

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาค้นคว้าเรื่อง “รูปแบบการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง” เป็นงานวิจัยแบบผสม (Mixed Method Research) โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งใช้แบบสอบถามเพื่อสำรวจความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาสมรรถนะการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนในการพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง ซึ่งหลังจากการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด คณะผู้วิจัยได้นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ และความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลในแบบสอบถามทุกฉบับ พบว่าแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ครบถ้วนทุกฉบับ สำหรับข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อย คณะผู้วิจัยได้ทำการถอดเทป และสรุปผลการศึกษา ซึ่งสามารถนำเสนอได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

ผลการศึกษา : ความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่รวบรวมได้ สามารถจำแนกผลการวิจัยออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

4.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 4.1 ค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามเพศ (n = 400)

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

	ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ความถี่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	121	30.25
	หญิง	279	69.75
	รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ค่าความถี่และร้อยละ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของตัวอย่าง โดยจำแนกตามเพศ พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน แบ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.75 และเพศชาย จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 ค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามช่วงอายุ (n = 400)

	ช่วงอายุ	ความถี่	ร้อยละ
อายุ	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี	39	9.75
	21-30 ปี	83	20.75
	31-40 ปี	126	31.50
	41-50 ปี	71	17.75
	51-60 ปี	57	14.25
	61 ปี ขึ้นไป	24	6.00
	รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีจำนวนความถี่สูงสุดเท่ากับ 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 โดยช่วงอายุระหว่าง 21-30, 41-50, 51-60, ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี และ 61 ปี ขึ้นไป มีความถี่เท่ากับ 83, 71, 57, 39 และ 24 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 , 17.75, 14.25, 9.50 และ 6.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา (n = 400)

	ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ความถี่	ร้อยละ
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	46	11.50
	ระดับปริญญาตรี	232	58.00
	สูงกว่าระดับปริญญาตรี	122	30.50
	รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวนความถี่สูงสุดเท่ากับ 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมา คือ ระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี และระดับการศึกษา

ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีความถี่เท่ากับ 122 และ 46 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 และ 11.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ (n = 400)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ความถี่	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	44	11.00
ค้าขาย / เจ้าของกิจการ	69	17.25
เกษตรกร	9	2.25
รับจ้างทั่วไป	41	10.25
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	87	21.75
พนักงานบริษัท / องค์กรเอกชน	150	37.50
อื่นๆ	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า อาชีพพนักงานบริษัท / องค์กรเอกชน มีจำนวนความถี่สูงสุด เท่ากับ 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 อาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ, ค้าขาย / เจ้าของกิจการ, นักเรียน/นักศึกษา, รับจ้างทั่วไป, เกษตรกร และอื่นๆ มีจำนวนความถี่เท่ากับ 87, 69, 44, 41, 9 และ 0 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75, 17.25, 11.00, 10.25, 2.25 และ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (n = 400)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ความถี่	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	46	11.50
10,001-20,000 บาท	33	8.25
20,001-30,000 บาท	18	4.50
30,001-40,000 บาท	75	18.75
40,001-50,000 บาท	67	16.75
50,001 บาท ขึ้นไป	161	40.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุด คือ 50,001 บาท ขึ้นไป มีจำนวนความถี่ เท่ากับ 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท, 40,001-50,000 บาท, ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท, 10,001-20,000 บาท, และ 20,001-30,000 บาท มีจำนวนความถี่เท่ากับ 75, 67, 46, 33, และ 18 คิดเป็นร้อยละ 18.75, 16.75, 11.50, 8.25 และ 4.50 ตามลำดับ

4.2 ผลการศึกษาระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง

ตารางที่ 4.6 ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง $n = 400$

รายการประเมิน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย
1. ด้านผลิตภัณฑ์				
1.1 ท่านต้องการซื้อน้ำปลา หรือกะปิ	2.00	5.00	.650	4.59
1.2 ท่านต้องการซื้ออาหารทะเลแปรรูปตากแห้ง	2.00	5.00	.679	4.52
1.3 ท่านต้องการซื้อน้ำพริกที่มีส่วนผสมของอาหารทะเล	2.00	5.00	.641	4.50
1.4 ท่านต้องการซื้ออาหารทะเลสดๆ จากชาวบ้าน	3.00	5.00	.664	4.52
1.5 ท่านต้องการซื้อสิ่งประดิษฐ์ หรืองานฝีมือที่นำเสนอภูมิปัญญาท้องถิ่นประมง	3.00	5.00	.688	4.41
ภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์	2.40	5.00	.523	4.51
2. ด้านราคา				
2.1 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในราคาที่ยอมรับได้	2.00	5.00	.701	4.48
2.2 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา	2.00	5.00	.700	4.47
2.3 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงที่มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	2.00	5.00	.747	4.27
2.4 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงที่มีราคาถูกกว่าชุมชนอื่น	1.00	5.00	.803	4.29

ตารางที่ 4.6 ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง (ต่อ)

รายการประเมิน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย
2.5 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงที่สามารถจ่ายเงินได้หลายรูปแบบ เช่น เงินสด บัตรเครดิต และแอปพลิเคชันของธนาคารต่างๆ	1.00	5.00	.573	4.71
ภาพรวมด้านราคา	1.60	5.00	.501	4.44
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
3.1 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงจากร้านค้าที่ใหญ่โตกว้างขวาง	2.00	5.00	.742	4.08
3.2 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงที่มีการจัดจำหน่ายออนไลน์	2.00	5.00	.772	3.90
3.3 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงจากร้านค้าที่มีสภาพแวดล้อมสวยงาม	2.00	5.00	.799	3.94
3.4 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงโดยคำนึงถึงความสะดวกในการเดินทาง	2.00	5.00	.729	4.24
3.5 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงที่มีตราสินค้าหรือยี่ห้อที่รู้จัก	1.00	5.00	.931	3.57
ภาพรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1.80	5.00	.571	3.94
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด				
4.1 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงที่โฆษณาทางสื่อสังคมออนไลน์	1.00	5.00	.756	4.14
4.2 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงที่มีส่วนลดราคา	2.00	5.00	.707	4.39
4.3 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงจากร้านที่มีการจัดกิจกรรมให้ลูกค้าได้ร่วมสนุกเพื่อชิงรางวัล	2.00	5.00	.736	4.16
4.4 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงจากร้านที่มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อสะสมคะแนน	1.00	5.00	.820	3.90
4.5 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงจากป้ายนำเสนอสินค้าใหม่ๆ	2.00	5.00	.826	3.99
ภาพรวมด้านการส่งเสริมการตลาด	1.80	5.00	.554	4.12

