



การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการ อำเภอป่าเกว๋น จังหวัดน่าน Community Product Development and Integrated Marketing Communications Promotion, Bo Kluea District, Nan Province

อัญชัน ศศิวัฒน์โพธิ์* และ สุทธิกัญญา ทิพย์เกสร²
Unchan Sasiwatpaisit^{1*} and SutthikanTipayakesorn²

¹วิทยาลัยชุมชนน่าน สถาบันวิทยาลัยชุมชน

²ภาควิชาหลักสูตร การสอน และการเรียนรู้ สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

¹Nan Community College

²Major of Biology, Department of Curriculum Teaching and Learning, Faculty of Education, Chiang Mai University

*E-mail : unchalada21@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการ อำเภอป่าเกว๋น จังหวัดน่าน เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ซึ่งใช้การผสมผสานวิธีการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างวิจัยเชิงคุณภาพ และวิจัยเชิงปริมาณ โดยการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอป่าเกว๋น จังหวัดน่าน และ 2) เพื่อหาแนวทางในการต่อยอดให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอป่าเกว๋น จังหวัดน่าน กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอป่าเกว๋น จังหวัดน่าน จำนวน 10 คน ประชาชนผู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนอำเภอป่าเกว๋น จังหวัดน่าน ที่มีความสนใจเกี่ยวกับการพัฒนาต่อยอดให้กับผลิตภัณฑ์จาก ภูมิปัญญาในชุมชน อำเภอป่าเกว๋น จังหวัดน่าน จำนวนทั้งสิ้น 30 คน นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในอำเภอป่าเกว๋น จังหวัดน่าน จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ และนำข้อมูลที่ได้ศึกษามาพัฒนาต่อยอดให้กับผลิตภัณฑ์ของชุมชน อำเภอป่าเกว๋น จังหวัดน่านต่อไป

ผลการวิจัยปรากฏดังนี้

1. การค้นหาภูมิปัญญาของผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอป่าเกว๋น จังหวัดน่าน ที่สามารถนำมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ได้พบว่า ผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอป่าเกว๋นที่โดดเด่น และน่าสนใจ มีอยู่ 4 ชนิด ชนิดแรกคือ เกือบสินเฮว่ ชนิดที่ 2 ต้าว ชนิดที่ 3 ชนิดที่ 4 กาแฟสว่าคอฟฟี่ (SAWAcoffee)

2. การค้นหาต่อยอดผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาของชุมชนอำเภอป่าเกว๋น ข้อมูลในส่วนนี้ แบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอป่าเกว๋น จังหวัดน่าน พบว่า มีผลิตภัณฑ์ชุมชน 4 ชนิดที่สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดได้ ชนิดแรกคือเกือบสินเฮว่ ที่ต่อยอดเป็นของฝากของที่ระลึกใช้ซื้อตราสินค้าคือ “บ่อแห่งรัก” ชนิดที่ 2 ต้าว ต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ ภายใต้ตราสินค้า “ต้าวหนูปั่น” ชนิดที่ 3 กล้วยสามเหลี่ยม ต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ ภายใต้ตราสินค้า “หลากลาย” ชนิดที่ 4 กาแฟสว่าคอฟฟี่ (SAWAcoffee) ผู้ประกอบการร่วมกับทีมผู้วิจัยออกแบบการสื่อสารทางการตลาดให้เกิดการรับรู้ในเรื่อง ร้านกาแฟสว่าคอฟฟี่ (SAWAcoffee) ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เช่น Facebook Line และมีการ Live พูดเล่าเรื่องราวของความเป็นมาของร้านกาแฟสว่าคอฟฟี่ (SAWAcoffee) การประชาสัมพันธ์ไปยังแหล่งต่าง ๆ ใช้ตัวการ์ตูนที่เป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่าของนักเรียนที่ศึกษา

และส่วนที่ 2 เป็นการหาปัจจัยส่วนประสมตลาด ในการส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอป่าเกว๋น จังหวัดน่าน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์จากเกือบ พบว่า



ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 14.3) ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 69.3) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 65.3) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์ตัว (ลูกชิด) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 85.3) ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์จากหญ้าสามเหลี่ยม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 41.4) ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 62.3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 89.3) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์จากกาแฟสว่าคอฟฟี่ (SAWAcoffee) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 37.4) ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 35.4) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 15.4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.51)

คำสำคัญ : การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ชุมชน การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

Abstract

Research subject Community product development and promotion of integrated marketing communications Bo Kluea District, Nan Province, is mixed methods research which uses a combination of data collection and analysis methods between qualitative research and quantitative research by studying documents In-depth interview and Focus group discussion aims to 1) study the wisdom of community products. Bo Kluea District, Nan Province, and 2) to find ways to extend to community products. Bo Kluea District, Nan Province The sample group in this study were 10 people who were concerned with or had information about community products in Bo Kluea District, Nan Province. about the further development of products from wisdom in the community Bo Kluea District, Nan Province, totaling 30 people. Bo Kluea District, Nan Province, consisted of 200 people using questionnaires as a tool for data collecting. These data were analyzed using descriptive statistics such as frequency and percentage, and the studied data was used to further develop the community's products. Bo Kluea District Nan Province next

The results revealed that

Finding the wisdom of community products, It was found that there are 4 outstanding and interesting raw materials of community products in Bo Kluea District, namely

1. Rock salt. It has been an important product of Nan since ancient times. Even today, it is still used and sold as consumables and souvenirs. But at present, the products that come from rock salt of Bo Kluea District are not diverse enough to attract tourists.



