



รายงานโครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน
อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี
รหัสโครงการ 4776616

โดย

เสาร์คำ ใสแก้ว

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี
เดือน กรกฎาคม ปี พ.ศ. ๒๕๖๘

งบประมาณสนับสนุนมูลฐาน (Fundamental Fund)

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

จากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

MCURS 800768020



Complete the Research Project Report

Mahachulalongkornrajavidyalaya

PROMOTING THE DEVELOPMENT OF A GRASSROOTS FISHERIES MARKET
BASED ECONOMY NETWORK IN MUEANG CHONBURI DISTRICT

CHONBURI PROVINCE

Project Code 4776616

BY

SAOKUM SAIKAEW

Mahachulalongkornrajavidyalaya University Chonburi Buddhist College

June, B.E.2568

Funded by:

National Science, Research and Innovation (NSRF)

Fiscal Year: B.E.2568

Grant Number: MCU RS 800768020

ชื่อรายงานการวิจัย	: การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมง พื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี
ผู้วิจัย	: เสาร์คำ ไส้แก้ว
ส่วนงาน	: วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราช วิทยาลัย
ปีงบประมาณ	: ๒๕๖๘
ทุนอุดหนุนการวิจัย	: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและ นวัตกรรม

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ ๑) เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ๒) เพื่อพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี และ ๓) เพื่อนำเสนอและประเมินการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยและพัฒนา เก็บรวบรวมข้อมูลด้วย แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ แบบสนทนากลุ่ม แบบทดสอบความรู้ และแบบประเมิน จากผู้ประกอบการตลาดประมงพื้นบ้าน จำนวน ๒๓๕ คน สัมภาษณ์ ๙ คน สนทนากลุ่ม ๕ คน และประเมินความรู้รวมถึงประเมินความเหมาะสม จำนวน ๓๐ คน โดยข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นโดยใช้เทคนิค Modified Priority Need Index การวิเคราะห์เนื้อหา และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่า t-test

ผลการวิจัยพบว่า :

๑. ความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านที่มีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการส่งเสริมมากที่สุด ๓ อันดับแรก คือ ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย, ด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน และ ด้านมีความสนใจร่วมกัน ส่วนความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม ด้านที่มีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการส่งเสริมมากที่สุด ๓ อันดับแรก คือ ด้านวิธวิธี ชัดเจนธุรกิจ, ด้านจักขุมา ตาดี และ ด้านนิสัยสัมพันธ์โน พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่อาศัย ตามลำดับ

๒. การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี มีอยู่ ๓ แนวทาง คือ ๑) จักขุมา รู้จักสินค้า ดูของเป็น เก่งกาไรแม่นยำ มุ่งเน้นความสามารถในการจำแนกชนิด คุณภาพ และความสดของสัตว์น้ำในท้องถิ่นได้อย่างถูกต้อง พร้อม

ทั้งประเมินราคาตลาดของสัตว์น้ำแต่ละชนิดได้อย่างสมเหตุสมผล และสร้างความเข้าใจในหลักการตั้งราคาอย่างมีคุณธรรม ๒) วิธูโร ชี้อย่าง ขยายคลอง ได้ใจลูกค้า มุ่งเน้นให้เข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มต่างๆ และส่งเสริมทักษะการสื่อสาร การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และการบริการลูกค้าด้วยใจบนพื้นฐานของคุณธรรม และ ๓) นิสสัยสัมปันโน สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย มุ่งเน้นการเรียนรู้วิธีการบันทึกรายรับ-รายจ่ายอย่างง่าย เพื่อให้เห็นสถานะทางการเงินของตนเอง และส่งเสริมทัศนคติและพฤติกรรมที่นำไปสู่ความไว้วางใจจากแหล่งทุนและลูกค้า

๓) การนำเสนอและประเมินการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความรู้ก่อนและหลังการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีค่าเฉลี่ยความรู้ก่อนการส่งเสริม อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=๒.๓๑$) และมีค่าเฉลี่ยความรู้หลังการส่งเสริม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๓.๙๘$) โดยมีค่าเฉลี่ยของความก้าวหน้าทางการส่งเสริมเพิ่มขึ้นอยู่ที่ ๑.๖๗ เมื่อเปรียบเทียบระหว่างคะแนนสอบทั้งสองครั้ง พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้หลังส่งเสริมสูงกว่าก่อนเข้าส่งเสริมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ ส่วนแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๓.๗๐$)

คำสำคัญ : ตลาดประมงพื้นบ้าน, เครือข่ายฐานราก, จังหวัดชลบุรี.

Research Title	: Promoting the development of a grassroots fisheries market-based economy network in Mueang Chonburi District, Chonburi Province
Researcher	: Saokum Saikaew
Department	: Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Chonburi Buddhist College
Fiscal Year	: 2025
Research Scholarship Sponsor	: Thailand Science Research and Innovation Fund

ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) to study the essential needs for strengthening the grassroots moral economy network of the local fishing market in Mueang District, Chonburi Province; 2) to develop a grassroots moral economy network of the local fishing market in Mueang District, Chonburi Province; and 3) to present and evaluate the promotion of the grassroots moral economy network of the local fishing market in Mueang District, Chonburi Province. This research was conducted as a Research and Development (R&D) study. Data were collected through questionnaires, interviews, focus group discussions, knowledge tests, and evaluation forms from 235 local fishing market entrepreneurs, 9 interviewees, 5 focus group participants, and 30 participants in the knowledge and appropriateness evaluation. The data were analyzed using percentage, mean, standard deviation, Modified Priority Needs Index, content analysis, and t-test statistics.

Research Findings :

1. The study revealed that the top three most urgent needs for strengthening the grassroots economic network of the local fishing market in Mueang District, Chonburi Province are: 1) member participation in the network, 2) exchange-based interactions, and 3) shared interests. Regarding the overall needs for strengthening the grassroots moral economy network of the local fishing market in Mueang District, Chonburi Province, the three most urgent aspects that require promotion are: 1) *Vituro*

(business clarity and competence), 2) *Cakkhuma* (keen insight), and 3) *Nissayasampanno* (resource support and proper reliance), respectively.

2. The development of the grassroots moral economy network of the local fishing market in Mueang District, Chonburi Province consists of three key approaches: 1) *Cakkhuma* Product awareness, market insight, and accurate price estimation: This approach focuses on enhancing the ability to correctly identify the types, quality, and freshness of local aquatic products, accurately assess market prices, and develop an ethical understanding of pricing principles. 2) *Vituro* Smooth transactions and customer satisfaction: This approach emphasizes understanding the needs and behaviors of different customer segments, while promoting communication skills, relationship-building, and customer service rooted in moral values. 3) *Nissayasampanno* Credibility and access to funding: This approach encourages simple financial literacy, particularly in recording income and expenses to gain a clear picture of one's financial status, while also fostering attitudes and behaviors that build trust with financial institutions and trading partners.

3. The presentation and evaluation of the promotion of the grassroots moral economy network of the local fishing market in Mueang District, Chonburi Province revealed that the overall average knowledge score of participants before and after the promotion activities showed significant improvement. Before the promotion, participants had a low level of knowledge ($\bar{x}$ = 2.31), while after the promotion, their knowledge level increased to a high level ($\bar{x}$ = 3.98), indicating a knowledge gain of 1.67 points. A comparison between the pre- and post-test scores showed that participants had significantly higher knowledge after the promotion activities at the 0.01 level of statistical significance. Furthermore, the overall appropriateness of the proposed promotion approach for the grassroots moral economy network was rated at a high level ($\bar{x}$ = 3.70).

Keywords: Local Fishing Market, Grassroots Network, Chonburi Province.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี สำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ที่ให้ความกรุณาในการสนับสนุนงานวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี จึงขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่มีส่วนให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ทุกประการไว้ ณ โอกาสนี้

กราบขอบพระคุณ พระครูสุธีกิตติบัณฑิต,รศ.ดร. ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และผู้ทรงคุณวุฒิทุกรูป/คน ที่กรุณาตรวจรูปแบบรายงานวิจัย รวมถึงเจ้าหน้าที่สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ทุกรูป/คน ที่ให้โอกาสกับผู้วิจัยสามารถทำวิจัยได้สำเร็จ

กราบขอบพระคุณ พระมหาสุชาติ ธมมกาโม,ดร. ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี ที่ให้โอกาสกับผู้วิจัยเพื่อให้สร้างสรรค์ผลงานวิชาการที่มีประโยชน์แก่สังคม ขอขอบคุณประชาชนและผู้ให้ข้อมูลสำคัญในอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรีทุกท่าน ที่ได้ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยจนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ด้วยดี

ในการนี้ ความสำเร็จและคุณค่าของงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่สังคมและองค์กรโดยส่วนร่วม เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยและต่อยอดองค์ความรู้ต่อไปในอนาคต ขออำนาจคุณพระศรีรัตนตรัย จงดลบันดาลให้ทุกท่านที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ ประสบแต่ความสุข ความเจริญทั้งทางโลกและทางธรรมยิ่งขึ้นไป

เสาร์คำ ใส่แก้ว

๑๙ สิงหาคม ๒๕๖๘

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
ABSTRACT	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญรูปภาพ.....	ญ
บทที่ ๑ บทนำ	๑
๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	๑
๑.๒ คำถามวิจัย.....	๓
๑.๓ วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	๓
๑.๔ ขอบเขตการวิจัย	๔
๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย	๖
๑.๖ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	๗
บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๙
๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินความจำเป็น	๙
๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย.....	๑๕
๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำกลยุทธ์	๒๑
๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับบริบทเชิงพื้นที่	๓๑
๒.๕ แนวคิดเกี่ยวกับหลักปาปนิกรรม.....	๓๓
๒.๖ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๓๖
๒.๗ กรอบแนวคิดในการวิจัย	๔๑
บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย.....	๔๒
๓.๑ รูปแบบการวิจัย	๔๒
๓.๒ การศึกษาความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมง พื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี.....	๔๓
๓.๓ การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี	๔๖
๓.๔ การนำเสนอและประเมินการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมง พื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี.....	๔๘

๓.๕ สรุปกระบวนการวิจัย.....	๕๒
บทที่ ๔ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	๕๓
๔.๑ ความต้องการจำเป็นเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี	๕๔
๔.๒ การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี	๘๑
๔.๓ นำเสนอและประเมินการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี.....	๑๐๑
๔.๔ องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย	๑๑๑
บทที่ ๕ สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะการวิจัย	๑๑๒
๕.๑ สรุปผลการวิจัย.....	๑๑๓
๕.๒ อภิปรายผลการวิจัย.....	๑๑๖
๕.๓ ข้อเสนอแนะการวิจัย.....	๑๑๙
บรรณานุกรม	๑๒๒
ภาคผนวก	๑๒๗
ภาคผนวก ก หนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์	๑๒๘
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	๑๓๑
ภาคผนวก ค หนังสือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ, ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และหนังสืออื่น ๆ	๑๕๒
ภาคผนวก ง ภาพถ่ายการลงพื้นที่ และกิจกรรมในโครงการวิจัย	๑๖๔
ภาคผนวก จ เอกสารการรับรองการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์.....	๑๗๔
ภาคผนวก ช บทความวิจัย และหนังสือรับรอง.....	๑๗๙
ภาคผนวก ฌ ผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (IOC)	๑๘๒
ภาคผนวก ญ ผลการทดลองใช้เครื่องมือ (TRY OUT)	๑๙๐
ภาคผนวก ฎ รายละเอียดแนวทางการส่งเสริม.....	๑๙๙
ภาคผนวก ฏ รายชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมและประเมินความรู้.....	๒๐๕
ภาคผนวก ฐ ข้อมูลรายชื่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	๒๐๘
ภาคผนวก ท เอกสารรับรองจริยธรรมการวิจัย	๒๑๑
ภาคผนวก ฒ ผลการตรวจสอบอักษรวิสุทธิ์.....	๒๑๔
ประวัติผู้วิจัย	๒๑๖

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
ตารางที่ ๔.๑	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	๕๒
ตารางที่ ๔.๒	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	๕๒
ตารางที่ ๔.๓	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวันที่ลงขายสินค้า	๕๓
ตารางที่ ๔.๔	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามหมวดประเภทสินค้า	๕๓
ตารางที่ ๔.๕	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนปีที่ขายสินค้า	๕๓
ตารางที่ ๔.๖	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามราคาที่ยขายสินค้า	๕๓
ตารางที่ ๔.๗	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี PNI _{modified} ความต้องการ จำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมง พื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม	๕๕
ตารางที่ ๔.๘	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี PNI _{modified} ความต้องการ จำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมง พื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการรับรู้มุมมองด้วยกัน	๕๗
ตารางที่ ๔.๙	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี PNI _{modified} ความต้องการ จำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมง พื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน	๕๙
ตารางที่ ๔.๑๐	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี PNI _{modified} ความต้องการ จำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมง พื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านมีความสนใจร่วมกัน	๖๑
ตารางที่ ๔.๑๑	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี PNI _{modified} ความต้องการ จำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมง พื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก เครือข่าย	๖๓
ตารางที่ ๔.๑๒	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี PNI _{modified} ความต้องการ จำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมง พื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการเสริมสร้างซึ่งกันและ กัน	๖๕
ตารางที่ ๔.๑๓	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี PNI _{modified} ความต้องการ จำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมง พื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการพึงพิงอิงร่วมกัน	๖๗

ตารางที่ ๔.๑๔	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี PNI _{modified} ความต้องการ จำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมง พื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการปฏิสัมพันธ์เชิง แลกเปลี่ยน	๖๙
ตารางที่ ๔.๑๕	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี PNI _{modified} ความต้องการ จำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรม ประมงพื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม	๗๒
ตารางที่ ๔.๑๖	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี PNI _{modified} ความต้องการ จำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรม ประมงพื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านจักขุมตาดี	๗๓
ตารางที่ ๔.๑๗	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี PNI _{modified} ความต้องการ จำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรม ประมงพื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านวิรุโร ชัดเจนธุรกิจ	๗๕
ตารางที่ ๔.๑๘	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี PNI _{modified} ความต้องการ จำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรม ประมงพื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านนิสสยสัมปโน พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่อาศัย	๗๗
ตารางที่ ๔.๑๙	ผลการสัมภาษณ์การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาด ประมงพื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี	๘๐
ตารางที่ ๔.๒๐	ผลการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) การพัฒนาเครือข่าย เศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี	๘๙
ตารางที่ ๔.๒๑	ผลการทดสอบความรู้ก่อนและหลังการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจ คุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี	๙๗
ตารางที่ ๔.๒๒	ผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยก่อนและหลังการส่งเสริมเครือข่าย เศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี	๙๘
ตารางที่ ๔.๒๓	ผลการประเมินความเหมาะสมของแนวทางการส่งเสริมเครือข่าย เศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม	๙๙

- ตารางที่ ๔.๒๔ ผลการประเมินความเหมาะสมของแนวทางการส่งเสริมเครือข่าย
เศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี
จังหวัดชลบุรี ด้านจักขุมา รู้จักสินค้า ของเป็น เก่งกำไรแม่นยำ ๑๐๐
- ตารางที่ ๔.๒๕ ผลการประเมินความเหมาะสมของแนวทางการส่งเสริมเครือข่าย
เศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี
จังหวัดชลบุรี ด้านวิธโร ซื้อขาย ชาญฉลาด ได้ใจลูกค้า ๑๐๑
- ตารางที่ ๔.๒๖ ผลการประเมินความเหมาะสมของแนวทางการส่งเสริมเครือข่าย
เศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี
จังหวัดชลบุรี ด้านนิสยสัมพันธ์ สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุน
ได้ง่าย ๑๐๓

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่		หน้า
ภาพที่ ๒.๑	กรอบแนวคิดการวิจัย	๔๐
ภาพที่ ๓.๑	รูปแบบการวิจัยและพัฒนา	๕๑
ภาพที่ ๔.๑	องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย	๑๐๖

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เศรษฐกิจฐานราก ถือเป็นระบบเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่น ที่สามารถพึ่งตนเองภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีการช่วยเหลือเอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน มีคุณธรรม และเป็นระบบเศรษฐกิจที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาในด้านอื่นๆ ในพื้นที่ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม ผู้คน ชุมชน วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน เป็นระบบเศรษฐกิจแนวราบที่ส่งผลและสร้างความสัมพันธ์ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมระหว่างผู้คนในชุมชนท้องถิ่น มิใช่เป็นเฉพาะเศรษฐกิจแนวตั้งแบบปัจเจกแต่สามารถทำให้เกิดความร่วมมือ เกิดโอกาสและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเศรษฐกิจร่วมของชุมชนกับเศรษฐกิจของปัจเจก เป็นระบบเศรษฐกิจที่มีลักษณะความร่วมมือเป็นหุ้นส่วนสร้างความสัมพันธ์ ทั้งในชุมชนท้องถิ่นและในระดับที่กว้างขวางอื่นๆ และภายนอก^๑ ระบบเศรษฐกิจฐานราก จะต้องมีความรู้แนวทางพัฒนาและการจัดการโดยชุมชนท้องถิ่น ให้ครบวงจรมากที่สุด มีการสร้างทุนและ กองทุนที่เข้มแข็ง มีการผลิตพื้นฐาน การแปรรูป การบริการ การตลาด การผลิตอาหาร และความจำเป็นพื้นฐานเพื่อการดำรงชีวิต การอยู่ร่วมกัน สำหรับคนในพื้นที่อย่างพอเพียง และพัฒนาเป็นวิสาหกิจเพื่อ สังคมหรือธุรกิจของชุมชน (ในมิติของการเกื้อกูล เอื้อเฟื้อ การมีส่วนร่วมของคนในตำบล) ต่าง ๆ ทั้งขนาดย่อมหรือขนาดใหญ่ขึ้น โดยใช้ทั้ง ความรู้ที่สั่งสมในพื้นที่ หรือที่เป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรมของพื้นที่ และมี การพัฒนาให้ทันสมัย พร้อมกับมีเทคนิค วิทยาการและความรู้เทคโนโลยี มาพัฒนาเพิ่มเติมให้เหมาะสมกับตลาด หรือสังคมเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้คนและชุมชนท้องถิ่นโดยรวมสามารถพึ่งตนเอง มีรายได้มากกว่ารายจ่าย และสามารถพัฒนาเป็นผู้ผลิตผู้สร้างงานบริการต่าง ๆ จากท้องถิ่นที่เข้มแข็ง สร้างสรรค์ หลากหลายมีเอกลักษณ์ ทันสมัย และเชื่อมโยงกับระบบตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ^๒

หากกล่าวถึงตลาดประมงพื้นบ้านในจังหวัดชลบุรี โดยเฉพาะอำเภอเมืองชลบุรี มีความโดดเด่นทางสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม โบราณสถาน และร้านอาหาร ทั้งนี้ยังมีตลาดประมงที่น่าสนใจอยู่ ๓ แห่ง คือ ตลาดประมงท่าเรือพลี อดีตเป็นท่าเทียบเรือที่สำคัญของจังหวัดชลบุรี มีชาวประมง

^๑ ประสงค์ ตันพิชัย และคณะ. การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากร้านค้าประชารัฐ และศูนย์กระจายสินค้าเกษตรอินทรีย์แก่เลี้ยง : คลังแห่งผลผลิตและการส่งต่ออาหารปลอดภัยสู่สังคม. (นครปฐม : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ๒๕๖๕).

^๒ กาญจนา รอดแก้ว ภูซังค์ เสนานุช และธรรรงค์ จันใต้. การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยว กับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน. (กรุงเทพมหานคร : สำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ๒๕๖๓).

รวมทั้งเรือสินค้า เรือสำเภา ขนส่งขนาดใหญ่มาจอดเทียบท่า เพื่อขนถ่ายสินค้า แต่ปัจจุบันได้เปลี่ยนมาเป็นที่เรือประมง โดยมีชาวประมงจับกุ้ง หอย ปู ปลา มาขึ้นที่ท่าเรือดังกล่าว อีกทั้งทางเทศบาลเมืองชลบุรีได้ฟื้นฟู ตลาดประมงท่าเรือพลี เพื่อส่งเสริมการค้า อาหารทะเล กระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน สร้างรายได้ให้กับประชาชนในชุมชนชาวเลให้เพิ่มมากขึ้น และพัฒนาตลาดประมงให้กลับมาเป็นตลาดอาหารทะเล ที่นิยมเหมือนในอดีต จึงจัดให้มีตลาดค้าอาหารทะเล อาหารทะเลแห้ง รวมถึงการออก ร้านขายอาหารทุกวัน ในส่วนตลาดประมงพื้นบ้านอ่างศิลา หรือเรียกว่า สะพานปลาอ่างศิลา เป็นสะพานที่ยื่นลงทะเลยาวลงไปเพื่อเป็นที่เทียบเรือให้ชาวประมงขึ้นของทะเลที่หาขึ้นที่สะพานปลาอ่างศิลา สร้างมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ ๔ เป็นตลาดสดที่คึกคัก มีสินค้าทะเลที่ชาวประมงมาขายกัน สดๆ หลากหลาย มีอาหารทะเลแห้ง สินค้าท้องถิ่นก็มีมาขายกันมากมาย ทั้งร้านอาหาร โรงแรม ชาวบ้านใกล้เคียงต่างมาซื้ออาหารทะเลแห้งนี้ ตลอดจนนักท่องเที่ยวก็มาซื้ออาหารทะเลที่สะพานปลาแห่งนี้ด้วยเช่นกัน ทำให้ตลาดมีความคับแคบมาก จึงจำเป็นต้องขยาย และย้ายตลาดมาอีกแห่งหนึ่ง โดยมีชื่อเรียกใหม่ว่า ตลาดประมงพื้นบ้านอ่างศิลา ตลาดท่าเรือพลีตำบลบางทราย เป็นนโยบายของเทศบาลตำบลบางทราย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และกระตุ้นฟื้นฟู เศรษฐกิจสร้างรายได้ให้กับชุมชนร้านค้าและประชาชน ในเขตเทศบาลตำบลบางทราย ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จุดแลนด์มาร์คแห่งใหม่ ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายให้กับ ประชาชนทั่วไป และนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ นำไปสู่การมาเยี่ยมเยือนและเกิดรายได้เพิ่มขึ้น และพัฒนาและส่งเสริมให้เกิดความต่อเนื่องของกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางมายังตำบลบางทราย^๓

จากที่กล่าวมาข้างต้นในการบริหารจัดการตลาดรวมถึงเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกัน ยังเกิดปัญหาไม่น้อย ยังพบการจับสัตว์น้ำเกินขนาดและการทำประมงแบบทำลายทรัพยากรอาจนำไปสู่ปัญหาการลดลงของสัตว์น้ำในธรรมชาติ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำประมงพื้นบ้านระยะยาว ทำให้รายได้ของชาวประมงลดลง การขาดช่องทางการขายที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการไม่มีเครือข่ายผู้ซื้อที่มั่นคงอาจเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ ขาดการจัดการหลังการจับปลา ทำให้ชาวประมงไม่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ประมงของตนได้อย่างเต็มที่ การไม่มีเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชาวประมงพื้นบ้านและองค์กรท้องถิ่นหรือหน่วยงานภาครัฐ ทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากไม่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ กฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการประมงและการคุ้มครองทรัพยากรทางทะเลอาจไม่ได้รับการบังคับใช้อย่างมีประสิทธิภาพ หรือไม่สอดคล้องกับความต้องการของชาวประมงพื้นบ้าน ทำให้เกิดข้อขัดแย้งและความไม่ยั่งยืนในระยะยาว และการขยายตัวของการท่องเที่ยวหรือการพัฒนาเมืองในพื้นที่ชายฝั่งอาจ

^๓ องค์กรสะพานปลา. ประวัติตลาดประมงพื้นบ้านจังหวัดชลบุรี. [ออนไลน์], สืบค้นเมื่อ ๑๒ ตุลาคม ๒๕๖๗. จาก : <https://www.fishmarket.co.th/index.php>

ส่งผลกระทบต่อแหล่งทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชีวิตของชาวประมงพื้นบ้าน ซึ่งทำให้เกิดความขัดแย้งด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่และการทำประมง^๔

ดังนั้น เพื่อให้ปัญหาดังกล่าวได้รับการแก้ไข จึงมีความต้องการที่จะศึกษาประเด็นการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยเมื่อการศึกษาสิ้นสุดลงจะสร้างผลกระทบเชิงบวกกว้าง ในด้านเศรษฐกิจ ได้เพิ่มรายได้ให้กับชาวประมงและชุมชนสามารถเข้าถึงตลาดได้มากขึ้น ขายสินค้าประมงได้ในราคาที่เหมาะสม ลดการพึ่งพาพ่อค้าคนกลาง ซึ่งช่วยเพิ่มรายได้โดยตรงให้กับครอบครัวและชุมชน ในด้านสังคม ได้ส่งเสริมความสามัคคีในชุมชน ทั้งด้านการผลิต การจัดจำหน่าย และการแบ่งปันความรู้ ส่งผลให้เกิดความสามัคคีในชุมชน เสริมสร้างความมั่นคงทางสังคมช่วยเพิ่มรายได้และเสถียรภาพให้กับครอบครัวในชุมชน และในด้านนโยบาย ได้สนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการลดความเหลื่อมล้ำสนับสนุนเป้าหมายของนโยบายรัฐบาลในการลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม โดยส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถสร้างรายได้ด้วยตนเองและกระจายความเจริญสู่ทุกกลุ่มประชากร สนับสนุนยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นและการพัฒนาอย่างยั่งยืนสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นแบบยั่งยืน

๑.๒ คำถามวิจัย

๑.๒.๑ ความต้องการจำเป็นในการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับใด

๑.๒.๒ การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี มีลักษณะเป็นเช่นไร

๑.๒.๓ เครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เป็นอย่างไร

๑.๓ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑.๓.๑ เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

๑.๓.๒ เพื่อพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

๑.๓.๓ เพื่อนำเสนอและประเมินการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

^๔ บุษิตา สังข์แก้ว ดนุสรณ์ กาญจนวงศ์ และจุฑพล ดวงจิตร์, แนวทางการจัดการทำเรือที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกับสิทธิชุมชนประมงพื้นบ้าน ในพื้นที่โครงการระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออก กรณีศึกษา จังหวัดชลบุรี. วารสารสถาบันพระปกเกล้า. ปีที่ ๑๙ ฉบับที่ ๓, (๔ กันยายน - ธันวาคม ๒๕๖๔) : ๑๕๔ – ๑๘๐.

๑.๔ ขอบเขตการวิจัย

การศึกษา เรื่อง การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตในการวิจัยแบ่งเป็น ๓ ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ ๑ การศึกษาความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาจากแนวคิดของศาสตราจารย์ ดร. เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์^๕ มาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยองค์ประกอบของเครือข่าย ประกอบด้วย ๑) การรับรู้ มุมมองด้วยกัน ๒) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ๓) มีความสนใจร่วมกัน ๔) การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย ๕) การเสริมสร้างซึ่งกันและกัน ๖) การพึ่งพิงอิงร่วมกัน ๗) การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน

ขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

๑. การศึกษาความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยการใช้ แบบสอบถาม ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ประกอบการในพื้นที่ตลาดประมงพื้นบ้าน คือ ตลาดประมงท่าเรือพลี ตลาดประมงพื้นบ้านอ่างศิลา ตลาดประมงบางทราย จำนวน ๒๓๔ คน

ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ศึกษาในการวิจัยขั้นตอนนี้ ได้แก่ องค์ประกอบของเครือข่าย ประกอบด้วย ๑) การรับรู้ มุมมองด้วยกัน ๒) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ๓) มีความสนใจร่วมกัน ๔) การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย ๕) การเสริมสร้างซึ่งกันและกัน ๖) การพึ่งพิงอิงร่วมกัน ๗) การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ใช้ระยะเวลาตั้งแต่ เดือนตุลาคม – เดือน ธันวาคม ๒๕๖๗ รวม ๓ เดือน

ขั้นตอนที่ ๒ การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ขอบเขตด้านเนื้อหา

^๕ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. การจัดการเครือข่าย : กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูปการศึกษา. (กรุงเทพมหานคร : ซัคเซสมิเดีย, ๒๕๔๓), ๓๖-๔๓.

๑. การยกร่างเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ตามหลักปาปนิกรรม ๓ คือ ๑) จักขุมา ๒) วิรุโธ และ ๓) นิสสยสัมปนโน

ขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

๑. ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยการสัมภาษณ์ได้แก่ ๑) นักวิชาการด้านการตลาด จำนวน ๑ คน ๒) ผู้นำชุมชน จำนวน ๒ คน ๓) ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน จำนวน ๓ คน ๔) คณะกรรมการตลาดประมงพื้นบ้าน จำนวน ๒ คน ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

๒. การสนทนากลุ่มโดยผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักธรรม จากวิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี จำนวน ๓ คน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านชุมชน จากมหาวิทยาลัยบูรพา จำนวน ๒ คน รวมทั้งสิ้น ๕ คน ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยดำเนินการพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ใช้ระยะเวลาตั้งแต่ มกราคม – มีนาคม ๒๕๖๘ รวมระยะเวลา ๓ เดือน

ขั้นตอนที่ ๓ การนำเสนอและประเมินการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ขอบเขตด้านเนื้อหา

๑. การประเมินความรู้ของผู้เข้าร่วมกิจกรรมก่อนและหลังการส่งเสริม

๒. ประเมินแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

๑. กลุ่มผู้เข้าการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแทนผู้ประกอบการ และคณะกรรมการตลาดประมง จำนวน ๓๐ คน ประกอบด้วย ตลาดประมงท่าเรือพลี จำนวน ๑๐ คน ตลาดประมงบางทราย จำนวน ๑๐ คน ผู้มีส่วนได้เสีย จำนวน ๑๐ คน โดยการจัดกิจกรรมให้ความรู้ จำนวน ๕ ครั้ง ครั้งละ ๒ ชั่วโมง โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ความรู้ก่อนและหลังการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยดำเนินการทดลองใช้รูปแบบการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ใช้ระยะเวลาตั้งแต่ เมษายน – พฤษภาคม ๒๕๖๘ รวมระยะเวลา ๒ เดือน

๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

๑.๕.๑ เครือข่าย หมายถึง กลุ่มของคนหรือกลุ่ม หรือองค์กรที่มีความสนใจในการเรียนรู้แลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ประสบการณ์ระหว่างกัน หรือลงมือทำกิจกรรมร่วมกันมีความสัมพันธ์ระหว่างกันในด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและอื่นๆ โดยมีการจัดรูปแบบการจัดการให้เป็นกลไกขับเคลื่อนเชื่อมโยงกิจกรรมร่วมกัน กิจกรรมเครือข่ายต้องมีลักษณะเท่าเทียมกัน และเห็นความตระหนักร่วมกันในเป้าหมายและแผนงานที่จะทำ

๑.๕.๒ ตลาดประมงพื้นบ้าน หมายถึง ตลาดประมงที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย ตลาดประมงท่าเรือพลี และตลาดประมงบางทราย

๑.๕.๓ เศรษฐกิจคุณธรรม หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยยึดหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาโดยเฉพาะ "ปาปนิกธรรม" ซึ่งเป็นหลักธรรมสำหรับพ่อค้า หรือผู้ประกอบการที่ดี มีจริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคม และคำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมของตนเองและผู้อื่นอย่างสมดุล คือ ๑) จักขุมา คือการมีวิสัยทัศน์ มองการณ์ไกล ๒) วิจิโร การบริหารจัดการดี ๓) นิสสยสัมปันโน การมีมนุษยสัมพันธ์มีความสำคัญต่อองค์กรทุกระดับและถือว่าเป็นหน้าที่ของผู้บริหารและบุคลากรในทุกระดับจะต้องตระหนักและให้ความสำคัญต่อหลักธรรมในทุกติยาปาปนิกสูตร

๑.๕.๔ เศรษฐกิจฐานราก หมายถึง ระบบเศรษฐกิจที่ตั้งอยู่บนรากฐานของชุมชนท้องถิ่น โดยเน้นการผลิต การบริโภค และการพัฒนาที่ใช้ทรัพยากรในชุมชนอย่างรู้คุณค่า และมีการพึ่งพาตนเองเป็นหลัก เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนจากระดับล่างขึ้นสู่ระดับบน

๑.๕.๕ การรับรู้มุมมองร่วมกัน หมายถึง การที่สมาชิกที่เข้ามาอยู่ในเครือข่ายต้องมีความรู้สึกนึกคิดและการรับรู้ร่วมกันถึงเหตุผลการเข้าร่วมเป็นเครือข่าย อาทิ มีความเข้าใจในปัญหา มีสำนึกในการแก้ไขปัญหาหารือร่วมกัน และมีความต้องการความช่วยเหลือในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งจะส่งผลให้สมาชิกเครือข่ายเกิดความรู้สึกผูกพันในการดำเนินกิจกรรมบางอย่างเพื่อแก้ปัญหาความเดือดร้อนที่เกิดขึ้น

๑.๕.๖ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน หมายถึง การมองเห็นจุดมุ่งหมายในอนาคตร่วมกันระหว่างสมาชิกในกลุ่ม การรับรู้เข้าใจถึงทิศทางเดียวกันและมีเป้าหมายที่จะดำเนินไปด้วยกัน จะช่วยให้เกิดขบวนการเคลื่อนไหวของเครือข่ายมีพลังเกิดเอกภาพ และช่วยบรรเทาความขัดแย้งอันเกิดจากมุมมองที่แตกต่างกันไป

๑.๕.๗ การมีความสนใจร่วมกัน หมายถึง การที่สมาชิกแต่ละคนมาร่วมกันเพื่อประสานผลประโยชน์และความต้องการซึ่งผลประโยชน์ และความต่อนั้นจะไม่สามารถบรรลุผลสำเร็จได้

หากสมาชิกต่างคนต่างอยู่ ดังนั้นจึงมีการรวมตัวกันบนฐานผลประโยชน์ร่วมกันที่มากเพียงพอจะดึงดูดให้รวมเป็นเครือข่าย

๑.๕.๘ การมีส่วนร่วมของสมาชิกของเครือข่าย หมายถึง การมีส่วนร่วมของสมาชิกมีความสำคัญต่อการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่ายเพราะขบวนการการมีส่วนร่วมเป็นเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการร่วมรับรู้ ร่วมความคิด ร่วมตัดสินใจ และร่วมลงมือกระทำอย่างแข็งขัน ดังนั้นสมาชิกในเครือข่ายจึงควรเสริมสร้างความสัมพันธ์ในลักษณะของความเท่าเทียมกันและในฐานะหุ้นส่วนของเครือข่าย และควรสานต่อความสัมพันธ์ในแนวราบ

๑.๕.๙ ขบวนการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน หมายถึง การที่สมาชิกในเครือข่ายต่างก็ต้องเสริมสร้างขบวนการทำงานของกันและกันโดยที่จุดแข็งของฝ่ายหนึ่งคอยช่วยเหลืออีกฝ่ายหนึ่งที่มีจุดอ่อน ซึ่งจะทำให้เกิดการประสานผลประโยชน์ร่วมกันการเสริมสร้างต่อกันนั้นเกิดขึ้นจากการรวมตัวเป็นเครือข่าย ซึ่งมีผลดีมากกว่าการไม่รวมเป็นเครือข่าย

๑.๕.๑๐ การพึ่งพิงอิงร่วมกัน หมายถึง การเติมเต็มในส่วนที่ขาดของแต่ละฝ่ายเนื่องจากทุกฝ่ายต่างก็มีข้อจำกัดในขบวนการทำงานและมีความรู้ประสบการณ์ที่แตกต่าง ดังนั้น จึงมีการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างสมาชิกในเครือข่าย

๑.๕.๑๑ การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน หมายถึง การที่สมาชิกในเครือข่ายมีการทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก และผลการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนระหว่างกันนั้นก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเครือข่ายตามมาด้วย

๑.๖ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑.๖.๑ ด้านเศรษฐกิจ ได้เพิ่มรายได้ให้กับชาวประมงและชุมชนสามารถเข้าถึงตลาดได้มากขึ้น ขายสินค้าประมงได้ในราคาที่เหมาะสม ลดการพึ่งพาพ่อค้าคนกลาง ซึ่งช่วยเพิ่มรายได้โดยตรงให้กับครอบครัวและชุมชน ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น การแปรรูปอาหารทะเล การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ หรือการสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งช่วยดึงดูดตลาดและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน กระจายรายได้สู่เศรษฐกิจท้องถิ่น รายได้จากการจำหน่ายสินค้าประมงพื้นบ้านไม่ได้ถูกกระจุกตัวอยู่ในมือของกลุ่มคนใดกลุ่มหนึ่ง แต่กระจายสู่คนในชุมชนต่าง ๆ ทั้งชาวประมง คนขาย คนแปรรูปสินค้า ช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจท้องถิ่นโดยรวม และเพิ่มโอกาสการสร้างธุรกิจใหม่ การพัฒนาเครือข่ายทำให้เกิดธุรกิจใหม่ในพื้นที่ เช่น ร้านอาหารท้องถิ่นที่ใช้วัตถุดิบจากประมงพื้นบ้าน ธุรกิจแปรรูปอาหารทะเล หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่เชื่อมโยงกับการทำประมงพื้นบ้าน ส่งผลให้เศรษฐกิจมีความหลากหลายและมั่นคงยิ่งขึ้น

๑.๖.๒ ด้านสังคม ได้ส่งเสริมความสามัคคีในชุมชน ทั้งด้านการผลิต การจัดจำหน่าย และการแบ่งปันความรู้ ส่งผลให้เกิดความสามัคคีในชุมชน เสริมสร้างความมั่นคงทางสังคมช่วยเพิ่มรายได้และเสถียรภาพให้กับครอบครัวในชุมชน ลดปัญหาการย้ายถิ่นฐานเพราะคนในพื้นที่มีแหล่งรายได้ที่มั่นคง รักษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ช่วยส่งเสริมและอนุรักษ์วิถีชีวิตการทำประมงแบบดั้งเดิม

ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมท้องถิ่น ทำให้คนรุ่นใหม่ได้รับการสืบทอดและเข้าใจวิถีชีวิตชาวประมงมากขึ้น และเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรและบริการทางสังคม เช่น เงินทุน ความรู้ และบริการจากหน่วยงานต่าง ๆ เป็นต้น ได้ง่ายขึ้น ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการพัฒนาอาชีพและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่

๑.๖.๓ ด้านนโยบาย ได้สนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการลดความเหลื่อมล้ำ สนับสนุนเป้าหมายของนโยบายรัฐบาลในการลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม โดยส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถสร้างรายได้ด้วยตนเองและกระจายความเจริญสู่ทุกกลุ่มประชากร สนับสนุนยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นและการพัฒนาอย่างยั่งยืนสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นแบบยั่งยืน โดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นในการสร้างรายได้ ซึ่งช่วยอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่ออนาคต ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจแบบมีส่วนร่วม เป็นการสร้างโอกาสให้ทุกคนในชุมชนสามารถมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจ ลดการพึ่งพาภายนอก ซึ่งสนับสนุนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแบบมีส่วนร่วมที่เป็นเป้าหมายของนโยบายแห่งชาติ

บทที่ ๒

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา เรื่อง การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัย ได้ทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยได้ศึกษาข้อมูลตามลำดับดังนี้

๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินความต้องการจำเป็น

๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย

๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำกลยุทธ์

๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับบริบทเชิงพื้นที่

๒.๕ แนวคิดเกี่ยวกับหลักปาปนิกรรม

๒.๖ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๗ กรอบแนวคิดในการวิจัย

๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินความต้องการจำเป็น

๒.๑.๑ ความหมายความต้องการจำเป็น

ความหมายของความต้องการของมนุษย์ได้มีนักวิชาการและนักการศึกษาให้ความหมายของความต้องการ (Need) ไว้หลากหลายรูปแบบ ดังต่อไปนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช ๒๕๕๒ ได้ให้ความหมายของคำว่า ต้องการจำเป็น หมายถึง กริยาอยากได้ ใครได้ประสงค์ “ความต้องการ” เมื่อเกิดความรู้สึกดังกล่าวจะทำให้ร่างกายเกิดการความขาดสมดุลเนื่องมาจากมีสิ่งเร้ามากระตุ้น มีแรงขับภายในเกิดขึ้น ทำให้ร่างกายไม่อาจอยู่นิ่งต้องพยายามดิ้นรนและแสวงหาเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ๆ เมื่อร่างกายได้รับตอบสนองแล้วร่างกายมนุษย์ก็กลับสู่ภาวะสมดุลอีกครั้งหนึ่ง และก็จะเกิดความต้องการใหม่ ๆ เกิดขึ้น มาทดแทนวนเวียนอยู่ไม่มีที่สิ้นสุด^๖

^๖ ราชบัณฑิตยสถาน, “พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.๒๕๕๒”, (กรุงเทพมหานคร : นานมีบุ๊คส์ จำกัด, ๒๕๕๒), หน้า ๔๓.

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช ๒๕๕๒ ได้ให้ความหมายของคำว่า ต้องการจำเป็น หมายถึง กริยาอยากได้ ใครได้ประสงค์^๗

พจน์ ศุภินันท์ กล่าวว่า ความต้องการจำเป็นหมายถึงการกระทำหรือพฤติกรรม ของคนเรา ที่เห็น ๆ อยู่ทุกวันย่อมเป็นผลผลักดันที่ต้องการทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้สำเร็จ เช่น อยากทำงานอย่างหนึ่ง ให้ได้ผลดีและมีผลสัมฤทธิ์เป็นที่น่าพึงพอใจ ก็ต้องขยันขันแข็งในการทำงานปรับปรุงงานอยู่ตลอดเวลา^๘

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ กล่าวว่า ความต้องการจำเป็น เป็นความปรารถนาของบุคคลที่จะได้รับการตอบสนองความพอใจของบุคคล ความต้องการเกิดจากการเรียนรู้ ด้านวัฒนธรรมและสังคม ซึ่งถือว่าเป็นความต้องการด้านจิตวิทยา เป็นความต้องการการยอมรับและการยกย่องจากสังคม รวมทั้ง ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต^๙

กมล ลาพูน กล่าวว่า ความต้องการจำเป็น เป็นแรงผลักดันให้เกิดพฤติกรรมหรือเป็น สภาวะ ของร่างกายที่ขาดความสมดุล^{๑๐}

ถวัลย์ โพธิ์ประสาท กล่าวว่า ต้องการจำเป็น เป็นสภาวะของคนที่เกิดจากความ แตกต่าง ระหว่างสิ่งที่คาดหวัง หรือสิ่งที่ควรจะเป็นกับสิ่งที่เกิดขึ้นจริง หากมีความแตกต่างกันก็เกิดความ ต้องการขึ้น มนุษย์จะเติมสิ่งที่ขาดไปเพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างสิ่งที่ควรจะเป็นกับสิ่งที่เป็นจริงโดย ความต้องการของมนุษย์มีทั้งความต้องการทางร่างกายและจิตใจ^{๑๑}

เอกราช โฆสิตพิมาเวช กล่าวว่า ความต้องการจำเป็น หมายถึง การกระทำหรือ พฤติกรรม ที่ต้องการทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้สำเร็จ โดยปรับปรุงงานอยู่ตลอดเวลา ความต้องการเป็นความ ปรารถนาของบุคคลที่จะได้รับการตอบสนองความพอใจของบุคคล ความต้องการเกิดจากการเรียนรู้ ด้านวัฒนธรรมและสังคม

๑. ความต้องการทางด้านจิตใจ หรือความต้องการในระดับสูง หรือความต้องการ ทางด้านจิตวิทยา หรือความต้องการทุติยภูมิ หรือความต้องการที่เกิดใหม่ (Psychological Needs or Secondary Needs or Acquired Needs) เป็นความต้องการที่ส่วนใหญ่เกิดขึ้นภายหลัง หลังจาก ความต้องการทางร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว ซึ่งแต่ละบุคคลอาจเหมือนกันหรือต่างกันได้

^๗ อ้างแล้ว.

^๘ พจน์ ศุภินันท์, “ความต้องการในการจัดการศึกษา”, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : [http : //www.oknation.net/blog/lrukk](http://www.oknation.net/blog/lrukk) [๓๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๖].

^๙ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญญาอักษร, “การวิจัยธุรกิจ”, (กรุงเทพมหานคร : เพชรจรัสแห่งโลกธุรกิจ ,๒๕๖๑).

^{๑๐} กมล ลาพูน, “การศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับการจัดบริการดูแลเด็กในโรงเรียน สาธิต ของสถาบันราชภัฏ”, ปริญญาานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศรีนครินทร วิโรฒประสานมิตร, ๒๕๖๒).

^{๑๑} ถวัลย์ โพธิ์ประสาท, “ยุทธศาสตร์การพัฒนาศาสนศึกษาทั้งระบบ”, (กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, ๒๕๖๐).

เนื่องจากแต่ละคนมีระดับความต้องการแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการเรียนรู้และประสบการณ์ ความต้องการทางจิตใจเป็นความต้องการที่สลับซับซ้อน และมีความแตกต่างกันมากระหว่างบุคคล

๒. ความต้องการทางสังคม เป็นความต้องการทางจิตใจนั่นเอง แต่เน้นหนักในด้านความต้องการที่จะดำรงชีวิตให้เป็นที่ยอมรับนับถือของคนอื่น หรือมีความเป็นอยู่ดีกว่าบุคคลอื่น เช่น ต้องการความปลอดภัย ต้องการได้รับการยกย่องนับถือ ต้องการความยอมรับในสังคม^{๑๒}

กฤษณา ศักดิ์ศรี กล่าวว่า ความต้องการจำเป็น เป็นการกระทำและการแสดงของมนุษย์ที่มีต่อความต้องการ ซึ่งเป็นเรื่องธรรมชาติของมนุษย์จะช่วยให้เราเข้าใจตนเองและเข้าใจผู้อื่นได้ดีขึ้น และนำไปสู่การยอมรับความแตกต่างหรือสิ่งที่ควรจะเป็นกับสิ่งที่เกิดขึ้นจริง หากมีความแตกต่างกันก็เกิดความ ต้องการขึ้น มนุษย์จะเติมสิ่งที่ขาดไปพยายามขวนขวายสิ่งนั้นมาเพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างสิ่งที่ ควรจะเป็นกับสิ่งที่เป็นจริง โดยความต้องการของมนุษย์มีทั้งความต้องการทางร่างกายและจิตใจ กล่าวว่า มนุษย์นั้นเพียร พยายามทุกวิถีทางในอันที่จะให้บรรลุความต้องการที่ละขั้น เมื่อความต้องการขั้นแรกได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการขั้นนั้นก็พลความสำคัญลงจนหมดความสำคัญไปไม่เป็นแรงกระตุ้นอีกต่อไป แต่จะเกิดความสนใจและความต้องการสิ่งใหม่อีกต่อไป แต่ความต้องการขั้นต้นที่ได้รับการ ตอบสนองไปเรียบร้อยแล้วนั้น อาจกลับมาเป็นความจำเป็นหรือความต้องการครั้งใหม่อีกได้ เมื่อการตอบสนองความต้องการครั้งแรกได้สูญเสียหรือขาดหายไป และความ ต้องการที่เคยมีความสำคัญจะลดความสำคัญลง เมื่อมีความต้องการใหม่ ๆ เข้ามาแทนที่^{๑๓}

ผู้วิจัยขอสรุป ความต้องการจำเป็น หมายถึง ความต้องการเป็นสภาวะของคนที่เกิดจากความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังหรือสิ่งที่ควรจะเป็นกับสิ่งที่เกิดขึ้นจริง หากมีความแตกต่างกันก็เกิด ความต้องการขึ้นมนุษย์จะเติมสิ่งที่ขาดไปพยายามขวนขวายสิ่งนั้นมาเพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่าง สิ่งที่ควรจะเป็นกับสิ่งที่เป็นจริง โดยความต้องการของมนุษย์มีทั้งความต้องการทางร่างกายและจิตใจ

๒.๑.๒ ความสำคัญของความต้องการจำเป็น

ความต้องการของบุคคลเกิดจากการขาดสิ่งหนึ่งของบุคคล เป็นการขาดสมดุลทั้งทางร่างกายและสิ่งแวดล้อมภายนอก ทำให้เกิดแรงขับเคลื่อนมาทุกคนต้องการในหลายสิ่งและต้องการหลายระดับ มีนักวิชาการได้กล่าวถึงความสำคัญของความต้องการ ดังนี้

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ กล่าวว่า ความต้องการของคนแบ่งเป็น ๒ กลุ่ม คือ ความต้องการทางกายภาพ และความต้องการทางจิตใจและสังคม ความต้องการทางกายภาพ เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่ร่างกายต้องการเพื่อรักษา สภาพความคงอยู่ของร่างกาย เช่น ความหิว ความกระหาย หรือขับถ่าย รวมถึงความต้องการอันเป็นลักษณะเฉพาะทางธรรมชาติของสิ่งมีชีวิต เช่น ความ

^{๑๒} เอกราช โสมิตพิมานเวช, “ความต้องการของผู้ปกครองในการจัดการศึกษาปฐมวัย โรงเรียนอนุบาล เอกศึกษา”, วารสารการบริหารสถานศึกษาและภาวะผู้นำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๒๓ (เมษายน-มิถุนายน ๒๕๖๑) : ๒๔.

^{๑๓} กฤษณา ศักดิ์ศรี, “องค์การกับมนุษย์กับมนุษย์สัมพันธ์”, (กรุงเทพมหานคร : อักษรวิทยา, ๒๕๓๔).

ต้องการทางเพศ อุณหภูมิที่เหมาะสม การหลีกเลี่ยง ความเจ็บปวด และความต้องการพักผ่อนนอนหลับ เป็นต้น ความต้องการทางจิตใจและสังคม ในส่วนนี้ไม่ใช่ความต้องการพื้นฐานของร่างกายต้องการ แต่เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นหลังจากการอยู่ร่วมกันในสังคม เช่น ความต้องการสัมพันธ์กันในหมู่คณะหรือความต้องการยอมรับ หรือความต้องการในกิจกรรมสังคม^{๑๔}

ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow, 1970) ทฤษฎีนี้ มาสโลว์ (Maslow) เห็นว่าความต้องการของบุคคลมีห้ากลุ่มจัดแบ่งได้เป็น ๕ ระดับ ประกอบด้วย ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการลำดับต่ำสุดและเป็นพื้นฐานของชีวิต ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่จะเกิดขึ้นหลังจากที่ความต้องการทางร่างกายได้รับการตอบสนองอย่างไม่ขาดแคลน ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เมื่อมีความปลอดภัยในชีวิตและมั่นคงในการทำงานแล้ว ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs) ความต้องการเติมเต็มความสมบูรณ์ให้ชีวิต (Self-actualization Needs) เป็นความต้องการระดับสูงสุด คือ ต้องการจะเติมเต็มศักยภาพของตนเอง^{๑๕}

จิรวรรณ จันทรปรารักษ์ กล่าวว่า ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการลำดับต่ำสุดและ เป็นพื้นฐานของชีวิต เป็นแรงผลักดันทางชีวภาพ เช่น ความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ ที่อยู่อาศัย หากพนักงานมีรายได้จากการปฏิบัติงานเพียงพอก็สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้โดยมีอาหารและที่พักอาศัย เขาก็มีกำลังที่จะทำ งานต่อไป และการมีสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม เช่น ความสะอาด ความสว่าง การระบายอากาศที่ดี การบริการสุขภาพ เป็นการสนองความต้องการ ในลำดับนี้ได้ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่จะเกิดขึ้นหลังจากที่ความต้องการทางร่างกายได้รับการตอบสนองอย่างไม่ขาดแคลนแล้ว หมายถึง ความต้องการสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยจากอันตรายทั้งทางกายและจิตใจ ความมั่นคงในงาน ในชีวิตและสุขภาพ การสนองความต้องการนี้ต่อพนักงานทำได้หลายอย่าง เช่น การประกันชีวิตและสุขภาพ กฎระเบียบข้อบังคับที่ยุติธรรม การให้มีสภาพแรงงาน ความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน เป็นต้น ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เมื่อมีความปลอดภัยในชีวิตและมั่นคงในการทำงานแล้ว คนเรา จะต้องการความรัก มิตรภาพ ความใกล้ชิดผูกพัน ต้องการเพื่อน การมีโอกาสเข้าสมาคมสังสรรค์กับผู้อื่น ได้รับการยอมรับเป็นสมาชิกในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือหลายกลุ่มความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs) เมื่อความต้องการทางสังคมได้รับการตอบสนองแล้ว คนเราจะต้องการสร้างสถานะภาพของตัวเองให้สูงขึ้น มีความภูมิใจและสร้างการนับถือ ตนเองขึ้นชมในความสำเร็จของงานที่ทำ ความรู้สึกมั่นใจในตัวเองและเกียรติยศ ความต้องการเหล่านี้ ได้แก่ ยศ ตำแหน่ง ระดับเงินเดือนที่สูงงานที่ท้าทาย ได้รับการยกย่องจากผู้อื่น มีส่วนร่วมในการ ตัดสินใจในงาน โอกาสแห่งความก้าวหน้าในงานอาชีพ เป็นต้น ความต้องการเติมเต็มความสมบูรณ์ให้ชีวิต (Self - actualization Needs) เป็นความต้องการ ระดับสูงสุด คือ ต้องการจะเติมเต็มศักยภาพของตนเอง ต้องการ

^{๑๔} ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์, “การบริหารงานวิชาการ”, (กรุงเทพมหานคร : ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ, ๒๕๕๕).

^{๑๕} Maslow, A., “Motivation and Personality”, 2nd ed., (New York : Harpers and Row, 1970).

ความสำเร็จในสิ่งที่ปรารถนาสูงสุดของตัวเอง ความเจริญก้าวหน้า การพัฒนาทักษะความสามารถให้ถึงขีดสุดยอด มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจและการคิดสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ การก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นในอาชีพและการงาน เป็นต้น^{๑๖}

มาสโลว์ (Maslow) แบ่งความต้องการเหล่านี้ออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ ความต้องการที่เกิดจากความขาดแคลน (deficiency needs) เป็นความต้องการระดับต่ำ ได้แก่ ความต้องการทางกายและความต้องการความปลอดภัย อีกกลุ่มหนึ่งเป็นความต้องการก้าวหน้าและพัฒนาตนเอง (growth needs) ได้แก่ ความต้องการทางสังคม เกียรติยศ ชื่อเสียง และความต้องการเติมความสมบูรณ์ให้ชีวิต จัดเป็นความต้องการระดับสูง และอธิบายว่าความต้องการระดับต่ำจะได้รับการสนองตอบจากปัจจัยภายนอกตัวบุคคล ส่วนความต้องการระดับสูงจะได้รับการสนองตอบจากปัจจัยภายในตัวบุคคลเอง^{๑๗}

ผู้วิจัยสรุปว่า ความสำคัญของความต้องการ หมายถึง เป็นการกระทำและการแสดงของมนุษย์ที่มีต่อความต้องการ ซึ่งเป็นเรื่องธรรมชาติของมนุษย์จะช่วยให้เราเข้าใจตนเองและเข้าใจผู้อื่นได้ดีขึ้น และเกิดจากการเรียนรู้ ด้านวัฒนธรรมและสังคม ซึ่งถือว่าเป็นความต้องการด้านจิตวิทยาเป็นความต้องการการยอมรับและการยกย่องจากสังคม รวมทั้งความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต ความต้องการเป็นสภาวะของคนที่เกิดจากความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวัง หรือสิ่งที่ควรจะเป็นกับสิ่งที่เกิดขึ้นจริง

๒.๑.๓ การประเมินความต้องการจำเป็น

การประเมินความต้องการจำเป็น (needs assessment) คือ กระบวนการรวบรวมสารสนเทศเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างความสามารถที่คาดหวังและความสามารถที่เกิดขึ้นจริง จากนั้นทำการจัดลำดับความสำคัญของความแตกต่างนั้น คำถามหลักคือ ปัจจุบันเราเป็นอย่างไร สิ่งที่เราต้องการเป็นอย่างไร และเราจะทำให้ถึงสิ่งที่ต้องการอย่างไร วัตถุประสงค์หลักของแนวคิดนี้เพื่อให้เราทราบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นคืออะไร เราจะแก้ไขปัญหานั้นอย่างไรและจะเตรียมการวางแผนสำหรับโปรแกรม/โครงการใหม่อย่างไร ซึ่งมีความแตกต่างจากการประเมินเพราะการประเมินความต้องการจำเป็นนั้นต้องทำการวิเคราะห์สารสนเทศและจัดลำดับความสำคัญของปัญหา การระบุช่องว่างระหว่างสิ่งที่ควรจะเป็นและสิ่งที่เป็นอย่างอยู่ จึงทำให้การประเมินความต้องการจำเป็นจึงมีความแตกต่างจากการประเมิน ทั้งนี้การดำเนินงานขั้นแรกที่สำคัญ คือ การวางแผนและการระบุประเด็นต่าง ๆ กล่าวว่าการประเมินความต้องการจำเป็นแบ่งออกเป็น ๓ ส่วน ดังนี้^{๑๘}

๑. การระบุความต้องการจำเป็น (needs in identification) เพื่อสำรวจความต้องการจำเป็นทั้งหมดที่เกิดขึ้นในองค์กร เป็นการการระบุปัญหาที่พบว่าจะประเมินเรื่องใดเพื่อวัตถุประสงค์

^{๑๖} จีรพรรณ จันทร์ปรังค์, “ความต้องการพัฒนาตนเอง”, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๖๐).

^{๑๗} Maslow, A. H., “Motivation and Personality”, (New York : Harper and Row, 1970).

^{๑๘} สุวิมล ว่องวาณิช, “การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น”, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๐).

ใด กลุ่มใดบ้างที่มีความเสี่ยง ปัจจัยช่วยเหลือมีอะไรบ้าง การตอบสนอง ต่อการช่วยเหลือเป็นอย่างไร แหล่งทรัพยากรและศักยภาพของปัจจัยช่วยเหลือ เช่น ชุมชน รัฐบาล เป็นอย่างไรบ้างโดยการออกแบบเก็บข้อมูลจะใช้วิธีใด ใช้กลยุทธ์ใดดำเนินการโดยควรมีการสำรวจงบประมาณ เวลาและตรวจสอบหน้าที่ความรับผิดชอบเดิมที่มีอยู่ ทบทวนสารสนเทศที่มี และสร้างคำถามการประเมินพิจารณาตัวแปรที่อาจมีผลกระทบต่อการตอบและพิจารณาว่าใคร จะเป็นผู้ที่ให้ข้อมูลได้ดีที่สุดเทคนิคที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นมีหลากหลาย โดยจะใช้วิธีใดนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะของข้อมูลที่ต้องการ ดังนี้

- การประเมินตนเอง การสะท้อนตนเองต่อเป้าหมายของการเรียนรู้ที่ต้องการอาจใช้วิธีการอัติโนมัติหรือแฟ้มสะสมผลงาน

- การสัมภาษณ์เหมาะสมกับข้อมูลเชิงลึกแต่ต้องใช้เวลามาก อาจใช้การสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้าหรือทางโทรศัพท์

- การสำรวจที่เหมาะสมกับข้อมูลเชิงปริมาณที่ค่อนข้างมาก

- การสนทนากลุ่มเหมาะสมกับข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้บุคคลผู้ที่มีส่วนร่วม ๘-๑๐คน มาประชุมอภิปรายกัน ประโยชน์ของการสนทนากลุ่มคือ การสร้างความคิดใหม่

- การใช้บุคคลผู้ให้ข้อมูลหลักในองค์กรอาจใช้เครื่องมือคือ แบบสอบถามหรือแบบสัมภาษณ์

- การระดมสมองในการร่วมระบุดูปัญหาและแก้ไขปัญหา ทั้งนี้หากจะประเมินความต้องการจำเป็นของบุคคลอาจใช้เทคนิคการประเมินตนเอง การสะท้อนตนเอง

- การใช้แบบสอบถาม สามารถทำได้ทั้งทางไปรษณีย์และทางโทรศัพท์ ลักษณะของข้อมูลที่ได้เป็นการแสดงตามการรับรู้หรือความรู้สึก

- การสังเกต จะมีการใช้น้อยกว่าการสัมภาษณ์หรือแบบสอบถามเพราะต้องใช้เวลา มีความซับซ้อนในการวิเคราะห์ข้อมูล

๒. การวิเคราะห์ความต้องการจำเป็น (needs analysis)^{๑๙} เพื่อวิเคราะห์สาเหตุที่นำไปสู่การเกิดความต้องการจำเป็นนั้น ๆ เทคนิคการวิเคราะห์การประเมินความต้องการจำเป็นที่เป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายคือ PNImodified โดยในวงการการศึกษา มีงานวิจัยมากมายที่ใช้เทคนิคนี้มาจัดลำดับความต้องการจำเป็น โดยวิธี PNImodified เป็นสูตรที่ปรับปรุงจากสูตร PNI โดยสูตร PNI เดิมคือ (I-D)Xl กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยของสภาพที่ควรจะเป็น - ค่าเฉลี่ยของสภาพที่เป็นจริงคูณด้วยค่าเฉลี่ยของสภาพที่เป็นจริง แต่สูตร (PNI) แบบปรับปรุงหรือ PNImodified เป็นสูตรที่ปรับปรุงโดยนงลักษณ์วิรัชชัย และสุวิมล ว่องวานิช เป็นวิธีการหาผลต่างของ (I-D) แล้วหารด้วยค่า D เพื่อควบคุมขนาดของความต้องการจำเป็นให้อยู่ในพิสัยช่วงที่ไม่กว้างมากเกินไปและให้ความหมายเชิงเปรียบเทียบ เมื่อใช้

^{๑๙} สุวิมล ว่องวานิช, “การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น”, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๐).

ระดับของสภาพที่เป็นอยู่เป็นฐานในการคำนวณค่าอัตราการพัฒนาเข้าสู่สภาพที่คาดหวังของกลุ่มสูตร

$$PNI_{modified} = (I-D)/D$$

๓. การกำหนดแนวทางการแก้ไข (needs solution) การกำหนดแนวทางแก้ไขเพื่อให้ความต้องการจำเป็นนั้นหมดไป สามารถใช้เทคนิคการสนทนากลุ่มหรือการระดมสมอง การสัมภาษณ์ มาประยุกต์ใช้ในการกำหนดแนวทางการแก้ไขปัญหา ประโยชน์ของการประเมินความต้องการจำเป็น

จากที่กล่าวมาข้างต้น การประเมินความต้องการจำเป็นคือเครื่องมือในการบริหารที่มีประสิทธิภาพ สามารถนำไปกำหนดแผนงานที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงานและมีความชัดเจนในการดำเนินงาน สามารถให้คำตอบแก่บุคคลทั่วไปเกี่ยวกับการนำทรัพยากรไปใช้ในการพัฒนางานและสร้างความมั่นใจได้ว่าการปฏิบัติสนองความต้องการขององค์กรอย่างแท้จริง จึงมีงานวิจัยหลายชิ้นที่นำแนวคิดการประเมินความต้องการจำเป็นมาใช้ในการพัฒนาความสามารถทางการวิจัย/การวัดและประเมินผล และการบริหารทางการศึกษาเพื่อกำหนดกลยุทธ์และแนวทางการแก้ไขปัญหา โดยใช้เทคนิค $PNI_{modified}$ มาใช้ในการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาดังนี้

ผู้วิจัยสรุปว่า การประเมินความต้องการ หมายถึง เป็นกระบวนการประเมินเพื่อกำหนดความแตกต่างของสภาพที่เกิดขึ้นกับสภาพที่ควรจะเป็น โดยระบุสิ่งที่ต้องการให้เกิดว่ามีลักษณะเช่นใด และประเมินสิ่งที่เกิดขึ้นจริงว่ามีลักษณะเช่นใด จากนั้นนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ประเมินสิ่งที่เกิดขึ้นจริงว่าสมควรเปลี่ยนแปลงอะไรบ้าง

๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย

๒.๒.๑ ความหมายของการสร้างเครือข่าย (Networking)

อาภรณ์ ภูวพิทยพันธ์^{๒๐} กล่าวถึงเครือข่ายว่า เป็นการเชื่อมโยงของกลุ่มคนหรือองค์กร ที่สมัครใจจะแลกเปลี่ยนข่าวสารหรือกิจกรรมร่วมกัน โดยมีการจัดระเบียบโครงสร้างของคนในข่ายด้วยความเป็นอิสระเท่าเทียมกันภายใต้พื้นฐานของความเคารพสิทธิเชื่อถือเอื้ออาทรซึ่งกันและกัน และมีการจัดระบบให้กลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่เป็นสมาชิกดำเนินกิจกรรม บางอย่างร่วมกัน เพื่อนำไปสู่จุดหมายที่เห็นพ้องต้องกัน

อนงก นาคะบุตร^{๒๑} ให้ความหมายของเครือข่าย หมายถึงการรวมกลุ่มของบุคคลในชุมชน บุคคลระหว่างชุมชน กลุ่มกับกลุ่ม ชุมชนกับชุมชน โดยยึดหลักตามขอบเขตพื้นที่ประเด็นปัญหาและสถานภาพทางสังคม โดยไม่แยกระหว่างการเรียนรู้กับวิถีชีวิต การเรียนรู้และการปฏิบัติ เนื้อหาและกระบวนการเรียนรู้ที่เป็นหนึ่งเดียว

^{๒๐} อาภรณ์ ภูวพิทยพันธ์. Career Development in Practice. (พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพมหานคร : เอช. อาร์. เซ็นเตอร์, ๒๕๕๐), หน้า ๗.