ตารางที่ 4.6 ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง (ต่อ)

รายการประเมิน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย
5. ด้านสิ่งกระตุ้นอื่นๆ				
5.1 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงเนื่องจากชุมชนมีพื้นที่ติดทะเล	2.00	5.00	.723	4.09
5.2 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงเนื่องจากสมาชิกในครอบครัวเป็นผู้แนะนำ	2.00	5.00	.734	4.05
5.3 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงเนื่องจากความเชื่อ และความรู้สึกของท่านเอง	2.00	5.00	.702	4.17
5.4 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงที่มีความสะอาด และปลอดภัย	2.00	5.00	.762	3.73
5.5 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงจากร้านที่ให้ ความสำคัญกับการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ลดความแออัดภายในร้าน	1.00	5.00	.895	3.79
5.6 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงจากร้านที่ส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็ว	2.00	5.00	.716	3.89
5.7 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงจากร้านที่ส่งสินค้าได้ถูกต้องตามความต้องการของท่าน	2.00	5.00	.759	4.00
5.8 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงจากข้อมูลของสินค้าที่เป็นความจริง	2.00	5.00	.727	3.87
5.9 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงที่มีบรรจุภัณฑ์สวยงาม	2.00	5.00	.679	3.99
5.10 ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงที่เป็นตราสินค้า หรือยี่ห้อของชุมชน	2.00	5.00	.769	4.10
ภาพรวมสิ่งกระตุ้นอื่นๆ	1.90	5.00	.512	3.97

จากตารางที่ 4.6 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยองสามารถจำแนกได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่น ประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง เท่ากับ 4.51 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .523 และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน 3 อันดับแรก ได้แก่

1.1) ท่านต้องการซื้อน้ำปลา หรือกะปิ มีค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง เท่ากับ 4.59 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .650

1.2) ท่านต้องการซื้ออาหารทะเลแปรรูปตากแห้ง มีค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง เท่ากับ 4.52 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .679

1.3) ท่านต้องการซื้ออาหารทะเลสดๆ จากชาวบ้าน มีค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง เท่ากับ 4.52 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .664

2. ด้านราคา ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง เท่ากับ 4.44 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .501 และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน 3 อันดับแรก ได้แก่

2.1) ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงที่สามารถจ่ายเงินได้หลายรูปแบบ เช่น เงินสด บัตรเครดิต และแอปพลิเคชันของธนาคารต่างๆ มีค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง เท่ากับ 4.71 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .573

2.2) ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในราคาที่ยอมรับได้ มีค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง เท่ากับ 4.48 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .701

2.3) ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง เท่ากับ 4.47 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .700

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง เท่ากับ 3.94 อยู่ในระดับเห็นด้วย และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .571 และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน 3 อันดับแรก ได้แก่

3.1) ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงโดยคำนึงถึงความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง เท่ากับ 4.24 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .729

3.2) ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงจากร้านค้าที่ใหญ่โตกว้างขวาง มีค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง เท่ากับ 4.08 อยู่ในระดับเห็นด้วย และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .742

3.3) ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงจากร้านค้าที่มีสภาพแวดล้อมสวยงาม มีค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง เท่ากับ 3.94 อยู่ในระดับเห็นด้วย และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .799

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง เท่ากับ 4.12 อยู่ในระดับเห็นด้วย และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .554 และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน 3 อันดับแรก ได้แก่

4.1) ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงที่มีส่วนลดราคา มีค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง เท่ากับ 4.39 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .707

4.2) ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงจากร้านที่มีการจัดกิจกรรมให้ลูกค้าได้ร่วมสนุกเพื่อชิงรางวัล มีค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง เท่ากับ 4.16 อยู่ในระดับเห็นด้วย และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .736

4.3) ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงที่โฆษณาทางสื่อสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง เท่ากับ 4.14 อยู่ในระดับเห็นด้วย และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .756

5. ด้านสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง เท่ากับ 3.97 อยู่ในระดับเห็นด้วย และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .512 และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน 3 อันดับแรก ได้แก่

5.1) ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงเนื่องจากความเชื่อ และความรู้สึกของท่านเอง มีค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง เท่ากับ 4.17 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .702

5.2) ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงที่เป็นตราสินค้า หรือยี่ห้อ มีค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง เท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับเห็นด้วย และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .769

5.3) ท่านต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงเนื่องจากชุมชนมีพื้นที่ติดทะเล มีค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง เท่ากับ 4.09 อยู่ในระดับเห็นด้วย และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .723

4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อสิ่งกระตุ้นความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมง ในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อสิ่งกระตุ้นความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด กับตัวแปรตาม ได้แก่ สิ่งกระตุ้นความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง เพื่อศึกษาว่ามีตัวแปรอิสระตัวใดบ้างที่ร่วมกันทำนายหรือพยากรณ์ หรืออธิบายการผันแปรของตัวแปรตามได้

