

## บทคัดย่อ

ชื่อโครงการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนบนฐานอัตลักษณ์ของพื้นที่เพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วม

The development of local product based on its uniqueness to enhance the competitiveness of community base tourism network, with the participatory discipline, in a tourism and hospitality industry

ผู้วิจัย ดร.พัชรี สุเมธกุล และคณะ

หน่วยงานสังกัด มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนบนฐานอัตลักษณ์ของพื้นที่เพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วม โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยการเป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory research) และการ Focus group เป็นการวิจัยที่มุ่งเน้นบทบาทให้ชุมชนเป็นนักวิจัย ทำการวิจัยทั้งหมดจำนวน 7 ชุมชน คือ (1) วิสาหกิจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต้นน้ำกลาย (2) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อ่าวเตล็ด (3) วิสาหกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านสวนพอเพียง (4) วิสาหกิจชุมชนและท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทุ่งแสงเดือน (5) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอนุรักษ์ป่าชายเลน (6) วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวคลองแดน (7) วิสาหกิจชุมชนบ้านในสวน ซึ่งการพัฒนาอัตลักษณ์ของวิสาหกิจในแต่ละอำเภอ จากผลการวิจัยในแต่ละชั้นสะท้อนให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรท้องถิ่น วิถีชีวิตและการประกอบอาชีพ โดยผู้วิจัยได้นำอัตลักษณ์เหล่านี้มาร้อยเรียงให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนซึ่งเป็นตัวแทนของอำเภอนั้น ๆ และการวิจัยในครั้งนี้สามารถรายงานวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนบนฐานอัตลักษณ์ของพื้นที่เพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อค้นหาและพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านกระบวนการการมีส่วนร่วม (2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนบนฐานอัตลักษณ์ของพื้นที่เพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านกระบวนการการมีส่วนร่วม (3) เพื่อจัดกระบวนการรับฟังความคิดเห็น(ประชาพิจารณ์)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบในท้องถิ่น จนได้มาตรฐานตามเกณฑ์ทั้ง อย. ใบจดแจ้ง พร้อมเข้าสู่ตลาดการแข่งขันและการจัดจำหน่าย และทุกผลิตภัณฑ์ผ่านการทดสอบจากศูนย์วิทยาศาสตร์และทำการทดลองกับผู้ใช้กับสมาชิกในแต่ละวิสาหกิจ

## Abstract

Research Title: การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนบนฐานอัตลักษณ์ของพื้นที่เพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วม  
The development of local product based on its uniqueness to enhance the competitiveness of community base tourism network, with the participatory discipline, in a tourism and hospitality industry

Researchers: Dr. Patcharee Sumethokul et al.  
Organization: Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

The objectives of this research were 1) to search and develop an identity of community tourism in order to raise the level of competitiveness of the tourism network by CBT through participation 2) to develop products based on a community's identity in order to raise the competitive capacity of the network by CBT through participation 3) to organize a feedback process (public hearing) in order to assess those products.

The methodology of the research was a mixture of participatory research and focus groups. The data were collected from seven communities 1) Ton Num Klay Conservation Tourism Enterprise 2) Taled Bay Conservation Tourism Enterprise 3) Ban Suan Porpieng Agro-Tourism Community Enterprise 4) Thong Saeng Daun Community Enterprise and Ecotourism Group 5) Mangrove Forest Conservation Group 6) Klong Dan Communities Products and Lifestyles for Tourism 7) Ban Nai Suan Community Enterprise.

The results of the research reflect the abundance of local resources, life styles and livelihoods. The researcher has adopted these identities/ characteristics of each unique community in the district and then developed products to enhance the competitiveness of the community tourism business by using local raw materials until the standards meet the criteria of the Food and Drug Administration. Each product has been examined by the science center and was tested by users and members of the community enterprise to make it more competitive in the contemporary market.