

ห่วงโซ่อุปทานและอุปสงค์ของธุรกิจออนไลน์หลังสถานการณ์โควิด-19 เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*

Supply Chain and Demand of Online Products Business After COVID-19 Situation for Creative Economy Prachuapkhirikhun Province

วีรวัลย์ ปิ่นชุมพลแสง

Weerawan Pinchumpholsang

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Thailand

E-mail: veerawan.pin@rmutr.ac.th

Received February 19, 2024; Revised March 18, 2024; Accepted June 9, 2024

Abstract

This research aimed to study 1) the supply chain and demand of online product businesses after COVID-19 on the economy in Prachuapkhirikhun. 2) Factors affecting market competition that increase competitive potential 3) market competitive relations to increase the online supply chain's sales potential. A mixed approach was used in the research. The sixty businesses in the qualitative study were selected proportionately, particularly randomly from six categories: drinks, sweets, food, clothing from the area, seaside souvenirs, and chili sauce. Additionally, 600 consumer samples from the population were proportionally sampled for the demand side of the quantitative study. The data collection method involved an in-depth interview on the supply side and a questionnaire on the demand side of creative business groups in the province. Analysis of data by descriptive statistics and multiple regression analysis. The research results were found as follows: 1) The financial potential of the dessert business had the fastest payback period, and the present value of net profit compared to the investment budget approached the quickest payback. The demand-side research found that

* ได้รับการสนับสนุนการดำเนินงาน โดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ร่วมกับโครงการวิจัยมูลฐาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ สัญญาเลขที่ FRB6601/2566 รหัสโครงการ 4366999 โครงการวิจัยเรื่อง ห่วงโซ่อุปทานและอุปสงค์ของธุรกิจออนไลน์หลังสถานการณ์โควิด-19 เศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปีงบประมาณ 2566

marketing factors had affected product consumption satisfaction. The products were popular in the market for their product image, services, and prices. Females under 18 with higher education levels and incomes ranging from 8,001 to 25,000 baht are satisfied with business group consumption. However, marketing development must expand to increase sales in the digital age, considering changing sales times. 3) The competitive business after developing additional marketing potential was higher than 10 percent, namely for dessert and clothing. Every business could expect an increase in sales of 10.95 percent. The impact of income factors and expenses from supply chain costs are factors that affect business operations.

Keywords: creative economy; supply chain and demand; online products business

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ห่วงโซ่อุปทานและอุปสงค์ของธุรกิจสร้างสรรค์ผ่านออนไลน์หลังวิกฤตโควิด-19 ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มการแข่งขันทางธุรกิจของธุรกิจสร้างสรรค์ผ่านออนไลน์หลังวิกฤตโควิด-19 ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และ 3) ความสัมพันธ์ทางการแข่งขันธุรกิจเพื่อเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจของธุรกิจสร้างสรรค์ผ่านออนไลน์หลังวิกฤตโควิด-19 ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ได้แก่ การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างคือ ธุรกิจ 6 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจขนม ธุรกิจอาหาร ธุรกิจเสื้อผ้าพื้นเมือง ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ธุรกิจน้ำพริก ธุรกิจเครื่องดื่มรวม 60 ธุรกิจ สุ่มแบบเจาะจงธุรกิจในชุมชนตามสัดส่วน และการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามผู้บริโภค 600 ชุดได้มาโดยการกำหนดขนาดแบบสัดส่วนเทียบกับประชากร สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลสำหรับวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ สถิติทางการเงินของกิจการ และสมการถดถอยพหุคูณหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการธุรกิจ และวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ สมการถดถอยพหุคูณหาปัจจัยกำหนดการบริโภคธุรกิจ ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านอุปทานศักยภาพทางการเงินของธุรกิจขนมคินทุนเร็วสุด และมีมูลค่าปัจจุบันของกำไรสุทธิเทียบกับงบลงทุนเข้าใกล้ต้นทุนเร็ว ธุรกิจเสื้อผ้าพื้นเมืองและของใช้มีจุดคุ้มทุนต่ำ อุปสงค์ปัจจัยตลาดส่งผลต่อความพึงพอใจบริโภคสินค้าในธุรกิจน้ำพริก อาหารและเครื่องดื่มได้รับความนิยมทางการตลาดอย่างมาก ด้านภาพลักษณ์ของสินค้ากระบวนการให้บริการและราคา 2) ปัจจัยเพศหญิง อายุต่ำกว่า 18 ปี ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี เป็นนักศึกษารายได้ตั้งแต่ 8,001-25,000 บาท ความพึงพอใจในการบริโภคกลุ่มธุรกิจมากที่สุด การพัฒนาการตลาดขยายต่อเนื่องเพื่อเพิ่มยอดขายให้เหมาะสมตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปตามการขยายยุคดิจิทัล 3) การแข่งขันธุรกิจสัมพันธ์ต่อการพัฒนาศักยภาพเพิ่มมากกว่าร้อยละ 10 คือธุรกิจขนม เสื้อผ้าและเครื่องใช้ ทุกธุรกิจคาดการณ์การเพิ่มยอดขายได้ร้อยละ 10.95 ผลกระทบปัจจัยรายได้และค่าใช้จ่ายของต้นทุนห่วงโซ่อุปทานเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ

คำสำคัญ: เศรษฐกิจสร้างสรรค์; ห่วงโซ่อุปทานและอุปสงค์; ธุรกิจออนไลน์

บทนำ

ปัญหาหลังสถานการณ์โควิด-19 การซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ หรือการทำธุรกิจในรูปแบบธุรกิจ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีอัตราการเติบโตสูงขึ้นทุกปี และติดอันดับ 1 ใน 5 ของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของ คนไทย ซึ่งมากถึงร้อยละ 51.3 ในปี พ.ศ. 2561 (Electronic Transactions Development Agency (ETDA), 2019) และ ขยับสูงถึง 67.3% ในปี พ.ศ. 2563 (ETDA, 2021) ธุรกิจหรือผู้ประกอบการต่างตื่นตัวและปรับตัว เข้าหาผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นแม้ว่าสถานการณ์โควิด-19 จะเริ่มคลี่คลายก็ตาม

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นจังหวัดในภาคตะวันตกของประเทศไทย เป็นจังหวัดที่มีรูปร่างยาวในแนว เหนือ-ใต้ ตามแผนพัฒนาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ปี พ.ศ. 2558 – 2561 ได้กำหนดวิสัยทัศน์เพื่อกำหนดทิศทางการ พัฒนา ดังนี้ วิสัยทัศน์ : เมืองท่องเที่ยวที่ทรงคุณค่า สัมปรด มะพร้าว ที่หนึ่งของโลก สังคมแห่งมิตรไมตรี ประเด็น ยุทธศาสตร์จังหวัด : ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวบนพื้นฐาน เอกลักษณ์ของ จังหวัด ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในด้านการผลิตและ แปรรูปสัมปรด มะพร้าว และ สินค้าเกษตรสู่ตลาดโลก ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างระบบสนับสนุนความร่วมมือด้านเศรษฐกิจ การเมือง การบริหารสังคม และวัฒนธรรม รองรับประชาคมอาเซียนและประชาคมโลก ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้าง ความมั่นคงและสังคมคุณภาพตามวิถีมุขี พญายไทย ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 เสริมสร้างประสิทธิภาพในการบริหาร จัดการทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่สมดุล (Prachuap Khiri Khan Provincial Statistics Office, 2020) ทั้งนี้ สถานการณ์ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในปัจจุบันประสบปัญหา จากการเกิดสถานการณ์โควิด-19 เกิดการหดตัวทางเศรษฐกิจ อำเภห้วยหิน และปราณบุรี ในพื้นที่สำรวจ มีความหลากหลายทางกายภาพของจังหวัด ทั้งด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทั้งทะเล ป่าไม้ และการดำเนินธุรกิจ เพื่อส่งเสริมและพึ่งพาธุรกิจกิจการการท่องเที่ยวในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมแปรรูปทางการเกษตร ธุรกิจ อุตสาหกรรมบริการ และสินค้าขนาดเล็กและขนาดกลางที่เป็นธุรกิจของคนในชุมชนเกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจ ธุรกิจที่ประสบปัญหาเป็นธุรกิจที่มีห่วงโซ่อุปทานจากแหล่งวัตถุดิบภายในพื้นที่

สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า จากการสำรวจธุรกิจขนาดเล็ก และขนาดกลาง (SMEs) จำนวน 500 ตัวอย่างทั่วประเทศ ครอบคลุมทุกประเภทอุตสาหกรรม ดัชนีความเชื่อมั่นต่อ เศรษฐกิจและธุรกิจในไตรมาส 4 ปี พ.ศ. 2565 อยู่ที่ระดับ 65.66 ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน จากไตรมาสที่ 3 ซึ่งอยู่ ในระดับ 56.82 (Bangkokbiznews, 2022) จากปัจจัยบวกของมาตรการการเปิดประเทศ สนับสนุนความเชื่อมั่นต่อ เศรษฐกิจและธุรกิจ สะท้อนจากจำนวนนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวไทยเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ขณะที่ แนวโน้มความเชื่อมั่น 3 เดือนข้างหน้า SMEs ยังมีความเชื่อมั่นต่อเศรษฐกิจและธุรกิจ อยู่ที่ระดับ 66.46 ปัญหาธุรกิจ ช่วงโควิด 19 ธุรกิจขนาดเล็กขนาดย่อมในจังหวัดไม่สามารถปรับตัวต่อการหยุดชะงักการใช้จ่ายใช้สอยของ นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติ ที่ไม่ได้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัด ส่งผลกระทบท่อรายได้หดหายไปกว่า ร้อยละ 40 อ้างอิงจากรายงานเศรษฐกิจจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (Prachuap Khiri Khan Provincial Statistics Office, 2020) นอกจากนี้การตลาดแบบดั้งเดิมไม่ตอบโจทย์ปัญหาภายใต้สถานการณ์โควิด-19 ทำให้ขาดการพัฒนาตลาดที่ทันสมัย ส่งผลกระทบท่อปัญหาเชิงพื้นที่ ธุรกิจที่มีห่วงโซ่อุปทานจากแหล่งวัตถุดิบภายในพื้นที่ที่ไม่สามารถทำกำไร ในสถานการณ์โควิด ดังนั้น เพื่อลดปัญหาผลกระทบทางธุรกิจให้ได้รับการส่งเสริมและการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ ในพื้นที่จะช่วยให้อุปสงค์ธุรกิจมีรายได้เพิ่มมากขึ้น พร้อมช่วยพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันได้มากขึ้น ตามระดับ

อุปทานและอุปสงค์ของการแข่งขันทางธุรกิจ ภายใต้สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงระบบการตลาดผ่านเทคโนโลยีสื่อออนไลน์ ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้กลุ่มธุรกิจมีความสามารถทางการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้วิจัยจึงสนใจจะศึกษาแนวทางการเสริมการออนไลน์ เพื่อเพิ่มรายได้และพัฒนาแนวทางการทำการตลาดทั้งด้านห่วงโซ่อุปทานในการหาแนวทางเชื่อมโยงประโยชน์ของการใช้ทรัพยากรวัตถุดิบในพื้นที่เพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจให้คุ้มค่าต่อการผลิตสินค้าและบริการ พร้อมกับศึกษาแนวทางการจัดทำตลาดออนไลน์อีกรูปแบบทางการตลาดอีกทางหนึ่งเพื่อพัฒนาให้ธุรกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถทำธุรกิจได้อย่างยั่งยืนฝ่าวิกฤตโควิดที่เริ่มจะฟื้นตัวทางเศรษฐกิจในภาพรวม แต่ในด้านธุรกิจขนาดเล็กขนาดย่อมต้องดิ้นรนเพื่อเอาตัวรอดในการประกอบธุรกิจภายใต้สถานการณ์ปัจจุบันที่หน่วยงานรัฐยังไม่ได้เข้ามาช่วยเหลือและแนะนำอย่างทั่วถึง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทานธุรกิจออนไลน์เพื่อความเป็นไปได้ของธุรกิจและอุปสงค์สินค้าออนไลน์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยต่อการแข่งขันทางการตลาดผ่านห่วงโซ่อุปทานและอุปสงค์ของสินค้าออนไลน์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ทางการแข่งขันทางการตลาดเพื่อเพิ่มศักยภาพของห่วงโซ่อุปทานการขายของออนไลน์

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา



ภาพที่ 1 แสดงกรอบเนื้อหาของการวิจัย

Fig.1 showed that scope content of research

สำรวจศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจทั้งด้านผู้ประกอบการโดยสัมภาษณ์เชิงลึกถึงผลการดำเนินการและการแนะนำการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจ เป็นพันธกิจของโครงการ และศึกษาปัจจัยด้านความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการของกลุ่มธุรกิจ เพื่อวัดประสิทธิภาพของธุรกิจสามารถเพิ่มรายได้

มากยิ่งขึ้นผลสัมฤทธิ์ที่ได้เพื่อการจัดสรรทรัพยากรวัตถุดิบในชุมชนใช้ต้นทุนการผลิตให้เกิดประโยชน์สูงสุดและดำเนินการกิจการเพื่อการเพิ่มรายได้หลังสถานการณ์ได้ฟื้นตัวได้มากขึ้น

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กและขนาดย่อม 6 ธุรกิจ โดยสำรวจจากผู้ประกอบการในพื้นที่ที่สำรวจที่มีการดำเนินธุรกิจอยู่ ซึ่งสามารถประมาณประชากรได้จากธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ สามารถสรุปจากตารางที่ 1 และผู้บริโภคราบประชากรจากการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการต่อสัปดาห์ของการเข้าใช้บริการในกิจการ

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนการสุ่มตัวอย่างพร้อมจำนวนประชากรที่ทำการสุ่มแบบสัดส่วน

Table 1 showed number of sampling at the same time with number of populations by proportion sampling.

ธุรกิจในพื้นที่ แยกตามประเภท (Business in Area separate from Type)	จำนวนประชากร จากการประมาณ สำรวจ (Number of Population from survey estimation)	สุ่มตัวอย่าง (Sampling)	สัดส่วน (Proportion)	สัดส่วนจำนวน ประชากรผู้บริโภค ต่อกลุ่มตัวอย่าง ต่อสัปดาห์การสำรวจ (Proportion of customer population per sampling per week from survey)
ขนม (Sweet)	30	10	3/1	1,000/100 = 10/1
อาหาร (Food)	100	10	10/1	2,000/100 = 20/1
ของแปรรูปอาหารทะเลและ ของฝาก (Seafood processing and sourvenirs)	40	10	4/1	800/100 = 8/1
เสื้อผ้าพื้นเมือง (Local Clothing)	10	10	1/1	500/100 = 5/1
น้ำพริก (Chili sauce)	15	10	1.5/1	800/100 = 8/1
เครื่องดื่ม (Beverage)	100	10	10/1	1,500/100 = 15/1
รวม(Total)	195	60	3.25/1	6,600/600 = 11/1

ขอบเขตด้านพื้นที่ สำรวจพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ย่านเศรษฐกิจตามแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนต่าง ๆ ที่มีการเปิดกิจการที่กำหนดไว้ในกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทางเศรษฐกิจของจังหวัด

ขอบเขตด้านเวลา เริ่มดำเนินการตั้งแต่ 1 มกราคม 2566 ถึง 31 ธันวาคม 2566 เวลา 1 ปี

ทบทวนวรรณกรรม

ห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการเปรียบเทียบวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตต่อยอดการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ จะประกอบด้วย ต้นทุนหลักของวัตถุดิบ ต้นทุนดำเนินการและต้นทุนเปิดกิจการ ปริมาณการขายสินค้าจะประกอบด้วย ราคาขาย ต้นทุนขาย ต้นทุนประกอบการ ส่งผลต่อปัจจัยกำหนดอุปทานของกิจการ ทำให้เกิดผลตอบแทนต้นทุนและความ เป็นไปได้ของกิจการ