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อสิ่งกระตุ้นความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมง ในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง

n = 400

ตัวแปรอิสระ	B	S.E.	Exp(B)	t	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (X1)	.318***	.046	.325	6.868	.000
2. ด้านราคา (X2)	.030	.051	.030	.593	.553
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X3)	.279***	.042	.311	6.660	.000
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (X4)	.227***	.046	.245	4.964	.000
Constant	.362	.194		1.865	.063

Multiple R = .700, R Square = .490, Adjusted R Square = .485, Std. Error of the Estimate = .368

หมายเหตุ* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อสิ่งกระตุ้นความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 เรียงลำดับความสำคัญ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X1) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X3) และด้านการส่งเสริมการตลาด (X4)

ผลการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple R) เท่ากับ .700 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R Square) เท่ากับ .490 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) เท่ากับ .485 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการตัดสินใจ (Std. Error of the Estimate) เท่ากับ .368 แสดงว่า ปัจจัยที่มีผลต่อสิ่งกระตุ้นความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง ด้านผลิตภัณฑ์ (X1) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X3) และ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (X4) สามารถทำนายสิ่งกระตุ้นความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่น ประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยองได้ร้อยละ 48.5 โดยสามารถแสดงเป็นสมการการถดถอยเชิงพหุคูณได้ ดังนี้

$$Y = 0.325(X_1) + 0.279(X_2) + 0.227(X_3)$$

หรือ

ระดับคะแนนสิ่งกระตุ้นความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง = 0.325 (ด้านผลิตภัณฑ์) + 0.279 (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) + 0.227 (ด้านการส่งเสริมการตลาด)

4.4 ผลจากข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง

ตารางที่ 4.8 ความถี่ของตัวอย่างที่ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง

ประเด็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	ความถี่ (คน)
1. ต้องการเน้นในเรื่องของความสะอาด และความปลอดภัยมากเป็นพิเศษ เนื่องจากอยู่ในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19	17
2. ต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงจากชาวบ้านโดยตรง จะได้สินค้าที่ดีที่สุดใหม่ และสามารถเลือกได้โดยตรง	10
3. โรคโควิด-19 กำลังระบาดต้องการช่วยเหลือชาวบ้านที่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก	6
4. มาเที่ยวระยอง ต้องการซื้อน้ำปลา และกะปิ รสชาติดีมีมาก	2
รวม	35

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง นักท่องเที่ยวเสนอแนะประเด็นต้องการเน้นในเรื่องของความสะอาดและความปลอดภัยมากเป็นพิเศษ เนื่องจากอยู่ในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 มีความถี่เท่ากับ 17 คน รองลงมา คือ ต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงจากชาวบ้านโดยตรง จะได้สินค้าที่ดีที่สุดใหม่ และสามารถเลือกได้โดยตรง มีความถี่เท่ากับ 10 คน โรคโควิด-19 กำลังระบาดต้องการช่วยเหลือชาวบ้านที่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก มีความถี่เท่ากับ 6 คน และมาเที่ยวระยอง ต้องการซื้อน้ำปลา และกะปิ รสชาติดีมีมาก จำนวน 2 คน ตามลำดับ

ผลการศึกษา : สมรรถนะการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนในการพัฒนาสินค้า ภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง

จากการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดเห็น โดยมีผู้นำชุมชน และตัวแทนชาวบ้านในชุมชนบ้านท่าเรือ ตำบลแกลง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง เป็นผู้ให้ข้อมูลในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนในการพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง สามารถสรุปผลการศึกษา ดังนี้

1. จุดแข็งในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง มีประเด็นใดบ้าง

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 กล่าวว่า “ผมคิดว่าจุดแข็งในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง คือ การที่เรารู้จักกันเห็นหน้าตากันมาตั้งแต่เด็ก และก็มีอาชีพเดียวกัน คือ การทำประมง มันก็คุ้นเคยกันพูดคุยกันง่าย บ้านนี้ทำกะปิ บ้านนั้นทำน้ำปลา บ้านนั้นตากปลาอินทรีแดดเดียว ตอนเด็กๆ วิ่งเล่นเข้าออกบ้านโน้นบ้านนี้กันสนุกมากครับ...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 กล่าวว่า “...บ้านเราทำน้ำปลา ทำกะปิ เห็นรุ่นพ่อรุ่นแม่ทำมาก็ช่วยพวกเขามาตั้งแต่เด็ก เรียนรู้ไปเองเรื่อยๆ คนแถวนี้ก็รู้จักกันทั้งนั้น เวลาถึงงานพิเศษ แต่งงาน ขึ้นบ้านใหม่ งานศพ แถวนี้ก็ช่วยเหลือกันหมด เราว่ามันเป็นจุดแข็งที่ทำให้เรามีเครือข่ายนะ ได้รู้จักคนนั้นคนนี้ เวลาขายของได้ก็มีเงินกันทุกคน จ้างคนแถวนี้แหละมาช่วยกันทำน้ำปลา กะปิ...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 กล่าวว่า “ใช่ เจ้เห็นว่าในหมู่บ้านมีความสามัคคีกันอยู่ แต่หลายครั้งบางบ้านก็ไม่ได้มาร่วมทำงาน หรือช่วยผลิตสินค้าอะไร นั้นมันก็เรื่องของเขา แต่เราก็รู้จักกันทักทายกันช่วยเหลือกันตามอัธยาศัย ถ้าพูดถึงเรื่องสินค้าประมง แถบบ้านเราก็ทำน้ำปลา กะปิ และอาหารทะเลแปรรูป จับปลามาได้ก็กินเองบ้าง เอาขายบ้าง...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 กล่าวว่า “ที่คิดว่าจุดแข็งคือ การที่เราไว้เนื้อเชื่อใจกัน อย่างเช่นพี่สองคนนั้น (ชี้มือไปที่ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 และ 5) เขาจับปลาสดๆ แล้วก็มาส่งตรงที่บ้านพี่เลย เราก็มั่นใจในคุณภาพ หรือวัตถุดิบที่เขาเอามาให้พี่เพื่อผลิตน้ำปลา เขาไม่โกงพี่ นี่แหละที่พี่เห็นว่าเป็นจุดแข็งในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมง”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 กล่าวว่า “ใช่ๆ (หัวเราะ) เราต้องซื่อสัตย์ซึ ทำมาหากินอยู่ด้วยกันช่วยเหลือกันไป บางทีแถบไปเยอะแยะด้วย (หัวเราะ) เรารู้จักกันมาตั้งแต่สมัยรุ่นพ่อรุ่นแม่ ไม่ได้เพิ่งมารู้จักกัน ทำกิจการก็ต้องสร้างความน่าเชื่อถือ และเห็นอกเห็นใจกัน อะไรช่วยกันก็ช่วยๆ กันไป...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 กล่าวว่า “...ช่วงโควิด-19 ระบาด นักท่องเที่ยวหายไปเยอะเลย ขายของไม่ค่อยได้ ก็ต้องปรับตัวกันไป แต่โชคดีที่สินค้าเราเป็นสินค้าแปรรูป และการถนอมอาหาร ไม่เน่าเสียง่าย

