับสนุนหรือไม่ได้เข้าร่วมนโยบายภาครัฐ นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.49 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านเทคโนโลยี โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)

การสนับสนุน จากนโยบายภาครัฐ	\bar{X}	นโยบายการส่งเสริม การขายและกระตุ้นเศรษฐกิจ ให้กับผู้ประกอบการ	นโยบาย ทางการเงิน	อื่นๆ
		4.77	4.49	4.44
นโยบายการส่งเสริมการขายและ กระตุ้นเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการ	4.77	-	.24 (.017*)	.24 (.000*)
นโยบายทางการเงิน	4.49		-	.01 (1.000)
อื่นๆ	4.44			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.49 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านเทคโนโลยี จำแนกตามการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านเทคโนโลยีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ ผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายการส่งเสริมการขายและกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการ เช่น โครงการ คนละครึ่ง โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการทัวร์ทั่วไทย ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจ ด้านเทคโนโลยี มากกว่าผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายทางการเงิน เช่น โครงการพักรักษาชีพี้ พักหนี้ โครงการสินเชื่อฟื้นฟูเพื่อธุรกิจธนาคารกรุงไทย โครงการสินเชื่อของธุรกิจ รายย่อย ธนาคารออมสิน และผู้ประกอบการที่ไม่ได้รับการสนับสนุนหรือไม่ได้เข้าร่วมนโยบายภาครัฐ นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.50 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)

การสนับสนุน จากนโยบายภาครัฐ	\bar{X}	นโยบายการส่งเสริม การขายและกระตุ้นเศรษฐกิจ ให้กับผู้ประกอบการ	นโยบาย ทางการเงิน	อื่นๆ
		4.44	4.20	4.19
นโยบายการส่งเสริมการขายและ กระตุ้นเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการ	4.44	-	.37 (.001*)	.38 (.000*)
นโยบายทางการเงิน	4.20		-	.01 (.996)
อื่นๆ	4.19			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.50 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย จำแนกตามการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐแตกต่างกัน ให้มีความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ คือ ผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายการส่งเสริมการขายและกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการ เช่น โครงการ คนละครึ่ง โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการทัวร์ทั่วไทย ให้มีความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจ ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย มากกว่าผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายทางการเงิน เช่น โครงการพักทรัพย์ พักหนี้ โครงการสินเชื่อฟื้นฟูเพื่อธุรกิจธนาคารกรุงไทย โครงการสินเชื่อของธุรกิจ รายย่อย ธนาคารออมสิน และผู้ประกอบการที่ไม่ได้รับการสนับสนุนหรือไม่ได้เข้าร่วมนโยบายภาครัฐ นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

6) ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุด

สมมติฐานย่อยที่ 1.6 ผู้ประกอบการที่มีประเภทผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุดแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาครแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 4.51



ตารางที่ 4.51 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับ ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัว
วิธีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตาม
ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุด

แนวทางการปรับตัววิธีใหม่ ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์ อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ อาหารทะเลแห้ง	ระหว่างกลุ่ม	2.153	3	.718	4.311*	.006
	ภายในกลุ่ม	29.970	180	.166		
	รวม	32.123	183			
ด้านการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	.660	3	.220	1.047	.373
	ภายในกลุ่ม	37.810	180	.210		
	รวม	38.470	183			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.379	3	.460	2.132	.098
	ภายในกลุ่ม	38.803	180	.216		
	รวม	40.182	183			
ด้านการขายและช่องทาง การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.935	3	.312	1.571	.198
	ภายในกลุ่ม	35.722	180	.198		
	รวม	36.657	183			
ด้านการเงินและการลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	.997	3	.332	1.651	.179
	ภายในกลุ่ม	36.234	180	.201		
	รวม	37.231	183			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.799	3	.266	1.143	.333
	ภายในกลุ่ม	41.943	180	.233		
	รวม	42.742	183			
ด้านเทคโนโลยี	ระหว่างกลุ่ม	.463	3	.154	1.007	.391
	ภายในกลุ่ม	27.615	180	.153		
	รวม	28.078	183			
ด้านสุขอนามัยและ ความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	1.915	3	.638	2.780*	.043
	ภายในกลุ่ม	41.328	180	.230		
	รวม	43.242	183			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.952	3	.317	2.457	.065
	ภายในกลุ่ม	23.253	180	.129		
	รวม	24.205	183			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุดแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง และด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

และผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.52 - 4.53

ตารางที่ 4.52 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)

ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง ที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุด	\bar{X}	กุ้ง	ปลา	ปลาหมึก	หอย
		4.87	4.50	4.68	4.55
กุ้ง	4.87	-	.37 (.012*)	.19 (.221)	.32 (.091)
ปลา	4.50		-	.18 (.215)	.05 (.983)
ปลาหมึก	4.68			-	.13 (.663)
หอย	4.55				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.52 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จำแนกตามประเภผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุด โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุดแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ ผู้ประกอบการที่มีผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุดเป็นประเภทกุ้ง เช่น กุ้งแห้ง กุ้งแก้วรอบ กุ้งหวาน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจ ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง มากกว่าผู้ประกอบการที่มีผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุดเป็นประเภทปลา เช่น ปลาแห้ง/ปลากรอบ/ปลาหลังเขียวผ่าแห้ง/ปลาข้างเหลืองงา/ปลาเกร็ดขาว/ปลากะพงทุบ/ปลาชิวทอด/ปลาแก้วรอบ/ปลา

วง/ปลาไส้ตัน/ปลาช่อนทะเล/ปลาทูหวาน/ขนมตัวปลา/ปลาริวกิว/ปลาข้าวสาร/ปลาอินทรี นอกรันนั้น ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.53 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)

ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง ที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุด	\bar{X}	กุ้ง	ปลา	ปลาหมึก	หอย
		4.73	4.56	4.61	4.32
กุ้ง	4.73	-	.17 (.636)	.12 (.714)	.41 (.051)
ปลา	4.56		-	.05 (.974)	.24 (.412)
ปลาหมึก	4.61			-	.29 (.130)
หอย	4.32				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.53 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุด โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ไม่พบรายคูใดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.5 การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับแนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 184 ราย ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สามารถสรุปได้ดังนี้

4.5.1 ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง

ผู้ประกอบการให้ข้อคิดเห็นว่า ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยหลักสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้ธุรกิจเป็นที่ถูกใจของผู้บริโภค และเกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยจุดเด่นอยู่ที่รสชาติดี เนื้อแน่น หวานหอม โดยเฉพาะกุ้ง-ปู-ปลา ที่ประชาชนนิยมรับประทาน ดังนั้นผู้ประกอบการควรสร้างความได้เปรียบในเรื่องของวัตถุดิบให้มีคุณภาพจากแหล่งผลิตโดยตรง มีความสด สะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน และควรเร่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายในรสชาติและ

รูปแบบ มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์สวยงาม สะดวกต่อการรับประทาน สามารถเก็บรักษาได้เป็นระยะเวลานานขึ้น และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อสร้างคุณค่า และจุดขายอันเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มพื้นที่สร้างกำไร และความสามารถในการแข่งขันได้

4.5.2 ด้านการผลิต

ผู้ประกอบการให้ข้อคิดเห็นว่า การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ (Quality) เป็นวัตถุประสงค์หลักของการผลิตที่สำคัญที่สุด เพราะการที่ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ย่อมต้องการสิ่งที่ตรงกับความคาดหวังของเขา หรือถ้าได้ในสิ่งที่เหนือกว่าความคาดหวังก็ยิ่งพอใจมากขึ้น คุณภาพครอบคลุมความหมายถึงประโยชน์ใช้สอย รูปร่างลักษณะที่ดึงดูดใจ คุณค่าทางจิตใจที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ ฯลฯ แต่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้การผลิตของภาคธุรกิจอุตสาหกรรมหยุดชะงักลง ประกอบกับธุรกิจประสบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบในบางช่วง ทำให้ราคาเพิ่มขึ้นไปอีก ฉะนั้นราคาจำหน่ายอาจมีการแปรตามราคาวัตถุดิบที่มักปรับตัวขึ้นลงตามฤดูกาล ซึ่งในช่วงที่ราคาวัตถุดิบสูงจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตของภาคธุรกิจสูงขึ้นได้ นอกจากนี้ผู้ผลิตอาหารทะเลแห่งส่วนใหญ่จะเป็นรายเล็ก ไม่มีสถานเก็บรักษาวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์เพื่อรอจำหน่าย เมื่อราคาในท้องตลาดปรับสูงขึ้นได้ จึงจำเป็นต้องผลิตและขายออกไปแม้ว่าจะขาดทุน เพราะจำเป็นต้องนำเงินที่ขายได้มาเป็นทุนหมุนเวียนเพื่อทำการผลิตต่อไป ดังนั้นผู้ประกอบการควรวางแผนในการจัดซื้อวัตถุดิบในฤดูกาลที่ราคาถูก และจัดเก็บวัตถุดิบ ให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้ให้พิจารณาความต้องการของลูกค้าก่อน แล้วค่อยผลิต ทั้งนี้เพื่อให้สินค้าคงคลังมีปริมาณที่เพียงพอและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันที่

4.5.3 ด้านราคา

ผู้ประกอบการให้ข้อคิดเห็นว่า ราคามีความสำคัญต่อกิจการ ทั้งนี้เพราะราคาเป็นตัวกำหนดความต้องการของตลาดเป้าหมาย และจะส่งผลกระทบต่อรายได้และกำไรของกิจการได้ จึงทำให้กิจการต้องให้ความสนใจต่อการกำหนดราคา เพราะมีความสำคัญต่อการอยู่รอด การเจริญเติบโตของกิจการ นอกจากนี้กิจการยังใช้เป็นกลยุทธ์สำหรับการแข่งขัน หรือการสร้างส่วนครองตลาดของกิจการได้ แต่ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด -19 ความต้องการบริโภคในประเทศได้ปรับตัวลดลงตามภาวะเศรษฐกิจ ประกอบกับอาหารทะเลตากแห้งเป็นอาหารที่มีราคาค่อนข้างสูง จึงส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคน้อยลง เมื่อสินค้าแพงขึ้นนั่นเอง ดังนั้นผู้ประกอบการควรกำหนดราคาสินค้าที่ดึงดูดใจผู้บริโภค โดยเน้นให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความ “คุ้มค่า” ที่จะซื้อสินค้า รู้สึกว่าสินค้ามีคุณภาพเหมาะสมกับราคาที่จ่ายไป แต่ไม่ควรตั้งราคาที่ถูกเกินไป เพราะอาจเป็นการลดคุณค่าสินค้าได้ ดังนั้นการตั้งราคาที่เหมาะสม ผสมผสานกับการสร้างคุณค่าให้กับตัวสินค้า จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้ในยุค New normal

4.5.4 ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ประกอบการให้ข้อคิดเห็นว่า ในภาวะวิถีปกติใหม่หรือ New normal ที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก กลยุทธ์การขายถือว่าเป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดในเส้นทางการแข่งขันที่สูงมากขึ้น เช่น การจัดโปรโมชั่นต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการลดราคา การแถมสินค้า หรือแลกสินค้า ซึ่งการทำโปรโมชั่นที่ดึงดูดความสนใจโดยที่ไม่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่า เป็นการยืดเยื้อการขายจนเกินไป จึงเหมาะสำหรับการตลาดในยุคปัจจุบัน เมื่อผู้บริโภคเกิดความประทับใจก็จะง่ายต่อการ

แนะนำให้คนใกล้ชิดตัวเลือกซื้อหรือใช้บริการ รวมถึงการแชร์โปรโมชันนั้นๆ ลงบนสื่อออนไลน์อย่างเต็มใจ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมองหาโอกาสทางธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ เช่น การนำเอานวัตกรรมหรือเทคโนโลยีมาปรับใช้แทนรูปแบบเดิม การเพิ่มช่องทางการให้บริการเพื่อเพิ่มยอดขายเพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปและรักษาพื้นที่ตลาดที่มีการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ควรมีการส่งเสริมการขาย ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ โฆษณา จัดแคมเปญลดราคา และอื่นๆ เพื่อช่วยกระตุ้นให้ยอดขายเติบโตมากขึ้น ซึ่งจะเป็นส่วนช่วยขับเคลื่อนธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้ และเติบโตได้อย่างยั่งยืน

4.5.5 ด้านการเงินและการลงทุน

ผู้ประกอบการให้ข้อคิดเห็นว่า เงินทุนเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดความอยู่รอดของกิจการ การมีเงินทุนหมุนเวียนกิจการที่ดีจะยิ่งเพิ่มโอกาสทางธุรกิจได้มากขึ้น เพราะจะทำให้สามารถรับมือกับออเดอร์สินค้าเร่งด่วนจากลูกค้าได้ ทำให้สามารถรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าได้ มีเงินในการชำระหนี้ได้ตรงเวลา ส่งผลให้มีเครดิตทางการค้าที่ดีได้ แต่เนื่องจากความไม่มั่นคงของสถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 และการหดตัวของกำลังซื้อที่ส่งผลให้เกิดการชะลอการตัดสินใจซื้อของกลุ่มลูกค้า จึงส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจต่างๆ โดยตรง ทำให้ขาดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ เพราะไม่สามารถทำยอดขายได้ตามที่กำหนด ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการวางแผนหรือคาดการณ์ความต้องการในการใช้เงินทุน มีการหาแหล่งเงินทุนโดยการกู้ยืม และจัดสรรเงินทุนของธุรกิจไปลงทุนในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ธุรกิจมีความคล่องตัวในระยะสั้น คือ มีสภาพคล่องและมีกำไรตลอดจนสร้างความมั่นคงทางธุรกิจในระยะยาวได้