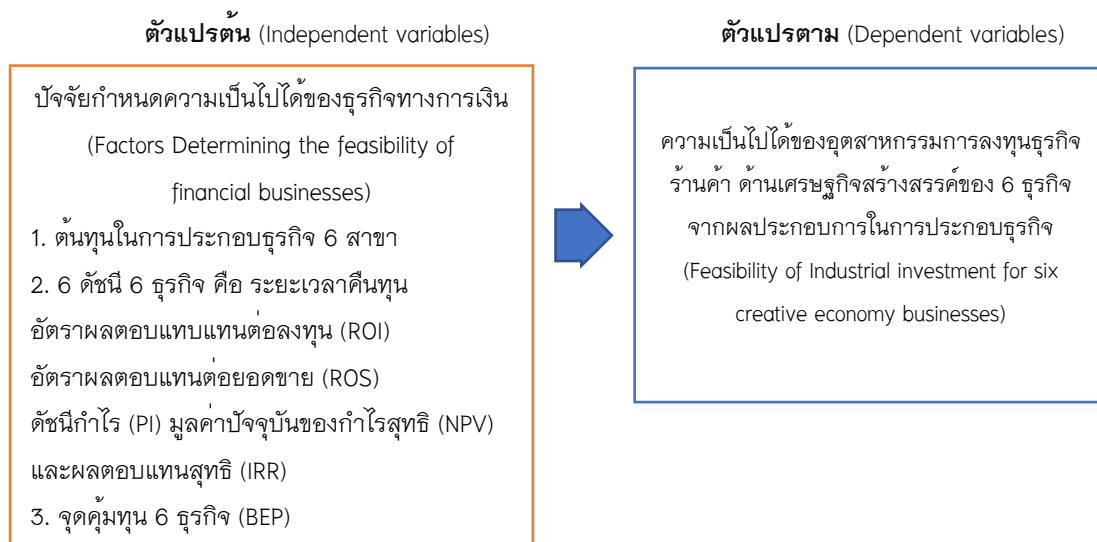
ทฤษฎีต้นทุนกฎเกณฑ์การกำหนดปัจจัยแห่งความสำเร็จ 4 ประการ ได้แก่ ต้นทุนและประสิทธิภาพ กิจการจะ ประสบความสำเร็จได้ต้องมีต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง คุณภาพ (Quality) กิจการต้องรักษาคุณภาพในการผลิตสินค้าและ ให้บริการเวลาทานกิจการต้องสามารถส่งมอบสินค้าและบริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนดจนวัตรกรรมอื่นในเวชั่น กิจการ ควรมีการประยุกต์ใช้โดยนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการผลิตสินค้าและบริการตลอดเวลา ความยั่งยืน (sustainability) กิจการควรตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้บรรลุในผลการดำเนินงาน ให้ความสำคัญกับสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างยั่งยืน (Aujirapongpan, 2022)

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการหรือธุรกิจ เป็นกระบวนการคาดคะเนอย่างเป็นระบบในการตัดสินใจ เลือกลงทุนในธุรกิจ ปัจจัยความเป็นไปได้ ของการประกอบธุรกิจแบ่งออกเป็น 5 ประการ (Promsiri, 2021) ความเป็นไปได้ทางการตลาดการศึกษา ความคิดสร้างสรรค์ด้านสินค้าและบริการที่คิดไว้ ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และธุรกิจ ในปัจจุบัน ได้มากขึ้นน้อยเพียงใด ความเป็นไปได้ของการผลิตคือการศึกษาระบบการผลิต หรือการจัดการบริการ วิเคราะห์ในทุกแง่มุมของคุณภาพสินค้าและบริการราคาปริมาณและเวลาที่พอเหมาะ พอดีกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ความเป็นไปได้ในเชิงกฎหมายการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโดย เข้าถึงระเบียบข้อบังคับ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจตั้งแต่ปลายน้ำ ถึงต้นน้ำ จนถึงการเรียนรู้ กฎระเบียบ ของธุรกิจคู่ค้าและ องค์กรที่จัดหา วัตถุดิบมาสู่การผลิตสินค้าและบริการ ด้านความเป็นไปได้ในรูปแบบการสร้างรายได้ และกำไรที่ เหมาะสมวิเคราะห์หารูปแบบการสร้างรายได้ที่เหมาะสมเพราะทุกไอเดียธุรกิจจำเป็นต้องคำนึงถึงโครงสร้าง ของ รูปแบบธุรกิจ การเขียนแผนธุรกิจออกมาเป็นรูปธรรมจะเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการคำนวณความคุ้มค่าในการ ลงทุนหรือการจัดรูปแบบธุรกิจของแคนวาสเพื่อนำเสนอกิจการธุรกิจให้สรุปแผนการดำเนินการได้อย่างมี ประสิทธิภาพซึ่งมีอยู่ 8 เป้าหมาย ได้แก่ ด้านเป้าหมายพันธมิตรทางธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำยันปลายน้ำ กฎเกณฑ์กรรมทาง ธุรกิจ กฎเกณฑ์การจัดสรรทรัพยากรการผลิต คุณค่าการนำเสนอสินค้าและบริการ ความสัมพันธ์ทางลูกค้า ช่อง ทางการจัดจำหน่าย การแบ่งสัดส่วนลูกค้า โครงสร้างต้นทุนและกระแสรายรับของธุรกิจ ความเป็นไปได้ทางการเงิน เป็นการวิเคราะห์ประเมินจำนวนเงินลงทุนที่จัดสรรเปรียบเทียบกับความเป็นไปได้ในการบริหารกระแสเงินสดรับและ จ่ายเพื่อประเมินผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุน พิจารณางบลงทุนรายรับรายจ่ายต่อปี กำไรผลตอบแทนต่อปี จุดคุ้มทุน อัตราผลตอบแทนต่อลงทุน อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย ระยะคืนทุน ของกำไรสุทธิเปรียบเทียบกับงบ ลงทุน อัตราผลตอบแทน การลงทุนสุทธิ ทั้งหมดเป็นการประเมินห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจ (Juntaro et al., 2002)

ด้านอุปสงค์ของผู้บริโภคต่อการใช้บริการธุรกิจ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคกระบวนการตัดสินใจ เลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคผ่านการตัดสินใจเลือกซื้อ สินค้าทั่วไปแบ่งเป็น 5 ระยะ ช่วงแรก ผู้บริโภคตระหนักถึง ปัญหา และความต้องการ สินค้า เพื่อใช้ในการอุปโภคบริโภค หลังจากนั้นค้นหาข้อมูล รับทราบถึงปัญหาและความ ต้องการของตัวเอง สืบหาข้อมูลผ่านสื่อโซเชียล และแหล่งข้อมูลต่าง ๆ หลังจากนั้นประเมินทางเลือกจากข้อมูลที่เก็บ มาและกลั่นกรอง เพื่อพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุด หลังประเมินแล้วทำการเลือกซื้อสินค้าและการจัดส่ง หรือ ตรวจสอบสถานะของสินค้า ภายใต้ข้อมูลที่ได้ไว้ก่อนหน้านี้ ส่วนสุดท้ายคือ ความรู้สึกต่อการที่ได้ ซื้อสินค้า บริการ

หลังการขายการทดลองใช้การประเมินความพึงพอใจของตนเองการแสดงความรักดีต่อสินค้า ซึ่งในการกระตุ้นการตัดสินใจสามารถแบ่งได้เป็น 4 บริการหลังการขายการทดลองใช้การประเมินความพึงพอใจของตนเองการแสดงความรักดีต่อสินค้า ซึ่งในการกระตุ้นการตัดสินใจสามารถแบ่งได้เป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ (Attention) ในการสร้างแรงดึงดูดและกระตุ้นของสินค้าที่สนใจ ความสนใจ (interest) ที่เกิดขึ้นจากการกระตุ้นจากสื่อ ทั้งคุณสมบัติของตัวสินค้าข้อดีและคุณประโยชน์ที่ได้รับจากข้อมูล ความต้องการและความปรารถนาของลูกค้า (Desire) ความอยากได้หลังจากสินค้าที่สนใจและได้รับแรงดึงดูด (Action) การเลือกซื้อทำการทดลองใช้ประเมินความพึงพอใจ จนมาสู่การซื้อหรือจรรยาภักดีต่อตัวสินค้าที่ได้รับการบริโภคทดลองและประเมินความพึงพอใจแล้ว และสามารถสรุปปัจจัยกำหนดการซื้อสินค้าจนได้รับผลสรุปจากความต้องการของผู้บริโภค

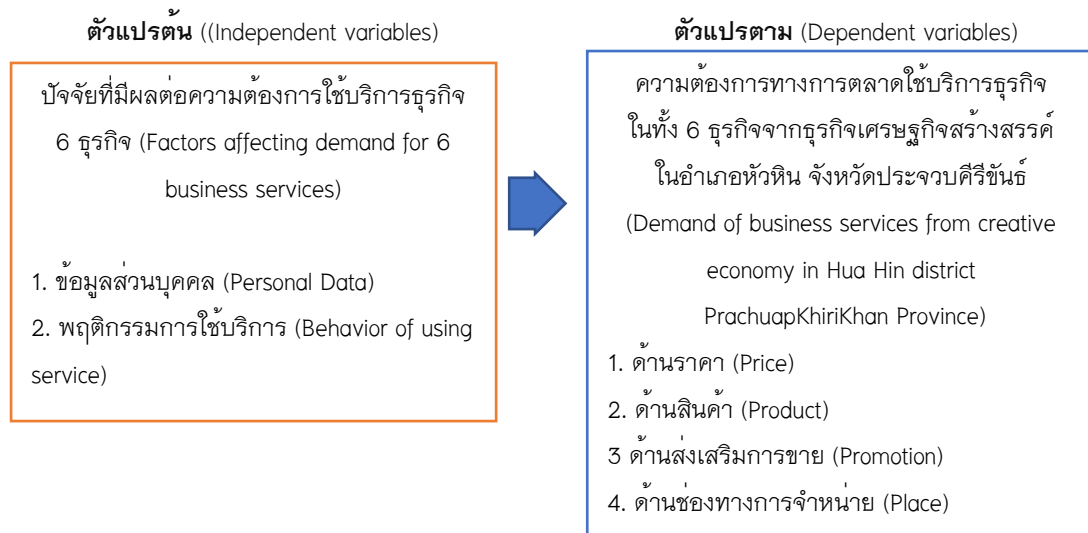
จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดในการวิจัยด้านห่วงโซ่อุปทานได้ขอบเขตตัวแปรทางการวิจัยจากการศึกษาความเป็นไปได้ของกิจการ ทั้ง 6 ธุรกิจสามารถกำหนดตัวแปรทางการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2 ตัวแปรที่ใช้ในแนวคิดทางการวิจัยด้านห่วงโซ่อุปทาน

Fig.2 Variables for using in supply chain research concepts

สำหรับตัวแปรที่กำหนดด้านอุปสงค์ คือปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ราคาสินค้าและบริการ (Price) สินค้าและบริการ (Product) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และส่งเสริมการขาย (Promotion) เปรียบเทียบกับความพึงพอใจของการใช้บริการธุรกิจทั้ง 6 ธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจขนม ธุรกิจอาหาร ธุรกิจเสื้อผ้าพื้นเมือง ธุรกิจแปรรูปอาหารทะเลแปรรูป ธุรกิจน้ำพริก ธุรกิจประเภทเครื่องดื่ม เป็นต้น และการสร้างรูปแบบการตลาดออนไลน์ทั้ง 6 ธุรกิจเพื่อปรับปรุงพัฒนาแนวทางการตลาดให้สามารถขายสินค้าได้มากขึ้น พร้อมประเมินแนวทางการปรับปรุงการพัฒนาทางการตลาดสามารถเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ



ภาพที่ 3 ตัวแปรที่ใช้ในแนวคิดทางการวิจัยด้านอุปสงค์

Fig.3 Variables used in demand research concepts

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยผสมระหว่างเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Mixed-methods Research) เชิงการวิจัยและพัฒนา โดยใช้วิธีการด้านอุปทานสอบถาม ด้านผู้ประกอบการใช้เครื่องมือแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิดที่ใช้จะมีเค้าโครงทางการศึกษาทางทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ ที่ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ด้านอุปสงค์กำหนดเครื่องมือในการใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด เพื่อศึกษาพฤติกรรมทางการตลาด ในการศึกษาความพึงพอใจ และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคสินค้าและบริการของธุรกิจในชุมชน ดังนี้

1) การศึกษาในเชิงเอกสาร (Documentary Study) ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูล จากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้องจากข้อมูลพื้นฐานก่อนลงพื้นที่สำรวจธุรกิจโดย การศึกษาทางทฤษฎีทางธุรกิจครอบคลุมประเภทธุรกิจ 6 สาขา เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนในพื้นที่ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง อีกทั้งเป็นพื้นฐานศึกษาความต้องการสินค้าของผู้บริโภคเกี่ยวกับแนวคิดถึงทัศนคติของผู้บริโภคประเภทธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้าง แนวการสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถามปลายปิดครอบคลุมเนื้อหาของงานวิจัย เอกสารแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์และอุปทานของธุรกิจเพิ่มศักยภาพทางการตลาดออนไลน์ ที่แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงด้านเอกสารกับการลงพื้นที่สำรวจ ดังนี้

- (1) แนวทางการศึกษาห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจในชุมชนที่ใช้วัตถุดิบหลักจากพื้นที่
- (2) แนวทางการศึกษาอุปสงค์หาความต้องการของผู้บริโภคสินค้าในธุรกิจชุมชน
- (3) ศึกษาปัจจัยกำหนดอุปสงค์อุปทานของธุรกิจชุมชนภายใต้การเพิ่มศักยภาพทางการตลาดออนไลน์ เพื่อเพิ่มรายได้มากขึ้น

2) การศึกษาในภาคสนาม (Field Study) เพื่อทราบถึงแนวคิด หลักการ ความเป็นมา รูปแบบความสัมพันธ์ กระบวนการสร้างธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้งในระดับนโยบาย ประชาชน ชุมชน องค์กร/สถาบันการศึกษา ในพื้นที่ที่เป็นกรณีศึกษา โดยมีขั้นตอนการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

(1) ทำการศึกษาและคัดเลือกองค์กร ชุมชน องค์กรนโยบายในประเทศ โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามความสำคัญของเรื่อง คือ เป็นองค์กรที่มีบทบาทและความสัมพันธ์เกี่ยวกับธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยให้ความสำคัญวิจัยและพัฒนาเพิ่มศักยภาพทางการตลาดเพื่อเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์เพิ่มรายได้ของธุรกิจชุมชนไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการเชิงเดี่ยวและเชิงกลุ่มรูปแบบวิสาหกิจชุมชน เพื่อประเมินผลประกอบการจากการประกอบธุรกิจภายหลังสถานการณ์โควิด-19

(2) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล เทศบาลหัวหิน เพื่อการหาแนวทางการเพิ่มศักยภาพของธุรกิจผ่านการแนะนำการทำตลาดออนไลน์ ผ่านการประเมินผลประกอบการของธุรกิจ

(3) ดำเนินการศึกษาวเคราะห์แนวคิด รูปแบบ การจัดการ และแนวทางการพัฒนาความสัมพันธ์การประยุกต์ใช้องค์ความรู้ และกระบวนการบริหารจัดการเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทาน และอุปสงค์ของธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในลักษณะของการวิเคราะห์เชิงลึกผู้ประกอบการโดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการศึกษาวิจัย

(4) สรุปและนำเสนอผลการศึกษาที่ได้ทั้งจากการศึกษาในเชิงเอกสารและภาคสนาม โดยนำมาวิเคราะห์ตามประเด็นที่สำคัญ คือแนวคิด หลักการ ความเป็นมา รูปแบบ ความสัมพันธ์ กระบวนการบริหารจัดการเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานและอุปสงค์ของธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ทั้งนี้ เน้นการนำผลการศึกษามาเผยแพร่ให้วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เป็นกรณีศึกษา เพื่อการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายหลังสถานการณ์โควิด-19 สร้างวิกฤตให้เป็นโอกาสเพื่อช่องทางการขายผ่านออนไลน์ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องของในระดับประเทศได้รับทราบ

(5) วิเคราะห์รูปแบบและแนวทางการศึกษาห่วงโซ่อุปทานและอุปสงค์ของธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

(6) สรุปผลการศึกษาวิจัย และข้อเสนอแนะ

3) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant)

การวิจัยเป็นการศึกษาวิจัยในเชิงลึกมุ่งเน้นการสัมภาษณ์และประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) คือผู้ประกอบการธุรกิจโดยเป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญในด้านประกอบกิจการที่ให้ความสำคัญกับการใช้วัตถุดิบในชุมชนทั้งรูปธุรกิจเดี่ยวและวิสาหกิจชุมชน ได้จากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) รวมทั้งหมด 60 คน (ใช้จริง 60 คน) โดยใช้การเลือกจากกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณสมบัติ ดังนี้

- (1) เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- (2) มีประสบการณ์ในการทำงานด้านธุรกิจสร้างสรรค์ที่ดำเนินการอย่างน้อย 5 ปี
- (3) มีการศึกษาและทำงานวิจัยด้านธุรกิจสร้างสรรค์ขนาดเล็กและขนาดกลาง อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างต่อเนื่อง

4) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การดำเนินการตามโครงการวิจัยดังกล่าว เน้นการศึกษาวเคราะห์และการมีส่วนร่วมทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย รายงานการประชุมที่เกี่ยวข้อง การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) การจัดเวทีประชุมในระดับชาติและนานาชาติ ส่วนการวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลนั้นเน้นวิธีการแสวงหาความรู้ จากการตั้งประเด็นหลักในการศึกษาความสัมพันธ์ และการจัดการทางพระพุทธศาสนา โดยดำเนินการและใช้เครื่องมือที่สำคัญ ได้แก่

1) การสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) สำหรับประเมินผลประกอบการธุรกิจและความต้องการของผู้บริโภคกิจการธุรกิจชุมชน โดยพัฒนาเป็นแบบสัมภาษณ์ที่พัฒนาจากเอกสารรายงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อค้นหาแนวคิด หลักการ ความเป็นมา กระบวนการสร้างห่วงโซ่อุปทาน ความต้องการอุปสงค์กิจการและแนวทางการจัดการธุรกิจชุมชน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2) การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) เพื่อทราบถึงทิศทางและการพัฒนาแนวคิด กระบวนการสร้างห่วงโซ่อุปทาน ความต้องการอุปสงค์กิจการและแนวทางการจัดการธุรกิจชุมชน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3) ศึกษาและติดตามผลการปฏิบัติหน้าที่ในการสร้างห่วงโซ่อุปทาน ความต้องการอุปสงค์กิจการและแนวทางการจัดการธุรกิจชุมชน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ร่วมกัน

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การศึกษาเชิงเอกสารและการศึกษาภาคสนามเป็นหลัก ดังนั้น เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แนวทางในการสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นด้วยตนเอง ตามกรอบที่ได้รับจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีขั้นตอนของการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือดังต่อไปนี้

- 1) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้แนวทางในการกำหนดกรอบการสร้างเครื่องมือ
- 2) กำหนดกรอบในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในภาคสนามโดยยึดกรอบของการสร้างแนวทางการสัมภาษณ์ ตามคำถามวิจัยที่ต้องการค้นหาคำตอบ
- 3) นำแนวคำถามที่สร้างขึ้นไปปรึกษาที่ปรึกษาโครงการวิจัยและผู้เชี่ยวชาญทางด้านการศึกษา เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของข้อคำถาม ความเหมาะสมของปริมาณคำถาม ความชัดเจนของภาษา แล้วจึงนำไปปรับปรุงแก้ไข
- 4) นำแนวคำถามไปทดลองเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายของประเทศไทยที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายก่อนนำไปใช้จริง

5) ดำเนินการปรับปรุงประเด็นของแนวคำถามในการสัมภาษณ์ที่คลุมเครือภายหลังจากการนำไปทดลองใช้

5) การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

- (1) การลงพื้นที่ในประเทศ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อรวบรวมข้อมูล
- (2) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Observations Participant) ซึ่งเป็นการสังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของฝ่ายต่าง ๆ ที่จะทำควบคู่กับการสัมภาษณ์ห่วงโซ่อุปทาน ความต้องการอุปสงค์กิจการและแนวทางการจัดการธุรกิจชุมชนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาเพื่อเห็นแนวทางการสร้างและการศักยภาพทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายธุรกิจทั้ง 6 สาขาธุรกิจ
- (3) การสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) สำหรับศึกษาความเป็นไปได้ของกิจการธุรกิจ และการเพิ่มศักยภาพทางการตลาดออนไลน์ แนวทางพัฒนาเพิ่มรายได้ด้านอุปทานและผู้เกี่ยวข้องกับการใช้บริการธุรกิจ 6 สาขา ที่ทำการสัมภาษณ์เพื่อศึกษาความต้องการการใช้บริการธุรกิจ
- (4) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ร่วมกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการสร้างและการใช้องค์ประกอบธุรกิจชุมชนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และเพื่อให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิด รูปแบบ กระบวนการประกอบธุรกิจและแนวทางการศึกษาความเป็นไปได้ของผลประการ เป็นต้น

6) การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามในรอบที่ 2 ทำการวิเคราะห์หาค่าดัชนีค่าความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เท่ากับ 0.91 มาสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลในรอบที่ 3 และนำคำตอบในแบบสอบถามรอบที่ 3 มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ความถี่ร้อยละ เปรียบเทียบตัวแปรการตลาด ตัวแปรทางการเงินนำมาสรุปปัจจัยผ่านสมการถดถอยพหุคูณ ปัจจัยต่าง ๆ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาพิจารณาทิศทางของแนวโน้มที่เป็นภาพอนาคตต่อไป

7) การนำเสนอผลการศึกษาริวิจัย

การนำเสนอข้อมูลจะอยู่ในลักษณะการพรรณนาความ (Descriptive Presentation) ประกอบภาพถ่ายและการพรรณนาความประกอบการบรรยายเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับศึกษาความเป็นไปได้ของกิจการธุรกิจและการเพิ่มศักยภาพทางการตลาดออนไลน์ ความต้องการอุปสงค์กิจการและแนวทางการจัดการธุรกิจชุมชนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อให้เห็นแนวทางพัฒนาเพิ่มรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจรายย่อยแก่สถานประกอบการ เพื่อนำไปสู่การประยุกต์ใช้ในระดับนโยบายวางยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจระดับรากหญ้า ชุมชน องค์กร และปัจเจกบุคคล

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทานธุรกิจออนไลน์เพื่อความเป็นไปได้ของธุรกิจและอุปสงค์สินค้าออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า ความเป็นไปได้ของกิจการธุรกิจและสรุปภาพรวมของธุรกิจได้ จากตารางที่ 1 ภาพรวมของจุดคุ้มทุนอยู่ที่ 18,895 หน่วย ได้ระยะคืนทุนเท่ากับ 1 ปี 1 เดือน อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ร้อยละ 121.44 อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROI) เท่ากับร้อยละ 34.15 จะเห็นได้ว่าธุรกิจขนม อาหาร จะมีผลตอบแทนต่อยอดขายต่ำกว่าธุรกิจอื่น ๆ เนื่องจากจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นจังหวัดที่มีค่าครองชีพต่ำ ราคาอาหารและขนมจึงไม่สูงมากนัก ร้านค้าจะขายราคาสูงมากไม่ได้เนื่องจากลูกค้าเป็นคนในชุมชน มูลค่าปัจจุบันเท่ากับ 54,092 บาท ดัชนีกำไรเท่ากับ 1.13 เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าปัจจุบันของกำไรสุทธิกับงบลงทุน อัตราผลตอบแทนสุทธิ ร้อยละ 41.84

ตารางที่ 2 ความเป็นไปได้ของกิจการขนาดเล็กและกลางจากการวิจัย

Table 2 Feasibility of small and medium businesses from research.

ประเภทธุรกิจ (Type of Business)	จุดคุ้มทุน (Breakeven point)	ระยะเวลา คืนทุน (Payback Period)	อัตรา ผลตอบแทน ต่อ การลงทุน (Rate on Investment)	อัตรา ผลตอบแทน ต่อ ยอดขาย (Rate on sales)	มูลค่า ปัจจุบัน (Net Present Value)	ดัชนีกำไร (Profitability)	ผล ตอบแทน สุทธิ (Interest rate)
1. ธุรกิจขนม (Desserts business)	14,396.93	9 เดือน	126.16%	24.68%	59,865.52	1.11	37.01%
2. ธุรกิจเสื้อผ้า (Local apparel business)	11,514.70	1 ปี 4 เดือน	98.07%	32.72%	27,887.72	1.05	39.80%
3. ธุรกิจน้ำพริก (Chili sauce)	15,093.04	1 ปี 8 เดือน	126.35%	38.18%	46,660.70	1.09	55.66%
4. ธุรกิจเครื่องดื่ม (Beverages business)	13,533.53	10 เดือน	123.17%	41.83%	64,420.66	1.23	51.83%
5. ธุรกิจอาหาร (Food business)	25,139.64	1 ปี 2 เดือน	120.51%	24.53%	35,146.27	1.05	36.57%
6. ธุรกิจของฝาก ทะเล (Souvenirs from the sea business)	32,567.11	1 ปี	134.19%	43.00%	90,572.72	1.26	30.15%
7. ธุรกิจภาพรวม (All Businesses)	18,895.73	1 ปี 1 เดือน	121.44%	34.15%	54,092.27	1.13	41.84%

หมายเหตุ คำนวณจากการสัมภาษณ์แต่ละกิจการมาเฉลี่ย

Note Calculate from deep-interview each businesses and average

สรุปภาพรวมธุรกิจขนม คืนทุนเร็วที่สุดกว่าธุรกิจอื่น รองลงมาธุรกิจเสื้อผ้า กิจการภาพรวมมีระยะคืนทุนเร็ว และมีจุดคุ้มทุนต่ำกิจการมีขนาดเล็กทำให้การคืนทุนไม่ใช้เวลามากนัก สำหรับอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน เป็นการเปรียบเทียบกำไรสุทธิต่อบงทุนส่วนใหญ่ มีกำไรเกินกว่างบลงทุนร้อยละการเปรียบเทียบกับงบลงทุนจึงเกินร้อยละร้อย สูงสุดอยู่ที่ธุรกิจขายของฝาก รองลงมาธุรกิจน้ำพริก ธุรกิจขนม ธุรกิจเครื่องดื่ม ธุรกิจอาหาร และธุรกิจเสื้อผ้า เนื่องจากร้านเสื้อผ้าจะใช้งบลงทุนสูงทั้งการประเมินเครื่องจักร อุปกรณ์ประกอบการทำธุรกิจเสื้อผ้าและ

เครื่องใช้ทำให้เปรียบเทียบกำไรสุทธิต้องบ่งลงทุนไม่ร้อยละไม่เกินร้อยละ โดยภาพรวมธุรกิจอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ร้อยละ 121.44 อัตราผลตอบแทนต่อยอดขายเมื่อเปรียบเทียบกำไรต่อยอดขายเมื่อยอดขาย 100 กำไรจะอยู่ระดับเท่ากับร้อยละ 34.15 จะเห็นได้ว่า ธุรกิจอาหารและธุรกิจขนมจะมีผลตอบแทนต่อยอดขายต่ำกว่าธุรกิจอื่น ๆ เนื่องจากจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นจังหวัดที่มีค่าครองชีพต่ำราคาอาหารและขนมจะไม่สูงมากนัก ร้านค้าจะขายราคาสูงมากไม่ได้เนื่องจากลูกค้าเป็นคนในชุมชน รองลงมาเป็นธุรกิจเสื้อผ้า ธุรกิจน้ำพริก ธุรกิจเครื่องดื่ม และธุรกิจร้านขายผัก ค่าอัตราผลตอบแทนต่อยอดขายสูงสุด เนื่องจากมีทั้งสินค้าที่ผลิตเองและรับมาขายไปความหลากหลายของสินค้าและการสร้างธุรกิจ เพื่อทำกำไรมีสินค้าให้สร้างกำไรได้มากประเภทส่งผลต่อการเกิดกำไรต่อยอดขายจึงมีมูลค่าสูง มูลค่าปัจจุบันเป็นการเปรียบเทียบกำไรสุทธิปัจจุบันต่ออัตราร้อยละของต้นทุนส่วนเพิ่มที่ประมาณค่าปัจจุบันของกำไรกับลงทุนแล้วมีค่าใกล้เคียงกัน แสดงให้เห็นถึงมูลค่าปัจจุบันที่ทำกำไรห่างจากลงทุนในมากเพียงพอต่อการสร้างธุรกิจในชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไปได้เป็นอย่างดีจากภาวะค่าปัจจุบันที่เทียบกับลงทุน ต่อไปการลงทุนเพื่อเพิ่มพูนศักยภาพทางการแข่งขันจะสามารถดำเนินการได้จากผลกำไรที่ได้สูง ดังนั้นกำไรเมื่อนำมาเปรียบเทียบมูลค่าปัจจุบันของกำไรต่อลงทุนจะเกิน 1 แสดงว่ากำไรของมูลค่าปัจจุบันมากกว่าลงทุน ภาพรวมของธุรกิจเท่ากับ 1.13 ที่เกินหนึ่งสูงสุดคือธุรกิจร้านขายผัก รองลงมาธุรกิจเครื่องดื่ม ธุรกิจขนม ธุรกิจน้ำพริก เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าปัจจุบันของกำไรสุทธิกับลงทุน อัตราผลตอบแทนสุทธิภาพรวมของธุรกิจร้อยละ 41.84 ธุรกิจน้ำพริกได้มูลค่าผลตอบแทนสุทธิสูงสุด รองลงมาธุรกิจเครื่องดื่ม เสื้อผ้า ธุรกิจขนม ธุรกิจอาหาร และธุรกิจร้านขายผัก เป็นที่สังเกตว่าร้านขายผักผลตอบแทนสุทธิต่ำที่สุดแต่ผลทางการเงินสูง สินค้ามีความหลากหลายแต่กำไรจะค่อนข้างน้อยต้องใช้ระยะเวลาพอสมควรในการสร้างธุรกิจและทำกำไร ห่วงโซ่อุปทานของกิจการมีความหลากหลายจากสินค้าที่มีหลากหลายชนิด งบประมาณที่แสดงในการดำเนินกิจการจะเป็นคำตอบที่ใช้ในการพิจารณาความเป็นไปได้ของกิจการ

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยต่อการแข่งขันทางการตลาดผ่านห่วงโซ่อุปทานและอุปสงค์ของสินค้าออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่กำหนดการแข่งขันทางการตลาดผ่านห่วงโซ่อุปทานและอุปสงค์ของการดำเนินธุรกิจกิจการชุมชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และในสมการถดถอยพหุคูณ สมการที่ 1 ของการศึกษารูปแบบอุปทานธุรกิจสร้างสรรค์เป็น ดังนี้

$$\begin{aligned} Profit = & 158534.337(1.001) + 0.720Income(30.478 ***) \\ & - 0.688Expend(18.407 ***) \\ & - 260.152Payback(-0.099) + 284.680ROI(0.596) \\ & + 4356.089ROS(2.552 *) + 0.098NPV(0.366) \\ & + 6487.169PI(0.059) + 241.872IRR(0.210) \end{aligned}$$

R-Square=0.987 R-Adjust= 0.970 F-test =237.994***Durbin Warson=1.682 S.E of the estimate=1.768 RSS=6.115

หมายเหตุ *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

รูปแบบสมการห่วงโซ่อุปทานของกิจการธุรกิจชุมชนในประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 6 ธุรกิจมีทิศทางเป็นไปตามที่วิเคราะห์ผลการวิจัยกล่าวคือ กำไรมากขึ้นต่อปี 158,534 บาท รายได้เพิ่มขึ้น 0.720 ค่าใช้จ่ายลดลงเมื่อเปรียบเทียบกำไรกำไรที่สูงขึ้น 0.688 ระยะคืนทุนลดลง 260.152 หรือ แนวโน้มการลดลงของระยะคืนทุนจะเร็วขึ้น อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนจะสูงขึ้น 284.680 อัตราผลตอบแทนต่อยอดขายจะสูงขึ้น 4356.089 มูลค่าปัจจุบันของกำไรจะสูง 0.098 ดัชนีกำไรจะสูงขึ้น 6487 และผลตอบแทนสุทธิจะเพิ่มขึ้น 241.872 ทำให้กิจการมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปัจจัยกำหนดการประกอบธุรกิจ ในสมการที่ 2 แสดงอุปสงค์ของการบริโภคธุรกิจสร้างสรรค์มี ดังนี้

$$\begin{aligned} Demand = & 3.807(34.686) *** - 0.82Sex(-2.175) \\ & * - 0.069Age(-2.802) ** + 0.055Edu(1.300) \\ & + 0.095Career(3.425) *** + 0.45Income(1.403) \\ & + 0.033Business(3.640) *** \end{aligned}$$

R-Square=0.90 R-Adjust= 0.95 F-test =10.401***Durbin Warson=1.322 S.E of the estimate=0.377 RSS=8.909

หมายเหตุ *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

ปัจจัยด้านอุปสงค์ต่อธุรกิจชุมชนในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยปัจจัยด้านเพศ อายุ อาชีพ ประเภทธุรกิจที่ประกอบการในชุมชน มีผลต่ออุปสงค์ของกิจการอย่างมีระดับนัยสำคัญ และผลการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์ความแตกต่างปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภค กิจการธุรกิจชุมชน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภค กิจการธุรกิจชุมชน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกัน โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการใช้บริการธุรกิจชุมชนอย่างมาก ได้แก่ เพศหญิง มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของสินค้าในชุมชน ด้านราคาเหมาะสมกับสินค้าที่นำเสนอขายในธุรกิจชุมชน ด้านส่งเสริมการขายที่พัฒนารูปแบบการตลาดเพื่อแข่งขันที่มากขึ้น ด้านบุคลากรในการให้บริการธุรกิจชุมชน ส่วนเพศชาย มีความพึงพอใจต่อความต้องการใช้บริการธุรกิจชุมชน ด้านช่องทางจัดจำหน่ายและสถานที่จัดจำหน่ายสินค้า ด้านกระบวนการให้บริการสินค้าในชุมชนสะดวกรวดเร็ว รวมถึงการแนะนำการตลาดออนไลน์ ด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์สินค้า หน้าร้านที่น่าสนใจมากขึ้นเมื่อได้ทำการพัฒนาทางการตลาดออนไลน์ อายุต่ำกว่า 18 ปี มีความต้องการต่อการใช้บริการธุรกิจชุมชนในด้านสินค้ามีความทันสมัยเหมาะสมกับการใช้สินค้าเป็นความพึงพอใจด้านสินค้าของธุรกิจชุมชน ด้านสถานที่จัดจำหน่ายและความสะดวกที่ได้จากการขายออนไลน์มากขึ้น ด้านกระบวนการให้บริการการตลาดออนไลน์ที่มีมากขึ้น มีคะแนนความพึงพอใจสูงสุด และโดยภาพรวมของความต้องการของผู้บริโภคต่อปัจจัยทางการตลาดมีความพึงพอใจสูงสุด วุฒิมัธยมศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจในด้านราคา สถานที่จัดจำหน่าย ส่งเสริมการขาย ผู้บริโภคที่มีอาชีพนักเรียนนักศึกษามีความพึงพอใจด้านสินค้า ราคา ส่งเสริมการตลาด และภาพรวมของตลาดชุมชนสูงสุดมากกว่าอาชีพอื่น ผู้มีรายได้น้อยกว่า 8,000 บาท จะมีความพึงพอใจด้านสถานที่จัดจำหน่าย ภาพลักษณ์ของกิจการ และภาพรวมทางการตลาดของการดำเนินกิจการธุรกิจ

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ทางการแข่งขันทางการตลาดเพื่อเพิ่มศักยภาพของห่วงโซ่อุปทาน การขายของออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมประเพณีน้ำพริกได้รับความพึงพอใจสูงสุดด้านสินค้าที่จัดจำหน่าย มีคุณภาพของสินค้าทางธุรกิจ ปริมาณสินค้าทางธุรกิจที่เหมาะสม ความแปลกใหม่ของสินค้าทางธุรกิจ และความหลากหลายของสินค้าทางธุรกิจ ด้านสถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงร้านค้าธุรกิจและความสะดวกของช่องทางการชำระเงินของกิจการ เวลาเปิดของร้านค้าธุรกิจในการให้บริการมีความเหมาะสมและสถานที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ที่พัก/ที่ทำงานและสินค้าเข้าถึงแหล่งชุมชน สถานที่ท่องเที่ยว ด้านส่งเสริมการตลาดมีการนำเสนอสินค้าใหม่อย่างสม่ำเสมอและรูปแบบสินค้าใหม่ มีการส่งเสริมการขายใหม่ล่าสุดที่ทำให้ขึ้นส่งผลต่อการขายมากขึ้น และมีการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ ให้น่าสนใจ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ มีการบริการของพนักงานและอัธยาศัยที่ดีต่อการบริการกิริยาอาการที่ดีในการให้บริการยิ้มแย้มแจ่มใสและแนะนำสินค้าอย่างเป็นกันเอง ความเอาใจใส่ต่อผู้ที่มารับบริการในกิจการหน้าร้าน และเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมีความเหมาะสมในการให้บริการ ภาพรวมของตลาดที่ได้รับความพึงพอใจธุรกิจมากที่สุด ธุรกิจเครื่องดื่มในชุมชนได้รับความพึงพอใจสูงสุดด้านราคามีการกำหนดราคากับคุณภาพสินค้าธุรกิจมีความเหมาะสม และมีความเหมาะสมของราคากับปริมาณสินค้าที่ได้จากการบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าที่ง่าย และไม่ยุ่งยาก ความรวดเร็วในการรับสินค้าทั้งแบบหน้าร้านและแบบออนไลน์ การลำดับคิวการให้บริการสะดวก รวดเร็วและเป็นระเบียบ ระดับความพึงพอใจในขั้นตอนรับบริการภาพรวม และความถูกต้องของสินค้าที่ได้รับแบบหน้าร้านและแบบออนไลน์ ด้านภาพลักษณ์ของร้านค้า การออกแบบตกแต่งร้านตามที่ตั้งร้านและหน้าเพจออนไลน์ การให้ความสำคัญกับความสะอาด การจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์ สภาพแวดล้อมภายนอก และภายในร้านมีการจัดอย่างเหมาะสม การจัดวางสินค้านำเสนออย่างเหมาะสมทั้งหน้าร้านและออนไลน์ ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างกันของปัจจัย ด้านข้อมูลบุคคลและปัจจัยทางการตลาดสามารถแสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างกันในทุกปัจจัย โดยทุกปัจจัยข้อมูลบุคคลและประเภทธุรกิจมีผลต่อความพึงพอใจทางการตลาดทั้งหมด ให้ความสำคัญต่อระดับรายได้และประเภทธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อปัจจัยการตลาดในการบริโภคอย่างมีระดับนัยสำคัญ

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ความเป็นไปได้ของธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางของจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์มีโอกาสในการทำธุรกิจได้กำไรสูงในทุกธุรกิจ โดยเฉพาะขนม อาหารแปรรูปทะเล อาหาร เครื่องดื่ม วัตถุประสงค์ที่ใช้ในชุมชนเป็นห่วงโซ่อุปทานที่ลดต้นทุนในการประกอบการส่งผลกระทบต่อการเงินมีผลตอบแทนต่อการลงทุน และต่อยอดขายสูง คืนทุนเร็ว ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะโอกาสในการทำกำไรจากแหล่งวัตถุดิบในชุมชนมีการต้นทุนต่ำหรือกิจการลดค่าใช้จ่ายการขนส่ง จากแหล่งต้นทุนในจังหวัด สอดคล้อง Suwande et al. (2020) ด้านลดต้นทุนใช้แหล่งที่ทำธุรกิจทำกำไรได้สูง สอดคล้องกับ Jangsawhang (2023) นอกจากขายได้กำไรดียังเน้นการขายแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนไม่ต้องเดินทางไปขาย เสียค่าใช้จ่ายสูงอีกด้วย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ปัจจัยกำหนดอุปสงค์อุปทานของธุรกิจย่อมให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการเงินและการตลาดของกิจการด้านอุปทานจะดูปัจจัยการเงิน ด้านอุปสงค์ความต้องการของผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยการตลาดและภาพลักษณ์ต่อกิจการ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการทำกำไรจากการประกอบธุรกิจจะให้ความสำคัญต่อการเพิ่มช่องทางการขาย การสร้างการตลาดออนไลน์ส่งผลต่อการพัฒนาธุรกิจในปัจจุบัน

สอดคล้องกับ Piyakul (2019) ที่ให้ความสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรมทางตลาดโดยใช้เทคโนโลยีมาช่วยทำการตลาด เพื่อสร้างความจดจำให้กับผู้บริโภคและทำกำไรได้มากขึ้น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ความสัมพันธ์ของการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันส่งผลต่ออุปทาน และอุปสงค์ของธุรกิจ มีผลต่อการขายและซื้อสินค้าของธุรกิจในชุมชน ทั้งปัจจัยด้านบุคคล คุณสมบัติของประเภท ธุรกิจจะส่งผลต่อการพัฒนาธุรกิจในชุมชน การพัฒนาการขายผ่านตลาดออนไลน์ให้กับธุรกิจแสดงความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มยอดขายได้อย่างมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะทั้งอุปสงค์และอุปทานย่อมมีความสัมพันธ์ต่อบริษัททางการตลาด และการเงินของกิจการ และยังมีส่วนต่อการขับเคลื่อนการพัฒนาธุรกิจทุกประเภทในปัจจุบัน สอดคล้องกับ Somsukgjon (2022) ที่เน้นการทำตลาดออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าและสามารถทำการตลาดจากความสะดวก หลากหลาย ราคาเหมาะสมกับการทำกำไรของกิจการ

สรุปผล

ห่วงโซ่อุปทานและอุปสงค์แต่ละธุรกิจ มีความแตกต่างกันในการได้มาซึ่งวัตถุดิบที่สามารถหาได้จากในชุมชน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยวัตถุดิบหลัก ๆ ในกลุ่มอาหาร ขนม เครื่องดื่ม น้ำพริก จะใช้วัตถุดิบหลักในการดำเนิน ธุรกิจประเภท ผัก ผลไม้ประเภทสับปะรด มะพร้าว ทุเรียน และผลไม้ตามฤดูกาล ที่สามารถเก็บเกี่ยวมาใช้ในพื้นที่ ที่มีปลูกใช้และมีขายในพื้นที่ในราคาต้นทุนที่ถูก เมื่อไม่รวมค่าขนส่งทำให้ได้กำไรจากเมนูวัตถุดิบหลักที่หาได้จาก ในพื้นที่ จนสามารถจัดทำเป็นเมนูอาหารหลักของร้านค้าได้อย่างมีนัยสำคัญ และร้านค้าขายฝากอาหารทะเลแปรรูป เป็นร้านขายของฝากแปรรูปอาหารทะเลที่ใช้ อาหารทะเล ที่มีอยู่ในพื้นที่ขายฝากใกล้แหล่งวัตถุดิบ ทั้งการแปรรูป หรือรับสินค้าอาหารแปรรูปทะเลค้าขายในร้านขายฝาก ทำให้ต้นทุนการผลิตและนำมาขายมีราคาต้นทุนต่ำ การ กำหนดห่วงโซ่อุปทานของกิจการ ซึ่งสามารถบ่งชี้ถึงเส้นทางการนำวัตถุดิบมารังสรรค์เมนูสินค้าใหม่ ๆ ได้แต่กิจการ ยังคงรักษาความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การทำการตลาดออนไลน์ส่งผลต่อการเพิ่มรายได้มากขึ้น ตามที่คาดการณ์ในงานวิจัย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า เมื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทานการใช้วัตถุดิบในชุมชนส่งผลต่อผลตอบแทน ในการดำเนินธุรกิจทั้ง 6 ธุรกิจ ความผันผวนของราคาวัตถุดิบทำให้ต้นทุนการดำเนินกิจการสูงในช่วงหลังโควิด อย่างไรก็ดีตาม การคาดการณ์ผลกำไรยังคงสามารถเพิ่มรายได้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ หน่วยงานรัฐหรือองค์กรบริหารจังหวัดควรเข้าไปกำกับดูแลสินค้าต่าง ๆ ที่ผลิตในชุมชนให้มีราคาตามฤดูกาล เหมาะสมกับค่าครองชีพของจังหวัดเพื่อรักษาระดับราคาสินค้าให้มีราคาเหมาะสมกับชุมชน และยังเป็นการพัฒนา ยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจของจังหวัดให้เติบโตแบบยั่งยืน ส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่ง

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ปัจจัยทางการแข่งขันทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็นราคาสินค้า คุณภาพสินค้าในชุมชน ช่องทางการขายทั้งแบบหน้าร้านและออนไลน์ การส่งเสริมการขายช่วยผลักดันให้สินค้า ในชุมชนมีการพัฒนามากขึ้น พร้อมทั้งผลประโยชน์ที่ได้กำไรเหมาะสมกับแต่ละธุรกิจส่งผลให้ส่งเสริมการพัฒนา ชุมชนในจังหวัดได้อย่างดี ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ การยอมรับในภาพลักษณ์ของกิจการและ

จังหวัด ผู้ประกอบการในชุมชนและหน่วยงานรัฐ ควรมีแผนประจำปีในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของดีในชุมชน สนองนโยบายของการพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัดในระดับประเทศ มาเป็นแผนแม่บทในการจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาล โดยประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง เพื่อให้ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวภายนอก ได้รับข่าวสารและเพิ่มช่องทางการตลาด อีกทางหนึ่ง

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ความสัมพันธ์ของการแข่งขันของกิจการและการขยายฐานลูกค้า ของกิจการในรูปกิจการเดี่ยวและวิสาหกิจชุมชน ที่มีการใช้วัตถุดิบหลักของจังหวัดไม่ว่าจะเป็นสับปะรด มะพร้าว หรือ พืชสวนครัวทำน้ำพริก อาหาร หรือเสื้อผ้าพื้นเมืองล้วนต้องเกิดการความร่วมมือจากหลายฝ่ายทั้งผู้ผลิต ผู้บริโภคและ ภาครัฐให้การสนับสนุนดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ คือทั้งจังหวัดมีความร่วมมือทั้งภาคเอกชนและ ภาครัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มนักท่องเที่ยวมาขยายฐานลูกค้าให้กับชุมชน การสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการ พัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่อยู่ในชุมชนจะได้รับการส่งเสริมในรูปแบบแนวการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อให้คนในพื้นที่ สามารถขายสินค้าเพิ่มรายได้ และร่วมเครือข่ายกับการท่องเที่ยวเพิ่มช่องทางการนำนักท่องเที่ยวลงชุมชน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการนำเสนองานวิจัยครั้งนี้เป็นการนำเสนอธุรกิจสร้างสรรค์ขนาดเล็กและขนาดกลางในอำเภอ หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความหลากหลายของขนาดธุรกิจและเน้นด้านการเงินและเศรษฐศาสตร์ทางธุรกิจ งานวิจัยครั้งต่อไปควรให้ความสำคัญกับวิสาหกิจชุมชนและการพัฒนาในเชิงอนุรักษ์ ทั้งด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรม ตามวิถีชุมชน

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 4 แสดงรูปแบบการทำตลาดออนไลน์ของธุรกิจสร้างสรรค์ขนาดเล็กและขนาดย่อม

Fig.4 Show the online marketing model of small and medium creative businesses

รูปแบบการทำตลาดออนไลน์ในชุมชนธุรกิจจังหวัดประจวบคีรีขันธ์หลังสถานการณ์โควิด-19 ช่วยเพิ่มช่องทางการขายได้มากขึ้น เพิ่มการตลาดรูปแบบใหม่สร้างนวัตกรรมการตลาดตามแต่ละประเภทธุรกิจ ทางเศรษฐศาสตร์กำหนดปัจจัยกำหนดอุปสงค์ อุปทานต่อการซื้อขายสินค้าและบริการ ได้แก่ ราคา คุณสมบัติสินค้า ช่องทางการขาย การส่งเสริมการขาย ปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม เมื่อมีการนำนวัตกรรมใหม่ทางการขายของออนไลน์เข้ามาทบทวนในการเพิ่มยอดขาย ย่อมเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างการพัฒนาการเพิ่มการซื้อขายสินค้าได้มากขึ้น ส่งผลกระทบท่อปัจจัยทางการเงิน ความเป็นไปได้ของกิจการให้สามารถดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพทำกำไร และประสบความสำเร็จได้รวดเร็วมากกว่าการทำตลาดดั้งเดิมที่เคยทำกันมา

References

- Aujirapongpan, S. (2022). *Cost accounting: Product cost calculation and accounting concept*. SE-EDUCATION.
- Bangkokbiznews. (2022, November). 'SME D Bank & Sasin' reveals SME confidence index Q4. <https://www.bangkokbiznews.com/business/economic/1040641>
- Electronic Transactions Development Agency (ETDA). (2019, February). *Thailand internet user profile 2018*. https://www.pt.or.th/ptcouncil/file_attach/Att201905301559203791_2.pdf
- Electronic Transactions Development Agency (ETDA). (2021, April). *Thailand internet user behavior 2020*. <https://www.eta.or.th/th/newsevents/pr-news/ETDA-released-IUB-2020.aspx>
- Jangsawhang, N. (2023). Production cost analysis and returns on curry puff products of Bansuanpunjit community enterprise, Khao Phra Ngam Sub-District, Mueang District, Lop Buri Province. *Journal of Lawasri*, 7(1), 91-101. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/lawasrijo/article/view/263751>
- Juntaro, J. et al. (2002). *Feasibility business project and industrial* (7th ed.). Chulalongkorn University.
- Piyakul, B. (2019). *The factors affecting the decision to buy brand name handbags through online channels of master's students in Bangkok*[Master's thesis, Kasetsart University]. <https://econ.src.ku.ac.th/Thesis-IS/60/6034750334.pdf>
- Prachuap Khiri Khan Provincial Statistics Office. (2020). *Prachuap Khiri Khan Provincial statistics report 2019*. https://pchkkan.nso.go.th/images/2566/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%B4/PKK_P_S_Report__2562.pdf

- Promsiri, T. (2021, November 16). *5 Questions for feasibility study*. Neo Academy Management College, Mahidol University. <https://www.neoacademy.pro/post/5-questions-for-feasibility-study>
- Somsukkajon, P. (2022). *Supply chain management of gemstones in Thailand after the COVID-19 Pandemic Crisis*. Ramkhamhaeng University. <http://www.ba-abstract.ru.ac.th/index.php/abstractData/viewIndex/1001.ru>
- Suwandee, I. et al. (2020). *Costs and returns analysis of processing picked fish production: Case study of fermented fish sause Nong Kae Sriboonrung District, Nong Bua Lam Phu Province*. Udonthani Rajaphat University. <https://ms.udru.ac.th/ACresearch/assets/pdf/20200425103017.pdf>