เก็บไว้ได้นาน พี่มองว่าจุดแข็งของการสร้างเครือข่ายของพวกเราคือ การที่เรามีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษเรานี้แหละเป็นตัวตั้งต้นให้เรามีทุกวันนี้ ถ้าเราไม่มีความรู้ หรือภูมิปัญญาประมงพื้นบ้านเลย ป่านนี้ก็คงไม่ได้ทำกิจการนี้ค่ะ”

จากการประชุมกลุ่มย่อยในประเด็นจุดแข็งในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ที่ดีของคนในชุมชน ได้แก่ การช่วยเหลือ ความมีน้ำใจ ความสามัคคี ความน่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ การไว้วางใจซึ่งกันและกัน และความเห็นอกเห็นใจกัน
2. วิถีชีวิตที่มีความสอดคล้องกันของคนในชุมชน
3. ระยะเวลาของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
4. ภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงที่มีลักษณะเฉพาะถิ่น
5. การสืบทอดความรู้ของคนรุ่นสู่รุ่น

2. จุดอ่อนในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง มีประเด็นใดบ้าง

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 กล่าวว่า “...ผมว่า พวกเราทำงานของเราแบบเดิมทุกวัน ไม่รู้ว่าถือเป็นจุดอ่อนได้ไหม คือ พวกเราก็กินไป กินไป ขายสินค้า น้ำปลา กะปิ อาหารทะเลแปรรูปให้นักท่องเที่ยวบ้าง เก็บไว้กินเองบ้าง มันก็ไม่มีอะไรใหม่ๆ ทำแบบเดิม ในอนาคตก็ไม่รู้ว่ารุ่นลูกหลานจะทำอย่างไรกัน ธุรกิจมันจะไปยังไง พวกเราไม่ได้วางแผน หรือคิดอะไรที่คาดการณ์ล่วงหน้ามากมายเหมือนกับธุรกิจใหญ่ๆ เจอโควิด-19 เข้าไปที่เดียวก็ได้รับผลกระทบเหมือนกันนะ...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 กล่าวว่า “ถ้าพูดถึงจุดอ่อนในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยว เราน่าจะเป็นความรู้ เพราะเราทำธุรกิจลองผิดลองถูก ทำสืบทอดมาจากรุ่นพ่อรุ่นแม่เรา เราไม่ได้เรียนสูงอะไร ความรู้ที่มีมันก็ใช้ได้แค่ผลิตสินค้าเราก็คิดว่า ขายให้มันไม่ขาดทุนแค่นั้น แต่กำลังมองว่าในอนาคตเราต้องมีความรู้เพิ่มขึ้นแล้ว โลกเปลี่ยนเร็วจริงๆ ยิ่งช่วงโควิด-19 ระบาดหนักทั้งประเทศ นักท่องเที่ยวหายหมดเลย ขายของไม่ได้ถ้าเรามีความรู้ เราก็น่าจะมีช่องทางอื่นได้บ้าง”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 กล่าวว่า “...(หัวเราะ) พอพูดถึงจุดอ่อน นี่ไม่ค่อยออก เจริญดี แฉวนี้ยังไม่มีคนนำ หรือผู้นำที่จะสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงแบบจริงจัง ชุมชนเราน่าจะมีหัวหน้า หรือคนคิดหลักที่จะรวบรวมคนละแวกนี้มาช่วยกันสร้างความเข้มแข็งในการทำอาชีพรวมกัน บ้านเจ้าปลาแดดเดียว บ้านอื่นก็ทำกะปิ น้ำปลา มีบ้านนั้นเขาออกเรือหาปลา เขาก็มาขายให้เราแปรรูปต่อไป มันก็ยังไม่ใช่เครือข่ายที่เป็นจริงจังเสียทีเดียว คือ แต่ละวันต่างบ้านก็ต่างทำงานของตัวเองไป...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 กล่าวว่า “พี่เห็นด้วยกับเจ้ (ซี) ไปที่ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3) ชุมชนเรายังไม่มีแกนนำหลักที่สร้างเครือข่ายที่จริงจัง เหมือนว่ามันยังไม่มีเวทีกลางเพื่อร่วมกันคิด ร่วมกันทำ ร่วมกันตัดสินใจเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง พี่เห็นชุมชนอื่นมีนะ แต่ไม่ได้เป็นเครือข่ายที่สร้างขึ้นมาก็เพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมง ส่วนใหญ่ก็จะเป็นกลุ่มแม่บ้าน หรือวิสาหกิจชุมชนต่างๆ ที่เขามุ่งไปที่การแปรรูป พอเจอสถานการณ์ที่ไม่ปกติแบบช่วงที่โรคโควิด-19 ระบาด ต่างคนต่างก็แก้ปัญหาธุรกิจตัวเอง พี่ว่าถ้าเรามีเวทีกลางที่เป็นพื้นที่ให้ชาวบ้านในชุมชนมาช่วยกันคิดมันก็น่าจะดีกว่าคิดคนเดียวนะ...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 กล่าวว่า “...เราขาดความรู้ในการทำธุรกิจ เราทำธุรกิจแบบเดิมตลอดมาหลังๆ มานี้ก็เข้าไปอ่าน เข้าไปดูข้อมูลการทำธุรกิจออนไลน์จากสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (YouTube) เราก็รู้เพิ่มขึ้น เราคิดว่าถ้าพวกเรา คนในชุมชนมีความรู้ในการทำธุรกิจเพื่อประกอบธุรกิจ มันก็น่าจะมีส่วนช่วยให้กิจการของเราดีขึ้นด้วย อย่างตอนนี้การตลาดออนไลน์มาแรง คนก็เดินทางท่องเที่ยวกันน้อยลงเพราะโรคโควิด-19 ระบาด นักท่องเที่ยวหรือคนซื้อ ก็จะอยู่บ้านแล้วสั่งของกันแทนที่จะมาซื้อด้วยตัวเอง”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 กล่าวว่า “พี่มองว่าจุดอ่อนของเราคือ ทักษะคิดและการรับรู้ของคนในชุมชน ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกิจ การยอมรับความเปลี่ยนแปลงนี่มันยากนะน้อง กว่าคนเราจะเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ปัญหาที่มากองกันเป็นภูเขาแล้ว และต่อไปนี่ถ้าพวกเรายังไม่มีความยืดหยุ่นในการทำธุรกิจ ยังปรับตัวไม่ทันตามสถานการณ์ต่างๆ พวกเราจะลำบากแล้ว หากินยากขึ้นคะ ถ้าไม่ร่วมมือกันสร้างเครือข่ายที่จริงจัง”

