

บทคัดย่อภาษาไทย

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาและพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวรวมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์ของพื้นที่ และเพื่อจัดกระบวนการรับฟังความคิดเห็น (ประชาพิจารณ์) ข้อเสนอการพัฒนาอัตลักษณ์และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์ของพื้นที่เพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมบริการอย่างมีส่วนร่วม ด้วยระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม ทั้งเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ โดยทำการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มกับผู้เกี่ยวข้องที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิจากภาครัฐ เอกชน สมาคมและองค์กรการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง และผู้ใช้บริการที่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่วิจัยคืออำเภอขนอม สิชล และท่าศาลา โดยได้ผลการศึกษาดังนี้

ด้านอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวในภาพรวมของทั้งสามอำเภอ คือ การเป็นพื้นที่ที่สร้าง โดยเมื่อแยกตามพื้นที่จะได้แนวคิดของขนอมที่มีอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเป็น “KHANOM CHILL BEACH (หาดซิลล์ ชาร์จพลังชีวิต)” สิชลที่มีอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเป็น “SICHON ACTIVE BEACH (หาดแอคทีฟ เต็มที่กับชีวิต)” และท่าศาลาที่มีอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเป็น “THASALA WISDOM BEACH (หาดแห่งปัญญา เสริมพลังความคิด)”

ด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์ของพื้นที่อำเภอขนอม สิชล ท่าศาลา งานวิจัยชิ้นนี้ได้พัฒนาเครื่องหมายอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว และสร้าง BRAND INSPIRATION BOOK เพื่อนำมาเป็นคู่มือระบบอัตลักษณ์ซึ่งประมวลความรู้เพื่อให้ทุกคนสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมืออ้างอิงประกอบการสร้างสรรค์ ออกแบบหรือคิดกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่มีความเป็นเอกภาพ ซึ่งได้มีการอธิบายชี้แจงข้อกำหนดต่าง ๆ อย่างชัดเจน และนำเครื่องหมายอัตลักษณ์ที่ถูกออกแบบมาปรับใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยมีแนวคิดในการสร้างให้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเป็นสิ่งของที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ผ่านเครื่องหมายอัตลักษณ์ สร้างการจดจำให้เครื่องหมายอัตลักษณ์ให้ง่ายต่อการเข้าใจละเอียดถึงของนักท่องเที่ยว หรือผู้บริโภค และเป็นตัวสร้างรายได้ และกระจายให้แก่คนในพื้นที่ โดยเน้นให้ผลลัพธ์ของของที่ระลึกสามารถสื่อจุดเด่น สร้างจุดต่างให้มีความน่าสนใจทั้งในตัวสินค้าและพื้นที่ท่องเที่ยว รวมทั้งสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค โดยผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ถูกสร้างขึ้นในโครงการนี้ถูกพัฒนาผ่านพื้นฐานของหลักคิดในความเป็น “Multi-purpose item” & “collectible items” คือการเป็นของที่ระลึกที่มีความอ่อนน้อมประสงค และเป็นไปในลักษณะของของสะสม โดยต้องเก็บสะสมจาก 3 อำเภอเท่านั้น ซึ่งผลของการผสานการวิจัยในเชิงปริมาณและคุณภาพทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในงานวิจัยชิ้นนี้ คือ พวงกุญแจอ่อนน้อมประสงค และทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ถูกสร้างขึ้นมาจะต้องสามารถผลิตได้จริง ใช้งานและสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นได้ตามเป้าประสงค์ในการสร้างให้เกิดรายได้ขึ้นในพื้นที่ และเกิดการยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมบริการ

และท้ายสุดในการจัดกระบวนการรับฟังความคิดเห็น(ประชาพิจารณ์) ข้อเสนอการพัฒนาอัตลักษณ์ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์ของพื้นที่เพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมบริการอย่างมีส่วนร่วม ได้ผลของการศึกษา คือ ในส่วนของอัตลักษณ์ที่ได้จากการค้นหาและพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวของพื้นที่การท่องเที่ยวเพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมบริการผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม ผู้เข้าร่วมรับฟังมีความคิดเห็นสอดคล้องกันในการเห็นชอบและยอมรับต่ออัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่ถูกพัฒนาขึ้นจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ถัดมาในส่วนของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ถูกพัฒนาจากกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบนฐานอัตลักษณ์ของพื้นที่เพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมบริการผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม ผู้เข้าร่วมมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันในการเห็นชอบและยอมรับต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ถูกพัฒนาขึ้นจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และได้มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อการนำผลงานจากการวิจัยไปใช้ในพื้นที่ คือ ภาครัฐควรจะเป็นผู้ให้การสนับสนุนเครื่องหมายอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของทั้งสามอำเภอในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้ต่อเครื่องหมายฯของนักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง โดยมีสมาคมท่องเที่ยวอำเภอทั้งสามเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์และเป็นผู้ดูแลความถูกต้องในการนำเครื่องหมายอัตลักษณ์ฯไปใช้ รวมทั้งเร่งทำการจดสิทธิบัตรเพื่อมิให้เกิดการลอกเลียนแบบในภายหลัง และควรมีการทำเพิ่มเติมในอำเภออื่นๆ ให้เกิดขึ้น

Abstract

This study aimed to find and develop tourism identity in tourism areas and identical souvenirs. Also, it was prepared to listen to public hearing in terms of recommendations of identical development and local souvenirs for improving the competitiveness of small and medium enterprises in which is located on participatory service industries. Mixed methodology included by qualitative and quantitative research were conducted by interviewing and group discussion with related persons coming from government, private companies, associations, tourism organizations, and consumers. All of them was experienced in tourism areas such as Khanom, Sichon, and Thasala district.

The result showed that tourism identity in overall of three districts were divided each area; for Khanom district, it was recognized identically as Khanom chill beach. Identity tourism in Sichon was called Sichon active beach and Thasala wisdom beach was named identically for Thasala district. For identical souvenirs by three districts, this study developed a tourism identity brand and create a brand inspiration book as a guideline if identity system which collected useful knowledge for applying in terms of one of a tool that is composed to create and design the comprehensive image. The tool explained and the discipline clearly. After the identity brand was arranged, it was applied to create souvenirs for remembering its brand that is easy to understand and be accessible by tourists and consumers. Also, it made income and distribute them to local people.

The outcome of souvenirs created a prominent and different point which is interested in goods and tourism areas. It made consumers satisfied when the product was created in this project based on concept of multi-purpose items and collectible items which is several-functioned souvenirs and collection from three districts.

Mixed methodology was the process that creates souvenirs under this project. It was a multi-purpose key ring. However, the product needed to be practical for producing, utilizing, and making money in community, Moreover, it enhanced the competitive capacity to small and medium enterprise in service industries.

Finally, public hearing process showed that participants agreed to develop tourism identity in the areas and local souvenirs. After that they also agreed and confirmed on developed products when it was improved by identical areas. Moreover, recommendation for practicing should support three tourism identity brands by several activities for perceiving the brand widely. Associations in three districts showed owned their brand copyright and being an owner who controlled correctly to utilize their identity brand. Also, the brand should be registered for preventing copy after it was well known and apply this research to different districts in Thailand.