

บทคัดย่อ

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นเอกลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยว
ของจังหวัดมุกดาหาร, 135 หน้า. พ.ศ. 2552

ผู้วิจัย นายชำนาญ อุคำ

สาขาวิชา ยุทธศาสตร์การพัฒนา

ประธานกรรมการที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารี หลวงนา

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์สามประการคือ (1) เพื่อศึกษาเอกลักษณ์ของจังหวัดมุกดาหาร (2) เพื่อศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ (3) เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยนำเอกลักษณ์ของจังหวัดมาเป็นรูปแบบเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ หัวหน้าส่วนราชการ หัวหน้าหน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานภาคเอกชน ในจังหวัดมุกดาหาร 59 คน ประชาชน สมาชิกกลุ่มอาชีพ ใน จังหวัดมุกดาหาร 384 คน และนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดมุกดาหาร 384 คน รวม 827 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากรางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan เครื่องมือที่ใช้ในการ วิจัยประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

- เอกลักษณ์ของจังหวัดมุกดาหารมี 3 ด้านประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น คือ ผลิตภัณฑ์ผ้าลายแก้วมุกดา ด้านแหล่งท่องเที่ยวคือ หอแก้วมุกดาหารและด้าน วัฒนธรรมคือ การแต่งกายชนเผ่า 8 เผ่า ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดมุกดาหาร
- การศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนพบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) โดยการสำรวจผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นทะเบียนบัญชีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดมุกดาหารมี ทั้งหมด 173 ผลิตภัณฑ์ชุมชน ระดับ 5 ดาว มี 6 ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน ระดับ 4 ดาว มี 44 ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน ระดับ 3 ดาว มี 50 ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน ระดับ 2 ดาว มี 57 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ชุมชน ระดับ 1 ดาว มี 16 ผลิตภัณฑ์
- การศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยนำเอกลักษณ์ของจังหวัดมาเป็นรูปแบบเพื่อจำหน่าย แก่นักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวได้ประเมินความเหมาะสมของรูปแบบสินค้าที่เป็นของที่ระลึก

และของฝากที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดมุกดาหาร มี 3 รูปแบบคือ แบบสินค้าแบบที่ 1 ชื่อผลิตภัณฑ์ กระเป๋าวงกุญแจจากผ้าลายแก้วมุกดา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลิตภัณฑ์สินค้าถ้าว่างจำหน่ายนักท่องเที่ยวมีโอกาสจะซื้อเป็นของที่ระลึกและของฝาก อยู่ในระดับมากที่สุด แบบสินค้าแบบที่ 2 ชื่อผลิตภัณฑ์ เสื้อยืดมือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เสื้อยืดมือรูปแบบมีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอยู่ในระดับมากที่สุด และแบบสินค้าแบบที่ 3 ชื่อผลิตภัณฑ์ ตุ๊กตาผ้าเช็ดมือ 8 เฝ่า มีรูปแบบแปลกน่าสนใจเป็นเอกลักษณ์เฉพาะชนเผ่า 8 เฝ่า คือ เฝ่าผู้ไทย เฝ่าข่า เฝ่ากะเลิง เฝ่ากะโซ่ เฝ่าไทยอีสาน เฝ่าฮ้อ เฝ่าแสก และเฝ่าไทยกุลา เป็นของที่ระลึกและของฝากที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดมุกดาหาร

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ABSTRACT

The Title	A Development of Community Identity Product for Tourism of Mukdaharn Province, 135 pp. 2009
The Author	Mr. Chamnan U-Kham
Program	Development Strategy
Chairman, Thesis Adviser	Assistant Professor Aree Luangna, Ph.D.

The objectives of the study were threefold: (1) to investigate the identity of Mukdaharn, (2) to examine the development of community product serving as the brand identity of the province, and (3) to produce the community product using the provincial brand identity in the making of the product for tourists' attractions.

A total of 827 samples including 59 subjects from heads of government departments, government-privatized departments, and private sectors in Mukdaharn province; 384 vocational interest groups members; 384 tourists were employed in this study. The sample size was determined on the basis of by the table of Krejcie and Morgan. The research instrument included a structured-interview and a five-scale rating questionnaire. The statistics utilized for data analysis included percentage, arithmetic mean, and standard deviation.

The research findings were as follows:

1. Three provincial brand identity of Mukdaharn were found. They included the Product of "Lai Kaew Mudda" clothing pattern, Ho Kaew Mukdaharn Tower, a tourist attraction, and The 8-tribed Cultural Dressing.
2. A total of 173 community products (OTOP) were found to be registered. Among them, six products were classified as 5-star levels; 44 products as 4-star level, 50 products as 3-star level, 57 products as 2-star level, and 16 products as 1-star level.
3. In terms of using the provincial brand identity in the products, according to the tourists' views, three models of brand identity were found to be utilized, of which generally the tourist thought to be in the best opportunity to be bought if displayed: (1) key holder with "Lai Kaew Mudda" clothing pattern found to be sold in a higher level, (2) Hand-made clothes also

found to be sold in a higher level, and (3) Hand Towel Dolls dressing in 8-tribed cultural dressing styles namely “Pu Thai Tribe,” “Kha Tribe,” “Ka-Leurn Tribe,” “Ka-So Tribe,” “Thai-Isan Tribe,” Yo Tribe,” “Saak Tribe,” and “Thai Kula Tribe.”

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จากบุคคลและหน่วยงานหลายหน่วยงาน ซึ่งไม่อาจนำกล่าวได้ทั้งหมด ผู้มีพระคุณท่านแรกและผู้เขียนใคร่ขอกราบขอบพระคุณท่านอย่างยิ่ง คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารี หลวงนา ที่ให้ความช่วยเหลืออย่างยิ่ง โดยได้เอาใจใส่ให้คำแนะนำ แก่ไขวิทยานิพนธ์เพื่อให้สมบูรณ์ที่สุด และให้กำลังใจผู้วิจัยตลอดมา ท่านที่สองคือ รองศาสตราจารย์อรรถ พรประเสริฐ ซึ่งเป็นที่ปรึกษาอีกท่านหนึ่งที่ให้ความช่วยเหลือด้านวิจัย และให้คำแนะนำ แก่คิดต่าง ๆ จากประสบการณ์ในการทำงานของท่าน

นอกจากนี้ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.) ในการให้ทุนสนับสนุนและขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เวช หกพันนา รองศาสตราจารย์ ดร.มาลี ไชยเสนา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชูชีพ ประทุมเวียง และนายมนูญ สอนเกิด พัฒนาการจังหวัด มุกดาหาร นายกานต์ ธงศรี นักวิชาการพัฒนาชุมชน 8ว. นางสาวศศิธร ปัญญาไว นักวิชาการ พัฒนาชุมชน 8 ว. ที่กรุณาให้คำแนะนำเกี่ยวกับการปรับปรุงเครื่องมือในการวิจัย และวิเคราะห์ ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

อนึ่ง งานวิจัยจะไม่ประสบผลสำเร็จได้เลยถ้าไม่ได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก ประธาน เลขานุการกลุ่ม สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าพื้นเมือง จังหวัดมุกดาหาร และส่วนราชการ ที่เกี่ยวข้อง เจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ที่กรุณาตอบแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ ที่ให้ข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้

ชำนาญ อุคำ