จากการประชุมกลุ่มย่อยในประเด็นจุดอ่อนในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. การขาดการวางแผนในการดำเนินการทางธุรกิจ
2. การขาดความรู้ในการดำเนินการทางธุรกิจสมัยใหม่
3. การขาดผู้นำในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยว
4. การขาดพื้นที่ที่เป็นเวทีกลางสำหรับการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตัดสินใจ และการแสดงความคิดเห็นเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยว
5. การปรับตัว ทักษะคิดและการรับรู้เพื่อการเปลี่ยนแปลงภายใต้พลวัตการดำเนินการทางธุรกิจ

3. โอกาสในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่น ประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง มีประเด็นใดบ้าง

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 กล่าวว่า “ช่วงที่โรคโควิด-19 ระบาดนี้แหละครับ คือโอกาสที่ดีเลยที่จะสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยว หลายคนก็น่าจะได้รับผลกระทบเหมือนกัน คนเรือออกหาปลา คนตากปลา ลูกน้องก็กลับประเทศกันหมด เราใช้แรงงานต่างด้าวบางส่วน มันก็กระทบกับการผลิตของผมแล้ว แต่ถ้าเราพลิกวิกฤติให้เป็นโอกาสช่วยกันมองหาช่องทางทำธุรกิจร่วมกันก็น่าจะดีไม่น้อย...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 กล่าวว่า “ใช่ๆ เราเห็นด้วยกับน้อง (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1) ช่วงนี้แหละที่เป็นโอกาส เพราะสถานการณ์ต่างๆ มันบังคับให้คนเราปรับตัว ในฐานะที่ทำธุรกิจเราก็ต้องปรับตัวให้ทัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเลย เราต้องปรับตัวให้ทันลูกค้า หรือนักท่องเที่ยวนี้แหละ จะทำยังไงให้ขายของได้ดีเหมือนเมื่อก่อน เราต้องมาช่วยกันคิดน่าจะดีนะ ร่วมกันทำธุรกิจ Win-Win กันทุกฝ่าย...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 กล่าวว่า “การยอมรับฟังความคิดเห็นคนอื่น ๆ เจิวามันเป็นโอกาสที่ดีเลยในการทำธุรกิจ บางคนทำยังไงก็ทำอยู่อย่างนั้นไม่เปลี่ยนแปลง มันก็ไม่ทันคนอื่นเขา เจ็ชอบฟังคนอื่นนะ เจ็ได้เรียนรู้อะไรหลายอย่างจากการที่เจ็ฟังคนอื่นมา บางทีเจ็ไม่รู้เรื่องนั้นเรื่องนี้ ไปฟังคนอื่นพูดเราก็ลองมาปรับใช้ ถ้ามันดีก็ทำต่อไป อันนี้แหละที่เจ็คิดว่ามันคือโอกาสที่เราจะสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 กล่าวว่า “...พี่มองว่า ความสมัครใจ และความต้องการของแต่ละคนนี่แหละเป็นโอกาสที่จะสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยว คนเราถ้าลองได้พอใจ หรือต้องการที่จะทำอะไรจริงๆ แล้ว ก็จะทำเองนั่นแหละ ถ้าเราต้องบังคับกันมาเพื่อมารวมกันเป็นสมาชิกในเครือข่าย พี่คิดว่ามันไม่น่าใช่ คือใจต้องมาก่อนเลย แล้วความทุ่มเท หรือความสัมพันธ์ต่างๆ มันก็จะตามมาเอง”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 กล่าวว่า “เราเชื่อว่าความพร้อม และศักยภาพของเราชาวชุมชนนี้แหละเป็นโอกาสที่สำคัญ เรามีความพร้อมในด้านวัตถุดิบ ภูมิปัญญาท้องถิ่นประมง เราารู้ดีว่าเราทำอาชีพอะไรกันอยู่ เราเลิกซึ่งเพราะเราทำกันมาทุกวัน แต่เรื่องการสร้างเครือข่ายอาจต้องใช้ความพร้อม และศักยภาพของคนในชุมชนนี้แหละมาเติมเต็มในสิ่งที่เรามีอยู่เดิม เพื่อจะได้พัฒนาธุรกิจของพวกเราต่อไป...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 กล่าวว่า “...จริงค่ะ เรามีภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในการทำมาหากิน และการผลิตสินค้าเพื่อขายให้นักท่องเที่ยว แต่เราคิดว่าโอกาสในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวคือ การที่เราได้ร่วมกันแบ่งปันข้อมูล และ