4.5.6 ด้านบุคลากร

ผู้ประกอบการให้ข้อคิดเห็นว่า ทรัพยากรบุคคลคือทรัพยากรที่มีความสำคัญที่สุดของธุรกิจ และปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง คือ การมีแรงงานที่เพียงพอ มีทักษะความชำนาญ และเนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องใช้แรงงานจำนวนมากในการดำเนินธุรกิจ จึงส่งผลให้เกิดต้นทุนสินค้าค่อนข้างสูง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงตัดสินใจที่จะจ้างแรงงานต่างด้าวมาช่วย เพราะค่าแรงถูกกว่าแรงงานไทย นอกจากนี้การก้าวผ่านจาก New Normal มาสู่ Next Normal ธุรกิจมีการนำเทคโนโลยี รวมถึงนวัตกรรมดิจิทัลใหม่ๆ เข้าสู่การใช้ชีวิตของทุกคนมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรมีการพัฒนาสมรรถนะให้กับพนักงาน เพราะเชื่อว่าทรัพยากรบุคคลเป็นส่วนช่วยขับเคลื่อนธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้และเติบโตได้อย่างยั่งยืน เช่น การเพิ่มทักษะทางดิจิทัล การเพิ่มทักษะด้านการตลาดออนไลน์ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มช่องทางการขายให้ทันพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4.5.7 ด้านเทคโนโลยี

ผู้ประกอบการให้ข้อคิดเห็นว่า ในยุค New Normal โลกดิจิทัลพัฒนาไวมาก มีช่องทางการขายใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมาย ทั้งโซเชียลมีเดียอย่าง Facebook, Instagram, TikTok และ LINE รวมถึงการเปิดร้านค้าบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ และการเปิดให้ธุรกิจต่างๆ ได้เข้าร่วมกับแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ รวมถึงการเปิดให้มีบริการรับชำระค่าสินค้าออนไลน์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงธุรกิจได้ง่ายและสะดวกขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการควรเร่งปรับตัว

เข้าสู่ระบบออนไลน์ให้มากขึ้น เพื่อเป็นช่องทางการค้าใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับโอกาสที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีดิจิทัลที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในสังคมและการใช้ชีวิตของผู้คนที่ต่างมีมุมมองและรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไป ซึ่งแพลตฟอร์มเดลิเวอรี่เป็นข้อต่อสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจยังสามารถไปได้ท่ามกลางวิกฤต และตอบโจทย์พฤติกรรมกรรมการบริโภคของผู้คนให้ต่างไปจากเดิม ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจเกิดความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive Advantage) ที่เหนือกว่าคู่แข่งอื่นทางธุรกิจประเภทเดียวกัน และสามารถขยายฐานลูกค้าได้เพิ่มขึ้น

4.5.8 ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย

ผู้ประกอบการให้ข้อคิดเห็นว่า สุขอนามัยที่ดีถือเป็นสิ่งสำคัญในอุตสาหกรรมอาหาร เนื่องจากช่วยลดความเสี่ยงจากการปนเปื้อน ช่วยรักษามาตรฐานอาหารให้ปลอดภัยสำหรับลูกค้า สอดคล้องตามกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่นับวันยังมีความเข้มงวดขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อสุขลักษณะการผลิตอาหาร โดยเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพดี ต้องตรวจสอบจนเป็นที่แน่ใจว่าอยู่ในสภาพที่สะอาด มีคุณลักษณะที่ดี เหมาะสมสำหรับใช้ในการผลิตอาหารบริโภค มีการเก็บรักษาวัตถุดิบเพื่อป้องกันการเสื่อมเสีย รักษาคุณค่าทางโภชนาการและความปลอดภัย การพิจารณาคัดเลือกบรรจุภัณฑ์ที่ต้องใช้บรรจุอาหาร ให้มีความเหมาะสม การควบคุมกระบวนการผลิตให้อยู่ภายใต้สภาวะที่ถูกสุขลักษณะ และไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อนจากอันตรายในอาหาร การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ในโกดังเก็บสินค้าโดย จัดระบบการเก็บเข้าและนำออก การขนส่งที่ถูกสุขลักษณะเพื่อไม่ให้ผลิตภัณฑ์เกิดการเน่าเสีย ซึ่งเป็นหลักการที่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร การอบรมพนักงาน ผู้ปฏิบัติงานในการผลิตอาหารให้รักษาสุขลักษณะส่วนบุคคลที่ดี เพื่อป้องกันการปนเปื้อนอันตรายในอาหาร ตลอดจนการป้องกันอันตรายและอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นในโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ และสร้างความเชื่อมั่นที่ดีต่อธุรกิจให้เกิดการยอมรับในวงกว้างต่อไป

4.6 การอภิปรายผล

การศึกษารายนี้ เป็นการศึกษาแนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งได้นำผลการศึกษามาอภิปรายตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

4.6.1 สภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร สามารถอภิปรายผลในแต่ละด้าน ดังนี้

4.6.1.1 ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการมีหน้าร้านตั้งอยู่ในตลาดประจำอำเภอและจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 56.52 ดังที่ ทิตจิตตา (2560) และธัญญรัตน์ (2562) ได้กล่าวว่าการจัดสถานที่ให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการต้องเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่มีขั้นตอนซับซ้อน จะทำให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบายในการเข้าใช้บริการได้มากที่สุด และทำเลที่ตั้งต้องให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และลักษณะธุรกิจ ตลอดจนมีหน้าเว็บไซต์ในการสั่งซื้อพร้อมบริการจัดส่งถึงบ้าน โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของจตุพร (2564) ที่พบว่า ผู้ประกอบการมีธุรกิจตั้งอยู่ในชุมชนย่านการค้าในเขตเมือง และตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสัญจรไปมาสะดวก (พัชรินทร์, 2564)

4.6.1.2 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นระยะเวลาไม่เกิน 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.22 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า “เวลา” เป็นสิ่งที่สำคัญจาก

มุมมองของการแข่งขัน และนำหลายธุรกิจไปสู่ความมีชื่อเสียง หลายธุรกิจให้ความสำคัญกับเรื่อง
 ของเวลา และจะต้องพยายามแข่งขันช่วงชิงเพื่อให้ได้ช่วงเวลาที่ดีที่สุดในการส่งเสริมธุรกิจ โดยการ
 บริหารงานถือเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด เพราะถ้าการบริหารไม่ดี ไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาวะ
 แวดล้อม หรือไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่อสังคมเศรษฐกิจ ธุรกิจนั้นก็ไม่สามารถที่จะอยู่ได้จนต้อง
 ล้มเลิกไปในที่สุด (ณัฐวุฒิ, 2555) ดัชนีงานวิจัยของธนิษฐ์รัฐ (2560) พบว่า ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจ
 มาแล้วเป็นเวลา ต่ำกว่า 5 ปี

4.6.1.3 รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือน พบว่า
 ผู้ประกอบการมีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท คิด
 เป็นร้อยละ 70.11 ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่า จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผล
 กระทบต่อภาคธุรกิจในวงกว้าง ทำให้ยอดขายสินค้าลดลงตามไปด้วย เพราะหัวใจสำคัญของการทำ
 ธุรกิจทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่ดำเนินการอยู่หรือธุรกิจที่กำลังริเริ่มดำเนินการ มักหนีไม่พ้น
 ความต้องการที่จะได้ “กำไร” จึงแสดงได้ว่า “กำไร” ก็คือตัวชี้วัดที่ดีตัวหนึ่งสำหรับวัดการประสบ
 ความสำเร็จและความยั่งยืนในการทำธุรกิจ เพราะหากทำธุรกิจต่อไปโดยไม่สามารถทำกำไรได้ ธุรกิจก็
 จะต้องปิดตัวลงไปในที่สุดอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นผลิตภัณฑ์และบริการที่เสนอขาย เพื่อสนองต่อ
 ความพึงพอใจของลูกค้า ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมี
 ผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ (ธัญญรัตน์, 2562) ดังที่ งานวิจัยของรุ่งนภา (2563) ได้พบว่า
 ผู้ประกอบการมีรายได้จากการจำหน่ายเดือนละต่ำกว่า 2 แสนบาท

4.6.1.4 กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ พบว่า ลูกค้าของธุรกิจเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว คิด
 เป็นร้อยละ 65.76 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะหัวใจของการทำธุรกิจ ถ้าธุรกิจเข้าใจกลุ่มเป้าหมายของตัวเอง
 ได้อย่างลึกซึ้ง ว่าลูกค้าต้องการสินค้าแบบไหน ตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าและบริการ ก็จะสามารถ
 วางกลยุทธ์เพื่อสร้างยอดขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนำหน้าคู่แข่งได้ ซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทย
 (2565) ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์ตลาดและผู้บริโภค ข้อมูลนั้นถือเป็นทรัพยากรที่มีค่าสำหรับผู้
 ประกอบธุรกิจในทุกระดับ โดยเปรียบเสมือนการติดอาวุธที่ทำให้การแข่งขันในทางธุรกิจทำได้มี
 ประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งการนำข้อมูลสถิติของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคมาวิเคราะห์ เป็นสิ่งสำคัญ
 ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดกลยุทธ์สำหรับธุรกิจ รวมถึงการออกแบบสินค้าและบริการที่ดี
 ขึ้น ตอบสนองกลุ่มลูกค้าได้ตรงเป้าหมายมากขึ้น และยังทำให้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อรับมือกับการแข่งขัน
 ในตลาดได้ทันที่มากขึ้นด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรินทร์ (2564) พบว่า กลุ่มลูกค้าหลัก
 ของร้านเป็นทั้งคนไทยและคนต่างชาติ

4.6.1.5 การสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ พบว่า ผู้ประกอบการได้รับการสนับสนุน
 ทางนโยบายการส่งเสริมการขายและกระตุ้นเศรษฐกิจ เช่น โครงการ คนละครึ่ง โครงการเราเที่ยว
 ด้วยกัน โครงการทัวร์ทั่วไทย คิดเป็นร้อยละ 44.02 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการแพร่ระบาดของเชื้อ
 ไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยวหายไปนับพัน เพราะประชาชนขาดกำลังซื้อ
 การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยจึงต้องหันกลับมาสร้างความเข้มแข็งภายในประเทศ ด้วยการกระตุ้นการ
 อุปโภคบริโภค และการท่องเที่ยวในประเทศ เพื่อขับเคลื่อนให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆกลับมาฟื้น
 ตัวและเดินหน้าต่อไปได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของพงษ์สันต์ (2564) ที่พบว่า แนวทางการพัฒนา
 ธุรกิจข้าวหอมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม คือ การได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐและ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมาตรการเยียวยาภาคธุรกิจเพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้นอันเกิดจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (พัชรินทร์, 2564)

4.6.1.6 ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุด พบว่าผู้ประกอบการจำหน่ายหรือขายปลาหมึก เช่น ปลาหมึกแห้ง/ปลาหมึกฉีก/หมึกหยอง/หมึกยัด/หมึกเต้าทอง/หมึกแพไข่/หมึกอ้วนกลม/หนวดหมึก/หมึกแกะตา/หมึกฉาบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.33 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะจังหวัดสมุทรสาคร เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการประมง และมีตลาดซื้อตั้งที่เป็นศูนย์กลางอาหารทะเลสด และจำหน่ายอาหารแปรรูปที่สดใหม่ หลากหลาย ราคาถูก และยังอยู่ใกล้กรุงเทพฯ จึงทำให้ประชาชนนิยมเดินทางมาเลือกซื้อ ประกอบกับจังหวัดสมุทรสาครมีงานเทศกาลอาหารทะเล ซึ่งจะจัดขึ้นทุกปีจัดขึ้นในช่วงเดือนกุมภาพันธ์หรือมีนาคมของทุกปี ซึ่งถือว่าเป็นของดีของจังหวัดสมุทรสาคร โดยอาหารทะเลแห้งนิยมนำมาประกอบอาหารในงานบุญต่าง ๆ งานบวช งานเฉลิมฉลอง ซึ่งอาหารทะเลแห้งสามารถนำมาประกอบอาหารได้หลากหลาย เช่น แกงจืด ปลาหมึกแห้ง ข้าวผัดปลาอินทรีแห้ง (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร, 2565) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชวลิต (2561) พบว่า ประเภทอาหารทะเลที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อในตลาดมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร คือ ปลาหมึก เนื่องจากมีขนาดใหญ่ และมีสีนวลสด ซึ่งเป็นลักษณะเด่นที่แตกต่างจากที่อื่น

4.6.2 แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งจังหวัดสมุทรสาคร สามารถอภิปรายผลในแต่ละด้าน ดังนี้