2. Tao (sugar palm) is the top export product outside of Bo Kluea District. Because in Bo Kluea district there is still a fertile forest. and the villagers in Bo Kluea district have also preserved Propagating tao,sugar palm plants causing a large number of Tao (sugar palm) trees in Bo Kluea District It is a good quality and delicious Tao(sugar palm). It is popular to be processed in various forms. But in the community itself, there is still relatively little privatization. Most of them are sold as fresh Tao (sugar palm). 3) Triangular grass (Scirpus grossus) It is a very common grass in Bo Kluea District. It is commonly used to weave into various patterns. Make it beautiful and then use it as a mat or weave a container to look beautiful. At present, the patterns used to weave have been applied to become more innovative according to the ideas and imaginations of the producers. 4) SAWAcoffee is a product that encourages students of Ban Sawa School to feel love in their hometown by cultivating Have students cherish the forest area. It also benefits from the coffee plant. In addition, SAWAcoffee has also promoted careers for students of Ban Saw School to have additional careers and may become their main careers in the future.

Searching for further products, wisdom of the Bo Kluea district community. Information in this section It can be divided into 2 parts: Part 1, Product development in Bo Kluea District, Nan Province. According to research, there are 4 types of community products that can be developed further, namely 1) Rock salt. Developed to develop as souvenirs as souvenirs by using the brand name "Bo of Love" 2) Tao- sugar palm developed further into products. under the brand "Chewy Dao" 3) Triangle Grass Developed to develop into products under the brand "Lak Lai" and 4) SAWAcoffee, an entrepreneur together with a research team to design marketing communications to create awareness about the coffee shop Sawako. Coffee (SAWAcoffee) through social media channels (Social media) such as Facebook Line and there is a Live talk about the history of SAWAcoffee coffee (SAWAcoffee) publicity to various sources. Use the unique cartoon characters of the student's tribe.

The second part is to find the market mix factors in Integrated Marketing Communications that affect the decision to buy community products. Bo Kluea District, Nan Province found that the respondents focused on market mix factors. rock salt products was the price factor (average 4.00) the most; products from Tao (Lukchid) were the factor of marketing promotion (mean 4.16) the most; triangular grass products. was the product factor (average 4.41) the most SAWAcoffee products were the marketing promotion factor (average 4.51) the most

Keywords : Development, Community Product, Promotion of Integrated Marketing Communications

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา อำเภอบ่อเกลือเดิมเรียกว่า เมืองบ่อ อยู่ในเขตการปกครองของอำเภอบัว โดยแยกเป็น 2 ตำบล คือตำบลบ่อเกลือเหนือและตำบลบ่อเกลือใต้ โดยได้รับการยกฐานะเป็น อำเภอบ่อเกลือ เมื่อวันที่ 7 กันยายน พ.ศ. 2538 (พระราชกฤษฎีกาตั้งอำเภอตำบมะขามเตี้ย อำเภอแก่งหางแมว อำเภอภักดีชุมพล อำเภอเวียงแก่น อำเภอแม่วาง อำเภอถ้ำพรรณรา อำเภอบ่อเกลือ อำเภอโนนสุวรรณ อำเภอห้วยราช อำเภอแม่ลาน อำเภอบางแก้ว อำเภอป่าพะยอม อำเภอหนองม่วงไข่ อำเภอยางสีสุราช อำเภอจังหาร อำเภอบ้านธิ อำเภอภูสิงห์ อำเภอบางกล่ำ อำเภอวังม่วง