ประสบการณ์ต่าง ๆ ระหว่างธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เราจะได้เห็นปัญหา หรือประโยชน์ต่าง ๆ ร่วมกัน มองอะไรก็จะได้เห็นภาพรวมไปในทิศทางเดียวกันค่ะ”

จากการประชุมกลุ่มย่อยในประเด็นโอกาสในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง สามารถสรุปได้ คือ สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 กระตุ้นให้เกิดความรู้ใหม่เพื่อจัดการความเปลี่ยนแปลง การดำเนินการทางธุรกิจ ซึ่งเป็นโอกาสการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนภายใต้วิกฤติ

4. อุปสรรคในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง มีประเด็นใดบ้าง

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 กล่าวว่า “...ช่วงโควิด-19 ระบาด บ้านใครบ้านมันเลย ไม่ค่อยได้สูงลิงกันเท่าไร (หัวเราะ) แต่ตอนนี้สถานการณ์คลี่คลายลงก็ดีขึ้นมาน้อย ผมคิดว่าวิกฤติต่างๆ หรือความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ไม่ใช่เพียงแต่โควิด-19 หรือ ความจริงการทำธุรกิจมันก็ควรสร้างเครือข่ายมาตั้งนานแล้วครับ เพียงแต่โรคโควิด-19 มันมาเร่งให้เราหาทางออกกัน นี่แหละครับเป็นอุปสรรคในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 กล่าวว่า “สำหรับเราคิดว่า หน่วยงานภาครัฐท้องถิ่นน่าจะเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการผลักดันให้เกิดการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กมากกว่านี้ อย่างน้อยเราจะได้รับการส่งเสริม หรือสนับสนุนอะไรบางอย่างที่ทำให้เราไปในทิศทางที่ควรจะเป็น เราชาวบ้านก็ไม่ได้ไปรู้ไปเห็นอะไรมากมาย อย่างที่บอกตอนแรกไปแล้วว่า ธุรกิจที่ทำก็ทำสืบทอดต่อมาจากรุ่นพ่อรุ่นแม่ แต่ปัจจุบันโลกมันเปลี่ยน เราก็ต้องปรับตามให้ทัน...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 กล่าวว่า “...การติดต่อสื่อสาร รวมถึงช่องทางการสื่อสารของคนในชุมชน น่าจะเป็นอุปสรรคในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมง เจ็ดคิด ถ้าเราไม่ได้สื่อสารพูดคุยกันบ่อยๆ อย่างสม่ำเสมอ หรือมีข้อจำกัด บางบ้านไม่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตก็อาจจะเข้าไม่ถึงข้อมูลบางอย่าง หรือความรู้บางอย่างที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงได้...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 กล่าวว่า “สำหรับที่เห็นด้วยกับพี่ (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1) อุปสรรคในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง คือ การที่เรายังไม่มีความคิดร่วมกันที่จะทำเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงที่เน้นไปทางการท่องเที่ยว เราไม่ได้มากำหนดแนวคิดร่วมกัน แต่พออาจารย์มาบอกผลงานวิจัยของอาจารย์ว่า นักท่องเที่ยวต้องการอะไรบ้าง เราก็เห็นภาพเดียวกันในวันนี้ และก็น่าจะเป็นโอกาสที่ดีที่จะเริ่มลดอุปสรรคข้อนี้ในวันนี้...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 กล่าวว่า “จริงๆ แล้ว อุปสรรคที่น่าจะเป็นประเด็นการติดต่อ พูดคุยสื่อสารกันที่หลายๆ คนพูดมานั้นแหละ เรามองว่าการสร้างเครือข่ายมันต้องเจอจากกันให้มาก จะได้เข้าใจกันมากขึ้น แต่ในที่นี้ไม่ได้หมายความว่าเราไม่คุยกันเลยนะ ปกติพวกเรพูดคุยกัน ทักทายกันเป็นปกติแหละ แต่เพียงแค่นี้ไม่ได้มีความคิด หรือจุดตั้งต้นว่าเราจะสร้างให้มันเป็นรูปแบบเครือข่าย ผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวได้ยังไง...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 กล่าวว่า “...(หัวเราะ) อันเป็นว่า เรายังไม่มีแนวทางในการทำมันขึ้นมาค่ะ เราอาจต้องการความรู้จากอาจารย์ หรือหน่วยงานอื่นๆ ที่อาจมาช่วยเราพัฒนาเครือข่าย ผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวได้”

จากการประชุมกลุ่มย่อยในประเด็นอุปสรรคในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. วิกฤติ หรือความเสี่ยงต่างๆ ในการดำเนินการทางธุรกิจที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต
2. การสนับสนุน และส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐที่ยังเข้าไม่ถึงชุมชน
3. ความสม่ำเสมอในการติดต่อสื่อสาร และช่องทางในการสื่อสาร
4. การขาดการหนุนเสริมจากภาควิชาการ และงานวิจัย

5. ชุมชนคิดว่าผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง มีใครบ้าง หรือหน่วยงานใดบ้าง