4.6.2.1 ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งผ่านกรรมวิธีการผลิตที่ยืดอายุการเก็บรักษา ทำให้สามารถเก็บรักษาได้เป็นระยะเวลาานาน ซึ่ง ทิตจิตตา (2560) และธัญญรัตน์ (2562) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์และบริการ หมายถึง สิ่งที่เสนอขาย เพื่อสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า มีลักษณะใหม่ และปรับปรุงให้ดีขึ้น จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ นอกจากนี้วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหารสะอาด สด ใหม่ มีคุณภาพ ปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการที่ดีต่อสุขภาพ (พัชรินทร์, 2564) ดังนั้นผู้ประกอบการควรเอาใจใส่ในการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพคงที่ สม่ำเสมอ นอกจากนี้ควรหันมาใช้วัตถุดิบที่ผลิตในประเทศไทยเป็นหลัก โดยเฉพาะวัตถุดิบในท้องถิ่นเพื่อความสดใหม่ ปราศจากวัตถุดิบเสีย และสามารถเก็บรักษาไว้ได้นานวัน (จตุพร, 2564)

4.6.2.2 ด้านการผลิต พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีกรรมวิธีการผลิตด้วยเครื่องอบลมร้อน และอบแห้ง ดังที่ ชนินทร์ (2554) ได้กล่าวถึงการบริหารการผลิต หมายถึง การพิจารณาศึกษากิจกรรม ทางการผลิตที่จำเป็นและมีผลต่อการก่อให้เกิดการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจัยที่ใช้นำมาศึกษา ได้แก่ วัตถุดิบของการผลิต การควบคุมการผลิต และคุณภาพการผลิต ดังนั้นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพมาตรฐานการผลิตสม่ำเสมอ มีความประณีตในการผลิตสามารถใช้งานได้ คงทน (วุทธิชัย, 2564) ซึ่งผู้ประกอบการควรเอาใจใส่ในรายละเอียด เช่น ปริมาณ

ของไขมันที่ใช้ อุณหภูมิในการอบ ถึงแม้คนอื่นอาจจะเลียนแบบรสชาติได้ง่าย แต่ในรายละเอียดแล้ว ไม่สามารถเลียนแบบกันได้ ซึ่งผู้ผลิตต้องรักษาเอกลักษณ์ความเป็นดั้งเดิมไว้ด้วย (จตุพร, 2564)

4.6.2.3 ด้านราคา พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการระบุราคาผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งชัดเจน ณ จุดขาย โดยธัญญรัตน์ (2562) ได้กล่าวว่า ราคา หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน และราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ซึ่งสินค้าควรมีป้ายแสดงราคาชัดเจน และราคาควรสอดคล้องกับคุณภาพ (จิรัชยากรณ์, 2561)

4.6.2.4 ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการบริการหลังการขายให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ดังที่ ทิตจิตตา (2560) กล่าวถึงช่องทางการจำหน่าย หมายถึง การจัดสถานที่ให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการต้องเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่มีขั้นตอนซับซ้อน ทำให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบายในการเข้าใช้บริการได้ สร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคมากที่สุด และนอกจากทำเลที่ตั้งที่ควรสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและลักษณะธุรกิจแล้ว ควรมีช่องทางติดต่อสั่งซื้ออาหารผ่านเว็บไซต์ด้วย (พัชรินทร์, 2564) ดังนั้น แนวทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย ผู้ประกอบการควรมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภคออนไลน์ เข้าถึงได้ง่าย มีการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อจำหน่ายสินค้าได้ตรงกับความต้องการผู้บริโภค เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และอายุของสินค้าหรือบริการที่สามารถวางอยู่ในตลาดได้ ตลอดจนมีการให้ข้อมูลคุณค่าของสินค้า มีการรับฟังข้อมูลลูกค้า และมีการดูแลลูกค้าหลังการขายอย่างต่อเนื่องแก่ผู้บริโภค (วุทธิชัย, 2564)

4.6.2.5 ด้านการเงินและการลงทุน พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการบันทึกกระแสเงินสดเข้า-ออกเสมอ เพื่อตรวจสอบและระมัดระวังสภาพคล่องของธุรกิจ ซึ่ง กิตติ (2553) กล่าวว่า การบริหารการเงิน หมายถึง เงิน หรือทรัพย์สินที่มีค่าเป็นเงิน ของระบบซึ่งนับเป็นหัวใจที่สำคัญอย่างหนึ่งของระบบเช่น เงินทุน เงินสด เงินหมุนเวียน เงินค่าใช้จ่าย หรือเงินรายรับรายจ่ายต่างๆ เหล่านี้ เป็นต้น ถ้าการเงินของระบบไม่ดีพอ ระบบนั้นย่อมจะประสบ กับความยุ่งยาก หรืออาจถึงแก่การหายนะได้ เพราะฉะนั้น ระบบธุรกิจทุกชนิดจะต้องมีความ ระมัดระวังในเรื่องของการเงินเป็นพิเศษ โดยผู้ประกอบการควรรหาแหล่งเงินกู้ที่ให้ดอกเบี้ยต่ำเพื่อใช้ในการพัฒนากิจการให้สามารถสู้คู่แข่งได้ (รุ่งนภา, 2563) และเพื่อให้ธุรกิจเกิดสภาพคล่อง ผู้ประกอบการควรมีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย อย่างรัดกุม มีการตรวจสอบยอดขายอย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงมีการกำหนดงบประมาณและเงินทุนในแต่ละด้านอย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อธุรกิจสามารถยืนหยัดอยู่ได้ภายใต้สภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา (จตุพร, 2564)

4.6.2.6 ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บุคลากรมีทักษะการขายสินค้าธุรกิจในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งบุคลากร ถือว่ามีความสำคัญกับธุรกิจที่ต้องทำหน้าที่บริการ เพราะธุรกิจต่าง ๆ ในปัจจุบันส่วนใหญ่อาศัยคนเป็นเครื่องมือในการทำงาน หากต้องการให้บริการถูก

จัดอันดับอยู่ในขั้นดีเลิศ ต้องสรรหาผู้ที่มีใจรักงานทางด้านบริการ บุคลิกดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ที่สำคัญจะต้องมีความรู้ และความสามารถพิเศษในหน้าที่เป็นอย่างดี นอกจากนี้แล้วยังต้องมีความอดทนต่อปัญหาที่เกิดขึ้น และพยายามเรียนรู้ที่จะแก้ไขปัญหานั้นเพื่อนำไปสู่การให้บริการที่ดี (ธนาศักดิ์, 2553) และพนักงานควรมีทักษะด้านภาษาพร้อมให้คำแนะนำลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้ ตลอดจนมีความรู้เรื่องเทคโนโลยี (พัชรินทร์, 2564) ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการส่งเสริมพนักงานให้มีความเป็นมืออาชีพ โดยเปิดโอกาสให้มีการฝึกอบรม/เพิ่มพูนความรู้ในหลักสูตรและเทคนิคในการทำขนมเค้กแบบดั้งเดิมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทั้งนี้เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับธุรกิจอย่างยั่งยืน (จตุพร, 2564)

4.6.2.7 ด้านเทคโนโลยี พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการเพิ่มช่องทางการจ่ายเงินค่าสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน เช่น QR CODE, Mobile Banking เป็นต้น ซึ่งการดำเนินชีวิตในโลกยุค Next Normal จะมุ่งเน้นเรื่องความปลอดภัยและสุขอนามัยเป็นสิ่งสำคัญ เทคโนโลยีจึงถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อลดการสัมผัส ยกตัวอย่างเช่น ระบบการจัดส่งสินค้าแบบ Non-contact delivery ระบบประตูอัตโนมัติในพื้นที่สาธารณะ รูปแบบการจ่ายเงินแบบ e-payment รวมทั้งการออกแบบพื้นที่ธุรกิจที่สามารถให้บริการลูกค้าแบบปราศจากการสัมผัสใดๆ แต่จะใช้เทคโนโลยีการสั่งงานด้วยเสียง (Voice recognition) หรือจำลองโลกเสมือนจริง (Augmented reality) แทน (ธนากรแห่งประเทศไทย, 2565) โดยผู้ประกอบการควรเป็นผู้นำความคิดริเริ่มเกี่ยวกับสินค้าใหม่ๆ การบริการและเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยมองเห็นโอกาสที่จะทำกำไร ผลักดันให้เกิดการสร้างสรรค เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม สร้างสิ่งที่มีคุณค่า และเป็นทางเลือกใหม่ๆ ให้กับสังคม ตลอดจนเพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยการผลิตสินค้าชนิดใหม่ที่มีประสิทธิภาพที่ดี กว่าเดิมขึ้นมาเสนอขายในตลาด เพื่อเป้าหมายในการสร้างสรรค์ความมั่นคงแก่ธุรกิจ (นันทน์ภัส, 2559) สอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรินทร์ (2564) พบว่า ผู้ประกอบการควรมีการใช้แอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับบริการสั่งอาหาร ตลอดจนมีการเพิ่มช่องทางการให้บริการจ่ายค่าอาหารผ่านระบบออนไลน์ เพื่อเพิ่มความสะดวก ซึ่งการเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อในรูปแบบออนไลน์ ได้แก่ การสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน และมีบริการจัดส่งแบบเดลิเวอรี่ด้วย จะทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย (จตุพร, 2564)

4.6.2.8 ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการตรวจสอบสุขภาพของพนักงานให้พร้อมทำงานอยู่เสมอ เพราะเชื้อโรคต่างๆ เช่น เชื้อไวรัสโควิด-19 สามารถแพร่กระจายและติดต่อได้ง่าย เนื่องจากการใช้ชีวิตของผู้คนทั่วโลกที่เปลี่ยนไป หลังวิกฤติโควิด 19 สะท้อนให้เห็นเทรนด์สำคัญ ๆ ในอนาคตที่เกิดจากพฤติกรรมและทัศนคติในการดำรงชีวิตที่ไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป โดยเฉพาะการเปิดรับเทคโนโลยี บริการดิจิทัลใหม่ ๆ รวมถึงแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งตอบโจทย์เรื่องความสะดวกสบาย โดยมุ่งเน้นเรื่องความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น นำไปสู่เทรนด์การใช้ชีวิตแบบ Next normal ที่จะเริ่มขยายตัวในวงกว้าง พร้อมทั้งมีบทบาทสำคัญต่อชีวิตและระบบเศรษฐกิจในอนาคต (ธนากรแห่งประเทศไทย, 2565) ซึ่งแนวปฏิบัติด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย ผู้ปฏิบัติงานที่เป็นผู้สัมผัสอาหาร (ได้แก่

บุคคลที่เกี่ยวข้องกับอาหารตั้งแต่กระบวนการเตรียม ประกอบ บรรจุ จำหน่าย และเสิร์ฟอาหาร รวมถึงการล้างและเก็บภาชนะอุปกรณ์) ต้องไม่เข้าไปในพื้นที่เสี่ยง ในระยะเวลา 14 วัน (สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย, 2564)

4.6.3 เปรียบเทียบแนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลแห่งจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจ สามารถอภิปรายผลในแต่ละด้านดังนี้

4.6.3.1 ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งของธุรกิจแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งจังหวัดสมุทรสาครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ประกอบการที่มีหน้าร้านตั้งอยู่ในทำเลที่ต่างกัน จะมีปริมาณจำนวนลูกค้า และมียอดขายสินค้าต่างกัน เช่นผู้ประกอบการที่มีหน้าร้านตั้งอยู่ริมถนนสายหลักของจังหวัด ซึ่งเป็นแหล่งชุมชนที่มีผู้คนสัญจรไปมาจำนวนมาก จึงสามารถขายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งได้ในปริมาณมาก ส่งผลให้สามารถตั้งราคาขายได้ต่ำกว่าร้านอื่นๆ ทั่วไป ฉะนั้นผู้ประกอบการที่มีหน้าร้านตั้งอยู่ริมถนนสายหลักของจังหวัด จึงให้ความสำคัญด้านราคาน้อยกว่าผู้ประกอบการที่มีหน้าร้านตั้งอยู่ในตลาดประจำอำเภอและจังหวัด ดังนั้นผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งต่างกัน จึงให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจที่ต่างกันนั่นเอง ทั้งนี้การที่ผู้ประกอบการมีธุรกิจตั้งอยู่ในชุมชนย่านการค้าในเขตเมือง และตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสัญจรไปมาสะดวก จะทำให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบาย เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภค และสร้างความได้เปรียบทางการตลาดได้ (ทิตจิตตา, 2560) แต่ในขณะที่งานวิจัยของพัชรินทร์ (2564) พบว่า ธุรกิจร้านอาหารที่มีทำเลที่ตั้งของร้านแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อกิจกรรมปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของธุรกิจไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.6.3.2 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่าผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลายาวนานจะมีมุมมอง หรือมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมากกว่าผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มต้นทำธุรกิจ เช่น ผู้ประกอบการที่มีดำเนินธุรกิจมากกว่า 20 ปีขึ้นไป จะให้ความสำคัญต่อด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย มากกว่าผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาแล้วไม่เกิน 10 ปี และดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นเวลา 11-15 ปี เพราะการที่เพราะกว่าที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จ และมีชื่อเสียงนั้น ผู้ประกอบต้องผ่านการแข่งขัน ช่วงชิง ตลอดจนให้ความสนใจต่อการผลิตสินค้าให้เกิดคุณภาพอย่างมาก เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด ดังนั้นผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาดำเนินงานต่างกัน จึงให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจไม่เหมือนกัน ฉะนั้นการบริหารงานถือเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด เพราะถ้าการบริหารไม่ดี ไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อม หรือไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่อสังคมเศรษฐกิจ ธุรกิจนั้นก็ไม่สามารถที่จะอยู่ได้จนต้องล้มเลิกไปในที่สุด (ณัฐวุฒิ, 2555) ดังนั้น อายุของกิจการ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ส่งผลต่อภาวะความอยู่รอดและเติบโตของธุรกิจแตกต่างกัน (ธนิษฐ์รัฐ, 2560)

