

ชื่อเรื่อง	ผลิตภัณฑ์ด้านอาหารจากภูมิปัญญาท้องถิ่น : กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์จาก กุ้งจ่อมอำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์		
ผู้วิจัย	อร่าม รัตนประดับ		
ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเทียบ ตะอองทอง	ที่ปรึกษาหลัก	
	ดร.กระพัน ศรีงาน	ที่ปรึกษาร่วม	
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต	สาขาวิชา	สังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา
สถานศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์	ปีที่พิมพ์	2556

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาสภาพการผลิตกุ้งจ่อมตามวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น 2) เพื่อศึกษาการจำหน่าย และการส่งเสริมด้านการตลาดของภาครัฐ และ 3) เพื่อศึกษารายได้และต้นทุนรวมทั้งสภาพทางเศรษฐกิจของผู้ผลิตกุ้งจ่อม อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ที่ศึกษาสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์อาหารจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มผู้ผลิตเพื่อจำหน่าย และกลุ่มผู้ผลิตทั้งเพื่อจำหน่ายและเพื่อบริโภคในครอบครัว ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. สภาพการผลิตกุ้งจ่อมตามวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ความคิดเห็นของผู้ผลิตและจำหน่ายกุ้งจ่อม ตามวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น การผลิตกุ้งจ่อมได้ใช้วัตถุดิบที่อยู่ในท้องถิ่นเองบางส่วน อีกส่วนหนึ่งต้องสั่งซื้อเข้ามา ซึ่งเป็นอุปสรรคหนึ่งที่ทำให้การกำหนดราคากุ้งจ่อมเป็นไปได้ยาก และในกระบวนการผลิตมีความแตกต่างไปจากอดีตเล็กน้อย เพื่อผลิตให้ทันความต้องการ แต่หากมองถึงโอกาสที่จะพัฒนาวิธีการผลิตกุ้งจ่อมให้เก็บรักษาไว้ได้นานๆ นั้นยังมีอยู่น้อย ในส่วนของกระบวนการและเครื่องมือในการผลิตแตกต่างจากเดิม รวมทั้งมีการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับกุ้งจ่อมยังเป็นจุดขายสำคัญ

2. การจำหน่าย และการส่งเสริมด้านการตลาดของภาครัฐ ในส่วนตลาดของกุ้งจ่อมยังปัจจุบันมีเพียงพออยู่แล้ว นอกจากนั้นยังมีการส่งจำหน่ายกุ้งจ่อมไปยังต่างจังหวัด ซึ่งควรมีการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นบ้านเพื่อเป็นการขยายตลาดกุ้งจ่อมออกไปอีก ส่วนใหญ่จะมีการผลิตและจำหน่ายสินค้าอื่นร่วมด้วยโดยปกติจะขายคู่กับกระยาสารทและผลิตภัณฑ์อื่น โดยส่วนราชการภาครัฐเองก็มีการส่งเสริมการผลิตอยู่บ้างแต่ไม่ทั่วถึง จนหลายรายรู้สึกที่ภาครัฐเลือกปฏิบัติ ผู้ประกอบการเห็นว่าสามารถส่งเสริมให้กุ้งจ่อมเป็นสินค้าเศรษฐกิจของประโคนชัย

ได้และสามารถส่งเสริมให้กุ้งจ่อมมีคุณภาพสามารถส่งออกไปยังต่างประเทศได้ เนื่องจากค่อนข้างมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว แต่ยังคงขาดการดูแลจากหน่วยงานราชการเท่าที่ควร ซึ่งมีแต่เพียงการจัดเทศกาลข้าวมะลิหอม ปลาจ่อมกุ้ง ชมทุ่งนกอพยพประจำปี เป็นงานประจำปี แต่ผู้ประกอบการบางรายก็ไม่ได้เข้าร่วมเนื่องจากพื้นที่จัดจำหน่ายสินค้าได้จัดสรรไว้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ

3. รายได้และต้นทุนรวมทั้งสภาพทางเศรษฐกิจของผู้ผลิตกุ้งจ่อม การจำหน่ายกุ้งจ่อมร่วมกับผลิตภัณฑ์พื้นบ้านอื่นเป็นสิ่งจำเป็น โดยผู้ผลิตและจำหน่ายกุ้งจ่อมค่อนข้างพอใจกับรายได้ต่อปีในการจำหน่ายกุ้งจ่อมและเมื่อเทียบยอดขายกุ้งจ่อมกับผลิตภัณฑ์อื่นแล้วเห็นว่ามียอดขายมากกว่า และยังเป็นรายได้ที่สามารถเลี้ยงครอบครัวหรือสามารถทำเป็นอาชีพหลักได้ ในส่วนของทำเลที่ตั้งของร้านขายกุ้งจ่อมส่วนใหญ่ อยู่บนเส้นทางผ่านสู่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัด ปัญหาสำคัญอีกประการหนึ่งคือคู่แข่งในตลาด เนื่องจากกุ้งจ่อมของอำเภอประโคนชัยมีอุปสรรคในเรื่องของต้นทุนในการขนส่ง เพราะวัตถุดิบสำคัญคือกุ้งฝอยที่ต้องสั่งซื้อมาจากแหล่งอื่น ซึ่งอาจทำให้มีคู่แข่งที่สามารถกำหนดราคาต่ำกว่าได้ จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ภาครัฐต้องเข้ามาดูแลในส่วนนี้ด้วย

TITLE	Food Products from Local Wisdom: A Case Study of Products from Shrimp Dip in Prakhonchai District, Buriram Province		
AUTHOR	Aram Rottanapradap		
THESIS ADVISORS	Assistant Professor Dr. Suthiap La-ongthong	Major Advisor	
	Dr. Krapan Sri-ngarn	Co-advisor	
DEGREE	Master of Arts	MAJOR	Social Sciences for Development
SCHOOL	Buriram Rajabhat University	YEAR	2013

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to explore the shrimp dip products states with culture and local wisdom, 2) to investigate the public marketing distribution and promotion, and 3) to examine the income and capital including economical states of shrimp dips manufacturers in Prakhonchai District, Buriram Province. The research instruments consisted of questionnaire which studied the current states of food products from local wisdom, and in-depth interviews with manufacturers for selling and manufacturers for both selling and family consuming. The findings were as follows:

1. The states of shrimp dip products with culture and local wisdom as perceived by the manufacturers and distributors showed that they used some of raw materials in local, and some are imports which are the obstacles in limiting prices. The production processes were different a little bit from the past in order to meet the needs, but the opportunities to develop the techniques in producing shrimp dip to keep it for many years were still less. The production processes and tools were different from the past including food processing for added value to be the important selling points.

2. The marketing distribution and promotion of public sectors found that the recent shrimp dip market was enough. However, it was distributed to another province; therefore, the local products center should be built for expanding the markets. The shrimp dip and other product should be produced and distributed. Normally, the shrimp dip was sold together with Krayasart (Thai sweet made of rice, nut, sesame-seeds and sugar) and other products. These caused the problems that some distributors felt that the public sectors were discriminated. The entrepreneurs indicated that the shrimp dip should be able to promote to be the economic products of Prakhonchai District and its quality can be exported abroad because it is seemingly well-known and popular of tourists, but only lacked of taking care from public sectors. Relatively, they only sell at the annual festival of sweet jasmine rice, shrimp fish, and bird view in

Prakhonchai district. Some of entrepreneurs, however, cannot participate due to the fact that the distribution areas are not enough to fulfill their needs.

3. The income and capital including economical states of shrimp dip manufacturers showed that the shrimp dip with local products distribution was the must. The shrimp dip manufacturers and distributors were seemingly satisfied with their annual incomes. When comparing among other goods, the gross sales of shrimp dip were higher than others. These incomes were able to feed their family and the main careers. Most shrimp dip shops were located on the provincial tourist ways. The market competitors were others key-challenged partners. The shrimp dip in Prakhonchai District was faced with capital problems in transportation. The key raw materials, however, were the shrimps which ordered from other place leading to the competitors can limit the price easily. These should be given more important from public sectors to put their hands into this business urgently.