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 กล่าวว่า “ผมคิดว่า ทุกคนที่มีความต้องการพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยว ไปบังคับใครไม่ได้ครับ แล้วแต่ความคิดของคนเลย”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 กล่าวว่า “ใช่เลย ชาวบ้านแถวนี้ที่มีความคิดไปในทิศทางเดียวกันก็น่าจะมาร่วมกันพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวได้ดี”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 กล่าวว่า “ทุกคนที่เห็นด้วยค่ะ และทุกหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบในการพัฒนาชุมชน หรือพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กลงมาช่วยชาวบ้านพัฒนาธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงนี้ เจ็ดคิดว่ามันน่าจะดีขึ้นนะ ค่ะถ้ามีหน่วยงานมาช่วยสนับสนุนเรา...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 กล่าวว่า “เห็นด้วยกับทุกคนเลย ความจริงก็มีหน่วยงานภาครัฐ เช่น เทศบาลเข้ามาพัฒนาในมุมอื่น แต่ในมุมของการพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง หรือการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการในชุมชนให้มีความเข้มแข็งยังไม่มีนะครับ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 กล่าวว่า “ชาวบ้านทุกคนที่ใจพร้อมพัฒนาร่วมกัน เราทำมาหากินอยู่ตรงนี้ก็อยากเห็นการพัฒนา และการเจริญเติบโตของธุรกิจของเราในอนาคตด้วย”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 กล่าวว่า “ขอเสริมค่ะ นอกจากหน่วยงานภาครัฐแล้ว ต้องขอความรู้จากอาจารย์ด้วย และองค์กรเอกชนอื่นๆ ที่มีนวัตกรรม และความรู้ใหม่มาสนับสนุนพวกเราด้วยค่ะ”

จากการประชุมกลุ่มย่อยในประเด็นชุมชนคิดว่าผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ชาวบ้านในชุมชนที่มีความพร้อม และมุมมองในทิศทางเดียวกัน
2. หน่วยงานภาครัฐ ทั้งระดับท้องถิ่น และระดับประเทศ
3. สถาบันการศึกษา
4. องค์กรธุรกิจเอกชน

6. ชุมชนจะสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยองอย่างไร

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 กล่าวว่า “ผมคิดว่า จะสร้างเครือข่ายโดยความไว้วางใจ ความไว้วางใจระหว่างกัน ซึ่งปกติคนแถวนี้ก็มีกันอยู่แล้วแหละครับ ความสัมพันธ์ที่ดีของพวกเราแหละครับจะช่วยสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยองได้”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 กล่าวว่า “พอทราบว่า นักท่องเที่ยวต้องการสินค้าที่เป็นน้ำปลา หรือ กะปิมากที่สุด และทราบถึงสิ่งกระตุ้นต่างๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงจากงานวิจัยของอาจารย์ เช่น นักท่องเที่ยวต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงที่เป็นตราสินค้า หรือยี่ห้อของชุมชน นักท่องเที่ยวต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงที่มีความสะอาด และปลอดภัย นักท่องเที่ยวต้องการซื้อสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงจากร้านที่ให้ความสำคัญกับการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ลดความแออัดภายในร้าน ข้อมูลพวกนี้เป็นประโยชน์กับพวกเรามาก เราน่าจะสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยองให้เชื่อมโยงกับสถานการณ์ปัจจุบัน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 กล่าวว่า “ใช่ค่ะ ความรู้สำคัญมากจริงๆ เจ๊อยากเสนอว่า เราควรผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาของเรา ผสมกับความรู้จากอาจารย์ซึ่งเป็นความรู้ใหม่ๆ มาใช้ในการเริ่มสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวค่ะ...”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 กล่าวว่า “พี่ขอเสนอว่า ในเมื่อเรามีภูมิปัญญา การดำเนินการผลิต และการประกอบธุรกิจอยู่แล้ว เราขาดแต่ความรู้สมัยใหม่ และการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ เท่านั้นเอง ความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ องค์กรเอกชนก็สำคัญสำหรับชุมชนเล็กๆ อย่างเรา หากเรามีตรงนี้ พี่คิดว่าเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยองน่าจะเกิดขึ้นได้ไม่ยาก”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 กล่าวว่า “การร่วมแบ่งปันข้อมูล และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ก็สำคัญ เมื่อเราไว้วางใจอย่างเต็มที่ (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1) บอก และมีแนวคิดเดียวกันแล้ว เราก็จะยินดีที่จะร่วมกัน แลกเปลี่ยนเรียนรู้กันและกัน คือเราทำคนเดียวไม่ได้หรอก เครือข่ายมันต้องมีหลายๆ คนมาช่วยกัน คิดช่วยกันทำ ร่วมกันแชร์ข้อมูลทุกอย่างที่เป็นประโยชน์ในการทำธุรกิจ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 กล่าวว่า “พูดกันไปหมดแล้ว (หัวเราะ) เห็นด้วยกับทุกคนเลย (หัวเราะ)...”

จากการประชุมกลุ่มย่อยในประเด็นชุมชนจะสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนา สินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ความไว้วางใจระหว่างกันของคนในชุมชน
2. การเชื่อมโยงกับสถานการณ์ปัจจุบันจากงานวิจัย
3. ภูมิปัญญาท้องถิ่นประมง
4. ความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ และองค์กรเอกชน
5. การร่วมแบ่งปันข้อมูล และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ผลการศึกษา: รูปแบบการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อสำรวจความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง และการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาสมรรถนะการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนในการพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง นำไปสู่การระดมความคิดเห็นในประเด็นการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง ชาวบ้านร่วมกันสรุปโดยเทียบเคียงแนวคิดการสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value: CSV) ซึ่งเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจ ที่กล่าวว่าจะต้องคำนึงถึงปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ ความท้าทายหรือโอกาสทางธุรกิจ ประเด็นปัญหาทางสังคมที่รอการแก้ไข และความเชี่ยวชาญและสินทรัพย์ที่มีอยู่ในชุมชน โดยให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจให้กับธุรกิจ และสังคมไปพร้อมกัน เพื่อความสำเร็จในระยะยาว (Porter & Kramer, 2011 : 1-17) และนำเสนอ “รูปแบบคาล (KAL Model)” ดังแสดงในภาพที่ 4.1 ซึ่งรูปแบบการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง ดังนี้

