

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฐานทรัพยากรชีวภาพ ในพื้นที่คู้บางกะเจ้า
อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
Development of Biological Resource-Based Products
at Khungbangkachao in Phrapadaeng District,
Samut prakan Province, Thailand

ศรัณัฐ ไทรชมพู*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเสริมข้อมูลเชิงปริมาณ เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฐานทรัพยากรชีวภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) สำรวจ คัดเลือกผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์และตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่ได้รับการคัดเลือก ๒) พัฒนาผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ องค์ความรู้ในกระบวนการผลิต และการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่คัดเลือก ๓) ประเมินมูลค่าของผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการคัดเลือก เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการศึกษาเอกสาร สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน องค์กรชุมชน เกษตรกร ๓๔ คน นักท่องเที่ยว ๔๐๐ คน แล้วสรุปและวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า ๑) ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกจำนวน ๓ ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มะม่วงน้ำดอกไม้คู้บางกะเจ้า เรืออีแปะจำลอง และกะละแม โดยใช้เกณฑ์ อัตลักษณ์วิถีวัฒนธรรม ภูมิปัญญา มีส่วนประกอบเป็นทรัพยากรของท้องถิ่น และมีแนวคิดสู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๒) การจัดอบรม ให้ความรู้ โดยวิทยากรและปราชญ์ท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายสามารถทำให้ผลิตภัณฑ์พัฒนาและได้รับการรับรองคุณภาพ ๓) การประเมินมูลค่าของผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ทั้ง ๓ ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ มะม่วงน้ำดอกไม้คู้บางกะเจ้า เรืออีแปะจำลองคู้บางกะเจ้า กะละแมคู้บางกะเจ้า เมื่อมีการพัฒนาแล้วมีผลตอบแทนสุทธิเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ ๕๑.๗๑, ๑๕๐.๐๐ และ ๗๓.๗๑ ตามลำดับ และมีคุณค่าจากการที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สู่ถึงวิถีวัฒนธรรมไทย มีบรรทัดฐานที่สวยงาม เหมาะเป็นของฝาก

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทรัพยากรชีวภาพ คู้บางกะเจ้า

ABTRACT

This was a qualitative research study supplemented by quantitative data about the development of biological resource-based products at Khung

* ประจําคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
E-mail: s.nath๒๔๔๔@gmail.com



Bangkachao, in Phrapadaeng District, Samut Prakan Province, Thailand. The objectives of the study were 1) to survey and select products, and examine the quality and standards of these community products, 2) to recommend improvements in production processes and quality control of the selected products and 3) to determine the valuation of the selected community products. Data were collected from related publications and in-depth interviews with 34 entrepreneurs, community leaders, community organizations and farmers and 400 consumers. Then, the data obtained were summarized and analyzed.

The findings of the study indicated that: 1) the three products selected were Bangkachao Namdogmai mango, artificial Ipae boat and Caramel (kalamare) based on the criteria of identity, cultural ways, wisdoms, composition of local resources, and new product concept; 2) training by instructors and local scholars and participation of all relevant parties enhanced product improvement and quality assurance processes; and 3) regarding valuation of the community products, after their development, the value of the three products increased by 52%, 150% and 74% respectively. The products became more valuable because they were of good quality, conveyed Thai culture and were contained in attractive packaging, making them suitable as souvenirs.

Keywords: product development, biological resources, Khung Bangkachao

๑. บทนำ

ปัจจุบันหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนให้ความสำคัญกับชุมชน ส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้มีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งตนเองได้ โดยการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากที่เกิดจากภูมิปัญญา วัฒนธรรม รวมถึงการใช้ทรัพยากรของท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพ การปรับใช้สิ่งต่างๆ รอบตัวให้เกิดประโยชน์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจึงเป็นผลผลิตที่สร้างรายได้ เพื่อให้ชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี ดังพระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ พระราชทานแก่พัฒนากรเมื่อวันที่ ๑๔ พฤศจิกายน ๒๕๐๘

“...ขอบใจมาก ที่ต้องเหน็ดเหนื่อยทำงานในหมู่บ้านชนบท และต้องประสบปัญหาต่างๆ มากมาย ขอให้ช่วยกันพัฒนาคนให้มีความฉลาด สามารถช่วยตนเองได้... การแนะนำส่งเสริมอาชีพ หรือให้คำแนะนำเรื่องต่างๆ ต้องทำให้บ่อยๆ... ความมั่นคงของประชาชนในชนบทเป็นส่วนหนึ่งที่จะสร้างชาติ และป้องกันประเทศเป็นอย่างดี...” และ

พระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ในงานพระราชพิธีเฉลิมพระชนมพรรษา วันศุกร์ที่ ๕ ธันวาคม ๒๕๒๙ ดังนี้



“...ทุกวันนี้ประเทศไทยยังมีทรัพยากรพร้อมมูล ทั้งทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรบุคคล ซึ่งเราสามารถนำมาใช้เสริมสร้างความอุดมสมบูรณ์และเสถียรภาพอันถาวรของบ้านเมืองได้เป็นอย่างดี ข้อสำคัญ เราจะต้องรู้จักใช้ทรัพยากรทั้งนั้นอย่างฉลาด... ระมัดระวังใช้ด้วยความประหยัดรอบคอบ ประกอบด้วยความคิดพิจารณาตามหลักวิชา เหตุผล และ ความถูกต้องเหมาะสม โดยมุ่งถึงประโยชน์แท้จริงที่จะเกิดแก่ประเทศชาติ ทั้งในปัจจุบันและอนาคตอันยืนยาว....”

พื้นที่คู้บางกะเจ้าเป็นพื้นที่สีเขียวขนาดใหญ่แห่งเดียวมีเนื้อที่ประมาณ ๒๑.๑๐ ตารางกิโลเมตร โอบล้อมด้วยลำน้ำเจ้าพระยา ด้วยลักษณะภูมิศาสตร์ของพื้นที่เป็นคู้น้ำ ประกอบกับอยู่ห่างจากอ่าวไทยเพียง ๒๐ กิโลเมตร ทำให้ได้รับอิทธิพลจากน้ำเค็ม พื้นที่จึงมีทั้งน้ำจืด น้ำเค็ม และน้ำกร่อย มีความสมบูรณ์ของธรรมชาติความหลากหลายทางชีวภาพสูงและมีอัตลักษณ์ของท้องถิ่น มีวิถีชีวิตวัฒนธรรมประเพณีที่ทั้งวิถีวัฒนธรรมของชาวไทยและชาวมอญที่อพยพย้ายถิ่นมาตั้งถิ่นฐานในปี พ.ศ. ๒๓๕๘ ที่ยังคงรักษาอยู่ถึงปัจจุบัน จนได้รับการยกย่องจาก Time Magazine (Asia Version) ให้เป็น “Best Urban Oasis of Asia” ประจำปี ๒๕๔๙ และยังเป็นปอดที่ผลิตอากาศบริสุทธิ์ ตั้งอยู่ใกล้ชุมชนที่หนาแน่นของกรุงเทพมหานคร เมืองหลวงของประเทศไทย ถือว่าเป็นทุนสังคมที่มีอยู่ตามธรรมชาติของคนในพื้นที่

ดังนั้น การพัฒนาชุมชนให้มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น สามารถพึ่งพาตนเองได้ และเกิดความรัก ห่วงแหน บำรุงรักษาทรัพยากรอันล้ำค่าที่มีอยู่เพื่อให้เกิดประโยชน์อย่างยั่งยืนแก่ชุมชนของตนและมวลมหาประชาชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฐานทรัพยากรชีวภาพในพื้นที่จึงเป็นวิธีการหนึ่งที่ทำให้ทรัพยากรอันล้ำค่านี้อยู่คงอยู่ และเกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า

๒. วัตถุประสงค์การวิจัย

๒.๑ คัดเลือกผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ และตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของชุมชนคู้บางกะเจ้าที่ได้รับการคัดเลือก

๒.๒ พัฒนาผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ องค์ความรู้ในกระบวนการผลิต และการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ของชุมชนคู้บางกะเจ้าที่ได้รับการคัดเลือก และ

๒.๓ ประเมินมูลค่าของผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนคู้บางกะเจ้าที่ได้รับการคัดเลือก

๓. วิธีการวิจัย

๑. ศึกษาบริบทของชุมชนและผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาของชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่คู้บางกะเจ้า ทำการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น มีอัตลักษณ์ สืบถึงวิถีวัฒนธรรมของท้องถิ่น สำหรับผลิตภัณฑ์ทางอาหาร มีการตรวจสอบคุณภาพทางห้องปฏิบัติการ และศึกษากระบวนการผลิต จำนวน ๓ ผลิตภัณฑ์

๑.๒ ศึกษา ข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๑.๓ ลงพื้นที่สำรวจ สัมภาษณ์ จัดเวทีประชุม และสอบถาม จาก

-ผู้นำชุมชนที่เป็นทางการ ได้แก่ สมาชิกสภาจังหวัด เกษตรอำเภอ นายกองค์การบริหารส่วนตำบล พัฒนาการ กำนัน รวมจำนวน ๑๖ คน

-ผู้นำชุมชนที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ ปราชญ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน เกษตรกรรายใหญ่ รวมจำนวน ๑๘ คน

-จัดเวทีประชุมกับ นักวิชาการและผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ พาณิชย์จังหวัด นักวิชาการ พัฒนาการ สมาชิกผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชน รวมจำนวน ๕๑ คน

-กลุ่มผู้บริโภค จำนวน ๔๐๐ คน

๒. การพัฒนาผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ องค์ความรู้ในกระบวนการผลิต และการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ของชุมชนคั้งบางกะเจ้าที่ได้รับการคัดเลือก โดย

๒.๑ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อของผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการคัดเลือกให้มีความสวยงาม เหมาะสม ตามแนวความคิดสร้างสรรค์ในการใช้สีที่ได้มาจากบทบัญญัติต่าง ๆ ที่มีมาแต่โบราณ (Evans. ๑๙๙๑)

๒.๒ จัดอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้ในการพัฒนากระบวนการผลิตและการควบคุมคุณภาพ เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนคั้งบางกะเจ้า

๒.๓ สอบถามผู้บริโภคจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน ๔๐๐ คน เพื่อให้ทราบ ๑) ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรชีวภาพในพื้นที่คั้งบางกะเจ้า ๒) ความคิดเห็นต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฐานทรัพยากรชีวภาพในพื้นที่คั้งบางกะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ๓) ความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากฐานทรัพยากรชีวภาพในพื้นที่คั้งบางกะเจ้า

ตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) ของ Kotler (2003) ที่ว่าส่วนประสมทางการตลาดแบ่งออกเป็น ๔ กลุ่ม ได้แก่ Product, Price, Place, and Promotion

๒.๔ จัดกิจกรรมประชุมสัมมนา เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้ชุมชนมีแนวทางในการทำ Business Matching รวมทั้งมีโอกาสนำเสนอผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อรับฟังข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะ และแสวงหาช่องทางใหม่ที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้แก่ ผู้นำชุมชน องค์การชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และผู้ที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยพาณิชย์จังหวัด นักวิชาการ พัฒนาการ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน ๕๑ คน

๓. การประเมินมูลค่าของผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนคั้งบางกะเจ้าที่ได้รับการคัดเลือก ใช้วิธีการประเมินมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ และการประเมินคุณค่าทางวัฒนธรรม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ประชาชนที่เป็นผู้นำชุมชนที่เป็นทางการ ได้แก่

สมาชิกสภาจังหวัด เกษตรอำเภอ นายกองค์การบริหารส่วนตำบล พัฒนาการ กำนัน ในพื้นที่คั้งบางกะเจ้าทั้ง ๖ ตำบล

ผู้นำชุมชนที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ ปราชญ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน เกษตรกร เกษตรกรในพื้นที่คั้งบางกะเจ้าทั้ง ๖ ตำบล และกลุ่มผู้บริโภค

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน ๓๔ คน ได้แก่ ๑) กลุ่มผู้นำเกษตรกร จำนวน ๑๖ คน ๒) กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพการเกษตร จำนวน ๑๘ คน และผู้ที่เข้าร่วมกันจัดเวทีชุมชน ๖ ตำบล กลุ่มกลุ่มผู้บริโภค จำนวน ๔๐๐ คน เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่ตรวจสอบ และรับรองข้อมูล ระดมความคิดเห็น อภิปราย และสรุปผลร่วมกับนักวิจัย

๔. ผลการวิจัย

ผลจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฐานทรัพยากรชีวภาพ ในพื้นที่คู้บางกะเจ้า อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ สามารถสรุปได้ ดังนี้

๑. ผลจากการสำรวจ คัดเลือกผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ และตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของชุมชนคู้บางกะเจ้าที่ได้รับการคัดเลือก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๑.๑ ผลิตภัณฑ์ของชุมชนคู้บางกะเจ้า ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมพัฒนาชุมชน OTOP ปี ๒๕๕๕ และจากการลงพื้นที่สำรวจ พบว่ามีผู้ประกอบการที่คัดเลือกโดยใช้เกณฑ์พิจารณาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับภูมิปัญญา วิถีวัฒนธรรม ทรัพยากรของท้องถิ่น มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์รวมจำนวน ๔๒ ราย แบ่งเป็น ๔ ประเภท ได้แก่ ๑) ประเภทของใช้จำนวน ๘ ราย ๒) ประเภทสิ่งประดิษฐ์ จำนวน ๑๖ ราย ๓) ประเภทอาหาร จำนวน ๑๐ ราย ๔) ประเภทพืช จำนวน ๘ ราย

๑.๒ การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ โดยนำแนวคิดของ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ วันรัตน์ จันทกิจ และชุมชน มาพิจารณาประยุกต์ให้มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นพื้นที่คู้บางกะเจ้า ผลการพิจารณาได้เกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ดังนี้ ๑) เป็นผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงความเป็นอัตลักษณ์วิถีวัฒนธรรมของท้องถิ่น ๒) เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่มีความโดดเด่นของพื้นที่ ๓) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบของทรัพยากรท้องถิ่น ๔) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีแนวคิดสู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อประโยชน์ทางการตลาด และนำเกณฑ์ทั้ง ๔ ข้อ มาจัดทำตารางวิเคราะห์ โดยประยุกต์ใช้ตารางการวิเคราะห์เลือกแนวคิดผลิตภัณฑ์ของ วันรัตน์ จันทกิจ ได้ผลิตภัณฑ์ จำนวน ๓ ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มะม่วงน้ำดอกไม้คู้บางกะเจ้า ผลิตภัณฑ์เรืออีแปะจำลอง และผลิตภัณฑ์กะละแมมีความโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์คือ

๑.๒.๑ ผลิตภัณฑ์มะม่วงน้ำดอกไม้คู้บางกะเจ้า มีแหล่งผลิตอยู่ในพื้นที่สีเขียวคู้บางกะเจ้า อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่อยู่ห่างจากปากอ่าวไทยเพียง ๒๐ กิโลเมตรทำให้น้ำเค็มท่วมถึงบางช่วงเวลา จึงเป็นพื้นที่มี ๓ น้ำ คือน้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม ประกอบกับลักษณะดินเป็นดินปากแม่น้ำที่มีความอุดมสมบูรณ์ อาชีพทำสวนผลไม้จึงเป็นวิถีวัฒนธรรมของท้องถิ่น เป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดต่อกันมา รวมถึงการค้นพบว่ามะม่วงน้ำดอกไม้เป็นพันธุ์พระประแดง/พันธุ์เขียวนวล ซึ่งเป็นพันธุ์ดั้งเดิมของพื้นที่ มีรสชาติที่โดดเด่นเป็นอัตลักษณ์แตกต่างจากแหล่งผลิตอื่น ผู้วิจัยจึงร่วมกับสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน) และชุมชน ดำเนินการพัฒนาและยื่นขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งได้รับการตรวจสอบจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา และขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ “มะม่วงน้ำดอกไม้คู้บางกะเจ้า” แล้ว จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถออกสู่ตลาดในระดับชาติและนานาชาติ



๑.๒.๒ ผลิตภัณฑ์เรืออีแปะจำลองคั้งบางกะเจ้า สามารถสื่อถึงวิถีวัฒนธรรมของท้องถิ่น เนื่องจากพื้นที่คั้งบางกะเจ้ามีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านอ้อมคั้งบางกะเจ้าทั้ง ๖ ตำบล และในแต่ละตำบลมีลำคลองจำนวนมากหลายสายที่ใช้เป็นเส้นทางสัญจร และขนส่งพืชพรรณจากสวนออกไปจำหน่าย ชุมชนคั้งบางกะเจ้ามีความสัมพันธ์กับสายน้ำ มีความชำนาญในการใช้เรือเป็นพาหนะ รวมทั้งการต่อเรือให้มีขนาดพอเหมาะแก่การใช้งาน เช่น เรืออีแปะ เรืออีแปะจำลองจึงเป็นตัวแทนของชุมชนที่สัมพันธ์กับสายน้ำ เป็นภูมิปัญญาในการคิดค้น เป็นสิ่งประดิษฐ์ให้มีความสวยงาม กะทัดรัด โดยใช้วัสดุเหลือใช้ของท้องถิ่น สามารถเป็นของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ใหม่ให้แก่ผู้บริโภคได้

๑.๒.๓ ผลิตภัณฑ์กะละแมคั้งบางกะเจ้า เป็นผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงวิถีวัฒนธรรมทั้งของชาวไทยและชาวมอญในพื้นที่คั้งบางกะเจ้า เป็นขนมพื้นบ้านโบราณที่อร่อย มีรสชาติกลมกล่อม หารับประทานได้ยาก เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำในช่วงเทศกาลสำคัญ เป็นเคล็ดทางภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่เชื่อมความสามัคคีในหมู่พี่น้องและเพื่อนบ้านในการกวนกะละแม เพราะเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้แรงคนและใช้เวลาจนมากถึง ๘ ชั่วโมง ส่วนประกอบส่วนใหญ่มีอยู่ในท้องถิ่นทำให้ได้ของสดใหม่ สามารถผลิตสู่ตลาดภายนอกได้หากมีการพัฒนารสชาติ รูปแบบและบรรจุภัณฑ์

๑.๓ ผลการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของชุมชนคั้งบางกะเจ้าที่ได้รับการคัดเลือก ๓ ผลิตภัณฑ์ พบว่า

๑.๓.๑ ผลิตภัณฑ์มะม่วงน้ำดอกไม้คั้งบางกะเจ้า มีคุณภาพความโดดเด่นและอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และจากการประกวดมะม่วงน้ำดอกไม้สุก รางวัลที่ ๑ เป็นมะม่วงน้ำดอกไม้ที่มีแหล่งผลิตจากพื้นที่คั้งบางกะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ เสมอ

๑.๓.๒ ผลิตภัณฑ์เรืออีแปะจำลองคั้งบางกะเจ้า เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทักษะการประดิษฐ์ด้วยมือ ได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากความประณีต ความเรียบร้อยของผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้มาตรฐานก่อนออกจำหน่าย

๑.๓.๓ ผลิตภัณฑ์กะละแมคั้งบางกะเจ้า ได้มาตรฐาน “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย” (Clean Food Good Taste) จากสำนักสุขาภิบาล กทม.อนามัย และได้ผ่านการตรวจวิเคราะห์ ทดสอบ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์กะละแมคั้งบางกะเจ้า จากห้องปฏิบัติการ กรมวิทยาศาสตร์บริการ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แล้ว

๒. การพัฒนาผลผลิต หรือผลิตภัณฑ์ หรือองค์ความรู้ในกระบวนการผลิต และการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ของชุมชนคั้งบางกะเจ้าที่คัดเลือก มีดังนี้

๒.๑ ผลิตภัณฑ์มะม่วงน้ำดอกไม้คั้งบางกะเจ้า ได้พัฒนาโดยการจัดอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรชาวสวนมะม่วง เรื่ององค์ความรู้ในการดูแลผลผลิตและการควบคุมคุณภาพของมะม่วง การป้องกันศัตรูพืช การใช้ถุงคาร์บอนห่อมะม่วงเพื่อป้องกันศัตรูพืชและเพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลผลิต การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนมะม่วงน้ำดอกไม้คั้งบางกะเจ้า เพื่อให้เกษตรกรรวมกลุ่มช่วยกันพัฒนา โดยมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชน ชุมชนท้องถิ่น เกษตรกร อำเภอพระประแดง เกษตรจังหวัด เกษตร



อำเภอ หมอหิน สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน) และมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

๒.๒ ผลิตภัณฑ์เรืออีแปะจำลองคั้งบางกะเจ้า มีการให้องค์ความรู้เกี่ยวกับคุณค่าทางด้านวิถีวัฒนธรรมของเรืออีแปะในพื้นที่คั้งบางกะเจ้า การควบคุมคุณภาพการผลิตจากกรณีไม่มีต้นแบบและพัฒนาโดยการสร้างต้นแบบเรือเพื่อให้ได้มาตรฐานเดียวกัน การประดิษฐ์องค์ประกอบในเรือได้แก่สิ่งประดิษฐ์ที่เป็นผลิตภัณฑ์ภัณฑ์จีวที่สื่อถึงวิถีวัฒนธรรมชาวสวนใส่เรือเพิ่มเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้แก่ผลิต

๒.๓ ผลิตภัณฑ์กะละแมคั้งบางกะเจ้า จัดให้มีการสาธิตและให้ความรู้ด้านกระบวนการผลิตแก่ชุมชน ปรับส่วนประสมของกะละแมเพื่อให้มีรสชาติอร่อยขึ้น และรสชาติใหม่โดยการโรยงาดำ งาขาว และเม็ดมะม่วงหิมพานต์อบเพื่อให้มีความหลากหลาย ปรับบรรจุภัณฑ์ให้สามารถบริโภคหมดในแต่ละครั้งโดยบรรจุใส่ซอง

๒.๔ ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของชุมชนคั้งบางกะเจ้า ต่อการพัฒนาผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุ ระหว่าง ๓๑-๔๐ ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ และมีรายได้อยู่ระหว่าง ๑๕,๐๐๑ - ๓๐,๐๐๐ บาท มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าชุมชนเพื่อรับประทานเอง ในวงเงินการซื้อต่อครั้ง ๒๕๑-๕๐๐ บาท โดยรับข้อมูลและตัดสินใจด้วยตัวเอง

ผลการศึกษาข้อมูลความคิดเห็นต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า กะละแมมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม มีรสชาติอร่อย เรืออีแปะมีรูปทรง ขนาดพอเหมาะและมีสีสันสวยงาม มีประวัติเรื่องราวที่น่าสนใจ มะม่วงน้ำดอกไม้มีบรรจุภัณฑ์สวยงาม มีความน่าเชื่อถือในคุณภาพการผลิต

ผลการศึกษาข้อมูลระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยรวม พบว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่าด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับเห็นด้วยระดับมากที่สุด ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับเห็นด้วยระดับมาก

๓. การประเมินมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ ของผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนคั้งบางกะเจ้าที่ได้รับการคัดเลือก ดังนี้

การประเมินมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ ของผลิตภัณฑ์ก่อนการพัฒนา พบว่า ผลตอบแทนสุทธิต่อปีของผลิตภัณฑ์มะม่วงน้ำดอกไม้คั้งบางกะเจ้าเท่ากับ ๒๐,๗๘๔ บาท ผลตอบแทนสุทธิต่อปีของเรืออีแปะคั้งบางกะเจ้าเท่ากับ ๔,๐๐๐ บาท ผลตอบแทนสุทธิต่อปีของกะละแมคั้งบางกะเจ้าเท่ากับ ๙๕,๘๕๐ บาท

การประเมินมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ ของผลิตภัณฑ์หลังการพัฒนา พบว่า ผลตอบแทนสุทธิต่อปีของผลิตภัณฑ์มะม่วงน้ำดอกไม้คั้งบางกะเจ้าเท่ากับ ๓๑,๕๓๑ บาท ผลตอบแทนสุทธิต่อปีของเรืออีแปะจำลองคั้งบางกะเจ้าเท่ากับ ๑๐,๐๐๐ บาท ผลตอบแทนสุทธิต่อปีของกะละแมคั้งบางกะเจ้าเท่ากับ ๑๖๖,๕๐๐ บาท



สรุปว่า ผลิตรักษ์ทั้ง ๓ ผลิตรักษ์ ได้แก่ผลิตรักษ์ มะม่วงน้ำดอกไม้คั่งบางกะเจ้า เรืออีแปะจำลองคั่งบางกะเจ้า กะละแมคั่งบางกะเจ้า เมื่อมีการพัฒนาแล้วมีผลตอบแทนสุทธิเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ ๕๑.๗๑, ๑๕๐.๐๐ และ ๗๓.๗๑ ตามลำดับ

ส่วนคุณค่าของผลิตรักษ์ทั้ง ๓ ผลิตรักษ์ พบว่า ๑) มะม่วงน้ำดอกไม้คั่งบางกะเจ้าเป็นมะม่วงที่มีคุณภาพ รสชาติอร่อยแตกต่างจากแหล่งผลิตอื่น เมื่อเทียบกับราคาแล้วขายไม่แพง และจากการพัฒนาทำให้มะม่วงมีคุณภาพและมีมาตรฐานมากขึ้น ได้ยื่นจดทะเบียนกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา ประกอบกับการได้รับรางวัลประกวดความหวานอร่อยของมะม่วงน้ำดอกไม้ติดติดกัน จึงสร้างชื่อเสียง สร้างรายได้ให้ชุมชน ๒) คุณค่าของผลิตรักษ์เรืออีแปะคั่งบางกะเจ้า พบว่า มีมูลค่าด้านจิตใจที่สื่อถึงวิถีวัฒนธรรมไทย เมื่อมีการพัฒนาบอกเล่าเรื่องราวและการใช้วัสดุธรรมชาติจึงเป็นผลิตรักษ์ที่มีคุณค่า ๓) คุณค่าของผลิตรักษ์กะละแมคั่งบางกะเจ้า พบว่า ผลิตรักษ์มีความอร่อย มีคุณค่าด้านจิตใจสื่อถึงวิถีวัฒนธรรมความสามัคคี มีบรรจุภัณฑ์สวยงามพกพาได้สะดวก เหมาะเป็นของฝาก

๕. อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาการพัฒนาผลิตรักษ์จากฐานทรัพยากรชีวภาพ ในพื้นที่คั่งบางกะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ มีประเด็นที่น่าสนใจอภิปรายดังนี้

๑. ประเด็นการสำรวจ คัดเลือกผลผลิตหรือผลิตรักษ์ ในพื้นที่คั่งกะเจ้า ผลผลิตหรือผลิตรักษ์จากการที่สำรวจและขึ้นทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชนมีจำนวนมากถึง ๔๒ รายการ ส่วนใหญ่เป็นผลอันเนื่องมาจากการพัฒนาคุณภาพผลิตรักษ์ท้องถิ่นจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่ปี พ.ศ.๒๕๔๔ ต่อเนื่องมาถึงปัจจุบันที่ส่งเสริมสนับสนุนให้ท้องถิ่นสามารถสร้างงานสร้างรายได้ จากภูมิปัญญาและทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น จากการศึกษาเพื่อคัดเลือกผลผลิตหรือผลิตรักษ์เพื่อการพัฒนา โดยใช้เกณฑ์ อัตลักษณ์วิถีวัฒนธรรมของท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความโดดเด่น มีส่วนประกอบของทรัพยากรท้องถิ่น และมีแนวคิดสู่ผลิตรักษ์ใหม่ เป็นหลักในการพิจารณาคัดเลือก สอดคล้องกับแนวคิดของ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์^๑ ที่ว่าการพัฒนาผลิตรักษ์ที่แสดงถึงข้อมูลอัตลักษณ์ไทยนั้น ประกอบด้วย วิถีชุมชนและสังคม ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และ ที่ว่าการพัฒนาผลิตรักษ์ควรใช้เกณฑ์ แนวคิดผลิตรักษ์ใหม่ สื่ออัตลักษณ์เบื้องหลังคุณค่าผลิตรักษ์ เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตผู้บริโภค ได้เปรียบคู่แข่ง เป็นหลักการพิจารณาเพื่อคัดเลือก จึงได้ผลิตรักษ์ของพื้นที่คั่งบางกะเจ้าที่มีความโดดเด่น ๓ ผลิตรักษ์ ได้แก่ ผลิตรักษ์มะม่วงน้ำดอกไม้คั่งบางกะเจ้า ผลิตรักษ์เรืออีแปะจำลองคั่งบางกะเจ้า และผลิตรักษ์กะละแมคั่งบางกะเจ้า

^๑ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, การคิดเชิงสร้างสรรค์, (กรุงเทพมหานคร : ชัคเชสมิเดีย, ๒๕๕๓), หน้า

ส่วนประเด็นการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของชุมชนคั้งบางกะเจ้าที่ได้รับการคัดเลือก ได้มีการดำเนินการพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐาน อันเกิดจากการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน องค์กร หน่วยงานภาครัฐ และสถานศึกษา สมาชิกกลุ่มต้องมีความรู้ เข้าใจและเห็นความสำคัญเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นหลัก และมีกระบวนการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมแก่การพัฒนา โดยการมีส่วนร่วมและยอมรับของสมาชิกกลุ่ม ประกอบกับการดำเนินการเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะต้องมีความสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐาน

๒. ประเด็นการพัฒนาผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ องค์ความรู้ในกระบวนการผลิต และการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ของชุมชนคั้งบางกะเจ้าที่คัดเลือก

การพัฒนาผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์โดยการจัดให้ผู้ประกอบการ ได้รับองค์ความรู้ในกระบวนการผลิต ได้แก่การจัดอบรม หรือมีการสอดแทรกข้อเสนอแนะในระหว่างร่วมกิจกรรม หรือการมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ช่วยเหลือกันในกลุ่ม สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพได้มากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ ธัญภรณ์ เกิดน้อย^๒ และการพัฒนาทำให้เกิดการรวมตัวเป็นกลุ่ม ทั้งจากองค์กรชุมชนและหน่วยงานภายนอก มีการระดมความคิดเพื่อแก้ไขปัญหาและอุปสรรครวมทั้งปรับปรุงให้ดีขึ้น เป็นการพัฒนาเชิงบูรณาการสู่ชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของ บุญอนันต์ พินัยทรัพย์^๓ และการคัดเลือกพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นด้าน อัตลักษณ์วิถีวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความโดดเด่น มีส่วนประกอบของทรัพยากรท้องถิ่นที่มีคุณค่า และมีแนวคิดสู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ สอดคล้องกับแนวคิดของ เบญจวรรณ บวรกุลภา^๔ ที่ว่านักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น กลยุทธ์การพัฒนาควรมีความแปลกใหม่ มีมาตรฐานโดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งสอดคล้องกับแนวคิดของ บริษัท ชูโอ เซ็นโก (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)^๕ ที่ว่าสิ่งที่ต้องเร่งรีบทำการพัฒนา คือ ให้มีความเป็นสากลทั้งรูปแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์

^๒ ธัญภรณ์ เกิดน้อย และคณะ, “การส่งเสริมศักยภาพชุมชนในการพัฒนาตำรับอาหารสุขภาพโดยใช้ผลผลิตในท้องถิ่น”, รายงานการวิจัย, (เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๘), หน้า ๓๕.

^๓ บุญอนันต์ พินัยทรัพย์ และพลาพรรณ คำพรรณ, “ชุมชนเข้มแข็ง กระบวนการสร้างสรรค์สินค้าพลังสู่ชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์”, รายงานการวิจัย, (กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๔๙), หน้า ๔๒.

^๔ เบญจวรรณ บวรกุลภา, “กลยุทธ์ตลาดผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทยในแหล่งท่องเที่ยวชาวฝั่งทะเลภาคกลาง”, รายงานการวิจัย, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสยาม, ๒๕๕๒), หน้า ๒๖.

^๕ ชูโอ เซ็นโก (ประเทศไทย) จำกัด (บริษัทมหาชน), “การประเมินโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ในเขตภาคเหนือ”, รายงานการวิจัย, (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, ๒๕๔๖), หน้า ๗๒.

๓. ประเด็นประเมินมูลค่าของผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนคึ่งบางกะเจ้าที่ได้รับการคัดเลือก

ผลผลิต/ผลิตภัณฑ์ชุมชนคึ่งบางกะเจ้าเมื่อผ่านการพัฒนาคุณภาพ และนำความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์กับลักษณะเฉพาะของทุนทางวิถีวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และทรัพยากรท้องถิ่น มาเชื่อมโยงสร้างความโดดเด่นให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์ให้เด่นชัดมากขึ้น ทำให้มูลค่าของผลผลิต/ผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ความคำนึงถึงความต้องการของตลาดในช่วงเวลานั้น และควรมองถึงอนาคตประกอบกันเป็นระยะ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่นิยมอยู่ในตลาดอย่างยั่งยืน และการพัฒนาควรเน้นด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งหมายถึงการออกแบบ เปลี่ยนรูปผลิตภัณฑ์ เพิ่มทางเลือก ซึ่งทั้งมวลต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพด้วย และแนวคิดของ ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว^๖ ที่ว่า การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะประสบความสำเร็จไม่ได้ถ้าปราศจากการพัฒนาทุนวัฒนธรรม ทุนวัฒนธรรมเป็นสินทรัพย์ที่มีการฝังตัวและให้คุณค่าทางวัฒนธรรม ธุรกิจสามารถนำทุนวัฒนธรรม เช่น เรื่องราว (Story) เนื้อหา (Content) ของวัฒนธรรมมาสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ของตนโดยผ่านการใช้ทุนวัฒนธรรมสร้างความแตกต่าง หรือจุดขายให้กับสินค้าและสามารถนำไปเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจได้ด้วย

๖. ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ผลจากการวิจัย การพัฒนาการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฐานทรัพยากรชีวภาพ ในพื้นที่คึ่งบางกะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ มีข้อเสนอแนะ สรุปได้ดังนี้

๑. เพิ่มจำนวนสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้ง ๓ ผลิตภัณฑ์ แต่ละผลิตภัณฑ์ร่วมกันพัฒนาองค์ความรู้ในการผลิต เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้คุณภาพและมาตรฐานเดียวกัน และเพื่อให้สามารถเพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ระดับชาติและนานาชาติต่อไป

๒. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมะม่วงน้ำดอกไม้คึ่งบางกะเจ้าพระประแดง ควรดำเนินการจัดตั้งคณะกรรมการจัดทำ (ร่าง) ระเบียบการให้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มะม่วงน้ำดอกไม้คึ่งบางกะเจ้า เนื่องจากต้องปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานของข้อกำหนดของกรมทรัพย์สินทางปัญญา และกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

๓. จัดให้มีที่ตั้งสำนักงานวิสาหกิจชุมชนมะม่วงน้ำดอกไม้คึ่งบางกะเจ้า เพื่อให้บริการแก่เกษตรกรในพื้นที่ทั้งด้านองค์ความรู้ วัสดุอุปกรณ์ทางการเกษตร การตรวจสอบและให้ตราสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มะม่วงน้ำดอกไม้คึ่งบางกะเจ้าเพื่อรับรองตามมาตรฐาน ตัวกลางประสานระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค

^๖ ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทุนวัฒนธรรมและโอกาสทางธุรกิจ”, รายงานการวิจัย, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๕๔), หน้า ๓๘.

๔. ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาให้ต่อเนื่อง ให้ชุมชน องค์กรท้องถิ่น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูล เพื่อเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์และสื่อสารวัฒนธรรมท้องถิ่น

๕. ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา ควรได้รับการพัฒนาต่อยอดต่อไปช่วงเวลาหนึ่ง จนกว่าให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สามารถดูแลและช่วยตนเองได้ก่อน เพื่อความยั่งยืนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการพัฒนาท้องถิ่น

๖. สำหรับการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง ๔ ด้าน ดังนี้

๖.๑ ด้านผลิตภัณฑ์ ควรกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นคุณภาพผลิตภัณฑ์ และการผลิตต้องมีรสชาติ และประโยชน์ทางโภชนาการ

๖.๒ ด้านราคา ควรกำหนดกลยุทธ์ให้ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพ และมีมาตรฐาน และหากมีการให้ข้อมูลว่าเป็นสินค้าเพื่อชุมชน และเพื่อสิ่งแวดล้อม จะสามารถสร้างความเต็มใจจ่ายเพิ่มได้

๖.๓ ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรกำหนดกลยุทธ์ผ่านการแนะนำและให้ข้อมูลโดยผู้ขาย เพื่อให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจน การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ โบรชัวร์ วารสาร และสื่ออื่นๆ และควรมีการรับประกันสินค้า

๖.๔ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรกำหนดกลยุทธ์ มีบริการส่งสินค้ามีหน้าร้านแสดง เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถสัมผัส และทดลองสินค้าได้

ในภาพรวมของการบริหารจัดการส่วนประสมการตลาด ควรให้ความสำคัญกับผู้บริโภคที่มีรายได้อยู่ระหว่าง ๑๕,๐๐๑-๓๐,๐๐๐ บาท ในกลุ่มอาชีพรับราชการ การศึกษาระดับปริญญาตรี ในช่วงอายุระหว่าง ๓๑-๔๐ ปี เป็นหลัก ซึ่งจะเป็กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่เหมาะสมกับการดำเนินการกลยุทธ์ทางการตลาดมากที่สุด

๑. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการดำเนินการเพิ่มช่องทางทางการตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา และมีการติดตามประเมินผลเป็นระยะ เพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรลุตามเป้าหมาย รวมทั้งคำนึงถึงความต้องการของตลาดในแต่ละช่วงเวลา ทั้งปัจจุบันและอนาคตด้วย

๒. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการบูรณาการ เพื่อกำหนดนโยบายและมาตรการการสนับสนุน ส่งเสริมการผลิตและการตลาดให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน

๓. จัดให้มีศูนย์บริการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวและผู้สนใจที่เข้าไปในพื้นที่ทุ่งบางกะเจ้า หรือเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของพื้นที่ จัดบริการอบรม ส่งเสริมการผลิตที่ได้มาตรฐานเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

๔. จัดให้มีการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ โดยปรับหรือเปลี่ยนให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพิ่มรูปลักษณะที่ใหม่มีความเหมาะสมกับสภาพของสังคมและตลาด

การวิจัยครั้งนี้มีประโยชน์และได้ผลเป็นรูปธรรม แก่สังคมและประชาชนในพื้นที่คือทำให้ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐาน มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น และเป็นการประชาสัมพันธ์ผลผลิตของชุมชนในระดับชาติและนานาชาติ ได้รู้จักพื้นที่และคุณค่าวิถีวัฒนธรรมไทย

บรรณานุกรม

๑. ภาษาไทย

(๑) หนังสือ:

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. **การคิดเชิงสร้างสรรค์**. กรุงเทพมหานคร: ชัคเชลมีเดีย, ๒๕๕๓.

(๒) วิทยานิพนธ์/รายงานการวิจัย

ธัญภรณ์ เกิดน้อย และคณะ. “การส่งเสริมศักยภาพชุมชนในการพัฒนาตำรับอาหารสุขภาพโดยใช้ผลผลิตในท้องถิ่น”. **รายงานการวิจัย**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๘.

บุญอนันต์ พินัยทรัพย์ และพลาพรรณ คำพรรณ. “ชุมชนเข้มแข็ง กระบวนการสร้างสรรค์คีนพลังสู่ชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์”. **รายงานการวิจัย**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๕๙.

เบญจวรรณ บวรกุลภา. “กลยุทธ์ตลาดผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทยในแหล่งท่องเที่ยวชาวฝั่งทะเลภาคกลาง”. **รายงานการวิจัย**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสยาม, ๒๕๕๒.

ชูโอ เซ็นโก (ประเทศไทย) จำกัด (บริษัทมหาชน). “การประเมินโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ในเขตภาคเหนือ”. **รายงานการวิจัย**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, ๒๕๕๖.

ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทุนวัฒนธรรมและโอกาสทางธุรกิจ”. **รายงานการวิจัย**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๕๔.

๒. ภาษาอังกฤษ

(I) Book:

Evans. S. **Contemporary Japanese Design**. UK : Collins & Brown Limited, 1991.

Hawkins. D. I., R. J. Best and K. A. Coney. **Consumer Behavior : Implications for Marketing Strategy**. Texas: Business Publications, Inc., 1983.