

การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเล เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร

Development and Creation of Value added Sea Salt Products for Community Tourism in Samut Sakhon Province.

Received: 15 October 2021

Revised: 22 November 2021

Accepted: 28 November 2021

ทิวากร เหล่าลือชา¹, ประภัสสร นิมพินิจ², เพ็ญ เพล้งปลั่ง³, กวินท์ พินิจารัส⁴ และกุศลสินธุ์ ปรีชา⁵

Tiwakorn Laoluecha¹, Praphatsorn Nimpinij², Padet Plengplang³, Kawin Pinjumrus⁴ and Kusalin Preecha⁵

¹ครูเชี่ยวชาญ วิทยาลัยชุมชนมุกดาหาร สถาบันวิทยาลัยชุมชน

^{2,3,4,5}ครูชำนาญการ วิทยาลัยชุมชนสมุทรสาคร สถาบันวิทยาลัยชุมชน

¹Expert Level Teachers Mukdahan Community College Institute of Community Colleges

^{2,3,4,5}Teachers Samut Sakhon Community College institute of Community College

Corresponding Author Email: Kornmaha@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาสภาพการจัดการภูมิปัญญาและเอกลักษณ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร และ 2. เพื่อพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนจากเกลือทะเลจังหวัดสมุทรสาคร เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีเครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ 160 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์แบบเชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพการจัดการภูมิปัญญาและเอกลักษณ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยว คือ ขาดการพัฒนาความรู้ทางการตลาดท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นระบบ ประกอบด้วย ต้นทาง คือ การวางแผนและการบริหาร กลางทาง คือ การพัฒนาการท่องเที่ยว และปลายทางคือการตลาดการท่องเที่ยว และเอกลักษณ์คือการพัฒนาเกลือสมุทร และ 2) การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า มี 9 องค์ประกอบ คือ (1) การวิเคราะห์บริบททางการตลาด (2) การเรียนรู้ทางการตลาด (3) การวางแผนทางการตลาด (4) การรวมกลุ่มทางการตลาด (5) ปฏิบัติตามแผนทางการตลาด (6) ปฏิบัติการร่วมมือกับเครือข่ายทางการตลาด (7) การนำเสนอผลทางการตลาด (8) การประเมินผลและควบคุมผลทางการตลาด และ (9) การปรับปรุงและแก้ไขทางการตลาด

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวชุมชนเกลือทะเล, การตลาดชุมชนเกลือทะเล

Abstract

This research consists purposes 1. study the state of management of wisdom and identity from sea salt for community tourism in Samut Sakhon province 2. develop and create value added sea salt products for community tourism in Samut Sakhon province is a combination of qualitative and quantitative research. There are research tools such as questionnaires and interviews. The sample was 160 people, obtained by a specific random sampling method. The data collected from the questionnaire were analyzed using descriptive statistics consisting of percentage, mean, standard deviation. and using the information gathered from the interview form to content analysis. The results of the research were as follows: 1) The condition of the management of wisdom and identity from sea salt for tourism is the lack of systematic development of knowledge in community tourism

marketing, consisting of the origin of planning and management, the middle of which is tourism development. and the destination is tourism marketing. and the uniqueness is the development of stut salt and 2) the development and creation of value added products from sea salt for community tourism. Samut Sakhon Province found that there are 9 components: (1) marketing context analysis (2) marketing learning (3) marketing planning (4) marketing group integration (5) marketing plan implementation (6) Working in cooperation with marketing networks, (7) marketing presentations, (8) assessing and controlling marketing results, and (9) marketing improvements and corrections.

Keywords: Sea Salt Community Tourism, Sea Salt Community Marketing

บทนำ

การท่องเที่ยวโดยชุมชนหรือ CBT (Community Based Tourism) โดยมีหน่วยงานองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. ใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนในภาคบริการที่สำคัญ ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงมีความจำเป็นในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงชุมชน ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม โดยชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทางการดำเนินงาน บริหารจัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือนในการท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วยองค์ประกอบอยู่ 4 ด้าน คือ 1) ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม 2) องค์กรชุมชน 3) การจัดการ 4) การเรียนรู้ของชุมชน ดังนั้นการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นความพยายามหนึ่งของการสร้างทางเลือกในการพัฒนาในประเด็นการท่องเที่ยวที่ผู้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์การท่องเที่ยว จึงมีบทบาทในการกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศ โดยกรมพัฒนาชุมชน ในปี พ.ศ. 2544 ได้จัดทำโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP: One Tambol One Product) ในปี พ.ศ. 2557 ได้มีโครงการหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP Village และในปี พ.ศ.2561 ได้จัดทำโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น วิถีชีวิตในชุมชน การพัฒนาโดยใช้แนวคิดต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อส่งเสริมให้หมู่บ้าน มีสินค้าและบริการในชุมชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน ผ่านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งพลิกโฉมจากการผลักดันสินค้า OTOP ให้ออกไปขายนอกบ้านมาเป็นการส่งเสริมให้เกิดรายได้ตามความต้องการของชุมชน โดยใช้ชุมชนเป็นตัวตั้ง สร้างการมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยวระดับหมู่บ้านที่มีอัตลักษณ์และยกระดับสินค้าโดยสร้างนวัตกรรมที่กลมกลืนกับวิถีชุมชน รูปแบบสินค้าที่ความร่วมมือ ร่วมสมัย เป็นการสร้างรายได้แบบกระจายตัว ทั้งทั้งชุมชน และพัฒนาศักยภาพที่ทำให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยมีความสุขเป็นที่ตั้งเพื่อก้าวไปสู่ความมั่งมีศรีสุข แต่พบว่า ปัญหาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ขาดการพัฒนาทางการตลาดของชุมชนท่องเที่ยวที่บูรณาการการเรียนรู้เพื่อช่วยเหลือชุมชนและประชาชนให้ประกอบอาชีพและรายได้ ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน ในการพัฒนาความรู้และทักษะการเรียนรู้ทางการตลาดของคนปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในชุมชนมากมายแต่ขาดการจัดการเรียนรู้ทางการตลาดในการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ (Cooperative Learning) ของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเกษตรกร ภาคเอกชนและลูกค้า จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมของโลกมากขึ้นเพื่อเทคโนโลยีทำให้พฤติกรรมทางการท่องเที่ยวชุมชนเปลี่ยนไป ตลาดที่เป็นสถานที่เปลี่ยนเป็นตลาดออนไลน์ ผู้ผลิตและผู้บริโภคมีการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการรวดเร็วมากขึ้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2559)

การพัฒนาแบบทางการตลาดของชุมชนท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดภายใต้แนวคิดการตลาดนำการท่องเที่ยว จึงมีความจำเป็นต่อการพัฒนาทักษะด้านการเป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนที่มีประสิทธิภาพ และการพัฒนาแบบธุรกิจใหม่ (New business model) การสนับสนุนการสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจในท้องถิ่นต่างๆ และการให้

ความสำคัญกับการวิจัยเชิงทดลองการทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบและนำร่อง โดยอาศัยทักษะการทำวิจัยเชิงวิชาการเพื่อหาข้อมูลสนับสนุนการประกอบการธุรกิจ การจัดการเรียนรู้จึงเป็นเครื่องมือในการพัฒนาไปสู่สังคมเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย โดยการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในสังคมไทยอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน ควรสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งด้านการศึกษา โดยการสร้างความสามารถด้านการคิดและการสร้างสรรค์ เพื่อให้นำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ประกอบกับประเทศไทยจะก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 จึงจำเป็นต้องพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความพร้อมเพื่อผลักดันให้ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การวิจัยและพัฒนาที่เน้นการพัฒนาให้คนมีอิสระทางความคิด และมีความรู้ ความเข้าใจอย่างแท้จริงในวิธีการดำรงชีวิตและพฤติกรรมของคนในสังคม เน้นการเรียนรู้ การศึกษานอกห้องเรียนให้มากขึ้น เปลี่ยนระบบการศึกษาจากการเน้นการจำมาเป็นการเน้นการวิเคราะห์ให้มากขึ้น โดยเน้นการสร้างความร่วมมือระหว่างภาคการศึกษา (Education) กับภาคอุตสาหกรรม (Enterprise) หรือ (University and industry collaboration) ซึ่งเป็นกลไกสำคัญที่จะเปิดโอกาสให้นักเรียนมีโอกาสเรียนรู้ประสบการณ์และเข้าใจถึงความจำเป็นในการพัฒนาทักษะเพื่อตอบสนองความต้องการของภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น (มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2558)

เกลือทะเล มีความผูกพันกับประเทศไทยมาอย่างยาวนานในหลายมิติ เช่น มิติทางศาสนาและความเชื่อ มิติทางสังคม แม้กระทั่งมิติทางเศรษฐกิจ เกลือเข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมมากมาย โดยนำมาเป็นสารตั้งต้นในอุตสาหกรรมโซดาแอสโซดาไฟ ซึ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบทางเคมีที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมพื้นฐานต่างๆ เช่น อุตสาหกรรมปิโตรเคมี อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมพอลิเมอร์ อุตสาหกรรมกระจก อุตสาหกรรมกระดาษ หรือแม้กระทั่งการใช้เกลือเพื่อการบริโภค เป็นต้น เกลือบริโภคคือ เกลือที่มีลักษณะผงละเอียดสีขาวของโซเดียมคลอไรด์ (Sodium Chloride) ใช้สำหรับปรุงอาหารที่ต้องเสริมไอโอดีนเพื่อเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ ป้องกันการเกิดโรคคอพอกและมีส่วนผสมของสารที่ให้ไอโอดีนคงตัว (Stabilizers for the iodine) และ Anticaking Agent เพื่อป้องกันการดูดน้ำ ทำให้แห้งง่าย ไม่จับตัวกันเป็นก้อน โดยส่วนใหญ่แล้ว เกลือบริโภคผลิตจากเกลือสินเธาว์ การทำนาเกลือทะเล เป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาแต่สมัยโบราณ อาศัยหลักการทางวิทยาศาสตร์จากพลังงานแสงอาทิตย์ทำให้น้ำทะเลระเหย และพลังงานลมช่วยในการหมุนเวียนความร้อนจนส่งผลให้น้ำทะเลตกผลึกเป็นเกลือ

จังหวัดที่ยังคงมีการผลิตเกลือทะเลในประเทศไทย ได้แก่ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร ฉะเชิงเทรา ชลบุรีและปัตตานี ซึ่งพบว่า จังหวัดเพชรบุรี เป็นจังหวัดที่มีการผลิตเกลือมากที่สุด รองลงมาได้แก่ จังหวัดสมุทรสาคร และสมุทรสงคราม ตามลำดับ เกลือทะเลธรรมชาติที่ไม่ผ่านกระบวนการฟอกขาวเพื่อการบริโภค เป็นอีกแนวคิดหนึ่งที่จะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตรของชาวนาเกลือทะเล เพื่อลดปัญหาผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำในบางปีการผลิตที่ผลผลิตล้นตลาดและเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนชาวนาเกลือทะเล เพื่อเป็นการสร้างความเข้มแข็งชุมชน คงไว้ซึ่งมรดกทางวัฒนธรรม วิถีความเป็นอยู่แบบดั้งเดิม รวมไปถึงการนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความเข้มแข็งชุมชน ด้วยกระบวนการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร วิทยาลัยชุมชนสมุทรสาคร จึงต้องเข้าไปมีบทบาทในการจัดการความรู้เพื่อสร้างความเข้มแข็งชุมชนของชาวนาเกลือในพื้นที่จังหวัดสมุทรสาคร

ดังนั้น จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น พบว่า ชุมชนท่องเที่ยวชาวนาเกลือทะเลมีความสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการตลาดอย่างเป็นระบบของชุมชนท่องเที่ยวเกลือทะเลในจังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยจึงได้จัดทำการศึกษาวิจัยในรูปแบบการวิจัยและพัฒนาเรื่องการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเล เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร โดยความร่วมมือของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชนท่องเที่ยว ประกอบด้วย ภาคชุมชน ภาครัฐ ภาคเอกชน/ลูกค้า และภาคการศึกษา คือวิทยาลัยชุมชนมุกดาหาร ร่วมกับวิทยาลัยชุมชนสมุทรสาครเป็นผู้พัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเล เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัด

สมุทรสาคร เพื่อให้เกิดการพัฒนาทางการตลาดของชุมชนทั้งระบบ ได้แก่ การตลาดนำการท่องเที่ยว การตลาดเชิงคุณภาพ และการตลาดเชิงปริมาณ ทำให้ชุมชนท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และหน่วยงานการศึกษา สามารถนำผลงานวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการจัดการเรียนรู้ทางการตลาดของชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดมุกดาหาร ให้เกิดประสิทธิผลในหลายมุมมอง และทำให้ชุมชนมีอาชีพ มีรายได้ และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการจัดการภูมิปัญญา และเอกลักษณ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนจากเกลือทะเลจังหวัดสมุทรสาคร

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Mixed Methods) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- 1.1 ประชากร ได้แก่ ชาวนาเกลือทะเล ในพื้นที่ตำบลโคกขาม จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 640 คน
- 1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ชาวนาเกลือทะเล ในพื้นที่ตำบลโคกขาม จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 160 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง

2. เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ 1) แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 เป็นส่วนแสดงถึงปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบคำตอบ (Checklist) ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ และการศึกษา และส่วนที่ 2 แบบสำรวจความคิดเห็นของผู้ถูกสัมภาษณ์ที่มีต่อการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนจากเกลือทะเลจังหวัดสมุทรสาคร ประกอบด้วยข้อคำถาม 50 ข้อ ได้แก่ การกำหนดเป้าหมายทางการตลาด การทบทวนสถานการณ์ทางการตลาด การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด และการจัดสรรทรัพยากรและติดตามผลทางการตลาด ซึ่งเป็นแบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตรฐานส่วนประมาณ ค่า 5 ระดับ เครื่องมือที่ใช้ในแบบสำรวจความคิดเห็นในส่วนที่ 2 จะใช้มาตราวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) เป็นการวัดแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมายและการใช้แบบสอบถาม 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลเอกสารต่าง ๆ (Document Research) อาทิ หนังสือ ตำรา เอกสารวิชาการ งานวิจัย และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมายและการรวบรวมข้อมูลเอกสารต่าง ๆ มาวิเคราะห์ในเชิงเนื้อหา (Content Analysis) 2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเล เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ผลการศึกษาสภาพการจัดการภูมิปัญญา และเอกลักษณ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์แบบ SWOT สภาพและปัญหาการจัดการเรียนรู้ทางการตลาดของชุมชนท่องเที่ยวโดยใช้เครื่องมือ SWOT พบว่า สภาพและปัญหาทางการตลาด ในปี พ.ศ. 2563 ด้านจุดแข็ง พบว่า ข้อได้เปรียบเชิงกายภาพและลักษณะภูมิศาสตร์ในการเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยว ด้านจุดอ่อน พบว่า ขาดการพัฒนาความรู้ทางการตลาดท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นระบบ ประกอบด้วย ต้นทางคือ การวางแผนและการบริหาร กลางทางคือการพัฒนาการท่องเที่ยว และปลายทางคือการตลาดการท่องเที่ยว ด้านโอกาส คือ รัฐบาลให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวชุมชน โดยการพัฒนาคนในชุมชนทางการท่องเที่ยวชุมชน และด้านอุปสรรคพบว่า ขาดการบูรณาการพัฒนาและการจัดการเรียนรู้ทางการตลาดของชุมชนท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา กลุ่มเกษตรกรและหน่วยงานภาคเอกชน และเอกลักษณ์คือการพัฒนาเกลือสมุทร ซึ่งอาจกล่าวสรุปได้ว่า สภาพการจัดการภูมิปัญญาและเอกลักษณ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยว คือ ขาดการพัฒนาความรู้ทางการตลาดท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นระบบ ประกอบด้วย ต้นทาง คือ การวางแผนและการบริหาร กลางทาง คือ การพัฒนาการท่องเที่ยว และปลายทางคือการตลาดการท่องเที่ยว และเอกลักษณ์คือการพัฒนาเกลือสมุทร

2. ผลการศึกษาการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร

ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรที่สำคัญจากองค์ประกอบการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร ที่เกิดขึ้น จากการการสร้างแนวทางที่เหมาะสมที่มีต่อองค์ประกอบของปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร พบว่ามีองค์ประกอบของรูปแบบสภาพการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร คัดเลือกองค์ประกอบที่ตัวแปรมากกว่า 9 ตัวแปร ประกอบด้วย 1) องค์ประกอบที่ 1. การวิเคราะห์บริบททางการตลาด (Marketing Analysis) 2) องค์ประกอบที่ 2. การเรียนรู้ทางการตลาด (Marketing Learning) 3) องค์ประกอบที่ 3. การวางแผนทางการตลาด (Marketing Planning) 4) องค์ประกอบที่ 4. การรวมกลุ่มทางการตลาด (Marketing Team) 5) องค์ประกอบที่ 5. ปฏิบัติตามแผนทางการตลาด (Marketing Implementation) 6) องค์ประกอบที่ 6. ปฏิบัติการร่วมมือกับเครือข่ายทางการตลาด (Marketing Network) 7) องค์ประกอบที่ 7. การนำเสนอผลทางการตลาด (Marketing Presentation) 8) องค์ประกอบที่ 8. การประเมินผลและควบคุมผลทางการตลาด (Marketing Evaluation and Controlling) และ 9) องค์ประกอบที่ 9. การปรับปรุงและแก้ไขทางการตลาด (Marketing Reflecting) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน องค์ประกอบตัวแปรที่สำคัญจากองค์ประกอบการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร ที่เกิดขึ้นจากการสร้างแนวทางที่เหมาะสมที่มีต่อองค์ประกอบของการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร คัดเลือกองค์ประกอบที่ตัวแปรมากกว่า 9 ตัวแปร คือ 1) องค์ประกอบที่ 1. กายภาพ (Physical) 2) องค์ประกอบที่ 2. บุคคล (People) 3) องค์ประกอบที่ 3. การวางแผน (Planning) 4) องค์ประกอบที่ 4. การมีส่วนร่วม (Participation) 5) องค์ประกอบที่ 5. ผลิตภัณฑ์ (Product) 6) องค์ประกอบที่ 6. การปฏิบัติ (Program/Rote) 7) องค์ประกอบที่ 7. การนำเสนอ (Presentation) 8) องค์ประกอบที่ 8. กระบวนการ (Process) และ 9) องค์ประกอบที่ 9. รายได้ (Price) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเล เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพการจัดการภูมิปัญญา และเอกลักษณ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ขาดการพัฒนาความรู้ทางการตลาดท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นระบบ ประกอบด้วย ต้นทาง คือ การวางแผนและการบริหาร กลางทาง คือ การพัฒนาการท่องเที่ยว และปลายทางคือการตลาดการท่องเที่ยว และเอกลักษณ์คือการพัฒนาเกลือสด

2. เพื่อศึกษาการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร

ผลการวิจัยพบว่า มี 9 องค์ประกอบ คือ 1) การวิเคราะห์บริบททางการตลาด 2) การเรียนรู้ทางการตลาด 3) การวางแผนทางการตลาด 4) การรวมกลุ่มทางการตลาด 5) ปฏิบัติตามแผนทางการตลาด 6) ปฏิบัติการร่วมมือกับเครือข่ายทางการตลาด 7) การนำเสนอผลทางการตลาด 8) การประเมินผลและควบคุมผลทางการตลาด และ 9) การปรับปรุงและแก้ไขทางการตลาด

การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเล เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. การศึกษาสภาพการจัดการภูมิปัญญา และเอกลักษณ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้เครื่องมือ SWOT, Value Chain, Ansoff's matrix พบว่า ผลการวิเคราะห์ SWOT ด้านจุดแข็งพบว่า ข้อได้เปรียบเชิงกายภาพ และลักษณะภูมิศาสตร์ในการเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยว ด้านจุดอ่อนพบว่า ขาดการพัฒนาความรู้ทางการตลาดท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นระบบตั้งแต่ ประกอบด้วย ต้นทางคือ การวางแผนและการบริหาร กลางทางคือการพัฒนาการท่องเที่ยว และปลายทางคือการตลาดการท่องเที่ยว ด้านโอกาสคือ รัฐบาลให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวชุมชน โดยการพัฒนาคนในชุมชนทางการท่องเที่ยวชุมชน และด้านอุปสรรคพบว่า ขาดการบูรณาการพัฒนาและการจัดการเรียนรู้ทางการตลาดของชุมชนท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา กลุ่มเกษตรกรและหน่วยงานภาคเอกชน ผลการวิเคราะห์การจัดการห่วงโซ่มูลค่าของชุมชนท่องเที่ยว (Value Chain) สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพัชร มณีโรจน์ (2560) ได้จัดทำวิจัยเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ต่อชุมชน โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวมุ่งสร้างปฏิสัมพันธ์ และความผูกพันระหว่างเจ้าบ้านกับผู้มาเยือนผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวซึ่งนำไปสู่การเรียนรู้ เข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงรากเหง้าของชุมชนเน้นความยั่งยืน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สร้างความสมดุลระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยว สังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของสมาชิกในชุมชน รวมถึงสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับสมาชิกในชุมชน และก่อให้เกิดการเรียนรู้ประสบการณ์ที่มีคุณค่ากับผู้มาเยือน การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย การวางแผน การจัดการองค์การ การนำ การประสานงาน และการควบคุม โดยทุก ๆ กระบวนการเน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมพัฒนา ร่วมลงมือปฏิบัติ ร่วมแบ่งปันผลประโยชน์ และมีส่วนร่วมประเมินผล

2. การศึกษาการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า องค์ประกอบการจัดการเรียนรู้ทางการตลาดของชุมชนท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร จากการวิเคราะห์ตัวแปรรูปแบบสภาพการจัดการเรียนรู้ทางการตลาดของชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร ในภาพรวม พบว่า องค์ประกอบที่ตัวแปรมากกว่า 9 ตัวแปร การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โมเดลวัดตัวแปรรูปแบบสภาพการจัดการเรียนรู้ทางการตลาดของชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร (Marketing Learning) สอดคล้องกับทิวากร เหล่าลี้อา (2561) ได้จัดทำวิจัยเรื่องรูปแบบการ

จัดการเรียนรู้ทางการตลาดของชุมชนอ่าวลิสงในจังหวัดมุกดาหาร ผลการศึกษา พัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ทางการตลาดของชุมชน ภายใต้แนวคิด CML: Community Marketing Learning ประกอบด้วยกระบวนการเรียนรู้ 3 กระบวนการ และมีขั้นตอนการเรียนรู้ 8 ขั้นตอน มีรายละเอียดดังนี้ กระบวนการที่ 1 เรียนรู้ชุมชน (Community) ประกอบด้วย ขั้นที่ 1 การวิเคราะห์บริบททางการตลาด (Marketing Analysis) กระบวนการที่ 2 กระบวนการเรียนรู้ตลาด (Marketing) ประกอบด้วย ขั้นที่ 2 การเรียนรู้ทางการตลาด (Marketing Learning) ขั้นที่ 3 การวางแผนทางการตลาด (Marketing Planning) และกระบวนการที่ 3 ปฏิบัติการเรียนรู้ตลาด (Learning) ประกอบด้วย ขั้นที่ 4 การรวมกลุ่มทางการตลาด (Marketing Team) ขั้นที่ 5 ปฏิบัติตามแผนทางการตลาด (Marketing Implementation) ขั้นที่ 6 การนำเสนอผลทางการตลาด (Marketing Presentation) ขั้นที่ 7 การประเมินผลและควบคุมผลทางการตลาด (Marketing Evaluation and Controlling) และขั้นที่ 8 การปรับปรุงและแก้ไขทางการตลาด (Marketing Reflecting)

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1.1 หน่วยงานภาครัฐ ภาคชุมชน และภาคเอกชน ควรนำการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร ที่พัฒนาขึ้นไปใช้ในการบูรณาการการเรียนรู้และร่วมมือการพัฒนาทางการตลาดของชุมชนท่องเที่ยวในการสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว ในรูปแบบการจัดทำแผนงาน โครงการ กิจกรรม และงบประมาณที่สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของชุมชนท่องเที่ยวและชุมชนทางการด้านการบริการอื่น ๆ ในจังหวัดสมุทรสาคร

1.2 ชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาครหรือชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดอื่น ๆ ควรนำการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร ที่พัฒนาขึ้นไปใช้ในการจัดการเรียนรู้ทางการตลาดของเที่ยวชุมชนหรือชุมชนอื่น ๆ ทำให้ มีอาชีพ มีรายได้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทำให้องค์ความรู้ วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และภูมิปัญญาที่มีอยู่ในชุมชนไม่สูญหาย และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดให้ชุมชนและสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน

1.3 ผู้เรียน ครู บุคลากรทางการศึกษา และหน่วยงานทางการศึกษา ควรนำการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร ที่พัฒนาขึ้นไปใช้ในการพัฒนาความรู้และทักษะในการพัฒนาการเรียนรู้ทางการตลาดเพื่อชุมชนของวิทยาลัยชุมชนมุกดาหาร และหน่วยงานสถานศึกษาอื่น ๆ ที่สนใจ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการวิจัยและพัฒนารูปแบบการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร ในพื้นที่อื่นเพื่อศึกษาหาประสิทธิภาพของรูปแบบที่พัฒนาขึ้น

2.2 ควรทำวิจัยรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร ในภาคบริการอื่น ๆ

2.3 ควรทำการวิจัยและพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือทะเลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในภาคบริการอื่น ๆ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยและพัฒนาเล่มนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ ประเภทรูปแบบพัฒนานักวิจัยรุ่นใหม่ (แม่ไก่-ลูกไก่) ประจำปีงบประมาณ 2563 ความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดียิ่งจากกรรมการที่ปรึกษาที่งานวิจัยประกอบด้วย รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม วงศ์สารศรี กรรมการที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กรรณิการ์ สมบุญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศิริพร สารคล่อง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ราตรี พระนคร อาจารย์ ดร.วินิศา พาณิษฐ์ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ

และตรวจสอบแก้ไขได้อย่างดียิ่ง จนสำเร็จไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ กราบขอบพระคุณ ชุมชนเกลือทะเลโคกขาม จังหวัดสมุทรสาคร วิทยาลัยชุมชนสมุทรสาคร ในการสนับสนุนทุนวิจัยและการให้ความช่วยเหลือในการทำวิจัยและพัฒนาให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น คุณค่าและคุณประโยชน์จากงานวิจัยฉบับนี้ขอมอบบูชาพระคุณบิดา มารดา และบูรพาจารย์ ที่ประสาทความรู้ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจทำให้งานวิจัยเล่มนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- ณัฏฐพัชร มณีโรจน์. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*.
- ทิวากร เหล่าลือชา. (2561). รูปแบบการจัดการเรียนรู้ทางการตลาดของชุมชนถั่วลิสงในจังหวัดมุกดาหาร (CML). มุกดาหาร.
- มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2558). *โครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาขีดความสามารถตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2*. ขอนแก่น.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). *แผนพัฒนาสถิติระดับพื้นที่จังหวัดมุกดาหารโครงการพัฒนาข้อมูลสถิติและสารสนเทศระดับพื้นที่ 76 จังหวัด*. กรุงเทพมหานคร