4.6.3.3 รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าหัวใจสำคัญของการทำธุรกิจ ไม่ว่าจะดำเนินการอยู่ หรือกำลังริเริ่มดำเนินการ มักหนีไม่พ้นความต้องการที่จะได้ “กำไร” จึงแสดงได้ว่า “กำไร” ก็คือตัวชี้วัดที่ดีตัวหนึ่งสำหรับวัดการประสบความสำเร็จและความยั่งยืนในการทำธุรกิจ เพราะหากทำธุรกิจต่อไปโดย ไม่สามารถทำกำไรได้ ธุรกิจก็ต้องปิดตัวลงไปในที่สุดอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่น ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าเดือนละน้อยกว่า 100,000 บาท จะให้ความสำคัญต่อด้านราคามากกว่าผู้ประกอบการที่มีรายได้เดือนละ 200,001 – 300,000 บาท ฉะนั้นผลิตภัณฑ์และบริการที่เสนอขาย เพื่อสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า ต้องมีอรรถประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ (ธัญญรัตน์, 2562) ดังนั้นผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างกัน จึงให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจไม่เหมือนกัน เพราะการเข้าถึงแหล่งเงิน จะส่งผลต่อความอยู่รอดและเติบโตของธุรกิจ (ธนิษฐ์รัฐ, 2560)

4.6.3.4 กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการที่กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาครไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าหัวใจของการทำธุรกิจ ถ้าธุรกิจเข้าใจกลุ่มเป้าหมายของตัวเองได้อย่างลึกซึ้ง ว่าลูกค้าต้องการสินค้าแบบไหน ตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าและบริการ ก็จะสามารถวางกลยุทธ์เพื่อสร้างยอดขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนำหน้าคู่แข่งได้ ฉะนั้นการวิเคราะห์ผู้บริโภค ข้อมูลนั้นถือเป็นทรัพยากรที่มีค่าสำหรับผู้ประกอบธุรกิจในทุกระดับ โดยเปรียบเสมือนการติดอาวุธที่ทำให้การแข่งขันในทางธุรกิจทำได้ดีมีประสิทธิภาพมากขึ้น และตอบสนองกลุ่มลูกค้าได้ตรงเป้าหมายมากขึ้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย 2565) ดังนั้นผู้ประกอบการที่มีกลุ่มลูกค้าหลักแตกต่างกัน จึงให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจคล้ายๆ กัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรินทร์ (2564) พบว่า ผู้ประกอบการที่มีกลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อกิจกรรมปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของธุรกิจไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.6.3.5 การสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบให้รายได้จากการท่องเที่ยวหายไปฉับพลัน เพราะประชาชนขาดกำลังซื้อ การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยจึงต้องหันกลับมาสร้างความเข้มแข็งภายในประเทศ ด้วยการกระตุ้นการอุปโภคบริโภค และการท่องเที่ยวในประเทศ เพื่อขับเคลื่อนให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ กลับมาฟื้นตัวและเดินหน้าต่อไปได้ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงใช้กลยุทธ์ทางการตลาดจากนโยบายภาครัฐที่แตกต่างกันเพื่อให้ธุรกิจดำรงอยู่ได้ เช่น โครงการ คนละครึ่ง โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการทัวร์ทั่วไทย และผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการของภาครัฐ ให้ความสำคัญต่อด้านราคา มากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่ได้เข้าร่วมนโยบายภาครัฐ ซึ่งสอดคล้องกับ

งานวิจัยของพงษ์สันต์ (2564) ที่พบว่า แนวทางการพัฒนาธุรกิจข้าวหอมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม คือ การได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมาตรการเยียวยาภาคธุรกิจจะลดผลกระทบที่เกิดขึ้นอันเกิดจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาได้ (พัชรินทร์, 2564)

4.6.3.6 ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุด พบว่าผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ประกอบการที่มีหน้าร้านตั้งอยู่ในทำเลที่ต่างกัน เช่น ตั้งอยู่ริมถนนสายหลักของจังหวัด ตั้งอยู่ในตลาดประจำอำเภอและจังหวัด ตั้งอยู่บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัด หรือตลาดบริเวณวัดในจังหวัด จะจำหน่ายสินค้าตามกำลังซื้อ ตามความต้องการ หรือตามความนิยมของผู้บริโภคแต่ละพื้นที่เป็นหลัก ดังนั้นผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าที่ขายดีที่สุดแตกต่างกัน จึงให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจแตกต่างกันออกไป เช่น ผู้ประกอบการที่ขายกุ้งดีที่สุด ได้แก่ กุ้งแห้ง กุ้งแก้วกรอบ กุ้งหวาน จะให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจ ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง มากกว่าผู้ประกอบการที่ขายปลาดีที่สุด ได้แก่ ปลาแห้ง/ปลากรอบ/ปลาหลังเขียวผ่าแห้ง/ปลาข้างเหลืองงา/ปลาเกร็ดขาว/ปลากะพงทุบ/ปลาชิวทอด/ปลาแก้วกรอบ/ปลาวง/ปลาไส้ตัน/ปลาช่อนทะเล/ปลาทุหวาน/ขนมตัวปลา/ปลาริวกิว/ปลาข้าวสาร/ปลาอินทรี ดังนั้นการผลิตสินค้าให้มีลักษณะเด่นแตกต่างจากที่อื่น ชวลิต (2561) มีความหลากหลาย โดยเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีความสะอาดและปลอดภัย (นาลินี, 2560) มีความสม่ำเสมอ ตลอดจนมีความประณีต จะส่งผลให้เกิดการซื้อซ้ำของลูกค้า และเป็นกลยุทธ์พัฒนาที่สำคัญเพื่อความอยู่รอดและเติบโตของธุรกิจต่อไปได้ (วุทธิชัย, 2564)



บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร” มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร 2) ศึกษาแนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร และ 3) เปรียบเทียบแนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งในจังหวัดสมุทรสาคร ในช่วงเดือน กรกฎาคม - กันยายน 2565 จำนวน 193 ราย และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 184 ร้าน โดยดำเนินการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ลักษณะของเครื่องมือการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaires) แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close- Ended Question) และแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaires)

ตอนที่ 2 สภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended Question)

ตอนที่ 3 แนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร โดยเป็นแบบสอบถามชนิด คำถามปลายปิด (Close-Ended Question) ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับแนวทางการปรับตัวในวิถีใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaires)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในการสอบถามประกอบการศึกษาสภาพการดำเนินธุรกิจ การศึกษาปัญหาในการดำเนินธุรกิจ และแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งของผู้ประกอบการในจังหวัดสมุทรสาคร ดังนี้

1) ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากคณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล

2) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งของผู้ประกอบการในจังหวัดสมุทรสาคร

3) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามจำนวนที่กำหนด

4) นำข้อมูลที่ได้ทำการวิเคราะห์ แปรผล สรุปผล และรายงานผลการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive method)

5.1 สรุปผล

การศึกษาแนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งจังหวัดสมุทรสาคร สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

5.1.1 สภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 56.52 ธุรกิจตั้งอยู่ในตลาดประจำอำเภอและจังหวัด โดยดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นระยะเวลาไม่เกิน 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.22 มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 70.11 มีลูกค้าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 65.76 ได้รับการสนับสนุนทางนโยบายการส่งเสริมการขายและกระตุ้นเศรษฐกิจ เช่น โครงการ คนละครึ่ง โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการทัวร์ทั่วไทย คิดเป็นร้อยละ 44.02 และจำหน่ายหรือขายปลาหมึก เช่น ปลาหมึกแห้ง/ปลาหมึกฉีก/หมึกหยอง/หมึกยัด/หมึกเต้าทอง/หมึกแพไข่/หมึกอ้วนกลม/หนวดหมึก/หมึกแกะตา/หมึกฉาบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.33

5.1.2 แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งจังหวัดสมุทรสาคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.363) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบดังนี้

5.1.2.1 ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.418) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งผ่านกรรมวิธีการผลิตที่ยืดอายุการเก็บรักษา ทำให้สามารถเก็บรักษาได้เป็นระยะเวลานาน ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.461) รองลงมาคือ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งมีราคากลางที่เป็นมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.498) และน้อยที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งมีความต้องการของตลาด ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.487)

5.1.2.2 ด้านการผลิต พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.458) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีกรรมวิธีการผลิตด้วยเครื่องอบลมร้อน และอบแห้ง ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.509) รองลงมาคือ มีทำเลที่ตั้งของโรงงานผลิตและคลังสินค้าที่อยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ ส่งผลให้ต้นทุนการจัดส่งสินค้าลดลง ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.493) และน้อยที่สุด มีจำนวน 2 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยเท่าๆ กัน คือ มีการผลิตสินค้าด้วยความประณีตในการตัดแต่งสัตว์น้ำก่อนนำไปผ่านกระบวนการแช่แข็งเพื่อคงคุณภาพและยืดอายุการเก็บรักษา ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.488) และมีการบริหารจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ ช่วยให้

ธุรกิจมีต้นทุนการผลิตที่ลดลง เช่น มีปริมาณสินค้าคงคลังให้น้อยที่สุดโดยไม่กระทบกับความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.489)

5.1.2.3 ด้านราคา พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.468) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการระบุราคาผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งชัดเจน ณ จุดขาย ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.509) รองลงมาคือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.494) และน้อยที่สุดคือ มีการตั้งราคาผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่ำกว่าร้านอื่น ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.504)

5.1.2.4 ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.447) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการบริการหลังการขายให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.493) รองลงมาคือ มีการจัดวางสินค้าประเภทเดียวกันให้อยู่ในบริเวณเดียวกัน แยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน เพื่อให้สะดวกต่อการเลือกซื้อ ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.497) และน้อยที่สุดคือ มีการจัดตกแต่งหน้าร้านให้สวยงาม เพื่อใช้เป็นจุดถ่ายรูป (Check in) ให้กับลูกค้า ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.498)

5.1.2.5 ด้านการเงินและการลงทุน พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.451) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการบันทึกกระแสเงินสดเข้า-ออกเสมอ เพื่อตรวจสอบและระมัดระวังสภาพคล่องของธุรกิจ ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.497) รองลงมาคือ มีการสำรองเงินสดอย่างเพียงพอและเหมาะสม ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.495) และน้อยที่สุดคือ มีแหล่งเงินทุนที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.478)

5.1.2.6 ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.483) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บุคลากรมีทักษะการขายสินค้าธุรกิจในสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.497) รองลงมาคือ มีจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการผลิตสินค้าเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.491) และน้อยที่สุดคือ บุคลากรมีความสามารถในการใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ บนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อโฆษณาสินค้า และการรับออเดอร์สินค้า ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.506)

5.1.2.7 ด้านเทคโนโลยี พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.391) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการเพิ่มช่องทางการจ่ายเงินค่าสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน เช่น QR CODE, Mobile Banking เป็นต้น ($\bar{X} = 4.57$, S.D. = 0.496) รองลงมาคือ มีจำนวน 2 ข้อ ที่มีค่าเฉลี่ยเท่าๆ กัน คือ มีการโฆษณาสินค้าผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียมากขึ้น เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักและเป็นที่น่าสนใจของลูกค้าอย่างกว้างขวาง ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.457) และมีช่องทางการขายแบบออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชันเพราะจะทำให้ต้นทุนน้อยกว่าการเปิดขายหน้าร้าน และเป็นตัวช่วยในการโฆษณาร้านได้ เช่น Lazada, Shopee, Facebook ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.454) และน้อยที่สุดคือ มีการใช้แอปพลิเคชันสำหรับการส่งสินค้าแบบเดลิเวอรี่ (Delivery) ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.425)

5.1.2.8 ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.486) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการตรวจสอบสุขภาพของพนักงานให้พร้อมทำงานอยู่เสมอ เพราะเชื้อก่อโรคต่างๆ เช่น เชื้อไวรัสโคโรนา-19 สามารถแพร่กระจายและติดต่อได้ง่าย ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.488) รองลงมาคือ มีจำนวน 2 ข้อ ที่มีค่าเฉลี่ยเท่าๆ กัน คือ มีการควบคุมป้องกันสัตว์และแมลงพาหะนำโรคไม่ให้รบกวนและก่อความรำคาญ ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.491) และมีการรักษามาตรฐานวัตถุดิบให้คงคุณภาพ ไม่ให้มีสารตกค้างปนเปื้อน ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.492) และน้อยที่สุดคือ มีการให้พนักงานล้างมือ ใช้ถุงมือ และที่คลุมผมทุกครั้งเมื่อปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.530)

5.1.3 เปรียบเทียบแนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลแห่งจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจ ผลการวิจัยพบดังนี้

5.1.3.1 ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งของธุรกิจแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านราคา ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการเงินและการลงทุน ด้านบุคลากร ด้านเทคโนโลยี และด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.1.3.2 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง ด้านบุคลากร และด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.1.3.3 รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งต่อเดือน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง ด้านการผลิต ด้านราคา ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการเงินและการลงทุน ด้านบุคลากร ด้านเทคโนโลยี และด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.1.3.4 กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการที่กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาครไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.1.3.5 การสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง ด้านการผลิต ด้านราคา ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการเงินและการลงทุน ด้านบุคลากร ด้านเทคโนโลยี และด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.1.3.6 ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุด พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัว

วิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง และด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.2 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาแนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อเสนอแนะ 2 ด้าน ได้แก่ ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งนี และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งนี

5.2.1.1 การวิจัยครั้งนี้พบว่า ธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในตลาดประจำอำเภอและจังหวัด โดยมีลูกค้าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะจังหวัดสมุทรสาครติดชายฝั่งทะเล จึงทำให้เป็นหนึ่งในจังหวัดอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเลขนาดใหญ่ และมีตลาดจำหน่ายอาหารทะเลทั้งขายส่งและขายปลีกที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ โดยมีทั้งอาหารทะเลสด และอาหารทะเลแห้งที่หลากหลาย คุณภาพดี ราคาถูก จึงมักมีนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาเลือกซื้อสินค้ากันอย่างคับคั่ง ดังนั้น ผู้ประกอบการควรสร้างความได้เปรียบในเรื่องของวัตถุดิบให้มีคุณภาพจากแหล่งผลิตโดยตรง มีความสด สะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน และควรเร่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายในรสชาติและรูปแบบ มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์สวยงาม สะดวกต่อการรับประทาน สามารถเก็บรักษาได้เป็นระยะเวลาอันยาวนาน และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อสร้างคุณค่า และจุดขายอันเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มพื้นที่สร้างกำไร และความสามารถในการแข่งขันได้

5.2.1.2 การวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งมากที่สุด โดยเน้นกรรมวิธีการผลิตที่ยืดอายุการเก็บรักษา ทำให้สามารถเก็บรักษาได้เป็นระยะเวลาอันยาวนาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าในสถานการณ์ที่มีการระบาดของโควิด-19 ผู้คนหันมาทำงาน หรือ Work From Home มากขึ้น ซึ่งนำไปสู่ความจำเป็นที่จะต้องมีการกักตุนอาหารมากขึ้น โดยการเก็บรักษาอาหารอย่างเหมาะสมให้อยู่ได้นานจนไปถึงมีความปลอดภัยต่อการบริโภค นั่นถือเป็นเรื่องสำคัญ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยเทคนิคการแปรรูปต่างๆ เช่น ความร้อน ความเย็น เพื่อช่วยยืดอายุผลิตภัณฑ์อาหารของตนให้มีอายุการเก็บที่ยาวนานขึ้น แต่ยังคงรสชาติ เนื้อสัมผัส กลิ่นรส และคุณค่าทางโภชนาการได้

5.2.1.3 การวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ประกอบการที่กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อแนวทางการปรับตัววิถีใหม่ในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาครไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่าในยุคที่ธุรกิจต้องเผชิญกับการแข่งขันสูง ความพึงพอใจของลูกค้ามีส่วนเกี่ยวข้องกับรายได้อย่างชัดเจน หากมีลูกค้าประจำที่พอใจในสินค้าหรือบริการเท่ากับว่าธุรกิจจะมีรายได้เข้ามาประจำด้วยเช่นกัน ซึ่งจะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคง ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นลูกค้าเป็นรากฐานสำคัญ โดยการเสนอสินค้าที่มีคุณภาพคุ้มค่าเกินราคา รวมไปถึงการบริการหลังการขายที่ดี ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความภักดีในสินค้า ซึ่งจะก่อให้เกิดการซื้อซ้ำในครั้งต่อไป และนำไปสู่ยอดขายที่ยั่งยืนให้กับธุรกิจได้

5.2.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรจะได้มีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในเรื่องต่อไปนี้

5.2.2.1 ในการดำเนินงานวิจัยครั้งต่อไปควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เพื่อขยายผลการศึกษาต่อไป

5.2.2.2 จากผลการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาครเพียงพื้นที่เดียวเท่านั้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าควรทำการศึกษาในลักษณะเดียวกันที่เป็นเขตจังหวัดอื่นที่ใกล้เคียง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการนำไปสู่การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งได้หลากหลายยิ่งขึ้น

5.2.2.3 การศึกษาในครั้งนี้เป็นการนำเสนอข้อมูลผู้ประกอบการเท่านั้น เพื่อให้ทราบถึงความนิยมและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง หากมีการสำรวจความนิยมและความพึงพอใจของผู้บริโภค จะช่วยให้เกิดการพัฒนาในด้านของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นได้



เอกสารอ้างอิง

- กรมอนามัย. 2564. **แนะร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยว ยกการ์ดสูงเข้มมาตรการป้องกันโควิด-19.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.bangkokbiznews.com>, 9 มิถุนายน 2565.
- กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร. 2565. **ข้อมูลทั่วไป จังหวัดสมุทรสาคร.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.samutsakhon.go.th/>, 17 กุมภาพันธ์ 2565.
- กองยุทธศาสตร์และแผนงาน. 2562. **แผนยุทธศาสตร์ กระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. 2560-2564.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.industry.go.th>, 17 กุมภาพันธ์ 2565.
- กิตติ กอบัวแก้ว. 2553. **การบริหารการผลิต.** โอเดียนสโตร์, กรุงเทพฯ.
- จตุพร บุตรครุฑ. 2564. **แนวทางการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมเค้กแบบดั้งเดิมของผู้ประกอบการ ในจังหวัดตรัง.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- จังหวัดสมุทรสาคร. 2564. **ความเป็นมา.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.samutsakhon.go.th/>, 17 กุมภาพันธ์ 2565.
- จันทิมา จตุพรเสถียรกุล. 2554. **บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ กลยุทธ์ ในการดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการประเภทธุรกิจ ร้านยาคุณภาพในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิรัชยากรณ์ สังข์แป้น. 2554. **แนวทางการพัฒนาธุรกิจการตลาดกาแฟสดในเขตเทศบาลนครพิษณุโลก”** วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ. 1(1), 111-123.
- ชนินทร์ ชุนห์พันธุ์รักษ์. 2554. **การจัดการธุรกิจขนาดย่อม.** นำกังขาการพิมพ์, กรุงเทพฯ.
- ชวลิต โรจนประภายนต์. 2561. **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคในตลาดมหาชัยจังหวัดสมุทรสาคร.** วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี. 12(27), 134-144.
- ณัฐวุฒิ วิเศษ. 2555. **ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดนนทบุรี.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- ทับทิม วงศ์ประยูร. 2550. **เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น.** กรุงเทพฯ: วัฒนาพานิช.
- ทิตจิตตา กิจบุญลย์. 2560. **รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของกิจการร้านอะไหล่รถ อำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม: กรณีศึกษา หจก.ชาติชัยไฮโดรลิค.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2565. **The Next Normal ส่องเทรนด์ "ความปกติถัดไป" หลังโควิด 19.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.bot.or.th>, 21 พฤษภาคม 2565.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ธนาศักดิ์ หลักเพชร. 2553. การศึกษาปัญหาการดำเนินธุรกิจอพาร์ทเมนต์ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ธนิษฐ์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ. 2560. กลยุทธ์การพัฒนาเพื่อความอยู่รอดและเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี. รายงานการวิจัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธัญญรัตน์ วงศ์ฟู. 2562. กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุเฉพาะช่วงกลางวัน (Day Care) ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต. วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ธาสินี โพธิ์พันธ์. 2557. คุณลักษณะผู้ประกอบการที่พึงประสงค์ของธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.
- นราธร ปานดี. 2558. ปัจจัยที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ภาคการผลิต: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมอาหาร. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์ มหาบัณฑิต. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นฤมล อัครเวทมนต์. (2557). การถนอมสัตว์น้ำแบบพื้นบ้าน. สำนักพิมพ์ไอดีเอ็น เอสโตร.
- นันทน์ภัส คะชะนา. 2559. กลยุทธ์ในการดำเนินงานของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- นาลีณี ประมวงค์. 2560. แนวทางการพัฒนาธุรกิจการผลิตทุงแปรรูป บริษัท เอ็น โอ เอฟ จังหวัดสมุทรสาคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สำนักวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- บุญเชิด บุตรอินทร์. 2564. แนวทางการปรับรูปแบบธุรกิจยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs). วารสารพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรม, 1(2) พฤษภาคม-สิงหาคม, 82-93.
- ปภพพล เต็มธีรกิจ. 2555. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษา อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์. วิทยานิพนธ์ ปรัชญาดุขฎิบัณฑิต. สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ประเมษฐ์ เพ็ชรงาม. 2554. เชาว์เชิงปฏิบัติ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ภูมิความรู้ความชำนาญ และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการโรงแรมอิสระในเมืองพัทยา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พงษ์สันต์ ตันหยง. (2564). แนวทางการพัฒนาธุรกิจข้าวหลามเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม. วารสารดุขฎิบัณฑิตทางสังคม. 5(3), 128-146.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- พรทิพย์ อินทรพรอุดม. 2561. แนวทางการพัฒนาทางการตลาดธุรกิจร้านอาหารคลีนฟู้ด
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
สำนักวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- พัชรินทร์ ชูกระทะพันธ์. 2564. กลยุทธ์การปรับตัววิถีใหม่เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินงานของ
ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในเครือ สตีฟ คาเฟ่ แอนด์ ครุยซีน. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโท. สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- พิชญา มัชฌิมศรีธธา. 2554. บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ ทักษะการหา
ทรัพยากรใหม่ และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการในโรงแรม อิสระใน
เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิทยา ศิริ. 2556. ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน
จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พิทักษ์ บุญทา. 2558. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจของธุรกิจ SMEs ในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยพะเยา.
- พีพีทีวี สมาคมผู้ผลิตข้าว. 2564. แนะนำผู้ประกอบการรายย่อย ปรับตัว เพิ่มรายได้ในช่วงโควิด-19.
[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: [https:// www.pptvhd36.com/news/](https://www.pptvhd36.com/news/), 9 มิถุนายน 2565.
- พุดिया เพงคง. 2560. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการดำเนินงานกับค่าใช้จ่ายของธุรกิจ การผลิต
ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- โยธิน แสงสว่าง . 2564. แนวทางการพัฒนาธุรกิจสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หมู่เดิม ตำบลนา
จารย์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชา
บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- รุ่งนภา สนพะเนา. 2563. แนวทางการพัฒนาธุรกิจหมีโคราชของผู้ประกอบการขนาดย่อม ใน
จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรม
ศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- วรายุทธ คำปะนะ. 2564. แนวทางพัฒนาธุรกิจร้านอาหารทะเลในเกาะปันหยี จังหวัดพังงา.
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- วรารุณ จงควินิต. 2557. กลยุทธ์การจัดการต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจโรงงานอุตสาหกรรมขนาด
กลางและขนาดย่อม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- วิมลวิภา เกตุเทียน. 2556. คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจ
ร้านจำหน่ายเครื่องสำอางในเขตอำเภอเมืองลำปาง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- วุทธิชัย ลีมอรรุโณทัย. 2564. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ตลาดออนไลน์ของสินค้าชุมชน
กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ปลาช่อนแดดเดียว จังหวัดสิงห์บุรี การประชุมวิชาการปัญญาภิวัฒน์
ระดับชาติ ครั้งที่ 11 และนานาชาติ ครั้งที่ 5. หน้า 387-398.,นนทบุรี : สถาบันการจัดการ
ปัญญาภิวัฒน์.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2555. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์เน้นสำหรับงานวิจัย.
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรสาคร. 2565. ประเพณีท้องถิ่น. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:
<https://www.m-culture.go.th/>, 9 มิถุนายน 2565.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2565. ทิศทางเศรษฐกิจตามวิถี Next
Normal. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: [https:// www.sme.go.th](https://www.sme.go.th), 9 มิถุนายน 2565.
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. 2565. ข้อมูลประชากรการปกครอง. [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก: <https://www.bora.dopa.go.th/>, 9 มิถุนายน 2565.
- สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย. 2564. แนวทางปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อป้องกัน
การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: [https:// www.
covid19.anamai.moph.go.th/](https://www.covid19.anamai.moph.go.th/), 16 มิถุนายน 2565.
- สุธิดา เสถียรมาศ. 2555. อิทธิพลของกลยุทธ์ในการดำเนินงาน บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ
และการให้ความสำคัญในหน้าที่ทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ
SMEs. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุภาพร สุทิน. 2556. กรรมวิธีการแปรรูปสัตว์น้ำ. พิมพ์ครั้งที่ 1. สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- เสกสันต์ พันธุ์บุญมี. 2565. Digital Transformation จาก New Normal สู่ Next Normal. [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก: [https:// www.depa.or.th/](https://www.depa.or.th/), 21 พฤษภาคม 2565.
- หอการค้าจังหวัดสมุทรสาคร. 2563. ฝ่าโควิด-19เพื่อช่วยธุรกิจSMEให้รอด. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:
<http://www.thaifranchisecenter.com/>, 21 พฤษภาคม 2565.
- Allen, K.R. 2006. Launching New Ventures: An Entrepreneurial. Approaching (4th ed.).
Boston: Houghton Mifflin.
- Best, J. W. (1981). Research in education. New jersey: Prentice-Hall.
- DenchaiSeafood, 2564. อาหารทะเลแห้งที่นิยม. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: [https:// www.
denchaiseafood.com/](https://www.denchaiseafood.com/), 10 มิถุนายน 2565.
- JINPLAKEM. 2564. ผลิตภัณฑ์ปลา. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: [https:// www.
JINPLAKEM.com](https://www.JINPLAKEM.com), 10 มิถุนายน 2565.
- khundamahachai, 2564. อาหารทะเลแปรรูป. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: [https:// www.
khundamahachai.com/](https://www.khundamahachai.com/), 10 มิถุนายน 2565.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

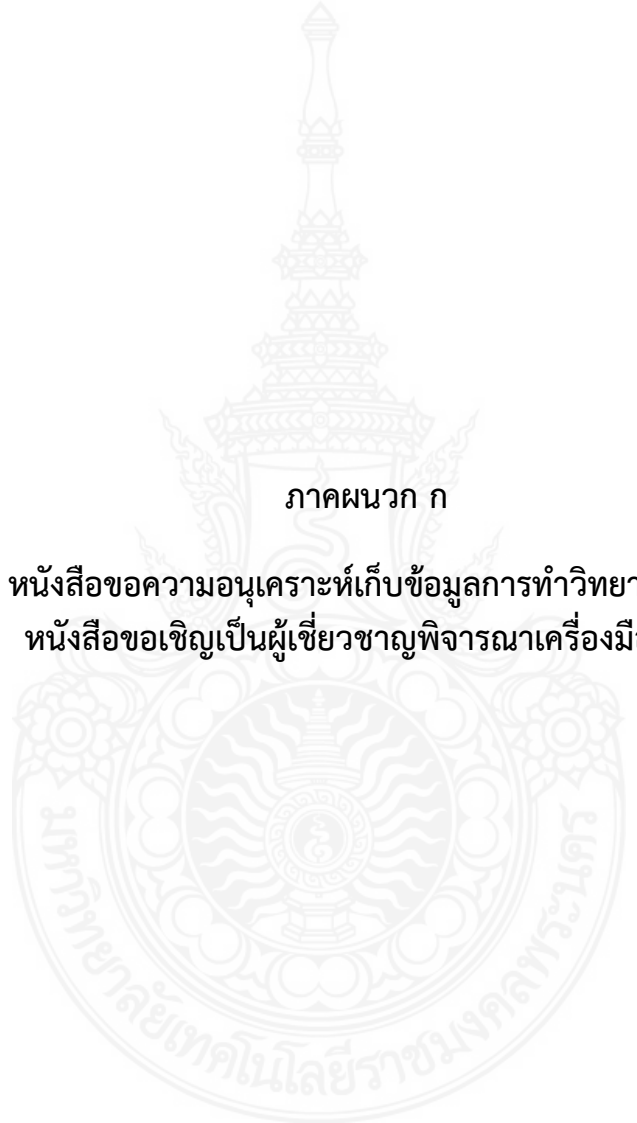
- Likert, Rensis. 1999. *The Method of Construction and Attitude Scale, Reading in Attitude Theory and Measurement*. New York, Wiley & Son.
- Miller F. A. 1983. *Strategic Culture Change: The Door to Achieving High Performance and Inclusion*. *Public Personnel Management*. 27 (2): 151- 160.
- Oa MHACHAJ, 2564. *อาหารทะเลแปรรูป*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: [https:// www. dried-seafood-store-389.business.site](https://www.dried-seafood-store-389.business.site), 10 มิถุนายน 2565.





ภาคผนวก

- ภาคผนวก ก หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์
หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย
- ภาคผนวก ข เครื่องมือการวิจัย
- ภาคผนวก ค ผลการคำนวณค่า IOC
- ภาคผนวก ง ภาพบรรยากาศการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง



ภาคผนวก ก

หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์
หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย



ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/๓๗๒๙

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๓ กันยายน ๒๕๖๕

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร

ด้วย นายอดิศร ศรีงามผ่อง นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ “แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญภัทร์ ก่ออาริโอ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาให้ นายอดิศร ศรีงามผ่อง เข้าเก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์ โดยการสัมภาษณ์ท่านในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์ดังกล่าว ในช่วงเดือนกันยายน - ตุลาคม ๒๕๖๕ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภพ โสตรโยม)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๒-๔

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๖๓๒๕ ๘๔๕๕

ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

สิงหาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.กวิทธิ์ ศรีสัมฤทธิ์

ด้วย นายอดิศร ศรีงามผ่อง นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ “แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กิจาริโย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายอดิศร ศรีงามผ่อง จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณภพ โสทรโยม)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๓๗๗ ต่อ ๘๒๖๒-๔

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๖๓๒๕ ๘๔๕๕

ที่ อว ๐๖๕๒.๐๗/



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

สิงหาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน นางสาวนุชนาถ อุตสาหพานิช

ด้วย นายอดิศร ศรีงามผ่อง นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ “แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญากัณฑ์ ก่อาริโย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายอดิศร ศรีงามผ่อง จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณภพ โสตรโยม)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๒-๔

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๖๓๒๕ ๘๔๕๕

ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

สิงหาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการวิทยาลัยอาชีวศึกษาเสาวภา

ด้วย นายอดิศร ศรีงามผ่อง นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ “แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กืออารีโย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่า นางสาวอมรศรี แซ่ตัน บุคลากรในสังกัดของท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายอดิศร ศรีงามผ่อง จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณภพ โสตรโยม)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๒-๔

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๖๓๒๕ ๘๔๕๕



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๒๒-๔

ที่ อว.๐๖๕๒.๐๓/..... วันที่ สิงหาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์เชาวลิต อุปฐาก

ด้วย นายอดิศร ศรีงามผ่อง นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ “แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญากัณฑ์ ก่ออารีโย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายอดิศร ศรีงามผ่อง จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภพ โสตร์โยม)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์





บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๒-๔

ที่ อว.๐๖๕๒.๐๓/..... วันที่ สิงหาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน นางสาวเปรมระพี อุยมาวีรหิรัญ

ด้วย นายอดิศร ศรีงามผ่อง นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ “แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ ก่อาริโย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายอดิศร ศรีงามผ่อง จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภาพ โสทรโยม)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์



ภาคผนวก ข

เครื่องมือการวิจัย



แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจ ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร

คำชี้แจง

- แบบสอบถามข้อมูลชุดนี้ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
ตอนที่ 2 สภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง
ตอนที่ 3 การปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร
ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร
- การตอบแบบสอบถามฉบับนี้ คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย กรุณาตอบให้ครบถ้วนสมบูรณ์ทุกข้อ ทุกตอน เพื่อให้การวิจัยมีความเที่ยงตรง และเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง
- ข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามนี้ จะเก็บเป็นความลับ และนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น
ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณที่ทุกท่านกรุณาเสียสละเวลาในการให้ข้อมูลตอบแบบสอบถาม และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

อดิศร ศรีงามผ่อง

นักศึกษาปริญญาโท คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าตัวเลือกที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด และกรณากรอรายละเอียดในช่องว่างที่กำหนด

1. ชื่อสถานประกอบการ.....
2. เพศ

<input type="checkbox"/> 1. ชาย	<input type="checkbox"/> 2. หญิง
---------------------------------	----------------------------------
3. อายุ

<input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 30 ปี	<input type="checkbox"/> 2. 31 - 40 ปี
<input type="checkbox"/> 3. 41 - 50 ปี	<input type="checkbox"/> 4. 51 - 60 ปี
<input type="checkbox"/> 5. 61 ปีขึ้นไป	
4. ระดับการศึกษาสูงสุด

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	<input type="checkbox"/> 2. มัธยมศึกษา
<input type="checkbox"/> 3. อนุปริญญา	<input type="checkbox"/> 4. ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> 5. สูงกว่าปริญญาตรี	
5. ประสบการณ์เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 5 ปี
<input type="checkbox"/> 2. 5 - 10 ปี
<input type="checkbox"/> 3. 11 - 15 ปี
<input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 15 ปี
6. การรับช่วงทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง

<input type="checkbox"/> 1. ก่อตั้งธุรกิจด้วยตนเอง
<input type="checkbox"/> 2. ปู่-ย่า
<input type="checkbox"/> 3. ตา-ยาย
<input type="checkbox"/> 4. พ่อ-แม่
<input type="checkbox"/> 5. ญาติ
<input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 สภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าตัวเลือกที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด เพียงตัวเลือกเดียวเท่านั้น และกรณารอกรายละเอียดในช่องว่างที่กำหนด

1. ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ

<input type="checkbox"/> 1. ริมนนสายหลักของจังหวัด	<input type="checkbox"/> 2. ในตลาดประจำอำเภอและจังหวัด
<input type="checkbox"/> 3. บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัด	<input type="checkbox"/> 4. ตลาดบริเวณวัดในจังหวัด
2. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

<input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 10 ปี	<input type="checkbox"/> 2. 11 - 15 ปี
<input type="checkbox"/> 3. 16 - 20 ปี	<input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 20 ปี
3. รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือน

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 100,000 บาท	<input type="checkbox"/> 2. 100,001 – 200,000 บาท
<input type="checkbox"/> 3. 200,001 – 300,000 บาท	<input type="checkbox"/> 4. 300,000 ขึ้นไป
4. กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ

<input type="checkbox"/> 1. นักท่องเที่ยว	<input type="checkbox"/> 2. คนในจังหวัดสมุทรสาคร
<input type="checkbox"/> 3. พ่อค้าและแม่ค้าขายปลีก	
5. การสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ

<input type="checkbox"/> 1. นโยบายการส่งเสริมการขายและกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการ เช่น โครงการคนละครึ่ง โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการทัวร์ทั่วไทย
<input type="checkbox"/> 2. นโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดออนไลน์ เช่น โครงการส่งเสริมและพัฒนาตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับ SME โครงการพัฒนาทักษะทางการตลาดออนไลน์
<input type="checkbox"/> 3. นโยบายการส่งเสริมการส่งออกเช่น โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โครงการวิสาหกิจชุมชน
<input type="checkbox"/> 4. นโยบายทางการเงิน เช่นโครงการพักทรัพย์ พักหนี้ โครงการสินเชื่อฟื้นฟูเพื่อธุรกิจ ธนาคารกรุงไทย โครงการสินเชื่อของธุรกิจรายย่อย ธนาคารออมสิน
<input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
6. ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุด

<input type="checkbox"/> 1. กุ้ง เช่น กุ้งแห้ง กุ้งแก้วกรอบ กุ้งหวาน
<input type="checkbox"/> 2. ปลา เช่น ปลาแห้ง/ปลากรอบ/ปลาหลังเขียวผ่าแห้ง/ปลาข้างเหลืองงา/ปลาเกร็ดขาว/ปลากะพงทุบ/ปลาชีวทอด/ปลาแก้วกรอบ/ปลาวง/ปลาไส้ตัน/ปลาช่อนทะเล/ปลาทูหวาน/ขนมตัวปลา/ปลาริวกิว/ปลาข้าวสาร/ปลาอินทรี
<input type="checkbox"/> 3. ปลาหมึก เช่น ปลาหมึกแห้ง/ปลาหมึกฉีก/หมึกหยอง/หมึกยัด/หมึกเต้าทอง/หมึกแพไข่/หมึกอ้วนกลม/หนวดหมึก/หมึกแกะตา/หมึกฉาบ
<input type="checkbox"/> 4. หอย เช่น หอยหวาน หอยตากแห้ง หอยหลอดตากแห้ง
<input type="checkbox"/> 5. แมงกะพรุน (แมงกะพรุนตากแห้ง)
<input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 3 แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง
จังหวัดสมุทรสาคร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสำคัญทางด้านขวามือของแต่ละข้อที่ตรงกับ
ความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงระดับเดียวโดยกำหนดคะแนนให้

- 5 หมายถึง มีความสำคัญในระดับมากที่สุด
4 หมายถึง มีความสำคัญในระดับมาก
3 หมายถึง มีความสำคัญในระดับปานกลาง
2 หมายถึง มีความสำคัญในระดับน้อย
1 หมายถึง มีความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

ข้อที่	แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจ ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง	ระดับ ความสำคัญ				
		5	4	3	2	1
1. ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง หมายถึง การดำเนินงานในการนำวัตถุดิบมาใช้ในการ การแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง						
1.1	ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งมีความต้องการของตลาด					
1.2	วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งมีราคากลาง ที่เป็นมาตรฐาน					
1.3	วัตถุดิบที่ใช้การผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งมีคุณภาพ สดใหม่ และมีความสม่ำเสมอ					
1.4	ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งมีคุณภาพปราศจากสารเจือปน					
1.5	ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งผ่านกรรมวิธีการผลิตที่ยืดอายุการเก็บ รักษา ทำให้สามารถเก็บรักษาได้เป็นระยะเวลาานาน					
1.6	มีการจัดเก็บผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งไว้เพื่อรองรับความ ต้องการของลูกค้าได้ในทุกช่วงเวลา เนื่องจากวัตถุดิบขึ้นอยู่กับ ฤดูกาล					
1.7	มีบรรจุภัณฑ์ใช้สำหรับใส่สินค้าสะอาด ปลอดภัย สามารถกัน ความชื้นได้					
2. ด้านการผลิต หมายถึง กระบวนการดำเนินการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง และการ ควบคุมคุณภาพการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง รวมไปถึงอุปกรณ์ที่ใช้ในการแปรรูป ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง						
2.1	มีการผลิตสินค้าด้วยความประณีตในการตัดแต่งสัตว์น้ำก่อนนำไป ผ่านกระบวนการแช่แข็งเพื่อคงคุณภาพและยืดอายุการเก็บรักษา					
2.2	มีกรรมวิธีการผลิตด้วยเครื่องอบลมร้อน, อบแห้ง					
2.3	มีการบริหารจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ ช่วยให้ธุรกิจ					

ข้อที่	แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจ ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง	ระดับ ความสำคัญ				
		5	4	3	2	1
	มีต้นทุนการผลิตที่ลดลง เช่น มีปริมาณสินค้าคงคลังให้น้อยที่สุด โดยไม่กระทบกับความต้องการของลูกค้า					
2.4	มีทำเลที่ตั้งของโรงงานผลิตและคลังสินค้าที่อยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ ส่งผลให้ต้นทุนการจัดส่งสินค้าลดลง					
2.5	มีการสำรองสินค้าและการจัดเก็บอย่างมีประสิทธิภาพจากการ คาดการณ์หรือพยากรณ์ความต้องการสินค้าของลูกค้าได้อย่าง แม่นยำ					
2.6	มีการจัดซื้อสินค้าในปริมาณที่เหมาะสมและได้ราคาต่ำสุดเสมอ ทำให้ได้กำไรใช้ในการลงทุน					
3. ด้านราคา หมายถึง การกำหนดราคาขายในการขายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง						
3.1	มีการตั้งราคาผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่ำกว่าร้านอื่น					
3.2	มีการระบุราคาผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งชัดเจน ณ จุดขาย					
3.3	ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง					
3.4	มีการจัดจำหน่ายราคาขายส่งเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง ในปริมาณมาก					
3.5	มีผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งให้เลือกตามปริมาณที่ต้องการ					
4. ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง การดำเนินงานด้านการวางแผนการขาย การบริการลูกค้าและการจัดจำหน่าย						
4.1	มีการเสนอโปรโมชั่นพิเศษ และมีส่วนลดให้กับลูกค้าทั้งรายเก่า และรายใหม่ เพื่อกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น					
4.2	มีการบริการหลังการขายให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า					
4.3	มีการจัดวางสินค้าประเภทเดียวกันให้อยู่ในบริเวณเดียวกัน แยก เป็นหมวดหมู่ชัดเจน เพื่อให้สะดวกต่อการเลือกซื้อ					
4.4	มีการขยายการตลาดให้ครอบคลุมทั่วประเทศ และขยายตลาดไปสู่ ต่างประเทศ					
4.5	มีการจัดตกแต่งหน้าร้านให้สวยงาม เพื่อใช้เป็นจุดถ่ายรูป (Check in) ให้กับลูกค้า					
4.6	มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอเพื่อให้ง่ายต่อการขนส่ง					
5. ด้านการเงินและการลงทุน หมายถึง การดำเนินการเกี่ยวกับเงินทุนที่ใช้ในธุรกิจ						
5.1	มีแหล่งเงินทุนที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจอย่างต่อเนื่องและ รวดเร็ว					

ข้อที่	แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจ ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง	ระดับ ความสำคัญ				
		5	4	3	2	1
5.2	มีการสำรองเงินสดอย่างเพียงพอและเหมาะสม					
5.3	มีการบันทึกกระแสเงินสดเข้า-ออกเสมอ เพื่อตรวจสอบและ ระมัดระวังสภาพคล่องของธุรกิจ					
5.4	มีระบบรับชำระหนี้ของลูกค้าและลูกหนี้การค้าอย่างมี ประสิทธิภาพ					
5.5	มีการติดตามสถานะของลูกค้าการค้าอย่างสม่ำเสมอ ช่วยให้ กิจการลดความเสี่ยงจากการผิดนัดชำระหนี้ของลูกค้าการค้าเป็น อย่างดี					
6. ด้านบุคลากร หมายถึง การดำเนินงานด้านแรงงานในการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง						
6.1	บุคลากรมีใจรักงานบริการและมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า					
6.2	บุคลากรมีทักษะการขายสินค้าธุรกิจในสื่อสังคมออนไลน์					
6.3	บุคลากรมีความสามารถในการใช้แพลตฟอร์มต่างๆ บนสื่อสังคม ออนไลน์เพื่อโฆษณาสินค้า และการรับออเดอร์สินค้า					
6.4	บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ สวยงาม ทันสมัย					
6.5	บุคลากรมีความเชี่ยวชาญด้านการรักษาวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ให้มี คุณภาพสูง					
6.6	มีจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการผลิตสินค้าเพื่อรองรับความ ต้องการของลูกค้า					
6.7	บุคลากรมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่เสมอ					
6.8	บุคลากรมีประสบการณ์ด้านการสร้างกลยุทธ์และการตลาดดิจิทัล					
7. ด้านเทคโนโลยี						
7.1	มีการใช้เทคโนโลยีในการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการ ดำเนินการต่าง ๆ จะช่วยให้ต้นทุนสินค้าลดลงได้					
7.2	มีการโฆษณาสินค้าผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียมากขึ้นเพื่อให้สินค้า เป็นที่รู้จักและเป็นที่สนใจของลูกค้าอย่างกว้างขวาง					
7.3	มีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มที่หลากหลาย เนื่องจาก ในปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น ส่งผลให้ลูกค้าสามารถ เข้าถึงธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว เช่น Lazada, Shopee เป็นต้น					
7.4	มีช่องทางการขายแบบออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชันเพราะจะทำให้ ต้นทุนน้อยกว่าการเปิดขายหน้าร้าน และเป็นตัวช่วยในการโฆษณา ร้านได้ เช่น Lazada Shopee Facebook					
7.5	มีการใช้แอปพลิเคชันสำหรับการส่งสินค้าแบบเดลิเวอรี่ (Delivery)					

ข้อที่	แนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจ ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง	ระดับ ความสำคัญ				
		5	4	3	2	1
7.6	มีการเพิ่มช่องทางการจ่ายเงินค่าสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน เช่น QR CODE, Mobile Banking เป็นต้น					
7.7	มีการนำระบบโลจิสติกส์มาใช้ในการขนส่งวัตถุดิบเพื่อควบคุม อุณหภูมิและรักษาประสิทธิภาพอาหารทะเลให้สดใหม่					
8. ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย หมายถึง การปรับตัวของร้านค้าในเรื่องสุขอนามัยและ ความปลอดภัย ในการขายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19						
8.1	มีการดูแลรักษาความสะอาดภายในร้านอย่างสม่ำเสมอ ถึงขยะ ภายในร้านมีฝาปิดมิดชิด					
8.2	มีการควบคุมป้องกันสัตว์และแมลงพาหะนำโรคไม่ให้รบกวนและ ก่อความรำคาญ					
8.3	มีการรักษามาตรฐานวัตถุดิบให้คงคุณภาพ ไม่ให้มีสารตกค้าง ปนเปื้อน					
8.4	มีการใช้อุปกรณ์เพื่อเลี่ยงการสัมผัสวัตถุดิบโดยตรง					
8.5	มีการให้พนักงานล้างมือ ใช้ถุงมือ และที่คลุมผมทุกครั้งเมื่อ ปฏิบัติงาน					
8.6	มีการตรวจสอบสุขภาพของพนักงานให้พร้อมทำงานอยู่เสมอ เพราะเชื้อก่อโรคต่างๆ เช่น เชื้อไวรัสโควิด-19 สามารถ แพร่กระจายและติดต่อได้ง่าย					
8.7	การให้ความรู้ด้านสุขอนามัยแก่ผู้ผลิตอาหาร และผู้สัมผัสอาหาร					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์
อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร

คำชี้แจง โปรดกรอกข้อความลงในช่องว่างด้านล่างของแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน
มากที่สุด

4.1 ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง

.....

.....

.....

4.2 ด้านการผลิต

.....

.....

.....

4.3 ด้านราคา

4.4 ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย

4.5 ด้านการเงินและการลงทุน

4.6 ด้านบุคลากร

4.7 ด้านเทคโนโลยี

4.8 ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย

4.9 ข้อเสนออื่น ๆ เพิ่มเติม

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

อดิศร ศรีงามผ่อง

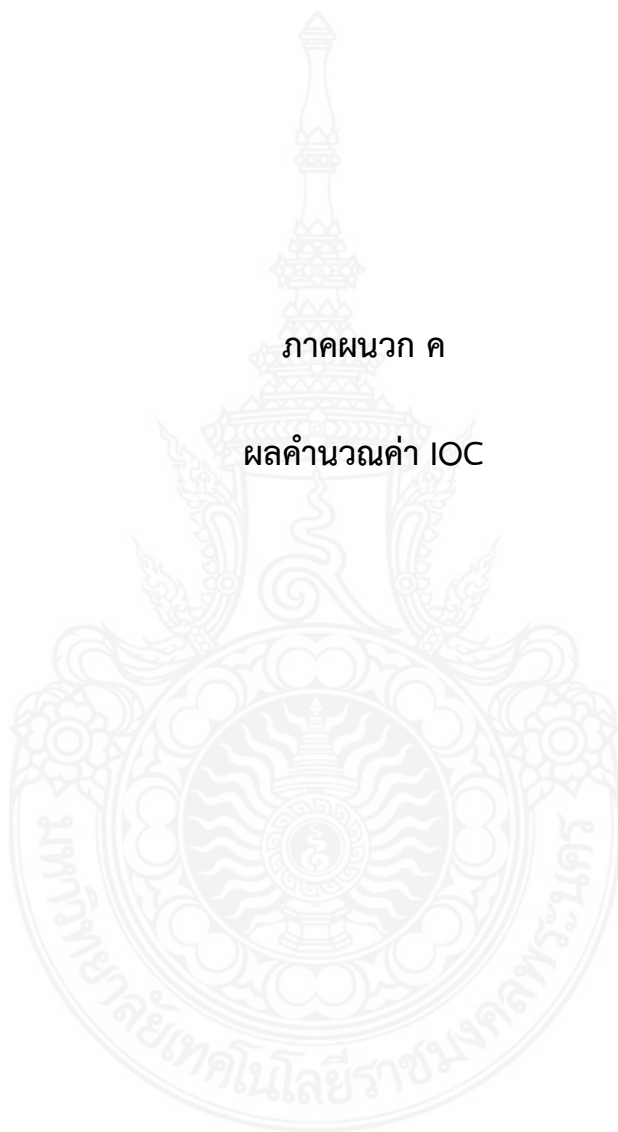
ที่อยู่ 168 ถนนศรีอยุธยา แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

โทรศัพท์มือถือ: 086-325-8455

E-mail: adisorn-sr@rmutp.ac.th

ภาคผนวก ค

ผลคำนวณค่า IOC



ตารางที่ ค-1 ค่า IOC ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
1.	ชื่อสถานประกอบการ	1	1	1	1	1	5	1
2.	เพศ	1	1	1	1	1	5	1
3.	อายุ	1	1	1	1	1	5	1
4.	ระดับการศึกษาสูงสุด	1	1	1	1	1	5	1
5.	ประสบการณ์เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง	1	1	1	1	1	5	1
6.	การรับช่วงทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง	1	0	1	1	1	4	0.8

ตารางที่ ค-2 ค่า IOC ของสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
1.	ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ	1	1	1	1	1	5	1
2.	ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	1	1	1	1	1	5	1
3.	รายได้ที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งต่อเดือน	1	1	1	1	1	5	1
4.	กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ	1	1	1	1	1	5	1
5.	การสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ	1	1	1	1	1	5	1
6.	ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งที่จำหน่ายและขายดีมากที่สุด	1	1	1	1	1	5	1

ตารางที่ ค-3 ค่า IOC ของแนวทางการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง จังหวัดสมุทรสาคร

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
1. ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง								
1.1	ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งมีความต้องการของตลาด	1	1	1	1	1	5	1
1.2	วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งมีราคากลางที่เป็นมาตรฐาน	1	1	1	1	1	5	1
1.3	วัตถุดิบที่ใช้การผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งมีคุณภาพสดใหม่ และมีความสม่ำเสมอ	1	1	1	1	1	5	1
1.4	ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งมีคุณภาพปราศจากสารเจือปน	1	1	1	1	0	4	0.8
1.5	ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งผ่านกรรมวิธีการผลิตที่ยืดอายุการเก็บรักษา ทำให้สามารถเก็บรักษาได้เป็นระยะเวลานาน	1	1	1	1	1	5	1
1.6	มีการจัดเก็บผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้งไว้เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าได้ในทุกช่วงเวลา เนื่องจากวัตถุดิบขึ้นอยู่กับฤดูกาล	1	1	1	1	1	5	1
1.7	มีบรรจุภัณฑ์ใช้สำหรับใส่สินค้าสะอาดปลอดภัย สามารถกันความชื้นได้	1	1	1	0	1	4	0.8
2. ด้านการผลิต								
2.1	มีการผลิตสินค้าด้วยความประณีตในการตัดแต่งสัตว์น้ำก่อนนำไปผ่านกระบวนการแช่แข็งเพื่อคงคุณภาพและยืดอายุการเก็บรักษา	1	1	1	1	1	5	1
2.2	มีกรรมวิธีการผลิตด้วยเครื่องอบลมร้อน, อบแห้ง	1	1	1	1	1	5	1

ตารางที่ ค-3 (ต่อ)

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
2.3	มีการบริหารจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ ช่วยให้ธุรกิจมีต้นทุนการผลิตที่ลดลง เช่น มีปริมาณสินค้าคงคลังให้น้อยที่สุดโดยไม่กระทบกับความต้องการของลูกค้า	1	1	1	1	1	5	1
2.4	มีทำเลที่ตั้งของโรงงานผลิตและคลังสินค้าที่อยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ ส่งผลให้ต้นทุนการจัดส่งสินค้าลดต่ำลง	1	1	1	1	1	5	1
2.5	มีการสำรองสินค้าและการจัดเก็บอย่างมีประสิทธิภาพจากการคาดการณ์หรือพยากรณ์ความต้องการสินค้าของลูกค้าได้อย่างแม่นยำ	1	1	1	1	1	5	1
2.6	มีการจัดซื้อสินค้าในปริมาณที่เหมาะสมและได้ราคาต่ำสุดเสมอ ทำให้ได้กำไรใช้ในการลงทุน	1	1	1	1	1	5	1
3. ด้านราคา								
3.1	มีการตั้งราคาผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งต่ำกว่าร้านอื่น	1	1	1	1	1	5	1
3.2	มีการระบุราคาผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งชัดเจน ณ จุดขาย	1	1	1	1	1	5	1
3.3	ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง	1	1	1	1	1	5	1
3.4	มีการจัดจำหน่ายราคาขายส่งเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งในปริมาณมาก	1	1	1	1	1	5	1
3.5	มีผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่งให้เลือกตามปริมาณที่ต้องการ	1	1	1	1	1	5	1
4. ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย								
4.1	มีการเสนอโปรโมชั่นพิเศษ และมีส่วนลดให้กับลูกค้าทั้งรายเก่าและรายใหม่ เพื่อกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น	1	1	1	1	1	5	1

ตารางที่ ค-3 (ต่อ)

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
4.2	มีการบริการหลังการขายให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	1	1	1	1	1	5	1
4.3	มีการจัดวางสินค้าประเภทเดียวกันให้อยู่ในบริเวณเดียวกัน แยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน เพื่อให้สะดวกต่อการเลือกซื้อ	1	1	1	1	1	5	1
4.4	มีการขยายการตลาดให้ครอบคลุมทั่วประเทศ และขยายตลาดไปสู่ต่างประเทศ	1	1	1	1	1	5	1
4.5	มีการจัดตกแต่งหน้าร้านให้สวยงาม เพื่อใช้เป็นจุดถ่ายรูป (Check in) ให้กับลูกค้า	1	1	1	1	1	5	1
4.6	มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอเพื่อให้ง่ายต่อการขนส่ง	1	1	1	1	1	5	1
5. ด้านการเงินและการลงทุน								
5.1	มีแหล่งเงินทุนที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว	1	1	1	1	1	5	1
5.2	มีการสำรองเงินสดอย่างเพียงพอและเหมาะสม	1	1	1	1	1	5	1
5.3	มีการบันทึกกระแสเงินสดเข้า-ออกเสมอ เพื่อตรวจสอบและระมัดระวังสภาพคล่องของธุรกิจ	1	1	1	1	1	5	1
5.4	มีระบบรับชำระเงินของลูกค้าและลูกหนี้การค้าอย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	1	1	1	5	1
5.5	มีการติดตามสถานะของลูกหนี้การค้าอย่างสม่ำเสมอ ช่วยให้กิจการลดความเสี่ยงจากการผิดนัดชำระหนี้ของลูกค้าการค้าเป็นอย่างดี	1	1	1	1	1	5	1
6. ด้านบุคลากร								
6.1	บุคลากรมีใจรักงานบริการและมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	1	1	1	1	1	5	1
6.2	บุคลากรมีทักษะการขายสินค้าธุรกิจในสื่อสังคมออนไลน์	1	1	1	1	1	5	1

ตารางที่ ค-3 (ต่อ)

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
6.3	บุคลากรมีความสามารถในการใช้แพลตฟอร์มต่างๆ บนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อโฆษณาสินค้า และการรับออเดอร์สินค้า	1	1	1	1	1	5	1
6.4	บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ทันสมัย	1	1	1	1	1	5	1
6.5	บุคลากรมีความเชี่ยวชาญด้านการรักษาวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพสูง	1	1	1	1	1	5	1
6.6	มีจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการผลิตสินค้าเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า	1	1	1	1	1	5	1
6.7	บุคลากรมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่เสมอ	1	1	1	1	1	5	1
6.8	บุคลากรมีประสบการณ์ด้านการสร้างกลยุทธ์และการตลาดดิจิทัล	1	1	1	1	1	5	1
7. ด้านเทคโนโลยี								
7.1	มีการใช้เทคโนโลยีในการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการต่าง ๆ จะช่วยให้ต้นทุนสินค้าลดลงได้	1	1	1	1	1	5	1
7.2	มีการโฆษณาสินค้าผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียมากขึ้นเพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักและเป็นที่สนใจของลูกค้าอย่างกว้างขวาง	1	1	1	1	1	5	1
7.3	มีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มที่หลากหลาย เนื่องจากในปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น ส่งผลให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว เช่น Lazada, Shopee เป็นต้น	1	1	1	1	1	5	1
7.4	มีช่องทางการขายแบบออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชันเพราะจะทำให้ต้นทุนน้อยกว่าการเปิดขายหน้าร้าน และเป็นตัวช่วยในการโฆษณาร้านได้ เช่น Lazada Shopee Facebook	1	1	1	1	1	5	1

ตารางที่ ค-3 (ต่อ)

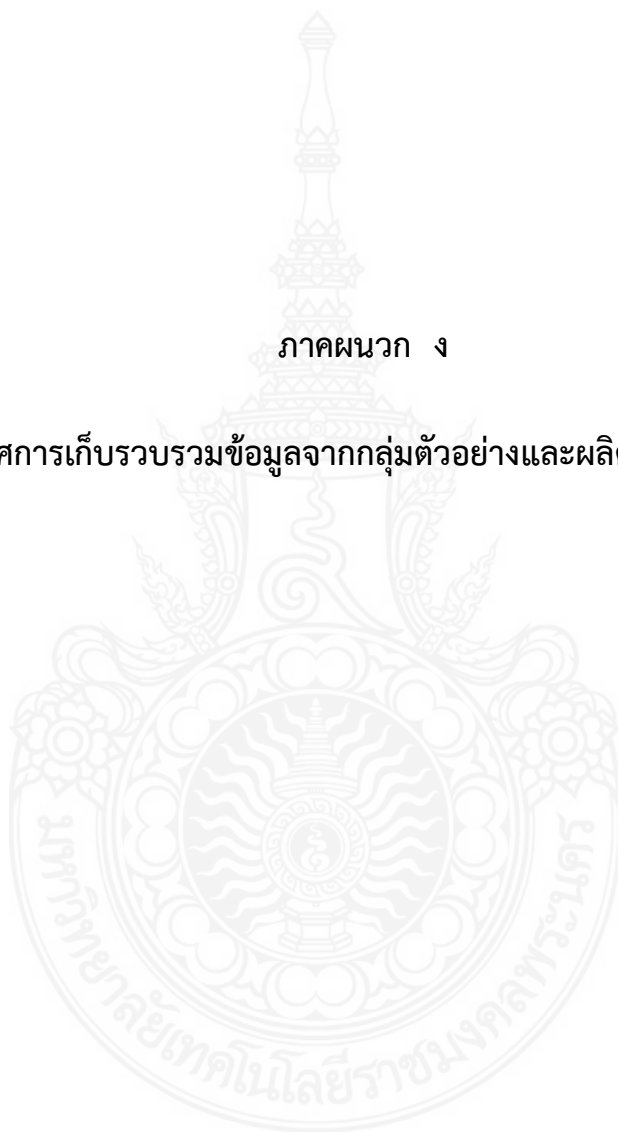
ข้อที่	ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
7.6	มีการเพิ่มช่องทางการจ่ายเงินค่าสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน เช่น QR CODE, Mobile Banking เป็นต้น	1	1	1	1	1	5	1
7.7	มีการนำระบบโลจิสติกส์มาใช้ในการขนส่งวัตถุดิบเพื่อควบคุมอุณหภูมิและรักษาประสิทธิภาพอาหารทะเลให้สดใหม่	1	1	1	1	1	5	1
8. ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย								
8.1	มีการดูแลรักษาความสะอาดภายในร้านอย่างสม่ำเสมอ ถึงขณะภายในร้านมีฝาปิดมิดชิด	1	1	1	1	1	5	1
8.2	มีการควบคุมป้องกันสัตว์และแมลงพาหะนำโรคไม่ให้รบกวนและก่อความรำคาญ	1	1	1	1	1	5	1
8.3	มีการรักษามาตรฐานวัตถุดิบให้คงคุณภาพไม่ให้มีสารตกค้างปนเปื้อน	1	1	1	1	1	5	1
8.4	มีการใช้อุปกรณ์เพื่อเลี่ยงการสัมผัสวัตถุดิบโดยตรง	1	1	1	1	1	5	1
8.5	มีการให้พนักงานล้างมือ ใช้ถุงมือ และที่คลุมผมทุกครั้งเมื่อปฏิบัติงาน	1	1	1	1	1	5	1
8.6	มีการตรวจสอบสุขภาพของพนักงานให้พร้อมทำงานอยู่เสมอ เพราะเชื่อก่อนโรคต่างๆ เช่น เชื้อไวรัสโควิด-19 สามารถแพร่กระจายและติดต่อได้ง่าย	1	1	1	1	1	5	1
8.7	การให้ความรู้ด้านสุขอนามัยแก่ผู้ผลิตอาหาร และผู้สัมผัสอาหาร	1	1	1	1	1	5	1

ตารางที่ ค-4 ค่า IOC ของข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับการปรับตัวในวิถีถัดไปของผู้ประกอบการ
ธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง จังหวัดสมุทรสาคร

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
4.1	ด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห่ง	1	1	1	1	1	5	1
4.2	ด้านการผลิต	1	1	1	1	1	5	1
4.3	ด้านราคา	1	1	1	1	1	5	1
4.4	ด้านการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย	1	1	1	1	1	5	1
4.5	ด้านการเงินและการลงทุน	1	1	1	1	1	5	1
4.6	ด้านบุคลากร	1	1	1	1	1	5	1
4.7	ด้านเทคโนโลยี	1	1	1	1	1	5	1
4.8	ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย	1	1	1	1	1	5	1
4.9	ข้อเสนออื่น ๆ เพิ่มเติม	1	1	1	1	1	5	1

ภาคผนวก ง

ภาพบรรยากาศการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง





การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจ (ได้ขออนุญาตแล้ว)



ปลาช่อนแห้ง



ปลาข้างเหลืองแห้ง



ปลากระเบนวง



ปลาซิวแห้ง

ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง



ปลาอินทรีเค็ม (ชิ้น)



ปลาอินทรีเค็ม (ตัว)



ปลาหมึกแห้ง



ปลาหมึกแห้ง

ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง



กุ้งแห้ง



กุ้งแห้ง



หอยแมลงภู่มะพร้าวแห้ง



หอยเสียบแห้ง

ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแห้ง

ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ นามสกุล นายอดิสร ศรีงามผ่อง
วัน เดือน ปีเกิด 3 สิงหาคม 2539
ที่อยู่ปัจจุบัน 23/186 ซอยประชาอุทิศ 81 แขวงทุ่งครุ เขตทุ่งครุ กรุงเทพฯ
ประวัติการศึกษา

วุฒิการศึกษา	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
ปริญญาตรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ	2563
มัธยมศึกษา	โรงเรียนบางปะกอกวิทยาคม	2558
ประถมศึกษา	โรงเรียนบูรณะศึกษา	2551

ประวัติการทำงาน

2565-ปัจจุบัน ประกอบธุรกิจส่วนตัวที่บ้าน ร้านสามใบเถา จังหวัดสมุทรสาคร
2563-2564 ตำแหน่ง พนักงานครัว ร้านเชสเตอร์กริลล์