1. ความรู้ (Knowledge) ประกอบด้วย

1.1) การพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง ชาวบ้านในชุมชนต้องเปิดใจเรียนรู้ในนวัตกรรมการดำเนินการทางธุรกิจ รวมไปถึงเทคโนโลยี และนวัตกรรมการพัฒนาสินค้า และบรรจุภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปจากวิถีชีวิตแบบเดิม อาทิ ความปลอดภัยและความสะอาดของสินค้า การตลาดออนไลน์ การสร้างความมั่นใจในสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมง เป็นต้น การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้ชาวบ้านจำเป็นต้องสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจโดยอาศัยองค์ความรู้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ มาหนุนเสริมให้การดำเนินการทางธุรกิจประสบความสำเร็จในอนาคต

1.2) การจัดการความรู้ในชุมชน องค์ความรู้ และกระบวนการต่างๆ ในการผลิตของผู้ประกอบการ หรือคนในชุมชนมีคุณค่า ดังนั้น เพื่อให้สิ่งเหล่านี้ยังคงอยู่กับชุมชนจึงต้องมีการจัดการความรู้ เพื่อให้คนรุ่นหลัง หรือผู้สนใจเข้าร่วมเครือข่ายผู้ประกอบการนี้ ได้เข้าถึงกระบวนการต่างๆ ในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ และการพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง นอกจากนี้ การจัดการความรู้ในชุมชนยังนำไปสู่การสร้างเครือข่ายอีกด้วย นั่นคือ การความสัมพันธ์ที่ดีของคนในชุมชน เนื่องจากกระหว่างทางในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัด

ระยอง ชาวบ้านอาจเกิดความสับสน ความขัดแย้ง และความคิดเห็นที่แตกต่างกัน การจัดการความรู้ เป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีในชุมชนได้

2. พันธมิตร (Alliance) ประกอบด้วย

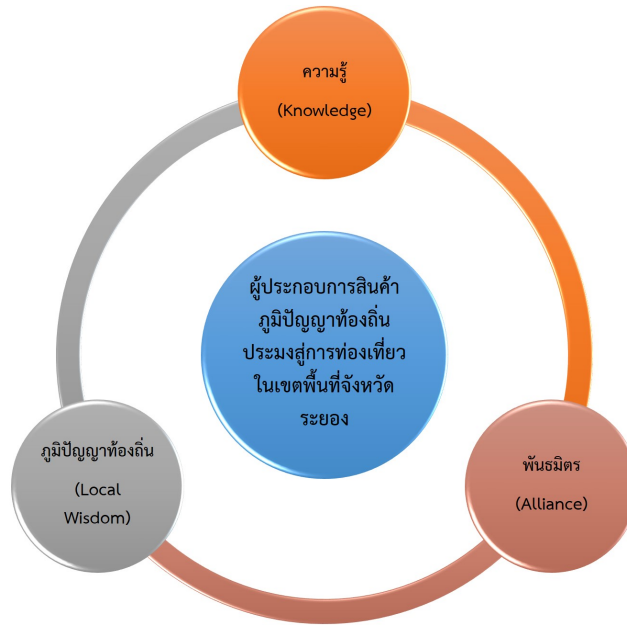
2.1) ความสัมพันธ์ที่ดีของคนในชุมชน เป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ ชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง การช่วยเหลือ ความมีน้ำใจ ความสามัคคี ความน่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ การไว้วางใจซึ่งกันและกัน และความเห็นอกเห็นใจกันของคนในชุมชนจะนำไปสู่การเชื่อมโยงต่างๆ ในอนาคตได้เป็นอย่างดี

2.2) ระยะเวลาของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของคนในชุมชน การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของคนในชุมชนอาจต้องใช้ระยะเวลา ซึ่งต้องอาศัยความคุ้นเคย ความสนิทสนม และความจริงใจต่อกัน เพื่อทำลายกำแพงน้ำแข็งที่อยู่ในจิตใจของชาวบ้านแต่ละคน (Ice Breaking) และเป็นจุดที่ทำให้เกิดการทำงานเป็นทีม ยอมรับและเข้าใจในความคิดเห็นแตกต่าง ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการช่วยเหลือเกื้อกูลกันอย่างกัลยาณมิตร

2.3) การสร้างพันธมิตรกับหน่วยงานอื่น ๆ การสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยองจำเป็นต้องสร้างพันธมิตรกับหน่วยงานอื่น ทั้งภาครัฐ และเอกชน เพื่อสร้างโอกาส และผลักดันให้ทั้งชาวบ้านในชุมชนได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อาทิ สถาบันการศึกษา องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงก็ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในระดับประเทศ และต่างประเทศ สามารถสร้างรายได้อย่างยิ่งยืนให้แก่ชุมชนได้ในที่สุด

3. ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) เป็นความเชี่ยวชาญ และสินทรัพย์ที่มีอยู่ในชุมชน ซึ่งชาวบ้าน หรือผู้ประกอบการแต่ละคนจะมีภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับธุรกิจที่แต่ละคนกำลังประกอบกิจการอยู่ อาทิ ภูมิปัญญาในการทำน้ำปลา ภูมิปัญญาในการทำกะปิ ภูมิปัญญาในการทำประมงน้ำเค็ม ภูมิปัญญาในการแปรรูปอาหารทะเล เป็นต้น

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ภาพที่ 4.1 “รูปแบบคาล (KAL Model)” รูปแบบการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสุกรท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง