

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สร้างแผนที่ศักยภาพด้านอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล และผลไม้ และฐานข้อมูลภูมิสารสนเทศของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล 2) เพื่อประเมินศักยภาพทางการตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล และผลไม้ 3) เพื่อหาแนวทางส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดในการพัฒนาองค์กร SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล และผลไม้ ไปสู่ระบบธุรกิจออนไลน์ โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมวิธี ระหว่างการวิจัยโดยใช้เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ และการวิเคราะห์ค่าถ่วงน้ำหนักปัจจัยแบบลำดับขั้น (AHP) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของตำแหน่ง SMEs ในพื้นที่ EEC และจันทบุรี การวิจัยเชิงปริมาณได้ทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล และผลไม้ จำนวน 81 ราย เพื่อประเมินศักยภาพทางการตลาด 4P's และการวิจัยเชิงคุณภาพได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล และผลไม้ จำนวน 33 คน เพื่อหาแนวทางส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาด และแนวทางการกำหนดหลักสูตรสำหรับการอบรมการตลาดออนไลน์ให้กับผู้ประกอบการ

ผลการศึกษาศักยภาพทำเลพบว่า ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมของ SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล มีพื้นที่เหมาะสมสูง 3,405.34 ตารางกิโลเมตร เหมาะสมปานกลาง 2,776.60 ตารางกิโลเมตร และเหมาะสมต่ำ 776.41 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 17.22 14.04 และ 3.93 ของพื้นที่ทั้งหมด ตามลำดับ โดยพื้นที่ที่มีศักยภาพทำเลที่เหมาะสมสูงสำหรับอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเล มีพื้นที่อยู่ในจังหวัดชลบุรีมากที่สุด และเมื่อนำตำแหน่ง SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลมาซ้อนทับกับแผนที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสม พบว่า มีจำนวน SMEs กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสมสูง จำนวน 20 ราย อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลเหมาะสมปานกลาง จำนวน 4 ราย อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลเหมาะสมต่ำ จำนวน 2 ราย และอยู่ในพื้นที่กันออก จำนวน 4 ราย ส่วน SMEs กลุ่มแปรรูปผลไม้มีศักยภาพทำเลที่เหมาะสมสูง 6,679.78 ตารางกิโลเมตร เหมาะสมปานกลาง 7,507.54 ตารางกิโลเมตร และเหมาะสมต่ำ 5,592.08 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 33.77 38.00 และ 28.27 ของพื้นที่ทั้งหมด ตามลำดับ โดยพื้นที่ที่มีศักยภาพทำเลที่เหมาะสมสูงสำหรับอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ มีพื้นที่อยู่ในจังหวัดชลบุรีมากที่สุด และเมื่อนำตำแหน่ง SMEs กลุ่มแปรรูปผลไม้มาซ้อนทับกับแผนที่ศักยภาพทำเลที่เหมาะสม พบว่า มีจำนวน SMEs กลุ่มแปรรูปผลไม้ที่อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลเหมาะสมสูง จำนวน 61 ราย อยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลเหมาะสมปานกลาง จำนวน 26 ราย และอยู่ในพื้นที่ศักยภาพทำเลเหมาะสมต่ำ จำนวน 3 ราย

ผลการศึกษาด้านศักยภาพทางการตลาด 4P's และความต้องการอบรมการตลาดออนไลน์ พบว่า SMEs กลุ่มตัวอย่างมีศักยภาพด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ($\bar{X} = 4.19$) รองลงมาเป็นศักยภาพด้าน

ราคา ($\bar{X} = 3.99$) อันดับที่ 3 เป็นศักยภาพด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.05$) อันดับสุดท้ายเป็น ศักยภาพด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{X} = 2.99$) ส่วนผลการศึกษาด้านความต้องการอบรมการตลาด ออนไลน์ พบว่า มีความต้องการให้จัดอบรมในหัวข้อการสร้างช่องทางขายออนไลน์แบบง่าย เช่น Page facebook มากที่สุด ($\bar{X} = 3.46$) รองลงมาเป็นหัวข้อการฝากขายสินค้าบน Platform Online ($\bar{X} = 3.36$) และอันดับสุดท้ายความต้องการหลักสูตรอื่นๆ ($\bar{X} = 2.78$)

ผลการการศึกษาแนวทางกลยุทธ์ทางการตลาด พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มแปรรูป อาหารทะเลและผลไม้มีแนวทางกลยุทธ์ทางการตลาด 4P's ดังนี้ 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การ พัฒนาปรับปรุงสูตรของผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ การพัฒนาสินค้าให้มี คุณภาพผ่านมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร และการเลือกใช้วัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพ 2) กลยุทธ์ด้าน ราคา ได้แก่ การกำหนดราคาสินค้าที่เหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ การกำหนดราคาขายส่งและขายปลีกที่ ต่างกัน และการควบคุมราคาสินค้าให้อยู่ในระดับมาตรฐาน 3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ การสร้างช่องทางการขายแบบออนไลน์ เช่น Page facebook, Line, Instagram, Website การฝาก ขายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปในตลาดออนไลน์ เช่น Shopee, Lazada, Website ของหน่วยงานต่างๆ การขายส่งไปยังแหล่งจำหน่ายอื่นๆ เช่น ศูนย์จำหน่ายสินค้า หรือ ร้าน Modern trade และการออกบูธ จำหน่ายสินค้า 4) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย ได้แก่ การสร้างจุดขายของสินค้า หรือมีการออกแบบ แพคเกจจิ้ง ที่เป็นเอกลักษณ์จดจำง่าย บริการส่งฟรี การจัดเซตสำหรับซื้อเป็นของฝากให้เลือกหลาย รูปแบบ สำหรับนักท่องเที่ยว และการจัดโปรโมชั่นลดราคาตามเทศกาลต่างๆ ส่วนแนวทางการจัด หลักสูตรการอบรมการตลาดออนไลน์ พบว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการให้มีการจัดอบรมเสริมเพิ่ม ทักษะ การถ่ายภาพ การทำวิดีโอ การออกแบบกราฟฟิก Content และสร้าง Story เพื่อใช้เป็นสื่อการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อยอดขาย ในช่องทางการตลาดออนไลน์อย่าง Facebook, Line, Instagram, Twitter, YouTube หรือ แพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น โดยได้ออกแบบ และ ดำเนินจัดทำโครงการฝึกอบรมในหลักสูตรเรื่อง “ระเบิดยอดขาย ขยายตลาด ด้วยการขายของผ่าน Facebook” โดยมีหัวข้อการอบรมเกี่ยวกับการใช้เทคนิคการถ่ายภาพ การทำกราฟฟิก และวิดีโอ ผ่าน โทรศัพท์มือถือ สำหรับการนำเสนอสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ Facebook

คำสำคัญ : วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม / กลยุทธ์การตลาด / ภูมิสารสนเทศ / การตลาดออนไลน์ / เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

Abstract

The purpose of this research was 1) to create the potential map in the food processing industry of seafood and fruit processing groups and geo-database of small and medium-sized enterprises of seafood processing group, 2) to assess the market potential of small and medium-sized enterprises of seafood and fruit processing group and 3) to find ways to promote the marketing strategy for SMEs of seafood and fruit processing group to online business system. In this study, integrated research methodology was used. During the research, geo-informatics technology and Analytic Hierarchy Process (AHP) were used to analyze the potential and suitable locations of SMEs in EEC and Chanthaburi areas. In quantitative research, the data were collected from 81 entrepreneurs of SMEs of seafood and fruit processing groups in order to assess 4P's marketing potential and in qualitative research, in-depth interviews were conducted with 33 entrepreneurs of SMEs in the seafood and fruit processing groups in order to find ways to promote the marketing strategy and to acquire guidelines for establishing courses for online marketing training for entrepreneurs.

To the location potential study, it was found that SMEs in the seafood processing group had 3,405.34 square kilometer area in the most suitable location and the SMEs had 2,776.60 square kilometer area in the moderately suitable location. Also the SMEs had 776.41 square kilometer area in the least suitable location. These locations represented 17.22, 14.04 and 3.93 percent of the total area respectively. The most areas that had high potential and suitable locations for the seafood processing industry were in Chon Buri. And when overlapping the position of SMEs in the seafood processing group with the appropriate location potential map, the researcher found that there were 20 SMEs in the seafood processing in the most suitable potential locations, 4 SMEs in the moderately potential locations, and 2 SMEs in the lowly suitable locations while 4 SMEs were in separate areas. For fruit processing SMEs, 6679.78 square kilometer area was the most suitable location. 7,507.54 square kilometer area was in the moderately suitable location, and 5,592.08 square kilometer area was in the lowly suitable location. The locations represented 33.77, 38.00 and 28.27 percent of the total area respectively. The most highly potential suitable location for the fruit processing industry was in Chon Buri. And when overlapping the position of SMEs in the fruit

processing group with the appropriate location potential map, the researcher found that there were 61 SMEs in the fruit processing group in the most suitable location, 26 SMEs in the moderately potential location, and 3 SMEs in the lowly potential and suitable location.

The results of the study on 4P's marketing potential and the need for online marketing training showed that SMEs in the sample group had the most potential on product ($\bar{x} = 4.19$), followed by price potential ($\bar{x} = 3.99$). Their third potential was the distribution channels ($\bar{x} = 3.05$), and promotion ($\bar{x} = 2.99$) ranked the last. For the study of online marketing training needs, the most needed training was creating simple online sales channel such as facebook Page ($\bar{x} = 3.46$), followed by the courses on consignment of products on Online Platform ($\bar{x} = 3.36$). Finally, there were also needs for other courses ($\bar{x} = 2.78$).

The results of the study of the marketing strategy showed that 4P's marketing strategies of the entrepreneurs of SMEs in the seafood and fruit processing group were as follows: 1) For Product strategy, they constantly improved the formula of the product and new products had also been developed. In addition, their products had been developed according to food safety standards and good quality raw materials were also selected. 2) Price strategies included determining the products' prices appropriate for the quality received, different wholesale and retail pricing, and controlling the product price at the standard level. 3) Distribution Channel Strategies included creating online sales channels such as Facebook Page, Line, Instagram, Website; consignment of processed food products in online markets such as Shopee, Lazada, and Websites of various departments; and selling wholesale to other sources such as distribution centers or modern trade stores and product sales booths. 4) Sales promotion strategies included creating a selling point for products, designing package which was unique and easy to remember, providing free delivery service, and making different forms of souvenir sets for tourists and holding promotion giving discounted prices in various festivals. To the guidelines for organizing online marketing training courses, it was found that entrepreneurs needed training programs to enhance their skills in photography, video production, graphic design, creating content and stories for media advertising, publicizing and increasing sales in online marketing channels such as

Facebook, Line, Instagram, Twitter, YouTube or various online platforms. For higher efficiency, training programs in the curriculum on "Explode Sales and Expand the Market with Sales via Facebook" were designed and conducted, and the training topics included using photography, graphic and video making techniques through mobile phones for online product presentations via Facebook.

Keywords: Small and Medium Enterprise / Marketing Strategy / Geographic Information / Online Marketing / Eastern Economic Corridor (EEC)