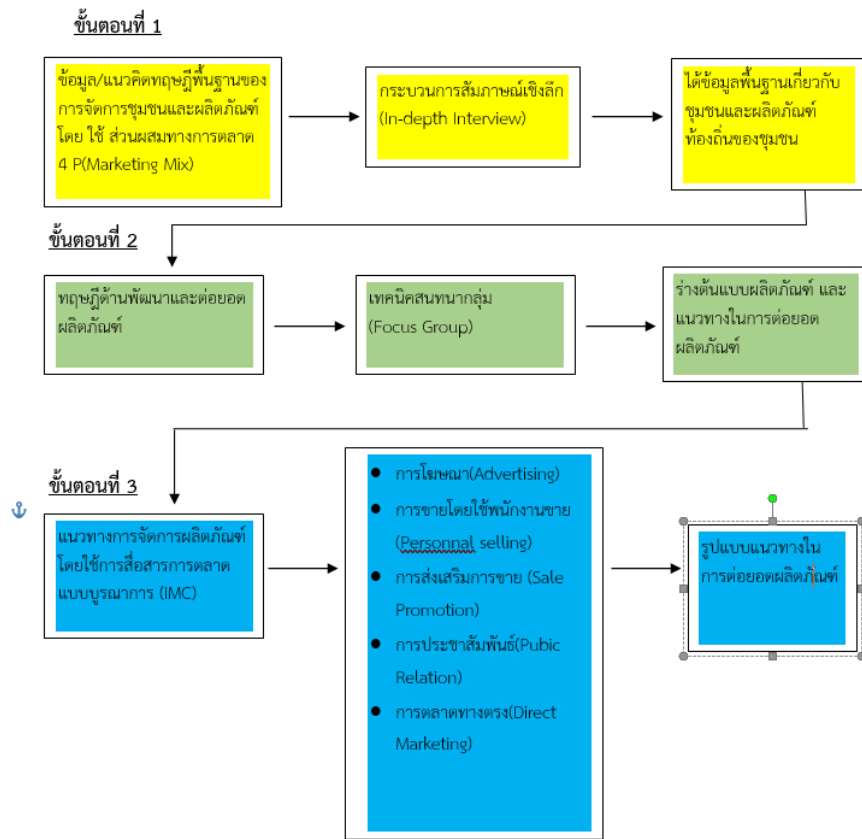


และอำเภอนายูง พ.ศ. 2538) ซึ่งในปัจจุบัน อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน เป็นอำเภอที่มีการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมาก

มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่พบว่าเมื่อนักท่องเที่ยวมาถึงผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปเป็นที่ระลึกหรือของฝากยังมีไม่มาก และผลิตภัณฑ์บางอย่างก็สามารถพบเห็นได้ตามแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งอำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน มีแหล่งวัตถุดิบภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีจุดเด่นโดยเฉพาะวัตถุดิบจากธรรมชาติ แต่ยังไม่ได้รับการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าทางการตลาด อันจะขยายช่องทางให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้า ซึ่งกลไกสำคัญขึ้นอยู่กับพื้นฐานของประสบการณ์ในการเชื่อมโยงเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม เพื่อสะท้อนความเข้าใจของผู้บริโภค ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอบ่อเกลือ วัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนอำเภอบ่อเกลือ เป็นแรงบันดาลใจที่นำไปสู่การสร้างสรรคผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวในท้องถิ่นได้มากมายเพราะปัจจุบันโลกของเศรษฐกิจต้องอาศัยเรื่องราวที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปเป็นจุดขายเรื่องราวที่น่าสนใจเท่าไรก็จะสามารถขายสินค้าได้มากขึ้น ชุมชนอำเภอบ่อเกลือ มีวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีวิถีการดำรงชีวิตความเชื่อและศาสนาที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ ต่อมาเมื่อเกิดความเปลี่ยนแปลงทางการเมืองเศรษฐกิจและสังคมมีความทันสมัยเข้าสู่ชุมชนอำเภอบ่อเกลือมากขึ้นก็เริ่มมีการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมดั้งเดิมของตนจนในปัจจุบันชุมชนอำเภอบ่อเกลือเริ่มกลมกลืนเป็นสังคมเมืองมากขึ้นตามลำดับ ผู้วิจัยจึงสนใจในการนำวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีภูมิปัญญาของชุมชนอำเภอบ่อเกลือมาต่อยอดเป็นรายได้จากผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมภูมิปัญญาของชุมชนอำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน

โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชน และ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาต่อยอดให้กับผลิตภัณฑ์ของชุมชน อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่การค้นหามีปัญญาของผลิตภัณฑ์ชุมชนอันเป็นเอกลักษณ์เด่นของ อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน แล้วนำมาพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าของ อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน โดยจะทำการศึกษาใน 4 ประเด็นหลักคือ ศึกษาการค้นหามีปัญญาของผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P) ที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) (ชาญชัย, 2551) ศึกษาแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์โดยใช้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) และศึกษาการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เกิดขึ้น จากการปรับปรุง หรือพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่

ซึ่งสามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods research) โดยใช้การผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion)

ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 7 ขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษา สํารวจ และรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิในประเด็น
2. ศึกษาเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม ภูมิปัญญาชุมชนอำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน ที่สามารถนำมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ได้
3. พัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ของชุมชน อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน
4. ทดลองผลิตภัณฑ์ในตลาด
5. ปรับปรุงรูปแบบโดยพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย แต่คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนอำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์พิจารณาให้ข้อเสนอแนะ และสรุปแนวทางและรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อจัดทำรายงานและบทสรุปของงานวิจัย
6. อภิปรายผลการวิจัยและเสนอแนะ
7. นำผลงานการวิจัยไปเผยแพร่



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีดังต่อไปนี้

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (Structured interview) เพื่อใช้ค้นหาเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม ชุมชนอำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน ที่สามารถนำมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ได้
2. แบบสอบถามเพื่อค้นหาศักยภาพและความต้องการผลิตภัณฑ์ของชุมชนอำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้มีดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่เป็นผู้นำหมู่บ้าน ผู้สูงอายุ ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้รู้ ของชาว อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึก ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนของ ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน กำนันตำบลบ่อเกลือ ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้สูงอายุ จำนวน 10 คน
2. ผู้ให้ข้อมูลในการสนทนากลุ่ม ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน กำนันตำบลบ่อเกลือ ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ในชุมชน อำเภอบ่อเกลือ ที่สนใจต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชน
3. ผู้ให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถาม การใช้แบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวใน อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับ 200 คน โดยเทียบขนาดตัวอย่างจากตารางของ Seymour Sudman (กุลนทลี, 2551) จากนั้นจึงใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience sampling) จากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในอำเภอบัว จังหวัดน่าน

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

1. แบบสอบถามเพื่อค้นหาเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม โดยผู้วิจัยได้สอบถามเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา ความเชื่อ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ของชุมชนอำเภอบ่อเกลือ
 2. แบบสอบถามเพื่อค้นหาศักยภาพและรูปแบบผลิตภัณฑ์ของชุมชนอำเภอบ่อเกลือ โดยผู้วิจัยได้ทำการสอบถามเกี่ยวกับความต้องการสินค้าจากผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับชุมชนอำเภอบ่อเกลือ โดยสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มผู้บริโภค จำนวน 200 คน
- โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามดังกล่าว ซึ่งเป็นมาตรประเมินค่า 5 ระดับ มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินตามวิธี Rating Scales (กุลนทลี, 2551)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการสังเกต ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำมาวิเคราะห์ โดยใช้เทคนิค คือ การวิเคราะห์เนื้อหา การจำแนก และจัดระบบข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดได้

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2563 ถึง กันยายน 2564

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการ อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน สามารถแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การค้นหาภูมิปัญญาของผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน ที่สามารถนำมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ได้

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างและการค้นคว้าจากแหล่งข้อมูล สามารถสรุปผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของชุมชนได้ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับชุมชนและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของชุมชน ดังนี้

1. เกลีสินเฮว๋บ่อเกื่อน่าน



ภาพที่ 1 แสดงผลิตภัณฑ์จากเกลีสินเฮว๋

2. มะต้าว/ต้าว (ลูกชิด)



ภาพที่ 2 แสดงทะเลาะต้าว และเมล็ดต้าว

3. หญาสามเหลี่ยม



ภาพที่ 3 แสดงผลิตภัณฑ์จักสานหญาสามเหลี่ยม

4. กาแฟสว่าคอฟฟี่ (SAWAcoffee)

โรงเรียนบ้านสว้อยอยู่ในอำเภอเบญจมาศ จังหวัดน่าน ได้ดำเนินการส่งเสริม ให้ปลูกกาแฟเพื่อให้นักเรียนมีความรักและผูกพันกับต้นไม้ และยังสามารถสืบสานมา เนื่องจากต้นกาแฟเติบโตภายใต้ต้นไม้ใหญ่ มีการดำเนินการจัดการเรียนรู้เรื่องกาแฟครบวงจร โดยมีกระบวนการ ตั้งแต่ เพาะเมล็ดกาแฟนำไปปลูก ดูแลบำรุงรักษา เก็บเกี่ยวผลผลิตผลเชอรี่กาแฟนำไปทำความสะอาด ตาก จนได้เมล็ดกาแฟที่สุกพร้อมที่จะนำคั่ว และบดจนกลายเป็นกาแฟที่หอมอร่อย



ภาพที่ 4 แสดงเมล็ดกาแฟคั่วในบรรจุภัณฑ์

ส่วนที่ 2 การค้นหาต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน

1.1 การพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน

การพัฒนาศักยภาพและรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน ในด้านต่าง ๆ เพื่อนำไปพัฒนาต่อยอดเป็นร่างต้นแบบให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้เกิดประโยชน์ทางการค้าหรือเชิงพาณิชย์ได้ ตลอดจนสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ของตน

1.1.1 เกลือสินเฮอร์บอเกลือน่าน

เกลือสินเฮอร์ เกลือสีชมพู มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นแตกต่างจากเกลือทั่ว ๆ ไปในอำเภอบ่อเกลือที่มีสีขาว ทำให้ไม่ค่อยเป็นที่นิยมของผู้บริโภคทั่วไป ชุมชนมองว่าเกลือสีขาวและสีชมพูของอำเภอบ่อเกลือ ถึงจะเป็นเกลือคนละบ่อแต่ก็ถือว่าเป็นเกลือที่มาจากอำเภอบ่อเกลือเหมือนกัน ดังนั้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวและผู้บริโภคทั่วไปรู้จักเกลือของชุมชนอำเภอบ่อเกลือมากขึ้น จึงผลิตของที่ระลึกจากเกลือทั้ง 2 ชนิดขึ้นมา โดยได้ชื่อตราสินค้า คือ “บ่อแห่งรัก” เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถซื้อไปใช้เองหรือสามารถนำไปเป็นของฝาก ของที่ระลึกได้ และใช้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ IMC คือ ใช้การติดต่อสื่อสารหลายรูปแบบทั้งทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น ทาง Facebook, Line



ภาพที่ 5 แสดงของที่ระลึก “บ่อแห่งรัก”

1.1.2 ผลิตภัณฑ์จากข้าว

จากการศึกษาพบว่า ข้าวในอำเภอบ่อเกลือเป็นข้าวที่คุณภาพดีเป็นที่นิยมของผู้บริโภคแต่ผู้ผลิตเองได้ขายเฉพาะเป็นข้าวสดที่ยังไม่ได้แปรรูปจึงขายได้ราคาไม่สูงมากนัก ทางผู้ผลิตจึงต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายมากขึ้น จึงคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเกี่ยวกับข้าว (ลูกชิด) ของอำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน จึงเกิดเป็นตราสินค้าในชื่อว่า “ข้าวหนุบหนิบ” ขึ้นมา เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับของทานเล่นราคาไม่แพง นักท่องเที่ยวสามารถซื้อได้ง่ายและใช้ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ IMC คือ ใช้การติดต่อสื่อสารหลายรูปแบบทั้งทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น ทาง Facebook, Line



ภาพที่ 6 แสดงผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า “ต๋าวหนูปหนึบ”

เมื่อคณะผู้วิจัยได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบชุมชนอำเภอบ่อเกลือ จึงจัดให้มีการอบรมประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ของชุมชนอำเภอบ่อเกลือ ระหว่างวันที่ 6-7 กันยายน 2564 ณ โรงเรียนบ้านบ่อหลวง อำเภอบ่อเกลือ ซึ่งได้รับการตอบรับจากชุมชนอำเภอบ่อเกลือ เป็นอย่างมาก และแจ้งกับคณะผู้วิจัยว่าจะนำไปต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอำเภอบ่อเกลือ ให้เป็นที่ต้องการของตลาดต่อไป



ภาพที่ 7 แสดงประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ของชุมชนอำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน

1.1.3 ผลิตภัณฑ์จากหญ้าสามเหลี่ยม

จากการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์หญ้าสามเหลี่ยมในอำเภอบ่อเกลือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้งานฝีมือมีความสวยงาม แต่รูปแบบของผลิตภัณฑ์ยังไม่หลากหลายยังไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคเท่าไร ทางผู้ผลิตจึงต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายมากขึ้น จึงคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากหญ้าสามเหลี่ยม ของอำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน จึงเกิดเป็นตราสินค้าในชื่อว่า “หลากหลาย” ขึ้นมา และใช้ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ IMC คือ ใช้การติดต่อสื่อสารหลายรูปแบบ ทั้งทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น ทาง Facebook, Line เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีหลากหลายชนิด หลากหลายราคาให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อได้ง่าย



ภาพที่ 8 แสดงก้านแก้วไวน์ที่ทำจากหญ้าสามเหลี่ยม

1.1.4 ผลิตภัณฑ์จากร้านกาแฟสว่าคอฟฟี่ (SAWAcoffee)

จากการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์ร้านกาแฟของโรงเรียนสว่า อำเภอบ่อเกลือเป็นร้านกาแฟที่มีบรรยากาศดี และยังเป็นผลิตภัณฑ์กาแฟที่นักเรียนได้ดำเนินการเองตั้งแต่ปลูกต้นกาแฟ ดูแลรักษา จนเก็บเกี่ยวผลผลิตเมล็ดกาแฟ ดังนั้นจึงสามารถนำเรื่องราวมาสร้างเป็นจุดขายให้กับนักท่องเที่ยวได้ ทางผู้ผลิตจึงต้องการขายผลิตภัณฑ์กาแฟ และเรื่องราวของกาแฟให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ IMC แบบ คือ ใช้การติดต่อสื่อสารหลายรูปแบบทั้งทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น ทาง Facebook, Line และสร้างให้ตราสินค้ามีเอกลักษณ์ และเข้าถึงได้ง่ายขึ้นโดยใช้ตุ๊กตารูปชนเผ่าลัวะ ซึ่งเป็นชนเผ่าส่วนใหญ่ในอำเภอบ่อเกลือ โดยใช้นักเรียนของโรงเรียนสว่าเป็นต้นแบบ



ภาพที่ 9 แสดงนักเรียนชนเผ่าลัวะของโรงเรียนสว่า



ภาพที่ 10 แสดงการ์ตูนชนเผ่าลัวะ

1.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน

จากการใช้แบบสอบถามในการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ทำให้ได้ข้อมูลจากนักท่องเที่ยว จำนวน 200 คน ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกลียวสินเชาว์ “บ่อแห่งรัก” มีค่าเท่ากับ 0.980 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามดาว “หนูปั่น” มีค่าเท่ากับ 0.973 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามหม้อสามเหลี่ยม “หลากลาย” มีค่าเท่ากับ 0.977 และผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม “สว่าคอฟฟี่” (SAWAcoffee) มีค่าเท่ากับ 0.978 จากสูตรสัมประสิทธิ์ของครอนบาค (Alpha) ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์จากเกลือ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.14	ปานกลาง	4
ปัจจัยด้านราคา	4.00	มาก	1
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.69	มาก	2
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.65	มาก	3



ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์จากตำ (ลูกชิด)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.85	มาก	4
ปัจจัยด้านราคา	4.03	มาก	3
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.04	มาก	2
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.16	มาก	1

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์จากหญ้าสามเหลี่ยม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.41	มาก	1
ปัจจัยด้านราคา	3.62	มาก	4
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.89	มาก	3
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.31	มาก	2

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์จากกาแฟสว่าคอฟฟี่ (SAWAcoffee)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.37	มาก	2
ปัจจัยด้านราคา	4.35	มาก	3
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.15	มาก	4
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.51	มากที่สุด	1

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

การค้นหามีปัญหาของผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอเบะเกลือ จังหวัดน่าน ที่สามารถนำมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ได้ พบว่าวัตถุดิบของผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอเบะเกลือที่โดดเด่น และน่าสนใจ มีอยู่ 4 ชนิด คือ เกลือสินเฮอร์ ตำว หญ้าสามเหลี่ยม กาแฟสว่าคอฟฟี่ (SAWAcoffee)

แนวทางในการต่อยอดให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอเบะเกลือ จังหวัดน่าน มีดังนี้

1. ภูมิปัญญาของผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอเบะเกลือ จังหวัดน่าน โดยสอดคล้องกับกรอบแนวคิดกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึก คือ

การค้นหามีปัญหาของผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอเบะเกลือ จังหวัดน่านผลการวิจัยพบว่ามี เกลือสินเฮอร์ของชุมชน อำเภอเบะเกลือ จังหวัดน่าน เป็นเอกลักษณ์สำคัญของชุมชนที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม ชุมชนต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกลือสินเฮอร์ ที่ขายโดยไม่เน้นปริมาณ แต่เน้นคุณภาพ เช่น มีการผลิตดอกเกลือซึ่งจะมีน้อยเพราะเป็นเกลือชุดแรกที่ย่อยตัวขึ้นมาเกาะตัวเป็นแพบนผิวน้ำ ดอกเกลือจะมีความบริสุทธิ์กว่าเกลือที่ต้มได้ มีรสชาติไม่เค็มจัด เมื่อนำมาใช้ในการปรุงอาหารรสชาติอาหารจะกลมกล่อมขึ้น และมีสรรพคุณช่วยรักษาอาการปวดฟัน ช่วยกระตุ้นการไหลเวียนของโลหิต ช่วยดับกลิ่นเท้าเหม็นได้ ดังนั้นจึงนิยมเอาไปใช้ในกิจการสปา ทำให้สามารถขายได้ในราคา

ที่สูง เนื่องจากปัจจุบันชุมชน อ.บ่อเกลือ มีความกังวลว่า ถ้ามีการนำน้ำเกลือในบ่อเกลือมาใช้ในปริมาณที่มากเกินไปอาจจะทำให้น้ำเกลือหมดได้ นอกจากนั้นเกลือสีชมพูจากบ่อน้ำ และบ่อเวร ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นเกลือที่ออกสีชมพูตุ่น ๆ ซึ่งแต่ละครั้งที่ผลิตออกมาสีจะแตกต่างกันในแต่ละกระทะ และนิยมต้มใช้บริโภคกันภายในหมู่บ้านทางชุมชนจึงต้องการให้เกลือสีชมพูเป็นที่รู้จักมากขึ้นและนำรายได้เข้ามาสู่ชุมชนเพิ่มขึ้น



ภาพที่ 11 แสดงดอกเกลือสินเธาว์ อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน

ตัวเป็นพืชทางเศรษฐกิจของชุมชน อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน เป็นพืชที่คนในพื้นที่ต้องให้ความสำคัญในการอนุรักษ์ทรัพยากรให้มั่นคงและยั่งยืน ต้นตัว ถือเป็นต้นไม้ที่หายากและออกตามฤดูแค่นั้น ดังนั้นคนในชุมชนจึงให้ความสำคัญกับต้นตัวเป็นอย่างมาก เนื่องจากต้นตัวจะอยู่ในพื้นที่ป่าชุมชน คนในชุมชนจะช่วยกันดูแล รักษา อนุรักษ์ และขยายพันธุ์ ซึ่งชุมชนก็ได้รับผลประโยชน์จากผลผลิตของต้นตัวนี้ ซึ่งทางชุมชนจะถือว่าต้นตัวเป็นของชุมชนดังนั้นผลผลิตที่ได้ก็เป็นของชุมชน เมื่อถึงฤดูกาลเก็บเกี่ยวก็จะช่วยกันเนื่องจากต้องใช้กำลังคนในการเก็บเกี่ยวจำนวนมากเพราะต้องทำงานแข่งเวลา ถ้าตัดทะลายตัวแล้วจะต้องหนีบตัวเพื่อนำเมล็ดตัวมาต้มหากเก็บตัวไว้นาน ตัวจะมีกลิ่นเหม็นและมีกลิ่นสีดำคล้ำ และขายไม่ได้ราคา เมื่อได้ผลผลิตตัว ก็แบ่งปันส่วนกันนำไปขายอยู่ที่กิโลละ 40-50 บาท ถ้าแปรรูปแล้ว เช่น การเชื่อม การอบแห้ง การต้มสุก อยู่ที่กิโลละ 80-100 บาท โดยมากชาวบ้านในชุมชนจะนิยมขายแบบไม่แปรรูป



ภาพที่ 12 แสดงตัวต้มสุกที่ยังไม่ได้ผ่านการแปรรูป อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน

ผลิตภัณฑ์จากเห็ดสามเหลี่ยมเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน เนื่องจากเห็ดสามเหลี่ยมเป็นไม้ล้มลุกมีลักษณะที่แตกต่างจากเห็ดคือ ลำต้นตัน และเป็นสามเหลี่ยมหรือสามมุม และเมื่อผ่าลำต้นดูตามขวาง จะมีลักษณะเป็นสามเหลี่ยมหรือสามมุม มีสีส้มที่สวยงามจากธรรมชาติ ไม่ต้องย้อมสีใด ๆ เลย โดยชุมชนจะนำเห็ดสามเหลี่ยม (สีเข้ม) มาสานกับก้านตอง (สีอ่อน) เพื่อให้เกิดลวดลายต่าง ๆ ที่สวยงาม เช่น รูปหัวใจ รูปสี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม

ลายบวกกลับ เมื่อก่อนมีการจัดตั้งกลุ่ม ประมาณ 20 คน แต่ทำแล้วไม่คุ้มทุนตามที่ต้องการและไม่มีตลาดรองรับไม่มั่นคงต่อรายได้จำนวนเลยลดลงเพราะไม่ได้ทำหญ้าสามเหลี่ยมเป็นหลัก



ภาพที่ 13 แสดงชาวบ้านในชุมชน อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน สานผลิตภัณฑ์จากต้นหญ้าสามเหลี่ยม

กาแฟที่นิยมปลูกกันที่อำเภอบ่อเกลือ เป็นกาแฟพันธุ์อาราบิก้า ที่สามารถปลูกบนภูเขาสูงที่มีภูมิอากาศเย็นขึ้นตลอดปี กาแฟที่ปลูกในอำเภอบ่อเกลือถือว่าเป็นกาแฟที่มีรสชาติดี มีกลิ่นหอมเข้มเป็นที่ต้องการของผู้ที่นิยมดื่มกาแฟ และเป็นที่ต้องการของตลาดผู้ประกอบการร้านกาแฟ ทำให้ราคาเมล็ดขยับสูงขึ้น ซึ่งกาแฟเป็นพืชเศรษฐกิจที่สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรชุมชนอำเภอบ่อเกลือ โรงเรียนบ้านสว้าได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของต้นกาแฟที่เป็น “กาแฟสร้างป่า” เพราะเกษตรกรที่ปลูกกาแฟซึ่งเป็นไม้ยืนต้นได้ร่มไม้ในเขตป่า นอกจากนี้ไม่ต้องตัดไม้ใหญ่แล้ว ต้นกาแฟที่โดนแดดน้อยจะให้ผลผลิตช้าแต่จะให้เมล็ดกาแฟที่มีกลิ่นหอมเข้มมากขึ้น และต้องการส่งเสริมให้นักเรียนได้รักและหวงแหนป่าในชุมชนของตน ที่ไม่ต้องทำลายป่าเพื่อสร้างรายได้ แต่สามารถแสวงหาผลประโยชน์จากป่าโดยรักษาป่าอยู่คู่กับชุมชนไปด้วย

2. แนวทางในการต่อยอดให้กับผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาของชุมชนอำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน โดยได้ร่างต้นแบบผลิตภัณฑ์ในการต่อยอด คือ

แนวทางในการต่อยอดให้กับผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาของชุมชนอำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์สามารถอธิบายผลได้ดังต่อไปนี้

2.1 ของฝากของที่ระลึก “บ่อแห่งรัก” เป็นสินค้าที่นักท่องเที่ยวสนใจเพราะใช้ดอกเกลือสีขาวและเกลือสีชมพู ใส่ลงไปในขวดเดียวกันทำให้มีการแบ่งชั้นสร้างลวดลายที่สวยงามขึ้นมา โดยขายในราคาชิ้นละ 25 บาท และมีการติดป้ายสลากราคาให้ชัดเจน ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจที่จะซื้อไปเป็นของฝากได้ง่ายซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สอบถามจากนักท่องเที่ยว ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในรายการที่ว่าปัจจัยด้านมีป้ายแสดงราคาที่ผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจนอยู่ในระดับมากกว่าทุกข้อในปัจจัยด้านนี้ แสดงให้เห็นว่าการตั้งราคาที่ไม่แพง และมีป้ายฉลากราคาที่ชัดเจนทำให้เป็นปัจจัยที่ช่วยให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อได้เป็นอย่างดี

2.2 ผลิตภัณฑ์จากตัว “ตัวหนูหนึบ” เป็นสินค้าที่ขายได้ง่ายเพราะเป็นของกิน และนักท่องเที่ยวสนใจเพราะทำเป็นเบอเกอร์ได้หลากหลายชนิด ทางผู้ผลิตเองยังทำเป็นขนมตัวมุกขึ้นมาด้วยทำให้นักท่องเที่ยวสนใจทดลองซื้อรับประทาน และมีการส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาสินค้าซื้อ 5 แถม 1 ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อในปริมาณที่มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สอบถามจากนักท่องเที่ยว ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในรายการที่ว่าปัจจัยด้านมีส่วนลดให้ลูกค้าเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ตามที่กำหนดอยู่ในระดับมากกว่าทุกข้อในปัจจัยด้านนี้ แสดงให้เห็นว่าการส่งเสริมการตลาดการลด แลก แจก แถมทำให้เป็นปัจจัยที่ช่วยให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อได้เป็นอย่างดี



2.3 ผลผลิตภัณฑ์จากฐานจากหญ้าสามเหลี่ยม “หลากหลาย” เป็นสินค้าที่นักท่องเที่ยวจะซื้อเป็นของที่ระลึก นำไปเป็นของฝาก หรือซื้อไปใช้เอง เพราะเป็นสินค้าที่สามารถนำไปใช้ได้จริง หรือบางชิ้นสามารถนำไปเป็นของประดับตกแต่งได้ และมีผลผลิตที่แตกต่างกันทำให้นักท่องเที่ยวนิยมซื้อติดไม้ติดมือเพื่อเป็นของที่ระลึก ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สอบถามจากนักท่องเที่ยว ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในรายการที่ว่าปัจจัยด้านสินค้ามีรูปลักษณ์สวยงามอยู่ในระดับมากกว่าทุกข้อในปัจจัยด้านนี้ แสดงให้เห็นว่าการผลิตภัณฑ์ ที่สวยงามทำให้เป็นปัจจัยที่ช่วยให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อได้เป็นอย่างดี

2.4 ผลผลิตภัณฑ์กาแฟ “สว่าคอฟฟี่” (SAWAcoffee) ร้านกาแฟสว่าคอฟฟี่เป็นร้านที่อยู่ในโรงเรียนบ้านสว่า โดยที่ตั้งร้านกาแฟ “สว่าคอฟฟี่” ตั้งอยู่บนเนินสูง มองเห็นวิวทิวทัศน์ที่สวยงามตลอดทั้งปี อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการฝึกอาชีพให้กับนักเรียน ได้เรียนรู้ตั้งแต่ขั้นตอนแรก คือปลูกต้นกาแฟ จนกระทั่งเก็บเมล็ดเชอร์รี่กาแฟเพื่อนำมาแปรรูปชงให้กับลูกค้า ดังนั้นการขายกาแฟในร้านกาแฟ “สว่าคอฟฟี่” จึงขายในราคาที่ไม่แพง โดยขายทั้งเมล็ดกาแฟบรรจุถุง และขายกาแฟที่ชงเป็นแก้วทั้งร้อนและเย็น และมีการส่งเสริมการตลาดลดราคา เช่น กาแฟบรรจุถุงหนึ่งกิโลกรัมราคาถูกกว่าบรรจุครึ่งกิโลกรัม, ซื้อครบ 10 แก้วแถม 1 แก้ว โดยใช้ตัวปั๊มสติ๊กเกอร์ตัวการ์ตูนเด็กคนเฝ้าไร่ และพนักงานในร้านกาแฟจะอธิบายและชี้แจงให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้รับทราบ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สอบถามจากนักท่องเที่ยว ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในรายการที่ว่าพนักงานขายมีความรู้และอธิบายให้คำแนะนำสินค้าได้ดี มีความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมากที่สุด มากกว่าทุกข้อในปัจจัยด้านนี้ แสดงให้เห็นว่าการส่งเสริมการตลาดทำให้เป็นปัจจัยที่ช่วยให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ดังนี้

1. เนื่องจากชุมชนอำเภอบ่อเกลือเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวมากจึงทำให้มีบุคคลภายนอกชุมชนเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์กับชุมชน เช่น มาซื้อที่ดินในชุมชนและพัฒนาเป็นที่พักอาศัย หรือแหล่งท่องเที่ยวโดยไม่ได้นำเงินถึงสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน ทำให้เกิดมลพิษต่าง ๆ เกิดขึ้น ดังนั้นควรปลูกจิตสำนึกให้ชุมชนหวงแหนพื้นที่ของตน
2. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ในชุมชน ในอำเภอบ่อเกลืออื่น ๆ ที่มีบริบทใกล้เคียงและสนใจที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีรากฐานจากวัฒนธรรมต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

1. จากผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ทางคณะผู้วิจัยใช้ค่อนข้างประสบปัญหาข้อจำกัดหลายประการ ด้วยความห่างไกลของชุมชน สัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่เสถียร เนื่องจากไฟฟ้าดับบ่อย เพราะมีการใช้ไฟกันมากโดยเฉพาะที่พักโรงแรม ทำให้บางครั้งเกิดการแย่งกันใช้ไฟ ดังนั้นจึงควรมองหาช่องทางในการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในรูปแบบอื่น ๆ สรรองด้วย
2. จากค้นหาค้นหาภาพและความต้องการผลิตภัณฑ์ของชุมชนอำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่านทำให้พบว่ายังมีผลิตภัณฑ์อีกหลาย ๆ ผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่สามารถนำมาต่อยอดได้

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณ์ รื่นรมย์. (2551). *การวิจัยตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชาญชัย อาจิณสมจาร. (2551). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ปัญญาชน.