^{๒๑} อนงก นาคะบุตร. ระบบและรูปแบบเครือข่ายการเรียนรู้ในชนบท. วารสารการศึกษาแห่งชาติ. ปีที่ ๒๔ ฉบับที่ ๓ (มีนาคม ๒๕๖๓) : ๒๙-๔๖.

นฤมล นิราทร^{๒๒} เสนอว่าเครือข่ายมีความหมายได้หลายลักษณะซึ่งหากมองในเชิงโครงสร้าง เครือข่าย หมายถึง กลุ่มของจุดต่างๆ ซึ่งเชื่อมโยงต่อกันด้วยเส้นโดยจุดต่างๆ คือบุคคลหรือกลุ่ม ส่วนเส้นที่เชื่อมนี้คือ ความสัมพันธ์ที่บุคคลหรือกลุ่มต่างๆมีต่อกัน

ชาติชาย ณ เชียงใหม่^{๒๓} ได้อธิบายว่า เครือข่ายสังคม หมายถึงความสัมพันธ์ทางสังคมทั้งหมดของคนในสังคมที่กลุ่มบุคคลมีต่อกัน โดยคุณลักษณะของความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นสามารถนำมาใช้อธิบายพฤติกรรมของบุคคลเหล่านี้ เครือข่ายทางสังคมนี้ประกอบขึ้นด้วยความสัมพันธ์ทางสังคมทั้งหมด การเรียนรู้ของบุคคล หรือกลุ่มองค์กรใดก็ตามย่อมสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับเครือข่ายสังคมรูปแบบต่างๆเช่นความสัมพันธ์ทางเครือญาติ เพื่อน และความสัมพันธ์ในฐานะของบุคคลหรือองค์กรที่มีปัญหา มีกิจกรรมที่ปฏิบัติทางสังคมร่วมกันที่จะทำให้ชุมชนสามารถดำรงได้

ปาน กิมปี^{๒๔} ได้ให้ความหมายของเครือข่ายคือ เป็นความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล จนเกิดการปฏิสัมพันธ์ในการแลกเปลี่ยนสิ่งของหรือข้อมูลข่าวสารขึ้น ซึ่งจะมีวงกว้างมากขึ้นเพียงใดขึ้นอยู่กับปฏิสัมพันธ์และการเชื่อมโยงของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล

สรุป เครือข่าย หมายถึง กลุ่มของคนหรือกลุ่ม หรือองค์กรที่มีความสนใจในการเรียนรู้แลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ประสบการณ์ระหว่างกัน หรือลงมือทำกิจกรรมร่วมกันมีความสัมพันธ์ระหว่างกันในด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและอื่นๆ โดยมีการจัดรูปแบบการจัดการให้เป็นกลไกขับเคลื่อนเชื่อมโยงกิจกรรมร่วมกัน กิจกรรมเครือข่ายต้องมีลักษณะเท่าเทียมกัน และเห็นความตระหนักร่วมกันในเป้าหมายและแผนงานที่จะทำ

๒.๒.๒ องค์ประกอบของเครือข่าย

รุ่งโรจน์ เพชรบุรณิน^{๒๕} องค์ประกอบของเครือข่ายมีดังต่อไปนี้

๑. สมาชิก เครือข่ายจะต้องเริ่มต้นจากสมาชิก ซึ่งหากเครือข่ายมีสมาชิกมากต้องมีการจัดแบ่งหน้าที่เป็นคณะกรรมการเพื่อทำหน้าที่ในการจัดการ การประสานงาน

๒. กรรมการ ผู้ประสานงาน เพื่อให้เกิดการนำเครือข่ายจำเป็นต้องมีผู้ผู้ประสานงานเพื่อให้เกิดการจัดการที่ดีต่อกระบวนการ ที่ทำให้สมาชิกสามารถนำพาเครือข่ายขับเคลื่อนไปด้วยพลังร่วม

^{๒๒} นฤมล นิราทร. การสร้างเครือข่ายการทำงานข้อควรพิจารณาบางประการ. (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๓), หน้า ๖.

^{๒๓} ชาติชาย ณ เชียงใหม่. การมีส่วนร่วมของประชาชนและการสนับสนุนการพัฒนาขององค์กรประชาชน. กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๓๓), ๒๐๙-๒๑๔.

^{๒๔} ปาน กิมปี อ้างถึงใน รุ่งโรจน์ เพชรบุรณิน. เครือข่ายภาคประชาชนในการป้องกัน และแก้ไขปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน : กรณีศึกษา เครือข่ายประชาชนด้านคอร์รัปชัน(คปต.). (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๖), หน้า ๑๖.

^{๒๕} รุ่งโรจน์ เพชรบุรณิน. เครือข่ายภาคประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาการทุจริต คอร์รัปชัน : กรณีศึกษา เครือข่ายประชาชนด้านคอร์รัปชัน (คปต.). (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๖), หน้า ๒๒.

๓. เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ ต้องมีความชัดเจนของ เป้าหมายเพราะมีความสำคัญต่อการเข้าร่วมและคงอยู่ของสมาชิก ตลอดจนสามารถสนองตอบความต้องการหรือภารกิจของตนเองหรือองค์กร

๔. กิจกรรมเครือข่ายต้องมีกิจกรรมต่อเนื่องและเน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิก

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์^{๒๖} กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญของเครือข่ายว่า มีองค์ประกอบที่สำคัญ ๗ ประการคือ

๑. การรับรู้มุมมองร่วมกัน (common perception) หมายถึง การที่สมาชิกที่เข้ามาอยู่ในเครือข่ายต้องมีความรู้สึกนึกคิดและการรับรู้ร่วมกันถึงเหตุการณ์การเข้าร่วมเป็นเครือข่าย อาทิ มีความเข้าใจในปัญหา มีสำนึกในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน และมีความต้องการความช่วยเหลือในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งจะส่งผลให้สมาชิกเครือข่ายเกิดความรู้สึกผูกพันในการดำเนินกิจกรรมบางอย่างเพื่อแก้ปัญหาความเดือดร้อนที่เกิดขึ้น

๒. การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (common vision) หมายถึง การมองเห็นจุดมุ่งหมายในอนาคตร่วมกันระหว่างสมาชิกในกลุ่ม การรับรู้เข้าใจถึงทิศทางเดียวกันและมีเป้าหมายที่จะดำเนินไปด้วยกัน จะช่วยทำให้เกิดขบวนการเคลื่อนไหวของเครือข่ายมีพลังเกิดเอกภาพ และช่วยบรรเทาความขัดแย้งอันเกิดจากมุมมองที่แตกต่างกันไป

๓. การมีความสนใจร่วมกัน (mutual interests/benefit) หมายถึง การที่สมาชิกแต่ละคนมาร่วมกันเพื่อประสานผลประโยชน์และความต้องการซึ่งผลประโยชน์ และความต่อนั้นจะไม่สามารถบรรลุผลสำเร็จได้หากสมาชิกต่างคนต่างอยู่ ดังนั้นจึงมีการรวมตัวกันบนฐานผลประโยชน์ร่วมกันที่มากเพียงพอจะดึงดูดให้รวมเป็นเครือข่าย

๔. การมีส่วนร่วมของสมาชิกของเครือข่าย (all stakeholder participation) หมายถึง การมีส่วนร่วมของสมาชิกมีความสำคัญต่อการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่ายเพราะขบวนการการมีส่วนร่วมเป็นเงื่อนไขทำให้เกิดการร่วมรับรู้ ร่วมความคิด ร่วมตัดสินใจ และร่วมลงมือกระทำอย่างแท้จริง ดังนั้นสมาชิกในเครือข่ายจึงควรเสริมสร้างความสัมพันธ์ในลักษณะของความเท่าเทียมกันและในฐานะหุ้นส่วนของเครือข่าย และควรสานต่อความสัมพันธ์ในแนวนราบ

๕. ขบวนการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (complementary relationship) หมายถึง การที่สมาชิกในเครือข่ายต่างก็ต้องเสริมสร้างขบวนการทำงานของกันและกันโดยใช้จุดแข็งของฝ่ายหนึ่งคอยช่วยเหลืออีกฝ่ายหนึ่งที่มีจุดอ่อน ซึ่งจะทำให้เกิดการประสานผลประโยชน์ร่วมกันการเสริมสร้างต่อกันนั้นเกิดขึ้นจากการรวมตัวเป็นเครือข่าย ซึ่งมีผลดีมากกว่าการไม่รวมเป็นเครือข่าย

๖. การพึ่งพิงอิงร่วมกัน (Interdependence) หมายถึง การเติมเต็มในส่วนที่ขาดของแต่ละฝ่ายเนื่องจากทุกฝ่ายต่างก็มีข้อจำกัดในขบวนการทำงานและมีความรู้ประสบการณ์ที่แตกต่าง ดังนั้น จึงมีการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างสมาชิกในเครือข่าย

^{๒๖} เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. การจัดการเครือข่าย : กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูปการศึกษา. (กรุงเทพมหานคร : ชัคเชส มีเดีย, ๒๕๕๓), หน้า ๓๖-๔๓.

๗. การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน (Interaction) หมายถึง การที่สมาชิกในเครือข่ายมีการทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก และผลการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนระหว่างกันนั้นก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเครือข่ายตามมาด้วย

๒.๒.๓ เป้าหมายเครือข่าย

อภิัญญา เวชชัย^{๒๗} ได้กล่าวถึงการสร้างเครือข่ายมีเป้าหมายดังนี้

๑. เพื่อขยายวงความสัมพันธ์ให้กว้างขวางขึ้นนำไปสู่การขยายกิจกรรม ขยายความช่วยเหลือเกื้อกูลที่มีต่อกัน ตลอดจนพัฒนาศักยภาพของแต่ละองค์กร ให้แสดงบทบาททั้ง "ผู้ให้" และ "ผู้รับ" อย่างเหมาะสม

๒. เพื่อสร้างขบวนการเรียนรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกันผ่านทางการติดต่อกันโดยตรง ระหว่างบุคคลหรือกลุ่มต่างๆ ที่เข้าร่วมในเครือข่าย

๓. เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ทางวัตถุแก่กัน และกันเป็นการแบ่งปันทรัพยากรให้แก่กลุ่มที่ด้อยโอกาสกว่า

๔. เพื่อประโยชน์ในการรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารระหว่างองค์กร

๕. เพื่อเป็นแหล่งสำหรับการทำงานสนับสนุนต่างๆ เปิดช่องให้สมาชิกเข้าถึงเรื่องนั้นๆ ได้ในทุกแง่มุม เพื่อจะนำไปปฏิบัติเป็นกิจกรรมต่างๆ ของตนเองและซึ่งทำให้เกิดการรวมหมู่ที่มีพลังอิทธิพลมากกว่าองค์กรเดียวอย่างมากมาย

๖. เป็นเวทีสำหรับการปฏิบัติงานรวมในพื้นที่

๗. เพื่อนำไปสู่การสร้างแหล่งสะสมทุนเพื่อการพึ่งตนเองในด้านต่างๆ ในอนาคต

๘. เพื่อเป็นการรวมตัวกันนำประเด็นปัญหาหรือเรื่องเรียนสู่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนำไปสู่การเสนอหรือผลักดันนโยบายที่เหมาะสมมากกว่าเดิม

๒.๒.๔ รูปแบบและประเภทเครือข่าย

ประพจน์ ช่วงภูศรี^{๒๘} รูปแบบของเครือข่ายที่พิจารณาจากลักษณะความสัมพันธ์ของสมาชิกและแกนกลางประสานเครือข่ายมี ๓ รูปแบบ คือ

๑. รูปแบบรวมศูนย์ จะเป็นเครือข่ายที่องค์การหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นสมาชิก มีความร่วมมือประสานงานและมีความสัมพันธ์กับกลุ่มแกนกลางสูง ความเป็นเครือข่ายกันระหว่างสมาชิกมีน้อยมากหรือไม่มีเลย

^{๒๗} อภิัญญา เวชชัย อ่างใน นฤมล นิราทร. การสร้างเครือข่ายการทำงาน : ข้อควรพิจารณาบางประการ. (กรุงเทพมหานคร : มปท., ๒๕๔๓), หน้า ๑๗.

^{๒๘} ประพจน์ ช่วงภูศรี อ่างใน รุ่งโรจน์ เพชรบุรีณิน. เครือข่ายภาคประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาการทุจริต คอร์รัปชัน : กรณีศึกษา เครือข่ายประชาชนต้านคอร์รัปชัน (คปต.). (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๖), หน้า ๒๒.

๒. รูปแบบกระจาย เป็นเครือข่ายขององค์กรแกนหรือกลุ่มแกนกลางประสาน ตลอดจนสมาชิกมีการติดต่อสื่อสาร ประสานงานร่วมมือซึ่งกันและกัน กระจายการประสานงานเชื่อมประสานสัมพันธ์กันในระหว่างสมาชิกด้วยกันและกับกลุ่มแกน ซึ่งกลุ่มแกนจะคอยทำหน้าที่เอื้ออำนวยความสะดวกต่างๆ ให้แก่สมาชิก

๓. รูปแบบกระจายเชิงซ้อน เป็นเครือข่ายกระจายที่สมาชิกเครือข่าย สามารถติดต่อประสานงานความร่วมมือซึ่งกันและกัน และขยายการติดต่อไปยังกลุ่มหรือองค์กรอื่นๆ ซึ่งกลุ่มหรือองค์กรต่างๆ เหล่านั้นเป็นเครือข่ายซึ่งกันและกันมีลักษณะเป็นเครือข่ายเชิงซ้อน โดยกลุ่มแกนหรือองค์กรแกนจะมีผู้ประสานงานหรือเลขานุการเครือข่ายหลายคน

พระมหาสุทิตย์ อาภากรโร^{๒๙} ได้มีการแบ่งประเภท รูปแบบ และลักษณะความสัมพันธ์ของเครือข่ายเพื่อสร้างความเข้าใจและมองเห็นภาพความเคลื่อนไหวของกลุ่มองค์กรเครือข่ายต่างๆ ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น จากพัฒนาการของความเป็นเครือข่ายในสังคมไทย จะเห็นได้ว่า มีกระบวนการเกิดขึ้นของเครือข่ายในภาคส่วนต่างๆ อย่างมากมาย ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ องค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) และภาคประชาชน รวมทั้งในด้านแนวคิด กิจกรรม มีกระบวนการแบ่งประเภทและรูปแบบของเครือข่ายออกเป็นนัยต่างๆ ดังนั้น ประเภทและรูปแบบของเครือข่ายจึงมีความแตกต่างกัน ไปตามนิยาม และกิจกรรมที่แต่ละกลุ่ม หรือผู้ที่ใช้กิจกรรมเครือข่ายกำหนดขึ้นโดยในที่นี้จะกล่าวถึงเกณฑ์บางประการในการจัดประเภทและรูปแบบของเครือข่าย เพื่อให้เหมาะสมกับการประยุกต์ใช้ในการเสริมสร้างการเรียนรู้ของทุกฝ่าย ดังนี้

๑) เครือข่ายเชิงพื้นที่ (area) หมายถึงการรวมตัวของกลุ่มองค์กรเครือข่ายที่อาศัยกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ที่เป็นเป้าหมายนำทางและเป็นการพัฒนาแบบบูรณาการ ที่ไม่แยกส่วนต่างๆ ออกจากกัน โดยยึดเอาพื้นที่เป็นที่ตั้งแห่งความสำเร็จในการทำงานร่วมกันของทุกฝ่ายลักษณะและโครงสร้างของเครือข่ายเชิงพื้นที่นั้น สามารถจัดลักษณะโครงสร้างความสัมพันธ์ได้หลายระดับตามพื้นที่และกิจกรรมที่เกิดขึ้น อาทิ การแบ่งเครือข่ายตามระบบการปกครองของภาครัฐเช่น เครือข่ายระดับหมู่บ้าน ตำบลและระดับอำเภอ การแบ่งพื้นที่ตามความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติเช่น เครือข่ายลุ่มแม่น้ำปิง เครือข่ายอ่าวปัตตานี

๒) เครือข่ายเชิงประเด็นกิจกรรม (issue network) ได้แก่เครือข่ายที่ใช้ประเด็นกิจกรรมหรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นปัจจัยหลักในการรวมองค์กร โดยมองข้ามมิติในเชิงพื้นที่ มุ่งเน้นการจัดการในประเด็นกิจกรรมนั้นๆ อย่างจริงจัง และพัฒนาให้เกิดความร่วมมือกับภาคีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยลักษณะและ โครงสร้างของเครือข่ายเชิงประเด็นกิจกรรมนั้น สามารถแบ่งลักษณะและโครงสร้างของเครือข่ายได้อย่างมากมาย ตามประเด็นกิจกรรมและความสนใจที่เกิดขึ้นของฝ่ายต่างๆ ทั้งภาครัฐ เอกชนและภาคประชาชน โดยไม่ได้ยึดติดกับพื้นที่ดำเนินการ แต่ใช้หลักของกิจกรรมที่เกิดขึ้นเป็นตัวกำหนดความเป็นเครือข่ายเช่น เครือข่ายป่าชุมชน เครือข่ายภูมิปัญญาหมู่บ้าน เครือข่ายธนาคารหมู่บ้าน เครือข่ายผู้สูงอายุและเครือข่ายยาเสพติด ฯลฯ

^{๒๙} พระมหาสุทิตย์ อาภากรโร. เครือข่าย: ธรรมชาติ ความรู้ และการจัดการ. (กรุงเทพมหานคร : โครงการสร้างเสริมการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข, ๒๕๔๗), หน้า ๘๔.

๓) เครือข่ายแบ่งตามโครงสร้างหน้าที่ ได้แก่ เครือข่ายที่เกิดขึ้นโดยอาศัยภารกิจและการก่อตัวของกลุ่มผลประโยชน์ในสังคมเป็นแนวทางในการแบ่งเครือข่าย ซึ่งอาจแบ่งเป็นเครือข่ายภาครัฐ ภาคประชาชน ภาคธุรกิจเอกชนและภาคองค์กรพัฒนาเอกชน โดยเครือข่ายต่างๆ ดังกล่าวมุ่งเน้นการทำงานภายใต้กรอบแนวคิด หลักการ วัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของหน่วยงานหรือโครงสร้างหลักของกลุ่มประโยชน์นั้นๆ ลักษณะและโครงสร้างของเครือข่ายประเภทนี้ มีการก่อตัวตามภารกิจของกลุ่มผลประโยชน์ โดยกลุ่มผลประโยชน์อาจให้การสนับสนุนในการจัดตั้งเครือข่าย หรือเข้าไปเสริมสร้างให้เกิดกระบวนการการเรียนรู้ และมีกระบวนการพัฒนาที่สอดคล้องกับการกิจ กิจกรรมและเป้าหมายของกลุ่ม/หน่วยงานนั้นๆ ถ้าแต่ละฝ่ายเห็นความสำคัญในการรวมพลังเพื่อการแก้ไขปัญหาในภาพรวม

ประพจน์ ช่วงภูศรี^{๓๐} สามารถพิจารณาได้จากลักษณะความสัมพันธ์ของสมาชิกและแกนกลางประสานเครือข่ายมีรูปแบบ คือ

๑. การจำแนกตามพื้นที่ที่ดำเนินงาน เช่น เครือข่ายระดับหมู่บ้าน ตำบล จังหวัด ภาค และระดับประเทศ

๒. การจำแนกตามประเภทกิจกรรมหรือประเด็นปัญหา เช่น เครือข่ายที่ทำงานด้านเด็ก สตรี สาธารณสุข เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ยาเสพติด เป็นต้น

๓. จำแนกตามอาชีพหรือสถานภาพทางสังคม เช่น ข้าราชการ เครือข่ายกลุ่มพระสงฆ์ เครือข่ายครูพิทักษ์สิทธิเด็ก เป็นต้น

๔. จำแนกตามรูปแบบโครงสร้างหรือความสัมพันธ์ จำแนกโดยใช้เกณฑ์นี้ทำให้เกิดเครือข่าย ๒ ลักษณะ คือเครือข่ายแนวตั้ง และเครือข่ายแนวนอน แนวตั้งหมายถึง หมายถึง เครือข่ายที่โครงสร้างมีลักษณะเป็นช่วงชั้นความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภายในเครือข่ายไม่เท่ากัน มีองค์กรที่มีสถานภาพสูงกว่าและอยู่ในฐานะผู้ให้ความช่วยเหลือองค์กรที่เป็นลูกข่าย เครือข่ายแนวตั้งจะพบมากในองค์กรภาคธุรกิจ ส่วนข่ายแนวนอนหมายถึง เครือข่ายที่โครงสร้างมีลักษณะเป็นช่วงชั้นความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภายในเครือข่ายมีความเท่าเทียมกัน ลักษณะการแลกเปลี่ยนเป็นไปโดยช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การติดต่อเครือข่ายเป็นการติดต่อระหว่างบุคคลหรือองค์กร หรืออาจจะมีการทำหน้าที่ประสานงานระหว่างเครือข่าย

๒.๒.๕ แนวทางการสร้างพัฒนาเครือข่ายและคุณลักษณะของเครือข่ายที่ดี

ไพฑูรย์ วงศ์อนุตรโรจน์^{๓๑} กล่าวว่า แนวทางการสร้างพัฒนาเครือข่ายประกอบไปด้วย ความสัมพันธ์แบบเครือญาติ เพื่อนบ้าน และพรรคพวกเพื่อนฝูง ความสัมพันธ์ผ่านกระบวนการ

^{๓๐} ประพจน์ ช่วงภูศรี อ่างใน รุ่งโรจน์ เพชรบุรีณิน. เครือข่ายภาคประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาการทุจริต คอร์รัปชัน : กรณีศึกษา เครือข่ายประชาชนต้านคอร์รัปชัน (คปต.). (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๖), หน้า ๒๒.

^{๓๑} ไพฑูรย์ วงศ์อนุตรโรจน์. กระบวนการสร้างและพัฒนาเครือข่ายทางสังคม : กรณีศึกษา บ้านหนองขาว อำเภอดำรง จังหวัดกาญจนบุรี, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๔๔).

ประกอบอาชีพ ความสัมพันธ์ผ่านประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อและวัฒนธรรม วัดโรงเรียน และโครงสร้าง ช่องทางการติดต่อสื่อสาร เป็นรากฐานที่สำคัญที่นำไปสู่ความร่วมมือในชุมชน และความสัมพันธ์ในลักษณะต่างๆ นี้ได้พัฒนาไปสู่กลุ่มที่เป็นทางการมากขึ้น ในการสร้างความสัมพันธ์กับภายนอกพบว่าเครือข่ายความสัมพันธ์ของบุคคลดังกล่าวที่จะเชื่อมโยงให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล องค์กร หรือหน่วยงานภายนอกกับชุมชนมีการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมของชุมชน สามารถแยกพิจารณาระดับความสัมพันธ์เป็น ๓ ชั้น คือ

๑. ชั้นฐานความสัมพันธ์ของชุมชน
๒. ชั้นกลุ่มต่างๆ หรือพลเมืองที่ตื่นตัว
๓. ชั้นกลางหรือแกนนำสังคมของชุมชน

Boussevain^{๓๒} คุณลักษณะของเครือข่ายที่ดี

๑. ต้องเป็นการทำงานแบบดาวกระจายไม่รวมศูนย์ตัวศูนย์กลางคือผู้ประสานงาน
๒. องค์กรสมาชิกมีความเท่าเทียมกัน
๓. มีความไว้วางใจกัน
๔. มีการสื่อสารหลายทาง
๕. มีกิจกรรมร่วมกันที่ต่อเนื่องเป็นผลประโยชน์โดยได้รับความร่วมมือจากสมาชิก
๖. มีการประสานงานทั้งแนวนอนและแนวตั้ง
๗. มีแกนกลางที่มีประสิทธิภาพ

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า องค์กรประกอบของเครือข่าย ประกอบด้วย ๑) การรับรู้ มุมมองด้วยกัน ๒) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ๓) มีความสนใจร่วมกัน ๔) การมีส่วนร่วมของสมาชิก เครือข่าย ๕) การเสริมสร้างซึ่งกันและกัน ๖) การพึ่งพิงอิงร่วมกัน ๗) การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน จึงนำไปใช้ในการกำหนดความต้องการจำเป็นในการพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้านในระยะที่ ๑

๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำกลยุทธ์

การวางแผนกลยุทธ์เป็นการวางแผนเพื่อนำองค์กรไปสู่สิ่งที่ต้องการในอนาคต การจัดทำแผนกลยุทธ์จึง เป็นภาพรวมขององค์กร ที่ชี้ถึงอนาคตขององค์กรนั้น ๆ ในการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำมีเอกสาร และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ความหมายของกลยุทธ์

^{๓๒} Boussevain อ้างถึงใน ชาติชาย ณ เชียงใหม่. การมีส่วนร่วมของประชาชนและการสนับสนุน การพัฒนาขององค์กรประชาชน. กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๓๓), ๒๐๙-๒๑๔.

คำว่า กลยุทธ์ มาจากภาษาอังกฤษว่า (Strategy) หรือ ยุทธศาสตร์ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช ๒๕๔๒^{๓๓} ให้ความหมายของกลยุทธ์ว่าหมายถึง การรบที่มีเล่ห์เหลี่ยมวิธีการที่ต้องใช้กลอุบายต่าง ๆ เล่ห์เหลี่ยมในการต่อสู้แนวคิดเกี่ยวกับความหมายของกลยุทธ์มีนักการศึกษาได้ให้ความหมายไว้ดังต่อไปนี้

Morrison, Renfiro & Boucher (๑๙๘๗)^{๓๔} ให้ความหมาย คำว่า กลยุทธ์ (Strategy) ว่ามาจากภาษากรีกว่า (Strategos) ซึ่งเป็นการรวมคำ ๒ คำเข้าด้วยกัน คือ คำว่า (Stratos) ที่แปลว่า กองทัพ และคำว่า (Ago) ที่เป็นคำกริยา ซึ่งแปลว่า นำ (Lead) รวม แปลได้ว่า ความชำนาญของนายพล ดังนั้น คำนี้จึงหมายถึง วิธีที่นายพลทหารเตรียมตัวเพื่อการต่อสู้ในการสงครามสมาคม

โชติ แยมแสง^{๓๕} ได้สรุปความหมายของกลยุทธ์ว่า หมายถึง แนวทางในการดำเนินงานขององค์กรอย่างเป็นระบบ ในการแก้ปัญหาสิ่งที่เป็นจุดอ่อนและสนับสนุนสิ่งที่เป็น จุดเด่นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรซึ่งสอดคล้องกับ พัชรินทร์พร ภู่อภิสิทธิ์ และคณะ^{๓๖} ที่สรุปความหมายของกลยุทธ์ (Strategy) ว่าหมายถึง รูปแบบ แผนการ หรือแนวทางเพื่อนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ ตามเป้าหมายที่วางไว้ ด้านผู้บริหารโรงเรียนแห่งประเทศไทย^{๓๗} ได้ให้ความหมายของกลยุทธ์ ไว้ดังนี้

๑. กลยุทธ์หมายถึง วิธีดำเนินงานที่คาดว่าจะนำไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

๒. กลยุทธ์หมายถึง แผนของผู้บริหารระดับสูงที่นำไปสู่ผลลัพธ์ต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับภารกิจและเป้าหมายขององค์กร

๓. กลยุทธ์หมายถึง ชุดของทางเลือกระยะยาวเกี่ยวกับเป้าประสงค์เชิงปฏิบัติการและนโยบายรวมทั้งแผนปฏิบัติการของแผนงานของรัฐบาล ซึ่งองค์กรรัฐบาลกำหนด โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของแผนงานที่รัฐบาลกำหนดไว้และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของแผนงาน

๔. กลยุทธ์คือ ชุดของเป้าหมายและแผนการปฏิบัติงานสำหรับแต่ละระดับขององค์กร โดยเฉพาะ

^{๓๓} ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช ๒๕๔๒. กรุงเทพมหานคร : นานมีบุ๊คส์. ๒๕๔๒.

^{๓๔} นงนุช สุระเสน. การพัฒนากลยุทธ์การบริหารสถานศึกษา เพื่อรับรางวัลพระราชทานระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. ๒๕๖๑).

^{๓๕} โชติ แยมแสง. กลยุทธ์การดำเนินงานสู่ความเป็นเลิศของสถานศึกษาปฐมวัยในจังหวัด ปทุมธานี. (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. ๒๕๕๖).

^{๓๖} พัชรินทร์พร ภู่อภิสิทธิ์ และคณะ. การศึกษาสมรรถนะของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน (OTOP) เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. ๒๕๕๗).

^{๓๗} สุระศักดิ์ แก้วสียา. การวางแผนกลยุทธ์ในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต ๒. (พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย. ๒๕๕๖).

๕. กลยุทธ์คือ ชุดของการปฏิบัติที่ทำให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์

๖. กลยุทธ์คือ ตัวปฏิบัติการ (Operator) ที่ออกแบบมาเพื่อเปลี่ยนแปลงองค์กรจากสถานภาพ (Position) ปัจจุบันไปสู่สภาพที่ปรารถนาไว้ตามประสงค์ภายใต้ข้อจำกัดของความสามารถและศักยภาพ

๗. กลยุทธ์คือ แนวทางในการเปรียบเทียบจุดแข็งขององค์กรกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงเพื่อคิดหาวิธีที่ดีที่สุดในการตอบสนองความเปลี่ยนแปลงนั้น

จตุพร เสถียรคง^{๓๘} กล่าวว่า กลยุทธ์คือ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งกลยุทธ์ที่ดีที่มีการนำไปปฏิบัติได้อย่างประสบความสำเร็จนั้น จะต้องมีการกำหนด เป้าหมายและทิศทางโดยทุกคนในองค์กรสามารถรับรู้และเข้าใจได้เพื่อแปลงเป้าหมายและ วัตถุประสงค์ไปสู่การปฏิบัติให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ต้องการ

กล่าวโดยสรุปได้ว่า กลยุทธ์หมายถึง วิธีดำเนินการอย่างเป็นระบบเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรที่วางไว้

ความสำคัญของการวางแผนกลยุทธ์

การวางแผนกลยุทธ์เป็นเรื่องที่สำคัญมากสำหรับการบริหารองค์กร ซึ่งมีผู้สรุปความสำคัญของการวางแผนกลยุทธ์ไว้ดังนี้

บุญ เลิศ เย็นคงคา และคณะ^{๓๙} ได้กล่าวถึงความสำคัญ ของการวางแผนกลยุทธ์ว่า แผนกลยุทธ์ที่ช่วยให้องค์กรมีวัตถุประสงค์และภารกิจในอนาคตอย่างชัดเจน สามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ปฏิบัติงาน ช่วยให้การดำเนินงานสอดคล้องในหน้าที่ต่างๆ ภายในองค์กรเพื่อนำไปสู่วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ทั้งยังเป็นโอกาสให้ผู้บริหารระดับต่างๆ มีส่วนร่วมในการ ดำเนินงานมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาองค์กร

สายฝน ภาณุมาศ^{๔๐} กล่าวว่า การวางแผนกลยุทธ์เป็นเรื่องที่มีความจำเป็น อย่างมากสำหรับผู้บริหารขององค์กรสมัยใหม่ที่มุ่งหวังผลสำเร็จในการดำเนินงาน กล่าว คือ

๑. สภาพแวดล้อมของประเทศมีการเปลี่ยนแปลงและขยายตัวอย่างรวดเร็วในหลายด้าน เช่น การปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจจากภาคเกษตรกรรมสู่ภาคอุตสาหกรรมและบริการมีการเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนกับต่างประเทศมากขึ้น เกิดการปรับเปลี่ยนข้ออำนาจทางการเมืองจากทหารและข้าราชการประจำสู่นักการเมืองและนักธุรกิจ การขยายตัวของชุมชนเมืองและการหดตัว

^{๓๘} จตุพร เสถียรคง. กลยุทธ์แห่งความสำเร็จในการบริหารจัดการภาครัฐของไทย. (ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา. ๒๕๕๗).

^{๓๙} บุญเลิศ เย็นคงคา และคณะ. การจัดการศึกษาเชิงกลยุทธ์. (กรุงเทพมหานคร : วิ.เจ.พรินต์. ๒๕๕๖).

^{๔๐} สายฝน ภาณุมาศ. การบริหารความเสี่ยงด้านกฎหมายในความรับผิดชอบของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่เป็นนิติบุคคล. (นครปฐม : มหาวิทยาลัยศิลปากร. ๒๕๖๐).

ของชุมชนชนบท การเปลี่ยนแปลงในค่านิยมการบริโภค และวิถีชีวิต เป็นต้น อันก่อให้เกิดผลกระทบ ทั้งที่เป็นโอกาสและอุปสรรคต่อองค์กร

๒. ผู้บริหารขององค์กรมีความจำเป็นที่จะต้องพิจารณาจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ไม่ว่าจะเป็นเงินงบประมาณ บุคลากร ตลอดจนเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ รวมทั้งจะต้องผนึกกำลัง และประสานการดำเนินงานภายในให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันเพื่อให้สามารถเผชิญ กับสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้

๓. การขยายตัวและความสลับซับซ้อนขององค์กร ทำให้ผู้บริหารขององค์กรจะต้องพยายาม กำหนดทิศทาง จุดมุ่งหมาย วัตถุประสงค์และแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน

พรรณนา อิงพงษ์พันธ์^{๔๑} ได้กล่าวถึงความสำคัญของการบริหารเชิงกลยุทธ์ว่ามีความสำคัญ และมีความจำเป็นต่อการบริหารสถานศึกษา ๕ ประการ ดังนี้

๑. ช่วยให้องค์การมีวัตถุประสงค์และกำหนดทิศทางในอนาคตที่ชัดเจน ทำให้ ผู้ได้บังคับบัญชาทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

๒. ช่วยสร้างความสอดคล้องของการดำเนินการภายในองค์กรและทำให้หน่วยงานของ องค์กรมุ่งไปสู่วัตถุประสงค์เดียวกัน

๓. เปิดโอกาสให้ผู้บริหารในระดับต่าง ๆ มีส่วนร่วมในการบริหาร ทำให้ได้พัฒนาความคิด และช่วยลดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง

๔. ช่วยให้องค์การสามารถคาดการณ์ปัญหาจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอก องค์กรที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

๕. ช่วยให้ผู้บริหารระดับสูงสามารถบริหารองค์กรได้อย่างกว้างขวางทำให้อลดความเสี่ยง

ธนพล มหากาล^{๔๒} ที่สรุปว่า การบริหารเชิงกลยุทธ์มีความสำคัญและจำเป็นในการบริหาร สถานศึกษาดังนี้

๑. ช่วยให้องค์การสามารถคาดการณ์ถึงปัญหาและโอกาสที่จะเป็นในอนาคต

๒. การบริหารเชิงกลยุทธ์เอื้ออำนวยให้องค์การมีวัตถุประสงค์และทิศทางในอนาคตชัดเจน

๓. การบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ช่วยให้ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถ บริหารสถานศึกษาในขอบเขตที่กว้างได้เท่ากับช่วยลดความเสี่ยง

^{๔๑} พรรณนา อิงพงษ์พันธ์. การบริหารเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารกับผลการปฏิบัติงานวิชาการ ใน สถานศึกษาสังกัดองค์การบริหารส่วน จังหวัดกลุ่มการศึกษาท้องถิ่นที่ ๑. (นครปฐม : มหาวิทยาลัยศิลปากร. ๒๕๕๘).

^{๔๒} ธนพล มหากาล. ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารเชิงกลยุทธ์กับการบริหารงาน งบประมาณ แบบมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาปทุมธานี เขต ๒. (ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ๒๕๕๗).

๔. สามารถปรับให้สถานศึกษาให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกได้ทำให้มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่เหนือกว่าสถานศึกษาอื่น

๕. เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนร่วมในการบริหาร ทำให้พัฒนาความคิดและช่วยลดการต่อต้าน การเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นได้

๖. การบริหารเชิงกลยุทธ์สามารถช่วยให้ผู้บริหารวางแผนกลยุทธ์ได้ดีและง่ายกว่าเดิม

๗. ช่วยให้ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถยกระดับผลการปฏิบัติขึ้นมาได้

สรุปได้ว่า การวางแผนกลยุทธ์ มีความสำคัญอย่างมากต่อผู้บริหารขององค์กรที่มุ่งหวังให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้แผนกลยุทธ์สามารถใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานภายในองค์กร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรนั้น ๆ และเป็นการเตรียมความพร้อมในการเผชิญความไม่แน่นอนขององค์กรในอนาคต

ตารางที่ ๒.๑ กระบวนการในการถ่ายทอดกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ

กระบวนการ/เครื่องมือ	เหตุผล/ความสำคัญ	ขั้นตอน/วิธีการ
การกำหนดกรอบกลยุทธ์ (วัตถุประสงค์ ตัวชี้วัด เป้าหมาย)	เพื่อให้ผู้บริหารมุ่งเน้นสิ่งที่องค์กรต้องการจะพัฒนาเพื่อนำไปสู่การบรรลุวิสัยทัศน์และพันธกิจ โดยมีการกำหนดเป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์เพื่อแสดงถึงสิ่งที่องค์กรต้องการจะทำเพื่อให้บรรลุประเด็น กลยุทธ์ แต่ละประการที่กำหนดขึ้น นอกจากนี้ยังมีกลยุทธ์หลักที่แสดงถึงวิธีการดำเนินการสำคัญที่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์ขององค์กร	๑. วัตถุประสงค์ภายใต้กลยุทธ์แต่ละประเด็นว่าอะไรคือ สิ่งที่องค์กรมุ่งหวัง หรือต้องการที่จะบรรลุในด้านต่าง ๆ โดยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ต้องมีความเชื่อมโยงกันในเชิงเหตุและผลภายใต้มิติต่าง ๆ ๒. กำหนดตัวชี้วัดของแต่ละวัตถุประสงค์ ๓. กำหนดค่าเป้าหมาย หรือตัวเลขที่องค์กรต้องการจะบรรลุของตัวชี้วัดแต่ละตัว ๔. การกำหนดกลยุทธ์ริเริ่มหรือสิ่งที่องค์กรจะทำหรือดำเนินการเพื่อที่จะ ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ที่ได้มีการกำหนดไว้ ๕. กำหนดแผนงาน/โครงการต่าง ๆ ที่จะดำเนินการ เพื่อให้สามารถบรรลุค่าเป้าหมายของ

กระบวนการ/เครื่องมือ	เหตุผล/ความสำคัญ	ขั้นตอน/วิธีการ
		ตัวชี้วัดที่ได้กำหนดไว้โดยนำองค์กรที่มีอยู่แล้วมาพิจารณาก่อนเป็นอันดับแรก
การถ่ายทอดแผนกลยุทธ์ด้วยแผนที่กลยุทธ์ (Strategy Map)	เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการสื่อสารและถ่ายทอดกลยุทธ์ให้ชัดเจนและเป็นที่ยอมรับทั่วทั้งองค์กร อีกทั้งทำให้บุคลากรระดับ มุ่งเน้นในกลยุทธ์ที่สำคัญ บุคลากรเข้าใจบทบาทของตนเองต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เป็นการนำวัตถุประสงค์ของแต่ละ กลยุทธ์ มาเรียงกันเป็นแผนที่กลยุทธ์ศาสตร์ (Strategy Map) ตามหลักเหตุและผลเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการทบทวนผลการดำเนินงาน	ยืนยันวิสัยทัศน์ที่โรงเรียนต้องการจะเป็นในอนาคตภายในระยะเวลาที่กำหนด ยืนยันกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่องค์กรต้องการจะพัฒนามาหนดวัตถุประสงค์ ภายใต้กลยุทธ์นำวัตถุประสงค์แต่ละกลยุทธ์มาเรียงกันในแผนที่ กลยุทธ์ (Strategy Map)ตามหลักการของเหตุและผล นำแผนที่กลยุทธ์ที่ได้สร้างขึ้น ไปเป็นเครื่องมือในการสื่อสารและถ่ายทอดให้กับบุคลากรภายในองค์กร

แนวทางการดำเนินการวางแผนกลยุทธ์และจัดทำแผนกลยุทธ์

การจัดการกลยุทธ์หรือการวางแผนกลยุทธ์เป็นกระบวนการตัดสินใจเพื่อกำหนดทิศทาง ในอนาคตขององค์กร โดยกำหนดสภาพการณ์ในอนาคตที่ต้องการบรรลุและกำหนดแนวทางในการบรรลุสภาพการณ์ที่กำหนดบนพื้นฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ ซึ่งมีนักการศึกษาหลายท่านได้สรุป แนวทางการดำเนินการวางแผนและจัดทำแผนกลยุทธ์ไว้ดังนี้

Kotler and Murphy (1981)^{๔๓} ได้แบ่งขั้นตอนการวางแผนกลยุทธ์ไว้ ๕ ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่๑ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร

ขั้นตอนที่๒ การกำหนดวัตถุประสงค์(Goal Formulation)

ขั้นตอนที่๓ การจัดทำแผนกลยุทธ์(Strategic Formulation)

ขั้นตอนที่๔ การออกแบบองค์กร (Organization Design)

^{๔๓} Kotler, P., & Murphy, P. E.. Strategic Planning for Higher Education. *The Journal of Higher Education*, 52,(1981) : 407-489.

ขั้นตอนที่ ๕ การออกแบบระบบปฏิบัติงาน (System Design)

เสกสรร หมูวิเศษ^{๔๔} ได้สรุปขั้นตอนของการวางแผนยุทธศาสตร์ดังนี้

๑. ทบทวนภารกิจของโรงเรียน เพื่อให้ทราบว่าโรงเรียนมีขอบข่ายงานและภาระหน้าที่อะไรบ้าง และสามารถทราบว่ามียะไรเป็นงานหลัก งานรองและงานสนับสนุน รวมทั้งได้ทราบผลการดำเนินงานที่ผ่านมา

๒. วิเคราะห์สถานภาพปัจจุบัน มีเทคนิคการวิเคราะห์หลายวิธีที่สำคัญ เช่น การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของหน่วยงาน การวิเคราะห์ความคาดหวัง ความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นต้น

๓. การกำหนดวิสัยทัศน์ภารกิจ เป้าหมาย/ตัวชี้วัด

วิสัยทัศน์หมายถึง การมองภาพอนาคตของผู้นำสมาชิกในหน่วยงานและการกำหนดจุดหมายปลายทางที่ชัดเจน ทำลาย มีพลังและมีความเป็นไปได้ทั้งนี้อยู่บนพื้นฐานของค่านิยม ความเชื่อขององค์กรด้วยเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สะท้อนอนาคตของหน่วยงาน

ภารกิจเป็นสิ่งที่จะทำให้การดำเนินงานของหน่วยงานบรรลุจุดหมายปลายทางตามที่กำหนดในวิสัยทัศน์โดยกำหนดขอบข่ายงานและบทบาทหน้าที่ของผู้รับผิดชอบ

เป้าหมาย/ตัวชี้วัดเป็นจุดหมายปลายทางที่หน่วยงานต้องการปรับปรุงและพัฒนาไปในอนาคตโดยมีตัวชี้วัดความสำเร็จที่สามารถวัดได้

๔. กำหนดยุทธศาสตร์สู่ความสำเร็จ เป็นยุทธวิธีหรือวิธีการที่จะทำให้เกิดผลตามเป้าหมาย และสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และภารกิจที่กำหนดไว้

๕. จัดทำแผนปฏิบัติงานและโครงการ เป็นการนำกลยุทธ์ที่กำหนดเป็นแผนงาน/โครงการ และงบประมาณที่ต้องใช้ดำเนินการในแต่ละปีมีตัวชี้วัดความสำเร็จที่ชัดเจน และแต่ละแผนงาน/โครงการสามารถนำไปปฏิบัติได้

๖. ดำเนินการตามแผน เป็นการนำแผนสู่การปฏิบัติโดยมีกิจกรรม ขั้นตอนการดำเนินงาน และผู้รับผิดชอบตามที่กำหนดในแผนงาน/โครงการ

๗. ประเมินผลและรายงาน เป็นขั้นตอนที่จะทำให้ทราบว่าโรงเรียนได้มีการนำแผนปฏิบัติหรือไม่มากนักน้อยเพียงใด มีอุปสรรคและปัญหาอะไรที่ต้องปรับปรุงแก้ไข บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือไม่ มีผลต่อคุณภาพของผู้เรียนอย่างไรบ้าง นอกจากนี้จะต้องรายงานให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น นักเรียน ผู้ปกครอง ครูคณะกรรมการโรงเรียน/ชุมชนและหน่วยงานที่โรงเรียนสังกัด เพื่อรับทราบผลการดำเนินงานตามที่กำหนดในแผนด้วย

^{๔๔} เสกสรร หมูวิเศษ. แผนยุทธศาสตร์. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ : ๑๘ ตุลาคม ๒๕๖๗. จาก: <http://gotoknow.org>.

สุพจน์ ทรายแก้ว^{๔๕} ได้กล่าวถึงแนวทางการดำเนินการวางแผนกลยุทธ์ว่า ขั้นตอนการวางแผนกลยุทธ์มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

๑. กำหนดวิสัยทัศน์(Vision)
๒. กำหนดภารกิจหลักหรือพันธกิจ (Mission)
๓. กำหนดเป้าประสงค์หรือจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนา (Goal)
๔. กำหนดประเด็นกลยุทธ์หรือกลยุทธ์(Strategy)
๕. กำหนดกลยุทธ์หรือแนวทางการพัฒนา

การกำหนดวิสัยทัศน์(Vision) ในการกำหนดวิสัยทัศน์นั้น จะต้องศึกษาวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ดังนั้นการวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อประเมินสถานการณ์การพัฒนา คือ การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT analysis)

- จุดแข็ง (Strength-S)
- จุดอ่อน (Weakness-W)
- โอกาส (Opportunity-o)
- อุปสรรค (Threat-T)

จุดแข็ง หมายถึง ทรัพยากรด้านต่าง ๆ ที่ได้เปรียบหรือส่วนที่เข้มแข็งภายในองค์กรที่สามารถใช้ประโยชน์เพื่อผลักดันให้องค์กรสามารถดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์และภารกิจขององค์กร เช่น ด้านโครงสร้างด้านระบบงาน ด้านบุคลากรด้านงบประมาณ ด้านวัสดุอุปกรณ์รวมทั้งด้านกฎหมาย เป็นต้น

จุดอ่อน หมายถึง ข้อเสียเปรียบ ข้อผิดพลาดในองค์กรที่เป็นข้อด้อยหรือเป็นข้อจำกัดต่าง ๆ ที่ส่งผลทำให้ไม่บรรลุวัตถุประสงค์และภารกิจขององค์กร เช่น ด้านโครงสร้าง ด้านระบบงาน ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านวัสดุอุปกรณ์ด้านกฎหมาย

โอกาส หมายถึง สถานการณ์หรือปัจจัยที่เกิดจากสภาพแวดล้อมที่มีลักษณะเกื้อกูลต่อการบรรลุวัตถุประสงค์และภารกิจขององค์กร เช่น สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการเมืองด้านเทคโนโลยี เป็นต้น สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน ได้แก่ด้านลูกค้าด้านสถานการณ์การแข่งขัน ด้านผู้สนับสนุนปัจจัย ด้านแรงงาน ด้านสถานการณ์นานาชาติ เป็นต้น

อุปสรรค หมายถึง สถานการณ์หรือปัจจัยที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีลักษณะ เป็นอุปสรรคขัดขวาง หรือทำให้เกิดผลเสียหาย ผลกระทบในทางลบต่อการบริหารงานขององค์กร เช่น สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป ได้แก่ด้านเศรษฐกิจด้านสังคม ด้านการเมืองด้านเทคโนโลยี เป็นต้น

^{๔๕} สุพจน์ ทรายแก้ว. การจัดการภาครัฐแนวใหม่. (พระนครศรีอยุธยา : โรงพิมพ์เทียนวัฒนา.

สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน ได้แก่ด้านลูกค้า ด้านสถานภาพการแข่งขัน ด้านผู้สนับสนุน ปัจจัยด้านแรงงาน ด้านสถานการณ์นานาชาติ เป็นต้น

การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength-S) และจุดอ่อน (Weakness-W) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในส่วนการวิเคราะห์โอกาส (Opportunity-O) และอุปสรรค (Threat-T) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ดัชนีตัวชี้วัดความสำเร็จของการปฏิบัติงาน (Key Performance Indicators หรือ KPI) หมายถึง สิ่งสะท้อนถึงความสำเร็จของการปฏิบัติงานซึ่งสังเกตได้วัดได้นับได้เนื่องจากกระบวนการปฏิบัติงานตามทฤษฎีระบบ (System Theory) ประกอบด้วย ปัจจัยป้อนเข้า (Inputs) กระบวนการ (Processes) ผลสัมฤทธิ์ (Results) ซึ่งผลสัมฤทธิ์จะประกอบด้วยผลผลิต (Outputs) และ ผลลัพธ์ (Outcomes) ดังนั้น การกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของการปฏิบัติงาน จึงอาจกำหนดได้ดังนี้

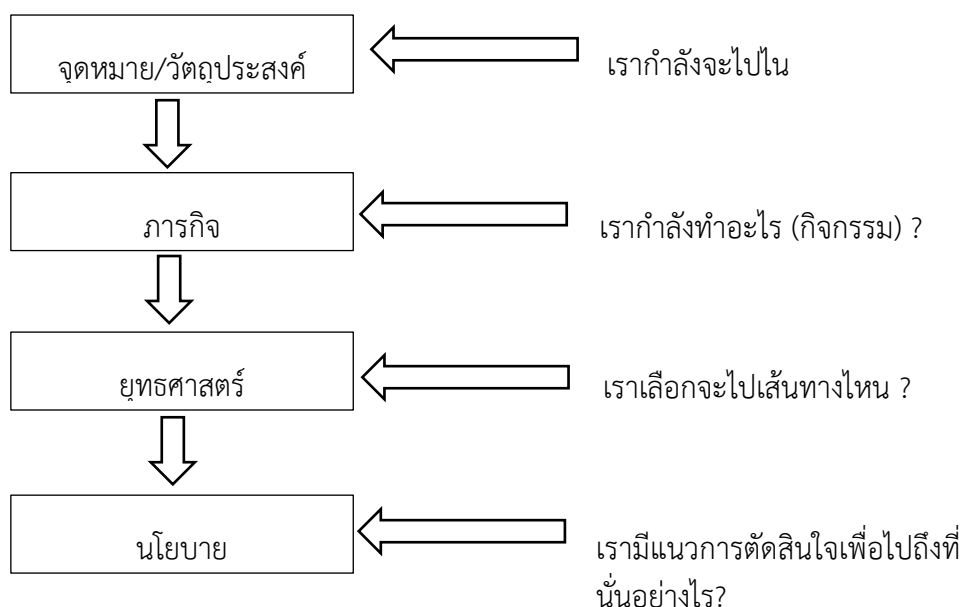
๑. ตัวชี้วัดปัจจัยนำเข้า (Input Indicators)
๒. ตัวชี้วัดกระบวนการ (Process Indicators)
๓. ตัวชี้วัดผลผลิต (Output Indicators)
๔. ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcome Indicators)

ในการกำหนดเป้าหมาย จะต้องคำนึงถึงหลัก (SMART) ดังนี้

๑. (S-Specific) มีความชัดเจน
๒. (M-Measurable) สามารถวัดได้
๓. (A-Agreement) อ่านแล้วต้องมีความเข้าใจตรงกัน
๔. (R-Realistic) สามารถเป็นไปได้เป็นจริงได้
๕. (T-Time Frame) มีกำหนดเวลาแล้วเสร็จ

แนวคิดทฤษฎีการวางแผนกลยุทธ์ของนักการศึกษาบางท่าน อาจใช้คำว่า แผนยุทธศาสตร์ แทนคำว่า แผนกลยุทธ์ซึ่งมีความหมายเดียวกัน แนวความคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่ควรทบทวน มีดังนี้

Massie & Douglas^{๔๖} กล่าวถึงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ว่าเป็นกระบวนการกำหนดจุดหมายระยะยาวขององค์กร (Long range goals) การเลือกวิถีทาง (Means คือ ยุทธศาสตร์และนโยบาย) เพื่อให้บรรลุจุดหมายนั้น ตลอดจนการจัดสรรทรัพยากรและการพัฒนาแผนระยะยาวเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยมีองค์ประกอบของแผน ดังภาพที่ ๑๐



ภาพที่ ๒.๑ องค์ประกอบของแผนยุทธศาสตร์ของ Massie & Douglas

โดยมีจุดหมายองค์กร (Goals of organization) เป็นจุดหมายสุดท้ายที่องค์กรมุ่งบรรลุให้ถึงเป็นพื้นฐานของการวางแผนยุทธศาสตร์พันธกิจ (Missions) หมายถึง ขอบข่ายของกิจกรรมที่องค์กรดำเนินอยู่ยุทธศาสตร์(Strategies) หมายถึง ทิศทางหรือแบบแผนการดำเนินงานในระยะยาวขององค์กร ที่กำหนดขึ้นโดยคำนึงถึงความสามารถสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายนอก แต่อาจเปลี่ยนแปลงได้หากสภาพแวดล้อมที่องค์กรจัดหามาได้สภาพแวดล้อมที่องค์กรจัดหามาได้

David Fred R.^{๔๗} การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) ขององค์กรนั้นจะประกอบไปด้วยกระบวนการ ๓ ขั้นตอนใหญ่ ๆ คือขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ ขั้นตอนการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ และขั้นตอนการประเมินผลกลยุทธ์โดยแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียด ดังนี้

๑. ขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ (Strategic Formulation) จะเกี่ยวข้องกับการกำหนด พันธกิจ(mission statement) การพิจารณาถึงโอกาสและข้อจำกัดที่มาจากสภาพแวดล้อมภายนอก การพิจารณา ถึงจุดแข็งจุดอ่อนขององค์กร การกำหนดวัตถุประสงค์ระยะยาว พิจารณาประเมินทางเลือกกลยุทธ์ต่าง ๆ และการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ที่จะนำมาใช้ในการดำเนินงาน

^{๔๖} Massie, J.L. & Douglas, J. *Management : A Contemporary Introduction*. 3rd ed. (New Jersey : Englewood Cliffs. 1981).

^{๔๗} David, Fred R. *Cases in Strategic Management*. (New Jersey : Prentice hall, 1997).

๒. ขั้นตอนการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategic Implementation) จะเกี่ยวข้องกับการกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนประจำปี การกำหนดนโยบาย การจูงใจบุคลากรที่รับผิดชอบ การจัดสรรทรัพยากรให้แก่การดำเนินกลยุทธ์ต่าง ๆ การสร้างวัฒนธรรมการทำงานแบบใหม่ที่เน้นการทำตามกลยุทธ์การกำหนดโครงสร้างองค์กรที่มีประสิทธิภาพ การจัดเตรียมงบประมาณ รวมถึงการพัฒนาและการใช้ระบบการจัดการข้อมูล

๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับบริบทเชิงพื้นที่

บริบทเชิงพื้นที่ที่ตลาดประมงท่าเรือพลี

จุดเด่นชุมชน เป็นชุมชนชายฝั่งทะเลอ่าวไทย ซึ่งในอดีตเคยเป็นท่าเรือที่สำคัญของจังหวัดชลบุรี และในปัจจุบันมีตลาดประมงท่าเรือพลีที่เป็นจุดสำคัญของชุมชน จุดเด่นชุมชนชายฝั่งทะเลอ่าวไทย ซึ่งในอดีตเคยเป็นท่าเรือที่สำคัญของจังหวัดชลบุรี และในปัจจุบันมีตลาดประมงท่าเรือพลีที่เป็นจุดสำคัญของชุมชน

ความเป็นมาและประวัติชุมชน “ท่าเรือพลี” หรืออีกชื่อในอดีต คือ “สะพานศาลเจ้า” ซึ่งมีที่มาตามลักษณะชุมชนบ้านสะพานของชาวชลบุรี ในอดีตชาวจีนได้อพยพเข้ามาทางทะเลอ่าวไทย ตั้งแต่สมัยพระเจ้าตากสินมหาราชแห่งกรุงธนบุรี อาทิ ชุมชนศรีนิยม ชุมชนไกรเกรียงยุค และชุมชนเสริมสันติ เป็นต้น ชาวจีนจึงสร้างบ้านเรือนอยู่ในทะเลและสร้างสะพานไม้ลัดเลาะไปในทะเล ซึ่งเป็นทางเดินเชื่อมต่อจากแนวถนนวิจิตรปราการ เพื่อใช้เป็นเส้นทางสัญจรของประชาชนที่อาศัยอยู่สองฝั่งสะพานลงสู่ทะเล ประกอบกับในซอยนี้มีศาลเจ้าศักดิ์สิทธิ์ซึ่งเป็นที่เคารพนับถือของผู้คนตั้งอยู่ทั้งบริเวณต้นซอยและปลายซอย คือ ศาลเจ้าฮกเกี้ยนปูนเถ้าตั้งอยู่บริเวณต้นซอยและศาลเจ้าที่ตีไปบ่อตั้งอยู่บริเวณปลายซอย จึงเป็นที่มาของคำว่า “สะพานศาลเจ้า” พื้นที่แต่เดิมก่อนที่จะมาเป็นตลาดประมงท่าเรือพลีนั้น ในอดีตที่ยังไม่ได้มีการสร้างถนนสุขุมวิท “ท่าเรือพลี” เป็นท่าเทียบเรือที่สำคัญอย่างยิ่งในด้านเศรษฐกิจของจังหวัดชลบุรี เนื่องจากลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดชลบุรีที่มีพื้นที่ติดกับชายฝั่งทะเลอ่าวไทย พื้นที่บริเวณนี้จึงเป็นสถานที่ประกอบอาชีพของชาวประมง โดยมีเรือสำเภาขนส่งขนาดใหญ่มาจอดเทียบท่า เพื่อขนถ่ายสินค้า อีกทั้งยังเป็นท่าเรือสำหรับเรือฉลอม และเรือกลไฟรับใช้สำหรับส่งสินค้าและรับคนโดยสารระหว่างชลบุรี - กรุงเทพฯ และจังหวัดอื่น ๆ ท่าเรือพลีเป็นที่ตั้งของชุมชนที่มีความเข้มแข็งบนวิถีชีวิตชุมชนชาวเลดั้งเดิมที่มีมาแต่อดีต อีกทั้งยังเป็นแหล่งประมงที่ให้ผลผลิตทางทะเลหล่อเลี้ยงผู้คนในชุมชนชายทะเลชลบุรี จึงเห็นได้ว่าท่าเรือพลีแห่งนี้จึงมีความสำคัญต่อจังหวัดชลบุรีเป็นอย่างมาก จากข้อมูลการสำรวจของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ ระบุจำนวนครัวเรือนและประชากรชุมชนท่าเรือพลี จำนวน ๒,๕๓๖ ครัวเรือน ประชากรทั้งหมด ๕,๑๒๐ คน แบ่งเป็นประชากรชาย ๒,๔๔๖ คน หญิง ๒,๖๗๔ คน ผู้คนในชุมชนส่วนใหญ่อาศัยอยู่บริเวณแนวชายฝั่งทะเลอ่าวไทยทะเล ซึ่งนิยมประกอบอาชีพประมง

สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในชุมชนท่าเรือพลีที่ปรากฏอย่างเห็นได้ชัดจนในด้านเศรษฐกิจโดยมีรายละเอียด ดังนี้ ในช่วงวิกฤตการณ์การเมืองไทยปี พ.ศ. ๒๕๕๘ - ๒๕๕๓ ส่งผล

ให้ประเทศไทยต้องประสบกับปัญหาภาวะเศรษฐกิจตกต่ำและชะลอตัว เนื่องจากปัญหาทางการเมืองที่เกิดจากความขัดแย้งระหว่างกลุ่มการเมืองระหว่างกลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย (พธม.) และกลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช.) ผนวกกับความเสื่อมโทรมของพื้นที่บริเวณตลาดประมงท่าเรือพลีที่มีความเสื่อมสภาพไปตามกาลเวลา จึงทำให้ท่าเรือพลีที่เคยรุ่งเรืองในอดีต กลับกลายเป็นท่าเรือที่รกร้างไร้ผู้คนและนักท่องเที่ยวที่เข้ามาซื้ออาหารทะเลสด อีกทั้งชาวประมงท่าเรือพลียังถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางที่มาซื้ออาหารทะเลสด หากไม่ขายให้พ่อค้าคนกลาง ชาวประมงต้องนำอาหารทะเลสดเหล่านี้ไปขายส่งที่ตลาดแห่งอื่น ซึ่งอยู่ไกลจากท่าเรือพลีมาก ไม่คุ้มทุน ประกอบกับพื้นที่ใกล้เคียงในเขตจังหวัดชลบุรียังมีตลาดที่มีลักษณะใกล้เคียงกับตลาดประมงท่าเรือพลีอื่น เช่น ตลาดอ่างศิลา ตลาดท่าเรือแหลมฉบัง เป็นต้น จึงส่งผลให้ชาวประมงขาดทุนมีหนี้สินและเริ่มย้ายถิ่นฐานไปอยู่ที่อื่น และส่วนใหญ่หันไปประกอบอาชีพอื่นที่สร้างรายได้มากกว่าการทำประมง จากปัญหาที่เกิดขึ้น จังหวัดชลบุรีจึงได้เข้ามาทำการปรึกษารื้อกับทางเทศบาลเมืองชลบุรี เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับท่าเรือพลี อีกทั้งยังให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ที่ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีอยู่ในขณะนั้น โดยต้องการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศเช่นกัน จังหวัดชลบุรีและเทศบาลชลบุรีจึงมีแนวทางที่ต้องการกระตุ้นเศรษฐกิจ ทั้งในด้านการค้าขายอาหารทะเล การทำอาชีพประมงของคนในพื้นที่ และส่งเสริมสร้างรายได้ให้กับผู้คนในชุมชน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบางปลาสร้อย มะขามหย่ง บ้านโหนด บางทราย และตำบลบ้านสวน เพื่อให้ประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณชายฝั่งทะเลส่วนใหญ่กลับมาประกอบอาชีพประมงดังเดิม ในปี พ.ศ. ๒๕๕๓ เทศบาลชลบุรีจึงได้จัดตั้งโครงการตลาดประมงท่าเรือพลีขึ้นมา และมอบหมายงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการนี้ให้กับกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมเทศบาลชลบุรีเข้ามาดูแลแทน โดยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและจุดเด่นที่น่าสนใจของตลาดประมงท่าเรือพลี ที่ยังคงเป็นท่าเทียบเรือประมง มีวิถีชีวิตของชาวประมง และอาคารบ้านเรือนแบบโบราณที่มีความสมบูรณ์ยังคงหลงเหลืออยู่ ได้จัดทำโครงการตลาดประมงท่าเรือพลีขึ้นมาในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวประมง ที่มีการทำประมงเชิงอนุรักษ์ โดยใช้เรือที่มีขนาดเล็กในการประมงจับกุ้ง หอย ปู ปลา ไม่ไกลจากชายฝั่งทะเลมากนัก ทำให้นักท่องเที่ยวที่จะมาเที่ยวตลาดประมงท่าเรือพลีได้เห็นวิถีชีวิตชาวเล ที่ใช้ชีวิตตามการขึ้นลงของน้ำทะเลที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละวัน อีกทั้งให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาซื้ออาหารทะเลจากเรือประมงของชาวบ้านในชุมชนมารับประทาน ทำให้พื้นที่ตลาดประมงท่าเรือพลีเป็นจุดที่น่าสนใจที่หนึ่งสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดชลบุรี^{๔๘}

บริบทเชิงพื้นที่ตลาดประมงบางทราย

จุดแข็งเป็นชุมชนเก่าแก่ของจังหวัดชลบุรีที่มีทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม รวมถึงมีสะพานชลมารควิถีฯ จุดพักผ่อนของชาวบางทรายและชาวเมืองชล และแลนด์มาร์กอีกที่หนึ่งของจังหวัดชลบุรี ความเป็นมาของชื่อชุมชนมาจากลักษณะทางธรณีสัณฐานของพื้นที่ที่ทางทิศ

^{๔๘} ปัทมทิญา สิงห์คราม. การพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนตลาดประมงท่าเรือพลี ตำบลบางปลาสร้อย อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. วารสารวิชาการ สถาบันการพลศึกษา, ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๖๐) : ๑๗ - ๒๙.

ตะวันออกของพื้นที่มีลักษณะเป็นเนินเขา และทางทิศตะวันตกเป็นหาดทรายสีขาว จึงเป็นที่มาของชื่อ "บางทราย" ซึ่งคำว่า "บาง" หมายถึง เมืองหรือหมู่บ้าน จุดเด่นชุมชน เป็นชุมชนเก่าแก่ของจังหวัดชลบุรีที่มีทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม รวมถึงมีสะพานชลมารควิถี จุดพักผ่อนของชาวบางทรายและชาวเมืองชล และแลนด์มาร์กอีกที่หนึ่งของจังหวัดชลบุรี

ความเป็นมาและประวัติชุมชน ชลบุรีเป็นดินแดนที่ปรากฏขึ้นมาในหน้าประวัติศาสตร์ตั้งแต่สมัยทวารวดี ขอม และสุโขทัย แต่เดิมเป็นเพียงเมืองเกษตรกรรม และชุมชนประมงเล็ก ๆ หลายเมืองกระจุกกระจายกันอยู่ห่าง ๆ โดยในทำเนียบศักดินาหัวเมืองสมัยอยุธยากำหนดให้ชลบุรีเป็นเมืองชั้นจัตวา ส่วนแผนที่ไตรภูมิก็มีชื่อตำบลสำคัญของชลบุรีปรากฏอยู่ เรียงจากเหนือลงใต้ได้แก่ เมืองบางทราย เมืองบางปลาสร้อย เมืองบางพระเรือ (ปัจจุบันคือบางพระ) และเมืองบางละมุง แม้ว่าจะเป็นเพียงเมืองเล็ก ๆ แต่ก็อุดมไปด้วยทรัพยากรทั้งบนบกและในทะเล มีการทำไร่ ทำนา ทำสวน และออกทะเลมาแต่เดิม นอกจากนี้ยังมีการติดต่อกับชาวจีนที่ล่องเรือสำเภาเข้ามาค้าขายกับกรุงสยามด้วย ปัจจุบันแนวชายฝั่งทะเลของตำบลบางทรายมีสภาพเปลี่ยนแปลงไปเป็นพื้นที่อยู่อาศัย ประกอบกับประชาชนในเขตพื้นที่เดิมมีอาชีพหลักในการเลี้ยงเป็ด ส่งผลให้พื้นที่ที่เป็นหาดทรายสีขาวกลายเป็นโคลนและพื้นที่อยู่อาศัยของประชากรในพื้นที่ ภายหลังจากที่มีการเริ่มรณรงค์ในเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมบริเวณชายฝั่งทะเลในจังหวัดชลบุรี ได้มีการปลูกป่าชายเลนบริเวณตลอดแนวชายฝั่งของตำบลบางทราย ส่งผลให้ปัจจุบันพื้นที่ชายฝั่งมีลักษณะเป็นป่าชายเลน โดยมีสะพานชลมารควิถี ๘๔ พรรษาเป็นแนวป้องกันน้ำทะเลกัดเซาะชายฝั่ง ในเขตเทศบาลตำบลบางทรายมีวัดหลวงที่ชาวบ้านและประชาชนทั่วไปเลื่อมใสศรัทธามากอยู่วัดหนึ่งชื่อ “วัดเขาบางทราย” ซึ่งวัดได้จัดสร้างรอยพระพุทธบาทจำลองไว้ที่ยอดเขาอยู่ภายในมณฑป และมีบันไดแก้วจากเชิงเขาไปสู่มณฑปนี้ ซึ่งวัดได้จัดให้มีงานประเพณีปิดทองเป็นประจำทุกปี ประกอบกับชาวบางทรายส่วนมากเป็นชาวประมง วัดจึงได้จัดกระโจมไฟไว้เพื่อให้ชาวเรือได้สังเกตในการเข้าฝั่งโดยอาศัยกระโจมไฟดังกล่าว ประชากรในชุมชนบางทรายมีหลากหลายอาชีพ ได้แก่ ทำงานที่โรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนครและโรงงานใกล้เคียง ทำการประมง ได้แก่ ทำประมงปลา กุ้ง และหอย ค้าขาย ได้แก่ ทำร้านอาหารของชำ ร้านสะดวกซื้อ และร้านอาหาร อีกทั้งในพื้นที่ยังมีสถานบริการน้ำมันและบริการก๊าซอีกอย่างละ ๑ แห่งอีกด้วย นอกจากนี้ยังประกอบธุรกิจให้เช่าอาคารและบ้าน ประชากรที่อาศัยอยู่ดั้งเดิมส่วนมากจะมีการสร้างอาคารให้เช่าทั้งอาคารพาณิชย์ บ้านเช่า ห้องแถวและอพาร์ทเมนต์ เพื่อให้ลูกจ้างในองค์กรต่าง ๆ และโรงงานอุตสาหกรรมเช่า^{๔๙}

๒.๕ แนวคิดเกี่ยวกับหลักปาปนิกรรม

การบริหารงานในแต่ละครั้งนั้นผู้บริหารที่มีความเป็นผู้นำ และต้องมีภาวะผู้นำที่ดีและในปัจจุบันผู้นำ ต้องใช้หลักธรรมตามพระพุทธศาสนาเพื่อมาใช้ในการเป็นผู้นำในทศิปาปนิกรรม ว่าด้วยคุณสมบัติของพ่อค้าสูตรที่ ๒ ว่า "ภิกษุทั้งหลาย พ่อค้าประกอบด้วยองค์ ๓ ประการ ไม่นานนักก็

^{๔๙} สุชาติ ทอสุข. บทบาทของเทศบาลตำบลบางทรายที่มีต่องานพัฒนาชุมชน. (ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๕๔).

ถึง ความเป็นผู้ยิ่งใหญ่ไพบุลย์ในโกศทรัพย์ องค์ ๓ ประการ คือ พ่อค้าในโลกนี้ ๑. มีตาดี ๒. มีธุรกิจดี ๓. เพียบพร้อมด้วยที่พักพิงอาศัย พ่อค้าชื่อว่ามีตาดี คือ พ่อค้าในโลกนี้รู้จักสินค้าว่า "สินค้านี้ ชื่อนี้ มาเท่านี้ ขายไปอย่างนี้ จัก มีมูลค่าประมาณเท่านี้ มีกำไรเท่านี้" พ่อค้าชื่อว่ามีตาดีเป็นอย่างนี้แล้ว พ่อค้าชื่อว่ามีธุรกิจดี คือ พ่อค้าเป็นคนฉลาดซื้อและขายสินค้าได้ พ่อค้าชื่อว่ามีธุรกิจดีเป็นอย่างนี้แล้ว"^{๕๐} ผู้นำที่สามารถนำพาองค์กรให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ได้นั้น นอกจาก จะมีความสามารถแล้ว ยังต้องมีความดี คือ มีธรรมอีกด้วย ตามแนวพระพุทธศาสนาลักษณะของผู้นำที่ดี นั้น ต้องเป็นผู้นำที่มีธรรมในตนเอง คือ เป็นผู้ที่มีธรรมเป็นเครื่องชี้แนะในการปกครองและการบริหาร รัฐ ประเทศ องค์กร หรือหมู่คณะ ให้เป็นไปด้วยดี ซึ่งหากผู้นำมีแต่ความสามารถ แต่ไม่มีธรรม รัฐ ประเทศ องค์กร หรือหมู่คณะ ย่อมที่จะประสบกับความเดือดร้อนจากการปกครองหรือการบริหาร ของผู้นำนั้นผู้นำไม่จำเป็นต้องรู้ทุกอย่าง ทำทุกอย่าง เพราะสามารถหาคนอื่น ที่ชำนาญด้านนั้นๆ มาช่วยงานได้ จากภาวะความเป็นผู้นำดังกล่าว สะท้อนถึงภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำทุกระดับ นับว่าเป็น เรื่องสำคัญมาก เพราะเป็นเรื่องความอยู่รอดและเสถียรภาพขององค์กรและประเทศชาติโดยรวมด้วย ผู้นำ หรือ ผู้บริหารคือที่มีอำนาจและอิทธิพลสูงสุดขององค์กรความเป็นผู้นำจึงต้องอาศัยความรู้ ความสามารถในการบริหารองค์กรให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย นอกจากนี้แล้วต้องคำนึงถึง คุณธรรม จริยธรรม ผู้บริหารหรือผู้นำในการบริหารนี้ส่วนมากมักมี แนวคิดทฤษฎีทางทางตะวันตกมา ใช้ในการบริหาร แต่ในพระพุทธศาสนา มีคำสอนที่พูดถึงเกี่ยวกับลักษณะของผู้นำดังที่ปรากฏอยู่ใน พระไตรปิฎกทุติยปาปณิกสูตร เพื่อให้เข้าใจพระสูตรนี้ ได้มีพระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต) ท่านได้ กล่าวถึง ทุติยปาปณิกสูตร หรือปาปณิกธรรม ๓ ในพจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม ว่า

- ๑) จักขุมา ตาดี
- ๒) วิธโร ชัดเจนธุรกิจ
- ๓) นิสสยสัมปันโน พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่อาศัย^{๕๑}

จากหลักการของพระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต) ดังกล่าวก็สอดคล้องกับสิ่งที่พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมมจิตโต) ได้กล่าวถึงคำตรัสสองคัมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าได้ตรัสไว้ในทุติยปาปณิกสูตรว่า เกี่ยวกับคุณลักษณะ ๓ ประการของนักบริหารที่จะช่วยให้ผู้บริหารสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

๑) จักขุมา มีตาดี มีวิสัยทัศน์ กว้างยาวไกล การมีตาดี หมายถึง การมีสายตามองเห็นการพัฒนาอย่างต่อเนื่องยาวไกลไปข้างหน้าของตัวผู้นำเอง ผู้นำที่ดีจะสามารถมองเห็นในสิ่งที่คนอื่นมองไม่เห็น เป็นการมองจากตาภายในเทียบได้กับการจินตนาการภาพแห่งอนาคต (Visualization) และมองเห็นว่าจะพัฒนาไปสู่ ณ จุดแห่งความสำเร็จนั้นได้อย่างไร

๒) วิธโร มีทักษะในการทำงานที่ดีของผู้นำ ประกอบกับการมีความรู้อย่างละเอียดในงาน ได้แก่ ความเชี่ยวชาญในกิจการและหน้าที่การงานของตน หมายถึง ผู้นำที่มีความรู้และความ

^{๕๐} อัง.ติก. (ไทย) ๒๐/๒๐/๑๖๓.

^{๕๑} อัง.ติก. (ไทย) ๓๕/๔๕๙/๖๑.

เชี่ยวชาญเป็นอย่างดีในการทำงานในทุกองค์ประกอบขององค์กร สามารถนำพาองค์กรให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งร่วมกันไว้ได้

๓) นิสสยสัมปันโน การมีทักษะการสื่อสาร มนุษยสัมพันธ์ ทำงานได้กับคนทุกระดับชั้น ผูกมัดใจคนไว้ได้ ด้วยความศรัทธาและเชื่อมั่น ได้แก่ การที่ผู้นำในองค์กรสามารถ สนทนา แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ได้กับคนทุกระดับชั้น โดยไม่ถือเนื้อถือตัว ไม่รู้สึกว่าตนเองเหนือกว่าผู้อื่นยินดีที่จะให้รับฟัง ร่วมงานเป็นผู้นำใฝ่บริการ (Servant Leadership) มีความโอบอ้อมอารียินดีที่จะช่วยเหลือทุกคนที่กำลังเดือดร้อน ในทุติยปาปนิคสูตร คุณสมบัติของพ่อค้ากับของภิกษุ ดูก่อนภิกษุทั้งหลายพ่อค้าประกอบด้วยองค์ ๓ ย่อมถึงความใหญ่ความไพศาลในโภคทรัพย์ไม่นานเลยองค์ ๓ คืออะไร คือ พ่อค้าเป็นผู้มีดวงตา มีความฉลาด ถึงพร้อมด้วยที่พึงอาศัย ก็พ่อค้าเป็นผู้มีดวงตาอย่างไร พ่อค้ารู้สินค้าว่าสินค้านี้ซื้ออย่างไร ขายอย่างไร เป็นต้นทุนเท่านี้ กำไรเท่านี้ได้อย่างไร ภิกษุทั้งหลาย พ่อค้า ชื่อว่า เป็นผู้ มีดวงตา พ่อค้าเป็นผู้ฉลาดอย่างไร พ่อค้าเป็นผู้เข้าใจที่จะซื้อและที่จะขายอย่างไร พ่อค้า ชื่อว่า ฉลาด พ่อค้าถึงพร้อมด้วยที่พึงอาศัยอย่างไร คุณบัติทั้งหลายก็ดี บุตรของ คุณบัติทั้งหลายก็ดี กดี ที่มั่งคั่ง มีทรัพย์มาก มีโคะมาก ย่อมรู้จักพ่อค้านี้ว่า พ่อค้าผู้เจริญผู้นี้แหละเป็นคนมีดวงตาด้วยฉลาดด้วย มีกำลังพอที่จะเลี้ยงบุตรภริยาและแถมพกให้เราบ้างตามเวลาอันควร คุณบัติและบุตรของ คุณบัติเหล่านั้นย่อมรับรองพ่อค้านี้ด้วยโคะทั้งหลายว่า สหายพ่อค้า แต่ไปเชิญท่านนาโคะไปเลี้ยงบุตรภริยา และจงแถมพกให้เราบ้างตามเวลาอันควรเถิดอย่างนี้ พ่อค้า ชื่อว่า ถึงพร้อมด้วยที่พึงอาศัย ดูก่อนภิกษุทั้งหลาย พ่อค้าประกอบด้วยองค์ ๓ นี้แล ย่อมถึงความใหญ่ความไพศาลในโภคทรัพย์ไม่นานเลย ฉะนั้นเหมือนกันนั่นแล ภิกษุทั้งหลาย ภิกษุประกอบด้วยธรรม ๓ ย่อมถึงความใหญ่ความไพศาลในกุศลธรรมทั้งหลายไม่นานเลย ธรรม ๓ คืออะไร คือ ภิกษุเป็นผู้มีดวงตา มีความเพียรและถึงพร้อมด้วยที่พึงอาศัย^{๕๒}

พระธรรมโกศาจารย์(ประยูร ธมฺมจิตฺโต) ได้กล่าวถึง การเป็นผู้นำที่ดี สรุปได้ดังนี้ ผู้นำที่ดีพึงมีคุณลักษณะที่ดี ๓ ประการด้วยกัน ดังที่พระพุทธองค์ได้ตรัสไว้ในทติย ปาปนิคสูตร คือ คือ จักขมา เป็นผู้มีปัญญามองการณ์ไกลวิโร เป็นผู้รอบรู้ในการจัดการกิจการงานทุกอย่าง อย่างถูกต้องและนิสสยสัมปันโน คือ เป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี คุณสมบัติทั้ง ๓ ข้อนี้นี้ย่อมทำให้ ผู้นำสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพตามเป้าหมายที่วางไว้^{๕๓} ยังมีนักวิชาการได้ให้ความหมายเกี่ยวกับปาปนิคธรรมไว้ว่า ๑. จักขมา คือเป็นผู้มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล มองสภาพเหตุการณ์ออกและจะวางแผน เตรียมรับหรือรุกได้อย่างไร ๒. วิรูโรคือเป็นผู้ชำนาญในงาน รู้จักวิธีการไม่บกพร่องในหน้าที่ที่ตนได้รับผิดชอบ ๓. นิสสยสัมปันโน คือเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี และได้รับความเชื่อถือจากผู้อื่น ในพระสูตรนี้แสดงให้เห็นว่า การเป็นผู้นำนั้นจะต้องเป็นผู้ระกอบด้วยปัญญาคือมีหู ตาไวและกว้างไกลสามารถจำแนกบุคคล และเหตุการณ์ออกว่าเป็นอย่างไร ซึ่งจะทำให้ผู้นำมีประสบการณ์มีความชำนาญในการปกครอง เข้าใจบุคคลหรือผู้ใต้บังคับบัญชาได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะทำให้มีผู้สนับสนุนมากขึ้น

^{๕๒} พระพรหมคุณาภรณ์(ป.อ. ปยุตฺโต), พจนานุกรมพุทธศาสตร์ (ฉบับประมวลธรรม)

(กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ที่ บริษัท สหธรรมมิก จำกัด, ๒๕๕๔), หน้า ๙๖ – ๙๘.

^{๕๓} พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต), พุทธวิธีบริหาร, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๒), หน้า ๓๘ – ๓๙.

แต่คุณสมบัติทั้ง ๓ ประการนี้ มีระดับความสำคัญมากน้อยต่างกันไปตาม ระดับตำแหน่งหน้าที่ขององค์กรหรือหน่วยงานว่าเล็กหรือใหญ่ขนาดไหนหรือมี ความสำคัญเพียงใด โดยเฉพาะอย่างยิ่งแล้ว ผู้ปกครองรัฐหรือผู้นำประเทศแล้วนับว่าเป็นองค์กรที่ใหญ่ ผู้นำหรือผู้บริหาร จึงต้องมีคุณสมบัติครบถ้วน จึงจะสามารถยึดศรัทธาของผู้ใต้บังคับบัญชาไว้ได้ส่งผลให้ลูกน้องหรือผู้สนองงานมีความเชื่อมั่นนั้นย่อมเป็นสาเหตุที่จะนำไปสู่เป้าหมายเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ^{๕๔}

สรุป จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีปาณิกสูตรทั้งจากพระไตรปิฎกและอรรถกถารวมทั้งนักวิชาการ สรุปได้ว่า หลักทฤษฎีปาณิกสูตรดังกล่าวนี้ ประกอบด้วย ๑) จักขุมา คือการมีวิสัยทัศน์ มองการณ์ไกล ๒) วิธโร การบริหารจัดการดี ๓) นิสสยสัมปันโน การมีมนุษยสัมพันธ์มีความสำคัญต่อองค์กรทุกระดับและถือว่าเป็นหน้าที่ของผู้บริหารและบุคลากรในทุกระดับจะต้องตระหนักและให้ความสำคัญต่อหลักธรรมในทฤษฎีปาณิกสูตร จึงนำไปใช้ในการกำหนดกระบวนการในการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้านในระยะที่ ๒

๒.๖ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สลิล ชันโรจน์^{๕๕} ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาชุมชนเกษตร-ประมงในพื้นที่อำเภอติดชายทะเลจังหวัดชลบุรีเป็นชุมชนนวัตกรรมและสร้างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม ด้วยเทคโนโลยีชีวภาพ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ การบริหารทางการเงิน และการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นพบว่า ภายหลังจากการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้จำนวน ๒ ศูนย์ ได้แก่ ศูนย์เรียนรู้การท่องเที่ยวทางทะเล ที่ตำบลอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี และ ศูนย์เรียนรู้เกษตรแปรรูปสมัยใหม่ ที่ตำบลนาจอมเทียน อำเภอสัตหีบ ส่งผลให้เกิดการสร้างอาชีพให้กับชุมชน สร้างรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคิดเป็นผลตอบแทนทางสังคมประมาณ ๓๖ ล้านบาทภายในระยะเวลา ๕ ปี และผลงานวิจัยสามารถนำไปใช้ในการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดชลบุรี และขยายผลในโครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบลสร้างรากแก้วให้ประเทศได้ นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่ากระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมที่สุดในการสร้างชุมชนนวัตกรรม คือกระบวนการเรียนรู้ที่ให้ชุมชนเป็นศูนย์กลางแล้วมหาวิทยาลัยสร้างองค์ความรู้และเทคโนโลยีร่วมกันกับชุมชน ร่วมกับกระบวนการสร้างเครือข่ายและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งจะช่วยให้เกิดความยั่งยืนในการสร้างนวัตกรรมชุมชน และสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์และบริการในรูปแบบของนวัตกรรมชุมชนต่อไป

^{๕๔} พระกฤษฎา สุทธิโก (สารนอก), “ภาวะผู้นำตามหลักสัปปุริสธรรมของพระราชาธิราช, ดร.(วีระวรพล โณ)”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๗). หน้า ๖๕.

^{๕๕} สลิล ชันโรจน์. การพัฒนาชุมชนเกษตร-ประมงในพื้นที่อำเภอติดชายทะเลจังหวัดชลบุรีเป็นชุมชนนวัตกรรมและสร้างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม ด้วยเทคโนโลยีชีวภาพ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ การบริหารทางการเงิน และการจัดการทรัพยากรท้องถิ่น, (ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๖๓), หน้า บทคัดย่อ.

วิโรจน์ หล้าสกุล^{๕๖} ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการทรัพยากรประมง ผลการวิจัยพบว่า มาตรการทางกฎหมายที่ใช้ในการจัดการทรัพยากรประมงในปัจจุบัน ตามพระราชบัญญัติการประมง พ.ศ. ๒๕๔๐ และกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานต่างๆ ของรัฐจัดการแต่เพียงฝ่ายเดียว ไม่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการเท่าที่ควร ส่งผลให้เกิดความเสื่อมโทรมและความขัดแย้งในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรประมง ตลอดจนบทบัญญัติแห่งกฎหมายดังกล่าวยังไม่มีความสอดคล้อง กับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๔๐ ที่บัญญัติรับรองสิทธิของประชาชนและชุมชนท้องถิ่น ในการมีส่วนร่วมจัดการทรัพยากรธรรมชาติร่วมกับภาครัฐ จากสภาพปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนะให้มีการปรับปรุงแก้ไขบทบัญญัติ ของพระราชบัญญัติการประมง พ.ศ. ๒๕๔๐ ซึ่งเป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรประมงโดยตรง เนื่องจากกฎหมายดังกล่าวยังมีข้อบกพร่องและมีความล้าสมัย ไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบัญญัติในส่วนของ การรับรองสิทธิของประชาชน ในการมีส่วนร่วมจัดการทรัพยากรประมง โดยนำเสนอให้มีการกำหนดรูปแบบองค์กรการมีส่วนร่วมของประชาชน ตลอดจนแนวทางการมีส่วนร่วมในแต่ละระดับ ให้มีความเหมาะสม ชัดเจนและเพียงพอ อีกทั้งแนวทางการบังคับใช้กฎหมายขององค์กรภาครัฐ ให้มีความชัดเจนและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อันจะเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะส่งผลให้ การจัดการทรัพยากรประมงของประเทศไทยเกิดประสิทธิภาพ และเป็นไปตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน

ประคอง สุคนธจิตต์, สุนันทา งามเดโช และ ดาวพันธ์ เฉลยพงษ์^{๕๗} ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการ เศรษฐกิจชุมชน ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารจัดการ เศรษฐกิจชุมชน ทั้งภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการวางแผน ด้านการรับผลประโยชน์ด้านการค้นหาปัญหา ด้านการติดตามผลและด้านการดำเนินการ ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าประชาชนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุการศึกษาสถานภาพสมรส สถานภาพทางสังคมต่างกัน มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการ บริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.๐๕ ส่วน ประชาชนที่มีอาชีพ รายได้และรายจ่ายของครัวเรือนต่างกัน มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการ บริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนแตกต่างกันเฉพาะบางด้านเท่านั้น นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยสนับสนุนทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยว กับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ.๐๑ ในระดับปาน กลาง และสามารถเรียงอันดับความสัมพันธ์จากมากไปหาน้อยคือ ช่องทางการรับรู้ ข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชน การรับรู้ข้อมูลข่าวสารและความ เชื่อมั่นในกลุ่ม

^{๕๖} วิโรจน์ หล้าสกุล. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการทรัพยากรประมง. **ดัชนีนิพนธ์นิติศาสตร์ดุสิตบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๖๖). หน้า บทคัดย่อ.

^{๕๗} ประคอง สุคนธจิตต์, สุนันทา งามเดโช และ ดาวพันธ์ เฉลยพงษ์, การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการ เศรษฐกิจชุมชน. **วารสารร่วมฤกษ์ มหาวิทยาลัยเกริก**, ปีที่ ๓๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - เมษายน ๒๕๖๑) : ๑๘๒ - ๒๐๐.

ณรงค์ อนุพันธ์ และ ยุทธนา พรคอนันต์^{๕๘} ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาห้วงโซ่คุณค่า ประมงพื้นบ้านจันทบุรีและตราด เชื่อมโยงการสร้างเครือข่ายตลาดเชิงพาณิชย์เพื่อการแข่งขันบน พื้นฐานการพึ่งพาตนเอง ผลการศึกษาพบว่า ๑) สภาพะของการทำประมงพื้นบ้านและตลาดสินค้า ประมงในจังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ระหว่าง ๔๑-๕๐ ปี ระดับ การศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อปีน้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ บาท ลักษณะการทำ ประกอบอาชีพการทำประมงใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการจับสัตว์น้ำจากแหล่งทรัพยากรธรรมชาติแล้ว นำมาจำหน่ายให้กับธุรกิจเครือข่ายในชุมชนเป็นหลัก ๒) ห่วงโซ่คุณค่าและปัจจัยที่มีผลต่อการ ดำเนินงานของห่วงโซ่ของสินค้าประมงพื้นบ้าน ชาวประมงพื้นบ้านมีการจัดการห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ กิจกรรมต้นน้ำให้สัมพันธ์กับกิจกรรมกลางน้ำและกิจกรรมปลายน้ำโดยเริ่มต้นตั้งแต่การจับสัตว์น้ำที่ สดใหม่ ลำเรียงมาเก็บคัดแยก ถนอมอาหารเป็นอาหารทะเลสดและอาหารทะเลแปรรูปแล้วกระจาย สินค้าไปขายให้กับเครือข่ายตลาดเชิงพาณิชย์ที่เป็นผู้บริโภคคนสุดท้าย ร้านค้าชุมชน ตลาดสด ชุมชน เจ้าของกิจการธุรกิจ โฮมสเตย์/รีสอร์ท/ โรงแรม รวมถึงร้านอาหารในชุมชน ด้วยวิธีการจัดการ ห่วงโซ่อุปทานแบบการใช้ภูมิปัญญาการทำประมงพื้นบ้านของตนเองและกลุ่มประมงที่มีการช่วยเหลือ ซึ่งกันและกัน และ ๓) การยกระดับของห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจการค้าประมง โดยชุมชนประมงพื้น เป็นแหล่งของอาหารทะเลสดที่มีคุณภาพดี สดเป็นที่ต้องการของตลาดและมีแหล่งจับสัตว์น้ำอุดม สมบูรณ์ที่สามารถจับได้ตลอดทั้งปีที่ทำมีรายได้และเลี้ยงครอบครัวได้อย่างยั่งยืน ส่งผลทำให้เกิดผล ประกอบจากการทำประมงพื้นบ้านของการประกอบอาชีพการทำประมงที่มั่นคง และสามารถเป็น อาชีพที่สามารถถ่ายทอดสู่ลูกหลานให้ยั่งยืนได้ แต่ยังมีจุดอ่อนคือสมาชิกมีการรวมกลุ่มที่ยังไม่เข้มแข็ง ขาดการมีส่วนร่วมตลอดห่วงโซ่อุปทาน และขาดการสร้างคลัสเตอร์เครือข่ายในการทำประมงพื้นบ้าน

พงศ์เทพ แก้วเสถียร^{๕๙} ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มประมง พื้นบ้านสู่การสร้างเครือข่าย ชุมชนการจัดการทรัพยากรบึงขุนทะเล ตำบลขุนทะเล อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ๑) แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มประมง พื้นบ้านคือ การพัฒนาและ ยกระดับความรู้ความสามารถ เพื่อเกิดการยกระดับไปสู่การสร้าง อาชีพและรายได้เสริม มีการสร้าง เครือข่ายร่วมกับสถาบันการศึกษาเพื่อยกระดับและพัฒนา กลุ่มประมงพื้นบ้านในการจัดการ ทรัพยากรร่วมกัน การพัฒนาศักยภาพภูมิปัญญา คือ การรวมกลุ่มสร้างอาชีพ สร้างรายได้โดยทำ เครื่องมือประมงพื้นบ้านและร่วมกันสืบทอด และ ๒) แนวทางการสร้างเครือข่ายชาวประมงพื้นบ้าน คือ การทำงานในรูปแบบการสร้างเครือข่าย การจัดการทรัพยากรชุมชนด้วยการประสานความ ร่วมมือ ได้แก่ ประมงพื้นบ้าน ชุมชน ผู้นำ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น วัด และสถาบันการศึกษา โดย รูปแบบการจัดการทรัพยากร ร่วมเพื่อสร้างพื้นที่เรียนรู้อนุรักษ์ทรัพยากรชุมชน มีการถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์การดูแล การอนุรักษ์ให้กับทุกคนที่ต้องการเข้ามาเรียนรู้ และแนวทางการจัดการพื้นที่

^{๕๘} ณรงค์ อนุพันธ์ และ ยุทธนา พรคอนันต์. การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าประมงพื้นบ้านจันทบุรีและ ตราด เชื่อมโยงการสร้างเครือข่ายตลาดเชิงพาณิชย์เพื่อการแข่งขันบนพื้นฐานการพึ่งพาตนเอง. (จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, ๒๕๖๑).

^{๕๙} พงศ์เทพ แก้วเสถียร. แนวทางการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มประมงพื้นบ้านสู่การสร้างเครือข่าย ชุมชนการจัดการทรัพยากรบึงขุนทะเล ตำบลขุนทะเล อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารสังคมศาสตร์และ วัฒนธรรม, ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๖๔) : ๑๙ - ๓๕.

อนุรักษ์ทรัพยากร ชุมชนคือ การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมกับเครือข่ายชุมชนในการจัดการทรัพยากรเพื่อให้ ชุมชนเข้มแข็ง พัฒนาไปสู่การสร้าง ความมั่นคงทางอาหารของชุมชน และความยั่งยืนของ ทรัพยากรในชุมชน

อดิگانต์ วิจิต^{๖๐} ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพของชาวประมงพื้นบ้าน ในเขตเทศบาลตำบล พุมเรียง อำเภอลำตา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า สถานการณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ การเฝ้าระวังการใช้เครื่องมือที่ผิด กฎหมายและทำลายล้างในการประกอบอาชีพประมงพื้นบ้าน ปัญหาการประกอบอาชีพประมง พื้นบ้าน ได้แก่ ปัญหาปัจจัยการผลิตทางการสมัยใหม่ จำนวนทรัพยากรสัตว์น้ำ การฟื้นฟู อนุรักษ์และดูแลทรัพยากรชายฝั่ง และความไม่ชัดเจนเรื่องเขตแดนในทะเล ด้านการกำหนด ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพของชาวประมงพื้นบ้าน พบว่า ยุทธศาสตร์การอนุรักษ์และฟื้นฟู ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การอนุบาลสัตว์น้ำและปลูกป่าชายเลน การสร้าง ความเข้มแข็งของเครือข่ายการจัดการทรัพยากรชายฝั่งโดยวิถึประมงพื้นบ้าน ยุทธศาสตร์การ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ได้แก่ การสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียวของชุมชน ยุทธศาสตร์ถ่ายทอดความรู้ด้านโหนดทางทะเล ได้แก่ การถ่ายทอดความรู้ด้าน โหนดทางทะเล ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาการเรียนรู้เชิงพื้นที่แบบมีส่วนร่วมของ ชุมชน ได้แก่ การพัฒนาขีดความสามารถในการพึ่งตนเองโดยเน้นการรวมกลุ่มประมงพื้นบ้าน พัฒนาและส่งเสริมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมอย่างเป็นระบบด้านการประมงพื้นบ้าน และยุทธศาสตร์พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในชุมชนเชื่อมโยงสู่อาเซียน

วัลลภ ศัพท์พันธุ์ และภัทรกานต์ วรยศ^{๖๑} ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลีเทศบาลเมืองชลบุรี พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลีเทศบาลเมืองชลบุรี โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ตามลักษณะข้อมูลทั่วไป นักท่องเที่ยวที่มีอายุการรับรู้ข่าวสาร สินค้าที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อในตลาดประมงท่าเรือพลีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อาชีพ รายได้ ภูมิภาคที่พักอาศัยพาหนะในการเดินทางมาตลาดท่าเรือพลี ระยะทางในการเดินทางมาตลาดประมงท่าเรือพลี วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาตลาดท่าเรือพลี ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาตลาดประมงท่าเรือพลี ค่าใช้จ่ายในการซื้อของรับประทานอาหารที่ตลาดประมงท่าเรือพลีต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกัน ข้อเสนอแนะที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลีเทศบาล ควรจะมีการส่งเสริมการแปรรูปสินค้าที่มีอยู่ในท้องถิ่น เพิ่มวันจำหน่ายสินค้า ส่งเสริมให้พ่อค้าแม่ค้าใช้จานกระเบื้องแทนการใช้กล่องโฟมและถุงพลาสติก มีการ

^{๖๐} อดิگانต์ วิจิต. การพัฒนาศักยภาพของชาวประมงพื้นบ้าน ในเขตเทศบาลตำบล พุมเรียง อำเภอลำตา จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, ปีที่ ๑๓ ฉบับที่ ๒ (๒๕๖๓) : ๒๔๕๒-๒๔๖๗.

^{๖๑} วัลลภ ศัพท์พันธุ์ และภัทรกานต์ วรยศ. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลีเทศบาลเมืองชลบุรี. วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย, ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๒ (มิถุนายน - ธันวาคม ๒๕๖๒) : ๓๐๘ - ๓๒๒.

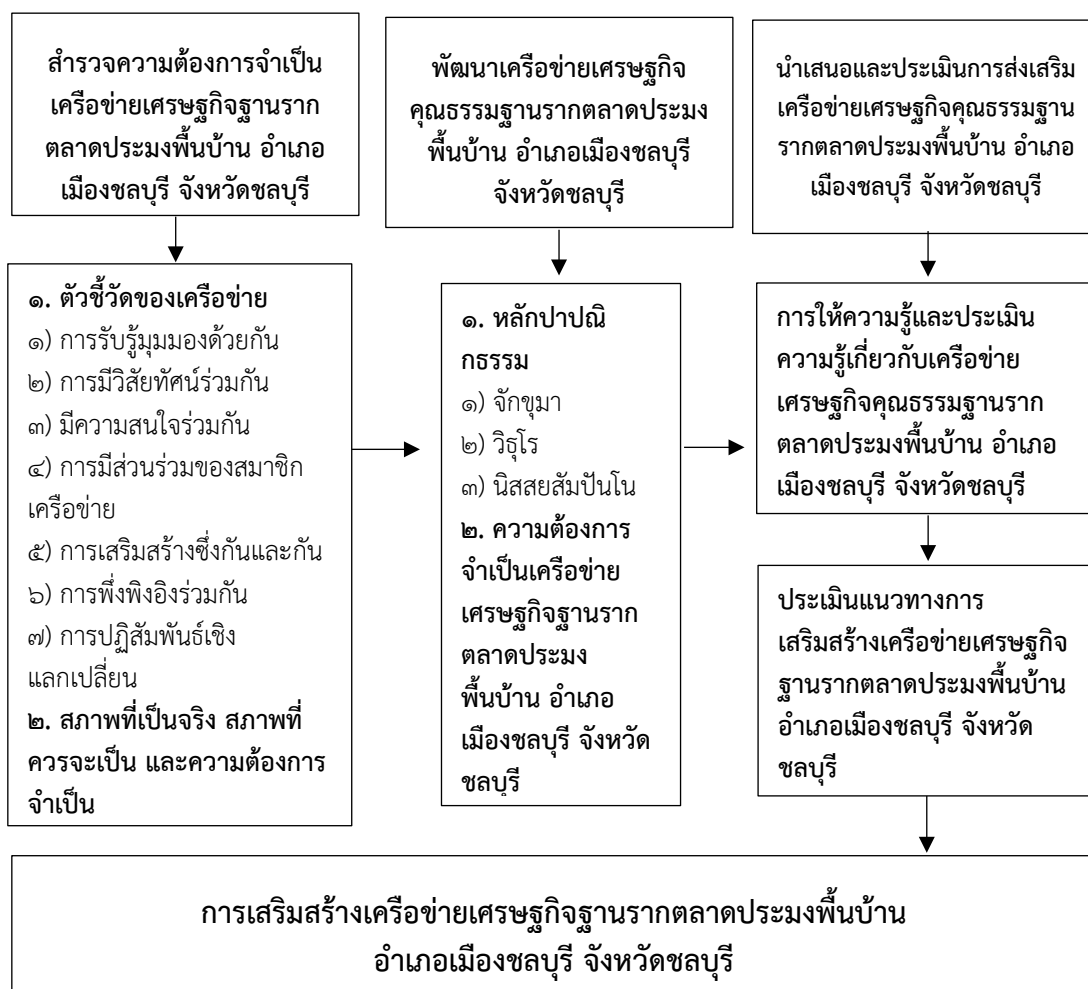
ประชาสัมพันธ์ตลาดประมงท่าเรือพลีอย่างต่อเนื่อง ปรับปรุงและปรับเปลี่ยนภูมิทัศน์บริเวณตลาดประมงท่าเรือพลี ปรับปรุงด้านราคาสินค้าในตลาดประมงท่าเรือพลีให้ได้มาตรฐาน

บุชิตา สังข์แก้ว ดนุสรณ์ กาญจนวงศ์ และจตุพล ดวงจิตร^{๖๒} ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการท่าเรือที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกับสิทธิชุมชน ประมงพื้นบ้าน ในพื้นที่โครงการระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก กรณีศึกษา จังหวัดชลบุรี พบว่า แนวทางส่งเสริมสิทธิชุมชนประมงพื้นบ้าน เพื่อให้การจัดการท่าเรือที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นไปตามหลักการพัฒนามาตรฐานท่าเรือสากล ทั้งนี้บทความได้นำเสนอกรณีศึกษาจังหวัดชลบุรีเป็นภาพสะท้อนปัญหาเชิงพื้นที่จากกิจกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจของท่าเรือที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสิทธิของชุมชนประมงพื้นบ้าน ซึ่งท่าเรือควรมีแนวทางส่งเสริมสิทธิชุมชนประมงพื้นบ้านเพื่อนำไปสู่การบรรลุผลการเป็นท่าเรือที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยการพัฒนานโยบายและกฎหมาย การพัฒนารูปแบบเครือข่ายการจัดการสิ่งแวดล้อมทางทะเลร่วมกันระหว่างท่าเรือกับชุมชน และการสนับสนุนจัดตั้งกองทุนชุมชนประมงพื้นบ้านเพื่อการจัดการ

^{๖๒} บุชิตา สังข์แก้ว ดนุสรณ์ กาญจนวงศ์ และจตุพล ดวงจิตร, แนวทางการจัดการท่าเรือที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกับสิทธิชุมชนประมงพื้นบ้าน ในพื้นที่โครงการระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก กรณีศึกษา จังหวัดชลบุรี. วารสารสถาบันพระปกเกล้า. ปีที่ ๑๙ ฉบับที่ ๓, (๔ กันยายน - ธันวาคม ๒๕๖๔) : ๑๕๔ - ๑๘๐.

๒.๗ กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework) ดังนี้



ภาพที่ ๒.๑ กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ ๓

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ผู้วิจัยได้ ดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์เฉพาะ ดังนี้

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี” รูปแบบที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนการวิจัย ๓ ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ การศึกษาความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี การวิจัยเชิงปริมาณด้วยการแจกแบบสอบถาม (R1) จากผู้ประกอบการในพื้นที่ตลาดประมงพื้นบ้าน คือ ตลาดประมงท่าเรือพลี ตลาดประมงพื้นบ้านอ่างศิลา ตลาดประมงบางทราย ที่ลงทะเบียนไว้ในระบบตลาดและเครื่องมือทางการตลาด กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด กรมการค้าภายใน จำนวน ๒๓๕ ร้าน

ขั้นตอนที่ ๒ การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก รวมถึงการตรวจสอบความตรงของรูปแบบ (D1) จากผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยการสัมภาษณ์ ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน ๙ คน

ขั้นตอนที่ ๓ การนำเสนอและประเมินการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เป็นการนำเสนอรูปแบบที่พัฒนาขึ้นด้วยการจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ และประเมินการนำรูปแบบไปใช้ให้เกิดประโยชน์ (R2, D2) จากกลุ่มผู้เข้ากิจกรรมการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแทนผู้ประกอบการ และคณะกรรมการตลาดประมง จำนวน ๓๐ คน

๓.๒ การศึกษาความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

จุดมุ่งหมายของการดำเนินงานในขั้นตอนนี้เป็นการศึกษาความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๑. กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ประกอบการในพื้นที่ตลาดประมงพื้นบ้าน คือ ตลาดประมงท่าเรือพลี ตลาดประมงพื้นบ้านอ่างศิลา ตลาดประมงบางทราย ที่ลงทะเบียนไว้ในระบบตลาดและเครื่องมือทางการตลาด กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด กรมการค้าภายใน จำนวน ๕๖๔ ร้าน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่^๑ (Taro Yamane, 1967) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ๐.๐๕ ดังนี้

สูตรคำนวณ

$$n = \frac{N}{1 + N_e^2}$$

เมื่อกำหนดให้

n	=	ขนาดของหน่วยตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย
N	=	ประชากรทั้งหมด
e	=	ระดับความมีนัยสำคัญ (๐.๐๕)

เมื่อคำนวณตามสูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ จะได้กลุ่มตัวอย่าง สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} \quad n &= \frac{564}{1 + 564 (0.05^2)} \\ &= 234.02 \end{aligned}$$

จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ เท่ากับ ๒๓๕ ร้าน

ผู้วิจัยกำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างในประชากรทั้งหมด โดยการสุ่มตัวอย่างแบบที่ไม่ทราบโอกาส หรือความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยการเก็บข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างที่เต็มใจให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเท่านั้น

๒

๒. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

^๑ สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. ระเบียบวิธีการวิจัยสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ ๑๒. (กรุงเทพมหานคร : เพ็ญฟ้า ปริ้นติ้ง. ๒๕๔๖).

^๒ สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. อ้างแล้ว.

การศึกษาความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งประกอบด้วย ๓ ตอนดังนี้

ตอนที่ ๑ สอบถามสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบกำหนดคำตอบให้เลือก

ตอนที่ ๒ สอบถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไป และสภาพที่พึงประสงค์ ของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ๕ ระดับ (Rating Scale) แบบลิเคิร์ต (Likert' Scale Type)^๓ ซึ่งมีความหมายดังนี้

๕ หมายถึง สภาพทั่วไป และสภาพที่พึงประสงค์ อยู่ในระดับมากที่สุด

๔ หมายถึง สภาพทั่วไป และสภาพที่พึงประสงค์ อยู่ในระดับมาก

๓ หมายถึง สภาพทั่วไป และสภาพที่พึงประสงค์ อยู่ในระดับปานกลาง

๒ หมายถึง สภาพทั่วไป และสภาพที่พึงประสงค์ อยู่ในระดับน้อย

๑ หมายถึง สภาพทั่วไป และสภาพที่พึงประสงค์ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

วิธีการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

๑. ศึกษาเอกสารที่เป็นแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒. ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถาม

๓. สร้างแบบสอบถาม ซึ่งมีรายละเอียดได้แก่ สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม สภาพและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

๔. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้านความสอดคล้อง ความถูกต้องเหมาะสม และความครบถ้วนของรายการที่ถามในสิ่งที่ต้องการจะวัด ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน ๕ ท่าน ได้แก่

๔.๑ พระมหาสุชาติ ธมมกาโม, ดร.

๔.๒ พระปลัดมนู ฐานจาโร, ดร.

๔.๓ ดร.ประสาน เจริญศรี

๔.๔ ดร.ฉัตรชัย แนวพญา

๔.๕ พระปลัดสิทธิเดช สีสเตโช, ดร.

^๓ บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. “ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์”. (พิมพ์ครั้งที่ ๑๐. กรุงเทพมหานคร : จามจุรีโปรดักท์, ๒๕๕๑), หน้า ๓๑๗-๓๒๘.

๕. นำผลการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามมาคำนวณหาค่า IOC (Index of Objective Congruence) และพิจารณาเลือกข้อรายการที่มีค่า IOC ตั้งแต่ ๐.๖๐ ถึง ๑.๐๐ ซึ่งรายการคำถามใช้ได้ทุกข้อ โดยมีค่า IOC ตั้งแต่ ๐.๘๐ ถึง ๑.๐๐ และมีบางข้อต้องปรับปรุงด้านสำนวนภาษา

๖. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

๗. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการ ในตลาดเทศบาลวัดทองคั้ง ตลาดทุ่งกระแบน และตลาดโรงสี จำนวน ๓๐ คน นำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามมาคำนวณค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient : α) ของ Cronbach ซึ่งค่า ความเชื่อมั่นแบบสอบถาม ตอนที่ ๒ สอบถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไป และสภาพที่พึงประสงค์ของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จำนวน ๗ ด้าน เท่ากับ ๐.๙๙๑

๘. ปรับปรุงและจัดพิมพ์แบบสอบถาม

๓. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามดังต่อไปนี้

๓.๑ ผู้วิจัยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งออกจากวิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี เพื่อขอความอนุเคราะห์ผู้ให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถาม

๓.๒ ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามไปยังประธานกลุ่มตลาดประมงพื้นบ้าน เพื่อทำการขออนุญาตเก็บข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน ๒๓๕ คน

๓.๓ ผู้วิจัยติดตามและเก็บรวบรวมแบบสอบถามได้จำนวน ๒๓๕ ฉบับ ครอบคลุมจำนวนที่ต้องการ คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ แล้วนำมาตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้องเพื่อเตรียมนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามระหว่าง เดือน พฤศจิกายน - ธันวาคม ๒๕๖๗

๔. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

๔.๑ ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัววิเคราะห์ข้อมูลโดยแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

๔.๒ ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยโดยการกำหนดเกณฑ์การประเมินความคิดเห็น ๕ ระดับ ของ
ชูศรี วงศ์รัตน์^๔ มีความหมายดังนี้

ค่าเฉลี่ย ๔.๕๐ – ๕.๐๐ หมายถึง สภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย ๓.๕๐ – ๔.๔๙ หมายถึง สภาพอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย ๒.๕๐ – ๓.๔๙ หมายถึง สภาพอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย ๑.๕๐ – ๒.๔๙ หมายถึง สภาพอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย ๑.๐๐ – ๑.๔๙ หมายถึง สภาพอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ในส่วนของการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นโดยใช้เทคนิค Modified Priority Need
Index (PNI_{Modified})

$$PNI_{Modified} = \frac{I-D}{D}$$

PNI_{Modified} แทน ค่าดัชนีการจัดเรียงอันดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น

I แทน คะแนนค่าเฉลี่ยตามสภาพที่พึงประสงค์

D แทน คะแนนเฉลี่ยตามสภาพปัจจุบัน

โดยเมื่อนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่เป็นมาตรฐานค่า
๕ ระดับ ที่มีการตอบสนองรายการคู่ (Dual Response) มาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
เป็นรายข้อ ในส่วนที่เป็นข้อมูลสภาพปัจจุบันและส่วนที่เป็นข้อมูลความต้องการ โดยคำนวณ การ
วิเคราะห์เพื่อหาจุดแข็ง (S) และจุดอ่อน (W) ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดัชนีความต้องการจำเป็น
แบบปรับปรุง (PNI_{modified}) ของสภาพแวดล้อมภายใน โดยกำหนดให้ค่า PNI_{modified} ที่เท่ากันหรือต่ำ
กว่าค่าเฉลี่ย คือจุดแข็ง และค่า PNI_{modified} ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย คือจุดอ่อน

๓.๓ การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมือง ชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ขั้นตอนในการพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอ
เมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

๑) นำผลการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจ
ฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จากขั้นตอนที่ ๑ จัดทำแบบสัมภาษณ์

^๔ ชูศรี วงศ์รัตน์. “เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย”. (พิมพ์ครั้งที่ ๑๒, กรุงเทพมหานคร : ไทเมรมิต
กิจ อินเตอร์ โพรเกรสซิฟ, ๒๕๕๓), หน้า ๖๙.

เชิงลึกเพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ จากนั้นจัดทำ (ร่าง) แนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

๒) นำ (ร่าง) แนวทางการพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จัดสนทนากลุ่มเพื่อยืนยันแนวทางและปรับปรุงความเที่ยงตรง และ

๓) จัดทำแนวทางการพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

๑. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยการสัมภาษณ์ ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน ๙ คน ประกอบด้วย

- ๑) นักวิชาการด้านการตลาด จำนวน ๑ คน
- ๒) ผู้นำชุมชน จำนวน ๒ คน
- ๓) ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน จำนวน ๓ คน
- ๔) คณะกรรมการตลาดประมงพื้นบ้าน จำนวน ๒ คน

การสนทนากลุ่มโดยผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน ๕ คน ประกอบด้วย

- ๑) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักธรรม จากวิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี จำนวน ๓ คน
- ๒) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านชุมชน จากมหาวิทยาลัยบูรพา จำนวน ๒ คน

๒. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในวิจัยในขั้นตอนที่ ๒ การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี คือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสนทนากลุ่ม ประกอบด้วยขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

๒.๑ ศึกษาข้อมูลจากระยะที่ ๑ ความต้องการจำเป็นเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

๒.๒ จัดทำแบบสัมภาษณ์เชิงลึกการพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยมีข้อคำถามแบบปลายเปิด จำนวน ๓ ข้อ

๒.๓ นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ ๕ คนเพื่อพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและให้ข้อเสนอแนะ

๒.๔ ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ และจัดทำแบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์ต่อไป

๓. การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม มีขั้นตอนดังนี้

๓.๑ ประสานผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล

๓.๒ วางแผนการสัมภาษณ์ โดยการจัดเตรียมประเด็นการสนทนากลุ่ม การจัดทำเอกสารประกอบการสัมภาษณ์ สถานที่ และทีมสัมภาษณ์

๓.๓ จัดทำหนังสือจากวิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี เพื่อเชิญผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และผู้เชี่ยวชาญ เข้าร่วมการให้ข้อมูล โดยแจ้งกำหนดการ สถานที่ ข้อคำถาม ให้ทราบก่อนล่วงหน้า ๗ วัน

๓.๔ นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาวิเคราะห์ข้อมูล สรุปข้อคิดเห็นจากการวิพากษ์ของผู้เชี่ยวชาญ ตามประเด็นการประชุมสนทนากลุ่ม สรุป อภิปราย และให้ข้อเสนอแนะ

๓.๖ รวบรวมข้อมูลการตรวจสอบจัดทำแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

๔. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะ บทสัมภาษณ์ ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และผู้ทรงคุณวุฒิ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

๓.๔ การนำเสนอและประเมินการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

การนำเสนอแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ที่พัฒนาขึ้นไปนำเสนอแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการดังนี้

๑. กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มผู้เข้ากิจกรรมการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแทนผู้ประกอบการ และคณะกรรมการตลาดประมง จำนวน ๓๐ คน ประกอบด้วย

- | | |
|------------------------|-------------|
| ๑. ตลาดประมงท่าเรือพลี | จำนวน ๑๐ คน |
| ๒. ตลาดประมงบางทราย | จำนวน ๑๐ คน |
| ๓. ผู้มีส่วนได้เสีย | จำนวน ๑๐ คน |

๒. เครื่องมือในการวิจัย

สำหรับแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เครื่องมือในการวิจัยจำนวน ๒ ชุด คือ

๒.๑ แบบประเมินความรู้ความเข้าใจการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จำนวน ๑๒ ข้อ คำถาม

๒.๒ แบบประเมินแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จำนวน ๔๒ ข้อ คำถาม

แบบสอบถามทั้ง ๒ แบบ เป็นแบบมาตรา ส่วนประมาณค่า ๕ ระดับ (Rating Scale) แบบลิเคอร์ต (Likert' Scale Type)^๕ ซึ่งมีความหมาย ดังนี้

๕ หมายถึง มีความรู้ หรือมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด

๔ หมายถึง มีความรู้ หรือมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก

๓ หมายถึง มีความรู้ หรือมีความเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง

๒ หมายถึง มีความรู้ หรือมีความเหมาะสม อยู่ในระดับน้อย

๑ หมายถึง มีความรู้ หรือมีความเหมาะสม อยู่ในระดับน้อยที่สุด

วิธีการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

๑. ศึกษาเอกสารที่เป็นแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒. ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถาม

๓. สร้างแบบสอบถาม ซึ่งมีรายละเอียดสอดคล้องกับแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

๔. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้านความสอดคล้อง ความถูกต้องเหมาะสม และความครบถ้วนของรายการที่ถามในสิ่งที่ต้องการจะวัด ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน ๕ ท่าน ได้แก่

๔.๑ พระมหาสุชาติ ธรรมกาโม, ดร.

๔.๒ พระปลัดมนู ฐานจาโร, ดร.

๔.๓ ดร.ประสาน เจริญศรี

๔.๔ ดร.ฉัตรชัย แนวพญา

๔.๕ พระปลัดสิทธิเดช สีลเตโช, ดร.

^๕ บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. “ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์”. (พิมพ์ครั้งที่ ๑๐. กรุงเทพมหานคร : จามจุรีโปรดักท์, ๒๕๕๑), หน้า ๓๑๗-๓๒๘.

๕. นำผลการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามมาคำนวณหาค่า IOC (Index of Objective Congruence) และพิจารณาเลือกข้อรายการที่มีค่า IOC ตั้งแต่ ๐.๖๐ ถึง ๑.๐๐ ซึ่งรายการคำถามใช้ได้ทุกข้อ โดยมีค่า IOC ตั้งแต่ ๐.๘๐ ถึง ๑.๐๐ และมีบางข้อต้องปรับปรุงด้านสำนวนภาษา

๖. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

๗. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการ ในตลาดเทศบาลวัดทองคั้ง ตลาดทุ่งกระแบน และตลาดโรงสี จำนวน ๓๐ คน นำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามมาคำนวณค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient : α) ของ Cronbach ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถาม ดังนี้

๗.๑ แบบประเมินความรู้ความเข้าใจแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จำนวน ๑๒ ข้อ ได้ค่าเท่ากับ ๐.๙๓๖

๗.๒ แบบประเมินแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จำนวน ๔๒ ข้อ ได้ค่าเท่ากับ ๐.๙๒๘

๘. ปรับปรุงและจัดพิมพ์แบบสอบถาม

๓. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัย ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

๓.๑ ผู้วิจัยทำบันทึกข้อความถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อขออนุญาตเชิญเข้าร่วมกิจกรรมให้ความรู้ การส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี และขออนุญาต เก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้เข้าร่วมกิจกรรม

๓.๒ ผู้วิจัยจัดกิจกรรมให้ความรู้แนวทางทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยแบ่งออกเป็น ๕ ครั้ง ครั้งละ ๒ ชั่วโมง ทุกวันพฤหัสบดี เวลา ๑๒.๓๐ - ๑๔.๓๐ น. ดังนี้

ครั้งที่ ๑ แนะนำปฏิทินการจัดกิจกรรมและการเก็บคะแนนก่อนการส่งเสริมความรู้

ครั้งที่ ๒ รายงานผลการศึกษาระยะที่ ๑ ความต้องการจำเป็นเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ครั้งที่ ๓ ให้ความรู้ด้าน จักขุมา มีตาดี มีวิสัยทัศน์กว้างไกลในการบริหารตลาด

ครั้งที่ ๔ ให้ความรู้ด้านวิธวิธี มีทักษะในการทำงานที่ดีของผู้นำอย่างละเอียดในงาค้าขาย

ครั้งที่ ๕ ให้ความรู้ด้านนิสยสัมพันธ์ การมีทักษะการสื่อสาร มนุษย์สัมพันธ์กับลูกค้า และประเมินความรู้ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม

๓.๓ การจัดกิจกรรมให้ความรู้แนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ได้ดำเนินการระหว่าง เมษายน – พฤษภาคม ๒๕๖๘ รวมระยะเวลา ๒ เดือน

๔. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอและประเมินการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรีมีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

๔.๑ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามวัดความรู้ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ก่อนและหลังการเข้าร่วม โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) เกณฑ์การแปลความหมายในการประเมินความเหมาะสม ซึ่งแบ่งคะแนนเป็นช่วงชั้นเท่ากันตามหลักการของเบสและคานท์ (Best and Kahn, ๑๙๙๓)^๖ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย ๑.๐๐ -๑.๕๐ หมายถึง ไม่มีความรู้เลย

คะแนนเฉลี่ย ๑.๕๑ -๒.๕๐ หมายถึง มีความรู้น้อย

คะแนนเฉลี่ย ๒.๕๑ -๓.๕๐ หมายถึง มีความรู้ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย ๓.๕๑ -๔.๕๐ หมายถึง มีความรู้มาก

คะแนนเฉลี่ย ๔.๕๑ -๕.๐๐ หมายถึง มีความรู้มากที่สุด

จากนั้นทำการทดสอบด้วยสถิติค่า t-test สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์นี้ กำหนดไว้ที่ระดับ .๐๕ หรือ ความเชื่อมั่นเท่ากับ ๙๕%

๔.๒ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินความเหมาะสมของแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) เกณฑ์การแปลความหมายในการประเมินความเหมาะสม ซึ่งแบ่งคะแนนเป็นช่วงชั้นเท่ากันตามหลักการของเบสและคานท์ (Best and Kahn, ๑๙๙๓)^๗ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย ๑.๐๐ -๑.๕๐ หมายถึง มีความเหมาะสม อยู่ในระดับน้อยที่สุด

^๖ Best, J.W. Research in Education. Boston, (M.A. : Allyn and Bacon. ๑๙๙๓), p.๒๔๗

^๗ Best, J.W. Research in Education. Boston, (M.A. : Allyn and Bacon. ๑๙๙๓), p.๒๔๗

คะแนนเฉลี่ย ๑.๕๑ -๒.๕๐ หมายถึง มีความเหมาะสม อยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย ๒.๕๑ -๓.๕๐ หมายถึง มีความเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง

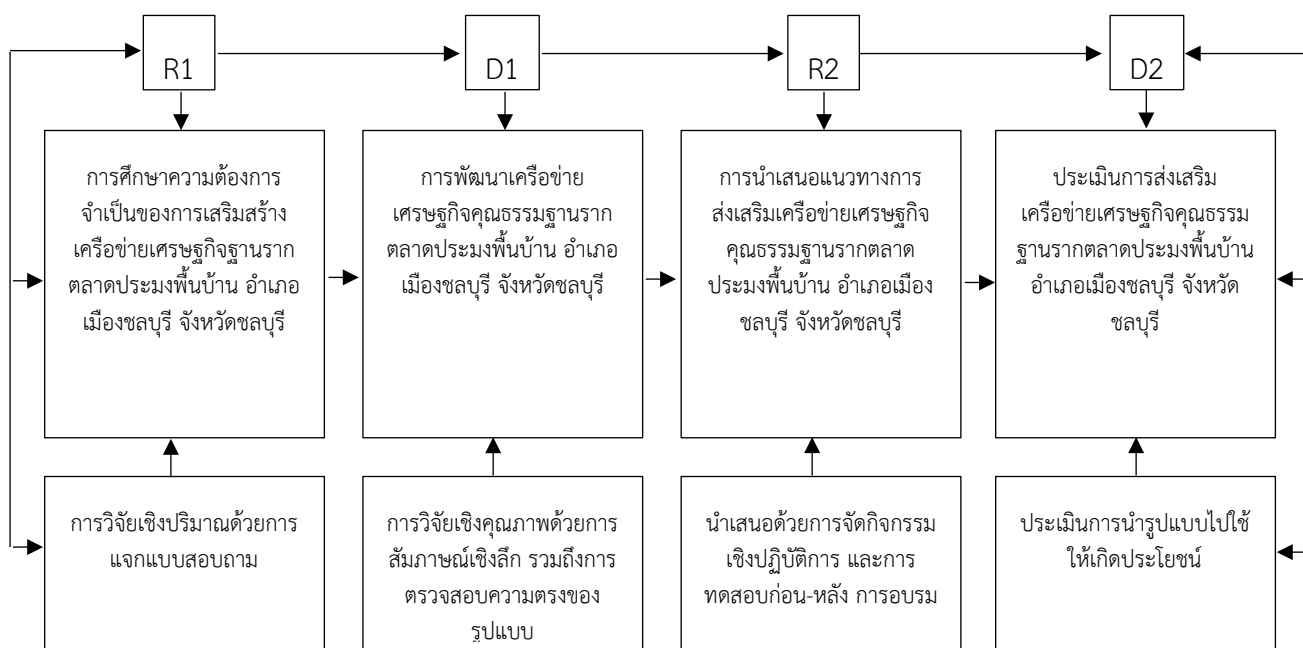
คะแนนเฉลี่ย ๓.๕๑ -๔.๕๐ หมายถึง มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย ๔.๕๑ -๕.๐๐ หมายถึง มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด

๔.๓ ภายหลังจากการประเมินความเหมาะสมของแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว ประเด็นการประเมินในข้อใดมีค่าคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่า ๓.๕๐ จะถูกตัดทิ้ง และคงไว้เฉพาะประเด็นการประเมินที่มีค่าคะแนนมากกว่า ๓.๕๐ จากนั้นจึงทำการจัดทำแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ฉบับสมบูรณ์ต่อไป

๓.๕ สรุปกระบวนการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี” ผู้วิจัยสามารถสรุปกระบวนการวิจัยเพื่อให้ง่ายต่อการศึกษาได้ดังนี้



ภาพที่ ๓.๑ รูปแบบการวิจัยและพัฒนา

บทที่ ๔

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ ดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์เฉพาะ มีระยะดังนี้ ระยะที่ ๑ การศึกษาความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ระยะที่ ๒ การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ระยะที่ ๓ การนำเสนอและประเมินการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

การดำเนินการวิจัย เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยระยะที่ ๑ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ แจกแบบสอบถามกับผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จำนวน ๒๓๕ ชุด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็น โดยใช้เทคนิค Modified Priority Need Index (PNI_{Modified}) ระยะที่ ๒ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ จากการเก็บข้อมูลเชิงลึก จำนวน ๙ คน และการสนทนากลุ่ม จำนวน ๕ คน วิเคราะห์ข้อเสนอแนะ บทสัมภาษณ์ ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และผู้ทรงคุณวุฒิ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ระยะที่ ๓ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยการให้ความรู้ ๑๐ ชั่วโมง แก่ผู้มีส่วนได้เสีย จำนวน ๓๐ คน ซึ่งมีการเก็บแบบสอบถามก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่า t-test สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์นี้ กำหนดไว้ที่ระดับ .๐๕ หรือ ความเชื่อมั่นเท่ากับ ๙๕% จากนั้นทำการประเมินความเหมาะสมของแนวทางการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ทั้งนี้ในการรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง ๓ ระยะ ผู้วิจัยจะทำการแสดงในรูปของตารางประกอบการบรรยาย ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยออก ดังนี้

๔.๑ ความต้องการจำเป็นเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน
อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

๔.๒ การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

๔.๓ นำเสนอและประเมินการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

๔.๔ องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย

๔.๑ ความต้องการจำเป็นเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงความต้องการจำเป็นเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ แจกแบบสอบถามกับผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ในรูปแบบการแจกด้วยตนเอง และเก็บผ่านระบบ Google Form รวมจำนวน ๒๓๕ ชุด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นโดยใช้เทคนิค Modified Priority Need Index (PNI_{Modified}) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๔.๑.๑ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ในเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นประชาชนใน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย ระดับการศึกษา อาชีพ วันที่ลงขายสินค้า หมวดประเภทสินค้า จำนวนปีที่ขายสินค้า และราคาที่ยกสินค้า รายละเอียดดังตาราง ๔.๑ ถึง ๔.๖

ตารางที่ ๔.๑ จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าประถมศึกษา	๗๙	๓๓.๖๑
ประถมศึกษา	๙๒	๓๙.๑๔
มัธยมศึกษา	๔๒	๑๗.๘๗
ปริญญาตรี	๑๗	๗.๒๓
สูงกว่าปริญญาตรี	๕	๒.๑๒
รวม	๒๓๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๑ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ ๓๙.๑๔ รองลงมาคือ ต่ำกว่าประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๖๑ รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ ๑๗.๘๗ รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ ๗.๒๓ และน้อยที่สุด คือ สูงกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ ๒.๑๒ ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๒ จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ค้าขายเป็นอาชีพหลัก	๓๑	๑๓.๑๙
ค้าขายเป็นอาชีพเสริม	๒๐๔	๘๖.๘๑
รวม	๒๓๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๒ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการค้าขายเป็นอาชีพเสริม คิดเป็นร้อยละ ๘๖.๘๑ ส่วนที่เหลือค้าขายเป็นอาชีพหลัก คิดเป็นร้อยละ ๑๓.๑๙ ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๓ จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวันที่ลงขายสินค้า

วันที่ลงขายสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
วันเสาร์	๗๕	๓๑.๙๑
วันอาทิตย์	๑๒๗	๕๔.๐๔
วันเสาร์และอาทิตย์	๓๓	๑๔.๐๔
รวม	๒๓๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๓ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ขายของในวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ ๕๔.๐๔ รองลงมาคือ ขายวันเสาร์ คิดเป็นร้อยละ ๓๑.๙๑ และน้อยที่สุดคือ ขายทุกวันเสาร์และวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๐๔ ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๔ จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามหมวดประเภทสินค้า

หมวดประเภทสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
อาหารสด	๘๑	๓๔.๔๗
อาหารคาว	๖๓	๒๖.๘๐
อาหารแปรรูป	๗๒	๓๐.๖๓
อาหารหวาน	๑๙	๘.๐๘
รวม	๒๓๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๔ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นำอาหารสดมาขาย คิดเป็นร้อยละ ๓๔.๔๗ รองลงมาคือ ขายอาหารแปรรูป คิดเป็นร้อยละ ๓๐.๖๓ รองลงมาคือ ขายอาหารคาว คิดเป็นร้อยละ ๒๖.๘๐ และน้อยที่สุดคือ ขายอาหารหวาน คิดเป็นร้อยละ ๘.๐๘ ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๕ จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนปีที่ขายสินค้า

จำนวนปีที่ขายสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า ๕ ปี	๑๙๒	๘๑.๗๐
ระหว่าง ๖ ถึง ๑๐ ปี	๔๓	๑๘.๓๐
มากกว่า ๑๐ ปี	๐	๐
รวม	๒๓๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๕ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ค้ามาขายในพื้นที่ต่ำกว่า ๕ ปี คิดเป็นร้อยละ ๘๑.๗๐ และน้อยที่สุดคือ ระหว่าง ๖ ถึง ๑๐ ปี คิดเป็นร้อยละ ๑๘.๓๐ ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๖ จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามราคาที่ขายสินค้า

ราคาที่ขายสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า ๕๐ บาท	๖๗	๒๘.๕๑
ระหว่าง ๕๑ - ๑๐๐ บาท	๑๐๖	๔๕.๑๐
ระหว่าง ๑๐๑ - ๒๐๐ บาท	๔๗	๒๐.๐๐
มากกว่า ๒๐๐ บาท	๑๕	๖.๓๘
รวม	๒๓๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๖ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ขายสินค้าในราคาระหว่าง ๕๑ ถึง ๑๐๐ บาท คิดเป็นร้อยละ ๔๕.๑๐ รองลงมาคือ ขายในราคาไม่เกิน ๕๐ บาท คิดเป็นร้อยละ ๒๘.๕๑ รองลงมาคือ ระหว่าง ๑๐๑ ถึง ๒๐๐ บาท คิดเป็นร้อยละ ๒๐ และน้อยที่สุดคือขายสินค้าในราคาสูงกว่า ๒๐๐ บาท คิดเป็นร้อยละ ๖.๓๘ ตามลำดับ

๔.๑.๒ สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

การวิเคราะห์สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นโดยใช้เทคนิค Modified Priority Need Index (PNI_{Modified})

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยโดยการกำหนดเกณฑ์การประเมินความคิดเห็น ๕ ระดับ ของ ชูศรี วงศ์รัตน์^๔ มีความหมายดังนี้

ค่าเฉลี่ย ๔.๕๐ – ๕.๐๐ หมายถึง สภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย ๓.๕๐ – ๔.๔๙ หมายถึง สภาพอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย ๒.๕๐ – ๓.๔๙ หมายถึง สภาพอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย ๑.๕๐ – ๒.๔๙ หมายถึง สภาพอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย ๑.๐๐ – ๑.๔๙ หมายถึง สภาพอยู่ในระดับน้อยที่สุด

โดยเมื่อนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่เป็นมาตรฐานค่า ๕ ระดับ ที่มีการตอบสนองรายการคู่ (Dual Response) มาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายข้อ ในส่วนที่เป็นข้อมูลสภาพปัจจุบันและส่วนที่เป็นข้อมูลความต้องการ โดยคำนวณ การวิเคราะห์เพื่อหาจุดแข็ง (S) และจุดอ่อน (W) ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดัชนีความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง (PNI_{modified}) ของสภาพแวดล้อมภายใน โดยกำหนดให้ค่า PNI_{modified} ที่เท่ากันหรือต่ำกว่าค่าเฉลี่ย คือจุดแข็ง และค่า PNI_{modified} ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย คือจุดอ่อน สำหรับการวิเคราะห์เพื่อหาโอกาส (O) และภาวะคุกคาม (T) ผู้วิจัยพิจารณาจากดัชนีความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง (PNI_{modified}) ของสภาพแวดล้อมภายนอก และกำหนดให้ค่า PNI_{modified} ที่เท่ากันหรือต่ำกว่าค่าเฉลี่ย คือโอกาส ส่วนค่า PNI_{modified} ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย คือภาวะคุกคาม

^๔ ชูศรี วงศ์รัตน์. “เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย”. (พิมพ์ครั้งที่ ๑๒, กรุงเทพมหานคร : ไทเมอร์มิตทิง อินเทอร์เน็ต โปรดักส์, ๒๕๕๓), หน้า ๖๙.

ตารางที่ ๔.๗ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี $PNI_{modified}$ ความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม

เครือข่ายเศรษฐกิจฐานราก ตลาดประมงพื้นบ้าน	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์			PNI modified	ลำดับ
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ		
ด้านการรับรู้มุมมองด้วยกัน	๒.๕๗	๐.๕๒	ปาน กลาง	๔.๐๖	๐.๕๐	มาก	๐.๓๖๗	๗
ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน	๒.๖๑	๐.๕๒	ปาน กลาง	๔.๒๕	๐.๔๖	มาก	๐.๓๘๖	๔
ด้านมีความสนใจร่วมกัน	๒.๕๒	๐.๕๐	ปาน กลาง	๔.๑๗	๐.๕๒	มาก	๐.๓๙๖	๓
ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก เครือข่าย	๒.๕๐	๐.๕๔	ปาน กลาง	๔.๒๐	๐.๕๙	มาก	๐.๔๐๕	๑
ด้านการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน	๒.๕๔	๐.๕๖	ปาน กลาง	๔.๑๑	๐.๔๒	มาก	๐.๓๘๒	๖
ด้านการพึ่งพิงอิงร่วมกัน	๒.๕๖	๐.๔๗	ปาน กลาง	๔.๑๖	๐.๕๕	มาก	๐.๓๘๕	๕
ด้านการปฏิสัมพันธ์เชิง แลกเปลี่ยน	๒.๔๗	๐.๖๑	น้อย	๔.๑๔	๐.๔๐	มาก	๐.๔๐๓	๒
โดยภาพรวม	๒.๕๔	๐.๕๓	ปาน กลาง	๔.๑๖	๐.๔๙	มาก	๐.๓๘๙	

จากตารางที่ ๔.๗ พบว่า สภาพปัจจุบันของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=๒.๕๔$) โดยด้านที่มีระดับการปฏิบัติมากที่สุด คือ ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ($\bar{X}=๒.๖๑$) รองลงมาคือ ด้านการรับรู้มุมมองด้วยกัน ($\bar{X}=๒.๕๗$) และระดับการปฏิบัติต่ำที่สุดคือ ด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน ($\bar{X}=๒.๔๗$)

ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๔.๑๖$) โดยด้านที่มีสภาพที่พึงประสงค์มากที่สุด คือ ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ($\bar{X}=๔.๒๕$) รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย ($\bar{X}=๔.๒๐$) และสภาพที่พึงประสงค์ต่ำที่สุดคือ ด้านการรับรู้มุมมองด้วยกัน ($\bar{X}=๔.๐๖$)

ส่วนความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม ด้านที่มีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการส่งเสริมมากที่สุด ๓ อันดับแรก คือ ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย ($PNI_{modified}=๐.๔๐๕$), ด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน ($PNI_{modified}=๐.๔๐๓$) และ ด้านมีความสนใจร่วมกัน ($PNI_{modified}=๐.๓๙๖$)

ปัจจัยภายในของการวิเคราะห์เพื่อหาจุดแข็ง (S) และจุดอ่อน (W) ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดัชนีความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง ($PNI_{modified}$) ของสภาพแวดล้อมภายในซึ่งภาพรวมเท่ากับ ๐.๓๘๙ โดยกำหนดให้ค่า $PNI_{modified}$ ที่เท่ากันหรือต่ำกว่าค่าเฉลี่ย ๐.๓๘๙ คือจุดแข็ง และ ค่า $PNI_{modified}$ ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย ๐.๓๘๙ คือ จุดอ่อน โดยมีรายละเอียดดังนี้

จุดแข็ง (S) ของสภาพทั่วไปของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี พบว่า มีจุดแข็ง ๔ ด้าน เรียงลำดับตามค่า $PNI_{modified}$ จากมากไปหาน้อยดังนี้

ลำดับที่ ๑ ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน

ลำดับที่ ๒ ด้านการพึ่งพิงอิงร่วมกัน

ลำดับที่ ๓ ด้านการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน

ลำดับที่ ๔ ด้านการรับรู้มุมมองด้วยกัน

จุดอ่อน (W) ของสภาพทั่วไปของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี พบว่า มีจุดอ่อน ๓ ด้าน เรียงลำดับตามค่า $PNI_{modified}$ จากมากไปหาน้อยดังนี้

ลำดับที่ ๑ ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย

ลำดับที่ ๒ ด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน

ลำดับที่ ๓ ด้านมีความสนใจร่วมกัน

ตารางที่ ๔.๘ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี $PNI_{modified}$ ความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการรับรู้มุมมองด้วยกัน

ด้านการรับรู้มุมมองด้วยกัน	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์			PNI modified	ลำดับ
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ		
ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดประมงอย่างเพียงพอ	๒.๑๕	๐.๒๓	น้อย	๔.๕๕	๐.๔๕	มากที่สุด	๐.๕๒๗	๒
มีโอกาสดแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดประมง	๓.๒๘	๐.๗๘	ปานกลาง	๓.๘๒	๐.๖๒	มาก	๐.๑๔๑	๔
สื่อสารระหว่างผู้ค้าประมงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีประสิทธิภาพ	๑.๘๙	๐.๑๕	น้อย	๔.๑๙	๐.๐๘	มาก	๐.๕๔๙	๑
พัฒนาตลาดประมงจะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนค้าขายประมง	๒.๗๖	๐.๙๑	ปานกลาง	๓.๖๗	๐.๘๕	มาก	๐.๒๔๘	๓
โดยภาพรวม	๒.๕๗	๐.๕๒	ปานกลาง	๔.๐๖	๐.๕๐	มาก	๐.๓๖๗	

จากตารางที่ ๔.๘ สภาพปัจจุบันของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการรับรู้มุมมองด้วยกัน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=๒.๕๗$) โดยข้อที่มีระดับการปฏิบัติมากที่สุด คือ มีโอกาสดแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดประมง ($\bar{X}=๓.๒๘$) รองลงมาคือ พัฒนาตลาดประมงจะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนค้าขายประมง ($\bar{X}=๒.๗๖$) และระดับการปฏิบัติต่ำที่สุดคือ สื่อสารระหว่างผู้ค้าประมงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีประสิทธิภาพ ($\bar{X}=๑.๘๙$)

ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการรับรู้มุมมองด้วยกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๔.๐๖$) โดยข้อที่มีสภาพที่พึงประสงค์มากที่สุด คือ ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดประมงอย่างเพียงพอ ($\bar{X}=๔.๕๕$) รองลงมาคือ สื่อสารระหว่างผู้ค้าประมงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีประสิทธิภาพ ($\bar{X}=๔.๑๙$) และสภาพที่พึงประสงค์ต่ำที่สุดคือ ($\bar{X}=$)

ส่วนความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการรับรู้มุมมองด้วยกัน ข้อที่มีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการส่งเสริมมากที่สุด ๓ อันดับแรก คือ สื่อสารระหว่างผู้ค้าประมงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีประสิทธิภาพ ($PNI_{modified}=๐.๕๔๙$), ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดประมงอย่าง

เพียงพอ ($PNI_{\text{modified}}=0.527$) และ พัฒนาลาดประมงจะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน
ค้าขายประมง($PNI_{\text{modified}}=0.248$)

ปัจจัยภายในของการวิเคราะห์เพื่อหาจุดแข็ง (S) และจุดอ่อน (W) ผู้วิจัยพิจารณาจาก
ค่าเฉลี่ยดัชนีความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง (PNI_{modified}) ของสภาพแวดล้อมภายในซึ่งภาพรวม
เท่ากับ 0.367 โดยกำหนดให้ค่า PNI_{modified} ที่เท่ากันหรือต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 0.367 คือจุดแข็ง และ ค่า
 PNI_{modified} ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย 0.367 คือ จุดอ่อน โดยมีรายละเอียดดังนี้

จุดแข็ง (S) ของสภาพทั่วไปของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอ
เมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้าน พบว่า มีจุดแข็ง ๒ ข้อ เรียงลำดับตามค่า PNI_{modified} จากมากไปหา
น้อย ดังนี้

ลำดับที่ ๑ พัฒนาลาดประมงจะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนค้าขายประมง

ลำดับที่ ๒ มีโอกาสแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาลาดประมง

จุดอ่อน (W) ของสภาพทั่วไปของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอ
เมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้าน พบว่า มีจุดอ่อน ๒ ข้อ เรียงลำดับตามค่า PNI_{modified} จากมากไปหา
น้อย ดังนี้

ลำดับที่ ๑ สื่อสารระหว่างผู้ค้าประมงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีประสิทธิภาพ

ลำดับที่ ๒ ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาลาดประมงอย่างเพียงพอ

ตารางที่ ๔.๙ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี $PNI_{modified}$ ความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน

ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน	สภาพปัจจุบัน			สถานที่พึงประสงค์			PNI modified	ลำดับ
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ		
เห็นพ้องกับวิสัยทัศน์การพัฒนาตลาดประมงในระยะยาว	๒.๘๗	๐.๔๒	ปานกลาง	๔.๒๓	๐.๒๘	มาก	๐.๓๒๒	๔
ผู้ค้าประมงในตลาดมีความเข้าใจและเป้าหมายร่วมกันในการพัฒนาตลาด	๑.๙๕	๐.๘๙	น้อย	๓.๗๖	๐.๙๕	มาก	๐.๔๘๑	๑
มีวิสัยทัศน์ร่วมกันในชุมชนผู้ค้าประมงมีความสำคัญต่อความสำเร็จของตลาดในอนาคต	๓.๑๒	๐.๑๑	ปานกลาง	๔.๘๑	๐.๕๖	มาก	๐.๓๕๑	๓
มีการสื่อสารวิสัยทัศน์และเป้าหมายการพัฒนาตลาดประมงอย่างต่อเนื่องและชัดเจน	๒.๔๘	๐.๖๗	น้อย	๓.๙๙	๐.๐๓	มาก	๐.๓๗๘	๒
โดยภาพรวม	๒.๖๑	๐.๕๒	ปานกลาง	๔.๒๕	๐.๔๖	มาก	๐.๓๘๖	

จากตารางที่ ๔.๙ สภาพปัจจุบันของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=๒.๖๑$) โดยข้อที่มีระดับการปฏิบัติมากที่สุด คือ มีวิสัยทัศน์ร่วมกันในชุมชนผู้ค้าประมงมีความสำคัญต่อความสำเร็จของตลาดในอนาคต ($\bar{X}=๓.๑๒$) รองลงมาคือ เห็นพ้องกับวิสัยทัศน์การพัฒนาตลาดประมงในระยะยาว ($\bar{X}=๒.๘๗$) และระดับการปฏิบัติต่ำที่สุดคือ ผู้ค้าประมงในตลาดมีความเข้าใจและเป้าหมายร่วมกันในการพัฒนาตลาด ($\bar{X}=๑.๙๕$)

ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๔.๒๕$) โดยข้อที่มีสภาพที่พึงประสงค์มากที่สุด คือ มีวิสัยทัศน์ร่วมกันในชุมชนผู้ค้าประมงมีความสำคัญต่อความสำเร็จของตลาดในอนาคต ($\bar{X}=๔.๘๑$) รองลงมาคือ เห็นพ้องกับวิสัยทัศน์การพัฒนาตลาดประมงในระยะยาว ($\bar{X}=๔.๒๓$) และสภาพที่พึงประสงค์ต่ำที่สุดคือ ผู้ค้าประมงในตลาดมีความเข้าใจและเป้าหมายร่วมกันในการพัฒนาตลาด ($\bar{X}=๓.๗๖$)

ส่วนความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ข้อที่มีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการส่งเสริมมากที่สุด ๓ อันดับแรก คือ ผู้ค้าประมงในตลาดมีความเข้าใจและเป้าหมายร่วมกันในการพัฒนาตลาด ($PNI_{modified}=๐.๔๘๑$), มีการสื่อสารวิสัยทัศน์และเป้าหมายการพัฒนาตลาดประมงอย่าง

ต่อเนื่องและชัดเจน ($PNI_{\text{modified}}=0.378$) และ มีวิสัยทัศน์ร่วมกันในชุมชนผู้ค้าประมงมีความสำคัญต่อความสำเร็จของตลาดในอนาคต ($PNI_{\text{modified}}=0.351$)

ปัจจัยภายในของการวิเคราะห์เพื่อหาจุดแข็ง (S) และจุดอ่อน (W) ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดัชนีความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง (PNI_{modified}) ของสภาพแวดล้อมภายในซึ่งภาพรวมเท่ากับ 0.386 โดยกำหนดให้ค่า PNI_{modified} ที่เท่ากันหรือต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 0.386 คือจุดแข็ง และ ค่า PNI_{modified} ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย 0.386 คือ จุดอ่อน โดยมีรายละเอียดดังนี้

จุดแข็ง (S) ของสภาพทั่วไปของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้าน พบว่า มีจุดแข็ง 3 ข้อ เรียงลำดับตามค่า PNI_{modified} จากมากไปหาน้อย ดังนี้

ลำดับที่ 1 มีการสื่อสารวิสัยทัศน์และเป้าหมายการพัฒนาตลาดประมงอย่างต่อเนื่องและชัดเจน

ลำดับที่ 2 มีวิสัยทัศน์ร่วมกันในชุมชนผู้ค้าประมงมีความสำคัญต่อความสำเร็จของตลาดในอนาคต

ลำดับที่ 3 เห็นพ้องกับวิสัยทัศน์การพัฒนาตลาดประมงในระยะยาว

จุดอ่อน (W) ของสภาพทั่วไปของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้าน พบว่า มีจุดอ่อน 1 ข้อ เรียงลำดับตามค่า PNI_{modified} จากมากไปหาน้อย ดังนี้

ลำดับที่ 1 ผู้ค้าประมงในตลาดมีความเข้าใจและเป้าหมายร่วมกันในการพัฒนาตลาด

ตารางที่ ๔.๑๐ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี PNI_{modified} ความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านมีความสนใจร่วมกัน

ด้านมีความสนใจร่วมกัน	สภาพปัจจุบัน			สถานที่พึงประสงค์			PNI modified	ลำดับ
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ		
ผู้ค้าประมงในตลาดมีความสนใจและความต้องการที่สอดคล้องกันในการพัฒนาตลาด	๒.๓๕	๐.๖๓	น้อย	๔.๖๘	๐.๑๒	มากที่สุด	๐.๔๙๘	๒
ผู้ค้าประมงในตลาดมีความสนใจร่วมกันในเรื่องการเพิ่มรายได้และการเติบโตทางธุรกิจ	๓.๐๑	๐.๑๗	ปานกลาง	๓.๙๕	๐.๘๓	มาก	๐.๒๓๘	๓
มีความสนใจร่วมกันในประเด็นสำคัญจะช่วยให้ตลาดประมงเติบโตได้อย่างยั่งยืน	๑.๗๘	๐.๘๙	น้อย	๔.๓๓	๐.๔๕	มาก	๐.๕๘๙	๑
ผู้ค้าประมงมีความสนใจร่วมกันในการสร้างความร่วมมือเพื่อแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาโอกาสทางธุรกิจในตลาด	๒.๙๒	๐.๓๒	ปานกลาง	๓.๗๑	๐.๖๙	มาก	๐.๒๑๓	๔
โดยภาพรวม	๒.๕๒	๐.๕๐	ปานกลาง	๔.๑๗	๐.๕๒	มาก	๐.๓๙๖	

จากตารางที่ ๔.๑๐ สภาพปัจจุบันของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านมีความสนใจร่วมกัน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ =๒.๕๒) โดยข้อที่มีระดับการปฏิบัติมากที่สุด คือ ผู้ค้าประมงในตลาดมีความสนใจร่วมกันในเรื่องการเพิ่มรายได้และการเติบโตทางธุรกิจ ($\bar{X}$ =๓.๐๑) รองลงมาคือ ผู้ค้าประมงมีความสนใจร่วมกันในการสร้างความร่วมมือเพื่อแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาโอกาสทางธุรกิจในตลาด ($\bar{X}$ =๒.๙๒) และระดับการปฏิบัติต่ำที่สุดคือ มีความสนใจร่วมกันในประเด็นสำคัญจะช่วยให้ตลาดประมงเติบโตได้อย่างยั่งยืน ($\bar{X}$ =๑.๗๘)

ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านมีความสนใจร่วมกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๔.๑๗) โดยข้อที่มีสภาพที่พึงประสงค์มากที่สุด คือ ผู้ค้าประมงในตลาดมีความสนใจและความต้องการที่สอดคล้องกันในการพัฒนาตลาด ($\bar{X}$ =๔.๖๘) รองลงมาคือ มีความสนใจร่วมกันในประเด็นสำคัญจะช่วยให้ตลาดประมงเติบโตได้อย่างยั่งยืน ($\bar{X}$ =๔.๓๓) และสภาพที่พึงประสงค์ต่ำที่สุดคือ ผู้ค้าประมงมีความสนใจร่วมกันในการสร้างความร่วมมือเพื่อแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาโอกาสทางธุรกิจในตลาด ($\bar{X}$ =๓.๗๑)

ส่วนความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านมีความสนใจร่วมกัน ข้อที่มีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการ

ส่งเสริมมากที่สุด ๓ อันดับแรก คือ มีความสนใจร่วมกันในประเด็นสำคัญจะช่วยให้ตลาดประมงเติบโตได้อย่างยั่งยืน ($PNI_{modified}=0.589$), ผู้ค้าประมงในตลาดมีความสนใจและความต้องการที่สอดคล้องกันในการพัฒนาตลาด ($PNI_{modified}=0.499$) และ ผู้ค้าประมงในตลาดมีความสนใจร่วมกันในเรื่องการเพิ่มรายได้และการเติบโตทางธุรกิจ ($PNI_{modified}=0.238$)

ปัจจัยภายในของการวิเคราะห์เพื่อหาจุดแข็ง (S) และจุดอ่อน (W) ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดัชนีความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง ($PNI_{modified}$) ของสภาพแวดล้อมภายในซึ่งภาพรวมเท่ากับ 0.396 โดยกำหนดให้ค่า $PNI_{modified}$ ที่เท่ากันหรือต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 0.396 คือจุดแข็ง และ ค่า $PNI_{modified}$ ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย 0.396 คือ จุดอ่อน โดยมีรายละเอียดดังนี้

จุดแข็ง (S) ของสภาพทั่วไปของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านมีความสนใจร่วมกัน พบว่า มีจุดแข็ง ๒ ข้อ เรียงลำดับตามค่า $PNI_{modified}$ จากมากไปหาน้อย ดังนี้

ลำดับที่ ๑ ผู้ค้าประมงในตลาดมีความสนใจร่วมกันในเรื่องการเพิ่มรายได้และการเติบโตทางธุรกิจ

ลำดับที่ ๒ ผู้ค้าประมงมีความสนใจร่วมกันในการสร้างความร่วมมือเพื่อแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาโอกาสทางธุรกิจในตลาด

จุดอ่อน (W) ของสภาพทั่วไปของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านมีความสนใจร่วมกัน พบว่า มีจุดอ่อน ๒ ข้อ เรียงลำดับตามค่า $PNI_{modified}$ จากมากไปหาน้อย ดังนี้

ลำดับที่ ๑ มีความสนใจร่วมกันในประเด็นสำคัญจะช่วยให้ตลาดประมงเติบโตได้อย่างยั่งยืน

ลำดับที่ ๒ ผู้ค้าประมงในตลาดมีความสนใจและความต้องการที่สอดคล้องกันในการพัฒนาตลาด

ตารางที่ ๔.๑๑ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี PNI_{modified} ความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย

ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย	สภาพปัจจุบัน			สถานที่พึงประสงค์			PNI modified	ลำดับ
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ		
มีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือการประชุมที่จัดขึ้นภายในเครือข่ายผู้ค้าประมง	๒.๖๓	๐.๖๙	ปานกลาง	๔.๔๗	๐.๗๗	มาก	๐.๔๑๒	๒
ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะได้รับการรับฟังและนำมาพิจารณาในการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับตลาด	๑.๘๒	๐.๑๘	น้อย	๓.๘๙	๐.๒๒	มาก	๐.๕๓๒	๑
มีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายผู้ค้าประมงมีความสำคัญต่อการพัฒนาตลาดประมง	๓.๓๕	๐.๙๓	ปานกลาง	๔.๗๒	๐.๕๑	มากที่สุด	๐.๒๙๐	๔
ส่งเสริมให้ผู้ค้าประมงมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของเครือข่ายจะช่วยเสริมสร้างความร่วมมือในชุมชน	๒.๑๙	๐.๓๕	น้อย	๓.๖๑	๐.๘๔	มาก	๐.๓๙๓	๓
โดยภาพรวม	๒.๕๐	๐.๕๔	ปานกลาง	๔.๒๐	๐.๕๙	มาก	๐.๔๐๕	

จากตารางที่ ๔.๑๑ สภาพปัจจุบันของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = ๒.๕๐) โดยข้อที่มีระดับการปฏิบัติมากที่สุด คือ มีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายผู้ค้าประมงมีความสำคัญต่อการพัฒนาตลาดประมง ($\bar{X}$ = ๓.๓๕) รองลงมาคือ มีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือการประชุมที่จัดขึ้นภายในเครือข่ายผู้ค้าประมง ($\bar{X}$ = ๒.๖๓) และระดับการปฏิบัติต่ำที่สุดคือ ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะได้รับการรับฟังและนำมาพิจารณาในการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับตลาด ($\bar{X}$ = ๑.๘๒)

ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = ๔.๒๐) โดยข้อที่มีสภาพที่พึงประสงค์มากที่สุด คือ มีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายผู้ค้าประมงมีความสำคัญต่อการพัฒนาตลาดประมง ($\bar{X}$ = ๔.๗๒) รองลงมาคือ มีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือการประชุมที่จัดขึ้นภายในเครือข่ายผู้ค้าประมง ($\bar{X}$ = ๔.๔๗) และสภาพที่พึงประสงค์ต่ำที่สุดคือ ส่งเสริมให้ผู้ค้าประมงมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของเครือข่ายจะช่วยเสริมสร้างความร่วมมือในชุมชน ($\bar{X}$ = ๓.๖๑)

ส่วนความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย ข้อที่มีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการส่งเสริมมากที่สุด ๓ อันดับแรก คือ ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะได้รับการรับฟังและนำมาพิจารณาในการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับตลาด ($PNI_{modified}=0.532$), มีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือการประชุมที่จัดขึ้นภายในเครือข่ายผู้ค้าประมง ($PNI_{modified}=0.412$) และ ส่งเสริมให้ผู้ค้าประมงมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของเครือข่ายจะช่วยเสริมสร้างความร่วมมือในชุมชน ($PNI_{modified}=0.393$)

ปัจจัยภายในของการวิเคราะห์เพื่อหาจุดแข็ง (S) และจุดอ่อน (W) ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดัชนีความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง ($PNI_{modified}$) ของสภาพแวดล้อมภายในซึ่งภาพรวมเท่ากับ ๐.๔๐๕ โดยกำหนดให้ค่า $PNI_{modified}$ ที่เท่ากันหรือต่ำกว่าค่าเฉลี่ย ๐.๔๐๕ คือจุดแข็ง และ ค่า $PNI_{modified}$ ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย ๐.๔๐๕ คือ จุดอ่อน โดยมีรายละเอียดดังนี้

จุดแข็ง (S) ของสภาพทั่วไปของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย พบว่า มีจุดแข็ง ๒ ข้อ เรียงลำดับตามค่า $PNI_{modified}$ จากมากไปหาน้อย ดังนี้

ลำดับที่ ๑ ส่งเสริมให้ผู้ค้าประมงมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของเครือข่ายจะช่วยเสริมสร้างความร่วมมือในชุมชน

ลำดับที่ ๒ มีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายผู้ค้าประมงมีความสำคัญต่อการพัฒนาตลาดประมง

จุดอ่อน (W) ของสภาพทั่วไปของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย พบว่า มีจุดอ่อน ๒ ข้อ เรียงลำดับตามค่า $PNI_{modified}$ จากมากไปหาน้อย ดังนี้

ลำดับที่ ๑ ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะได้รับการรับฟังและนำมาพิจารณาในการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับตลาด

ลำดับที่ ๒ มีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือการประชุมที่จัดขึ้นภายในเครือข่ายผู้ค้าประมง

ตารางที่ ๔.๑๒ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี PNI_{modified} ความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน

ด้านการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์			PNI modified	ลำดับ
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ		
ผู้ค้าประมงในตลาดมีการช่วยเหลือและสนับสนุนกันในเรื่องการแก้ไขปัญหา	๒.๗๘	๐.๓๘	ปานกลาง	๔.๕๙	๐.๕๓	มากที่สุด	๐.๓๙๔	๒
แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้ค้าประมงสามารถเสริมสร้างการเติบโตของธุรกิจได้	๑.๖๓	๐.๗๒	น้อย	๓.๗๘	๐.๒๕	มาก	๐.๕๖๙	๑
ร่วมมือกันเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการในตลาดประมงมีผลดีต่อทุกฝ่ายในเครือข่าย	๓.๒๑	๐.๑๙	ปานกลาง	๔.๓๗	๐.๘๑	มาก	๐.๒๖๕	๔
ความสำเร็จของผู้ค้าประมงรายหนึ่งสามารถเป็นแรงบันดาลใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้ค้ารายอื่นๆ ในตลาด	๒.๕๕	๐.๙๖	ปานกลาง	๓.๙๒	๐.๐๗	มาก	๐.๓๔๙	๓
โดยภาพรวม	๒.๕๔	๐.๕๖	ปานกลาง	๔.๑๑	๐.๔๒	มาก	๐.๓๘๒	

จากตารางที่ ๔.๑๒ สภาพปัจจุบันของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=๒.๕๔$) โดยข้อที่มีระดับการปฏิบัติมากที่สุด คือ ร่วมมือกันเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการในตลาดประมงมีผลดีต่อทุกฝ่ายในเครือข่าย ($\bar{X}=๓.๒๑$) รองลงมาคือ ผู้ค้าประมงในตลาดมีการช่วยเหลือและสนับสนุนกันในเรื่องการแก้ไขปัญหา ($\bar{X}=๒.๗๘$) และระดับการปฏิบัติต่ำที่สุดคือ แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้ค้าประมงสามารถเสริมสร้างการเติบโตของธุรกิจได้ ($\bar{X}=๑.๖๓$)

ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๔.๑๑$) โดยข้อที่มีสภาพที่พึงประสงค์มากที่สุด คือ ผู้ค้าประมงในตลาดมีการช่วยเหลือและสนับสนุนกันในเรื่องการแก้ไขปัญหา ($\bar{X}=๔.๕๙$) รองลงมาคือ ร่วมมือกันเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการในตลาดประมงมีผลดีต่อทุกฝ่ายในเครือข่าย ($\bar{X}=๔.๓๗$) และสภาพที่พึงประสงค์ต่ำที่สุดคือ แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้ค้าประมงสามารถเสริมสร้างการเติบโตของธุรกิจได้ ($\bar{X}=๓.๗๘$)

ส่วนความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน ข้อที่มีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการส่งเสริมมากที่สุด ๓ อันดับแรก คือ แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้ค้าประมงสามารถเสริมสร้างการเติบโตของธุรกิจได้ ($PNI_{modified}=0.569$), ผู้ค้าประมงในตลาดมีการช่วยเหลือและสนับสนุนกันในเรื่องการแก้ไขปัญหา ($PNI_{modified}=0.394$) และ ความสำเร็จของผู้ค้าประมงรายหนึ่งสามารถเป็นแรงบันดาลใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้ค้ารายอื่น ๆ ในตลาด ($PNI_{modified}=0.394$)

ปัจจัยภายในของการวิเคราะห์เพื่อหาจุดแข็ง (S) และจุดอ่อน (W) ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดัชนีความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง ($PNI_{modified}$) ของสภาพแวดล้อมภายในซึ่งภาพรวมเท่ากับ 0.382 โดยกำหนดให้ค่า $PNI_{modified}$ ที่เท่ากันหรือต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 0.382 คือจุดแข็ง และ ค่า $PNI_{modified}$ ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย 0.382 คือ จุดอ่อน โดยมีรายละเอียดดังนี้

จุดแข็ง (S) ของสภาพทั่วไปของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน พบว่า มีจุดแข็ง ๒ ข้อ เรียงลำดับตามค่า $PNI_{modified}$ จากมากไปหาน้อย ดังนี้

ลำดับที่ ๑ ความสำเร็จของผู้ค้าประมงรายหนึ่งสามารถเป็นแรงบันดาลใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้ค้ารายอื่น ๆ ในตลาด

ลำดับที่ ๒ ร่วมมือกันเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการในตลาดประมงมีผลดีต่อทุกฝ่ายในเครือข่าย

จุดอ่อน (W) ของสภาพทั่วไปของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน พบว่า มีจุดอ่อน ๒ ข้อ เรียงลำดับตามค่า $PNI_{modified}$ จากมากไปหาน้อย ดังนี้

ลำดับที่ ๑ แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้ค้าประมงสามารถเสริมสร้างการเติบโตของธุรกิจได้

ลำดับที่ ๒ ผู้ค้าประมงในตลาดมีการช่วยเหลือและสนับสนุนกันในเรื่องการแก้ไขปัญหา

ตารางที่ ๔.๑๓ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี PNI_{modified} ความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการพึ่งพิงอิงร่วมกัน

ด้านการพึ่งพิงอิงร่วมกัน	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์			PNI modified	ลำดับ
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ		
ผู้ค้าประมงในตลาดมีการร่วมมือกันในการจัดหาสินค้าและวัตถุดิบเพื่อให้ได้ราคาที่ดีขึ้น	๒.๒๗	๐.๕๘	น้อย	๔.๓๙	๐.๗๓	มาก	๐.๔๘๓	๒
ผู้ค้าประมงในตลาดมีการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับผู้ซื้อและการตลาดเพื่อช่วยให้ทุกคนสามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น	๓.๑๕	๐.๒๙	ปานกลาง	๓.๗๒	๐.๔๕	มาก	๐.๑๕๓	๔
พึ่งพิงซึ่งกันและกันในด้านสถานที่ที่จะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพให้กับธุรกิจ	๑.๙๘	๐.๘๗	น้อย	๔.๘๕	๐.๙๘	มากที่สุด	๐.๕๙๒	๑
ร่วมมือกันในการทำตลาดหรือโปรโมตตลาดประมงจะช่วยสร้างความน่าสนใจและดึงดูดลูกค้า	๒.๘๓	๐.๑๒	ปานกลาง	๓.๖๖	๐.๐๓	มาก	๐.๒๒๗	๓
โดยภาพรวม	๒.๕๖	๐.๔๗	ปานกลาง	๔.๑๖	๐.๕๕	มาก	๐.๓๘๕	

จากตารางที่ ๔.๑๓ สภาพปัจจุบันของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการพึ่งพิงอิงร่วมกัน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=๒.๕๖$) โดยข้อที่มีระดับการปฏิบัติมากที่สุด คือ ผู้ค้าประมงในตลาดมีการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับผู้ซื้อและการตลาดเพื่อช่วยให้ทุกคนสามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น ($\bar{X}=๓.๑๕$) รองลงมาคือ ร่วมมือกันในการทำตลาดหรือโปรโมตตลาดประมงจะช่วยสร้างความน่าสนใจและดึงดูดลูกค้า ($\bar{X}=๒.๘๓$) และระดับการปฏิบัติต่ำที่สุดคือ พึ่งพิงซึ่งกันและกันในด้านสถานที่ที่จะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพให้กับธุรกิจ ($\bar{X}=๑.๙๘$)

ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการพึ่งพิงอิงร่วมกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๔.๑๖$) โดยข้อที่มีสภาพที่พึงประสงค์มากที่สุด คือ พึ่งพิงซึ่งกันและกันในด้านสถานที่ที่จะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพให้กับธุรกิจ ($\bar{X}=๔.๘๕$) รองลงมาคือ ผู้ค้าประมงในตลาดมีการร่วมมือกันในการจัดหาสินค้าและวัตถุดิบเพื่อให้ได้ราคาที่ดีขึ้น ($\bar{X}=๔.๓๙$) และสภาพที่พึงประสงค์ต่ำที่สุดคือ ร่วมมือกันในการทำตลาดหรือโปรโมตตลาดประมงจะช่วยสร้างความน่าสนใจและดึงดูดลูกค้า ($\bar{X}=๓.๖๖$)

ส่วนความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการพึ่งพิงอิงร่วมกัน ข้อที่มีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการส่งเสริมมากที่สุด ๓ อันดับแรก คือ พึ่งพิงซึ่งกันและกันในด้านสถานที่จะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพให้กับธุรกิจ ($PNI_{modified}=0.552$), ผู้ค้าประมงในตลาดมีการร่วมมือกันในการจัดหาสินค้าและวัตถุดิบเพื่อให้ได้ราคาที่ดีขึ้น ($PNI_{modified}=0.453$) และ ร่วมมือกันในการทำการตลาดหรือโปรโมตตลาดประมงจะช่วยสร้างความน่าสนใจและดึงดูดลูกค้า ($PNI_{modified}=0.227$)

ปัจจัยภายในของการวิเคราะห์เพื่อหาจุดแข็ง (S) และจุดอ่อน (W) ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดัชนีความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง ($PNI_{modified}$) ของสภาพแวดล้อมภายในซึ่งภาพรวมเท่ากับ 0.385 โดยกำหนดให้ค่า $PNI_{modified}$ ที่เท่ากันหรือต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 0.385 คือจุดแข็ง และ ค่า $PNI_{modified}$ ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย 0.385 คือ จุดอ่อน โดยมีรายละเอียดดังนี้

จุดแข็ง (S) ของสภาพทั่วไปของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการพึ่งพิงอิงร่วมกัน พบว่า มีจุดแข็ง ๒ ข้อ เรียงลำดับตามค่า $PNI_{modified}$ จากมากไปหาน้อย ดังนี้

ลำดับที่ ๑ ร่วมมือกันในการทำการตลาดหรือโปรโมตตลาดประมงจะช่วยสร้างความน่าสนใจและดึงดูดลูกค้า

ลำดับที่ ๒ ผู้ค้าประมงในตลาดมีการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับผู้ซื้อและการตลาดเพื่อช่วยให้ทุกคนสามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น

จุดอ่อน (W) ของสภาพทั่วไปของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการพึ่งพิงอิงร่วมกัน พบว่า มีจุดอ่อน ๒ ข้อ เรียงลำดับตามค่า $PNI_{modified}$ จากมากไปหาน้อย ดังนี้

ลำดับที่ ๑ พึ่งพิงซึ่งกันและกันในด้านสถานที่จะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพให้กับธุรกิจ

ลำดับที่ ๒ ผู้ค้าประมงในตลาดมีการร่วมมือกันในการจัดหาสินค้าและวัตถุดิบเพื่อให้ได้ราคาที่ดีขึ้น

ตารางที่ ๔.๑๔ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี PNI_{modified} ความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน

ด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน	สภาพปัจจุบัน			สถานที่พึงประสงค์			PNI modified	ลำดับ
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ		
มีโอกาสนในการแลกเปลี่ยนความรู้และเทคนิคการขายหรือการทำธุรกิจร่วมกับผู้ค้าประมงรายอื่นในตลาด	๓.๐๘	๐.๑๗	ปานกลาง	๔.๖๒	๐.๒๖	มากที่สุด	๐.๓๓๓	๓
มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจอย่างสม่ำเสมอในกลุ่มผู้ค้าประมง	๒.๑๑	๐.๘๓	น้อย	๓.๘๕	๐.๗๑	มาก	๐.๔๕๒	๒
ร่วมมือกันในการทำโปรโมชั่นหรือการตลาดร่วมกันช่วยเพิ่มโอกาสในการขายให้กับทุกคนในตลาด	๑.๗๕	๐.๔๙	น้อย	๔.๒๙	๐.๕๒	มาก	๐.๕๙๒	๑
ผู้ค้าประมงมีการแลกเปลี่ยนทรัพยากรหรืออุปกรณ์ที่สามารถช่วยสนับสนุนกันในการธุรกิจ	๒.๙๕	๐.๙๕	ปานกลาง	๓.๗๙	๐.๐๙	มาก	๐.๒๒๒	๔
โดยภาพรวม	๒.๔๗	๐.๖๑	น้อย	๔.๑๔	๐.๔๐	มาก	๐.๔๐๓	

จากตารางที่ ๔.๑๔ สภาพปัจจุบันของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}$ =๒.๔๗) โดยข้อที่มีระดับการปฏิบัติมากที่สุด คือ มีโอกาสนในการแลกเปลี่ยนความรู้และเทคนิคการขายหรือการทำธุรกิจร่วมกับผู้ค้าประมงรายอื่นในตลาด ($\bar{X}$ =๓.๐๘) รองลงมาคือ ผู้ค้าประมงมีการแลกเปลี่ยนทรัพยากรหรืออุปกรณ์ที่สามารถช่วยสนับสนุนกันในการธุรกิจ ($\bar{X}$ =๒.๙๕) และระดับการปฏิบัติต่ำที่สุดคือ ร่วมมือกันในการทำโปรโมชั่นหรือการตลาดร่วมกันช่วยเพิ่มโอกาสในการขายให้กับทุกคนในตลาด ($\bar{X}$ =๑.๗๕)

ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๔.๑๔) โดยข้อที่มีสภาพที่พึงประสงค์มากที่สุด คือ มีโอกาสนในการแลกเปลี่ยนความรู้และเทคนิคการขายหรือการทำธุรกิจร่วมกับผู้ค้าประมงรายอื่นในตลาด ($\bar{X}$ =๔.๖๒) รองลงมาคือ ร่วมมือกันในการทำโปรโมชั่นหรือการตลาดร่วมกันช่วยเพิ่มโอกาสในการขายให้กับทุกคนในตลาด ($\bar{X}$ =๔.๒๙) และสภาพที่พึงประสงค์ต่ำที่สุดคือ ผู้ค้าประมงมีการแลกเปลี่ยนทรัพยากรหรืออุปกรณ์ที่สามารถช่วยสนับสนุนกันในการธุรกิจ ($\bar{X}$ =๓.๗๙)

ส่วนความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน ข้อที่มีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการส่งเสริมมากที่สุด ๓ อันดับแรก คือ ร่วมมือกันในการทำโปรโมชันหรือการตลาดร่วมกัน ช่วยเพิ่มโอกาสในการขายให้กับทุกคนในตลาด ($PNI_{modified}=0.592$), มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจอย่างสม่ำเสมอในกลุ่มผู้ค้าประมง ($PNI_{modified}=0.452$) และ มีโอกาสในการแลกเปลี่ยนความรู้และเทคนิคการขายหรือการทำธุรกิจร่วมกับผู้ค้าประมงรายอื่นในตลาด ($PNI_{modified}=0.333$)

ปัจจัยภายในของการวิเคราะห์เพื่อหาจุดแข็ง (S) และจุดอ่อน (W) ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดัชนีความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง ($PNI_{modified}$) ของสภาพแวดล้อมภายในซึ่งภาพรวมเท่ากับ ๐.๔๐๓ โดยกำหนดให้ค่า $PNI_{modified}$ ที่เท่ากันหรือต่ำกว่าค่าเฉลี่ย ๐.๔๐๓ คือจุดแข็ง และ ค่า $PNI_{modified}$ ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย ๐.๔๐๓ คือ จุดอ่อน โดยมีรายละเอียดดังนี้

จุดแข็ง (S) ของสภาพทั่วไปของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน พบว่า มีจุดแข็ง ๒ ข้อ เรียงลำดับตามค่า $PNI_{modified}$ จากมากไปหาน้อย ดังนี้

ลำดับที่ ๑ มีโอกาสในการแลกเปลี่ยนความรู้และเทคนิคการขายหรือการทำธุรกิจร่วมกับผู้ค้าประมงรายอื่นในตลาด

ลำดับที่ ๒ ผู้ค้าประมงมีการแลกเปลี่ยนทรัพยากรหรืออุปกรณ์ที่สามารถช่วยสนับสนุนกัน
ในธุรกิจ

จุดอ่อน (W) ของสภาพทั่วไปของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน พบว่า มีจุดอ่อน ๒ ข้อ เรียงลำดับตามค่า $PNI_{modified}$ จากมากไปหาน้อย ดังนี้

ลำดับที่ ๑ ร่วมมือกันในการทำโปรโมชันหรือการตลาดร่วมกันช่วยเพิ่มโอกาสในการขายให้กับทุกคนในตลาด

ลำดับที่ ๒ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจอย่างสม่ำเสมอในกลุ่มผู้ค้าประมง

๔.๑.๓ สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

การวิเคราะห์สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นโดยใช้เทคนิค Modified Priority Need Index (PNI_{Modified})

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยโดยการกำหนดเกณฑ์การประเมินความคิดเห็น ๕ ระดับ ของ ชูศรี วงศ์รัตน์^๙ มีความหมายดังนี้

ค่าเฉลี่ย ๔.๕๐ – ๕.๐๐ หมายถึง สภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย ๓.๕๐ – ๔.๔๙ หมายถึง สภาพอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย ๒.๕๐ – ๓.๔๙ หมายถึง สภาพอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย ๑.๕๐ – ๒.๔๙ หมายถึง สภาพอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย ๑.๐๐ – ๑.๔๙ หมายถึง สภาพอยู่ในระดับน้อยที่สุด

โดยเมื่อนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่เป็นมาตรฐานค่า ๕ ระดับ ที่มีการตอบสนองรายการคู่ (Dual Response) มาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นรายข้อ ในส่วนที่เป็นข้อมูลสภาพปัจจุบันและส่วนที่เป็นข้อมูลความต้องการ โดยคำนวณ การวิเคราะห์เพื่อหาจุดแข็ง (S) และจุดอ่อน (W) ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดัชนีความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง (PNI_{modified}) ของสภาพแวดล้อมภายใน โดยกำหนดให้ค่า PNI_{modified} ที่เท่ากันหรือต่ำกว่าค่าเฉลี่ย คือจุดแข็ง และค่า PNI_{modified} ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย คือจุดอ่อน สำหรับการวิเคราะห์เพื่อหาโอกาส (O) และภาวะคุกคาม (T) ผู้วิจัยพิจารณาจากดัชนีความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง (PNI_{modified}) ของสภาพแวดล้อมภายนอก และกำหนดให้ค่า PNI_{modified} ที่เท่ากันหรือต่ำกว่าค่าเฉลี่ย คือโอกาส ส่วนค่า PNI_{modified} ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย คือภาวะคุกคาม

^๙ ชูศรี วงศ์รัตน์. “เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย”. (พิมพ์ครั้งที่ ๑๒, กรุงเทพมหานคร : ไทเมรिट กิจ อินเตอร์ โพรเกรสซิฟ, ๒๕๕๓), หน้า ๖๙.

ตารางที่ ๔.๑๕ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี PNI_{modified} ความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม

หลักตลาดคุณธรรม	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์			PNI modified	ลำดับ
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ		
ด้านจักขุมา ตาดี	๒.๖๑	๐.๕๐	ปานกลาง	๔.๒๕	๐.๕๓	มาก	๐.๓๘๖	๒
ด้านวิรุโร ชัดเจนธุรกิจ	๒.๕๘	๐.๔๗	ปานกลาง	๔.๒๗	๐.๕๔	มาก	๐.๓๙๖	๑
ด้านนิสสัยสัมปโน พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่อาศัย	๒.๗๗	๐.๔๖	ปานกลาง	๔.๒๘	๐.๕๒	มาก	๐.๓๕๓	๓
โดยภาพรวม	๒.๖๕	๐.๔๘	ปานกลาง	๔.๒๗	๐.๕๓	มาก	๐.๓๗๙	

จากตารางที่ ๔.๑๕ พบว่า สภาพปัจจุบันของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ด้านนิสสัยสัมปโน พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่อาศัย ($\bar{X}=๒.๖๕$) โดยด้านที่มีระดับการปฏิบัติมากที่สุดคือ ($\bar{X}=๒.๗๗$) รองลงมาคือ ด้านจักขุมา ตาดี ($\bar{X}=๒.๖๑$) และระดับการปฏิบัติต่ำที่สุดคือ ด้านวิรุโร ชัดเจนธุรกิจ ($\bar{X}=๒.๕๘$)

ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๔.๒๗$) โดยด้านที่มีสภาพที่พึงประสงค์มากที่สุด คือ ด้านนิสสัยสัมปโน พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่อาศัย ($\bar{X}=๔.๒๘$) รองลงมาคือ ด้านวิรุโร ชัดเจนธุรกิจ ($\bar{X}=๔.๒๗$) และสภาพที่พึงประสงค์ต่ำที่สุดคือ ด้านจักขุมา ตาดี ($\bar{X}=๔.๒๕$)

ส่วนความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม ด้านที่มีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการส่งเสริมมากที่สุด ๓ อันดับแรก คือ ด้านวิรุโร ชัดเจนธุรกิจ ($PNI_{\text{modified}}=๐.๓๙๖$), ด้านจักขุมา ตาดี ($PNI_{\text{modified}}=๐.๓๘๖$) และ ด้านนิสสัยสัมปโน พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่อาศัย ($PNI_{\text{modified}}=๐.๓๕๓$)

ปัจจัยภายในของการวิเคราะห์เพื่อหาจุดแข็ง (S) และจุดอ่อน (W) ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดัชนีความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง (PNI_{modified}) ของสภาพแวดล้อมภายในซึ่งภาพรวมเท่ากับ ๐.๓๗๙ โดยกำหนดให้ค่า PNI_{modified} ที่เท่ากันหรือต่ำกว่าค่าเฉลี่ย ๐.๓๗๙ คือจุดแข็ง และ ค่า PNI_{modified} ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย ๐.๓๗๙ คือ จุดอ่อน โดยมีรายละเอียดดังนี้

จุดแข็ง (S) ของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี พบว่า มีจุดแข็ง ๑ ด้าน เรียงลำดับตามค่า PNI_{modified} จากมากไปหาน้อย ดังนี้

ลำดับที่ ๑ ด้านนิสสัยสัมปโน พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่อาศัย

จุดอ่อน (W) ของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี พบว่า มีจุดอ่อน ๒ ด้าน เรียงลำดับตามค่า PNI_{modified} จากมากไปหาน้อย ดังนี้

ลำดับที่ ๑ ด้านวิธโร ชัดเจนธุรกิจ

ลำดับที่ ๒ ด้านจักขุมา ตาดี

ตารางที่ ๔.๑๖ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี PNI_{modified} ความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านจักขุมา ตาดี

ด้านจักขุมา ตาดี	สภาพปัจจุบัน			สถานที่พึงประสงค์			PNI modified	ลำดับ
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ		
สามารถในการคาดการณ์กำไรหรือขาดทุนจากการลงทุนในสินค้าได้อย่างถูกต้อง	๓.๑๗	๐.๒๑	ปานกลาง	๔.๕๑	๐.๓๒	มากที่สุด	๐.๒๙๗	๔
สามารถคำนวณราคาต้นทุนและกำหนดราคาขายที่เหมาะสมได้ด้วยตนเอง	๒.๐๕	๐.๗๕	น้อย	๓.๙๗	๐.๗๙	มาก	๐.๔๘๔	๒
มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและสามารถระบุลักษณะสำคัญของสินค้าที่มีคุณภาพได้อย่างถูกต้อง	๑.๘๑	๐.๑๓	น้อย	๔.๒๒	๐.๑๖	มาก	๐.๕๗๑	๑
สามารถประเมินคุณค่าหรือความคุ้มค่าของสินค้าได้อย่างแม่นยำ	๓.๓๓	๐.๙๔	ปานกลาง	๓.๖๘	๐.๙๒	มาก	๐.๐๙๕	๕
มีทักษะในการสังเกตและวิเคราะห์ตลาดเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในสินค้า	๒.๖๙	๐.๔๘	ปานกลาง	๔.๘๘	๐.๔๗	มากที่สุด	๐.๔๔๙	๓
โดยภาพรวม	๒.๖๑	๐.๕๐	ปานกลาง	๔.๒๕	๐.๕๓	มาก	๐.๓๘๖	

จากตารางที่ ๔.๑๖ พบว่า สภาพปัจจุบันของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านจักขุมา ตาดี อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ =๒.๖๑) โดยข้อที่มีระดับการปฏิบัติมากที่สุด คือ สามารถประเมินคุณค่าหรือความคุ้มค่าของสินค้าได้อย่างแม่นยำ ($\bar{X}$ =๓.๓๓) รองลงมาคือ สามารถในการคาดการณ์กำไรหรือขาดทุนจากการลงทุนในสินค้าได้อย่างถูกต้อง ($\bar{X}$ =๓.๑๗) และระดับการปฏิบัติต่ำที่สุดคือ มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและสามารถระบุลักษณะสำคัญของสินค้าที่มีคุณภาพได้อย่างถูกต้อง ($\bar{X}$ =๑.๘๑)

ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านจักขุมา ตาดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.25$) โดยข้อที่มีสภาพที่พึงประสงค์มากที่สุด คือ มีทักษะในการสังเกตและวิเคราะห์ตลาดเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในสินค้า ($\bar{X}=4.88$) รองลงมาคือ สามารถในการคาดการณ์กำไรหรือขาดทุนจากการลงทุนในสินค้าได้อย่างถูกต้อง ($\bar{X}=4.51$) และสภาพที่พึงประสงค์ต่ำที่สุดคือ สามารถประเมินคุณค่าหรือความคุ้มค่าของสินค้าได้อย่างแม่นยำ ($\bar{X}=3.68$)

ส่วนความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านจักขุมา ตาดี ข้อที่มีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการส่งเสริมมากที่สุด ๓ อันดับแรก คือ มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและสามารถระบุลักษณะสำคัญของสินค้าที่มีคุณภาพได้อย่างถูกต้อง ($PNI_{modified}=0.571$), สามารถคำนวณราคาต้นทุนและกำหนดราคาขายที่เหมาะสมได้ด้วยตนเอง ($PNI_{modified}=0.484$) และ มีทักษะในการสังเกตและวิเคราะห์ตลาดเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในสินค้า ($PNI_{modified}=0.449$)

ปัจจัยภายในของการวิเคราะห์เพื่อหาจุดแข็ง (S) และจุดอ่อน (W) ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดัชนีความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง ($PNI_{modified}$) ของสภาพแวดล้อมภายในซึ่งภาพรวมเท่ากับ 0.386 โดยกำหนดให้ค่า $PNI_{modified}$ ที่เท่ากันหรือต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 0.386 คือจุดแข็ง และ ค่า $PNI_{modified}$ ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย 0.386 คือ จุดอ่อน โดยมีรายละเอียดดังนี้

จุดแข็ง (S) ของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านจักขุมา ตาดี พบว่า มีจุดแข็ง ๒ ข้อ เรียงลำดับตามค่า $PNI_{modified}$ จากมากไปหาน้อย ดังนี้

ลำดับที่ ๑ สามารถในการคาดการณ์กำไรหรือขาดทุนจากการลงทุนในสินค้าได้อย่างถูกต้อง

ลำดับที่ ๒ สามารถประเมินคุณค่าหรือความคุ้มค่าของสินค้าได้อย่างแม่นยำ

จุดอ่อน (W) ของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านจักขุมา ตาดี พบว่า มีจุดอ่อน ๓ ข้อ เรียงลำดับตามค่า $PNI_{modified}$ จากมากไปหาน้อย ดังนี้

ลำดับที่ ๑ มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและสามารถระบุลักษณะสำคัญของสินค้าที่มีคุณภาพได้อย่างถูกต้อง

ลำดับที่ ๒ สามารถคำนวณราคาต้นทุนและกำหนดราคาขายที่เหมาะสมได้ด้วยตนเอง

ลำดับที่ ๓ มีทักษะในการสังเกตและวิเคราะห์ตลาดเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในสินค้า

ตารางที่ ๔.๑๗ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี PNI_{modified} ความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านวิธวิธี ชัดเจนธุรกิจ

ด้านวิธวิธี ชัดเจนธุรกิจ	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์			PNI modified	ลำดับ
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ		
มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งซื้อและแหล่งขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ทำ	๒.๕๕	๐.๖๓	ปานกลาง	๔.๑๒	๐.๕๓	มาก	๐.๓๘๑	๓
ติดตามความเคลื่อนไหวและความต้องการของตลาดในปัจจุบัน	๓.๒๑	๐.๐๙	ปานกลาง	๓.๗๖	๐.๑๙	มาก	๐.๑๔๖	๕
สามารถประเมินความต้องการของลูกค้าที่มีต่อสินค้าได้อย่างชัดเจน	๑.๘๘	๐.๘๖	น้อย	๔.๘๒	๐.๘๘	มากที่สุด	๐.๖๑๐	๑
เข้าใจความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจ	๒.๙๕	๐.๒๔	ปานกลาง	๓.๙๙	๐.๓๗	มาก	๐.๒๖๑	๔
มีทักษะในการปรับตัวและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วและตรงใจ	๒.๓๒	๐.๕๕	น้อย	๔.๖๕	๐.๗๒	มากที่สุด	๐.๕๐๑	๒
โดยภาพรวม	๒.๕๘	๐.๔๗	ปานกลาง	๔.๒๗	๐.๕๔	มาก	๐.๓๙๖	

จากตารางที่ ๔.๑๗ พบว่า สภาพปัจจุบันของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านวิธวิธี ชัดเจนธุรกิจ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ =๒.๕๘) โดยข้อที่มีระดับการปฏิบัติมากที่สุด คือ ติดตามความเคลื่อนไหวและความต้องการของตลาดในปัจจุบัน ($\bar{X}$ =๓.๒๑) รองลงมาคือ เข้าใจความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจ ($\bar{X}$ =๒.๙๕) และระดับการปฏิบัติต่ำที่สุดคือ สามารถประเมินความต้องการของลูกค้าที่มีต่อสินค้าได้อย่างชัดเจน ($\bar{X}$ =๑.๘๘)

ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านวิธวิธี ชัดเจนธุรกิจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๔.๒๗) โดยข้อที่มีสภาพที่พึงประสงค์มากที่สุด คือ สามารถประเมินความต้องการของลูกค้าที่มีต่อสินค้าได้อย่างชัดเจน ($\bar{X}$ =๔.๘๒) รองลงมาคือ มีทักษะในการปรับตัวและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วและตรงใจ ($\bar{X}$ =๔.๖๕) และสภาพที่พึงประสงค์ต่ำที่สุดคือ ติดตามความเคลื่อนไหวและความต้องการของตลาดในปัจจุบัน ($\bar{X}$ =๓.๗๖)

ส่วนความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรม ประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านวิธวิธี ชัดเจนธุรกิจ ข้อที่มีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการส่งเสริมมากที่สุด ๓ อันดับแรก คือสามารถประเมินความต้องการของลูกค้าที่มีต่อสินค้าได้อย่างชัดเจน ($PNI_{modified}=0.610$), มีทักษะในการปรับตัวและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วและตรงใจ ($PNI_{modified}=0.501$) และ มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งซื้อและแหล่งขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ทำ ($PNI_{modified}=0.381$)

ปัจจัยภายในของการวิเคราะห์เพื่อหาจุดแข็ง (S) และจุดอ่อน (W) ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดัชนีความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง ($PNI_{modified}$) ของสภาพแวดล้อมภายในซึ่งภาพรวมเท่ากับ ๐.๓๙๖ โดยกำหนดให้ค่า $PNI_{modified}$ ที่เท่ากันหรือต่ำกว่าค่าเฉลี่ย ๐.๓๙๖ คือจุดแข็ง และ ค่า $PNI_{modified}$ ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย ๐.๓๙๖ คือ จุดอ่อน โดยมีรายละเอียดดังนี้

จุดแข็ง (S) ของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านวิธวิธี ชัดเจนธุรกิจ พบว่า มีจุดแข็ง ๓ ข้อ เรียงลำดับตามค่า $PNI_{modified}$ จากมากไปหาน้อย ดังนี้

ลำดับที่ ๑ มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งซื้อและแหล่งขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ทำ

ลำดับที่ ๒ เข้าใจความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจ

ลำดับที่ ๓ ติดตามความเคลื่อนไหวและความต้องการของตลาดในปัจจุบัน

จุดอ่อน (W) ของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านวิธวิธี ชัดเจนธุรกิจ พบว่า มีจุดอ่อน ๒ ข้อ เรียงลำดับตามค่า $PNI_{modified}$ จากมากไปหาน้อย ดังนี้

ลำดับที่ ๑ สามารถประเมินความต้องการของลูกค้าที่มีต่อสินค้าได้อย่างชัดเจน

ลำดับที่ ๒ มีทักษะในการปรับตัวและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วและตรงใจ

ตารางที่ ๔.๑๘ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและดัชนี PNI_{modified} ความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านนิสยสัมปโน พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่ยาศัย

ด้านนิสยสัมปโน พร้อมด้วย แหล่งทุนเป็นที่ยาศัย	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์			PNI modified	ลำดับ
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ		
ให้ข้อมูลสินค้าแก่ลูกค้าด้วยวาจา สุภาพ	๒.๘๙	๐.๐๕	ปาน กลาง	๔.๒๘	๐.๒๘	มาก	๐.๓๒๕	๔
แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างเป็น มิตรและมีอาชีพกรณีสินค้า เสียหาย	๑.๙๓	๐.๙๖	น้อย	๓.๗๓	๐.๗๕	มาก	๐.๔๘๓	๑
เสนอโปรโมชั่นพิเศษ ส่วนลด หรือรางวัลสำหรับลูกค้าประจำ	๓.๑๙	๐.๒๘	ปาน กลาง	๔.๘๕	๐.๑๓	มากที่สุด	๐.๓๔๒	๓
นำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงการ บริการหรือผลิตภัณฑ์	๒.๔๗	๐.๖๑	น้อย	๓.๙๖	๐.๙๑	มาก	๐.๓๗๖	๒
ให้ความสำคัญกับลูกค้าแต่ละคน และตอบสนองความต้องการของ ลูกค้าอย่างรวดเร็ว	๓.๓๘	๐.๔๔	ปาน กลาง	๔.๖๑	๐.๕๖	มากที่สุด	๐.๒๖๗	๕
โดยภาพรวม	๒.๗๗	๐.๔๖	ปาน กลาง	๔.๒๘	๐.๕๒	มาก	๐.๓๕๓	

จากตารางที่ ๔.๑๘ พบว่า สภาพปัจจุบันของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านนิสยสัมปโน พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่ยาศัย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=๒.๗๗$) โดยข้อที่มีระดับการปฏิบัติมากที่สุด คือ ให้ความสำคัญกับลูกค้าแต่ละคน และตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว ($\bar{X}=๓.๓๘$) รองลงมาคือ เสนอโปรโมชั่นพิเศษ ส่วนลด หรือรางวัลสำหรับลูกค้าประจำ ($\bar{X}=๓.๑๙$) และระดับการปฏิบัติต่ำที่สุดคือ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างเป็นมิตรและมีอาชีพกรณีสินค้าเสียหาย ($\bar{X}=๑.๙๓$)

ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านนิสยสัมปโน พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่ยาศัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๔.๒๘$) โดยข้อที่มีสภาพที่พึงประสงค์มากที่สุด คือ เสนอโปรโมชั่นพิเศษ ส่วนลด หรือรางวัลสำหรับลูกค้าประจำ ($\bar{X}=๔.๘๕$) รองลงมาคือ ให้ความสำคัญกับลูกค้าแต่ละคน และตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว ($\bar{X}=๔.๖๑$) และสภาพที่พึงประสงค์ต่ำที่สุดคือ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างเป็นมิตรและมีอาชีพกรณีสินค้าเสียหาย ($\bar{X}=๓.๗๓$)

ส่วนความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านนิสยสัมปโน พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่ยาศัย ข้อที่มีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการส่งเสริมมากที่สุด ๓ อันดับแรก คือ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างเป็น

มิตรและมืออาชีพกรณีสินค้าเสียหาย ($PNI_{\text{modified}}=0.483$), นำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงการบริการหรือผลิตภัณฑ์ ($PNI_{\text{modified}}=0.376$) และ เสนอโปรโมชั่นพิเศษ ส่วนลด หรือรางวัลสำหรับลูกค้าประจำ ($PNI_{\text{modified}}=0.342$)

ปัจจัยภายในของการวิเคราะห์เพื่อหาจุดแข็ง (S) และจุดอ่อน (W) ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดัชนีความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง (PNI_{modified}) ของสภาพแวดล้อมภายในซึ่งภาพรวมเท่ากับ 0.353 โดยกำหนดให้ค่า PNI_{modified} ที่เท่ากันหรือต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 0.353 คือจุดแข็ง และ ค่า PNI_{modified} ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย 0.353 คือ จุดอ่อน โดยมีรายละเอียดดังนี้

จุดแข็ง (S) ของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้านอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านนิสสยสัมพันธ์ พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่อาศัย พบว่า มีจุดแข็ง ๒ ข้อ เรียงลำดับตามค่า PNI_{modified} จากมากไปหาน้อย ดังนี้

ลำดับที่ ๑ ให้ข้อมูลสินค้าแก่ลูกค้าด้วยวาจาสุภาพ

ลำดับที่ ๒ ให้ความสำคัญกับลูกค้าแต่ละคน และตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว

จุดอ่อน (W) ของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้านอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านนิสสยสัมพันธ์ พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่อาศัย พบว่า มีจุดอ่อน ๓ ข้อ เรียงลำดับตามค่า PNI_{modified} จากมากไปหาน้อย ดังนี้

ลำดับที่ ๑ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างเป็นมิตรและมืออาชีพกรณีสินค้าเสียหาย

ลำดับที่ ๒ นำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงการบริการหรือผลิตภัณฑ์

ลำดับที่ ๓ เสนอโปรโมชั่นพิเศษ ส่วนลด หรือรางวัลสำหรับลูกค้าประจำ

๔.๒ การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ ๑) นำผลการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จากขั้นตอนที่ ๑ จัดทำแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ จากนั้นจัดทำ (ร่าง) แนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ๒) นำ (ร่าง) แนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จัดสนทนากลุ่มเพื่อยืนยันแนวทางและปรับปรุงความเที่ยงตรง และ ๓) จัดทำแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

๔.๒.๑ การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จากการสัมภาษณ์เชิงลึก

จากการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นโดยใช้เทคนิค Modified Priority Need Index (PNI_{Modified}) พบว่า ความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม ด้านที่มีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการส่งเสริมมากที่สุด ๓ อันดับแรก คือ ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย (PNI_{modified}=๐.๔๐๕), ด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน (PNI_{modified}=๐.๔๐๓) และ ด้านมีความสนใจร่วมกัน (PNI_{modified}=๐.๓๙๖) ในขณะที่ความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม ด้านที่มีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการส่งเสริมมากที่สุด ๓ อันดับแรก คือ ด้านวิธวิธี ชัดเจนธุรกิจ (PNI_{modified}=๐.๓๙๖), ด้านจักขุมา ตาดี (PNI_{modified}=๐.๓๘๖) และ ด้านนิสัยยัสมัปันโน พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่อาศัย (PNI_{modified}=๐.๓๗๙)

ดังนั้น จากข้อมูลในระยะที่ ๑ จึงนำมาสู่การพัฒนาแบบสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน ๙ คน ประกอบด้วย ๑) นักวิชาการด้านการตลาด จำนวน ๑ คน ๒) ผู้นำชุมชน จำนวน ๒ คน ๓) ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน จำนวน ๓ คน และ ๔) คณะกรรมการตลาดประมงพื้นบ้าน จำนวน ๒ คน โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยจะใช้เวลาในการสัมภาษณ์ ๓๐ - ๕๐ นาที ต่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๑ ท่าน หรือจนกว่าผู้วิจัยจะได้ข้อมูลที่ครอบคลุมประเด็นที่ศึกษา และจะหยุดการสัมภาษณ์ เมื่อข้อมูลมีความครบถ้วน หรืออิ่มตัว (Saturation of data) โดยพบว่าข้อมูลเริ่มซ้ำกับข้อมูลเดิม ไม่มีข้อมูลใหม่ที่เพิ่มเติมจากข้อมูลเดิมที่เก็บรวบรวมได้ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ข้อมูลมีความครบถ้วน หรืออิ่มตัว การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่าง เดือน มกราคม ถึง มีนาคม

๒๕๖๘ การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะ บทสัมภาษณ์ ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และผู้ทรงคุณวุฒิ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สรุปผลเป็นตารางการสัมภาษณ์ ดังนี้

ตารางที่ ๔.๑๙ ผลการสัมภาษณ์การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมง
พื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ประเด็นที่ สัมภาษณ์	ผลการสัมภาษณ์
ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย	
ด้านจักขุมา ตาดี	๑. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมผ่านช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และการสร้างกลยุทธ์ร่วมกันที่ตอบโจทย์ความต้องการของทุกฝ่าย เช่น การจัดกิจกรรมร่วมในชุมชน หรือการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์^{๑๐} ๒. สร้างความร่วมมือในชุมชนควรมุ่งเน้นการสร้างความรู้ความเข้าใจร่วมกันในหลักการและวิสัยทัศน์ของการบริหารตลาดอย่างยั่งยืน การจัดการประชุมสัญจรเพื่อให้สมาชิกชุมชนได้แสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ^{๑๑} ๓. ใช้กลไกของการประชุมกลุ่มย่อยหรือการเจรจาประชาคมเพื่อให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในการออกแบบและติดตามแผนการตลาดร่วมกันจะช่วยให้เกิดความเข้าใจและการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง นอกจากนี้ควรจัดให้มีการฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างทักษะและการเข้าใจในบทบาทของสมาชิกในเครือข่าย^{๑๒} ๔. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมผ่านการทำกิจกรรมการตลาดร่วมกัน เช่น การสร้างโปรโมชัน หรือการจัดงานเทศกาลที่เชื่อมโยงสินค้าและบริการของทุกคนในเครือข่ายให้เป็นหนึ่งเดียว สร้างความร่วมมือที่ยั่งยืน^{๑๓} ๕. เชื่อมโยงร้านค้าทั้งหลายร่วมกันในการโปรโมทตลาดประมงพื้นบ้านให้เป็นที่รู้จักผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การจัดแสดงผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นหรือการจัดสัมมนาในพื้นที่^{๑๔} ๖. ส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการในตลาดด้วยการสร้างเครือข่ายออนไลน์ที่ให้ข้อมูลและอัปเดตเกี่ยวกับตลาดสินค้าและบริการร่วมกัน ทำให้เกิดการสนับสนุนซึ่งกันและกันและสร้างความร่วมมือในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย^{๑๕} ๗. กำหนดแนวทางการบริหารจัดการตลาดร่วมกันควรมีการวางแผนระยะยาว โดยการพัฒนากฎระเบียบหรือข้อบังคับที่มีความยืดหยุ่นและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของทุกฝ่าย นอกจากนี้การสร้างกลไกในการตรวจสอบและประเมินผลจะทำให้เครือข่ายมีความมั่นคงและโปร่งใส^{๑๖}

^{๑๐} สัมภาษณ์ นักวิชาการด้านการตลาด A, ๑๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๑๑} สัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน A, ๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๑๒} สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน A, ๒๐ มกราคม ๒๕๖๘.

^{๑๓} สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน C, ๒๘ มกราคม ๒๕๖๘.

^{๑๔} สัมภาษณ์ คณะกรรมการตลาดประมงพื้นบ้าน A, ๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๑๕} สัมภาษณ์ คณะกรรมการตลาดประมงพื้นบ้าน B, ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๑๖} สัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน B, ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

ประเด็นที่ สัมภาษณ์	ผลการสัมภาษณ์
	๘. จัดตั้งโครงการร่วมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในด้านต่างๆ เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในตลาด หรือการพัฒนาการจัดการขยะและสิ่งแวดล้อมในตลาด ให้ทุกคนในเครือข่ายมีบทบาทในการพัฒนาและดูแลตลาดให้เติบโตอย่างยั่งยืน ^{๑๗}
ด้านวิธวิธี ชัดเจน ธุรกิจ	๑. สร้างกลยุทธการตลาดที่ชัดเจนและโปร่งใส เช่น การใช้เทคโนโลยีและแพลตฟอร์มออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์และขายสินค้า พร้อมให้ข้อมูลสินค้าต่างๆ อย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้ขายสามารถเชื่อมโยงกับลูกค้าได้โดยตรง พร้อมส่งเสริมการใช้ข้อมูลที่เป็นจริงและโปร่งใสในการตัดสินใจซื้อขาย^{๑๘} ๒. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมประชุมและเวิร์กช็อปเพื่อให้สมาชิกในชุมชนมีความเข้าใจในกลยุทธ์การตลาด และการบริหารจัดการตลาดร่วมกัน โดยให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการวางแผนและการตัดสินใจ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและร่วมมือในการพัฒนา^{๑๙} ๓. สร้างกลไกการประสานงานและสื่อสารภายในชุมชน เช่น การใช้กลุ่มโซเชียลมีเดียในการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารและข้อเสนอแนะ รวมถึงการสร้างระบบการจัดการการขายที่ยืดหยุ่น และสามารถปรับปรุงได้ตามการตอบรับจากสมาชิกในเครือข่าย^{๒๐} ๔. เสนอการจัดตั้งกลุ่มการค้าที่ผู้ประกอบการสามารถร่วมมือกันในการจัดการตลาด เช่น การแบ่งปันแหล่งซื้อขายและการโฆษณา รวมถึงการสร้างจุดขายร่วมเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มีความสะดวกในการซื้อสินค้ามากขึ้น^{๒๑} ๕. ใช้ระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นระหว่างผู้ประกอบการ เช่น การจัดประชุมหรือกิจกรรมระหว่างผู้ค้า เพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ เช่น การตั้งราคา การจัดทำแผนการตลาด หรือการจัดโปรโมชั่น^{๒๒} ๖. ส่งเสริมการสร้างมาตรฐานและการรับรองสินค้า เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและความโปร่งใสในการขาย ซึ่งจะช่วยให้ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายเข้าใจถึงคุณภาพและที่มาของสินค้ามากยิ่งขึ้น ๗. ส่งเสริมการสร้างกฎระเบียบและมาตรการที่ชัดเจนสำหรับการขายสินค้าในตลาด เช่น การกำหนดมาตรฐานการขายและคุณภาพสินค้า เพื่อให้เกิดความชัดเจนและความเท่าเทียมกันในการแข่งขันทางการค้า^{๒๓}
ด้านนิสยสัม ปันโน พร้อม	๑. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายในการบริหารตลาดเพื่อเข้าถึงแหล่งเงินทุนและลดต้นทุน ควรเริ่มจากการสร้างความเข้าใจในเรื่องของการจัดการตลาดอย่างมืออาชีพ เช่น การใช้เทคโนโลยีหรือระบบข้อมูลในการบริหารงาน พร้อมทั้งการทำตลาดออนไลน์เพื่อ

^{๑๗} สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน B, ๒๓ มกราคม ๒๕๖๘.

^{๑๘} สัมภาษณ์ นักวิชาการด้านการตลาด A, ๑๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๑๙} สัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน B, ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๒๐} สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน A, ๒๐ มกราคม ๒๕๖๘.

^{๒๑} สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน B, ๒๓ มกราคม ๒๕๖๘.

^{๒๒} สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน C, ๒๘ มกราคม ๒๕๖๘.

^{๒๓} สัมภาษณ์ คณะกรรมการตลาดประมงพื้นบ้าน A, ๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

ประเด็นที่ สัมภาษณ์	ผลการสัมภาษณ์
ด้วยแหล่งทุน เป็นที่ยอมรับ	เข้าถึงแหล่งเงินทุนจากภาครัฐหรือเอกชน รวมถึงการจัดการงบประมาณและทรัพยากรที่มีให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อลดต้นทุนในการดำเนินงานของตลาด^{๒๔} ๒. สร้างความร่วมมือในชุมชนคือกุญแจสำคัญในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจเกี่ยวกับการบริหารตลาดจะช่วยให้เกิดการประสานงานที่ดีและสามารถดึงดูดแหล่งเงินทุนจากภาครัฐหรือองค์กรต่างๆ ได้ นอกจากนี้ยังช่วยให้ลดต้นทุนในรูปแบบของการแบ่งปันทรัพยากรและจัดกิจกรรมร่วมกัน^{๒๕} ๓. ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายภายในชุมชนให้แข็งแกร่ง โดยเริ่มจากการตั้งคณะทำงานร่วมระหว่างผู้ประกอบการร้านค้า, ผู้นำชุมชน, และหน่วยงานท้องถิ่น เพื่อประสานงานและขอสนับสนุนจากแหล่งเงินทุนที่สามารถลดต้นทุนได้ เช่น การเข้าร่วมโครงการส่งเสริมธุรกิจท้องถิ่น หรือกองทุนสนับสนุนจากภาครัฐ^{๒๖} ๔. มีส่วนร่วมในการบริหารตลาดควรเน้นการจัดการที่โปร่งใสและเปิดเผย โดยการใช้ระบบการบริหารร่วมกันและการรวมกลุ่มเพื่อขอสินเชื่อหรือทุนสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน ซึ่งจะช่วยให้ลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจและเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงเงินทุนที่มีเงื่อนไขที่ดี^{๒๗} ๕. ส่งเสริมให้ร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้านมีส่วนร่วมในการบริหารตลาดผ่านการตั้งกลุ่มหรือสมาคม เพื่อรวมพลังในการขอแหล่งเงินทุนและลดต้นทุน การเจรจาร่วมกันกับผู้ให้ทุนหรือผู้สนับสนุนทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติจะช่วยให้ได้รับโอกาสทางการเงินมากขึ้น^{๒๘} ๖. คณะกรรมการสามารถจัดกิจกรรมหรือเวิร์กช็อปเพื่อเพิ่มทักษะในการขอเงินทุนและการบริหารจัดการตลาดให้กับสมาชิกในเครือข่าย รวมถึงการหาผู้สนับสนุนที่สามารถช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน เช่น การหาทุนสนับสนุนจากภาครัฐหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง^{๒๙}
ด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน	
ด้านจักขุมา ตาดี	๑. มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีในการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการและแหล่งเงินทุนผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น การใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือเว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูลการสนับสนุนเงินทุนและการลดต้นทุนในภาคธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งทุนได้ง่ายขึ้นและลดต้นทุนจากการเดินทางหรือการค้นหาข้อมูลด้วยตนเอง^{๓๐} ๒. สร้างเครือข่ายในชุมชนควรใช้การจัดกิจกรรมหรือการประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เช่น การจัดสัมมนา การทำเวิร์กช็อป หรือการมีช่องทางสำหรับสมาชิกในชุมชนในการพูดคุย

^{๒๔} สัมภาษณ์ คณะกรรมการตลาดประมงพื้นบ้าน B, ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๒๕} สัมภาษณ์ นักวิชาการด้านการตลาด A, ๑๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๒๖} สัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน A, ๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๒๗} สัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน B, ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๒๘} สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน A, ๒๐ มกราคม ๒๕๖๘.

^{๒๙} สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน B, ๒๓ มกราคม ๒๕๖๘.

^{๓๐} สัมภาษณ์ นักวิชาการด้านการตลาด A, ๑๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

ประเด็นที่ สัมภาษณ์	ผลการสัมภาษณ์
	เกี่ยวกับแหล่งเงินทุนที่มีอยู่และการแลกเปลี่ยนความรู้ในการลดต้นทุนผ่านการร่วมมือและการเจรจาต่อรองร่วมกันในระดับท้องถิ่น^{๓๑} ๓. สร้างกลุ่มผู้ประกอบการที่มีความสนใจร่วมกัน เช่น กลุ่มธุรกิจในตลาดประมงพื้นบ้าน ซึ่งจะช่วยให้พวกเขาสามารถร่วมมือกันในการเจรจาขอแหล่งทุนจากภาครัฐหรือเอกชน และลดต้นทุนจากการสั่งซื้อวัสดุหรืออุปกรณ์ร่วมกัน^{๓๒} ๔. จัดการประชุมหรือกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ประกอบการในตลาดประมงพื้นบ้านเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันในการเข้าถึงแหล่งทุนจากโครงการต่างๆ ที่มีในพื้นที่ หรือการร่วมกันซื้อสินค้าจากซัพพลายเออร์เดียวกันเพื่อให้ได้ราคาที่ดีกว่า^{๓๓} ๕. แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ในกลุ่มผู้ประกอบการในตลาด จะช่วยให้เรารู้จักกับแหล่งเงินทุนที่หลากหลาย รวมถึงวิธีการลดต้นทุนผ่านการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการขายหรือการบริหารจัดการร้านค้า^{๓๔} ๖. ส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการในตลาดและองค์กรที่มีศักยภาพในการสนับสนุน เช่น การเชิญเจ้าหน้าที่จากธนาคารหรือหน่วยงานรัฐมาพบปะและให้คำปรึกษาเรื่องการขอแหล่งเงินทุนหรือโปรแกรมช่วยเหลือจากภาครัฐ^{๓๕} ๗. สร้างเครือข่ายที่สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลและทรัพยากรได้จะช่วยลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ เช่น การใช้พื้นที่ในตลาดร่วมกันในการโปรโมทสินค้า หรือการรวบรวมผู้ประกอบการเพื่อเจรจาท่อรองกับผู้จัดจำหน่ายหรือสถาบันการเงินในราคาที่ดีกว่า^{๓๖}
ด้านวิธวิธี ชัดเจน ธุรกิจ	๑. สร้างเครือข่ายควรใช้หลักการของการแบ่งปันข้อมูลและประสบการณ์การขายอย่างเปิดเผยโดยการจัดสัมมนาและเวิร์คช็อปที่เน้นการใช้เทคนิคการตลาดที่เหมาะสมกับตลาดประมงพื้นบ้าน เช่น การสร้างแบรนด์และการตลาดออนไลน์ ที่ช่วยให้ผู้ขายสามารถเข้าถึงลูกค้าได้หลากหลายช่องทาง^{๓๗} ๒. ผู้นำชุมชนสามารถจัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้ค้าพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านการประชุมกลุ่มหรือกิจกรรมชุมชน เพื่อส่งเสริมให้ผู้ค้าสามารถเข้าใจความต้องการของตลาดและพัฒนาทักษะในการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ^{๓๘}

^{๓๑} สัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน A, ๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๓๒} สัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน B, ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๓๓} สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน B, ๒๓ มกราคม ๒๕๖๘.

^{๓๔} สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน C, ๒๘ มกราคม ๒๕๖๘.

^{๓๕} สัมภาษณ์ คณะกรรมการตลาดประมงพื้นบ้าน A, ๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๓๖} สัมภาษณ์ คณะกรรมการตลาดประมงพื้นบ้าน B, ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๓๗} สัมภาษณ์ คณะกรรมการตลาดประมงพื้นบ้าน A, ๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๓๘} สัมภาษณ์ คณะกรรมการตลาดประมงพื้นบ้าน B, ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

ประเด็นที่ สัมภาษณ์	ผลการสัมภาษณ์
	๓. การสร้างการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในชุมชนไม่จำเป็นต้องจำกัดเฉพาะการฝึกอบรม แต่สามารถจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการทำงานร่วมกัน เช่น การจัดตลาดนัดหรืองานเทศกาลที่มีการนำเสนอสินค้าและการจัดกิจกรรมทางการตลาดร่วมกัน^{๓๙} ๔. สร้างการปฏิสัมพันธ์ในตลาดประมงพื้นบ้านสามารถเริ่มต้นจากการสร้างพื้นที่แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในกลุ่มผู้ค้าผ่านการสร้างกลุ่มออนไลน์ เช่น Facebook Group หรือ Line Group ที่สามารถแชร์ข้อมูล เทคนิคการขาย และโปรโมชั่นต่างๆ ให้กับสมาชิกในกลุ่ม^{๔๐} ๕. สร้างเครือข่ายที่มีการแลกเปลี่ยนเชิงปฏิสัมพันธ์ เราสามารถใช้กิจกรรมการจัดการประชุมหรือการฝึกอบรมเฉพาะทางที่เน้นให้ผู้ค้าพัฒนาทักษะการขายที่มีประสิทธิภาพ เช่น การพูดคุยเกี่ยวกับวิธีการตั้งราคาที่เหมาะสมและวิธีการดึงดูดลูกค้า^{๔๑} ๖. ส่งเสริมการปฏิสัมพันธ์ในตลาดประมงพื้นบ้านนั้นสามารถทำได้โดยการมีการประชุมกลุ่มในตลาด เพื่อให้ผู้ค้าสามารถพูดคุยเรื่องปัญหาที่เกิดขึ้นในการขาย และแลกเปลี่ยนวิธีการแก้ไข รวมทั้งการพัฒนาแบบการขายที่มีความน่าสนใจ^{๔๒} ๗. ส่งเสริมการปฏิสัมพันธ์นั้นควรทำให้ทุกคนในตลาดมีส่วนร่วมในการพัฒนาเครือข่าย เช่น การจัดการประชุมที่มีการพัฒนาแนวทางการขายและการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เพื่อให้ผู้ค้าแต่ละรายสามารถพัฒนาทักษะในการขายให้มีประสิทธิภาพและเพิ่มยอดขาย^{๔๓}
ด้านนิสสัยสัมพันธภาพ พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่ยอด	๑. สร้างโปรแกรม loyalty หรือระบบสะสมแต้มสำหรับลูกค้า เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ และเชื่อมโยงลูกค้ากับผู้ค้าในตลาด การสร้างกิจกรรมส่งเสริมการขายที่มีการทำงานร่วมกันระหว่างร้านค้าต่าง ๆ จะช่วยให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ที่มีคุณภาพระหว่างผู้ค้ากับลูกค้า^{๔๔} ๒. จัดกิจกรรมภายในชุมชนที่เชื่อมโยงผู้ค้าและลูกค้าเข้าด้วยกัน เช่น การจัดงานเทศกาลประเพณีหรือการแสดงศิลปะท้องถิ่นที่สามารถดึงดูดลูกค้าให้มามีส่วนร่วมในกิจกรรมนี้ ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์เชิงบวกและรู้จักตลาดมากขึ้น^{๔๕} ๓. สร้างพื้นที่ให้คนในชุมชนได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการในตลาด ผ่านการจัดการประชุมหรือ forum เพื่อให้ผู้ค้าสามารถรับฟังความต้องการของลูกค้าและปรับปรุงบริการให้ดียิ่งขึ้น^{๔๖}

^{๓๙} สัมภาษณ์ นักวิชาการด้านการตลาด A, ๑๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๔๐} สัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน A, ๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๔๑} สัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน B, ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๔๒} สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน A, ๒๐ มกราคม ๒๕๖๘.

^{๔๓} สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน B, ๒๓ มกราคม ๒๕๖๘.

^{๔๔} สัมภาษณ์ นักวิชาการด้านการตลาด A, ๑๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๔๕} สัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน A, ๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๔๖} สัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน B, ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

ประเด็นที่ สัมภาษณ์	ผลการสัมภาษณ์
	๔. ให้บริการที่มีความเป็นเอกลักษณ์และเป็นมิตรกับลูกค้า เช่น การให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าหรือวิธีการปรุงอาหารจากสินค้าท้องถิ่น การสร้างความประทับใจให้ลูกค้าคือวิธีหนึ่งในการสร้างการปฏิสัมพันธ์ที่ดี^{๔๗} ๕. ใช้โซเชียลมีเดียในการสร้างการติดต่อระหว่างผู้ค้าและลูกค้า เช่น การโพสต์รูปภาพหรือข้อมูลสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็นหรือสอบถามได้ทันที^{๔๘} ๖. ทำโปรโมชั่นพิเศษร่วมกับร้านค้าต่าง ๆ เช่น การจัดทำแพ็คเกจสินค้าในราคาพิเศษร่วมกับร้านอื่น ๆ ในตลาด เพื่อกระตุ้นการซื้อสินค้าร่วมกันและทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ามีคุณค่าและได้รับสิทธิพิเศษ^{๔๙} ๗. สร้างระบบสนับสนุนให้ผู้ค้าสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือปัญหาที่พบเจอกันได้ เช่น การจัดตั้งกลุ่มสนทนาออนไลน์หรือกิจกรรมที่เชื่อมโยงผู้ค้าผ่านเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์^{๕๐} ๘. จัดให้มีการฝึกอบรมหรือเวิร์กช็อปสำหรับผู้ค้าต่าง ๆ เพื่อเพิ่มทักษะการสื่อสารและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการลูกค้าและการทำตลาดร่วมกันในรูปแบบต่าง ๆ^{๕๑}
ด้านการมีผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน	
ด้านจักขุมา ตาดี	๑. จัดอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานสินค้า รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าประมงพื้นบ้าน เชิญผู้เชี่ยวชาญด้านคุณภาพอาหารทะเล มาถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานสินค้าประมง เช่น วิธีเลือกอาหารทะเลสด การตรวจสอบความปลอดภัยของอาหาร ส่งเสริมการสร้าง "ตรารับรอง" ของชุมชน เช่น สัญลักษณ์รับรองคุณภาพอาหารทะเลปลอดภัย เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจeson กลยุทธ์การตลาด เช่น การตั้งราคาตามคุณภาพ และการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ ในการโปรโมตสินค้าคุณภาพสูง เป็นต้น^{๕๒} ๒. จัดเวทีแลกเปลี่ยนความรู้และกิจกรรมสาธิต ตั้ง "เวทีชุมชน" เพื่อให้ ชาวประมง ผู้ค้า ผู้บริโภค ได้แลกเปลี่ยนความรู้ เช่น วิธีเลือกปลา กุ้ง ปู หมึกที่สดใหม่ จัดกิจกรรมสาธิตการคัดเลือกสินค้าคุณภาพ ให้ผู้ค้าและลูกค้าร่วมเรียนรู้ร่วมกัน^{๕๓} ๓. ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ติดต่อกับ สำนักงานประมง หรือ สถาบันวิจัยอาหารทะเล เพื่อร่วมมือในการกำหนด "มาตรฐานสินค้าประมงพื้นบ้าน" จัดทำ "คู่มือเลือกซื้อสินค้าประมงพื้นบ้าน" แจกให้ทั้งชาวบ้านและนักท่องเที่ยว^{๕๔}

^{๔๗} สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน A, ๒๐ มกราคม ๒๕๖๘.

^{๔๘} สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน B, ๒๓ มกราคม ๒๕๖๘.

^{๔๙} สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน C, ๒๘ มกราคม ๒๕๖๘.

^{๕๐} สัมภาษณ์ คณะกรรมการตลาดประมงพื้นบ้าน A, ๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๕๑} สัมภาษณ์ คณะกรรมการตลาดประมงพื้นบ้าน B, ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๕๒} สัมภาษณ์ นักวิชาการด้านการตลาด A, ๑๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๕๓} สัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน A, ๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๕๔} สัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน B, ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

ประเด็นที่ สัมภาษณ์	ผลการสัมภาษณ์
	๔. ให้ความรู้แก่ลูกค้า และใช้โซเชียลมีเดียช่วยโปรโมตสื่อสารกับลูกค้าขณะขายสินค้า เช่น สอนวิธีเลือกกุ้ง ปลาหมึกที่สดใหม่ ใช้ Facebook / TikTok / Line OA ทำคลิปให้ความรู้เรื่องสินค้าและวิธีตรวจสอบคุณภาพ^{๕๕} ๕. ทำฉลากสินค้าพร้อมข้อมูลแหล่งที่มาและคุณภาพ ใช้ ป้ายฉลาก ระบุข้อมูลสำคัญ เช่น วันที่จับสัตว์น้ำ วิธีเก็บรักษา จุดเด่นของสินค้า เช่น "กุ้งจากแหล่งธรรมชาติ ไม่ใช้สารเคมี" เป็นต้น^{๕๖} ๖. กำหนดแนวทางด้านมาตรฐานคุณภาพสินค้า ออก ข้อกำหนดของตลาด เช่น ปลา กุ้ง ปู หมึก ต้องสดใหม่ ห้ามมีสารปนเปื้อน สินค้าต้องผ่านการเก็บรักษาอย่างถูกวิธี เช่น ต้องแช่น้ำแข็งที่สะอาดตลอดเวลา^{๕๗} ๗. ตรวจสอบและรับฟังความคิดเห็นจากทุกฝ่าย ตั้ง "ทีมตรวจสอบคุณภาพ" ลงพื้นที่เช็คสินค้าในตลาดเป็นประจำ เปิดช่องทางรับฟังความคิดเห็น เช่น ตั้ง "กล่องแสดงความคิดเห็น" หรือ กลุ่มไลน์ตลาดประมง เพื่อให้ผู้ค้าเสนอแนวทางพัฒนาตลาด^{๕๘}
ด้านวิธวิธี ชัดเจน ธุรกิจ	๑. การสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าเป็นสิ่งที่สำคัญทำความเข้าใจลูกค้าเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ การใช้ เครื่องมือวิจัยตลาด เช่น แบบสอบถามออนไลน์/ออฟไลน์ สอบถามความต้องการโดยตรงจากลูกค้า การสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย (Focus Group) พูดคุยเชิงลึกเกี่ยวกับสิ่งที่ลูกค้าต้องการ การวิเคราะห์ข้อมูลจากโซเชียลมีเดีย ศัพท์รีวิว คำติชม และแนวโน้มจากแพลตฟอร์มออนไลน์ เป็นต้น^{๕๙} ๒. ส่งเสริมการพูดคุยและรับฟังความคิดเห็นของชุมชน สร้างเครือข่ายต้องเริ่มจากการมี เวทีพูดคุยระหว่างผู้ค้า-ลูกค้า-ชุมชน เพื่อให้ทุกฝ่ายเข้าใจความต้องการร่วมกัน เช่น จัดประชุมประจำเดือน เวิร์กช็อป เปิดโอกาสให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาด ระบบรับฟังความคิดเห็น (Feedback Box / QR Code สำรวจความคิดเห็น) ให้ลูกค้าเสนอแนะเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการ เป็นต้น^{๖๐} ๓. สร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนข้อมูลร่วมกัน แพลตฟอร์มออนไลน์ สามารถเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงเครือข่าย เช่น LINE Group เป็นต้น ให้ผู้ค้าร่วมกันอัปเดตแนวโน้มตลาดและสินค้ายอดนิยม ข้อมูลตลาด บันทึกแนวโน้มการซื้อขาย รายงานว่าสินค้าใดได้รับความนิยม^{๖๑} ๔. ทดลองตลาดและปรับสินค้าตามฟีดแบคการปรับตัวตามลูกค้าคือหัวใจของการขายสินค้าในตลาดสด สามารถใช้แนวทางเช่น จัดช่วงทดลองขายสินค้าใหม่ วางสินค้าตัวอย่างแล้ว

^{๕๕} สัมภาษณ์ คณะกรรมการตลาดประมงพื้นบ้าน A, ๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๕๖} สัมภาษณ์ คณะกรรมการตลาดประมงพื้นบ้าน B, ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๕๗} สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน A, ๒๐ มกราคม ๒๕๖๘.

^{๕๘} สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน C, ๒๘ มกราคม ๒๕๖๘.

^{๕๙} สัมภาษณ์ คณะกรรมการตลาดประมงพื้นบ้าน A, ๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๖๐} สัมภาษณ์ นักวิชาการด้านการตลาด A, ๑๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๖๑} สัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน A, ๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

ประเด็นที่ สัมภาษณ์	ผลการสัมภาษณ์
	สอบถามลูกค้าว่าชอบหรือไม่ เก็บสถิติยอดขายและวิเคราะห์แนวโน้ม หากสินค้าชนิดใดขายดี อาจเพิ่มปริมาณหรือนำเสนอโปรโมชั่น^{๖๒} ๕. สร้างเมนูหรือแพ็คเกจสินค้าให้ตรงกับความต้องการ จัดชุดสินค้าเป็นแพ็คเกจ เช่น ชุดซีฟู้ด พร้อมปรุง สำหรับคนที่ต้องการนำไปทำอาหารเองสำรวจพฤติกรรมลูกค้า เช่น นักท่องเที่ยว อาจต้องการสินค้าที่สะดวกพกพา ขณะที่ลูกค้าในพื้นที่อาจต้องการวัตถุดิบสดเป็นหลัก^{๖๓} ๖. สร้างมาตรฐานสินค้าและบริการเพื่อความมั่นใจของลูกค้า กำหนดมาตรฐานสินค้า เช่น ขนาดของอาหารทะเล ความสดใหม่ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจ อบรมผู้ค้าด้านบริการลูกค้า เช่น การ รับออเดอร์ออนไลน์หรือแพ็คเกจสินค้าที่ดีขึ้น^{๖๔} ๗. ทำแผนการตลาดแบบเฉพาะกลุ่ม (Segmentation) แบ่งกลุ่มลูกค้าตามความต้องการ นักท่องเที่ยว เน้นแพ็คเกจสินค้า พร้อมโปรโมชั่นพิเศษ ลูกค้าในพื้นที่ เน้นสินค้าสด ราคา เหมาะสม และโปรแกรมสะสมแต้ม ร้านอาหาร ให้บริการส่งวัตถุดิบจำนวนมาก พร้อม โปรโมชั่นสำหรับลูกค้าประจำ^{๖๕}
ด้านนิสสัยสัม ปันโน พร้อม ด้วยแหล่งทุน เป็นที่อาศัย	๑. การกำหนดจุดมุ่งหมายร่วมกันและสร้างแรงจูงใจในเครือข่าย โดยจัดตั้ง "สภาเครือข่าย ตลาดประมงพื้นบ้าน" เพื่อให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและทิศทางของตลาด พัฒนาราสินค้ากลุ่ม (Collective Brand) เช่น "ตลาดประมงพื้นบ้านชลบุรี" เพื่อสร้างจุดแข็ง ทางการตลาดและเพิ่มมูลค่าให้สินค้า สร้างแรงจูงใจผ่านผลประโยชน์ที่ชัดเจน เช่น รายได้จาก ตลาดบางส่วนถูกนำไปพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของชุมชน สมาชิกเครือข่ายได้รับสิทธิพิเศษ เช่น ส่วนลดวัตถุดิบ การอบรมพัฒนาอาชีพ หรือโอกาสเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้น เป็นต้น^{๖๖} ๒. ออกแบบระบบผลประโยชน์ร่วมกันอย่างเป็นธรรม กำหนด "กติกาชุมชน" ที่ตกลงร่วมกัน เพื่อให้ทุกฝ่ายได้รับผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม เช่น ระบบแบ่งปันรายได้ (Profit-Sharing) เช่น รายได้จากการเก็บค่าเช่าตลาดบางส่วนถูกนำมาใช้เพื่อพัฒนาเครือข่าย กำหนดให้มีเงิน ช่วยเหลือสำหรับสมาชิกในกรณีฉุกเฉิน ใช้ระบบตลาดร่วมกัน (Cooperative Market) ที่ทุก คนเป็นเจ้าของร่วมกันและได้รับส่วนแบ่งกำไรจากการดำเนินการของตลาด พัฒนาเครือข่าย พันธมิตร เช่น สร้างความร่วมมือกับโรงแรม ร้านอาหาร หรือธุรกิจท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการ แลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างกัน^{๖๗} ๓. เข้าถึงแหล่งทุนและการบริหารจัดการทางการเงิน โดยจัดตั้งกองทุนเครือข่าย โดยอาจเป็น กองทุนที่ได้รับเงินสนับสนุนจากสมาชิกเครือข่าย (รูปแบบกองทุนหมุนเวียน)หน่วยงานภาครัฐ เช่น เงินสนับสนุนจากกรมส่งเสริมการค้าภายใน หรือกองทุนชุมชนภาคเอกชนผ่านโครงการ CSR (Corporate Social Responsibility)ขอสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำจากธนาคาร เช่น ธ.ก.ส. หรือ กองทุนพัฒนาผู้ประกอบการท้องถิ่น เป็นต้น เพื่อสนับสนุนทุนหมุนเวียน สร้างโครงการที่

^{๖๒} สัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน B, ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๖๓} สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน A, ๒๐ มกราคม ๒๕๖๘.

^{๖๔} สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน B, ๒๓ มกราคม ๒๕๖๘.

^{๖๕} สัมภาษณ์ คณะกรรมการตลาดประมงพื้นบ้าน B, ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๖๖} สัมภาษณ์ นักวิชาการด้านการตลาด A, ๑๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๖๗} สัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน A, ๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

ประเด็นที่ สัมภาษณ์	ผลการสัมภาษณ์
	สามารถขอรับเงินสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยหรือสถาบันวิจัย เช่น โครงการพัฒนาตลาด ประมงสี่เหลี่ยม โครงการลดขยะพลาสติกในตลาด หรือโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP เป็น ต้น ^{๖๘} ๔. ส่งเสริมกิจกรรมและโครงการที่เสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย จัดงานเทศกาล ประจำปี เช่น "เทศกาลอาหารทะเลพื้นบ้าน" เป็นต้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและเพิ่มยอดขาย "ตลาดนัดสินค้าประมงพื้นบ้าน" เพื่อเชื่อมโยงผู้ผลิตและผู้บริโภค อบรมพัฒนาอาชีพ เช่น การ แปรรูปอาหารทะเลเพื่อเพิ่มมูลค่า การทำตลาดออนไลน์สำหรับพ่อค้าแม่ค้าในตลาด เว็บไซต์ ตลาดประมงพื้นบ้านเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ เป็นต้น ^{๖๙}

จากตารางที่ ๔.๑๙ ผลการสัมภาษณ์การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาด
ประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี สามารถนำมาวิเคราะห์และจัดทำเป็น (ร่าง) แนว
ทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัด
ชลบุรี ออกเป็น ๓ ระยะ ดังนี้

**๑. แนวทางที่ ๑ จักขุมา ตาดี (รู้จักสินค้า ดูของเป็น สามารถคำนวณราคา กะทุนเก่ง
กำไร แม่นยำ) มีรายละเอียดดังนี้**

๑.๑ วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม

๑) เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถจำแนกชนิด คุณภาพ และความสดของสัตว์น้ำใน
ท้องถิ่นได้อย่างถูกต้อง

๒) เพื่อให้ผู้เข้าอบรมประเมินราคาตลาดของสัตว์น้ำแต่ละชนิดได้อย่างสมเหตุผล

๓) เพื่อให้ผู้เข้าอบรมคำนวณต้นทุน (ค่าจับ/รับซื้อ ค่าน้ำแข็ง ค่าขนส่ง ฯลฯ) และ
คาดการณ์กำไรเบื้องต้นได้อย่างแม่นยำ

๔) เพื่อสร้างความเข้าใจในหลักการตั้งราคาอย่างมีคุณธรรม (ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค
และให้เกิดประโยชน์ในคุณค่าของสินค้า)

๑.๒ ประเด็นสำคัญของการส่งเสริม

๑) การจำแนกชนิดสัตว์น้ำท้องถิ่น ลักษณะเด่น คุณค่าทางโภชนาการ และมูลค่า
ทางการตลาดของสัตว์น้ำที่พบในพื้นที่ชลบุรี

๒) เทคนิคการประเมินความสดและคุณภาพ การสังเกตลักษณะภายนอก (ตาเหียว
สีผิว เนื้อสัมผัส กลิ่น) และวิธีการเก็บรักษาเพื่อคงความสด

^{๖๘} สัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน B, ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘.

^{๖๙} สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน A, ๒๐ มกราคม ๒๕๖๘.

๓) การติดตามราคาตลาด ปัจจัยที่มีผลต่อราคา (ฤดูกาล ปริมาณการจับ ความต้องการ) และแหล่งข้อมูลราคาอ้างอิง

๔) พื้นฐานการคำนวณต้นทุน รายการต้นทุนที่เกี่ยวข้องในการทำประมงและการค้าสัตว์น้ำ

๕) หลักการตั้งราคาและประมาณการกำไร: การคำนวณจุดคุ้มทุน การตั้งราคาขายที่เหมาะสมและยุติธรรม

๑.๓ กิจกรรมการส่งเสริม

๑) การอภิปราย "คุณธรรมในการตั้งราคากับความซื่อสัตย์ต่อตนเองและลูกค้า"

๑.๔ ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม

๑) ผู้เข้าอบรมมีความมั่นใจในการคัดเลือกและประเมินคุณภาพสัตว์น้ำ

๒) สามารถตั้งราคาขายได้อย่างเหมาะสม มีเหตุผล และยุติธรรม

๓) เข้าใจโครงสร้างต้นทุนและสามารถวางแผนการเงินเบื้องต้นได้

๔) เกิดเครือข่ายแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านคุณภาพและราคา

๒. แนวทางที่ ๒ วิธูโร ชัดเจนธุรกิจ (รู้แหล่งซื้อขาย รู้ความต้องการตลาด จัดซื้อจัดจำหน่ายเก่ง รู้ใจลูกค้า) มีรายละเอียดดังนี้

๒.๑ วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม

๑) เพื่อให้ผู้เข้าอบรมรู้จักช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้

๒) เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มต่างๆ (ผู้บริโภคทั่วไป ร้านอาหาร พ่อค้าคนกลาง)

๓) เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถวางแผนการจัดหาและจำหน่ายสัตว์น้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดความสูญเสีย

๔) เพื่อส่งเสริมทักษะการสื่อสาร การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และการบริการลูกค้าด้วยใจบนพื้นฐานของคุณธรรม

๒.๒ ประเด็นสำคัญการส่งเสริม

๑) การวิเคราะห์ตลาดและลูกค้า ใครคือลูกค้าของเรา? เขาต้องการอะไร? ซื้อที่ไหน? ซื้อเมื่อไหร่?

๒) ช่องทางการจัดจำหน่าย ตลาดสด การขายตรง การขายส่ง การขายออนไลน์ (ถ้ามีศักยภาพ) การสร้างเครือข่ายร้านอาหาร

๓) การบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างง่าย การวางแผนการรับซื้อ/จับสัตว์น้ำให้สอดคล้องกับการขาย การลดการเน่าเสีย

๔) เทคนิคการสื่อสารและการบริการ การพูดคุยสอบถามความต้องการ การแนะนำสินค้า การรับฟังข้อเสนอแนะ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

๕) การสร้างความน่าเชื่อถือและความสัมพันธ์กับลูกค้า ความซื่อสัตย์ ความตรงต่อเวลา คุณภาพสม่ำเสมอ การรักษาคำพูด

๒.๓ กิจกรรมการส่งเสริม

๑) การ Workshop "ออกแบบบริการที่ประทับใจเพื่อสร้างลูกค้าประจำ"

๒) การอภิปราย เรื่อง "การขยายตลาดอย่างไรให้ยั่งยืน ด้วยความซื่อสัตย์และบริการที่ดี"

๒.๔ ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม

๑) ผู้เข้าอบรมมองเห็นช่องทางในการขยายตลาดหรือเพิ่มประสิทธิภาพการขายในช่องทางเดิม

๒) เข้าใจลูกค้ามากขึ้นและสามารถตอบสนองความต้องการได้ดีขึ้น

๓) มีการจัดการสินค้าที่ดีขึ้น ลดความเสียหาย

๔) มีทักษะในการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ทำให้เกิดความไว้วางใจและเป็นลูกค้าประจำ

๓. แนวทางที่ ๓ นิสยสัมพันธ์ พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่อาศัย (สร้างความน่าเชื่อถือเข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย) มีรายละเอียดดังนี้

๓.๑ วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม

๑) เพื่อให้ผู้เข้าอบรมตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความน่าเชื่อถือทางการเงินและทางสังคม

๒) เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเรียนรู้วิธีการบันทึกรายรับ-รายจ่ายอย่างง่าย เพื่อให้เห็นสถานะทางการเงินของตนเอง

๓) เพื่อให้ผู้เข้าอบรมรู้จักแหล่งทุนที่อาจเข้าถึงได้ในชุมชนหรือจากหน่วยงานภายนอก

๔) เพื่อส่งเสริมทัศนคติและพฤติกรรมที่นำไปสู่ความไว้วางใจจากแหล่งทุนและคู่ค้า

๓.๒ ประเด็นสำคัญการส่งเสริม

๑) ความสำคัญของความน่าเชื่อถือ (เครดิต) ทำไมความซื่อสัตย์และตรงต่อเวลาจึงสำคัญในการทำธุรกิจและการเงิน

๒) การทำบัญชีครัวเรือน/บัญชีธุรกิจอย่างง่าย การจดบันทึกรายรับ รายจ่าย เพื่อการวางแผนและแสดงสถานะการเงิน

๓) การวางแผนทางการเงินเบื้องต้น การตั้งเป้าหมาย การออม การประเมินความต้องการเงินทุน

๔) แหล่งทุนในชุมชนและภาครัฐ กลุ่มสัจจะออมทรัพย์ กองทุนหมู่บ้าน สหกรณ์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) โครงการช่วยเหลือจากภาครัฐ

๕) การเตรียมความพร้อมในการขอสินเชื่อ/การสนับสนุน ต้องมีข้อมูลอะไรบ้าง? จะนำเสนออย่างไรให้น่าเชื่อถือ?

๖) คุณธรรมในการกู้ยืมและการให้กู้ยืม ความรับผิดชอบในการชำระคืน การไม่เบียดเบียนกัน

๓.๓ กิจกรรมการส่งเสริม

๑) การเชิญวิทยากรจากสถาบันการเงินชุมชนมาให้ข้อมูลและตอบคำถามของผู้อบรม

๓.๔ ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม

๑) ผู้เข้าอบรมเห็นความสำคัญและเริ่มลงมือบันทึกข้อมูลทางการเงินของตนเอง

๒) มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งทุนต่างๆ ที่อาจเข้าถึงได้

๓) รู้แนวทางในการสร้างความน่าเชื่อถือเพื่อให้เข้าถึงโอกาสทางการเงินได้ง่ายขึ้น

๔) เกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริหารจัดการเงินอย่างมีคุณธรรมและความรับผิดชอบ

๔.๒.๒ การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จากการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

การสนทนากลุ่มโดยผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับ (ร่าง) แนวทางการพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน ๕ คน ประกอบด้วย ๑) พระครูสุภัทรกิจจานุการ วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ๒) พระมหาชูศักดิ์ ชุตินฺธโร วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ๓) ดร.ฉัตรชัย แนวพญา วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ๔) ผศ.ดร.ชัยณรงค์ ศรีมันตะ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา และ ๕) ผศ.ดร.บุญรอด บุญเกิดคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา โดย การจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในวันที่ ๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘ เวลา ๑๓.๐๐ น. ผ่านระบบออนไลน์ Zoom Meeting ID : ๗๓๐ ๖๔๗๖ ๕๖๓๒ ซึ่งผลการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ผู้วิจัยได้สังเคราะห์และรายงานสรุปในรูปแบบตาราง ดังนี้

ตารางที่ ๔.๒๐ ผลการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) การพัฒนาเครือข่าย
เศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัด
ชลบุรี

ประเด็นการสนทนา	การประเมิน	ข้อเสนอแนะให้ปรับปรุง
จักขุมา ตาดี (รู้จักสินค้า ดูของเป็น สามารถคำนวณราคา กะทูนเก็งกำไร แมนย่า)		
วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม		
เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถจำแนกชนิด คุณภาพ และ ความสดของสัตว์น้ำในท้องถิ่นได้อย่างถูกต้อง	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เพื่อให้ผู้เข้าอบรมประเมินราคาตลาดของสัตว์น้ำแต่ละ ชนิดได้อย่างสมเหตุสมผล	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	เพิ่มคำว่า “สามารถ”
เพื่อให้ผู้เข้าอบรมคำนวณต้นทุน (ค่าจับ/รับซื้อ ค่า น้ำแข็ง ค่าขนส่ง ฯลฯ) และคาดการณ์กำไรเบื้องต้น ได้อย่างแม่นยำ	() เหมาะสม (✓) ปรับปรุง	ตัดข้อความในวงเล็บออก
เพื่อสร้างความเข้าใจในหลักการตั้งราคาอย่างมี คุณธรรม (ไม่เอาเปรียบผู้บริโภคและให้เกียรติใน คุณค่าของสินค้า)	() เหมาะสม (✓) ปรับปรุง	ตัดข้อความในวงเล็บออก
ประเด็นสำคัญการส่งเสริม		
การจำแนกชนิดสัตว์น้ำท้องถิ่น ลักษณะเด่น คุณค่า ทางโภชนาการ และมูลค่าทางการตลาดของสัตว์น้ำ ที่พบในพื้นที่ชลบุรี	() เหมาะสม (✓) ปรับปรุง	เปลี่ยนคำว่า “ชลบุรี” เป็น “จังหวัด ชลบุรี”
เทคนิคการประเมินความสดและคุณภาพ การสังเกต ลักษณะภายนอก (ตาเหงือก สีผิว เนื้อสัมผัส กลิ่น) และวิธีการเก็บรักษาเพื่อคงความสด	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง () ไม่เหมาะสม	ตัดข้อความในวงเล็บออก
การติดตามราคาตลาด ปัจจัยที่มีผลต่อราคา (ฤดูกาล ปริมาณการจับ ความต้องการ) และ แหล่งข้อมูลราคาอ้างอิง	() เหมาะสม (✓) ปรับปรุง	ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
พื้นฐานการคำนวณต้นทุน รายการต้นทุนที่เกี่ยวข้อง ในการทำประมงและการค้าสัตว์น้ำ	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
กิจกรรมการส่งเสริม		
การอภิปราย "คุณธรรมในการตั้งราคากับความ ซื่อสัตย์ต่อตนเองและลูกค้า"	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม		
ผู้เข้าอบรมมีความมั่นใจในการคัดเลือกและประเมิน คุณภาพสัตว์น้ำ	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ตัดคำว่า “อบรม” ออก
สามารถตั้งราคาขายได้อย่างเหมาะสม มีเหตุผล และยุติธรรม	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เข้าใจโครงสร้างต้นทุนและสามารถวางแผนการเงิน เบื้องต้นได้	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ประเด็นการสนทนา	การประเมิน	ข้อเสนอแนะให้ปรับปรุง
เกิดเครือข่ายแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านคุณภาพและราคา	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
วิธโร ชัดเจนธุรกิจ (รู้แหล่งซื้อขาย รู้ความต้องการตลาด จัดซื้อจัดจำหน่ายเก่ง รู้ใจลูกค้า)		
วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม		
เพื่อให้ผู้เข้าอบรมรู้จักช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ตัดคำว่า “อบรม” ออก
เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มต่างๆ (ผู้บริโภคทั่วไป ร้านอาหาร พ่อค้าคนกลาง)	() เหมาะสม (✓) ปรับปรุง	ตัดคำในวงเล็บออก
เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถวางแผนการจัดหาและจำหน่ายสัตว์น้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดความสูญเสีย	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ตัดคำว่า “อบรม” ออก
เพื่อส่งเสริมทักษะการสื่อสาร การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และการบริการลูกค้าด้วยใจบนพื้นฐานของคุณธรรม	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
ประเด็นสำคัญการส่งเสริม		
การวิเคราะห์ตลาดและลูกค้า ใครคือลูกค้าของเรา? เขาต้องการอะไร? ซื้อที่ไหน? ซื้อเมื่อไหร่?	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
ช่องทางการจัดจำหน่าย ตลาดสด การขายตรง การขายส่ง การขายออนไลน์ (ถ้ามีศักยภาพ) การสร้างเครือข่ายร้านอาหาร	() เหมาะสม (✓) ปรับปรุง	ตัดวงเล็บออก
การบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างง่าย การวางแผนการรับซื้อ/จับสัตว์น้ำให้สอดคล้องกับการขาย การลดการเน่าเสีย	() เหมาะสม (✓) ปรับปรุง	ตัดคำว่า “การลดการเน่าเสียออก” ออก
เทคนิคการสื่อสารและการบริการ การพูดคุย สอบถามความต้องการ การแนะนำสินค้า การรับฟัง ข้อเสนอแนะ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
การสร้างความน่าเชื่อถือและความสัมพันธ์กับลูกค้า ความซื่อสัตย์ ความตรงต่อเวลา คุณภาพสม่ำเสมอ การรักษาคุณภาพ	() เหมาะสม (✓) ปรับปรุง	ตัดคำว่า “และความสัมพันธ์” ออก
กิจกรรมการส่งเสริม		
การ Workshop "ออกแบบบริการที่ประทับใจเพื่อสร้างลูกค้าประจำ"	() เหมาะสม (✓) ปรับปรุง	นำไปรวมกับกิจกรรมที่ ๒
การอภิปราย เรื่อง "การขยายตลาดอย่างไรให้ยั่งยืนด้วยความซื่อสัตย์และบริการที่ดี"	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	เพิ่มคำว่า “เพื่อสร้างลูกค้าประจำ”
ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม		
ผู้เข้าอบรมมองเห็นช่องทางในการขยายตลาดหรือเพิ่มประสิทธิภาพการขายในช่องทางเดิม	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ตัดคำว่า “อบรม” ออก

ประเด็นการสนทนา	การประเมิน	ข้อเสนอแนะให้ปรับปรุง
เข้าใจลูกค้ามากขึ้นและสามารถตอบสนองความต้องการได้ดีขึ้น	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
มีการจัดการสินค้าที่ดีขึ้น ลดความเสียหาย	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
มีทักษะในการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ทำให้เกิดความไว้วางใจและเป็นลูกค้าประจำ	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
นิสสัยสัมพันธ์ พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่ยอมรับ (สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย)		
วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม		
เพื่อให้ผู้เข้าอบรมตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความน่าเชื่อถือทางการเงินและทางสังคม	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ตัดคำว่า “อบรม” ออก
เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเรียนรู้วิธีการบันทึกรายรับ-รายจ่ายอย่างง่าย เพื่อให้เห็นสถานะทางการเงินของตนเอง	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ตัดคำว่า “อบรม” ออก
เพื่อให้ผู้เข้าอบรมรู้จักแหล่งทุนที่อาจเข้าถึงได้ในชุมชนหรือจากหน่วยงานภายนอก	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ตัดคำว่า “อบรม” ออก
เพื่อส่งเสริมทัศนคติและพฤติกรรมที่นำไปสู่ความไว้วางใจจากแหล่งทุนและลูกค้า	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
ประเด็นสำคัญการส่งเสริม		
ความสำคัญของความน่าเชื่อถือ (เครดิต) ทำให้ความซื่อสัตย์และตรงต่อเวลาจึงสำคัญในการทำธุรกิจและการเงิน	() เหมาะสม (✓) ปรับปรุง	ตัดคำในวงเล็บออก
การทำบัญชีครัวเรือน/บัญชีธุรกิจอย่างง่าย การจดบันทึกรายรับ รายจ่าย เพื่อการวางแผนและแสดงสถานะการเงิน	() เหมาะสม (✓) ปรับปรุง	เลือก ๑ คำระหว่าง “ครัวเรือน/บัญชีธุรกิจ”
การวางแผนทางการเงินเบื้องต้น การตั้งเป้าหมาย การออม การประเมินความต้องการเงินทุน	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
แหล่งทุนในชุมชนและภาครัฐ กลุ่มสัจจะออมทรัพย์ กองทุนหมู่บ้าน สหกรณ์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) โครงการช่วยเหลือจากภาครัฐ	() เหมาะสม (✓) ปรับปรุง	เพิ่มคำว่า “การเข้าถึง” ตัดคำในวงเล็บออก
การเตรียมความพร้อมในการขอสินเชื่อ/การสนับสนุน ต้องมีข้อมูลอะไรบ้าง? จะนำเสนออย่างไร ให้น่าเชื่อถือ?	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
คุณธรรมในการกู้ยืมและการให้กู้ยืม ความรับผิดชอบในการชำระคืน การไม่เบียดเบียนกัน	() เหมาะสม (✓) ปรับปรุง	ตัดออก
กิจกรรมการส่งเสริม		
การเชิญวิทยากรจากสถาบันการเงินชุมชนมาให้ข้อมูลและตอบคำถามของผู้อบรม	() เหมาะสม (✓) ปรับปรุง	ควรเปลี่ยนเป็นการอภิปราย เรื่อง “เทคนิคการเลือกซื้ออาหารทะเล”

ประเด็นการสนทนา	การประเมิน	ข้อเสนอแนะให้ปรับปรุง
ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม		
ผู้เข้าอบรมเห็นความสำคัญและเริ่มลงมือบันทึกข้อมูลทางการเงินของตนเอง	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ตัดคำว่า “อบรม” ออก
มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งทุนต่างๆ ที่อาจเข้าถึงได้	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
รู้แนวทางในการสร้างความน่าเชื่อถือเพื่อให้เข้าถึงโอกาสทางการเงินได้ง่ายขึ้น	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
เกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริหารจัดการเงินอย่างมีคุณธรรมและความรับผิดชอบ	(✓) เหมาะสม () ปรับปรุง	ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

จากตารางที่ ๔.๒๐ ผลการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี พบว่า (ร่าง) แนวทางการพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี มีประเด็นการประเมินทั้งสิ้น ๔๓ ประเด็น โดยมีประเด็นที่มีความเหมาะสม จำนวน ๒๘ ประเด็น คิดเป็นร้อยละ ๖๕.๑๒ และมีประเด็นที่ต้องปรับปรุง จำนวน ๑๕ ประเด็น คิดเป็นร้อยละ ๓๔.๘๘ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง ๕ คน มาสังเคราะห์และปรับปรุงใหม่เป็นแนวทางการพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ได้ดังนี้

๑. แนวทางที่ ๑ จักขุมา รู้จักสินค้า ดูของเป็น เก่งกำไรแม่นยำ

๑.๑ วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม

ถูกต้อง

- ๑) เพื่อให้สามารถจำแนกชนิด คุณภาพ และความสดของสัตว์น้ำในท้องถื่นได้อย่าง
- ๒) เพื่อประเมินราคาตลาดของสัตว์น้ำแต่ละชนิดได้อย่างสมเหตุสมผล
- ๓) เพื่อกำหนดต้นทุน และคาดการณ์กำไรเบื้องต้นได้อย่างแม่นยำ
- ๔) เพื่อสร้างความเข้าใจในหลักการตั้งราคาอย่างมีคุณธรรม

๑.๒ ประเด็นสำคัญการส่งเสริม

- ๑) การจำแนกชนิดสัตว์น้ำท้องถื่น ลักษณะเด่น คุณค่าทางโภชนาการ และมูลค่าทางการตลาดของสัตว์น้ำที่พบในพื้นที่จังหวัดชลบุรี
- ๒) เทคนิคการประเมินความสดและคุณภาพ การสังเกตลักษณะภายนอก และวิธีการเก็บรักษาเพื่อคงความสด
- ๓) การติดตามราคาตลาด ปัจจัยที่มีผลต่อราคา และแหล่งข้อมูลราคาอ้างอิง
- ๔) พื้นฐานการคำนวณต้นทุน รายการต้นทุนที่เกี่ยวข้องในการทำประมงและการค้าสัตว์น้ำ
- ๕) หลักการตั้งราคาและประมาณการกำไร การคำนวณจุดคุ้มทุน การตั้งราคาขายที่เหมาะสมและยุติธรรม

๑.๓ กิจกรรมการส่งเสริม

- ๑) การอภิปราย "คุณธรรมการตั้งราคากับความซื่อสัตย์ต่อตนเองและลูกค้า"

๑.๔ ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม

- ๑) มีความมั่นใจในการคัดเลือกและประเมินคุณภาพสัตว์น้ำ
- ๒) สามารถตั้งราคาขายได้อย่างเหมาะสม มีเหตุผล และยุติธรรม
- ๓) เข้าใจโครงสร้างต้นทุนและสามารถวางแผนการเงินเบื้องต้นได้
- ๔) เกิดเครือข่ายแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านคุณภาพและราคา

๒. แนวทางที่ ๒ วิธูโร ซื้อง่าย ขายคล่อง ได้ใจลูกค้า

๒.๑ วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม

- ๑) เพื่อให้รู้จักช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้
- ๒) เพื่อให้เข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มต่างๆ

๓) เพื่อให้สามารถวางแผนการจัดหาและจำหน่ายสัตว์น้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดความสูญเสีย

๔) เพื่อส่งเสริมทักษะการสื่อสาร การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และการบริการลูกค้า ด้วยใจบนพื้นฐานของคุณธรรม

๒.๒ ประเด็นสำคัญการส่งเสริม

๑) การวิเคราะห์ตลาดและลูกค้า ใครคือลูกค้าของเรา เขาต้องการอะไร ซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อไหร่

๒) ช่องทางการจัดจำหน่าย ตลาดสด การขายตรง การขายส่ง การขายออนไลน์ เพื่อการสร้างเครือข่ายร้านอาหาร

๓) การบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างง่าย การวางแผนการรับซื้อ การจับสัตว์น้ำให้สอดคล้องกับการขาย

๔) เทคนิคการสื่อสารและการบริการ การพูดคุยสอบถามความต้องการ การแนะนำสินค้า การรับฟังข้อเสนอแนะ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

๕) การสร้างความน่าเชื่อถือกับลูกค้า ความซื่อสัตย์ ความตรงต่อเวลา คุณภาพสม่ำเสมอ การรักษาคำพูด

๒.๓ กิจกรรมการส่งเสริม

๑) การอภิปราย เรื่อง "การขยายตลาดอย่างไรให้ยั่งยืน ด้วยความซื่อสัตย์และบริการที่ดี เพื่อสร้างลูกค้าประจำ"

๒.๔ ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม

๑) มองเห็นช่องทางในการขยายตลาดหรือเพิ่มประสิทธิภาพการขายในช่องทางเดิม

๒) เข้าใจลูกค้ามากขึ้นและสามารถตอบสนองความต้องการได้ดีขึ้น

๓) มีการจัดการสินค้าที่ดีขึ้น ลดความเสียหาย

๔) มีทักษะในการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ทำให้เกิดความไว้วางใจ และเป็นลูกค้าประจำ

๓. แนวทางที่ ๓ นิสยสัมปโน สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย

๓.๑ วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม

๑) เพื่อให้ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความน่าเชื่อถือทางการเงินและทางสังคม

๒) เพื่อให้เรียนรู้วิธีการบันทึกรายรับ-รายจ่ายอย่างง่าย เพื่อให้เห็นสถานะทางการเงินของตนเอง

๓) เพื่อให้รู้จักแหล่งทุนที่อาจเข้าถึงได้ในชุมชนหรือจากหน่วยงานภายนอก

๔) เพื่อส่งเสริมทัศนคติและพฤติกรรมที่นำไปสู่ความไว้วางใจจากแหล่งทุนและคู่ค้า

๓.๒ ประเด็นสำคัญการส่งเสริม

๑) ความสำคัญของความน่าเชื่อถือ ทำไมความซื่อสัตย์และตรงต่อเวลาจึงสำคัญในการทำธุรกิจและการเงิน

๒) การทำบัญชีบัญชีธุรกิจอย่างง่าย การจดบันทึกรายรับ รายจ่าย เพื่อการวางแผนและแสดงสถานะการเงิน

๓) การวางแผนทางการเงินเบื้องต้น การตั้งเป้าหมาย การออม การประเมินความต้องการเงินทุน

๔) การเข้าถึงแหล่งทุนในชุมชนและภาครัฐ กลุ่มสัจจะออมทรัพย์ กองทุนหมู่บ้าน สหกรณ์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โครงการช่วยเหลือจากภาครัฐ

๕) การเตรียมความพร้อมในการขอสินเชื่อ/การสนับสนุน ต้องมีข้อมูลอะไรบ้าง? จะนำเสนออย่างไรให้น่าเชื่อถือ?

๓.๓ กิจกรรมการส่งเสริม

๑) การอภิปราย เรื่อง “เทคนิคการเลือกซื้ออาหารทะเล”

๓.๔ ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม

๑) เห็นความสำคัญและเริ่มลงมือบันทึกข้อมูลทางการเงินของตนเอง

๒) มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งทุนต่างๆ ที่อาจเข้าถึงได้

๓) รู้แนวทางในการสร้างความน่าเชื่อถือเพื่อให้เข้าถึงโอกาสทางการเงินได้ง่ายขึ้น

๔) เกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริหารจัดการเงินอย่างมีคุณธรรมและความรับผิดชอบ

๔.๓ นำเสนอและประเมินการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

การนำแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ที่พัฒนาขึ้นไปนำเสนอแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดขั้นตอนออกเป็น ๒ ขั้นตอน คือ ๑) ผลการประเมินความรู้ก่อนและหลังการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี และ ๒) ผลการประเมินความเหมาะสมของแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

๔.๓.๑ ผลการประเมินความรู้ก่อนและหลังการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ในส่วนนี้ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มผู้เข้าร่วมการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแทนผู้ประกอบการ และคณะกรรมการตลาดประมง จำนวน ๓๐ คน ประกอบด้วย ๑) ตลาดประมงท่าเรือพลี จำนวน ๑๐ คน ๒) ตลาดประมงบางทราย จำนวน ๑๐ คน และ ๓) ผู้มีส่วนได้เสีย จำนวน ๑๐ คน ผู้วิจัยจัดกิจกรรมการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยแบ่งออกเป็น ๕ ครั้ง ครั้งละ ๒ ชั่วโมง ทุกวันพฤหัสบดี เวลา ๑๒.๓๐ - ๑๔.๓๐ น. ได้ดำเนินการระหว่าง เมษายน - พฤษภาคม ๒๕๖๘ รวมระยะเวลา ๒ เดือน ผ่านระบบออนไลน์ Zoom Meeting ID : ๗๓๐ ๖๔๗๖ ๕๖๓๒ ดังนี้ ครั้งที่ ๑ แนะนำปฏิทินการจัดกิจกรรมและการเก็บคะแนนก่อนการเข้าร่วมกิจกรรม ครั้งที่ ๒ รายงานผลการศึกษาระยะที่ ๑ ความต้องการจำเป็นเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ครั้งที่ ๓ ให้ความรู้ด้านจักขุมา รู้จักสินค้า ดูของเป็น เก่งกำไรแม่นยำ ครั้งที่ ๔ ให้ความรู้ด้านวิธวิธี ซื้อง่าย ขายคล่อง ได้ใจลูกค้า ครั้งที่ ๕ ให้ความรู้ด้านนิสสยสัมพันธ์ สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย และประเมินความรู้ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน ๓ ด้าน รวม ๑๒ ข้อคำถาม ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามวัดความรู้ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ก่อนและหลังการส่งเสริม โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) เกณฑ์การแปลความหมายในการประเมินความเหมาะสม ซึ่งแบ่งคะแนนเป็นช่วงชั้นเท่ากันตามหลักการของเบสและคานท์ (Best and Kahn, ๑๙๙๓) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย ๑.๐๐ -๑.๕๐ หมายถึง ไม่มีความรู้เลย

คะแนนเฉลี่ย ๑.๕๑ -๒.๕๐ หมายถึง มีความรู้น้อย

คะแนนเฉลี่ย ๒.๕๑ -๓.๕๐ หมายถึง มีความรู้ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย ๓.๕๑ -๔.๕๐ หมายถึง มีความรู้มาก

คะแนนเฉลี่ย ๔.๕๑ -๕.๐๐ หมายถึง มีความรู้มากที่สุด

จากนั้นทำการทดสอบด้วยสถิติค่า t-test สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์นี้ กำหนดไว้ที่ระดับ .๐๕ หรือ ความเชื่อมั่นเท่ากับ ๙๕%

ตารางที่ ๔.๒๑ ผลการทดสอบความรู้ก่อนและหลังการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

หัวข้อประเมิน	คะแนนก่อนส่งเสริม		คะแนนหลังส่งเสริม		ผลความต่าง
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
๑. จักขุมารู้จักสินค้า ดูของเป็น เก่งกำไรแม่นยำ					
๑.๑) ความมั่นใจในการดูความสดและคุณภาพของสัตว์น้ำทะเลชนิดต่างๆ	๑.๔๕	๐.๕๐	๓.๒๖	๐.๙๖	๑.๘๑
๑.๒) ความรู้เกี่ยวกับราคาตลาดของสัตว์น้ำที่ขายอยู่เป็นประจำ	๒.๖๗	๐.๔๖	๔.๓๖	๐.๒๘	๑.๖๙
๑.๓) ความเข้าใจในการคำนวณต้นทุน	๑.๙๓	๐.๕๒	๔.๘๕	๐.๖๑	๒.๙๒
๑.๔) ความมั่นใจในการตั้งราคาขายให้ได้กำไรและยุติธรรมต่อลูกค้า	๒.๒๔	๐.๕๙	๔.๘๐	๐.๔๔	๒.๕๖
ภาพรวมรายด้าน	๒.๐๗	๐.๕๒	๔.๓๒	๐.๕๗	๒.๒๕
๒. วิถีโร ซื้อง่าย ขายคล่อง ได้ใจลูกค้า					
๒.๑) ความรู้เกี่ยวกับกลุ่มลูกค้าหลักของท่าน และสิ่งที่ลูกค้าต้องการ	๒.๘๓	๐.๘๘	๔.๐๗	๐.๒๔	๑.๒๔
๒.๒) ความรู้เกี่ยวกับช่องทางการขายสัตว์น้ำอื่นๆ นอกจากช่องทางปัจจุบัน	๓.๑๗	๐.๓๗	๓.๕๐	๐.๕๕	๐.๓๓
๒.๓) ความเข้าใจในการจัดการสัตว์น้ำเพื่อลดความเสียหาย	๒.๔๓	๐.๗๒	๓.๙๘	๐.๕๓	๑.๕๕
๒.๔) ความมั่นใจในการพูดคุย สื่อสาร และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	๓.๓๘	๐.๐๕	๔.๖๒	๐.๑๙	๑.๒๔
ภาพรวมรายด้าน	๒.๙๕	๐.๕๑	๔.๐๔	๐.๓๘	๑.๐๙
๓. นิสสัยสัมพันธ์โน สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย					
๓.๑) ความเข้าใจในความสำคัญของความซื่อสัตย์และความน่าเชื่อถือในการทำธุรกิจ	๑.๕๐	๐.๙๒	๓.๓๕	๐.๓๒	๑.๘๕
๓.๒) ท่านมีการจดบันทึกรายรับ-รายจ่ายจากการประกอบอาชีพหรือไม่ (๑=ไม่เคยเลย, ๕=ทำประจำ)	๒.๔๔	๐.๖๓	๓.๕๓	๐.๗๙	๑.๐๙
๓.๓) ความรู้เกี่ยวกับแหล่งเงินทุนในชุมชน/หน่วยงานที่สนับสนุนอาชีพประมง/ค้าขาย	๑.๒๐	๐.๐๙	๓.๕๙	๐.๑๖	๒.๓๙
๓.๔) ความมั่นใจในการจัดการเรื่องเงินๆ ทองๆ ของกิจการ	๒.๕๔	๐.๘๖	๓.๘๙	๐.๗๔	๑.๓๕
ภาพรวมรายด้าน	๑.๙๒	๐.๖๓	๓.๕๙	๐.๕๐	๑.๖๗
ภาพรวมทุกด้าน	๒.๓๑	๐.๕๕	๓.๙๘	๐.๔๘	๑.๖๗

จากตารางที่ ๔.๒๑ ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความรู้ก่อนและหลังการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม พบว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีค่าเฉลี่ยความรู้ก่อนการส่งเสริม อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}$ =๒.๓๑) และมีค่าเฉลี่ยความรู้หลังการส่งเสริม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๙๘) โดยมีค่าเฉลี่ยของความก้าวหน้าทางการส่งเสริมเพิ่ม

ขึ้นอยู่ที่ ๑.๖๗ เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ด้านจักขุมา รู้จักสินค้า ของเป็น เก่งกาไรแม่นยำ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีค่าเฉลี่ยความรู้ก่อนการส่งเสริม อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.07$) และมีค่าเฉลี่ยความรู้หลังการส่งเสริม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.32$) โดยมีค่าเฉลี่ยของความก้าวหน้าทางการส่งเสริมเพิ่มขึ้นอยู่ที่ ๒.๒๕, ด้านวิธูโร ซื้อง่าย ขายคล่อง ได้ใจลูกค้า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีค่าเฉลี่ยความรู้ก่อนการส่งเสริม อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.55$) และมีค่าเฉลี่ยความรู้หลังการส่งเสริม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.04$) โดยมีค่าเฉลี่ยของความก้าวหน้าทางการส่งเสริมเพิ่มขึ้นอยู่ที่ ๑.๐๙ และด้านนิสสัยสัมพันธ์โน สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีค่าเฉลี่ยความรู้ก่อนการส่งเสริม อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=1.92$) และมีค่าเฉลี่ยความรู้หลังการส่งเสริม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.59$) โดยมีค่าเฉลี่ยของความก้าวหน้าทางการส่งเสริมเพิ่มขึ้นอยู่ที่ ๑.๖๗

ดังนั้น เมื่อผู้วิจัยทราบว่าการทดสอบความรู้ของผู้เข้าร่วมกิจกรรมก่อนและหลังการส่งเสริมมีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน จึงทำการทดสอบด้วยสถิติค่า t-test สำหรับค่าเฉลี่ยทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์นี้ กำหนดไว้ที่ระดับ .๐๕ หรือ ความเชื่อมั่นเท่ากับ ๙๕% ดังนี้

ตารางที่ ๔.๒๒ ผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยก่อนและหลังการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจ

คุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

คู่เทียบ	Mean	S.D.	ค่าเฉลี่ย ของ ผลต่าง	S.D. ค่าเฉลี่ย ผลต่าง	t	df	Sig ๑ tailed
ก่อนเข้าร่วม	๒.๓๑	๐.๖๒๐	๑.๖๗	๐.๖๔๔	๑๐.๓๖๘	๑๕	๐.๐๐๐
หลังเข้าร่วม	๓.๙๘	๐.๕๐๑					

จากตารางที่ ๔.๒๒ พบว่า การทดสอบคะแนนของผู้เข้าร่วมกิจกรรม มีคะแนนเฉลี่ยความรู้ก่อนส่งเสริมอยู่ที่ ๒.๓๑ คะแนน และมีคะแนนความรู้เฉลี่ยหลังส่งเสริมอยู่ที่ ๓.๙๘ คะแนน เมื่อเปรียบเทียบระหว่างคะแนนสอบทั้งสองครั้ง พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้หลังส่งเสริมสูงกว่าก่อนส่งเสริมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑

๔.๓.๒ ผลการประเมินความเหมาะสมของแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ในส่วนนี้ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแทนผู้ประกอบการ และคณะกรรมการตลาดประมง จำนวน ๓๐ คน ประกอบด้วย ๑) ตลาดประมงท่าเรือพลี จำนวน ๑๐ คน ๒) ตลาดประมงบางทราย จำนวน ๑๐ คน และ ๓) ผู้มีส่วนได้เสีย จำนวน ๑๐ คน ผู้วิจัยจัดกิจกรรมการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยแบ่งออกเป็น ๕ ครั้ง ครั้งละ ๒ ชั่วโมง ทุกวันพฤหัสบดี เวลา ๑๒.๓๐ - ๑๔.๓๐ น. ได้ดำเนินการระหว่าง เมษายน - พฤษภาคม ๒๕๖๘ รวมระยะเวลา ๒ เดือน ผ่านระบบออนไลน์ Zoom Meeting ID : ๗๓๐ ๖๔๗๖ ๕๖๓๒ ดังนี้ ครั้งที่ ๑ แนะนำปฏิทินการจัดกิจกรรมและการเก็บคะแนนก่อนการจัดกิจกรรม ครั้งที่ ๒ รายงานผลการศึกษาระยะที่ ๑ ความต้องการจำเป็นเครือข่ายเศรษฐกิจฐานราก

ตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ครั้งที่ ๓ ให้ความรู้ด้านจักขุมา รู้จักสินค้า ดูของ เป็น เก่งกาไรแม่นยำ ครั้งที่ ๔ ให้ความรู้ด้านวิธวิธี ชื่อง่าย ขายคล่อง ได้ใจลูกค้า ครั้งที่ ๕ ให้ความรู้ ด้านนิสยสัมพันธ์ สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย และประเมินความรู้ของผู้เข้าร่วม กิจกรรม ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินความเหมาะสมของแนวทางการส่งเสริมเครือข่าย เศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยใช้โปรแกรม คอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) เกณฑ์การแปลความหมายในการประเมินความ เหมาะสม ซึ่งแบ่งคะแนนเป็นช่วงชั้นเท่ากันตามหลักการของเบสและคานท์ (Best and Kahn, ๑๙๙๓) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย ๑.๐๐ -๑.๕๐ หมายถึง มีความเหมาะสม อยู่ในระดับน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย ๑.๕๑ -๒.๕๐ หมายถึง มีความเหมาะสม อยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย ๒.๕๑ -๓.๕๐ หมายถึง มีความเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย ๓.๕๑ -๔.๕๐ หมายถึง มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย ๔.๕๑ -๕.๐๐ หมายถึง มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ ๔.๒๓ ผลการประเมินความเหมาะสมของแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจ คุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดย ภาพรวม

แนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาด ประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี	ระดับความเหมาะสม		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านจักขุมา รู้จักสินค้า ดูของเป็น เก่งกาไรแม่นยำ	๓.๖๘	๐.๕๓	มาก
ด้านวิธวิธี ชื่อง่าย ขายคล่อง ได้ใจลูกค้า	๓.๖๗	๐.๕๑	มาก
ด้านนิสยสัมพันธ์ สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย	๓.๗๕	๐.๕๒	มาก
รวม	๓.๗๐	๐.๕๒	มาก

จากตารางที่ ๔.๒๓ พบว่า แนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาด ประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = ๓.๗๐) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีความเหมาะสมมากที่สุด คือ ด้านนิสยสัมพันธ์ สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย ($\bar{X}$ = ๓.๗๕) รองลงมาคือ ด้านจักขุมา รู้จักสินค้า ดูของ เป็น เก่งกาไรแม่นยำ ($\bar{X}$ = ๓.๖๘) และน้อยที่สุดคือ ด้านวิธวิธี ชื่อง่าย ขายคล่อง ได้ใจลูกค้า ($\bar{X}$ = ๓.๖๗) ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๒๔ ผลการประเมินความเหมาะสมของแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจ
คุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้าน
จักขุมา รู้จักสินค้า ของเป็น เก่งกำไรแม่นยำ

ด้านจักขุมา รู้จักสินค้า ของเป็น เก่งกำไรแม่นยำ	ระดับความเหมาะสม		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม			
เพื่อให้สามารถจำแนกชนิด คุณภาพ และความสดของสัตว์น้ำในท้องถิ่นได้อย่างถูกต้อง	๓.๒๕	๐.๖๗	ปานกลาง
เพื่อประเมินราคาตลาดของสัตว์น้ำแต่ละชนิดได้อย่างสมเหตุสมผล	๔.๘๘	๐.๒๓	มากที่สุด
เพื่อคำนวณต้นทุน และคาดการณ์กำไรเบื้องต้นได้อย่างแม่นยำ	๒.๗๓	๐.๙๑	ปานกลาง
เพื่อสร้างความเข้าใจในหลักการตั้งราคาอย่างมีคุณธรรม	๓.๙๑	๐.๑๕	มาก
รวม	๓.๖๙	๐.๔๙	มาก
ประเด็นสำคัญการส่งเสริม			
การจำแนกชนิดสัตว์น้ำท้องถิ่น ลักษณะเด่น คุณค่าทางโภชนาการ และมูลค่าทางการตลาดของสัตว์น้ำที่พบในพื้นที่จังหวัดชลบุรี	๔.๕๖	๐.๗๘	มากที่สุด
เทคนิคการประเมินความสดและคุณภาพ การสังเกตลักษณะภายนอก และวิธีการเก็บรักษาเพื่อคงความสด	๒.๙๙	๐.๔๕	ปานกลาง
การติดตามราคาตลาด ปัจจัยที่มีผลต่อราคา และแหล่งข้อมูลราคาอ้างอิง	๓.๖๔	๐.๘๒	มาก
พื้นฐานการคำนวณต้นทุน รายการต้นทุนที่เกี่ยวข้องในการทำประมงและการค้าสัตว์น้ำ	๔.๓๒	๐.๐๙	มาก
หลักการตั้งราคาและประมาณการกำไร การคำนวณจุดคุ้มทุน การตั้งราคาขายที่เหมาะสมและยุติธรรม	๒.๖๑	๐.๕๙	ปานกลาง
รวม	๓.๖๒	๐.๕๕	มาก
กิจกรรมการส่งเสริม			
การอภิปราย "คุณธรรมการตั้งราคากับความซื่อสัตย์ต่อตนเองและลูกค้า"	๓.๘๕	๐.๓๖	มาก
รวม	๓.๘๕	๐.๓๖	มาก
ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม			
มีความมั่นใจในการคัดเลือกและประเมินคุณภาพสัตว์น้ำ	๔.๑๗	๐.๙๗	มาก
สามารถตั้งราคาขายได้อย่างเหมาะสม มีเหตุผล และยุติธรรม	๓.๐๘	๐.๒๑	ปานกลาง
เข้าใจโครงสร้างต้นทุนและสามารถวางแผนการเงินเบื้องต้นได้	๔.๗๒	๐.๗๓	มาก
เกิดเครือข่ายแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านคุณภาพและราคา	๒.๘๒	๐.๕๑	ปานกลาง

รวม	๓.๗๐	๐.๖๑	มาก
รวมทุกประเด็น	๓.๖๘	๐.๕๓	มาก

จากตารางที่ ๔.๒๔ พบว่า ผลการประเมินความเหมาะสมของแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านจักขุมารู้จักสินค้า คุณของเป็น เก่งกำไรแม่นยำ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๖๘) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ ($\bar{X}$ =๓.๖๙) ประเด็นสำคัญการส่งเสริม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ ($\bar{X}$ =๓.๖๒) กิจกรรมการส่งเสริม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ ($\bar{X}$ =๓.๘๕) และ ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ ($\bar{X}$ =๓.๗๐)

ตารางที่ ๔.๒๕ ผลการประเมินความเหมาะสมของแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านวิธูโร ซื้อง่าย ขายคล่อง ได้ใจลูกค้า

ด้านวิธูโร ซื้อง่าย ขายคล่อง ได้ใจลูกค้า	ระดับความเหมาะสม		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม			
เพื่อให้รู้จักช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้	๓.๑๒	๐.๘๘	ปานกลาง
เพื่อให้เข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มต่างๆ	๔.๙๕	๐.๑๙	มากที่สุด
เพื่อให้สามารถวางแผนการจัดหาและจำหน่ายสัตว์น้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดความสูญเสีย	๒.๖๘	๐.๖๒	ปานกลาง
เพื่อส่งเสริมทักษะการสื่อสาร การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และการบริการลูกค้าด้วยใจบนพื้นฐานของคุณธรรม	๓.๘๑	๐.๓๑	มาก
รวม	๓.๖๔	๐.๕๐	มาก
ประเด็นสำคัญการส่งเสริม			
การวิเคราะห์ตลาดและลูกค้า ใครคือลูกค้าของเรา เขาต้องการอะไร ซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อไหร่	๔.๔๕	๐.๙๔	มาก
ช่องทางการจัดจำหน่าย ตลาดสด การขายตรง การขายส่ง การขายออนไลน์ เพื่อการสร้างเครือข่ายร้านอาหาร	๓.๐๓	๐.๐๗	ปานกลาง
การบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างง่าย การวางแผนการรับซื้อ การจับสัตว์น้ำให้สอดคล้องกับการขาย	๓.๗๖	๐.๕๕	มาก
เทคนิคการสื่อสารและการบริการ การพูดคุยสอบถามความต้องการ การแนะนำสินค้า การรับฟังข้อเสนอแนะ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	๔.๒๓	๐.๒๔	มาก

ด้านวิธูโร ซื้อง่าย ขายคล่อง ได้ใจลูกค้า	ระดับความเหมาะสม		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
การสร้างค่านาเชื่อถือกับลูกค้า ความซื่อสัตย์ ความตรงต่อเวลา คุณภาพ สม่ำเสมอ การรักษาคำพูด	๒.๕๙	๐.๗๙	ปานกลาง
รวม	๓.๖๑	๐.๕๒	มาก
กิจกรรมการส่งเสริม			
การอธิบาย เรื่อง "การขยายตลาดอย่างไรให้ยั่งยืน ด้วยความซื่อสัตย์และ บริการที่ดี เพื่อสร้างลูกค้าประจำ"	๓.๙๒	๐.๔๓	มาก
รวม	๓.๙๒	๐.๔๓	มาก
ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม			
มองเห็นช่องทางในการขยายตลาดหรือเพิ่มประสิทธิภาพการขายในช่องทาง เดิม	๔.๑๑	๐.๙๘	มาก
เข้าใจลูกค้ามากขึ้นและสามารถตอบสนองความต้องการได้ดีขึ้น	๓.๑๘	๐.๑๑	ปานกลาง
มีการจัดการสินค้าที่ดีขึ้น ลดความเสียหาย	๔.๖๗	๐.๖๘	มาก
มีทักษะในการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ทำให้เกิดความ ไว้วางใจและเป็นลูกค้าประจำ	๒.๘๕	๐.๓๙	ปานกลาง
รวม	๓.๗๐	๐.๕๔	มาก
รวมทุกประเด็น	๓.๖๗	๐.๕๑	มาก

จากตารางที่ ๔.๒๕ พบว่า ผลการประเมินความเหมาะสมของแนวทางการส่งเสริมเครือข่าย
เศรษฐกิจชุมชนฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านวิธูโร ซื้อง่าย
ขายคล่อง ได้ใจลูกค้า มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๖๑) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า
วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๖๔) ประเด็นสำคัญการ
ส่งเสริม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๖๑) กิจกรรมการส่งเสริม มีความเหมาะสมอยู่ใน
ระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๙๒) และ ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๗๐)

ตารางที่ ๔.๒๖ ผลการประเมินความเหมาะสมของแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจ
คุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้าน
นิสสัยสัมปโน สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย

ด้านนิสสัยสัมปโน สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย	ระดับความเหมาะสม		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม			
เพื่อให้ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความน่าเชื่อถือทางการเงินและทางสังคม	๓.๔๕	๐.๔๗	ปานกลาง
เพื่อให้เรียนรู้วิธีการบันทึกรายรับ-รายจ่ายอย่างง่าย เพื่อให้เห็นสถานะทางการเงินของตนเอง	๔.๙๒	๐.๙๓	มาก
เพื่อให้รู้จักแหล่งทุนที่อาจเข้าถึงได้ในชุมชนหรือจากหน่วยงานภายนอก	๒.๖๓	๐.๒๒	ปานกลาง
เพื่อส่งเสริมทัศนคติและพฤติกรรมที่นำไปสู่ความไว้วางใจจากแหล่งทุนและลูกค้า	๓.๘๘	๐.๗๖	มาก
รวม	๓.๗๒	๐.๖๐	มาก
ประเด็นสำคัญการส่งเสริม			
ความสำคัญของความน่าเชื่อถือ ทำไมความซื่อสัตย์และตรงต่อเวลาจึงสำคัญในการทำธุรกิจและการเงิน	๔.๕๑	๐.๑๕	มาก
การทำบัญชีธุรกิจอย่างง่าย การจดบันทึกรายรับ รายจ่าย เพื่อการวางแผนและแสดงสถานะการเงิน	๒.๘๗	๐.๘๙	ปานกลาง
การวางแผนทางการเงินเบื้องต้น การตั้งเป้าหมาย การออม การประเมินความต้องการเงินทุน	๓.๗๑	๐.๓๘	มาก
การเข้าถึงแหล่งทุนในชุมชนและภาครัฐ กลุ่มสัจจะออมทรัพย์ กองทุนหมู่บ้าน สหกรณ์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โครงการช่วยเหลือจากภาครัฐ	๔.๒๙	๐.๖๑	มาก
การเตรียมความพร้อมในการขอสินเชื่อ/การสนับสนุน ต้องมีข้อมูลอะไรบ้าง? จะนำเสนออย่างไรให้น่าเชื่อถือ?	๒.๕๕	๐.๐๕	ปานกลาง
รวม	๓.๕๙	๐.๔๒	มาก
กิจกรรมการส่งเสริม			
การอภิปราย เรื่อง “เทคนิคการเลือกซื้ออาหารทะเล”	๓.๙๕	๐.๙๗	มาก
รวม	๓.๙๕	๐.๙๗	มาก
ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม			
เห็นความสำคัญและเริ่มลงมือบันทึกข้อมูลทางการเงินของตนเอง	๔.๑๙	๐.๕๔	มาก

ด้านนิสยสัมปโน สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย	ระดับความเหมาะสม		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งทุนต่างๆ ที่อาจเข้าถึงได้	๓.๑๑	๐.๒๙	ปานกลาง
รู้แนวทางในการสร้างความน่าเชื่อถือเพื่อให้เข้าถึงโอกาสทางการเงินได้ง่ายขึ้น	๔.๗๘	๐.๘๑	มาก
เกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริหารจัดการเงินอย่างมีคุณธรรมและความรับผิดชอบ	๓.๖๒	๐.๑๘	มาก
รวม	๓.๙๓	๐.๔๖	มาก
รวมทุกประเด็น	๓.๗๕	๐.๕๒	มาก

จากตารางที่ ๔.๒๖ พบว่า ผลการประเมินความเหมาะสมของแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ด้านนิสยสัมปโน สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.75$) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.72$) ประเด็นสำคัญการส่งเสริม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.59$) กิจกรรมการส่งเสริม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$) และ ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$)

๔.๓.๓ สรุปแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะดำเนินการสรุปแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ฉบับสมบูรณ์ ภายหลังจากการประเมินความเหมาะสมของแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว ประเด็นการประเมินในข้อใดมีค่าคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่า ๓.๕๐ จะถูกตัดทิ้ง และคงไว้เฉพาะประเด็นการประเมินที่มีค่าคะแนนมากกว่า ๓.๕๐ จากนั้นจึงทำการจัดทำแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ในรูปแบบการพรรณนาบรรยายความ ดังนี้

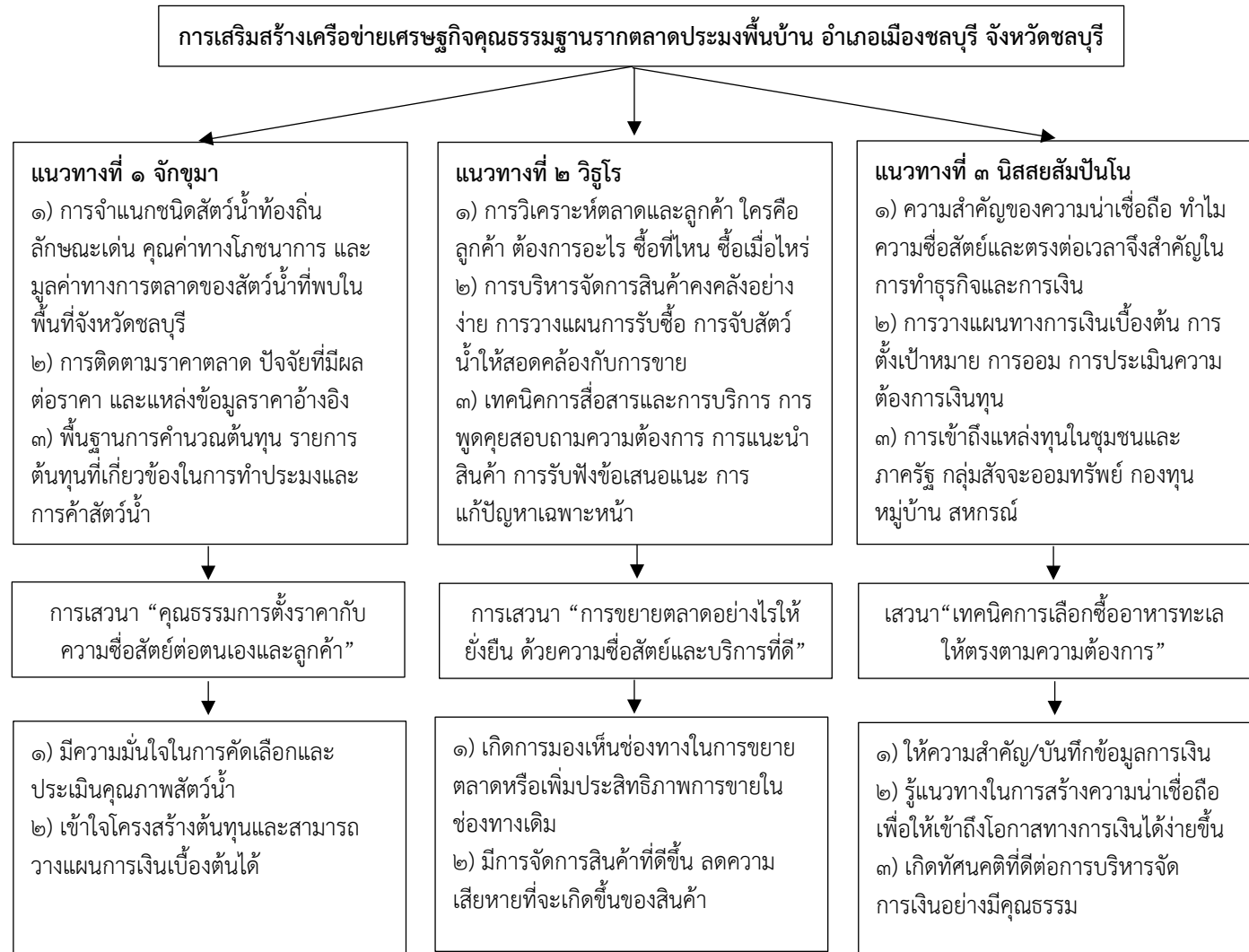
แนวทางที่ ๑ จักขุมารู้จักสินค้า ของที่เป็น เก่งกำไรแม่นยำ มุ่งเน้นความสามารถในการจำแนกชนิด คุณภาพ และความสดของสัตว์น้ำในท้องถิ่นได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งประเมินราคาตลาดของสัตว์น้ำแต่ละชนิดได้อย่างสมเหตุสมผล และสร้างความเข้าใจในหลักการตั้งราคาอย่างมีคุณธรรม โดยมีประเด็นที่สำคัญ คือ ๑) การจำแนกชนิดสัตว์น้ำท้องถิ่น ลักษณะเด่น คุณค่าทางโภชนาการ และมูลค่าทางการตลาดของสัตว์น้ำที่พบในพื้นที่จังหวัดชลบุรี ๒) การติดตามราคาตลาด ปัจจัยที่มีผลต่อราคา และแหล่งข้อมูลราคาอ้างอิง ๓) พื้นฐานการคำนวณต้นทุน รายการต้นทุนที่เกี่ยวข้องในการทำประมงและการค้าสัตว์น้ำ มีกิจกรรมที่สนับสนุนแนวทางคือ การอภิปรายในเรื่องคุณธรรมการตั้งราคา

กับความซื่อสัตย์ต่อตนเองและลูกค้า และสามารถวัดผลการดำเนินการได้จาก ๑) มีความมั่นใจในการคัดเลือกและประเมินคุณภาพสัตว์น้ำ และ ๒) เข้าใจโครงสร้างต้นทุนและสามารถวางแผนการเงินเบื้องต้นได้

แนวทางที่ ๒ วิธูโร ซื้อง่าย ขายคล่อง ได้ใจลูกค้า มุ่งเน้นให้เข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มต่างๆ และส่งเสริมทักษะการสื่อสาร การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และการบริการลูกค้าด้วยใจบนพื้นฐานของคุณธรรม โดยมีประเด็นที่สำคัญ คือ ๑) การวิเคราะห์ตลาดและลูกค้า ใครคือลูกค้า ต้องการอะไร ซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อไหร่ ๒) การบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างง่าย การวางแผนการรับซื้อ การจับสัตว์น้ำให้สอดคล้องกับการขาย และ ๓) เทคนิคการสื่อสารและการบริการ การพูดคุยสอบถามความต้องการ การแนะนำสินค้า การรับฟังข้อเสนอแนะ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า มีกิจกรรมที่สนับสนุนแนวทางคือ การอภิปราย เรื่องการขายตลาดอย่างไรให้ยั่งยืน ด้วยความซื่อสัตย์และบริการที่ดี เพื่อสร้างลูกค้าประจำ และสามารถวัดผลการดำเนินการได้จาก ๑) เกิดการมองเห็นช่องทางในการขายตลาดหรือเพิ่มประสิทธิภาพการขายในช่องทางเดิม และ ๒) มีการจัดการสินค้าที่ดีขึ้น ลดความเสียหายที่จะเกิดขึ้นของสินค้า

แนวทางที่ ๓ นิสสัยสัมปันโน สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย มุ่งเน้นการเรียนรู้วิธีการบันทึกรายรับ-รายจ่ายอย่างง่าย เพื่อให้เห็นสถานะทางการเงินของตนเอง และส่งเสริมทัศนคติและพฤติกรรมที่นำไปสู่ความไว้วางใจจากแหล่งทุนและคู่ค้า โดยมีประเด็นที่สำคัญ คือ ๑) ความสำคัญของความน่าเชื่อถือ ทำไมความซื่อสัตย์และตรงต่อเวลาจึงสำคัญในการทำธุรกิจและการเงิน ๒) การวางแผนทางการเงินเบื้องต้น การตั้งเป้าหมาย การออม การประเมินความต้องการเงินทุน และ ๓) การเข้าถึงแหล่งทุนในชุมชนและภาครัฐ กลุ่มสัจจะออมทรัพย์ กองทุนหมู่บ้าน สหกรณ์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โครงการช่วยเหลือจากภาครัฐ มีกิจกรรมที่สนับสนุนแนวทางคือ การอภิปราย เรื่อง “เทคนิคการเลือกซื้ออาหารทะเล” และสามารถวัดผลการดำเนินการได้จาก ๑) เห็นความสำคัญและเริ่มลงมือบันทึกข้อมูลทางการเงินของตนเอง ๒) รู้แนวทางในการสร้างความน่าเชื่อถือเพื่อให้เข้าถึงโอกาสทางการเงินได้ง่ายขึ้น และ ๓) เกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริหารจัดการเงินอย่างมีคุณธรรมและความรับผิดชอบ

๔.๔ องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย



บทที่ ๕

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ ดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์เฉพาะ มีระยะดังนี้ ระยะที่ ๑ การศึกษาความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ระยะที่ ๒ การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ระยะที่ ๓ การนำเสนอและประเมินการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี การดำเนินการวิจัย เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) แบ่งเป็น ๓ ระยะ ดังนี้

ระยะที่ ๑ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ แจกแบบสอบถามกับผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จำนวน ๒๓๕ ชุด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นโดยใช้เทคนิค Modified Priority Need Index (PNI_{Modified})

ระยะที่ ๒ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ จากการเก็บข้อมูลเชิงลึก จำนวน ๙ คน และการสนทนากลุ่ม จำนวน ๕ คน วิเคราะห์ข้อเสนอแนะ บทสัมภาษณ์ ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และผู้ทรงคุณวุฒิ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ระยะที่ ๓ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยการให้ความรู้ ๑๐ ชั่วโมง แก่ผู้มีส่วนได้เสีย จำนวน ๓๐ คน ซึ่งมีการเก็บแบบสอบถามก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่า t-test สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์นี้ กำหนดไว้ที่ระดับ .๐๕ หรือ ความเชื่อมั่นเท่ากับ ๙๕% จากนั้นทำการประเมินความเหมาะสมของแนวทางการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ทั้งนี้ การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยจะรายงานตามลำดับ ดังนี้

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

๕.๒ อภิปรายผลการวิจัย

๕.๓ ข้อเสนอแนะการวิจัย

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๑ ศึกษาความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ แจกแบบสอบถามกับผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จำนวน ๒๓๕ ชุด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นโดยใช้เทคนิค Modified Priority Need Index (PNI_{Modified}) ผลการวิจัยพบว่า

๑) สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=๒.๕๔$) โดยด้านที่มีระดับการปฏิบัติมากที่สุด คือ ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ($\bar{X}=๒.๖๑$) รองลงมาคือ ด้านการรับรู้มุมมองด้วยกัน ($\bar{X}=๒.๕๗$) และระดับการปฏิบัติต่ำที่สุดคือ ด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน ($\bar{X}=๒.๔๗$) ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๔.๑๖$) โดยด้านที่มีสภาพที่พึงประสงค์มากที่สุด คือ ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ($\bar{X}=๔.๒๕$) รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย ($\bar{X}=๔.๒๐$) และสภาพที่พึงประสงค์ต่ำที่สุดคือ ด้านการรับรู้มุมมองด้วยกัน ($\bar{X}=๔.๐๖$) ส่วนความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม ด้านที่มีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการส่งเสริมมากที่สุด ๓ อันดับแรก คือ ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย (PNI_{modified}=๐.๔๐๕), ด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน (PNI_{modified}=๐.๔๐๓) และ ด้านมีความสนใจร่วมกัน (PNI_{modified}=๐.๓๙๖)

๒) สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ด้านนิสยสัมพันธ์ พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่อาศัย ($\bar{X}=๒.๖๕$) โดยด้านที่มีระดับการปฏิบัติมากที่สุด คือ ($\bar{X}=๒.๗๗$) รองลงมาคือ ด้านจักขุมา ตาดี ($\bar{X}=๒.๖๑$) และระดับการปฏิบัติต่ำที่สุดคือ ด้านวิรุโร ชัดเจนธุรกิจ ($\bar{X}=๒.๕๘$) ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๔.๒๗$) โดยด้านที่มีสภาพที่พึงประสงค์มากที่สุด คือ ด้านนิสยสัมพันธ์ พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่อาศัย ($\bar{X}=๔.๒๘$) รองลงมาคือ ด้านวิรุโร ชัดเจนธุรกิจ ($\bar{X}=๔.๒๗$) และสภาพที่พึงประสงค์ต่ำที่สุดคือ ด้านจักขุมา ตาดี ($\bar{X}=๔.๒๕$) ส่วนความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม ด้านที่มีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการส่งเสริมมากที่สุด ๓ อันดับแรก คือ ด้านวิรุโร

ชัดเจนธุรกิจ ($PNI_{modified}=0.396$), ด้านจักขุมา ตาดี ($PNI_{modified}=0.396$) และ ด้านนิสยสัมปันโน พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่อาศัย ($PNI_{modified}=0.379$)

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๒ การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ จากการเก็บข้อมูลเชิงลึก จำนวน ๙ คน และการสนทนากลุ่ม จำนวน ๕ คน วิเคราะห์ข้อเสนอแนะ บทสัมภาษณ์ ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และผู้ทรงคุณวุฒิ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี มีอยู่ ๓ แนวทาง คือ

แนวทางที่ ๑ จักขุมา รู้จักสินค้า คุณของเป็น เก่งกำไรแม่นยำ มุ่งเน้นความสามารถในการจำแนกชนิด คุณภาพ และความสดของสัตว์น้ำในท้องถิ่นได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งประเมินราคาตลาดของสัตว์น้ำแต่ละชนิดได้อย่างเหมาะสมที่สุด และสร้างความเข้าใจในหลักการตั้งราคาอย่างมีคุณธรรม โดยมีประเด็นที่สำคัญ คือ ๑) การจำแนกชนิดสัตว์น้ำท้องถิ่น ลักษณะเด่น คุณค่าทางโภชนาการ และมูลค่าทางการตลาดของสัตว์น้ำที่พบในพื้นที่จังหวัดชลบุรี ๒) การติดตามราคาตลาดปัจจัยที่มีผลต่อราคา และแหล่งข้อมูลราคาอ้างอิง ๓) พื้นฐานการคำนวณต้นทุน รายการต้นทุนที่เกี่ยวข้องในการทำประมงและการค้าสัตว์น้ำ มีกิจกรรมที่สนับสนุนแนวทางคือ การอภิปรายในเรื่องคุณธรรมการตั้งราคากับความซื่อสัตย์ต่อตนเองและลูกค้า และสามารถวัดผลการดำเนินการได้จาก ๑) มีความมั่นใจในการคัดเลือกและประเมินคุณภาพสัตว์น้ำ และ ๒) เข้าใจโครงสร้างต้นทุนและสามารถวางแผนการเงินเบื้องต้นได้

แนวทางที่ ๒ วิธูโร ซื้อง่าย ขายคล่อง ได้ใจลูกค้า มุ่งเน้นให้เข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มต่างๆ และส่งเสริมทักษะการสื่อสาร การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และการบริการลูกค้าด้วยใจบนพื้นฐานของคุณธรรม โดยมีประเด็นที่สำคัญ คือ ๑) การวิเคราะห์ตลาดและลูกค้า ใครคือลูกค้า ต้องการอะไร ซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อไหร่ ๒) การบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างง่าย การวางแผนการรับซื้อ การจับสัตว์น้ำให้สอดคล้องกับการขาย และ ๓) เทคนิคการสื่อสารและการบริการ การพูดคุยสอบถามความต้องการ การแนะนำสินค้า การรับฟังข้อเสนอแนะ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า มีกิจกรรมที่สนับสนุนแนวทางคือ การอภิปราย เรื่องการขายตลาดอย่างไรให้ยั่งยืน ด้วยความซื่อสัตย์และบริการที่ดี เพื่อสร้างลูกค้าประจำ และสามารถวัดผลการดำเนินการได้จาก ๑) เกิดการมองเห็นช่องทางในการขยายตลาดหรือเพิ่มประสิทธิภาพการขายในช่องทางเดิม และ ๒) มีการจัดการสินค้าที่ดีขึ้น ลดความเสียหายที่จะเกิดขึ้นของสินค้า

แนวทางที่ ๓ นิสยสัมปันโน สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย มุ่งเน้นการเรียนรู้วิธีการบันทึกรายรับ-รายจ่ายอย่างง่าย เพื่อให้เห็นสถานะทางการเงินของตนเอง และส่งเสริมทัศนคติและพฤติกรรมที่นำไปสู่ความไว้วางใจจากแหล่งทุนและลูกค้า โดยมีประเด็นที่สำคัญ คือ ๑) ความสำคัญของความน่าเชื่อถือ ทำไมความซื่อสัตย์และตรงต่อเวลาจึงสำคัญในการทำธุรกิจและการเงิน ๒) การวางแผนทางการเงินเบื้องต้น การตั้งเป้าหมาย การออม การประเมินความต้องการเงินทุน และ ๓) การเข้าถึงแหล่งทุนในชุมชนและภาครัฐ กลุ่มสัจจะออมทรัพย์ กองทุนหมู่บ้าน

สหกรณ์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โครงการช่วยเหลือจากภาครัฐ มีกิจกรรมที่สนับสนุนแนวทางคือ การอภิปราย เรื่อง “เทคนิคการเลือกซื้ออาหารทะเล” และสามารถวัดผลการดำเนินการได้จาก ๑) เห็นความสำคัญและเริ่มลงมือบันทึกข้อมูลทางการเงินของตนเอง ๒) รู้แนวทางในการสร้างความน่าเชื่อถือเพื่อให้เข้าถึงโอกาสทางการเงินได้ง่ายขึ้น และ ๓) เกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริหารจัดการเงินอย่างมีคุณธรรมและความรับผิดชอบ

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๓ การนำเสนอและประเมินการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยการให้ความรู้ ๑๐ ชั่วโมง แก่ผู้มีส่วนได้เสีย จำนวน ๓๐ คน ซึ่งมีการเก็บแบบสอบถามก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่า t-test สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์นี้ กำหนดไว้ที่ระดับ .๐๕ หรือ ความเชื่อมั่นเท่ากับ ๙๕% จากนั้นทำการประเมินความเหมาะสมของแนวทางการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า

๑) ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความรู้ก่อนและหลังการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีค่าเฉลี่ยความรู้ก่อนการส่งเสริม อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=๒.๓๑$) และมีค่าเฉลี่ยความรู้หลังการส่งเสริม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๓.๙๘$) โดยมีค่าเฉลี่ยของความก้าวหน้าทางการส่งเสริมเพิ่มขึ้นอยู่ที่ ๑.๖๗ เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ด้านจักขุมารู้จักสินค้า ดูของเป็น เก่งกำไรแม่นยำ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีค่าเฉลี่ยความรู้ก่อนการส่งเสริม อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=๒.๐๗$) และมีค่าเฉลี่ยความรู้หลังการส่งเสริม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๔.๓๒$) โดยมีค่าเฉลี่ยของความก้าวหน้าทางการส่งเสริมเพิ่มขึ้นอยู่ที่ ๒.๒๕, ด้านวิรุโร ชื่อง่าย ขายคล่อง ได้ใจลูกค้า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีค่าเฉลี่ยความรู้ก่อนการส่งเสริม อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=๒.๙๕$) และมีค่าเฉลี่ยความรู้หลังการส่งเสริม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๔.๐๔$) โดยมีค่าเฉลี่ยของความก้าวหน้าทางการส่งเสริมเพิ่มขึ้นอยู่ที่ ๑.๐๙ และด้านนิสสยสัมปันโน สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีค่าเฉลี่ยความรู้ก่อนการส่งเสริม อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=๑.๙๒$) และมีค่าเฉลี่ยความรู้หลังการส่งเสริม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๓.๕๙$) โดยมีค่าเฉลี่ยของความก้าวหน้าทางการส่งเสริมเพิ่มขึ้นอยู่ที่ ๑.๖๗ ส่วนการทดสอบคะแนนของผู้เข้าร่วมกิจกรรม มีคะแนนเฉลี่ยความรู้ก่อนส่งเสริมอยู่ที่ ๒.๓๑ คะแนน และมีคะแนนความรู้เฉลี่ยหลังส่งเสริมอยู่ที่ ๓.๙๘ คะแนน เมื่อเปรียบเทียบระหว่างคะแนนสอบทั้งสองครั้ง พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้หลังส่งเสริมสูงกว่าก่อนเข้าส่งเสริมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑

๒) แนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๓.๗๐$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีความเหมาะสมมากที่สุด คือ ด้านนิสสยสัมปันโน สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย ($\bar{X}=๓.๗๕$) รองลงมาคือ ด้านจักขุมารู้จักสินค้า ดูของเป็น เก่งกำไรแม่นยำ ($\bar{X}=๓.๖๘$) และน้อยที่สุดคือ ด้านวิรุโร ชื่อง่าย ขายคล่อง ได้ใจลูกค้า ($\bar{X}=๓.๖๗$) ตามลำดับ เมื่อแยกอธิบายเป็นรายด้านพบว่า ด้านจักขุมารู้จักสินค้า ดูของเป็น เก่งกำไรแม่นยำ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๓.๖๘$) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม

มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ ($\bar{X}=3.69$) ประเด็นสำคัญการส่งเสริม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ ($\bar{X}=3.62$) กิจกรรมการส่งเสริม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ ($\bar{X}=3.85$) และ ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ ($\bar{X}=3.70$), ด้านวิธวิธี ใช้ง่าย ขยายคล่อง ได้ใจลูกค้า มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.67$) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.64$) ประเด็นสำคัญการส่งเสริม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.61$) กิจกรรมการส่งเสริม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.92$) และ ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.70$) และ ด้านนิสสัยสัมพันธ์โนสร้างที่น่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.75$) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.72$) ประเด็นสำคัญการส่งเสริม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.59$) กิจกรรมการส่งเสริม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$) และ ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$)

๕.๒ อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๑ ศึกษาความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ๑) ความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม ด้านที่มีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการส่งเสริมมากที่สุด ๓ อันดับแรก คือ ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย ($PNI_{modified}=0.405$), ด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน ($PNI_{modified}=0.403$) และ ด้านมีความสนใจร่วมกัน ($PNI_{modified}=0.396$) และ ๒) ความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดชุมชนประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม ด้านที่มีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการส่งเสริมมากที่สุด ๓ อันดับแรก คือ ด้านวิธวิธี จัดเจนธุรกิจ ($PNI_{modified}=0.396$), ด้านจักขุมา ตาดี ($PNI_{modified}=0.386$) และ ด้านนิสสัยสัมพันธ์โน พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่อาศัย ($PNI_{modified}=0.379$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ **วิโรจน์ หล้าสกุล*** ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการทรัพยากรประมง ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและจุดอ่อนสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการทรัพยากรประมง คือ รัฐจัดการแต่เพียงฝ่ายเดียว ไม่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการเท่าที่ควร ส่งผลให้เกิดความเสื่อมโทรมและความขัดแย้งในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรประมงตลอดจนพบปัญหาสิทธิแห่งกฎหมายดังกล่าวยังไม่มีผลสอดคล้อง กับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักร

* วิโรจน์ หล้าสกุล. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการทรัพยากรประมง. **ดัชนีนิพนธ์นิติศาสตร์ดัชนีบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๖๖). หน้า บทคัดย่อ.

ไทย พ.ศ. ๒๕๔๐ ที่บัญญัติรับรองสิทธิของประชาชนและชุมชนท้องถิ่น ในการมีส่วนร่วมจัดการทรัพยากรธรรมชาติร่วมกับภาครัฐ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ **ประคอง สุคนธจิตต์, สุนันทา งามเดโช และ ดาวพันธ์ เฉลยพงษ์**^๒ ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการ เศรษฐกิจชุมชน ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารจัดการ เศรษฐกิจชุมชน ทั้งภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการวางแผน ด้านการรับผลประโยชน์ด้านการค้นหาปัญหา ด้านการติดตามผลและด้านการดำเนินการ ตามลำดับ ทั้งนี้ในทางทัศนะของผู้วิจัยมองว่า สะท้อนถึงความสำเร็จบางของโครงสร้างชุมชน การมีส่วนร่วมน้อยอาจเกิดจากความไม่ไว้วางใจในระบบหรือผู้นำชุมชน ขาดการสื่อสารที่โปร่งใส หรือไม่เห็นผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมจากการมีส่วนร่วมในอดีต ซึ่งส่งผลให้ประชาชนรู้สึก “ไม่มีส่วนได้ส่วนเสีย” กับเครือข่ายดังกล่าว ซึ่งชาวประมงหรือประชาชนทั่วไป อาจไม่เข้าใจว่าการมีส่วนร่วมจะช่วยยกระดับรายได้หรือความมั่นคงในอาชีพอย่างไร อีกทั้งยังอาจขาดทักษะในการบริหารจัดการเครือข่าย หรือไม่เคยได้รับการอบรมด้านการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากแบบมีส่วนร่วม ในหลายชุมชน ชาวประมงต้องใช้เวลาในการทำงานหนักทุกวัน อาจไม่มีเวลาหรือแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่าย ซึ่งทำให้การขับเคลื่อนกลุ่มหรือกิจกรรมพัฒนาเศรษฐกิจสะดุด

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๒ การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า แนวทางที่ ๑ จักขุมา รู้จักสินค้า ดูของเป็น เก่งกำไรแม่นยำ มุ่งเน้นความสามารถในการจำแนกชนิด คุณภาพ และความสดของสัตว์น้ำในท้องถิ่น ได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งประเมินราคาตลาดของสัตว์น้ำแต่ละชนิดได้อย่างสมเหตุสมผล และสร้างความเข้าใจในหลักการตั้งราคาอย่างมีคุณธรรม, แนวทางที่ ๒ วิธูโร ซื้อง่าย ขายคล่อง ได้ใจลูกค้า มุ่งเน้นให้เข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ และส่งเสริมทักษะการสื่อสาร การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และการบริการลูกค้าด้วยใจบนพื้นฐานของคุณธรรม และแนวทางที่ ๓ นิสสยสัมพันธ์ดี สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย มุ่งเน้นการเรียนรู้วิธีการบันทึกรายรับ-รายจ่ายอย่างง่าย เพื่อให้เห็นสถานะทางการเงินของตนเอง และส่งเสริมทัศนคติและพฤติกรรมที่นำไปสู่ความไว้วางใจจากแหล่งทุนและคู่ค้า **สอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศ์เทพ แก้วเสถียร**^๓ ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มประมงพื้นบ้านสู่การสร้างเครือข่าย ชุมชนการจัดการทรัพยากรบึงขุนทะเล ตำบลขุนทะเล อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ๑) แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มประมง พื้นบ้านคือ การพัฒนาและยกระดับความรู้ความสามารถ เพื่อเกิดการยกระดับไปสู่การสร้าง อาชีพและรายได้เสริม มีการสร้างเครือข่ายร่วมกับสถาบันการศึกษาเพื่อยกระดับและพัฒนา กลุ่มประมงพื้นบ้านในการจัดการทรัพยากรร่วมกัน การพัฒนาศักยภาพภูมิปัญญา คือ การ

^๒ ประคอง สุคนธจิตต์, สุนันทา งามเดโช และ ดาวพันธ์ เฉลยพงษ์, การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการ เศรษฐกิจชุมชน. **วารสารร่วมพลัง มหาวิทยาลัยเกริก**, ปีที่ ๓๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - เมษายน ๒๕๖๑) : ๑๘๒ - ๒๐๐.

^๓ พงศ์เทพ แก้วเสถียร. แนวทางการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มประมงพื้นบ้านสู่การสร้างเครือข่าย ชุมชนการจัดการทรัพยากรบึงขุนทะเล ตำบลขุนทะเล อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. **วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม**, ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๖๔) : ๑๙ - ๓๕.

รวมกลุ่มสร้างอาชีพ สร้างรายได้โดยทำเครื่องมือประมงพื้นบ้านและร่วมกันสืบทอด และ ๒) แนวทางการสร้างเครือข่ายชาวประมงพื้นบ้านคือ การทำงานในรูปแบบการสร้างเครือข่าย การจัดการทรัพยากรชุมชนด้วยการประสานความร่วมมือ ได้แก่ ประมงพื้นบ้าน ชุมชน ผู้นำ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น วัด และสถาบันการศึกษา โดยรูปแบบการจัดการทรัพยากร ร่วมเพื่อสร้างพื้นที่เรียนรู้อนุรักษ์ทรัพยากรชุมชน มีการถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์การดูแล การอนุรักษ์ให้กับทุกคนที่ต้องการเข้ามาเรียนรู้ และแนวทางการจัดการพื้นที่อนุรักษ์ทรัพยากร ชุมชนคือ การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมกับเครือข่ายชุมชนในการจัดการทรัพยากรเพื่อให้ ชุมชนเข้มแข็ง พัฒนาไปสู่การสร้างความมั่นคงทางอาหารของชุมชน และความยั่งยืนของ ทรัพยากรในชุมชน ทั้งนี้ในทางทัศนะของผู้วิจัยมองว่า การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมในตลาดประมงพื้นบ้านเป็นแนวทางที่ “มีหัวใจของชุมชน” อยู่ตรงกลาง และสามารถสะท้อนถึงการพัฒนาที่ “คนในพื้นที่มีศักดิ์ศรี” ไม่ใช่แค่เป็นกลไกทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ และความเอื้อเฟื้อเกื้อกูลทำให้เกิดความไว้วางใจและความยั่งยืนมากกว่าการเน้นผลกำไรเพียงอย่างเดียว การมีเครือข่ายช่วยลดความโดดเดี่ยวทางเศรษฐกิจ เปิดโอกาสให้สมาชิกช่วยเหลือกันและกัน เกิดการแบ่งปันทรัพยากร แรงงาน และองค์ความรู้ ทั้งนี้ประมงพื้นบ้านไม่ใช่แค่อาชีพ แต่คือวัฒนธรรม การดำรงชีวิต และภูมิปัญญา การใส่ “คุณธรรม” ลงไปในเครือข่ายจึงทำให้การพัฒนานั้นไม่ขัดกับวิถีเดิม

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๓ การนำเสนอและประเมินการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ๑) ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความรู้ก่อนและหลังการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม พบว่า การทดสอบคะแนนของผู้เข้าร่วมกิจกรรม มีคะแนนเฉลี่ยความรู้ก่อนส่งเสริมอยู่ที่ ๒.๓๑ คะแนน และมีคะแนนความรู้เฉลี่ยหลังส่งเสริมอยู่ที่ ๓.๔๘ คะแนน เมื่อเปรียบเทียบระหว่างคะแนนสอบทั้งสองครั้ง พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้หลังส่งเสริมสูงกว่าก่อนเข้าส่งเสริมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ ๒) แนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๗๐) สอดคล้องกับงานวิจัยของ สลิล ชื่นโรจน์^๔ ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาชุมชนเกษตร-ประมงในพื้นที่อำเภอติดชายทะเลจังหวัดชลบุรีเป็นชุมชนนวัตกรรมและสร้างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม ด้วยเทคโนโลยีชีวภาพ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ การบริหารทางการเงิน และการจัดการทรัพยากรท้องถิ่น พบว่า ภายหลังจากการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้จำนวน ๒ ศูนย์ ได้แก่ ศูนย์เรียนรู้การท่องเที่ยวทางทะเล ที่ตำบลอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี และศูนย์เรียนรู้เกษตรแปรรูปสมัยใหม่ ที่ตำบลนาจอมเทียน อำเภอสัตหีบ ส่งผลให้เกิดการสร้างอาชีพให้กับชุมชน สร้างรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคิดเป็นผลตอบแทนทางสังคมประมาณ ๓๖ ล้านบาทภายในระยะเวลา ๕ ปี และผลงานวิจัยสามารถนำไปใช้ในการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดชลบุรี และขยายผลในโครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบลสร้างรากแก้วให้ประเทศได้

^๔ สลิล ชื่นโรจน์. การพัฒนาชุมชนเกษตร-ประมงในพื้นที่อำเภอติดชายทะเลจังหวัดชลบุรีเป็นชุมชนนวัตกรรมและสร้างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม ด้วยเทคโนโลยีชีวภาพ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ การบริหารทางการเงิน และการจัดการทรัพยากรท้องถิ่น, (ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๖๓), หน้า บทคัดย่อ.

นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่ากระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมที่สุดในการสร้างชุมชนนวัตกรรม คือ กระบวนการเรียนรู้ที่ให้ชุมชนเป็นศูนย์กลางแล้วมหาวิทยาลัยสร้างองค์ความรู้และเทคโนโลยีร่วมกับชุมชน ร่วมกับการสร้างเครือข่ายและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งจะช่วยให้เกิดความยั่งยืนในการสร้างนวัตกรรมชุมชน และสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์และบริการในรูปแบบของนวัตกรรมชุมชนต่อไป ทั้งนี้ในทางทัศนะของผู้วิจัยมองว่า ค่าประเมินระดับมากหมายถึง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมองว่าแนวทางนี้ เหมาะสมกับบริบทของชุมชน ทั้งในแง่ของวัฒนธรรม วิถีชีวิต และศักยภาพของคนในพื้นที่ แสดงให้เห็นว่า ชุมชนมี “จุดตั้งต้น” ที่ดีสำหรับการพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรม ระดับคะแนนที่สูงพอสมควร บ่งบอกว่า แนวทางที่เสนอสามารถนำไปใช้จริงได้ และมีความเป็นไปได้ที่จะขยายผลไปยังชุมชนประมงพื้นบ้านพื้นที่ใกล้เคียงหรือในจังหวัดอื่น ๆ ได้ในอนาคต หากมีการสนับสนุนอย่างเหมาะสม ทั้งนี้ผลประเมินระดับนี้ ยังสะท้อนว่าผู้ประเมินเห็นคุณค่าของการพัฒนาเศรษฐกิจที่ไม่เน้นเพียงผลกำไร แต่ผสานคุณธรรม เช่น ความซื่อสัตย์ ความโปร่งใส ความร่วมมือ และการแบ่งปัน ซึ่งเป็นหัวใจของความยั่งยืนทางสังคม

๕.๓ ข้อเสนอแนะการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จากผลการวิจัย ความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม ด้านที่มีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการส่งเสริมมากที่สุด ๓ อันดับแรก คือ ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย ด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน และ ด้านมีความสนใจร่วมกัน นำมาสู่ข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

๑. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรจัดตั้ง ศูนย์ประสานงานเครือข่ายประมงคุณธรรมเพื่อเป็นพื้นที่กลางในการประชุม พบปะ และแลกเปลี่ยน จัดเวทีประชาคม เปิดพื้นที่รับฟังความเห็นของชาวประมงพื้นบ้านอย่างสม่ำเสมอ โดยร่วมมือกับกลุ่มชาวประมง ผู้นำชุมชน และนักวิชาการท้องถิ่น และประสานกับหน่วยงานรัฐ

๒. กลุ่มชาวประมงพื้นบ้านและเครือข่าย ควรตั้งตัวแทนแกนนำเครือข่ายที่มีบทบาทในการรวบรวมความคิดเห็นของสมาชิก จัดกิจกรรมในเครือข่าย เช่น ตลาดนัดแบ่งปันผลผลิต พื้นที่แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เป็นต้น โดยการร่วมกับภาคประชาสังคม องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) และสถานศึกษาในพื้นที่

๓. หน่วยงานรัฐ หรือกรมประมง ควรออกนโยบายสนับสนุนการรวมกลุ่มของชาวประมง โดยเชื่อมโยงกับแหล่งทุน สวัสดิการ และการพัฒนาอาชีพ สนับสนุนงบประมาณสำหรับกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่ายในระดับจังหวัดและระดับภาค โดยทำงานร่วมกับองค์กรท้องถิ่น กลุ่มประมงพื้นบ้าน และภาคเอกชนเพื่อสร้างห่วงโซ่ตลาดแบบยั่งยืน

๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

๑. การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย โดยการจัดประชุม/เวทีรับฟังความคิดเห็นรายไตรมาส เพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกมีส่วนร่วมในวางแผนและตัดสินใจ ตั้งคณะทำงานเครือข่ายแบบหมุนเวียน ให้สมาชิกแต่ละกลุ่มได้สลับมารับบทบาทในการจัดการกิจกรรมต่าง ๆ และมอบหมายบทบาทเล็ก ๆ เช่น ตัวแทนประสานงานตลาด ตัวแทนฝึกอบรม หรือผู้ช่วยจัดกิจกรรม เพื่อให้สมาชิกทุกคนมีหน้าที่และความรับผิดชอบร่วมกัน

๒. การส่งเสริมการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน โดยการจัดตลาดนัดความรู้ ทุกเดือน ให้แต่ละกลุ่มหรือสมาชิกมาแลกเปลี่ยนเทคนิคการทำประมง การแปรรูป การขาย หรือแม้แต่การจัดการต้นทุน จับคู่เครือข่าย (Buddy Group) เช่น กลุ่มชาวประมงรุ่นใหม่กับรุ่นเก่า หรือกลุ่มชายฝั่งตะวันออกกับฝั่งตะวันตก เพื่อสร้างความสัมพันธ์และเรียนรู้ข้ามกลุ่ม และสร้างกลุ่มไลน์/เฟซบุ๊กของเครือข่าย เพื่อพูดคุย ถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนข้อมูลหรือแจ้งข่าวสารได้สะดวก

๓. การสร้างความสนใจร่วมกัน โดยการจัดทำแผนปฏิบัติการร่วมกัน แบบมีส่วนร่วม เช่น ตั้งเป้าหมายรายได้จากตลาด หรือโครงการปลอดสารพิษที่ทุกคนมีส่วนได้ส่วนเสีย จัดกิจกรรม CSR ของชุมชน เช่น ปลูกป่าชายเลนหรือเก็บขยะชายฝั่งร่วมกัน เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของพื้นที่ ออกแบบ แปรนตร์ร่วมของชุมชน เช่น สินค้าเครือข่ายประมงพื้นบ้านเมืองชล ช่วยสร้างความภาคภูมิใจและความผูกพันร่วม

๕.๓.๓ ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

๑. ควรศึกษา การพัฒนารูปแบบและกลไกการเสริมสร้างเครือข่ายที่สอดคล้องกับความต้องการจำเป็น เนื่องจากงานวิจัยได้ชี้ให้เห็นถึงความต้องการจำเป็นในด้านต่างๆ การต่อยอดคือการลงลึกในรายละเอียดเพื่อพัฒนารูปแบบและกลไกที่ชัดเจนและนำไปปฏิบัติได้จริง เพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านั้นอย่างตรงจุด โดยมุ่งเน้นในประเด็นสำคัญคือ การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วม ออกแบบกลไกการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน สร้างและส่งเสริมความสนใจร่วมกัน การพัฒนากลยุทธ์ การเสริมสร้างศักยภาพด้านธุรกิจ และการสร้างกลไกการเข้าถึงแหล่งทุน

๒. ควรศึกษา ผลกระทบของการเสริมสร้างเครือข่ายต่อผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยเมื่อมีการนำรูปแบบและกลไกการเสริมสร้างเครือข่ายไปปฏิบัติจริง การวัดผลกระทบ จะช่วยให้ทราบถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงาน รวมถึงผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในวงกว้าง ประเด็นที่น่าสนใจ คือ ผลกระทบต่อรายได้และกำไรของสมาชิก ผลกระทบต่อความเข้มแข็งของชุมชน ผลกระทบต่อการจัดการทรัพยากรประมงอย่างยั่งยืน และผลกระทบต่อความพึงพอใจและความผูกพันของสมาชิกต่อเครือข่าย

๓. ควรศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความยั่งยืนของเครือข่าย โดยทำความเข้าใจ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความยั่งยืนจะช่วยให้สามารถวางแผนและดำเนินงานได้อย่างมี

ประสิทธิภาพในระยะยาว มุ่งเน้นในเรื่องบทบาทของผู้นำเครือข่าย ความไว้วางใจและการสื่อสารในเครือข่าย การจัดการความขัดแย้งในเครือข่าย และการปรับตัวของเครือข่ายต่อการเปลี่ยนแปลงภายนอก

บรรณานุกรม

- กมล ลาพูน, นักวิเคราะห์การศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับการจัดบริการดูแลเด็กใน
โรงเรียนสาธิต ของสถาบันราชภัฏนักวิเคราะห์, **ปริญญานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต,**
บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, ๒๕๖๒.
- กฤษณา ศักดิ์ศรี, นักวิเคราะห์องค์การกับมนุษย์กับมนุษย์สัมพันธ์นักวิเคราะห์, กรุงเทพมหานคร :
อักษรวิทยา, ๒๕๓๔.
- กาญจนา รอดแก้ว ภูซังค์ เสนานุช และธรรรงค์ จันได้. การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยว กับนโยบายการ
พัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร : สำนักงาน
ศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ๒๕๖๓.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. การจัดการเครือข่าย : กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูป
การศึกษา. กรุงเทพมหานคร : ชัคเชสมิเดีย, ๒๕๔๓.
- คณะอนุกรรมการยุทธศาสตร์เศรษฐกิจฐานราก. **คู่มือการส่งเสริมการพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐาน**
ราก. กรุงเทพมหานคร : สำนักสนับสนุนขบวนการองค์กรชุมชน และสำนักสื่อสารการพัฒนา
สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน. ๒๕๕๙.
- ศุติยา आयुยืน. กลยุทธ์การพัฒนาสมรรถนะบุคลากรตามหลักพุทธธรรมของสถาบันพัฒนา ฝีมือ
แรงงานภาคใต้ตอนบน. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
๒๕๕๗.
- จตุพร เสถียรคง. กลยุทธ์แห่งความสำเร็จในการบริหารจัดการภาครัฐของไทย. ชลบุรี :
มหาวิทยาลัยบูรพา. ๒๕๕๗.
- จารีรัตน์ ปริกแก้ว และคณะ. **ภูมิปัญญาในวิถีชีวิตท้องถิ่นบุรีรัมย์.** กรุงเทพมหานคร : กรมส่งเสริม
การปกครองท้องถิ่น, ๒๕๔๔.
- จิรวรรณ จันทรปรารค์, นักวิเคราะห์ความต้องการพัฒนาตนเองนักวิเคราะห์, กรุงเทพมหานคร :
มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๖๐.
- ชาติชาย ณ เชียงใหม่. การมีส่วนร่วมของประชาชนและการสนับสนุนการพัฒนาขององค์กร
ประชาชน. กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๓๓.
- ชาติชาย ณ เชียงใหม่. การมีส่วนร่วมของประชาชนและการสนับสนุนการพัฒนาขององค์กร
ประชาชน. กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๓๓.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. **นักวิเคราะห์เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัยนักวิเคราะห์.** พิมพ์ครั้งที่ ๑๒,
กรุงเทพมหานคร : ไทเมรมิตกิจ อินเตอร์ โปรเกรสซิฟ, ๒๕๕๓.
- โชติ แยมแสง. กลยุทธ์การดำเนินงานสู่ความเป็นเลิศของสถานศึกษาปฐมวัยในจังหวัด ปทุมธานี.
กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. ๒๕๕๖.
- ณรงค์ อนุพันธ์ และ ยุทธนา พรคอนันต์. การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าประมงพื้นบ้านจันทบุรีและตราด
เชื่อมโยงการสร้างเครือข่ายตลาดเชิงพาณิชย์เพื่อการแข่งขันบนพื้นฐานการพึ่งพา
ตนเอง. จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, ๒๕๖๑.

- ถวัลย์ โปธิประสาท, นักวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาสถานศึกษาทั้งระบบนักวิเคราะห์,
กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, ๒๕๖๐.
- ทรงศักดิ์ ศรีวงษา. การบริหารเชิงกลยุทธ์ในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่
การศึกษาอุดรธานี. อุดรธานี : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. ๒๕๕๘.
- ชนพล มหากาล. ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารเชิงกลยุทธ์กับการบริหารงาน งบประมาณแบบ
มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา
ปทุมธานี เขต ๒. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ๒๕๕๗.
- นงนุช สุระเสน. การพัฒนากลยุทธ์การบริหารสถานศึกษา เพื่อรับรางวัลพระราชทานระดับ
การศึกษาขั้นพื้นฐาน. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรม
ราชูปถัมภ์. ๒๕๖๑.
- นฤมล นิราทร. การสร้างเครือข่ายการทำงานข้อควรพิจารณาบางประการ. กรุงเทพมหานคร :
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๓.
- นิติธร รุ่งเรือง . การศึกษารูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงาน
เขตพื้นที่การศึกษาเลยเขต ๓. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร. ๒๕๕๙.
- นิสา บุญทะสอน และคณะ. การพัฒนาการตลาดและการท่องเที่ยวของธุรกิจชุมชนสู่วิสาหกิจชุมชน
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท. วารสารจันทร์เกษม
สาร, ปีที่ ๒๐ ฉบับที่ ๓, (มีนาคม ๒๕๕๗) : ๓๙-๔๘.
- บุญชม ศรีสะอาด. นักวิเคราะห์การพัฒนาการสอนนักวิเคราะห์. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร :
ชมรมเด็ก, ๒๕๔๗.
- บุญธรรม กิจปริดาภิสุทธิ. นักวิเคราะห์ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์นักวิเคราะห์. พิมพ์ครั้งที่
ที่ ๑๐. กรุงเทพมหานคร : จามจุรีโปรดักท์, ๒๕๕๑.
- บุญเลิศ เย็นคงคา และคณะ. การจัดการศึกษาเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร : วี.เจ.พรินติ้ง. ๒๕๕๖.
- บุหงา ชัยสุวรรณ. ปัจจัยพยากรณ์ความสำเร็จในการส่งเสริมการพัฒนา เศรษฐกิจฐานรากในชุมชน:
กรณีศึกษาจังหวัดชายแดน ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้.
วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. ปีที่ ๒๗ ฉบับที่ ๒.
(มีนาคม - เมษายน ๒๕๖๒) : ๘๗-๑๐๘.
- บุชิตา สังข์แก้ว ดนุสรณ์ กาญจนวงศ์ และจตุพล ดวงจิตร์, แนวทางการจัดการท่าเรือที่เป็นมิตรกับ
สิ่งแวดล้อมกับสิทธิชุมชนประมงพื้นบ้าน ในพื้นที่โครงการระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออก
กรณีศึกษา จังหวัดชลบุรี. วารสารสถาบันพระปกเกล้า. ปีที่ ๑๙ ฉบับที่ ๓, (๔ กันยายน -
ธันวาคม ๒๕๖๔) : ๑๕๔ - ๑๘๐.
- ปกรณ ปรียากร. การวางแผนกลยุทธ์: แนวคิดและแนวทางเชิงประยุกต์. (พิมพ์ครั้งที่ ๒).
กรุงเทพมหานคร: เสมาธรรม. ๒๕๕๘.
- ประพจน์ ช่างภูศรี อ่างใน รุ่งโรจน์ เพชรบุรณิน. เครือข่ายภาคประชาชนในการป้องกันและแก้ไข
ปัญหาการทุจริต คอร์รัปชัน : กรณีศึกษา เครือข่ายประชาชนต้านคอร์รัปชัน (คปต.).
กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๖, หน้า ๒๒.

- ประสงค์ ต้นพิชัย และคณะ. การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากร้านค้าประชาชนรัฐ และศูนย์กระจายสินค้า
เกษตรอินทรีย์แก่งเลี่ยน : คลังแห่งผลผลิตและการส่งต่ออาหารปลอดภัยสู่สังคม.
นครปฐม : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ๒๕๖๕.
- ปรียวรรณ สุวรรณสุนย์. แนวทางการขับเคลื่อนการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจฐานราก. วารสารวิจัย
ปริทัศน์. ปีที่ ๒๑ ฉบับที่ ๒, (มีนาคม - เมษายน ๒๕๖๕). ๑-๑๖.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์, นักวิเคราะห์การบริหารงานวิชาการนักวิเคราะห์, กรุงเทพมหานคร : ศูนย์
สื่อเสริมกรุงเทพ, ๒๕๕๕.
- ไพฑูรย์ วงศ์อนุตรโรจน์. กระบวนการสร้างและพัฒนาเครือข่ายทางสังคม : กรณีศึกษา บ้านหนอง
ขาว อำเภอดำม่วง จังหวัดกาญจนบุรี, กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๔๔.
- พงศ์เทพ แก้วเสถียร. แนวทางการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มประมงพื้นบ้านสู่การสร้างเครือข่าย ชุมชน
การจัดการทรัพยากรบึงขุนทะเล ตำบลขุนทะเล อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสาร
สังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๖๔) : ๑๙ - ๓๕.
- พจน์ ศุภินัน, นักวิเคราะห์ความต้องการในการจัดการศึกษานักวิเคราะห์, [ออนไลน์], แหล่งที่มา :
[http : //www.oknation.net/blog/lrukk](http://www.oknation.net/blog/lrukk) [๓๐ กันยายน ๒๕๖๗].
- พรรณนภา อิงพงษ์พันธ์. การบริหารเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารกับผลการปฏิบัติงานวิชาการ ใน
สถานศึกษาสังกัดองค์การบริหารส่วน จังหวัดกลุ่มการศึกษาท้องถิ่นที่ ๑. นครปฐม :
มหาวิทยาลัยศิลปากร. ๒๕๕๘.
- พระครูพิพัฒน์สุตคุณ และคณะ. การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากวิถีพุทธเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนวัดหาด
มูลกระบือ อำเภอเมืองพิจิตร จังหวัดพิจิตร. วารสารวิจัยวิชาการ. ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๖.
(พฤศจิกายน - ธันวาคม ๒๕๖๖). ๑-๑๔.
- พระมหาศิริชัย สิริมหาโณ (ศรีรัมย์). การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ขององค์การบริหาร
ส่วนตำบล ในอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยมหา
จุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๕๖.
- พระมหาสุทนต์ อาภากร. เครือข่าย: ธรรมชาติ ความรู้ และการจัดการ. กรุงเทพมหานคร :
โครงการสร้างเสริมการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข, ๒๕๔๗.
- พัชรินทร์พร ภู่อภิสิทธิ์ และคณะ. การศึกษาสมรรถนะของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน (OTOP)
เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. ๒๕๕๗.
- ราชบัณฑิตยสถาน, นักวิเคราะห์พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.๒๕๕๒นักวิเคราะห์,
กรุงเทพมหานคร : นานมีบุ๊คส์ พับลิเคชั่นส์, ๒๕๕๒.
- ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช ๒๕๕๒. กรุงเทพมหานคร :
นานมีบุ๊คส์. ๒๕๕๒.
- รุ่งโรจน์ เพชรบุรณิน. เครือข่ายภาคประชาชนในการป้องกัน และแก้ไขปัญหาการทุจริตคอร์รัป
ชัน : กรณีศึกษา เครือข่ายประชาชนต้านคอร์รัปชัน(คปต.). กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๖.

ลัดดาวัลย์ บุญเลิศ. การวางแผนกลยุทธ์กับประสิทธิผลของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขต ๑๗
Booklet of Academic ๒๐๒๐ YANGLOR WITTAYAKARN SCHOOL พื้นที่
การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต ๔. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
๒๕๕๖.

วัลลภ ศัพท์พันธุ์ และภัทรกานต์ วรยศ. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทาง
การตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลีเทศบาลเมืองชลบุรี. วารสารการเมือง การ
บริหาร และกฎหมาย, ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๒ (มิถุนายน - ธันวาคม ๒๕๖๒) : ๓๐๘ – ๓๒๒.

วีระศักดิ์ สมยานะ. การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรบนฐานเศรษฐกิจพอเพียง. วารสาร
วิจัยราชภัฏเชียงใหม่, ปีที่ ๒๐ ฉบับที่ ๒, (เมษายน - มิถุนายน ๒๕๖๒). ๑๔-๒๗.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญลักษณ์, นักวิเคราะห์การวิจัยธุรกิจนักวิเคราะห์, กรุงเทพมหานคร : เพชร
จรัสแห่งโลกธุรกิจ, ๒๕๖๑.

สมคิด แก้วทิพย์, และ เกศสุตา สิทธิสันติกุล. การศึกษาสถานการณ์ ศักยภาพและข้อจำกัดในการ
พัฒนาเศรษฐกิจฐานรากกรณีศึกษาภาคเหนือ. กรุงเทพมหานคร : สำนักงาน
คณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. ๒๕๖๒.

สายฝน ภาณุมาศ. การบริหารความเสี่ยงด้านกฎหมายในความรับผิดชอบของผู้บริหาร
สถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่เป็นนิติบุคคล. นครปฐม : มหาวิทยาลัยศิลปากร. ๒๕๖๐.

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. ระเบียบวิธีการวิจัยสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ ๑๒. กรุงเทพมหานคร : เพ็ญ
ฟ้า ปรีณิตัง. ๒๕๕๖.

สุพจน์ ทรายแก้ว. การจัดการภาครัฐแนวใหม่. พระนครศรีอยุธยา : โรงพิมพ์เทียนวัฒนา. ๒๕๔๕.

สุระศักดิ์ แก้วสียา. การวางแผนกลยุทธ์ในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต ๒. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยมหา
จุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย. ๒๕๕๖.

สุวิมล ว่องวานิช, นักวิเคราะห์การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็นนักวิเคราะห์,
(กรุงเทพมหานคร :

เสกสรร หมู่วิเศษ. แผนยุทธศาสตร์. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ : ๑๘ ตุลาคม ๒๕๖๗. จาก:
<http://gotoknow.org/blog/tonaor/๒๗๙๓๓๗>.

เสาวลักษณ์ สุขวิรัช. การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากด้วยกลไกบริษัทประชารัฐรักสามัคคี (วิสาหกิจเพื่อ
สังคม) จำกัด: การบูรณาการเชิงทฤษฎีสู่การปฏิบัติเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ.
วารสารรามคำแหง ฉบับรัฐประศาสนศาสตร์, ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๑, (มกราคม ๒๕๖๔).
๒๒๔-๒๕๘.

หทัยชนก คะตะสมบุรณ์. การพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน:
กรณีศึกษาตำบลเนินศาลา อำเภอโกรกพระ จังหวัดนครสวรรค์. วารสารสันติศึกษา
ปริทรรศน์ มจร, ๘ (๒), ๒๕๖๓). ๔๗๕-๔๘๘.

หยดฟ้า ราชมณี. การดำเนินการวางแผนกลยุทธ์ ของโรงเรียนระดับประถมศึกษาในภาคใต้.
กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ๒๕๕๗.

- องค์กรสะพานปลา. ประวัติตลาดประมงพื้นที่บ้านจังหวัดชลบุรี. [ออนไลน์], สืบค้นเมื่อ ๑๒ ตุลาคม ๒๕๖๗. จาก : <https://www.fishmarket.co.th/index.php>
- อดิگانต์ วิจิต. การพัฒนาศักยภาพของชาวประมงพื้นบ้าน ในเขตเทศบาลตำบลพุมเรียง อำเภอยะโฮง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ ศิลปะ, ปีที่ ๑๓ ฉบับที่ ๒ (๒๕๖๓) : ๒๔๕๒-๒๔๖๗.
- อภิญญา เวชชัย อ่างโน นฤมล นิราทร. การสร้างเครือข่ายการทำงาน : ข้อควรพิจารณาบางประการ. กรุงเทพมหานคร : มปท., ๒๕๕๓.
- อานนท์ ศรีชาติ, เสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก ยกระดับเศรษฐกิจ สังคม และ สร้างความมั่นคงทางรายได้. พระนครศรีอยุธยา : สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัย มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๖๓.
- อาภรณ์ ภูวพิพันธ์. Career Development in Practice. พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพมหานคร : เอช. อาร์. เซ็นเตอร์, ๒๕๕๐.
- อุทิศ ขาวเขียว. การวางแผนกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร : ค่ายสุทธาทิการพิมพ์. ๒๕๕๖.
- เอกราช โฆสิตพิมาณเวช, นักวิเคราะห์ความต้องการของผู้ปกครองในการจัดการศึกษาปฐมวัย โรงเรียนอนุบาลเอกศึกษานักวิเคราะห์, วารสารการบริหารสถานศึกษาและภาวะผู้นำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๒๓ (เมษายน-มิถุนายน ๒๕๖๑) : ๒๔.
- เอนก นาเคบุตร. ระบบและรูปแบบเครือข่ายการเรียนรู้ในชนบท. วารสารการศึกษาแห่งชาติ. ปีที่ ๒๔ ฉบับที่ ๓ (มีนาคม ๒๕๓๓) : ๒๙-๔๖.
- David, Fred R. **Cases in Strategic Management**. New Jersey : Prentice hall, 1997.
- Dess, Gregory G. and Miller, Alex. **Strategic Management**. Singapore : McGraw-Hill. 1993.
- Gordon, Judith R. and associates. **Management and Organizational Behavior**. Needham Heights, MA: Allyn and Bacon. 1990.
- Kotler, P., & Murphy, P. E. Strategic Planning for Higher Education. *The Journal of Higher Education*, 52,(1981). 470-489.
- Maslow, A. H., **Motivation and Personality**, New York : Harper and Row, ๑๙๗๐.
- Massie, J.L. & Douglas, J. **Management : A Contemporary Introduction**. ๓rd ed. New Jersey : Englewood Cliffs. 1981.
- Robbins, Stephen & Coulter, Mary. **Management**. Boston : Pearson. 2012.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
หนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์



ใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย
เอกสารข้อมูลคำอธิบายสำหรับผู้เข้าร่วมการวิจัยและไบนินยอม

หมายเลขข้อเสนอการวิจัย ว.๖๖/๒๕๖๘

ข้อเสนอการวิจัยนี้และเอกสารประกอบของข้อเสนอการวิจัยตามรายงานการแสดงด้านล่าง ได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยแล้ว คณะกรรมการฯ มีความเห็นว่าข้อเสนอการวิจัยที่จะดำเนินการมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนดภายในประเทศ จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัย ตามข้อเสนอการวิจัยนี้ได้

ชื่อข้อเสนอการวิจัย: การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้านอำเภอเมือง ชลบุรี จังหวัดชลบุรี
 (Promoting the Development of a Grassroots Fisheries Market – Based Economy Network in Mueang Chonburi District Chonburi Province)

รหัสข้อเสนอการวิจัย: MCU RS 800768050

สถาบันที่สังกัด: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี

ผู้วิจัยหลัก: นายเสาร์คำ ไส้แก้ว

เอกสารที่พิจารณาพบทวน

- | | |
|---|----------------------------------|
| ๑. แบบเสนอโครงการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘ |
| ๒. เอกสารชี้แจงข้อมูลผู้เข้าร่วมการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘ |
| ๓. หนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘ |
| ๔. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล | ฉบับที่ วันที่ ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘ |

พระปณฺญาวชิรบัณฑิต

(พระปณฺญาวชิรบัณฑิต, รศ.ดร.)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย
 มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
 ๑๐ มีนาคม ๒๕๖๘

หมายเลขใบรับรอง: ว.๖๖/๒๕๖๘

วันที่ให้การรับรอง: ๑๐ มีนาคม ๒๕๖๘

วันหมดอายุใบรับรอง: ๑๐ มีนาคม ๒๕๖๙

ที่ อว ๘๐๐๗/ว.๖๖



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
 ๗๔ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอน้อย
 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
 โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
 www.mcu.ac.th

๑๐ มีนาคม ๒๕๖๘

เรื่อง รับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย

เจริญพร นายเสาร์คำ ใสแก้ว / นักวิจัย วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี

ตามที่ท่านได้มีหนังสือขอใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย
 เพื่อทำการวิจัยในเรื่อง “การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้านอำเภอเมือง
 ชลบุรี จังหวัดชลบุรี” มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย ได้พิจารณาเครื่องมือการวิจัยของท่าน โดยให้มี
 การแก้ไขปรับปรุง/เพิ่มเติมเอกสาร ตามเอกสารแนบ

จึงเจริญพรมาทเพื่อทราบและดำเนินการต่อไป.

ขอเจริญพร

(พระปัญญาวชิรบัณฑิต, รศ.ดร.)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย
 มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ภาคผนวก ข
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง : แบบสอบถามฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นของเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย ๓ ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ ๑ เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน ๖ ข้อ

ส่วนที่ ๒ ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นของเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี มีลักษณะ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)

ส่วนที่ ๓ ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

กรุณาตอบแบบสัมภาษณ์ให้ครบถ้วนตามความเป็นจริง โดยข้อมูลที่ได้รับจากท่าน ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับอย่างที่สุดและขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้ตอบแบบสัมภาษณ์นี้

ขอแสดงความนับถือ

เสาร์คำ ไส่แก้ว

นักวิจัยวิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ส่วนที่ ๑ เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในเครื่องหมาย () หน้าคำตอบที่ท่านเลือกหรือกรอกข้อความ
ในช่องว่าง ให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดเพียงหนึ่งแห่งในแต่ละข้อ

๑. ระดับการศึกษา

- () ต่ำกว่าประถมศึกษา
- () ประถมศึกษา
- () มัธยมศึกษา
- () ปริญญาตรี
- () สูงกว่าปริญญาตรี

๒. อาชีพ

- () ค้าขายเป็นอาชีพหลัก
- () ค้าขายเป็นอาชีพเสริม

๓. วันที่ลงขายสินค้า

- () ทุกวันเสาร์
- () ทุกวันอาทิตย์
- () ทุกวันเสาร์และอาทิตย์

๔. หมวดสินค้าที่ขาย

ขายสินค้าประเภท.....

๕. จำนวนปีที่ขายสินค้า

- () ต่ำกว่า ๕ ปี
- () ระหว่าง ๖ ถึง ๑๐ ปี
- () มากกว่า ๑๐ ปี

๖. ราคาที่ขายสินค้า

ราคาของสินค้าอยู่ในระหว่าง.....บาท ถึง.....บาท

ที่มีระดับการให้คะแนนของผู้ตอบแบบสอบถามเป็น ๕ ระดับ ดังนี้

๕ คะแนน แทน มีระดับปฏิบัติ มากที่สุด

๔ คะแนน แทน มีระดับปฏิบัติ มาก

๓ คะแนน แทน มีระดับปฏิบัติ ปานกลาง

๒ คะแนน แทน มีระดับปฏิบัติ น้อย

๑ คะแนน แทน มีระดับปฏิบัติ น้อยที่สุด

โปรดอ่านข้อความให้ละเอียดแล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบที่ตรงกับความเห็น ของท่านมากที่สุด

[illegible]

ข้อ	สภาพปัจจุบันของเครือข่ายเศรษฐกิจฐาน รากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมือง ชลบุรี จังหวัดชลบุรี	สภาพที่เป็นจริง					สภาพที่ควรจะเป็น				
		๑	๒	๓	๔	๕	๑	๒	๓	๔	๕
๒๘	ผู้ค้าประมงมีการแลกเปลี่ยนทรัพยากรหรือ อุปกรณ์ที่สามารถช่วยสนับสนุนกันในธุรกิจ										

ส่วนที่ ๓ ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาด
คุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง คำถามในตอนที่ ๒ เป็นข้อคำถามที่มีการให้คะแนนแบบมาตรวัดประมาณค่า
(Rating Scale)

ที่มีระดับการให้คะแนนของผู้ตอบแบบสอบถามเป็น ๕ ระดับ ดังนี้

๕ คะแนน แทน มีระดับปฏิบัติ มากที่สุด

๔ คะแนน แทน มีระดับปฏิบัติ มาก

๓ คะแนน แทน มีระดับปฏิบัติ ปานกลาง

๒ คะแนน แทน มีระดับปฏิบัติ น้อย

๑ คะแนน แทน มีระดับปฏิบัติ น้อยที่สุด

โปรดอ่านข้อความให้ละเอียดแล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบที่ตรงกับความเห็น ของ
ท่านมากที่สุด

ข้อที่	การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรม ประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี	ระดับปฏิบัติ				
		๕	๔	๓	๒	๑
ด้านจักษุมา ตาดี						
๑	สามารถในการคาดการณ์กำไรหรือขาดทุนจากการลงทุนใน สินค้าได้อย่างถูกต้อง					
๒	สามารถคำนวณราคาต้นทุนและกำหนดราคาขายที่เหมาะสมได้ ด้วยตนเอง					
๓	มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและสามารถระบุลักษณะสำคัญของสินค้า ที่มีคุณภาพได้อย่างถูกต้อง					
๔	สามารถประเมินคุณค่าหรือความคุ้มค่าของสินค้าได้อย่างแม่นยำ					
๕	มีทักษะในการสังเกตและวิเคราะห์ตลาดเพื่อใช้ประกอบการ ตัดสินใจลงทุนในสินค้า					
ด้านวิธวิธี ชัดเจนธุรกิจ						
๑	มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งซื้อและแหล่งขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับ ธุรกิจที่ทำ					
๒	ติดตามความเคลื่อนไหวและความต้องการของตลาดในปัจจุบัน					

ข้อที่	การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรม ประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี	ระดับปฏิบัติ				
		๕	๔	๓	๒	๑
๓	สามารถประเมินความต้องการของลูกค้าที่มีต่อสินค้าได้อย่างชัดเจน					
๔	เข้าใจความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจ					
๕	มีทักษะในการปรับตัวและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วและตรงใจ					
ด้านนิสยสัมพันธ์ พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่อาศัย						
๑	ให้ข้อมูลสินค้าแก่ลูกค้าด้วยวาจาสุภาพ					
๒	แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างเป็นมิตรและมีอาชีพกรณีสินค้าเสียหาย					
๓	เสนอโปรโมชั่นพิเศษ ส่วนลด หรือรางวัลสำหรับลูกค้าประจำ					
๔	นำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงการบริการหรือผลิตภัณฑ์					
๕	ให้ความสำคัญกับลูกค้าแต่ละคน และตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว					



แบบสัมภาษณ์การวิจัย

เรื่อง การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง : แบบสัมภาษณ์นี้จัดทำขึ้นเพื่อการพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ในการศึกษาครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยจำแนกเป็น ๒ ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

ส่วนที่ ๒ การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยมีสิทธิปฏิเสธการเข้าร่วมโครงการวิจัยได้ และสามารถถอนตัวออกจากการเป็นผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยได้ทุกเมื่อโดยการปฏิเสธหรือถอนตัวของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยจะไม่มีผลกระทบต่อการปฏิบัติงาน หรือตำแหน่งที่ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยจะพึงได้รับ ผลของการวิจัยครั้งนี้จะนำไปใช้ในเชิงวิชาการเท่านั้น และผู้วิจัยจะเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลไว้เป็นความลับ ทั้งการเผยแพร่ผลการวิจัยจะกระทำในภาพรวม โดยผู้วิจัยจะไม่นำข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เข้าร่วมโครงการออกเปิดเผยไม่ว่าในทางใด ๆ เว้นแต่ผู้เข้าร่วมโครงการจะให้เปิดเผยข้อมูลดังกล่าวโดยได้อนุญาตไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ส่วนเอกสารข้อมูลจะถูกเก็บไว้เป็นเวลา ๑ ปี หลังจากการเผยแพร่ผลการวิจัย และจะถูกทำลายหลังจากนั้น

เมื่อผู้เข้าร่วมโครงการพิจารณาแล้วเห็นสมควรเข้าร่วมในการวิจัยครั้งนี้ ขอความอนุเคราะห์ลงนามในใบยินยอมร่วมโครงการที่แนบมาด้วย และขอขอบพระคุณในความเมตตาของท่านมา ณ ที่นี้.

ขอแสดงความนับถือ

เสาร์คำ ใส่แก้ว

นักวิจัยวิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

แบบสัมภาษณ์งานวิจัย

เรื่อง การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

วันที่สัมภาษณ์.....

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

๑. ชื่อ.....นามสกุล.....
๒. สถานภาพ.....ประสบการณ์การ.....
๓. สถานที่สัมภาษณ์..... เริ่มเวลา.....น. สิ้นสุดเวลา.....น.

ส่วนที่ ๒ การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

๑. ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย

- ๑.๑ แผนความร่วมมือในอนาคตเป็นอย่างไร
- ๑.๒ สร้างความรู้ความเข้าใจให้สมาชิกเกี่ยวกับความร่วมมือได้อย่างไร
- ๑.๓ จะสร้างแรงจูงใจในการเข้ามามีส่วนร่วมอย่างไร

๒. ด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน

- ๒.๑ มีแผนในการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้ อย่างไร
- ๒.๒ จะสร้างพื้นที่สำหรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ได้อย่างไร
- ๒.๓ จะสร้างความร่วมมือเพื่อการพัฒนาการบริหารจัดการตลาดอย่างไร

๓. ด้านมีความสนใจร่วมกัน

- ๓.๑ อนาคตผู้ค้าในพื้นที่ควรให้ความสนใจในเรื่องใด
- ๓.๒ จะส่งเสริมเรื่องที่สมาชิกสนใจได้อย่างไร
- ๓.๓ มีแรงจูงใจอย่างไร ให้เกิดความสนใจเพื่อการพัฒนาธุรกิจในอนาคต

ขอขอบพระคุณสำหรับการให้ความร่วมมือในครั้งนี้



แบบประเมินความรู้ความเข้าใจ

การส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาด ประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง:

แบบประเมินนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นของท่านก่อนเข้ารับความรู้ ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของท่าน โปรดตอบตามความเข้าใจและความคิดเห็นของท่าน **ไม่มีคำตอบที่ถูกหรือผิด** และข้อมูลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ ทั้งนี้โปรดให้คะแนนความเข้าใจ หรือความมั่นใจของท่านในหัวข้อต่อไปนี้ (✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุด) โดยมีระดับคะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน ๑ หมายถึง ไม่รู้ หรือ ไม่มั่นใจเลย

ระดับคะแนน ๒ หมายถึง รู้ หรือ มั่นใจน้อย

ระดับคะแนน ๓ หมายถึง รู้ หรือ มั่นใจปานกลาง

ระดับคะแนน ๔ หมายถึง รู้ หรือ มั่นใจมาก

ระดับคะแนน ๕ หมายถึง รู้ หรือ มั่นใจมากที่สุด

คำถาม	ระดับคะแนน				
	๑	๒	๓	๔	๕
๑. จักขุมา ตาดี (รู้จักสินค้า ดูของเป็น คำนวณเก่ง)					
๑.๑) ความมั่นใจในการดูความสดและคุณภาพของสัตว์น้ำทะเลชนิดต่างๆ					
๑.๒) ความรู้เกี่ยวกับราคาตลาดของสัตว์น้ำที่ขายอยู่เป็นประจำ					
๑.๓) ความเข้าใจในการคำนวณต้นทุน (เช่น ค่าน้ำมัน ค่าแรง ค่าน้ำแข็ง)					
๑.๔) ความมั่นใจในการตั้งราคาขายให้ได้กำไรและยุติธรรมต่อลูกค้า					
๒. วิรุโร ชัดเจนธุรกิจ (รู้แหล่งซื้อขาย รู้ใจลูกค้า)					
๒.๑) ความรู้เกี่ยวกับกลุ่มลูกค้าหลักของท่าน และสิ่งที่ลูกค้าต้องการ					
๒.๒) ความรู้เกี่ยวกับช่องทางการขายสัตว์น้ำอื่นๆ นอกจากช่องทางปัจจุบัน					

คำถาม	ระดับคะแนน				
	๑	๒	๓	๔	๕
๒.๓) ความเข้าใจในการจัดการสัตว์น้ำเพื่อลดความเสียหาย (การเก็บ การขนส่ง)					
๒.๔) ความมั่นใจในการพูดคุย สื่อสาร และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า					
๓. นิสสัยสัมปັນโน (มีความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุน)					
๓.๑) ความเข้าใจในความสำเร็จและความน่าเชื่อถือในการทำธุรกิจ					
๓.๒) ท่านมีการจดบันทึกรายรับ-รายจ่ายจากการประกอบอาชีพหรือไม่ (๑=ไม่เคยเลย, ๕=ทำประจำ)					
๓.๓) ความรู้เกี่ยวกับแหล่งเงินทุนในชุมชน/หน่วยงานที่สนับสนุนอาชีพประมง/ค้าขาย					
๓.๔) ความมั่นใจในการจัดการเรื่องเงินๆ ทองๆ ของกิจการ					

ความคาดหวังต่อกิจกรรมต่อไปนี้ (ถ้ามี)

ท่านคาดหวังว่าจะได้รับประโยชน์อะไรมากที่สุดจากกิจกรรมครั้งนี้?

.....

.....

.....



แบบประเมินความเหมาะสม
แนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน
อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง คำถามเป็นข้อคำถามที่มีการให้คะแนนแบบมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale)

ที่มีระดับการให้คะแนนของผู้ตอบแบบสอบถามเป็น ๕ ระดับ ดังนี้

๕ คะแนน แทน มีความเหมาะสม มากที่สุด

๔ คะแนน แทน มีความเหมาะสม มาก

๓ คะแนน แทน มีความเหมาะสม ปานกลาง

๒ คะแนน แทน มีความเหมาะสม น้อย

๑ คะแนน แทน มีความเหมาะสม น้อยที่สุด

โปรดอ่านข้อความให้ละเอียดแล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบที่ตรงกับความเห็น ของท่านมากที่สุด

ประเด็นการประเมิน	ระดับความเหมาะสม				
	๑	๒	๓	๔	๕
ด้านจักขุมารู้จักสินค้าของคุณเป็น เก่งกาไรแม่นยำ					
วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม					
เพื่อให้สามารถจำแนกชนิด คุณภาพ และความสดของสัตว์น้ำในท้องถิ่นได้อย่างถูกต้อง					
เพื่อประเมินราคาตลาดของสัตว์น้ำแต่ละชนิดได้อย่างสมเหตุสมผล					
เพื่อคำนวณต้นทุน และคาดการณ์กำไรเบื้องต้นได้อย่างแม่นยำ					
เพื่อสร้างความเข้าใจในหลักการตั้งราคาอย่างมีคุณธรรม					
ประเด็นสำคัญการส่งเสริม					

การจำแนกชนิดสัตว์น้ำท้องถิ่น ลักษณะเด่น คุณค่าทางโภชนาการ และมูลค่าทางการตลาดของสัตว์น้ำที่พบในพื้นที่จังหวัดชลบุรี					
เทคนิคการประเมินความสดและคุณภาพ การสังเกตลักษณะภายนอก และวิธีการเก็บรักษาเพื่อคงความสด					
การติดตามราคาตลาด ปัจจัยที่มีผลต่อราคา และแหล่งข้อมูลราคาอ้างอิง					
พื้นฐานการคำนวณต้นทุน รายการต้นทุนที่เกี่ยวข้องในการทำประมง และการค้าสัตว์น้ำ					
หลักการตั้งราคาและประมาณการกำไร การคำนวณจุดคุ้มทุน การตั้งราคาขายที่เหมาะสมและยุติธรรม					
กิจกรรมการส่งเสริม					
การอธิบาย "คุณธรรมการตั้งราคากับความซื่อสัตย์ต่อตนเองและลูกค้า"					
ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม					
มีความมั่นใจในการคัดเลือกและประเมินคุณภาพสัตว์น้ำ					
สามารถตั้งราคาขายได้อย่างเหมาะสม มีเหตุผล และยุติธรรม					
เข้าใจโครงสร้างต้นทุนและสามารถวางแผนการเงินเบื้องต้นได้					
เกิดเครือข่ายแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านคุณภาพและราคา					
ด้านวิรูโร ชื่อง่าย ขายคล่อง ได้ใจลูกค้า					
เพื่อให้รู้จักช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้					
เพื่อให้เข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มต่างๆ					
เพื่อให้สามารถวางแผนการจัดหาและจำหน่ายสัตว์น้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดความสูญเสีย					
เพื่อส่งเสริมทักษะการสื่อสาร การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และการบริการลูกค้าด้วยใจบนพื้นฐานของคุณธรรม					
ประเด็นสำคัญการส่งเสริม					
การวิเคราะห์ตลาดและลูกค้า ใครคือลูกค้าของเรา? เขาต้องการอะไร? ซื้อที่ไหน? ซื้อเมื่อไหร่?					
ช่องทางการจัดจำหน่าย ตลาดสด การขายตรง การขายส่ง การขายออนไลน์ เพื่อการสร้างเครือข่ายร้านอาหาร					
การบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างง่าย การวางแผนการรับซื้อ การจับสัตว์น้ำให้สอดคล้องกับการขาย					

เทคนิคการสื่อสารและการบริการ การพูดคุยสอบถามความต้องการ การแนะนำสินค้า การรับฟังข้อเสนอแนะ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า					
การสร้างที่น่าเชื่อถือกับลูกค้า ความซื่อสัตย์ ความตรงต่อเวลา คุณภาพสม่ำเสมอ การรักษาคำพูด					
ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม					
มองเห็นช่องทางการขยายตลาดหรือเพิ่มประสิทธิภาพการขายในช่องทางเดิม					
เข้าใจลูกค้ามากขึ้นและสามารถตอบสนองความต้องการได้ดีขึ้น					
มีการจัดการสินค้าที่ดีขึ้น ลดความเสียหาย					
มีทักษะในการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ทำให้เกิดความไว้วางใจและเป็นลูกค้าประจำ					
ด้านนิสยสัมพันธ์ สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย					
วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม					
เพื่อให้ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความน่าเชื่อถือทางการเงินและทางสังคม					
เพื่อให้เรียนรู้วิธีการบันทึกรายรับ-รายจ่ายอย่างง่าย เพื่อให้เห็นสถานะทางการเงินของตนเอง					
เพื่อให้รู้จักแหล่งทุนที่อาจเข้าถึงได้ในชุมชนหรือจากหน่วยงานภายนอก					
เพื่อส่งเสริมทัศนคติและพฤติกรรมที่นำไปสู่ความไว้วางใจจากแหล่งทุนและคู่ค้า					
ประเด็นสำคัญการส่งเสริม					
ความสำคัญของความน่าเชื่อถือ ทำไมความซื่อสัตย์และตรงต่อเวลาจึงสำคัญในการทำธุรกิจและการเงิน					
การทำบัญชีรายรับรายจ่ายอย่างง่าย การจดบันทึกรายรับ รายจ่าย เพื่อการวางแผนและแสดงสถานะการเงิน					
การวางแผนทางการเงินเบื้องต้น การตั้งเป้าหมาย การออม การประเมินความต้องการเงินทุน					
การเข้าถึงแหล่งทุนในชุมชนและภาครัฐ กลุ่มสัจจะออมทรัพย์ กองทุนหมู่บ้าน สหกรณ์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โครงการช่วยเหลือจากภาครัฐ					
การเตรียมความพร้อมในการขอสินเชื่อ/การสนับสนุน ต้องมีข้อมูลอะไรบ้าง? จะนำเสนออย่างไรให้น่าเชื่อถือ?					
กิจกรรมการส่งเสริม					

การอภิปราย เรื่อง “เทคนิคการเลือกซื้ออาหารทะเล”					
ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม					
เห็นความสำคัญและเริ่มลงมือบันทึกข้อมูลทางการเงินของตนเอง					
มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งทุนต่างๆ ที่อาจเข้าถึงได้					
รู้แนวทางในการสร้างความน่าเชื่อถือเพื่อให้เข้าถึงโอกาสทางการเงินได้ง่ายขึ้น					
เกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริหารจัดการเงินอย่างมีคุณธรรมและความรับผิดชอบ					

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ครั้งนี้



แบบการสนทนากลุ่ม (FOCUS GROUP DISCUSSION)
การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน
อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

การดำเนินการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี วันที่ ๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘ เวลา ๑๓.๐๐ น. ผ่านระบบออนไลน์ Zoom Meeting ID : ๗๓๐ ๖๔๗๖ ๕๖๓๒

การสนทนากลุ่มย่อยนี้เป็นการวิภาษวิธี (Dialectic Process) เป็นเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการจัดกลุ่มข้อมูล เนื้อหาเป็น ๓ รูปแบบ ทั้งข้อมูลเชิงข้อเสนอ (Thesis) เชิงปฏิเสธ (Anti Thesis) และข้อมูลเชิงสรุป/สังเคราะห์ (Synthesis) ในทุกมิติประเด็นของการวิจัยซึ่งจะทำให้กระบวนการรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลมีความรอบครอบทุกมุมมองของการวิจัยแล้วนำข้อมูลมาสังเคราะห์เป็นการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี มีรายละเอียดดังนี้

ประเด็นการสนทนา	การประเมิน	ข้อเสนอแนะให้ปรับปรุง
จักขุมา ตาดี (รู้จักสินค้า ดูของเป็น สามารถคำนวณราคา กะตุนแก้งกำไร แม่นยำ)		
วัตถุประสงค์การส่งเสริม		
เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถจำแนกชนิดคุณภาพ และความสดของสัตว์น้ำในท้องถิ่นได้อย่างถูกต้อง	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
เพื่อให้ผู้เข้าอบรมประเมินราคาตลาดของสัตว์น้ำแต่ละชนิดได้อย่างสมเหตุสมผล	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
เพื่อให้ผู้เข้าอบรมคำนวณต้นทุน (ค่าจับ/รับซื้อ ค่าน้ำแข็ง ค่าขนส่ง ฯลฯ) และคาดการณ์กำไรเบื้องต้นได้อย่างแม่นยำ	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
เพื่อสร้างความเข้าใจในหลักการตั้งราคาอย่างมีคุณธรรม (ไม่เอาเปรียบผู้บริโภคและให้เกียรติในคุณค่าของสินค้า)	() เหมาะสม () ปรับปรุง	

ประเด็นการสนทนา	การประเมิน	ข้อเสนอแนะให้ปรับปรุง
ประเด็นสำคัญการส่งเสริม		
การจำแนกชนิดสัตว์น้ำท้องถิ่น ลักษณะเด่น คุณค่าทางโภชนาการ และมูลค่าทางการ ตลาดของสัตว์น้ำที่พบในพื้นที่ชลบุรี	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
เทคนิคการประเมินความสดและคุณภาพ การ สังเกตลักษณะภายนอก (ตาเหงือก สีผิว เนื้อ สัมผัส กลิ่น) และวิธีการเก็บรักษาเพื่อคง ความสด	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
การติดตามราคาตลาด ปัจจัยที่มีผลต่อราคา (ฤดูกาล ปริมาณการจับ ความต้องการ) และ แหล่งข้อมูลราคาอ้างอิง	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
พื้นฐานการคำนวณต้นทุน รายการต้นทุนที่ เกี่ยวข้องในการทำประมงและการค้าสัตว์น้ำ	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
กิจกรรมการส่งเสริม		
การอภิปราย "คุณธรรมในการตั้งราคากับ ความซื่อสัตย์ต่อตนเองและลูกค้า"	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม		
ผู้เข้าอบรมมีความมั่นใจในการคัดเลือกและ ประเมินคุณภาพสัตว์น้ำ	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
สามารถตั้งราคาขายได้อย่างเหมาะสม มี เหตุผล และยุติธรรม	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
เข้าใจโครงสร้างต้นทุนและสามารถวางแผน การเงินเบื้องต้นได้	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
เกิดเครือข่ายแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านคุณภาพ และราคา	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
วิธีรู้ ชัดเจนธุรกิจ (รู้แหล่งซื้อขาย รู้ความต้องการตลาด จัดซื้อจัดจำหน่ายเก่ง รู้ใจลูกค้า)		
วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม		
เพื่อให้ผู้เข้าอบรมรู้จักช่องทางการจำหน่ายที่ หลากหลายและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจความต้องการและ พฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มต่างๆ (ผู้บริโภค ทั่วไป ร้านอาหาร พ่อค้าคนกลาง)	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถวางแผนการจัดหา และจำหน่ายสัตว์น้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดความสูญเสีย	() เหมาะสม () ปรับปรุง	

ประเด็นการสนทนา	การประเมิน	ข้อเสนอแนะให้ปรับปรุง
เพื่อส่งเสริมทักษะการสื่อสาร การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และการบริการลูกค้าด้วยใจบนพื้นฐานของคุณธรรม	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
ประเด็นสำคัญการส่งเสริม		
การวิเคราะห์ตลาดและลูกค้า ใครคือลูกค้าของเรา? เขาต้องการอะไร? ชื่อที่ไหน? ชื่อเมื่อไหร่?	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
ช่องทางการจัดจำหน่าย ตลาดสด การขายตรง การขายส่ง การขายออนไลน์ (ถ้ามีศักยภาพ) การสร้างเครือข่ายร้านอาหาร	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
การบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างง่าย การวางแผนการรับซื้อ/จับสัตว์น้ำให้สอดคล้องกับการขาย การลดการเน่าเสีย	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
เทคนิคการสื่อสารและการบริการ การพูดคุย สอบถามความต้องการ การแนะนำสินค้า การรับฟังข้อเสนอแนะ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
การสร้างความน่าเชื่อถือและความสัมพันธ์กับลูกค้า ความซื่อสัตย์ ความตรงต่อเวลา คุณภาพสม่ำเสมอ การรักษาคำพูด	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
กิจกรรมการส่งเสริม		
การ Workshop "ออกแบบบริการที่ประทับใจเพื่อสร้างลูกค้าประจำ"	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
การอภิปราย เรื่อง "การขยายตลาดอย่างไรให้ยั่งยืน ด้วยความซื่อสัตย์และบริการที่ดี"	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม		
ผู้เข้าอบรมมองเห็นช่องทางในการขยายตลาดหรือเพิ่มประสิทธิภาพการขายในช่องทางเดิม	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
เข้าใจลูกค้ามากขึ้นและสามารถตอบสนองความต้องการได้ดีขึ้น	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
มีการจัดการสินค้าที่ดีขึ้น ลดความเสียหาย	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
มีทักษะในการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ทำให้เกิดความไว้วางใจและเป็นลูกค้าประจำ	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
นิสสัยสัมปັນโน พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่อาศัย (สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย)		

ประเด็นการสนทนา	การประเมิน	ข้อเสนอแนะให้ปรับปรุง
วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม		
เพื่อให้ผู้เข้าอบรมตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความน่าเชื่อถือทางการเงินและทางสังคม	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเรียนรู้วิธีการบันทึกรายรับ-รายจ่ายอย่างง่าย เพื่อให้เห็นสถานะทางการเงินของตนเอง	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
เพื่อให้ผู้เข้าอบรมรู้จักแหล่งทุนที่อาจเข้าถึงได้ในชุมชนหรือจากหน่วยงานภายนอก	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
เพื่อส่งเสริมทัศนคติและพฤติกรรมที่นำไปสู่ความไว้วางใจจากแหล่งทุนและคู่ค้า	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
ประเด็นสำคัญการส่งเสริม		
ความสำคัญของความน่าเชื่อถือ (เครดิต) ทำไมความซื่อสัตย์และตรงต่อเวลาจึงสำคัญในการทำธุรกิจและการเงิน	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
การทำบัญชีครัวเรือน/บัญชีธุรกิจอย่างง่าย การจดบันทึกรายรับ รายจ่าย เพื่อการวางแผนและแสดงสถานะการเงิน	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
การวางแผนทางการเงินเบื้องต้น การตั้งเป้าหมาย การออม การประเมินความต้องการเงินทุน	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
แหล่งทุนในชุมชนและภาครัฐ กลุ่มสัจจะออมทรัพย์ กองทุนหมู่บ้าน สหกรณ์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) โครงการช่วยเหลือจากภาครัฐ	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
การเตรียมความพร้อมในการขอสินเชื่อ/การสนับสนุน ต้องมีข้อมูลอะไรบ้าง? จะนำเสนออย่างไรให้น่าเชื่อถือ?	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
คุณธรรมในการกู้ยืมและการให้กู้ยืม ความรับผิดชอบในการชำระคืน การไม่เบียดเบียนกัน	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
กิจกรรมการส่งเสริม		
การเชิญวิทยากรจากสถาบันการเงินชุมชนมา ให้ข้อมูลและตอบคำถามของผู้อบรม	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
ผลสัมฤทธิ์จากการส่งเสริม		

ประเด็นการสนทนา	การประเมิน	ข้อเสนอแนะให้ปรับปรุง
ผู้เข้าอบรมเห็นความสำคัญและเริ่มลงมือบันทึกข้อมูลทางการเงินของตนเอง	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งทุนต่างๆ ที่อาจเข้าถึงได้	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
รู้แนวทางในการสร้างความน่าเชื่อถือเพื่อให้เข้าถึงโอกาสทางการเงินได้ง่ายขึ้น	() เหมาะสม () ปรับปรุง	
เกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริหารจัดการเงินอย่างมีคุณธรรมและความรับผิดชอบ	() เหมาะสม () ปรับปรุง	

ขอขอบพระคุณสำหรับการสนทนากลุ่มในครั้งนี้เป็นอย่างสูง

ภาคผนวก ค

หนังสือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ, ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และหนังสืออื่น ๆ

ที่ อว ๘๐๗๓.๒/ว๐๓๗



วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๓๒/๒๒ หมู่ที่ ๒ ตำบลนาป่า
อำเภอมือซ่งชลบุรี จังหวัดชลบุรี

๒ พฤศจิกายน ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเป็นผู้นำตรวจแบบสอบถาม

กราบเรียน/นมัสการ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามความต้องการจำเป็นเครือข่ายเศรษฐกิจฐานราก
ตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมือซ่งชลบุรี จังหวัดชลบุรี

๑ ฉบับ

ด้วย นายเสาร์คำ ไส้แก้ว บุคลากรวิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำโครงการวิจัย ปีงบประมาณ ๒๕๖๘ เลขที่สัญญา ว. ๐๒๐/๒๕๖๘ เรื่อง “การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมือซ่งชลบุรี จังหวัดชลบุรี” ซึ่งอยู่ในช่วงพัฒนาเครื่องมือประกอบการวิจัยดังกล่าว

ในการนี้ ผู้วิจัย ได้พิจารณาแล้ว เห็นว่าท่านเป็นผู้มีคุณสมบัติเหมาะสม จึงขออนุญาตเป็นผู้นำตรวจแบบสอบถามเครื่องมือวิจัย แต่ขอความอนุเคราะห์ท่านได้โปรดพิจารณาเครื่องมือวิจัย แต่ขอความอนุเคราะห์ท่านได้โปรดพิจารณาเครื่องมือวิจัย แต่ขอความอนุเคราะห์ท่านได้โปรดพิจารณาเครื่องมือวิจัย

จึงเรียน/นมัสการมาเพื่อโปรดทราบ และขอความอนุเคราะห์มา ณ โอกาสนี้.

ขอแสดงความนับถือ

(นายเสาร์คำ ไส้แก้ว)

ผู้วิจัย

อนุญาตให้เก็บข้อมูล ลงชื่อ..... () /...../.....

ผู้วิจัย

นายเสาร์คำ ไส้แก้ว

โทร. ๐๘ ๘๙๑๔ ๘๗๓๒

ที่ อว ๘๐๗๓.๒/วอภค



วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๓๒/๒๒ หมู่ที่ ๒ ตำบลนาป่า
อำเภอมือฉ่องสำโรง จังหวัดชลบุรี

๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตทดลองใช้ (Try out) เครื่องมือในการวิจัย

กราบเรียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามความต้องการจำเป็นเครือข่ายเศรษฐกิจฐานราก
ตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมือฉ่องสำโรง จังหวัดชลบุรี

๑ ฉบับ

ด้วย นายเสาร์คำ ใสแก้ว บุคลากรวิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำโครงการวิจัย ปีงบประมาณ ๒๕๖๘ เลขที่สัญญา ว. ๐๒๐/๒๕๖๘ เรื่อง “การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมือฉ่องสำโรง จังหวัดชลบุรี” ซึ่งอยู่ในขั้นตอนการทดลองใช้เครื่องมือวิจัย (Try out) เพื่อตรวจสอบคุณภาพและปรับปรุงเครื่องมือวิจัยที่สร้างขึ้น

ในการนี้ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ในการดำเนินการทดลองใช้เครื่องมือในพื้นที่ตลาดโรงสี ตำบลนาป่า อำเภอมือฉ่องสำโรง จังหวัดชลบุรี ของท่านซึ่งจะทดลองกับผู้ประกอบการร้านในพื้นที่ จำนวน ๓๐ ชุด เท่านั้น จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ และขอความอนุเคราะห์มา ณ โอกาสนี้.

ขอแสดงความนับถือ

(นายเสาร์คำ ใสแก้ว)

ผู้วิจัย

อนุญาตให้เก็บข้อมูล ลงชื่อ..... () /...../.....

ผู้วิจัย

นายเสาร์คำ ใสแก้ว

โทร. ๐๘ ๘๙๑๔ ๘๗๓๒

ที่ อว ๘๐๗๓.๒/ว๐๕๑



วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๓๒/๒๒ หมู่ที่ ๒ ตำบลนาป่า
อำเภอมือขลุ่ย จังหวัดชลบุรี

๕ ธันวาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขออนุญาตเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

กราบเรียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามความต้องการจำเป็นเครือข่ายเศรษฐกิจฐานราก
ตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมือขลุ่ย จังหวัดชลบุรี

๑ ฉบับ

ด้วย นายเสาร์คำ ใสแก้ว บุคลากรวิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำโครงการวิจัย ปีงบประมาณ ๒๕๖๘ เลขที่สัญญา ว. ๐๒๐/๒๕๖๘ เรื่อง “การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมือขลุ่ย จังหวัดชลบุรี” ซึ่งอยู่ในขั้นตอนการเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามเพื่อประกอบการวิจัยดังกล่าว

ในการนี้ ผู้วิจัย ได้พิจารณาแล้ว เห็นว่าพื้นที่ตลาดประมงพื้นบ้านของท่านเป็นพื้นที่เป้าหมายในการแจกแบบสอบถามการวิจัยในครั้งนี้ จึงขออนุญาตเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามเพื่อการวิจัย กับผู้ค้าในพื้นที่ จำนวน ๒๓๕ ชุด สำหรับวัน และเวลา นั้น ผู้วิจัยจะประสานกับท่านอีกครั้งหนึ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ และขอความอนุเคราะห์มา ณ โอกาสนี้.

ขอแสดงความนับถือ

(นายเสาร์คำ ใสแก้ว)

ผู้วิจัย

อนุญาตให้เก็บข้อมูล ลงชื่อ..... () /...../.....

ผู้วิจัย

นายเสาร์คำ ใสแก้ว

โทร. ๐๘ ๘๙๑๔ ๘๗๓๒

ที่ อว ๘๐๗๓.๒/๖๐๐๓



วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๓๒/๒๒ หมู่ที่ ๒ ตำบลนาป่า
อำเภอมือขลุ่ย จังหวัดชลบุรี

๖๔ มกราคม ๒๕๖๘

เรื่อง ขออนุญาตเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

กราบเรียน/นมัสการ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานราก
ตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมือขลุ่ย จังหวัดชลบุรี

๑ ฉบับ

ด้วย นายเสาร์คำ ไส้แก้ว บุคลากรวิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำโครงการวิจัย ปีงบประมาณ ๒๕๖๘ เลขที่สัญญา ๖. ๐๒๐/๒๕๖๘ เรื่อง “การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมือขลุ่ย จังหวัดชลบุรี” ซึ่งอยู่ในขั้นตอนการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เพื่อประกอบการวิจัยดังกล่าว

ในการนี้ ผู้วิจัย ได้พิจารณาแล้ว เห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงขออนุญาตเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย สำหรับวัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์นั้น ผู้วิจัย จะประสานกับท่านอีกครั้งหนึ่ง

จึงนมัสการ/เรียนมาเพื่อโปรดทราบ และขอความอนุเคราะห์มา ณ โอกาสนี้.

ขอแสดงความนับถือ

(นายเสาร์คำ ไส้แก้ว)

ผู้วิจัย

อนุญาตให้เก็บข้อมูล
ลงชื่อ.....
()
...../...../.....

ผู้วิจัย

นายเสาร์คำ ไส้แก้ว

โทร. ๐๘ ๘๙๑๔ ๘๗๓๒

ที่ อว ๘๐๗๓.๒/๖๐๐๙



วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๓๒/๒๒ หมู่ที่ ๒ ตำบลนาป่า
อำเภอมือขลุ่ย จังหวัดชลบุรี

๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (FOCUS GROUP)

กราบเรียน/นมัสการ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามความต้องการจำเป็นเครือข่ายเศรษฐกิจฐานราก
ตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมือขลุ่ย จังหวัดชลบุรี

๑ ฉบับ

ด้วย นายเสาร์คำ ไส้แก้ว บุคลากรวิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำโครงการวิจัย ปีงบประมาณ ๒๕๖๘ เลขที่สัญญา ว. ๐๒๐/๒๕๖๘ เรื่อง “การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมือขลุ่ย จังหวัดชลบุรี” ซึ่งอยู่ในขั้นตอนการสนทนากลุ่ม (FOCUS GROUP) เพื่อพัฒนาแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมือขลุ่ย จังหวัดชลบุรี

ในการนี้ ผู้วิจัย ได้พิจารณาแล้ว เห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านให้เกียรติร่วมเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม (FOCUS GROUP) ของงานวิจัยดังกล่าว สำหรับวัน เวลา และสถานที่ในการสนทนากลุ่มนั้น ผู้วิจัยจะประสานกับท่านอีกครั้งหนึ่ง

จึงเรียน/นมัสการมาเพื่อโปรดทราบ และขอความอนุเคราะห์มา ณ โอกาสนี้.

ขอแสดงความนับถือ

(นายเสาร์คำ ไส้แก้ว)

ผู้วิจัย

อนุญาตให้เก็บข้อมูล
ลงชื่อ.....
(.....)
...../...../.....

ผู้วิจัย

นายเสาร์คำ ไส้แก้ว

โทร. ๐๘ ๘๙๑๔ ๘๗๓๒

ที่ อว ๘๐๗๓.๒/๖๐๑๐



วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๓๒/๒๒ หมู่ที่ ๒ ตำบลนาป่า
อำเภอมือซ่งบุรี จังหวัดชลบุรี

๒๐ มีนาคม ๒๕๖๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม

กราบเรียน/นมัสการ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินความรู้ความเข้าใจการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาด
ประมงพื้นบ้าน อำเภอมือซ่งบุรี จังหวัดชลบุรี ๑ ฉบับ

ด้วย นายเสาร์คำ ใสแก้ว บุคลากรวิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำโครงการวิจัย ปีงบประมาณ ๒๕๖๘ เลขที่สัญญา ว. ๐๒๐/๒๕๖๘ เรื่อง “การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมือซ่งบุรี จังหวัดชลบุรี” ซึ่งอยู่ในช่วงพัฒนาเครื่องมือประกอบการวิจัยดังกล่าว

ในการนี้ ผู้วิจัย ได้พิจารณาแล้ว เห็นว่าท่านเป็นผู้มีคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอความอนุเคราะห์ท่านได้โปรดพิจารณาเครื่องมือวิจัย แต่ละฉบับว่ามีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด

จึงเรียน/นมัสการมาเพื่อโปรดทราบ และขอความอนุเคราะห์มา ณ โอกาสนี้.

ขอแสดงความนับถือ

(นายเสาร์คำ ใสแก้ว)

ผู้วิจัย

อนุญาตให้เก็บข้อมูล

ลงชื่อ.....

()

...../...../.....

ผู้วิจัย

นายเสาร์คำ ใสแก้ว

โทร. ๐๘ ๘๙๑๔ ๘๗๓๒

ที่ อว ๘๐๗๓.๒/๖๐๑๑



วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๓๒/๒๒ หมู่ที่ ๒ ตำบลนาป่า
อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

๒๑ มีนาคม ๒๕๖๘

เรื่อง ขออนุญาตเคราะห้เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม

กราบเรียน/นมัสการ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินความเหมาะสมแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาด
ประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ๑ ฉบับ

ด้วย นายเสาร์คำ ไส้แก้ว บุคลากรวิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำโครงการวิจัย ปีงบประมาณ ๒๕๖๘ เลขที่สัญญา ว. ๐๒๐/๒๕๖๘ เรื่อง “การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี” ซึ่งอยู่ในช่วงพัฒนาเครื่องมือประกอบการวิจัยดังกล่าว

ในการนี้ ผู้วิจัย ได้พิจารณาแล้ว เห็นว่าท่านเป็นผู้มีคุณสมบัติเหมาะสม จึงขออนุญาตเคราะห้ท่านได้โปรดพิจารณาเครื่องมือวิจัย แต่ละฉบับว่ามีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด

จึงเรียน/นมัสการมาเพื่อโปรดทราบ และขออนุญาตเคราะห้มา ณ โอกาสนี้.

ขอแสดงความนับถือ

(นายเสาร์คำ ไส้แก้ว)

ผู้วิจัย

อนุญาตให้เก็บข้อมูล

ลงชื่อ.....
(.....)
...../...../.....

ผู้วิจัย

นายเสาร์คำ ไส้แก้ว

โทร. ๐๘ ๘๙๑๔ ๘๗๓๒

ที่ อว ๘๐๗/๓.๒/๖๐๗๕



วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๓๒/๒๒ หมู่ที่ ๒ ตำบลนาป่า
อำเภอมือขลุ่ย จังหวัดชลบุรี

๒๖ มีนาคม ๒๕๖๘

เรื่อง ขออนุญาตทดลองใช้ (Try out) เครื่องมือในการวิจัย

กราบเรียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินความเหมาะสมแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาด
ประมงพื้นบ้าน อำเภอมือขลุ่ย จังหวัดชลบุรี ๑ ฉบับ

ด้วย นายเสาร์คำ ไส้แก้ว บุคลากรวิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำโครงการวิจัย ปีงบประมาณ ๒๕๖๘ เลขที่สัญญา ว. ๐๒๐/๒๕๖๘ เรื่อง “การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมือขลุ่ย จังหวัดชลบุรี” ซึ่งอยู่ในขั้นตอนการทดลองใช้เครื่องมือวิจัย (Try out) เพื่อตรวจสอบคุณภาพและปรับปรุงเครื่องมือวิจัยที่สร้างขึ้น

ในการนี้ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ในการดำเนินการทดลองใช้เครื่องมือในพื้นที่ตลาดโรงสี ตำบลนาป่า อำเภอมือขลุ่ย จังหวัดชลบุรี ของท่านซึ่งจะทดลองกับผู้ประกอบการร้านในพื้นที่ จำนวน ๓๐ ชุด เท่านั้น จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ และขอความอนุเคราะห์มา ณ โอกาสนี้.

ขอแสดงความนับถือ

(นายเสาร์คำ ไส้แก้ว)

ผู้วิจัย

อนุญาตให้เก็บข้อมูล

ลงชื่อ.....
(.....)
...../...../.....

ผู้วิจัย

นายเสาร์คำ ไส้แก้ว

โทร. ๐๘ ๘๙๑๔ ๘๗๓๒

ที่ อว ๘๐๗๓.๒/๖๐๖๓



วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๓๒/๒๒ หมู่ที่ ๒ ตำบลนาป่า
อำเภอมือฉ่องสำโรง จังหวัดชลบุรี

๒๓ มีนาคม ๒๕๖๘

เรื่อง ขออนุญาตทดลองใช้ (Try out) เครื่องมือในการวิจัย

กราบเรียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินความรู้ความเข้าใจการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาด
ประมงพื้นบ้าน อำเภอมือฉ่องสำโรง จังหวัดชลบุรี ๑ ฉบับ

ด้วย นายเสาร์คำ ใสแก้ว บุคลากรวิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำโครงการวิจัย ปีงบประมาณ ๒๕๖๘ เลขที่สัญญา ว. ๐๒๐/๒๕๖๘ เรื่อง “การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมือฉ่องสำโรง จังหวัดชลบุรี” ซึ่งอยู่ในขั้นตอนการทดลองใช้เครื่องมือวิจัย (Try out) เพื่อตรวจสอบคุณภาพและปรับปรุงเครื่องมือวิจัยที่สร้างขึ้น

ในการนี้ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ในการดำเนินการทดลองใช้เครื่องมือในพื้นที่ตลาดโรงสี ตำบลนาป่า อำเภอมือฉ่องสำโรง จังหวัดชลบุรี ของท่านซึ่งจะทดลองกับผู้ประกอบการร้านในพื้นที่ จำนวน ๓๐ ชุด เท่านั้น จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ และขอความอนุเคราะห์มา ณ โอกาสนี้.

ขอแสดงความนับถือ

(นายเสาร์คำ ใสแก้ว)

ผู้วิจัย

อนุญาตให้เก็บข้อมูล

ลงชื่อ.....

()

...../...../.....

ผู้วิจัย

นายเสาร์คำ ใสแก้ว

โทร. ๐๘ ๘๙๑๔ ๘๗๓๒

ที่ อว ๘๐๗๓.๒/ว๐๑๕



วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๓๒/๒๒ หมู่ที่ ๒ ตำบลนาป่า
อำเภอมือขลุ่ย จังหวัดชลบุรี

๓ เมษายน ๒๕๖๘

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมกิจกรรมให้ความรู้

กราบเรียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย รายละเอียดกิจกรรมให้ความรู้แนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานราก
ตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมือขลุ่ย จังหวัดชลบุรี จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วย นายเสาร์คำ ไส้แก้ว บุคลากรวิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำโครงการวิจัย ปีงบประมาณ ๒๕๖๘ เลขที่สัญญา ว. ๐๒๐/๒๕๖๘ เรื่อง “การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมือขลุ่ย จังหวัดชลบุรี” ซึ่งอยู่ในขั้นตอนการนำเสนอแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานราก ตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมือขลุ่ย จังหวัดชลบุรี

ในการนี้ ผู้วิจัย ได้พิจารณาแล้ว จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านให้เกียรติร่วมกิจกรรมให้ความรู้แนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมือขลุ่ย จังหวัดชลบุรี สำหรับวัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์นั้น ปรากฏตามเอกสารแนบท้าย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ และขอความอนุเคราะห์มา ณ โอกาสนี้.

ขอแสดงความนับถือ

(นายเสาร์คำ ไส้แก้ว)

ผู้วิจัย

อนุญาตให้เก็บข้อมูล
ลงชื่อ.....
()
...../...../.....

ผู้วิจัย

นายเสาร์คำ ไส้แก้ว

โทร. ๐๘ ๘๙๑๔ ๘๗๓๒

ที่ อว ๘๐๗๓.๒/๖๐๒๑



วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๓๒/๒๒ หมู่ที่ ๒ ตำบลนาป่า
อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

พฤษภาคม ๒๕๖๘

เรื่อง ขอเชิญร่วมประเมินแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานราก ตลาดประมงพื้นบ้าน
อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

กราบเรียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินความเหมาะสมแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานราก
ตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วย นายเสาร์คำ ใสแก้ว บุคลากรวิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้จัดทำโครงการวิจัย ปีงบประมาณ ๒๕๖๘ เลขที่สัญญา ว. ๐๒๐/๒๕๖๘ เรื่อง “การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี” ซึ่งอยู่ในขั้นตอนการประเมินความเหมาะสมแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานราก ตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ในการนี้ ผู้วิจัย ได้พิจารณาแล้ว จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านให้เกียรติร่วมประเมินความเหมาะสมแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานราก ตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี มีรายละเอียดปรากฏตามเอกสารแนบท้าย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ และขอความอนุเคราะห์มา ณ โอกาสนี้.

ขอแสดงความนับถือ

(นายเสาร์คำ ใสแก้ว)

ผู้วิจัย

อนุญาตให้เก็บข้อมูล
ลงชื่อ.....
(.....)
...../...../.....

ผู้วิจัย

นายเสาร์คำ ใสแก้ว
โทร. ๐๘ ๘๙๑๔ ๘๗๓๒

ภาคผนวก ง
ภาพถ่ายการลงพื้นที่ และกิจกรรมในโครงการวิจัย







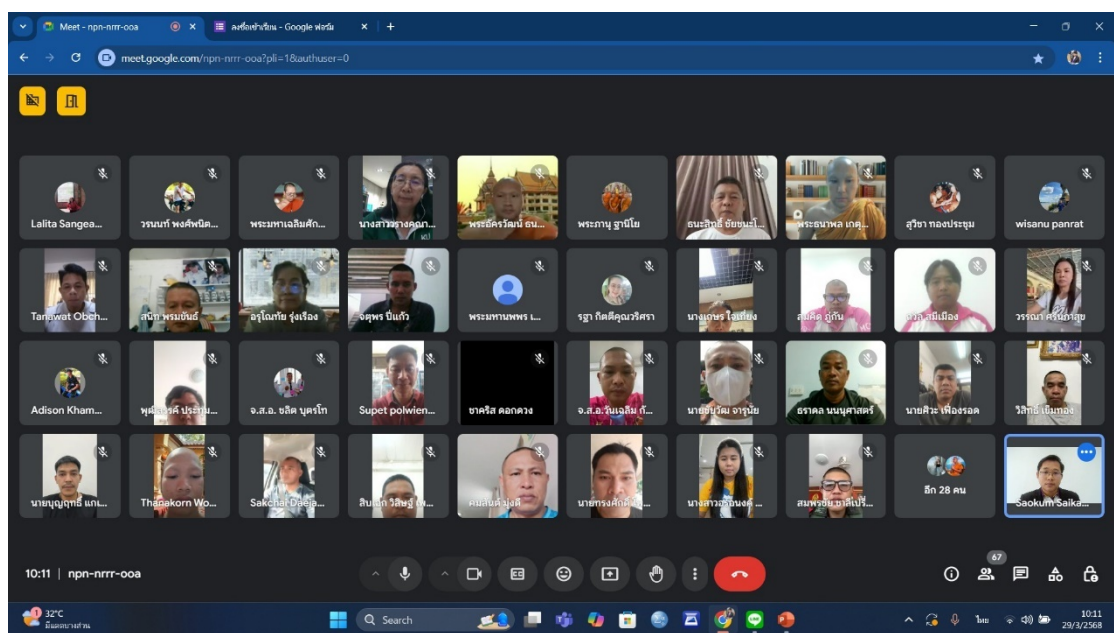
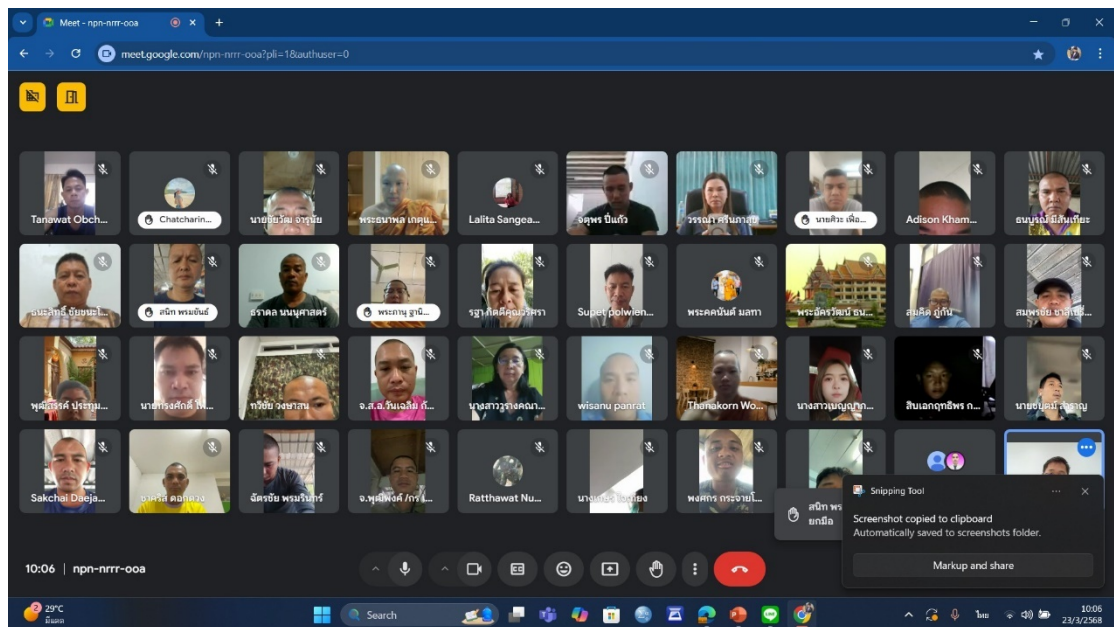












ภาคผนวก จ
เอกสารการรับรองการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์



หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วันที่ ๒ กรกฎาคม ๒๕๖๘

เรื่อง การรับรองการใช้ประโยชน์ของผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

เรียน ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ข้าพเจ้า นางอรุณทัย รุ่งเรือง ตำแหน่ง ประธานคณะกรรมการตลาดประมงท่าเรือพลี ชุมชน ตลาด
ประมงท่าเรือพลี ที่อยู่ ซอย ท่าเรือพลี ตำบล มะขามหย่ง ๒๐๐๐๐ โทรศัพท์ ๐๓๘ ๒๗๐ ๐๗๐
ขอรับรองว่าได้มีการนำผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เรื่อง
“การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี”
ซึ่งเป็นผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ของ นายเสาร์คำ ไส้แก้ว บุคลากรตำแหน่ง นักวิเคราะห์นโยบายและ
แผน สังกัด วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย โดยนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

- ☒ การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ
- ☒ การใช้ประโยชน์ด้านความรู้ในพระพุทธศาสนา
- ☐ การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์
- ☐ การใช้ประโยชน์เชิงนโยบายหรือระดับประเทศ
- ☐ การใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์/เป้าหมายของงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

ช่วงเวลาที่น่าไปใช้ประโยชน์ ตั้งแต่ ๑ มิถุนายน ๒๕๖๘ จนถึง ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๘ ซึ่งการนำ
ผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ เรื่องนี้ไปใช้ประโยชน์นั้น ก่อให้เกิดผลดี ดังนี้

องค์ความรู้จากการวิจัยได้ส่งเสริมความสามัคคีในชุมชน ทั้งด้านการผลิต การจัดจำหน่าย และการ
แบ่งปันความรู้ ส่งผลให้เกิดความสามัคคีในชุมชน เสริมสร้างความมั่นคงทางสังคมช่วยเพิ่มรายได้และเสถียรภาพ
ให้กับครอบครัวในชุมชน ลดปัญหาการย้ายถิ่นฐานเพราะคนในพื้นที่มีแหล่งรายได้ที่มั่นคง รักษาวิถีชีวิตและ
วัฒนธรรมท้องถิ่น ช่วยส่งเสริมและอนุรักษ์วิถีชีวิตการทำประมงแบบดั้งเดิมซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมท้องถิ่น
ทำให้คนรุ่นใหม่ได้รับการสืบทอดและเข้าใจวิถีชีวิตชาวประมงมากขึ้น และเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรและ
บริการทางสังคม เช่น เงินทุน ความรู้ และบริการจากหน่วยงานต่าง ๆ เป็นต้น ได้ง่ายขึ้น ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการ
พัฒนาอาชีพและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่

ขอรับรองว่าข้อความข้างต้นเป็นจริงทุกประการ

ลงชื่ออรุณทัย รุ่งเรือง.....

(อรุณทัย รุ่งเรือง)

ตำแหน่ง ประธานคณะกรรมการตลาดประมงท่าเรือพลี

การนำเสนอการส่งเสริมเครือข่าย เศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาด ประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

จากการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริม
เครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน
อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จำนวน 5 ครั้ง แก่ผู้มี
ส่วนได้เสีย จำนวน 30 คน พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีค่า
เฉลี่ยความรู้ก่อนการส่งเสริม อยู่ในระดับน้อย (2.31)
และมีค่าเฉลี่ยความรู้หลังการส่งเสริม อยู่ในระดับมาก
(3.98) โดยมีค่าเฉลี่ยของความก้าวหน้าทางการส่งเสริม
เพิ่มขึ้นอยู่ที่ 1.67 เมื่อเปรียบเทียบระหว่างคะแนนสอบ
ทั้งสองครั้ง พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้หลังส่งเสริม
สูงกว่าก่อนเข้าส่งเสริมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
.01



การประเมินการส่งเสริมเครือข่าย เศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาด ประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ส่วนการประเมิน แนวทางการส่งเสริมเครือข่าย
เศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน
อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จากการแจก
แบบสอบถาม จำนวน 30 คน พบว่า โดยภาพรวม มี
ความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (3.70)



รายงานโครงการวิจัย

การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจ ฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

เสาว์ดำ สืบแก้ว

งบประมาณสนับสนุนมูลฐาน (Fundamental Fund)

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

จากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

MCURS 800768020

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้าง
เครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน
2. พัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาด
ประมงพื้นบ้าน
3. นำเสนอและประเมินการส่งเสริมเครือข่าย
เศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน
อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ความต้องการจำเป็นของการ เสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจ ฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน

ความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่าย
เศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี
จังหวัดชลบุรีด้านที่มีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการส่งเสริม
มากที่สุด 3 อันดับแรก คือ

1. ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย
2. ด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน
3. ด้านมีความสนใจร่วมกัน

ส่วนความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่าย
เศรษฐกิจฐานรากตลาดคุณธรรมประมงพื้นบ้าน อำเภอ
เมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม ด้านที่มีความเร่ง
ด่วนที่ต้องได้รับการส่งเสริมมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ

1. ด้านวิสัยทัศน์ชัดเจนธุรกิจ
2. ด้านจิตอาสา ค่านิยม
3. ด้านนิสสยสัมพันธ์ พร้อมด้วยแหล่งทุนที่เป็นที่
อาศัย



ตลาดประมงท่าเรือพลี
สินค้าดี สด สะอาด
บริการประทับใจ

ท่าเรือพลี ต.มะขามหย่ง อ.เมืองชลบุรี จ.ชลบุรี

พัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรม ฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

1. จักขุมา รู้จักสินค้า ดูของเป็น เก่งกำไรแม่นยำ มุ่ง
เน้นความสามารถในการจำแนกชนิด คุณภาพ และความ
สดของสัตว์น้ำในท้องถิ่นได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้ง
ประเมินราคาตลาดของสัตว์น้ำแต่ละชนิดได้อย่างสมเหตุ
สมผล และสร้างความเข้าใจในหลักการตั้งราคาอย่างมี
คุณธรรม
2. วิถีไร ชื้อง่าย ขายคล่อง ได้ใจลูกค้า มุ่งเน้นให้
เข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มต่างๆ
และส่งเสริมทักษะการสื่อสาร การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี
และการบริการลูกค้าด้วยใจบนพื้นฐานของคุณธรรม และ
3. นิสสยสัมพันธ์ สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่ง
ทุนได้ง่าย มุ่งเน้นการเรียนรู้วิธีการบันทึกขายรับ-รายจ่าย
อย่างง่าย เพื่อให้เห็นสถานะทางการเงินของตนเอง และ
ส่งเสริมทัศนคติและพฤติกรรมที่นำไปสู่ความไว้วางใจจาก
แหล่งทุนและลูกค้า





รายชื่อผู้เข้ากิจกรรมและประเมินความรู้
 การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน
 อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี
 วันพฤหัสบดี ที่ 15 เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช 2568
 ผ่านระบบออนไลน์ Zoom Meeting ID : 730 6476 5632

ลำดับ	ชื่อ และ นามสกุล	ลายเซ็น
1	พ.ร.ด.จันต์ จิรพัฒน์	พ.ร.ด.จันต์
2	พ.ร.ช.สุภาภรณ์ ปภังกร	พ.ร.ช.สุภาภรณ์
3	จ.อ.อ.จันเดชน์ กันทะจันทร์	จ.อ.อ.จันเดชน์
4	นายอภินันท์ ภักดิ์จิตต์วัฒน์	นายอภินันท์
5	อ.อ. นพพร ทองเกี	อ.อ. นพพร
6	อ.อ. นพพร ภรณ์โชติ	อ.อ. นพพร
7	อ.อ. นริชา กสิณกุล	อ.อ. นริชา
8	อ.อ. วรณิศา ตวงมัน	อ.อ. วรณิศา
9	นาง ธาตุ จิตร์สวัสดิ์	นาง ธาตุ จิตร์สวัสดิ์
10	นาย อธิษฐ์ พงษ์สิทธิ์	นาย อธิษฐ์ พงษ์สิทธิ์
11	นาย นพพร เกษมทรัพย์	นาย นพพร
12	นาย อธิษฐ์ อภัย	นาย อธิษฐ์ อภัย
13	นาย สมพรชัย ชาติประเสริฐ	นาย สมพรชัย
14	อ.อ. นพพร ภูมิพัฒน์	อ.อ. นพพร
15	นาง นริชา ทองประเสริฐ	นาง นริชา
16	อ.อ. อธิษฐ์ ตวงมัน	อ.อ. อธิษฐ์
17	อ.อ. อธิษฐ์ อภัย	อ.อ. อธิษฐ์
18	นาย อธิษฐ์ อภัย	นาย อธิษฐ์
19	นาย วรณิศา พงษ์สิทธิ์	นาย วรณิศา
20	พระอภินันท์ อธิษฐ์	พระอภินันท์

(Signature)

ลำดับ	ชื่อ และ นามสกุล	ลายเซ็น
21	นายไฉว: เพ็ญรณ	ไฉว
22	นางสาวลลิตา เสี่ยงมจิตร	ลลิตา เสี่ยงมจิตร
23	นาย พารัตต์ วัฒนศิริวัฒน	พารัตต์
24	นางเกษรา จิตภิรมย์	เกษรา จิตภิรมย์
25	พ.ส. อรรถาภรณ์ สว่าง	อรรถาภรณ์
26	น.ส. ศักดิ์อภรณ์ ธนเนตรพอด	ศักดิ์อภรณ์
27	ศอ. โคฟีร์ จันทก	โคฟีร์ จันทก
28	นาย รุญช์ สีราน	นาย รุญช์ สีราน
29	พระนางเนนพร อติอุทโท	พระนางเนนพร อติอุทโท
30	ธนบูรณ์ อธิวัฒน์	ธนบูรณ์ อธิวัฒน์
31	อัทธินันท์ กองเอี่ยม	อัทธินันท์ กองเอี่ยม
32	ศุภพร กสิณรัตน์	ศุภพร
33	อรรถาภรณ์ ศรีธรรม	อรรถาภรณ์ ศรีธรรม
34	จิรวัฒน์ การนิม	จิรวัฒน์ การนิม
35	พิชญ นนท	พิชญ นนท
36	ชาตรี ออธว	ชาตรี ออธว
37	ณัฐวัฒน์ ศรีวัฒนกุล	ณัฐวัฒน์ ศรีวัฒนกุล
38	น.ส. อมรรณ พะพ	น.ส. อมรรณ พะพ
39	สรัชชา ทอประสม	สรัชชา
40	นางเนนพร อธิวัฒน์	พระนางเนนพร อธิวัฒน์

รับรองตามนี้



(เสารคำ ใส่แก้ว)

หัวหน้าโครงการ

ภาคผนวก ข
บทความวิจัย และหนังสือรับรอง



สนทท. วส.004

สมาคมวิชาการ
การท่องเที่ยว(ประเทศไทย)

สมาคมวิชาการการท่องเที่ยว (ประเทศไทย)

เลขที่ 38 ถนนเพชรเกษม แขวงบางหว่า เขตภาษีเจริญ กรุงเทพฯ 10160

โทรศัพท์ 0-2457-0068 ต่อ 5398 โทรสาร 0-2868-4351

Website: <http://tourismtaat.siam.edu> E-mail: tourismtaat.info@gmail.com

สนทท. 31 / 2568

18 มิถุนายน 2568

เรื่อง ตอบรับบทความ

เรียน คุณเสาร์คำ ใส่แก้ว

ตามที่ ท่านได้ส่งบทความเรื่อง “การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน
อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี” มาตีพิมพ์ในวารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย และบทความดังกล่าว
ได้ผ่านกระบวนการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งมาจากหลากหลายสถาบัน จำนวน 3 ท่าน เป็นที่เรียบร้อยแล้ว
โดยบทความดังกล่าวจะได้รับการตีพิมพ์ในวารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย ฉบับที่ 1 ปีที่ 22
ซึ่งจะเผยแพร่ในเดือนมกราคม - มิถุนายน 2570

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(ผศ.ดร.ชลลดา มงคลวนิช)

บรรณาธิการ

ผู้ประสานงาน โคพิฐฐา

โทรศัพท์ 0-2457-0068 ต่อ 5398

โทรสาร 0-2868-4351, 0-2868-4842

วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย

ปีที่ 22 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2570)

การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

Promoting the Development of a Grassroots Fisheries Market Based Economy Network in Mueang Chonburi District, Chonburi Province

เสาร์คำ ใสแก้ว

Saokum Saikaew

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี

Mahachulalongkornrajavidyalaya University Chonburi Buddhist College

*saokum.sai@mcu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน มีเครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ แบบทดสอบความรู้ และแบบประเมิน จากผู้ประกอบการตลาดประมงพื้นบ้าน 235 คน สัมภาษณ์ 9 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความต้องการจำเป็น การวิเคราะห์เนื้อหา และ สถิติค่า t-test

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน ด้านที่มีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการส่งเสริมมากที่สุด คือ ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย, ด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน และ ด้านมีความสนใจร่วมกัน ตามลำดับ 2) การพัฒนาเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน มีอยู่ 3 แนวทาง คือ จักขุมารู้จักสินค้า ของเป็น เก่งกำไร แม่นยำ วิรุโร ชื่อง่าย ขายคล่อง ได้ใจลูกค้า นิสยสัมพันธ์ สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย 3) การนำเสนอและประเมินการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความรู้ก่อนและหลังการส่งเสริม เมื่อเปรียบเทียบระหว่างคะแนนสอบทั้งสองครั้ง มีความรู้หลังส่งเสริมสูงกว่าก่อนเข้าส่งเสริมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ : ตลาดประมงพื้นบ้าน เครือข่ายเศรษฐกิจฐานราก จังหวัดชลบุรี

ภาคผนวก ณ
ผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (IOC)



ผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของผู้เชี่ยวชาญ

โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

ของแบบสอบถามความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานราก
ตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

๑. ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมง
พื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จำนวนทั้งสิ้น ๔๓ ข้อคำถาม มีผลการทดสอบดังนี้

ข้อ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	ค่า IOC	แปลผล
	๑	๒	๓	๔	๕			
๑	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๓	๑	๑	๑	๑	๐	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๔	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๕	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๖	๑	๐	๑	๑	๑	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๗	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๘	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๙	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๑๐	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๑๑	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๑๒	๑	๐	๑	๑	๑	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๑๓	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๑๔	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้

ข้อ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	ค่า IOC	แปลผล
	๑	๒	๓	๔	๕			
๑๕	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๑๖	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๑๗	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๑๘	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๑๙	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๐	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๑	๑	๑	๐	๑	๑	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๒๒	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๓	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๔	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๕	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๖	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๗	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๘	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๙	๐	๑	๑	๑	๑	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๓๐	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๓๑	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๓๒	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๓๓	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๓๔	๑	๑	๐	๑	๑	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๓๕	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๓๖	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๓๗	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๓๘	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้

ข้อ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	ค่า IOC	แปลผล
	๑	๒	๓	๔	๕			
๓๙	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๔๐	๐	๑	๑	๑	๑	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๔๑	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๔๒	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๔๓	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้

ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้าง
เครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เท่ากับ ๐.๙๗๖



ผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของผู้เชี่ยวชาญ

โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

ของแบบประเมินความรู้ความเข้าใจการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานราก
ตลาด ประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

๑. ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาด ประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จำนวนทั้งสิ้น ๑๒ ข้อคำถาม มีผลการทดสอบดังนี้

ข้อ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	ค่า IOC	แปลผล
	๑	๒	๓	๔	๕			
๑	๐	๑	๑	๑	๑	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๒	๑	๐	๑	๑	๑	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๓	๑	๑	๑	๑	๐	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๔	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๕	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๖	๑	๐	๑	๑	๑	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๗	๐	๑	๑	๑	๑	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๘	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๙	๑	๐	๑	๑	๑	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๑๐	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๑๑	๑	๑	๐	๑	๑	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๑๒	๑	๐	๑	๑	๑	๔	๐.๘๐	ใช้ได้

ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบประเมินความรู้ความเข้าใจการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาด ประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เท่ากับ ๐.๘๖๖



ผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของผู้เชี่ยวชาญ

โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

ของแบบประเมินความเหมาะสมแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐาน
รากลตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

๑. ข้อมูลเกี่ยวกับแบบประเมินความเหมาะสมแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐาน
รากลตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จำนวนทั้งสิ้น ๔๒ ข้อคำถาม มีผลการ
ทดสอบดังนี้

ข้อ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	ค่า IOC	แปลผล
	๑	๒	๓	๔	๕			
๑	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๓	๑	๑	๑	๑	๐	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๔	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๕	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๖	๑	๐	๑	๑	๑	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๗	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๘	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๙	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๑๐	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๑๑	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๑๒	๑	๐	๑	๑	๑	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๑๓	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้

ข้อ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	ค่า IOC	แปลผล
	๑	๒	๓	๔	๕			
๑๔	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๑๕	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๑๖	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๑๗	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๑๘	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๑๙	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๐	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๑	๑	๑	๐	๑	๑	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๒๒	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๓	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๔	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๕	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๖	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๗	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๘	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒๙	๐	๑	๑	๑	๑	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๓๐	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๓๑	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๓๒	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๓๓	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๓๔	๑	๑	๐	๑	๑	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๓๕	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๓๖	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๓๗	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้

ข้อ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่					รวม	ค่า IOC	แปลผล
	๑	๒	๓	๔	๕			
๓๘	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๓๙	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๔๐	๐	๑	๑	๑	๑	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
๔๑	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๔๒	๑	๑	๑	๑	๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้

ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบประเมินความเหมาะสมแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เท่ากับ ๐.๙๖๘

ภาคผนวก ญ
ผลการทดลองใช้เครื่องมือ (Try Out)



ผลการทดลองใช้ (Try Out)

โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ อัลฟา (Alpha Coefficient Cronbach)
ของแบบสอบถามความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานราก
ตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

๑. ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมง
พื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all
variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.991	43

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	421.50	101.56	.894	.990
2	421.53	106.32	.909	.990
3	421.56	106.53	.887	.990
4	421.53	106.32	.909	.990
5	421.46	105.63	.787	.990
6	421.43	105.42	.831	.990
7	421.33	101.60	.762	.991
8	421.33	101.60	.762	.991
9	421.46	104.39	.830	.990
10	421.56	105.35	.830	.990
11	421.60	105.76	.811	.990
12	421.36	103.82	.605	.991
13	421.66	102.64	.356	.991
14	421.46	105.84	.780	.990
15	421.56	106.53	.887	.990
16	421.50	107.36	.899	.990
17	421.43	103.77	.758	.990
18	421.46	104.46	.634	.991
19	421.36	107.55	.859	.990
20	421.33	101.60	.762	.991
21	421.33	101.60	.762	.991
22	421.33	101.60	.762	.991
23	421.33	101.60	.762	.991
24	421.33	101.60	.762	.991
25	421.30	100.21	.434	.991
26	421.36	101.82	.685	.991
27	421.46	104.39	.830	.990
28	421.46	104.39	.830	.990
29	421.36	100.58	.736	.991
30	421.50	107.36	.899	.990
31	421.63	102.37	.762	.991
32	421.53	108.39	.850	.990

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
33	421.50	107.36	.899	.990
34	421.40	103.55	.796	.990
35	421.53	108.53	.645	.991
36	421.40	107.76	.791	.990
37	421.36	100.93	.591	.991
38	421.56	107.35	.864	.990
39	421.56	106.73	.881	.990
40	421.86	101.91	.662	.991
41	421.86	100.53	.656	.991
42	421.66	102.02	.767	.991
43	421.33	101.60	.762	.991

จากการทดลองใช้ (Try Out) กับแบบสอบถามความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จำนวน ๓๐ คนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ อัลฟา (Alpha Coefficient Cronbach) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยข้อคำถามที่จะนำไปใช้จะต้องมีความเชื่อมั่นทั้งฉบับมากกว่า ๐.๗๖๐ ซึ่งในที่นี้ผลการทดลองใช้ (Try Out) ของแบบสอบถามความต้องการจำเป็นของการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เท่ากับ ๐.๙๙๑



ผลการทดลองใช้ (Try Out)

โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ อัลฟา (Alpha Coefficient Cronbach)
ของแบบประเมินความรู้ความเข้าใจการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานราก
ตลาด ประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

๑. ข้อมูลเกี่ยวกับแบบประเมินความรู้ความเข้าใจการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานราก
ตลาด ประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all
variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.936	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	413.27	103.47	.842	.934
2	486.91	109.12	.915	.947
3	421.58	100.89	.733	.903
4	497.04	105.63	.876	.926
5	439.75	107.38	.967	.911
6	458.39	101.74	.788	.944
7	477.66	108.29	.920	.918
8	402.83	104.56	.701	.937
9	493.12	106.91	.983	.942
10	426.47	102.35	.849	.909
11	448.08	110.00	.759	.923
12	469.35	100.02	.995	.947

จากการทดลองใช้ (Try Out) กับแบบประเมินความรู้ความเข้าใจการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาด ประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จำนวน ๓๐ คนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ อัลฟา (Alpha Coefficient Cronbach) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยข้อคำถามที่จะนำไปใช้จะต้องมีความเชื่อมั่นทั้งฉบับมากกว่า ๐.๗๖๐ ซึ่งในที่นี้ผลการทดลองใช้ (Try Out) ของแบบประเมินความรู้ความเข้าใจการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาด ประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เท่ากับ ๐.๙๓๖



ผลการทดลองใช้ (Try Out)

โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ อัลฟา (Alpha Coefficient Cronbach)
ของแบบประเมินความเหมาะสมแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐาน
รากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

๑. ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน
อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all
variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.928	42

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	483.72	116.34	.841	.923
2	411.99	108.79	.777	.937
3	476.35	110.78	.748	.902
4	485.61	115.21	.847	.948
5	429.82	113.58	.856	.910
6	467.47	118.35	.883	.945
7	493.12	115.88	.742	.931
8	452.85	106.75	.816	.900
9	489.54	107.83	.776	.942
10	419.26	116.46	.751	.915
11	413.27	110.00	.873	.934
12	486.91	103.73	.734	.913
13	421.58	103.69	.735	.948
14	497.04	106.11	.879	.927
15	439.75	110.34	.729	.905
16	458.39	113.41	.807	.938
17	477.66	104.63	.874	.944
18	402.83	115.81	.817	.919
19	493.12	109.32	.795	.942
20	426.47	102.06	.772	.901
21	448.08	110.27	.748	.934
22	469.35	115.38	.883	.912
23	413.27	102.68	.719	.949
24	486.91	111.42	.842	.926
25	421.58	108.93	.851	.901
26	497.04	106.79	.810	.940
27	439.75	117.54	.742	.935
28	458.39	109.61	.729	.920
29	477.66	112.35	.705	.944
30	402.83	120.08	.804	.915
31	493.12	101.87	.711	.937
32	426.47	104.56	.768	.914

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
33	448.08	113.72	.807	.942
34	469.35	114.49	.826	.929
35	413.27	107.13	.836	.946
36	486.91	118.96	.738	.905
37	421.58	103.22	.734	.932
38	497.04	116.62	.848	.948
39	439.75	119.45	.828	.921
40	458.39	105.78	.763	.911
41	477.66	113.55	.746	.944
42	402.83	105.24	.792	.926

จากการทดลองใช้ (Try Out) กับแบบประเมินความเหมาะสมแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี จำนวน ๓๐ คนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ อัลฟา (Alpha Coefficient Cronbach) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยข้อคำถามที่จะนำไปใช้จะต้องมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับมากกว่า ๐.๗๖๐ ซึ่งในที่นี้ผลการทดลองใช้ (Try Out) ของแบบประเมินความเหมาะสมแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เท่ากับ ๐.๙๒๘

ภาคผนวก ก
รายละเอียดแนวทางการส่งเสริม



รายละเอียด

แนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ส่วนนำ

- ชื่อสถาบันอุดมศึกษา : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
- ส่วนงาน : วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี
- ผู้รับผิดชอบ : นายเสาร์คำ ไส้แก้ว
- สถานที่จัดกิจกรรม : ระบบออนไลน์ Zoom Meeting ID : ๗๓๐ ๖๔๗๖ ๕๖๓๒
- ระยะเวลากิจกรรม : เดือนเมษายน – เดือนพฤษภาคม

จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

จุดมุ่งหมาย :

แนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี มุ่งเน้นการสร้าง ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจคุณธรรมฐานรากให้ผู้ได้รับความเข้าใจแนวคิด เศรษฐกิจคุณธรรมฐานราก และบทบาทของตลาดประมงพื้นบ้านในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน เน้นการผสมผสาน หลักพุทธธรรม และ แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและชุมชน โดยใช้หลัก “จักขุมา” (ตาดี) เพื่อให้ผู้ประกอบการมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ ผักผ่อนแนวคิด “วิรุโร” (ชัดเจนธุรกิจ) เพื่อเสริมสร้างทักษะการบริหารจัดการตลาด การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และการใช้เทคโนโลยี และส่งเสริมการพึ่งพาอาศัยกันผ่านหลัก “นิสสัยสัมปันโน” (พร้อมด้วยแหล่งทุนเป็นที่อาศัย) โดยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางเศรษฐกิจและเข้าถึงแหล่งทุนที่เหมาะสม

วัตถุประสงค์ :

๑. จักขุมา รู้จักสินค้า ดูของเป็น เก่งกาไรแม่นยำ มุ่งเน้นเพื่อให้สามารถจำแนกชนิดคุณภาพ และความสดของสัตว์น้ำในท้องถิ่นได้อย่างถูกต้อง ประเมินราคาตลาดของสัตว์น้ำแต่ละชนิดได้อย่างสมเหตุสมผล คำนวณต้นทุน และคาดการณ์กำไรเบื้องต้นได้อย่างแม่นยำ และสร้างความเข้าใจในหลักการตั้งราคาอย่างมีคุณธรรม

๒. วิรุโร ซื้อง่าย ขายคล่อง ได้ใจลูกค้า มุ่งเน้นเพื่อให้รู้จักช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ เข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มต่างๆ สามารถวางแผนการจัดหาและจำหน่ายสัตว์น้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดความสูญเสีย และส่งเสริมทักษะการสื่อสาร การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และการบริการลูกค้าด้วยใจบนพื้นฐานของคุณธรรม

๓. นิสัยสัมพันธ์ สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย มุ่งเน้นเพื่อให้ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความน่าเชื่อถือทางการเงินและทางสังคม เรียนรู้วิธีการบันทึกรายรับ-รายจ่ายอย่างง่าย เพื่อให้เห็นสถานะทางการเงินของตนเอง รู้จักแหล่งทุนที่อาจเข้าถึงได้ในชุมชนหรือจากหน่วยงานภายนอก และส่งเสริมทัศนคติและพฤติกรรมที่นำไปสู่ความไว้วางใจจากแหล่งทุนและคู่ค้า

ลักษณะและการดำเนินการ

จำนวนชั่วโมงที่ใช้ในกิจกรรม : ๑๐ ชั่วโมง

ช่วงเวลาการจัดกิจกรรม : เริ่ม ๑๒.๓๐ น. สิ้นสุด ๑๔.๓๐ น.

จำนวนวันที่ใช้จัดกิจกรรม : ๕ วัน

จำนวนครั้งที่ใช้จัดกิจกรรม : ๕ ครั้ง ประกอบด้วย

ครั้งที่ ๑ วันที่ ๑๐ เมษายน ๒๕๖๘

ครั้งที่ ๑ วันที่ ๒๔ เมษายน ๒๕๖๘

ครั้งที่ ๑ วันที่ ๑ พฤษภาคม ๒๕๖๘

ครั้งที่ ๑ วันที่ ๘ พฤษภาคม ๒๕๖๘

ครั้งที่ ๑ วันที่ ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๘

รูปแบบการจัดกิจกรรม : ระบบออนไลน์ Zoom Meeting ID : ๗๓๐ ๖๔๗๖ ๕๖๓๒

ความคาดหวังและการประเมินผล

ความคาดหวัง

๑. จักขุมา รู้จักสินค้า คุณของเป็น เก่งกำไรแม่นยำ เมื่อเข้าร่วมแล้ว ผู้เข้าร่วมมีความมั่นใจในการคัดเลือกและประเมินคุณภาพสัตว์น้ำ, สามารถตั้งราคาขายได้อย่างเหมาะสม มีเหตุผล และยุติธรรม, เข้าใจโครงสร้างต้นทุนและสามารถวางแผนการเงินเบื้องต้นได้ และเกิดเครือข่ายแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านคุณภาพและราคา

๒. วิรุโรรี ซื้อง่าย ขายคล่อง ได้ใจลูกค้า เมื่อเข้าร่วมแล้ว ผู้เข้าร่วมมองเห็นช่องทางในการขยายตลาดหรือเพิ่มประสิทธิภาพการขายในช่องทางเดิม, เข้าใจลูกค้ามากขึ้นและสามารถตอบสนองความต้องการได้ดีขึ้น, มีการจัดการสินค้าที่ดีขึ้น ลดความเสียหาย และมีทักษะในการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ทำให้เกิดความไว้วางใจและเป็นลูกค้าประจำ

๓. นิสัยสัมพันธ์ สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย เมื่อเข้าร่วมแล้ว ผู้เข้าร่วมเห็นความสำคัญและเริ่มลงมือบันทึกข้อมูลทางการเงินของตนเอง, มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งทุนต่างๆ ที่อาจเข้าถึงได้, รู้แนวทางในการสร้างความน่าเชื่อถือเพื่อให้เข้าถึงโอกาสทางการเงินได้ง่ายขึ้น และเกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริหารจัดการเงินอย่างมีคุณธรรมและความรับผิดชอบ

การประเมินผล

ประเมินผลด้วยแบบทดสอบก่อน และหลังการส่งเสริม

แผนการจัดกิจกรรมและการประเมินผล

ครั้งที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้
๑	แนะนำรายละเอียดการจัดกิจกรรม ที่มา และความสำคัญของการจัดกิจกรรม	๒	บรรยาย และทดสอบก่อนเรียน
๒	รายงานผลความต้องการจำเป็นในการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี	๒	บรรยาย
๓	จักขุมา รู้จักสินค้า คุณของเป็น เก่งกำไรแม่นยำ การจำแนกชนิดสัตว์น้ำท้องถิ่น ลักษณะเด่น คุณค่าทางโภชนาการ และมูลค่าทางการตลาดของสัตว์น้ำที่พบในพื้นที่จังหวัดชลบุรี	๒	การอภิปราย "คุณธรรม การตั้งราคาด้วยความซื่อสัตย์ต่อตนเองและลูกค้า"

ครั้งที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้
	- เทคนิคการประเมินความสดและคุณภาพ การสังเกตลักษณะภายนอก และวิธีการเก็บรักษาเพื่อกคงความสด - การติดตามราคาตลาด ปัจจัยที่มีผลต่อราคา และแหล่งข้อมูลราคาอ้างอิง - พื้นฐานการคำนวณต้นทุน รายการต้นทุนที่เกี่ยวข้องในการทำประมงและการค้าสัตว์น้ำ - หลักการตั้งราคาและประมาณการกำไร การคำนวณจุดคุ้มทุน การตั้งราคาขายที่เหมาะสมและยุติธรรม		
๔	วิธูโร ซื้อง่าย ขายคล่อง ได้ใจลูกค้า - การวิเคราะห์ตลาดและลูกค้า ใครคือลูกค้าของเรา? เขาต้องการอะไร? ซื้อที่ไหน? ซื้อเมื่อไหร่? - ช่องทางการจัดจำหน่าย ตลาดสด การขายตรง การขายส่ง การขายออนไลน์ เพื่อการสร้างเครือข่ายร้านอาหาร - การบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างง่าย การวางแผนการรับซื้อ การจับสัตว์น้ำให้สอดคล้องกับการขาย - เทคนิคการสื่อสารและการบริการ การพูดคุย สอบถามความต้องการ การแนะนำสินค้า การรับฟังข้อเสนอแนะ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า - การสร้างความน่าเชื่อถือกับลูกค้า ความซื่อสัตย์ ความตรงต่อเวลา คุณภาพสม่ำเสมอ การรักษาคำพูด	๒	การอภิปราย เรื่อง "การขยายตลาดอย่างไรให้ยั่งยืน ด้วยความซื่อสัตย์และบริการที่ดี เพื่อสร้างลูกค้าประจำ"
๕	นิสสัยสัมปันโน สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย - ความสำคัญของความน่าเชื่อถือ ทำไมความซื่อสัตย์และตรงต่อเวลาจึงสำคัญในการทำธุรกิจและการเงิน - การทำบัญชีบัญชีธุรกิจอย่างง่าย การจดบันทึก รายรับ รายจ่าย เพื่อการวางแผนและแสดงสถานะการเงิน - การวางแผนทางการเงินเบื้องต้น การตั้งเป้าหมาย การออม การประเมินความต้องการเงินทุน - การเข้าถึงแหล่งทุนในชุมชนและภาครัฐ กลุ่มสัจจะออมทรัพย์ กองทุนหมู่บ้าน สหกรณ์ ธนาคารเพื่อ	๒	การอภิปราย เรื่อง "เทคนิคการเลือกซื้ออาหารทะเล"

ครั้งที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้
	การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โครงการช่วยเหลือจากภาครัฐ - การเตรียมความพร้อมในการขอสินเชื่อ/การสนับสนุน ต้องมีข้อมูลอะไรบ้าง? จะนำเสนออย่างไรให้น่าเชื่อถือ? - ทดสอบหลังการส่งเสริม		

แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ที่	วิธีประเมิน	ลำดับที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
๑	แบบทดสอบก่อนเรียน	๑	-
๒	แบบทดสอบหลังเรียน	๕	-

ภาคผนวก ก
รายชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมและประเมินความรู้



รายชื่อผู้เข้ากิจกรรมและประเมินความรู้

แนวทางการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน
อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ระหว่างวันที่ ๑๐ เมษายน ถึง ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๘

ผ่านระบบออนไลน์ Zoom Meeting ID : ๗๓๐ ๖๔๗๖ ๕๖๓๒

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	สินค้าที่จำหน่าย	เบอร์ติดต่อ
๑	คุณชลนิภา สีสมุทร	ยำไข่แมงดา	๐๘๗-๓๖๘๕๖XX
๒	คุณจิตติพรรณ ทับดารา	ปลาแดดเดียว	๐๙๔-๙๓๑๖๓XX
๓	คุณนพดล แซ่ลิ่ม	ทองม้วนสด	๐๘๑-๕๘๘๙๙XX
๔	คุณพิณรัตน์ มีเพชร	ปูอัด	๐๘๕-๙๐๕๓๐XX
๕	คุณวรารณ ทับดารา	กาแฟโบราณ	๐๘๗-๐๕๕๐๘XX
๖	คุณวิภาวดี บำรุงศักดิ์	ยำปูม้า	๐๘๙-๙๓๑๕๙XX
๗	คุณไพรินทร์ ภูบ่าเพ็ญ	ทอดมัน	ขอสงวน
๘	คุณชนิสรา อุดมมันถาวร	เฉาก๊วยนมสด	๐๘๘-๒๑๐๓๕XX
๙	คุณภูษนิศา ศรีจันทร์อ่อน	ข้าวต้มมัด	๐๘๑-๗๓๒๙๐XX
๑๐	คุณณัฐา นาคปฐม	สตรอเบอร์รี่-โยเกิร์ต	๐๘๐-๐๐๙๙๕XX
๑๑	คุณกันยา อินทแพทย์	ขนมเบื้อง	๐๙๙-๓๕๐๒๖XX
๑๒	คุณธัญญารส โฉมจันทร์	ปู - หอย	๐๙๖-๕๖๕๕๙XX
๑๓	คุณจุฑา สุวรรณรัตน์	ปลาหมึกย่าง	๐๘๗-๕๓๖๗๘XX
๑๔	คุณวรรณพร ผดุงการเลิศ	หมึกย่าง	๐๘๗-๕๓๖๗๘XX
๑๕	คุณศกลรัตน์ ศรีรุ่งเรือง	ข้าวหลาม	๐๘๑-๖๒๐๕๘XX
๑๖	คุณปรียาภรณ์ เจริญสวัสดิ์	ขนมจาก	๐๘๑-๖๒๐๕๘XX
๑๗	คุณเชิดศักดิ์ สายสิงห์	น้ำส้ม	ขอสงวน
๑๘	คุณจรงค์ พรหมทา	วุ้นมะพร้าว	๐๘๙-๘๙๓๔๑XX
๑๙	คุณสมพร บุญเจริญ	น้ำ หอยนางรม	๐๘๗-๐๔๐๘๗XX

๒๐	คุณชญาดา พูลสวัสดิ์	ชนุน	๐๙๐-๓๘๐๓๘XX
๒๑	คุณนิภา บำรุงเงิน	ชนุน	๐๘๙-๐๕๖๖๒XX
๒๒	คุณจิราภรณ์ อุบลอ่อน	ซูชิ	๐๘๑-๐๐๒๙๙XX
๒๓	คุณกนกนาถ บุญยิ่งภาพร	ทอดมันกุ้ง	ขอสงวน
๒๔	คุณพดิมพงษ์ บุญวิทยา	ยำ	๐๘๖-๘๒๘๑๗XX
๒๕	คุณสุรินทร์ อัดโน	ไอติม	๐๖๕-๖๕๓๖๙XX
๒๖	คุณศิวพลอย เจษฎาโกศากร	น้ำส้ม	๐๙๕-๒๘๙๑๔XX
๒๗	คุณศิริกุล เล็กเจริญ	ข้าวผัดปู	๐๙๔-๕๕๐๙๒XX
๒๘	คุณอารีย์ แนนหนา	ปุดม	๐๙๔-๕๕๐๙๒XX
๒๙	คุณธันวาทะ ตระกูลรัตน์	กึ่งย่าง	ขอสงวน
๓๐	คุณเครือวัลย์ อารีภักดิ์	น้ำจรวด	๐๖๑-๘๔๒๐๔XX

**ปฏิทินการจัดกิจกรรมการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมือง
ชลบุรี จังหวัดชลบุรี**

ครั้งที่	วัน เดือน ปี	เวลา	หัวข้อ
๑	วันที่ ๑๐ เมษายน ๒๕๖๘	๑๒.๓๐ - ๑๔.๓๐ น.	ครั้งที่ ๑ แนะนำปฏิทินการจัดกิจกรรมและการเก็บคะแนนก่อนการส่งเสริม
๒	วันที่ ๒๔ เมษายน ๒๕๖๘	๑๒.๓๐ - ๑๔.๓๐ น.	ครั้งที่ ๒ รายงานผลการศึกษาระยะที่ ๑ ความต้องการจำเป็นเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้านอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี
๓	วันที่ ๑ พฤษภาคม ๒๕๖๘	๑๒.๓๐ - ๑๔.๓๐ น.	ครั้งที่ ๓ ให้ความรู้ด้านจักขุมารู้จักสินค้า ของเป็น เก่งกำไรแม่นยำ
๔	วันที่ ๘ พฤษภาคม ๒๕๖๘	๑๒.๓๐ - ๑๔.๓๐ น.	ครั้งที่ ๔ ให้ความรู้ด้านวิธื้อซื้อขาย คล่อง ได้ใจลูกค้า
๕	วันที่ ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๘	๑๒.๓๐ - ๑๔.๓๐ น.	ครั้งที่ ๕ ให้ความรู้ด้านนิสสยสัมพันธ์ สร้างความน่าเชื่อถือ เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย

หมายเหตุ : มีการทดสอบวัดความรู้ในครั้งที่ ๑ และครั้งที่ ๕

ภาคผนวก ฐ
ข้อมูลรายชื่อผู้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง



รายชื่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษา

เรื่อง การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

- | | |
|---------------------------------|---------------------|
| ๑. พระมหาสุชาติ ธรรมกาโม, ดร. | ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน |
| ๒. พระปลัดมนู ฐานจาโร, ดร. | ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน |
| ๓. ดร.ประสาน เจริญศรี | ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน |
| ๔. ดร.ฉัตรชัย แนวพญา | ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน |
| ๕. พระปลัดสิทธิเดช สีลเตโช, ดร. | ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก |

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึก

- | | |
|----------------------------|---------------------------|
| ๑. คุณอรุณทัต รุ่งเรือง | ๒. คุณภาคิน ชันธภาค |
| ๓. คุณธัญลักษณ์ ชื่นศิริ | ๔. คุณอรเกริกไกร โพธิราชา |
| ๕. คุณวรรณท์ พงศ์พนิตนันท์ | ๖. คุณสำเภา วงษ์บุปผา |
| ๗. คุณมานพ รุ่งเรือง | ๘. คุณสุรินทร์ อัดโน |
| ๙. คุณธนายุทธ เกศแก้วนพคุณ | |

ผู้เข้าร่วมการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

๑. พระครูสุภัทรกิจจานุการ วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๒. พระมหาชูศักดิ์ ชุติวณฺโณ วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๓. ดร.ฉัตรชัย แนวพญา วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๔. ผศ.ดร.ชัยณรงค์ ศรีมันตะ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
๕. ผศ.ดร.บุญรอด บุญเกิด คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ภาคผนวก ๗
เอกสารรับรองจริยธรรมการวิจัย

ที่ อว ๘๐๐๗/ว.๖๖



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
 ๗๔ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอน้อย
 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
 โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
 www.mcu.ac.th

๑๐ มีนาคม ๒๕๖๘

เรื่อง รับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย

เจริญพร นายเสาร์คำ ใสแก้ว / นักวิจัย วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี

ตามที่ท่านได้มีหนังสือขอใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย
 เพื่อทำการวิจัยในเรื่อง “การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้านอำเภอเมือง
 ชลบุรี จังหวัดชลบุรี” มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย ได้พิจารณาเครื่องมือการวิจัยของท่าน โดยให้มี
 การแก้ไขปรับปรุง/เพิ่มเติมเอกสาร ตามเอกสารแนบ

จึงเจริญพรมาทราบและดำเนินการต่อไป.

ขอเจริญพร

(พระปัญญาวชิรบัณฑิต, รศ.ดร.)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย
 มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย



ใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย
เอกสารข้อมูลคำอธิบายสำหรับผู้เข้าร่วมการวิจัยและไบนินยอม

หมายเลขข้อเสนอการวิจัย ว.๖๖/๒๕๖๘

ข้อเสนอการวิจัยนี้และเอกสารประกอบของข้อเสนอการวิจัยตามรายงานการแสดงด้านล่าง ได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยแล้ว คณะกรรมการฯ มีความเห็นว่าข้อเสนอการวิจัยที่จะดำเนินการมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนดภายในประเทศ จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัย ตามข้อเสนอการวิจัยนี้ได้

ชื่อข้อเสนอการวิจัย: การเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้านอำเภอเมือง ชลบุรี จังหวัดชลบุรี
 (Promoting the Development of a Grassroots Fisheries Market – Based Economy Network in Mueang Chonburi District Chonburi Province)

รหัสข้อเสนอการวิจัย: MCU RS 800768050

สถาบันที่สังกัด: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี

ผู้วิจัยหลัก: นายเสาร์คำ ไส้แก้ว

เอกสารที่พิจารณาทบทวน

- | | |
|---|----------------------------------|
| ๑. แบบเสนอโครงการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘ |
| ๒. เอกสารชี้แจงข้อมูลผู้เข้าร่วมการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘ |
| ๓. หนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘ |
| ๔. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล | ฉบับที่ วันที่ ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘ |

พระปณฺญาวชิรบัณฑิต

(พระปณฺญาวชิรบัณฑิต, รศ.ดร.)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๑๐ มีนาคม ๒๕๖๘

หมายเลขใบรับรอง: ว.๖๖/๒๕๖๘

วันที่ให้การรับรอง: ๑๐ มีนาคม ๒๕๖๘

วันหมดอายุใบรับรอง: ๑๐ มีนาคม ๒๕๖๙

ภาคผนวก ฅ
ผลการตรวจสอบอักขรวิสุทธิ
(ร้อยละ ๗.๑๖)

Plagiarism Checking Report

Created on 2025-07-31 10:25:05 at 10:25 AM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
4388832	Jul 31, 2025 at 10:12 AM	Saokum.sai@mcu.ac.th	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย	รายงานการวิจัยร่างสมบูรณ์ (แก้ไข).pdf	Completed	7.16 %

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE
1	GUIDELINE FOR THE DEVELOPMENT POTENTIAL OF LOCAL FISHERIES GROUP TO CREATE A COMMUNITY NETWORK FOR THE BUNG KHUN THALE RESOURCE MANAGEMENT, KHUN THALE SUB DISTRICT, MUANG DISTRICT, SURAT THANI PROVINCE	Keawsatean, Pongtep	วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม
2	Factors Affecting Job Satisfaction of Operators form P P (Thailand) Company Limited in Amata Na Korn Industrial Estate Changwat Chonburi	บุญสมศรี, ภาวิณี	วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
3	Local Capital with Economic Development Foundation of Chao Phraya River headwaters Tourism	เหนืออำนาจ, รัตติยา	Asia Connect Journal
4	Public Participation in Community Economic Management	Sukhonthajit, Prakong	วารสารร่วมพฤษภ
5	ภาวะผู้นำตามหลักสัปบุริสธรรม	Channgam, Surasak	Journal of Academic Research and Innovation in Social Science Review
6	FURTHERANCE OF THE CREATIVE GRASSROOT ECONOMY OF WAT HAT MUN KRABUE COMMUNITY MUEANG DISTRICT PHICHIT PROVINCE	คล้ายธานี, สุภาวงศ์พิมพ์	มจร การพัฒนาสังคม
7	ความต้องการการพัฒนาการจัดสวัสดิการของพนักงาน บริษัท สยามกรกิจ จำกัด	บุติมา แก้วกลม	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
8	A Guideline for The Environmentally Friendly Port Management and The Artisanal Fisheries Community Rights in the Eastern Economic Corridor Project: A Case Study of Chonburi Province	สังข์แก้ว, บุญิดา	วารสารสถาบันพระปกเกล้า
9	https://km-ir.arts.tu.ac.th/files/original/7cb45e7f6b50c74436ec5f670616b040b2be2fcd.pdf	km-ir.arts.tu.ac.th	km-ir.arts.tu.ac.th_nutch
10	การประเมินหลักสูตรศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานบริหารการศึกษา ปดเนติวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี	พทุธา, สมณัย	วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ประวัติผู้วิจัย

- ชื่อ นามสกุล : เสาร์คำ ใส่แก้ว
- วัน เดือน ปีเกิด : ๓ สิงหาคม ๒๕๓๙
- ภูมิลำเนาที่เกิด : ตำบลเกาะช้าง อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย
- การศึกษา : ปีการศึกษา ๒๕๖๐ พุทธศาสตรบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ปีการศึกษา ๒๕๖๔ รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
บริหารงานยุติธรรมและสังคม มหาวิทยาลัยบูรพา
- ประสบการณ์การทำงาน : ๒๕๖๔ ถึง ๒๕๖๖ อาจารย์พิเศษ สังกัดวิทยาลัยสงฆ์ชลบุรี
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๒๕๖๗ ถึง ปัจจุบัน นักวิเคราะห์นโยบายและแผน สังกัดวิทยาลัย
สงฆ์ชลบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
- ผลงานทางวิชาการ : เสาร์คำ ใส่แก้ว, ภัตสนันท์ พ่วงเลื่อน. (๒๕๖๓). หลักธรรมาภิ
บาลในกระบวนการยุติธรรมคณะสงฆ์จังหวัดชลบุรี. วารสาร มจร
สังคมปริทรรศน์. ๙ (๑), ๑๓๕-๑๔๗.
: เสาร์คำ ใส่แก้ว, ประสาน เจริญศรี. (๒๕๖๕). ความสัมพันธ์
ระหว่างรูปแบบการลงโทษกับกระบวนการยุติธรรมคณะสงฆ์
ไทย. วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์. ๑๑ (๔), ๔๔-๕๘.
: เสาร์คำ ใส่แก้ว. (๒๕๖๕). ความสัมพันธ์ของกฎหมายใน
กระบวนการยุติธรรมคณะสงฆ์ไทย. วารสารวิจัยวิชาการ. ๕ (๓),
๒๓๕-๒๔๘.
: พระมหาเสาร์คำ ธมฺมธีโรและคณะ. (๒๕๖๕). กระบวนการ
ยุติธรรม: สถาบันตุลาการของคณะสงฆ์ไทย. วารสารบัณฑิตแสง
: โคมคำ. ๗ (๒), ๓๘๓-๓๙๙.
: เสาร์คำ ใส่แก้ว, พระชลญาณมุนี. (๒๕๖๖). การทำแท้ง: มุมมอง
ด้านกฎหมายและศีลธรรมตามแนวพุทธ. วารสารบัณฑิตแสงโคม
คำ. ๗ (๒). ๑๐๖-๑๒๐.
:

เสาร์คำ ใสแก้ว และคณะ. (๒๕๖๖). คัมภีรปาตน: ชีวิตเป็นของใคร สิทธิที่สตรีต้องตัดสินใจ. วารสารวิจัยวิชาการ. ๖ (๔). ๒๐๓-๒๑๕.

:

เสาร์คำ ใสแก้ว และฉัตรชัย แนวพญา. (๒๕๖๗). การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของการจัดสมดุลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมบนฐานระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC). วารสารวิชาการรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์. ๖(๓). ๑๓๘-๑๕๒.

:

เสาร์คำ ใสแก้ว และพระชลญาณมุนี. (๒๕๖๗). รูปแบบการเสริมสร้างพลังอำนาจ เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน ในตำบลนาป่า อำเภอมือเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี. วารสารการบริหารปกครอง มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์. ๑๓(๒) : ๒๙๒-๓๑๓.

:

เสาร์คำ ใสแก้ว. (๒๕๗๐). การส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมือเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, ๒๒(๑). XXX – XXX.

ทุนวิจัย

:

ปีงบประมาณ ๒๕๖๗ เรื่อง รูปแบบการเสริมสร้างพลังอำนาจ เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน ในตำบลนาป่า อำเภอมือเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ประเภท ทุนมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

:

ปีงบประมาณ ๒๕๖๘ เรื่อง การส่งเสริมเครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากตลาดประมงพื้นบ้าน อำเภอมือเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ประเภททุน กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

:

ปีงบประมาณ ๒๕๖๙ เรื่อง การสร้างกลยุทธ์เพื่อการป้องกันอาชญากรรมทางไซเบอร์ สำหรับผู้สูงอายุ ในเทศบาลตำบลนาป่า อำเภอมือเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ประเภททุน กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม