

การสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนเพชรสมุทรคีรี
โครงการเศรษฐกิจชุมชนครบวงจร “บ้านเพชรเพลินดิน”

CREATING A PRODUCT INDENTITY TO ENHANCE THE COMMUNITY OF
PHET SAMUT KHIRI ECONOMIC COMMUNITY PROJECT
"BAN PHET PLEN DIN"

มรกต กำแพงเพชร¹ ระชานนท์ ทวีผล² นิธิกร ม่วงสรเชียว³ และฐิติมา พูลเพชร⁴
Morakhot Kamphaengphet, Rachanon Taweephol, Nitikom Muangsomkhiaw
and Thitima Pulpetch

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการและการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยหัวเฉียว จังหวัดสมุทรปราการ

² หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรม มหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดเพชรบุรี

³ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดเพชรบุรี

⁴ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

¹ Bachelor of Business Administration Program in Management and Entrepreneurship, Huachiew Chalermprakiet University,

² Bachelor of Business Administration Program in Hotel Management, Silpakorn University, Phetchaburi

³ Bachelor of Business Administration Program in Tourism Management, Silpakorn University, Phetchaburi

⁴ Bachelor of Business Administration Program in Human Resource Management, Lampang Inter-Tech College, Bangkok

Email: thitima_pul@hotmail.com

Received: November 8, 2018

Revised: February 6, 2019

Accepted: February 7, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาและทบทวนอัตลักษณ์ท้องถิ่นของกลุ่มจังหวัดเพชรสมุทรคีรีตามบริบทพื้นที่ 2) ศึกษาแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์ตามแนวคิดทฤษฎี 4DNA และการสร้างสัญลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดเพชรสมุทรคีรี และ 3) ศึกษาข้อจำกัดและอุปสรรคในการพัฒนาอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดเพชรสมุทรคีรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เลือกใช้การวิจัยแบบมีส่วนร่วมโดยการวิเคราะห์แนวทางการปฏิบัติงานของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้วิจัยได้ระบุกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็น 3 กลุ่มตามกรอบระยะเวลาของการวิจัย ได้แก่ ระยะเวลาที่ 1 กลุ่มตัวแทนสมาชิกวัยอีซี จำนวน 12 คน และกลุ่มตัวแทนของปราชญ์ชุมชนในกลุ่มจังหวัดต่าง ๆ จำนวน 16 คน และระยะเวลาที่ 2 กลุ่มตัวแทนภาคประชาชนท้องถิ่นจาก 4 จังหวัด จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ทรัพยากรท้องถิ่นสามารถพัฒนาเป็นอัตลักษณ์ของแต่ละจังหวัด โดยการประเมินจากมิติทางด้านวัฒนธรรมมีความเกี่ยวกับการประกอบอาชีพทั้งสิ้น รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมยาวนานในแต่ละยุคสมัย 2) วิวัฒนาการขององค์ประกอบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดเพชรสมุทรคีรี เริ่มจากลายเส้นปากกาเคมีที่ผ่านฉันทามติของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นตัวแทนภาคประชาชนทั้ง 4 จังหวัด ร่วมกับวิทยากรผู้ดำเนินรายการและทีมนักออกแบบ จากนั้นนำรายละเอียดทั้งหมดไปพัฒนาด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปบนเครื่องคอมพิวเตอร์ พร้อมกับการนำโทนสี มาใช้ประกอบการออกแบบในแต่ละส่วนของรูปภาพ รวมทั้งยังเพิ่มเติมโทนสีเข้ม-อ่อนให้รูปภาพมีมิติที่คมชัดสวยงามมากยิ่งขึ้น ซึ่งสัญลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดเพชรสมุทรคีรีที่ผ่านกระบวนการวิจัย สามารถนำไปใช้ต่อยอดทางเศรษฐกิจให้กับกลุ่มผู้ประกอบการในแต่ละจังหวัดต่อไป 3) ปัญหาที่ค้นพบตามขอบเขตพื้นที่ดังนี้ 3.1) จังหวัดเพชรบุรี ชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่ได้รับการประสานความร่วมมือจากหน่วยงานของทางรัฐบาลในการปรับภูมิทัศน์และการเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกที่ยังคงไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ และ ค่านิยมของประชาชนในจังหวัดเพชรบุรีประกอบอาชีพดั้งเดิมและขาดความรู้ในการต่อยอดสินค้าและบริการ 3.2) จังหวัดสมุทรสงคราม แหล่งท่องเที่ยวและศูนย์การเรียนรู้บางแห่งอาจไม่เหมาะสมในการรองรับกลุ่มผู้สูงอายุ รวมถึงขาดสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยให้บริการในแต่ละพื้นที่ และการวางผังเมืองดั้งเดิมที่ยังคงเป็นปัญหาทางด้านการจราจรของกลุ่มผู้มาเยือน 3.3) จังหวัดสมุทรสาคร งานศิลปะหัตถกรรมที่เป็นสินค้าของฝาก ของที่ระลึกส่งออกบางรายการ ยังไม่สามารถผลิตเพื่อรองรับความต้องการของตลาดในปริมาณมาก และขาดการ เผยแพร่องค์ความรู้และภูมิปัญญาของท้องถิ่น และ 3.4) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ขนาดความยาวของพื้นที่ ทำให้การกระจายได้และความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจยังไม่ครอบคลุมทุกอำเภอ รวมถึงระบบคมนาคมขนส่งที่ต้องอาศัยระยะเวลาอันยาวนานในการเดินทางระหว่างอำเภอหรือแหล่งท่องเที่ยวสำคัญภายในจังหวัด ขนาดความยาวของพื้นที่ ทำให้การกระจายได้และความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจยังไม่ครอบคลุมทุกอำเภอ รวมถึงระบบคมนาคมขนส่งที่ต้องใช้ระยะเวลานาน ในการเดินทางระหว่างอำเภอหรือแหล่งท่องเที่ยวสำคัญภายในจังหวัด การเพิ่มขึ้นของสถานบันเทิงและกลุ่มธุรกิจสีเทา ยังคงกระจายตัวอย่างต่อเนื่อง และการเผชิญปัญหาการจราจรติดขัดของยานพาหนะบนท้องถนนในช่วงวันหยุดยาว

คำสำคัญ

อัตลักษณ์ ผลិតภัณฑ์ชุมชน เพชรสมุทรคีรี

ABSTRACT

This research aims to 1) study and review local identities of Phet Samut Khiri in the context of the area, 2) the development of the theoretical concept 4 DNA and the formation of the group of Phet Samut Khirian, and 3) limitations and obstacles to development of the identity of Phet Samut Khiri. This research is quality research. The researcher use methodology by PAR: Participatory Action Research. By analyzing the performance of the main group of key informant. The researcher identified 3 majors informant groups based on time frame of research. Phase 1: YEC: (Young Entrepreneur

Chamber of Commerce) 12 people and representatives of 16 community members in provinces. And Phase 2: representatives from 400 localities from 4 provinces.

The research found that 1) local resources can be developed as identities of each province by evaluating the cultural dimension, there are total employment 2) the evolution of the symbolic elements of Phet Samut Khiri province. It is the result of the consensus of key informants who represent the people in the four provinces together with their facilitators and designers. Then brought all the details to develop with the software program on the computer with the color scheme. The design of each part of the image. The darker color, more beautiful. The symbol of Phet Samut Khiri province, it can be used to balance the economy of each province 3) problems found in the area as follows: 3.1 Phetchabui province, some communities and attractions have not been coordinated by government to refine the landscape and add amenities that still do not cover all areas and people in Phetchaburi are traditional and lack knowledge in product and service. 3.2 Samut Songkhram province, some travel and learning centers may not be suitable for the elderly. The lack of facilities is available in each area and traditional urban planning is still a problem for the traffic of the visitors. 3.3 Samut Sakhon province, arts and crafts as souvenirs, some souvenirs exported. It cannot be produced to meet the needs of the market in large quantities and the lack of dissemination of local knowledge and wisdom. 3.4 Prachuap Khiri Khan province, length of space distribution and economic prosperity do not cover all districts. The transportation system requires a long period of travel between the districtor major attractions within the province. Length of space, the distribution and economic prosperity are not covered at all. The district also has a long term transportation system. Traveling between districts or major attractions within the province. The rise of entertainment and gray business continues to spread and coping with traffic jams on the road during long holidays.

Keywords

Identity, Community product, Phet Samut Khiri

ความสำคัญของปัญหา

จังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ (เพชร-สมุทร-คีรี) คือกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 มีที่ตั้งอยู่เลียบชายฝั่งทะเล พื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ มีชุมชนที่ประกอบอาชีพแตกต่างกันและหลากหลาย ทั้งทางด้านเกษตร การประมง การแปรรูป และมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบทั้ง 4 จังหวัดของเพชรสมุทรคีรีนอกจากโดดเด่นด้วยแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ยัง

เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศิลปกรรม การแสดงและอาหารอร่อย จุดเด่นเหล่านี้จึงเป็นเสมือนแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

โครงการเศรษฐกิจชุมชนครบวงจร "เพชรเพลินดิน" คือการดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เป็นไปอย่างมีคุณค่าและเต็มไปด้วยความสุข ซึ่งเป็นแนวคิดของวัยรุ่นกลุ่ม YEC ซึ่งเป็นกลุ่มของนักธุรกิจรุ่นใหม่ เพื่อพัฒนาเครือข่ายสมาชิกและธุรกิจ ให้เติบโตและมั่นคง มีส่วนในการสร้างสรรค์สังคมของกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์ให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น ซึ่งได้สะท้อนความต้องการอย่างมีคุณค่า ในการที่อยากจะเห็นบ้านเมืองของพวกเขาได้มีการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและพักผ่อนที่เชื่อมโยงวิถีชีวิตในชุมชนหลากหลายสาขา เช่น เกษตร อาหารพื้นถิ่น สุขภาพ วัฒนธรรมฯ พร้อมนำผู้มีความสามารถเข้ามาเป็นกำลังร่วมขับเคลื่อนอย่างมีทิศทางและเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ในเขตกลุ่มจังหวัด เพชรบูรณ์ (เพชรบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม ประจวบคีรีขันธ์) เพื่อส่งต่อต้นแบบการเรียนรู้ให้ได้พัฒนาสู่วงกว้าง มุ่งกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นให้เติบโตถึงทุกภาคส่วนจนขยายทั่วทั้งประเทศ และก็จะนับเป็นการทำงานที่สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลทางด้านการส่งเสริมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในท้องถิ่น และสานนโยบายรัฐบาลไทยนิยม ยั่งยืน

จากสถิติการท่องเที่ยวทั้ง 4 จังหวัดในปี 2560 และปี 2561 เป็นข้อมูล ณ กรกฎาคม 2561 พบว่าจังหวัดสมุทรสาคร ปี 2560 มีผู้มาเยือนทั้งสิ้น 114,364 คน ปี 2561 มีผู้มาเยือนทั้งสิ้น 117,616 คน เพิ่มขึ้น 2.81 % จังหวัดสมุทรสงคราม ปี 2560 มีผู้มาเยือนทั้งสิ้น 131,758 คน ปี 2561 มีผู้มาเยือนทั้งสิ้น 138,512 คน เพิ่มขึ้น 5.13 % จังหวัดเพชรบุรี ปี 2560 มีผู้มาเยือนทั้งสิ้น 714,336 คน ปี 2561 มีผู้มาเยือนทั้งสิ้น 737,388 คน เพิ่มขึ้น 3.21 % จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปี 2560 มีผู้มาเยือนทั้งสิ้น 540,665 คน ปี 2561 มีผู้มาเยือนทั้งสิ้น 558,804 คน เพิ่มขึ้น 3.36 % รายได้จากการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนทั้ง 4 จังหวัดในปี 2560 5,554,610 บาท ปี 2561 5,982,600 บาท เพิ่มขึ้น 7.17 (Ministry of Tourism and Sports, 2018) รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีผลต่อเศรษฐกิจในประเทศ อีกทั้งยังสามารถพัฒนาชุมชน และสร้างรายได้ ให้กับคนในท้องถิ่น (Hirankitti, et al., 2014)

การพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนให้เกิดการพัฒนาที่ต่อเนื่องและยั่งยืนและเป็นการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับชุมชน และมีรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีความเหมาะสม การบริหารและปรับปรุงแบบให้เหมาะสมต่อชุมชนได้ซึ่งจะเป็นการนำไปสู่การเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง และสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชน ต่อไปในอนาคต

อัตลักษณ์ และวัฒนธรรม รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่น ของแต่ละจังหวัด ทั้ง 4 จังหวัดของเพชรบูรณ์นั้น สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน จากการดำเนินชีวิตตามขนบธรรมเนียมประเพณี โดยภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมาตั้งแต่โบราณ และมีการถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น มาปรับใช้ในการดำเนินชีวิต การนำแนวคิดขนบธรรมเนียมประเพณี ที่สืบทอดกันมา มาปฏิบัติจนเกิดเป็นวัฒนธรรม สืบทอดกันมา ทั้งนี้แหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้ง 4 จังหวัดของเพชรบูรณ์นั้นมีความโดดเด่นที่แตกต่างกันออกไป เช่น จังหวัดเพชรบุรี ได้แก่ เขาวัง ชนมหวาน จังหวัดสมุทรสงคราม มีกลุ่มอาชีพเกษตรอินทรีย์ เครื่องเบญจรงค์ จังหวัดสมุทรสาครมีเรือสำเภาจีนเป็นสัญลักษณ์ดั้งเดิม และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีสัญลักษณ์ของป้ายสถานีรถไฟของอำเภอหัวหิน และชายหาดที่สวยงาม เป็นต้น (Ministry of Tourism and Sports, 2018) อย่างไรก็ตามทั้ง 4 จังหวัดของเพชรบูรณ์

ความเป็นอัตลักษณ์ที่เกิดจากบริบทที่แตกต่างกันนั้น การสร้างโครงการและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ นั้นยังไม่สามารถเห็นเป็นรูปธรรม ที่ชัดเจนมากนัก

เครื่องมือ 4DNA คือ ศาสตร์สำหรับใช้ในการถอดรหัสลับ เพื่อหาอัตลักษณ์เฉพาะตัว ครอบรอบรอบด้าน แบบ 360 องศา เพื่อนำไปใช้ในด้านกรออกแบบที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวไม่ซ้ำแบบใคร สามารถนำไปใช้ในการดำเนินชีวิตในทางสร้างสรรค์ได้ดีอีกด้วยเป็นส่วนสำคัญต่อการรวบรวมทั้งปัจจัยลบและปัจจัยบวก เพื่อลดความเสี่ยงในการลงทุน ให้มากที่สุด นักออกแบบและผู้ลงทุนสามารถนำเครื่องมือ 4 DNA ไปใช้ สามารถบ่งเพาะหาตัวแปรหลัก เพื่อนำไปใช้ออกแบบและพัฒนาโครงการ ร่วมกันอย่างครอบคลุมทุกมิติ ซึ่งสามารถส่งเสริมผลงานออกแบบให้มีคุณภาพและเกิดอัตลักษณ์เฉพาะตัว โดยไม่คิดลอกเลียนแบบ ผลงานอื่น แต่เกิดจากการสำรวจจากปัจจัยรอบด้านของโครงการ ตลอดจนการนำไปใช้รอบทิศด้วยเครื่องมือนี้เมื่อผู้ออกแบบและผู้ลงทุน นำไปใช้ร่วมกันทุกขั้นตอน ผลงานสร้างสรรค์ก็จะเกิดขึ้นอย่างมีเอกภาพ มีคุณค่า เกิดลักษณะเฉพาะเหมือน DNA ของมนุษย์

จากเหตุผลและปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวทางการสร้าง อัตลักษณ์ ให้ กับ 4 จังหวัดของเพชรบูรณ์ นั้น เพื่อการเรียบเรียงปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงเนื้อหา อัตลักษณ์ที่ซ่อนอยู่ โดยผู้วิจัยได้ใช้ เครื่องมือ 4 DNA ตามแนวคิดของ Treerong, Pangkesorn, Tubtimcharoon & Keonil (2014) ในการศึกษาและทบทวนอัตลักษณ์ท้องถิ่นของกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์ตามบริบทพื้นที่ และแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์ของแต่ละจังหวัด เพื่อให้สอดคล้อง ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ และเพื่อนำเสนอความเป็นอัตลักษณ์ 4 จังหวัดของเพชรบูรณ์ ให้เป็นที่รู้จักของผู้มาเยือนต่อไป

โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

1. อัตลักษณ์ท้องถิ่นของกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์ตามบริบทพื้นที่เป็นอย่างไร
2. แนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์ตามแนวคิดทฤษฎี 4DNA และการสร้างสัญลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์เป็นอย่างไร
3. ข้อจำกัดและอุปสรรคในการพัฒนาอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและทบทวนอัตลักษณ์ท้องถิ่นของกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์ตามบริบทพื้นที่
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์ตามแนวคิดทฤษฎี 4 DNA และการสร้างสัญลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์
3. เพื่อศึกษาข้อจำกัดและอุปสรรคในการพัฒนาอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีวิทยาแบบการวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยการวิเคราะห์แนวทางการปฏิบัติงานของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ส่วนเกี่ยวข้องในปรากฏการณ์แต่ละบริบทพื้นที่ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักจะมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นประเด็นต่าง ๆ

รวมถึงการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ตามลำดับขั้นตอนของวัตถุประสงค์การวิจัย ในแต่ละข้อ (Kermis & McTaggart, 1988; Dhanasana, Chuntuk & Siriwong, 2009) โดยผู้วิจัย ได้กำหนดขอบเขตการศึกษา ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา : ผู้วิจัยได้ศึกษาประเด็นแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลุ่ม จังหวัดเพชรบูรณ์ และการถอดอัตลักษณ์จากทฤษฎี 4DNA

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ : ผู้วิจัยได้ศึกษาในพื้นที่ของกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์ ได้แก่ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร และประจวบคีรีขันธ์

3. ขอบเขตด้านเวลา : ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน 2560 – พฤษภาคม 2561 ตามขั้นตอนการการวิจัยทั้งสิ้น 2 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 การศึกษาและทบทวนอัตลักษณ์ท้องถิ่น และระยะที่ 2 แนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์ตามแนวคิดทฤษฎี 4 DNA และการสร้างสัญลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์

4. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก : ผู้วิจัยได้ระบุกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็น 3 กลุ่มตามกรอบ ระยะเวลาของการวิจัย ได้แก่

4.1 ระยะที่ 1 กลุ่มตัวแทนสมาชิกวัยอีซี ซึ่งกลุ่มของนักธุรกิจรุ่นใหม่ เพื่อพัฒนา เครือข่ายสมาชิกและธุรกิจ ให้เติบโตและมั่นคง มีส่วนในการสร้างสรรค์สังคมของกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์ ให้น่าอยู่ยิ่งขึ้นและเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อก้าวขึ้นรับช่วงต่อในการเป็นกรรมการหอการค้าจังหวัดใน อนาคต จำนวน 12 คน และตัวแทนของปราชญ์ชุมชนในกลุ่มจังหวัดต่าง ๆ จำนวน 16 คน

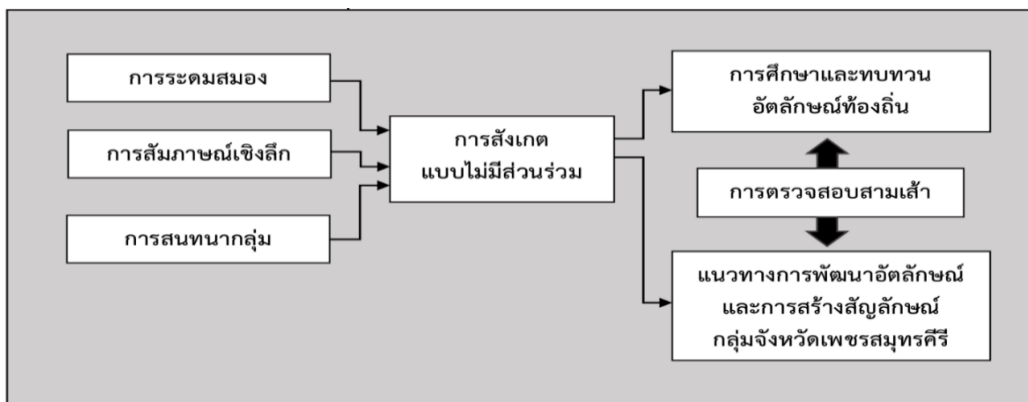
4.2 ระยะที่ 2 กลุ่มตัวแทนภาคประชาชนท้องถิ่นจาก 4 จังหวัด จำนวน 40 คน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการที่หลากหลายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยเริ่มจาก

1. การศึกษาและทบทวนอัตลักษณ์ท้องถิ่น ด้วยวิธีการจัดกิจกรรมการระดมสมอง กับกลุ่ม ตัวแทนสมาชิก YEC ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก กับกลุ่มปราชญ์ชุมชนในกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์ และการจัดกิจกรรมการ กับกลุ่มภาคประชาชนท้องถิ่น ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participation Observation) ในเขตพื้นที่ 4 จังหวัด ได้แก่ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร และประจวบคีรีขันธ์ เพื่อสรุปประเด็นปัญหาตามวัตถุประสงค์การวิจัยโดยการจับคู่ข้อมูล

2. ผู้วิจัยเป็นเครื่องมือสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากข้อคำถามกึ่งโครงสร้างปลายเปิดที่ ผู้วิจัยสร้างขึ้น พร้อมกับการใช้อุปกรณ์ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ เครื่องบันทึกเสียง สมุดบันทึก และ ปากกา ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดเชิงขั้นตอนดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดเชิงขั้นตอน

3. การพิทักษ์สิทธิ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก เนื่องจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกมีความเกี่ยวข้องกับตัวบุคคล ดังนั้นผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อผู้ให้ข้อมูลหลักในประเด็นเรื่อง การยินยอมของผู้ให้ข้อมูลหลักในการได้มาซึ่งข้อมูลและการนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ โดยการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้แนะนำตัวเอง อธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย ขั้นตอนต่าง ๆ ของการวิจัย การนำข้อมูลไปใช้ และให้สิทธิ์แก่ผู้ให้ข้อมูลหลักที่จะมีอิสระในการร่วมวิจัยหรือถอนตัวจากการวิจัยซึ่งไม่มีผลใด ๆ ต่อผู้ให้ข้อมูล ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลหลักก่อนการบันทึกเสียง รวมถึงได้ขออนุญาตและได้รับความยินยอมให้ใช้ชื่อของผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อใช้ในการอ้างอิงในงานวิจัย โดยการนำข้อมูลไปใช้อภิปรายหรือตีพิมพ์เผยแพร่จะกระทำในภาพรวมเพื่อใช้ในการนำเสนอเชิงวิชาการเท่านั้น

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผู้วิจัยต้องอาศัยความไวต่อทฤษฎี ที่มาจากประสบการณ์ในการทำวิจัย ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือสามารถตรวจสอบได้ด้วยทฤษฎีแบบสามเส้า (Triangulation Theory) ประกอบด้วย (1) ด้านข้อมูลจากแหล่งที่มาที่แตกต่างกัน ได้แก่ (1.1) สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูล (1.2) ผู้ให้ข้อมูลหลัก (2) ด้านจำนวนนักวิจัย ที่มีจำนวนนักวิจัยมากกว่า 1 คน ในการตรวจสอบชุดข้อมูลอย่างรอบคอบ และ (3) ด้านวิธีการวิจัยในแต่ละขั้นตอนการวิจัยมีการประยุกต์การเก็บรวบรวมตามความเหมาะสมของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละกลุ่ม (Xuto, 2008)

ผลการวิจัย

1. การศึกษาและทบทวนอัตลักษณ์ท้องถิ่นของกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์ตามบริบทพื้นที่

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนย่อยสำหรับการศึกษาและทบทวนอัตลักษณ์ท้องถิ่นของกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์ตามบริบทพื้นที่ที่มีความแตกต่างกันด้วยทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ (1) ตัวแทนสมาชิกวายุอสี เครือข่ายผู้ประกอบการในกลุ่มจังหวัดต่าง ๆ ภายใต้นโยบายของคณะกรรมการหอการค้าไทย และ (2) ตัวแทนของปราชญ์ชุมชนที่เป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญาต่าง ๆ แก่ผู้คนในท้องถิ่น โดยผู้วิจัยจะคัดเลือกสมาชิกจากกลุ่มของ YEC เพื่ออธิบายโครงสร้างของอัตลักษณ์ท้องถิ่นตามบริบทพื้นที่ 4 จังหวัด ร่วมกับกลุ่มของปราชญ์ชุมชน

เพื่อการเรียบเรียงปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงเนื้อหาอัตลักษณ์ที่ซ่อนอยู่ในแต่ละยุคสมัย ซึ่งขั้นตอนการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยกิจกรรมการระดมสมอง (Brainstorming) จากตัวแทนสมาชิก YEC

ผู้วิจัยได้กำหนดจัดกิจกรรมการระดมสมองร่วมกับการใช้ข้อความปลายเปิดกับสมาชิก YEC ตามกลุ่มจังหวัด ได้แก่ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร และประจวบคีรีขันธ์ มีสมาชิกในแต่ละกลุ่ม กลุ่มละ 4 คน รวมทั้งหมด 12 คน เพื่อนำเสนอทรัพยากรที่สามารถสร้างมูลค่าและเหมาะสมแก่การพัฒนาต่อยอดในการสร้างอัตลักษณ์ของแต่ละจังหวัด จากนั้นตัวแทนสมาชิกเขียนคำตอบลงในกระดาษให้ได้มากที่สุด โดยทางผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาของกิจกรรมนี้ไม่เกิน 20 และให้ตัวแทนสมาชิกของแต่ละกลุ่มนำเสนอทรัพยากรต่าง ๆ ที่มาจากการคิดวิเคราะห์ ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปชุดข้อมูลในมิติทางธรรมชาติและวัฒนธรรม พบว่า ทรัพยากรท้องถิ่นที่สามารถสร้างมูลค่าและพัฒนาเป็นอัตลักษณ์ของแต่ละจังหวัด โดยการประเมินจากมิติทางด้านวัฒนธรรมจะมีความเกี่ยวข้องประกอบอาชีพทั้งสิ้น รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมยาวนานในแต่ละยุคสมัยของประเทศไทยผ่านมุมมองของตัวแทนสมาชิก YEC สำหรับมิติทางด้านธรรมชาติของแต่ละจังหวัดมีความแตกต่างกันตามทำเลที่ตั้งและความอุดมสมบูรณ์พื้นฐานจากสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นสิ่งสนับสนุนให้เมืองเป็นที่รู้จักและเป็นจุดหมายปลายทางของกลุ่มผู้มาเยือนนอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงของฤดูกาลและสภาพอากาศ อาจส่งผลกระทบต่อให้เกิดจุดแข็งและจุดอ่อนในแต่ละขอบเขตพื้นที่

1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก จากตัวแทนปราชญ์ชุมชนของกลุ่มจังหวัดเพชรบุรี

ผู้วิจัยได้ประสานงานกับประธาน YEC ทั้ง 4 จังหวัด พร้อมกับกรมพัฒนาชุมชน เพื่อคัดเลือกปราชญ์ชุมชนซึ่งบุคคลที่เป็นเจ้าของภูมิปัญญาชาวบ้าน และนำภูมิปัญญาไปใช้ประโยชน์ในการดำรงชีวิตจนประสบความสำเร็จ จำนวน 16 คน ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของแต่ละจังหวัดของตนเองด้วยคำถามปลายเปิดที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการรับรู้อัตลักษณ์ จุดแข็งของพื้นที่ และการพัฒนาอัตลักษณ์ของแต่ละจังหวัด ร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ผู้วิจัยได้นำเสนอโครงร่างอัตลักษณ์ตามปรากฏการณ์ของพื้นที่จังหวัดดังนี้

1.2.1 จังหวัดเพชรบุรี

1) สิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นจังหวัดเพชรบุรี พบว่า มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติ ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม เนื่องจากลักษณะของเนื้อดินมีแร่ธาตุที่เหมาะสมแก่การเจริญเติบโต สามารถสร้างผลผลิตทางการเกษตรเพื่อเป็นสินค้าส่งออกไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย เช่น ตาลโตนด อีกทั้งจังหวัดเพชรบุรียังถูกยกย่องให้เป็นดินแดนแห่งประวัติศาสตร์ที่มีอารยธรรมยาวนานกว่า 3,000 ปี

2) จุดแข็งทางด้านทรัพยากรที่สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ พบว่า (2.1) การพัฒนาไร่สวนของเกษตรกรเป็นศูนย์กลางแห่งการเรียนรู้และเผยแพร่ภูมิปัญญาชาวบ้านแก่ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว (2.2) กลุ่มสินค้าของชาวประมงสามารถสรรหาวัตถุดิบจากท้องทะเลที่สดใหม่ได้ในทุกฤดูกาล (2.3) การนำเสนอรสหวานของรายการอาหารพื้นเมือง (2.4) พระตำหนักสำหรับ

การแปรพระราชฐานตั้งแต่พระมหากษัตริย์ในสมัยรัชกาลที่ 4 – 6 และ (2.5) มีการจัดการงาน นิทรรศการและงานอีเว้นท์เพื่อประชาสัมพันธ์เชิญผู้มาเยือนและนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอในแต่ละ ปี (3) แนวทางการสร้างอัตลักษณ์จากทรัพยากรภายในท้องถิ่นให้ปรากฏชัดเจนในการรับรู้ของผู้มา เยือนจังหวัดเพชรบุรี ได้แก่ เขาวัง ชนมหม้อแกงเมืองเพชร เป็นองค์ประกอบย่อยของมิติเชิง วัฒนธรรมและประเพณีที่ผ่านการสืบทอดมาช้านาน

1.2.2 จังหวัดสมุทรสงคราม

1) สิ่งที่ยังบอกถึงความเป็นจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า มีสภาพแวดล้อมทาง กายภาพที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยสิ่งแวดล้อม มีการแบ่งขอบเขตพื้นที่การปกครองเป็น 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสงคราม อำเภออัมพวา และอำเภอบางคนที ซึ่งมีความแตกต่างกัน ตามลักษณะของน้ำ ได้แก่ น้ำจืด น้ำเค็ม และน้ำกร่อย วิถีชีวิตของประชากรส่วนใหญ่จึงมีความ เกี่ยวข้องกับสายน้ำทั้งสิ้น รวมถึงทางเลือกในการประกอบอาชีพจึงมีความเกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม ผลไม้ที่น่าสนใจ เช่น ลำไย ลิ้นจี่ มะพร้าวน้ำหอม มะม่วงหาวมะนาวโห่ ชมพู่ ทุเรียน เป็นต้น

2) จุดแข็งทางด้านทรัพยากรของจังหวัด ที่สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ พบว่า (2.1) ความหลากหลายของผลไม้ที่เป็นสินค้าส่งออกของจังหวัด (2.2) รายการอาหารประเภท ขนมหวานที่มีความคล้ายคลึงกับจังหวัดอื่น ๆ ของภาคกลาง เช่น ทองหยิบ ทองหยอด ขนมหม้อแกง เป็นต้น (2.3) การเชื่อมโยงทรัพยากรภายในท้องถิ่นสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (2.4) การ ตัดสินใจกลับมาประกอบอาชีพของคนรุ่นใหม่สู่ท้องถิ่นที่มาพร้อมกับความคิดสร้างสรรค์ในการ ประกอบอาชีพและพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมาตรฐานเพิ่มมากขึ้น โดยพิจารณาจากความต้องการ ของพฤติกรรมผู้มาเยือนในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

3) แนวทางการสร้างอัตลักษณ์จากทรัพยากรภายในท้องถิ่นให้ปรากฏชัดเจน ในการรับรู้ของผู้มาเยือนจังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ (3.1) กลุ่มอาชีพเกษตรอินทรีย์ รวมถึงการแปร รูปสินค้าให้เหมาะแก่กลุ่มผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวตามช่วงอายุ (3.2) กลุ่มอาชีพประมงยังคงเป็น อาชีพสนับสนุนที่คอยกระจายสินค้าไปยังเขตการปกครอง ของจังหวัด และ (3.3) กลุ่มอาชีพงาน หัตถกรรมเครื่องเบญจรงค์ดอกเดซี่ เป็นลวดลายที่มีความงดงามและมีความนิยมตามที่ชัดเจนตามแบบ ฉบับของศิลปินแห่งชาติ

1.2.3 จังหวัดสมุทรสาคร

1) สิ่งที่ยังบอกถึงความเป็นจังหวัดสมุทรสาครพบว่า ท่าเลที่ตั้งที่มีความ หลากหลายทางด้านภูมิศาสตร์บนปากแม่น้ำท่าจีนประกอบด้วย ชายฝั่งทะเล นาเกลือ และพื้นที่ เกษตรสีเขียว จึงเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีทางเลือกในการประกอบอาชีพที่หลากหลาย พร้อมด้วย ศิลปะหัตถกรรมที่มีเอกลักษณ์จากกลุ่มชาวบ้านที่มีความเข้มแข็งในการรวมกลุ่ม เพื่อสร้างสินค้าที่มี คุณภาพจากพื้นฐานทางความคิดสร้างสรรค์ของชุมชนต้นแบบ ที่คงความดั้งเดิมของเรื่องราวทาง ประวัติศาสตร์อันยาวนานเข้ามาผสมผสานมิติทางด้านวัฒนธรรมให้มีมูลค่าที่สูงขึ้น และการดำเนิน รอยตามศาสตร์แห่งพระราชาสู่ความเป็นชุมชนพอเพียงที่สร้างองค์ความรู้แก่ผู้มาเยือน นอกจากนี้ จังหวัดสมุทรสาครยังมีความหลากหลายทางด้านเชื้อชาติที่หล่อหลอมจากกลุ่มชาวไทย มอญ และจีน โดยกำหนดการแบ่งเขตการปกครองทั้งสิ้น 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร อำเภอ กระทุ่มแบน อำเภอบ้านแพ้ว

2) จุดแข็งทางด้านทรัพยากรของจังหวัดที่สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ พบว่า (2.1) ฐานการผลิตสินค้าและวัตถุดิบประมงขนาดใหญ่ของประเทศไทย รวมถึงความใกล้เคียงของกลุ่มชนมหวานในจังหวัดสมุทรสงครามและจังหวัดเพชรบุรีที่ผู้คนในชุมชนนิยมบริโภคกันเป็นประจำในชีวิตประจำวัน เช่น ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง เป็นต้น และยังเป็นแหล่งพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับสายพันธุ์ต่าง ๆ อาทิ กล้วยไม้ และ (2.2) การจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้งานศิลปหัตถกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่นดั้งเดิมสามารถเป็นพัฒนาเป็นสินค้าของฝากของที่ระลึกที่มีความประณีตชั้นสูง เช่น เรือสำเภาจีนและเรือฉลอม

3) แนวทางการสร้างอัตลักษณ์จากทรัพยากรภายในท้องถิ่นให้ปรากฏชัดเจนในการรับรู้ของผู้มาเยือนจังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ (3.1) เมืองแห่งความซื่อสัตย์ที่เชื่อมโยงไปอุทยานประวัติศาสตร์พันท้ายนรสิงห์ เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของประชาชนท้องถิ่น (3.2) การบูรณาการทรัพยากรทางธรรมชาติและผลผลิตทางการเกษตรของท้องถิ่น และ (3.3) เรือสำเภาจีนเป็นสัญลักษณ์ดั้งเดิมที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดสมุทรสาครที่มีการรับรู้มายาวนาน

1.2.4 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1) สิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีลักษณะทางกายภาพเป็นเมือง 3 อ่าว ได้แก่ อ่าวประจวบ อ่าวน้อย และอ่าวมะนาว มีพื้นที่แคบแนบชายฝั่งทะเลทอดยาวอันเงียบสงบ

2) จุดแข็งทางด้านทรัพยากรของจังหวัดที่สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ พบว่า (2.1) สถาปัตยกรรมที่มีอายุยาวนานมากกว่า 70 ปี ตั้งแต่สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 สะท้อนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนบ้านเก่าและถนนสายประวัติศาสตร์ในเขตอำเภอเมืองฯ ที่ประกอบไปด้วยอาคารบ้านเรือนแนวประยุกต์ของไทยและญี่ปุ่น (2.2) ความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์และการละเล่นพื้นบ้านแบบไทยโบราณที่เป็นมรดกตกทอดมาสู่คนรุ่นหลัง เช่น การเล่นผีแม่ศรี ชักกะเย่อ เป็นต้น นิยมเล่นในงานบุญและเทศกาลสำคัญของจังหวัด

3) แนวทางการสร้างอัตลักษณ์จากทรัพยากรภายในท้องถิ่นให้ปรากฏชัดเจนในการรับรู้ของผู้มาเยือนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า (3.1) สัญลักษณ์ของป้ายสถานีรถไฟของอำเภอหัวหิน เป็นสิ่งที่สร้างการรับรู้ของผู้มาเยือนและนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในอำเภอประจวบคีรีขันธ์ รวมถึงวรรณกรรมชื่อดังเรื่องปริศนาภูพานำมาถ่ายทอดในเทศกาลสำคัญที่จัดขึ้นทุกปี และยานพาหนะบนท้องถนน เช่น สามล้อโบราณ เป็นการบอกเล่าเรื่องราวของวิถีชีวิตดั้งเดิมที่หาชมได้ยากในแหล่งท่องเที่ยวเขตภาคกลางอื่น ๆ (3.2) กลุ่มอาชีพประมงและความสวยงามของอ่าวประจวบคีรีขันธ์ที่ยังคงสะท้อนให้เห็นถึงการมีชายหาดทะเลที่สวยงามและเงียบสงบ พร้อมกับความอุดมสมบูรณ์ของรายการอาหารทะเลจากวัตถุดิบชั้นนำจำนวนมากที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกรับประทานได้ในทุกพื้นที่ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และด้วยราคาที่หลากหลายขึ้นอยู่กับงบประมาณของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม (3.3) ความหลากหลายของสับปะรดสายพันธุ์ต่าง ๆ ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้กลายเป็นสินค้าส่งออกอีกหนึ่งประเภทที่ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง สับปะรดหอมสุวรรณเป็นชื่อหนึ่งของสายพันธุ์สับปะรดที่มีชื่อ และทำรายได้ให้จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นเงินจำนวนมาก (3.4) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีเรื่องเล่าของอ่าวมะนาว ในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 อ่าวมะนาวเป็นสถานที่ที่ญี่ปุ่นยกพลขึ้นบก และยังมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอีกมากเกี่ยวกับวีรชนคนกล้าทั้งพลเรือนและทหาร

สละชีพเข้าสู่กับกองทัพญี่ปุ่น และ (3.5) เรื่องราวในอดีตของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หากนำมาเรียบเรียง จัดทำเป็นการแสดงแสงสีเสียงจะเพิ่มความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น นำเรื่องราวในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 มีการจัดมุมให้ถ่ายรูปเป็นเครื่องแบบชุดทหารไทย เครื่องแบบชุดทหารญี่ปุ่น จะสร้างความรักชาติให้อนุชนรุ่นหลังอีกด้วย

2. แนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์ตามแนวคิดทฤษฎี 4DNA และการสร้างสัญลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์

การสืบค้นอัตลักษณ์เป็นการกำหนดตำแหน่งทางการแข่งขัน ให้เกิดความแตกต่างจากเขตพื้นที่อื่น ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการผสมผสานองค์ประกอบต่าง ๆ เริ่มต้นตั้งแต่ประวัติความเป็นมา ทำเลที่ตั้ง และทรัพยากรภายในท้องถิ่น การพัฒนาอัตลักษณ์ให้เกิดความชัดเจน ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมตัวแทนภาคประชาชนท้องถิ่นซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็น ผู้ประกอบการ ประชาชนทั่วไป ที่เป็นอาสาสมัครมีความสนใจการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยแจ้งความจำนงกับหอการค้าจังหวัด จาก 4 จังหวัด ได้แก่ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร และประจวบคีรีขันธ์ มีจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักจังหวัดละ 100 คน เพื่อคัดเลือกโครงร่างอัตลักษณ์ที่มีความหลากหลายซับซ้อนตามบริบทของชุมชน ผู้วิจัยสามารถอธิบายเป็นลำดับขั้นตอนการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์ได้ดังนี้

2.1 การกำหนดวงล้อเพื่อการสร้างอัตลักษณ์ตามหลักการ 4 DNA สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาขอบเขตพื้นที่ให้เกิดมูลค่าผ่านมุมมองของภาคประชาชนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในท้องถิ่น โดยใช้พื้นฐานตามแนวคิดทฤษฎีทางการจัดการด้วยการวิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อนทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม บูรณาการร่วมกับการสื่อสารผ่านมุมมองแห่งศิลปะและการออกแบบที่ร่วมสมัยดังภาพที่ 2

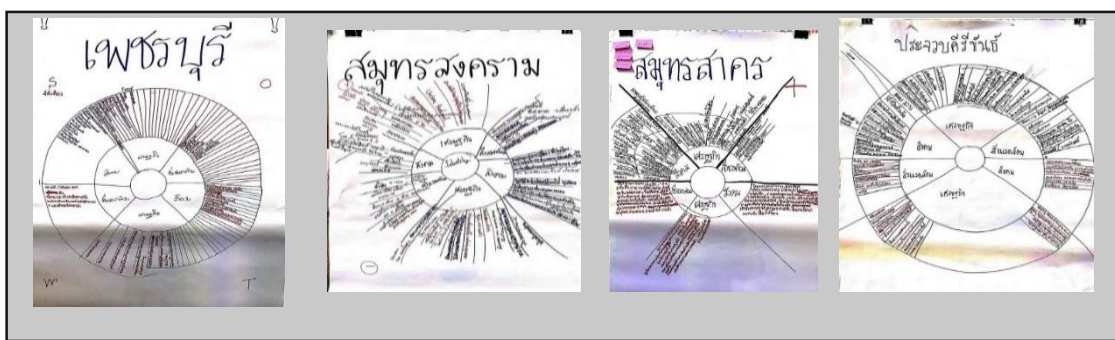


ภาพที่ 2 การวิเคราะห์มิติของอัตลักษณ์ภายในแต่ละขอบเขตพื้นที่

จากภาพที่ 2 อธิบายรูปแบบการวิเคราะห์มิติของอัตลักษณ์ทั้งด้านบวกและลบภายในแต่ละขอบเขตพื้นที่ โดยกำหนดให้เครื่องหมายบวก (+) หมายถึง จุดแข็ง และเครื่องหมายลบ (-) หมายถึง จุดอ่อน โดยสามารถใช้เป็นเครื่องมือเพื่อเพิ่มมูลค่าของทรัพยากรต่าง ๆ ภายในท้องถิ่น ซึ่งใน

ขณะเดียวกันยังสามารถพัฒนาข้อจำกัดที่อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเป็นอยู่ของประชาชนภายในท้องถิ่น

2.2 การดำเนินกิจกรรมด้วยวิธีการระดมสมองจากภาคประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับท้องถิ่น เพื่อสำรวจจุดแข็ง-จุดอ่อนที่เกี่ยวกับขอบเขตพื้นที่ ซึ่งจะต้องอาศัยวิทยากรผู้ดำเนินรายการพร้อมทั้งข้อคำถามกึ่งโครงสร้างปลายเปิด เพื่อนำเอาชุดความคิดต่าง ๆ จากสมาชิกมาบรรจุลงในวงล้อแห่งอัตลักษณ์ตามหลักการ 4DNA ทั้งนี้ สิ่งที่มาจากกิจกรรมการระดมสมองต้องเป็นกลุ่มคำหรือคำสำคัญ ที่บ่งบอกถึงทรัพยากรที่มีความแตกต่างจากเขตพื้นที่อื่น ๆ ลงในแต่ละช่องให้ได้มากที่สุดตามสภาพการณ์จริงตามภาพที่ 3



ภาพที่ 3 การวิเคราะห์ จุดแข็ง-จุดอ่อนตามหลักแนวคิดทฤษฎี 4NDA จากภาคประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

จากภาพที่ 3 อธิบายกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำไปใช้เป็นทางเลือกในการพัฒนาอัตลักษณ์ ซึ่งสามารถเทียบเคียงความคล้ายคลึงกันของคำสำคัญ ที่บ่งบอกถึงความทรัพยากรในมิติต่าง ๆ นอกจากนี้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมการระดมสมองยังสามารถวิเคราะห์อัตลักษณ์ของท้องถิ่นผ่านชื่อของเมืองหรือพื้นที่จังหวัดเพื่อนำมาเป็นข้อมูลสนับสนุนให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

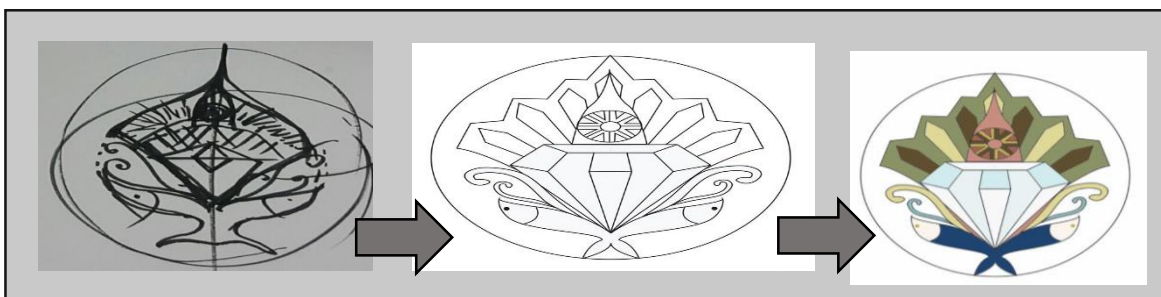
การจำแนกโครงสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดเพชรสมุทรศรีผ่านมุมมองของภาคประชาชนในแต่ละเขตพื้นที่ โดยภาพรวม พบว่า ความสำคัญกับการทรัพยากรทางด้านวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เกี่ยวข้องกับภาคการเกษตร ซึ่งเป็นฉันทมติที่ทุกจังหวัดลงความเห็นไปในทิศทางเดียวกัน และยังเป็นการเชื่อมโยงแนวคิดการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าให้กับชุมชน อีกทั้งยังสามารถสร้างความเป็นหนึ่งเดียวของกลุ่มจังหวัดเพชรสมุทรศรีเพื่อการต่อยอดกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจต่าง ๆ

2.3 การเรียบเรียงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ที่ผ่านการคัดเลือกทรัพยากรแต่ละจังหวัด พร้อมกับการใช้องค์ประกอบของศิลปะเข้ามาผสมผสาน เพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ที่มีรูปร่างรูปทรงที่ชัดเจนส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการรับรู้ โดยทางวิทยากรผู้ดำเนินรายการร่วมกับตัวแทนภาคประชาชนกำหนดรายละเอียดของอัตลักษณ์ภาพรวมด้วยโทนสีและลายเส้นของแต่ละจังหวัดผ่านการตีความจากพื้นที่ฐานทรัพยากรที่เป็นจุดแข็ง สามารถนำเสนอรายละเอียดของสัญลักษณ์ตามลักษณะของโทนสีและลายเส้น ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงรายละเอียดของภาพรวมในแต่ละองค์ประกอบของสัญลักษณ์ตามกลุ่มจังหวัด

องค์ประกอบ ของสัญลักษณ์	เพชรบุรี	สมุทรสงคราม	สมุทรสาคร	ประจวบคีรีขันธ์
โทนสี	1.ขาว	1. สีเงิน 2. ฟ้ายาว	1. น้ำตาล 2. เทา 3. สีฟ้าโคลน	1. เหลือง 2. เขียว
ลายเส้น	ปูนปั้น	1. ร่มหุบ 2. ปลาหู	เบญจรงค์	สัปประรด

จากตารางที่ 1 แสดงรายละเอียดของโทนสีและลายเส้นที่จะใช้ในการกำหนดโครงสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดเพชรสมุทรคีรี ที่มาจากการมีส่วนร่วมของตัวแทนที่ได้รับมอบหมายแต่ละจังหวัด โดยทางจังหวัดเพชรบุรีนำเสนอโทนสีขาวของผลตาลโตนดที่ปลูกเปลือกเรียบบริ้วแล้ว ร่วมกับการเลือกลวดลายปูนปั้นที่มีความละเอียดจากช่างสิบหมู่เป็นตัวแทนของอัตลักษณ์ ในขณะที่จังหวัดสมุทรสาครนำเสนอสีเงินและสีขาวฟ้าจากปลาหูแม่กลองที่มีความโดดเด่นในด้านของลวดลาย นอกจากนี้ความน่าสนใจของโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ ร่มในตลาดร่มหุบผ่านมุมมองจากด้านบนจะปรากฏในลักษณะของวงกลม สามารถนำมาใช้เป็นตัวแทนของลวดลายที่สะท้อนถึงความร่วมสมัย สำหรับจังหวัดสมุทรสาครได้เลือกโทนสีน้ำตาลจากดินโคลน สีเทาจากนาเกลือและเกลือสมุทร สีฟ้าโคลนมาจากสีของกะปิตองโคลน พร้อมกับการคัดเลือกความงดงามปราณีตของลวดลายเบญจรงค์หมู่บ้านดอนไก่อดี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้ใช้สัปประรดที่แสดงถึงสีเหลืองและลวดลายของเปลือกสีเขียวที่ปรากฏในลักษณะของตารางข้อมูล ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 การจัดวางองค์ประกอบของตัวแทนทรัพยากรมิติด้านธรรมชาติและด้านวัฒนธรรมสู่การสร้างสัญลักษณ์ทางเศรษฐกิจกลุ่มจังหวัดเพชรสมุทรคีรี

จากภาพที่ 4 อธิบายวิวัฒนาการขององค์ประกอบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดเพชรสมุทรคีรี ที่มีจุดเริ่มต้นจากลายเส้นปากกาเคมีที่ผ่านฉันทามติของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นตัวแทนภาคประชาชนทั้ง 4 จังหวัด ร่วมกับวิทยากรผู้ดำเนินรายการและทีมงานออกแบบ จากนั้นนำรายละเอียดทั้งหมดไปพัฒนาด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปบนเครื่องคอมพิวเตอร์ พร้อมกับการนำโทนสีจากตารางที่ 1

มาใช้ประกอบการออกแบบในแต่ละส่วนของรูปภาพ รวมทั้งยังเพิ่มเติมโทนสีเข้ม-อ่อนให้รูปภาพมีมิติที่คมชัดสวยงามมากยิ่งขึ้น ซึ่งสัญลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์ที่ผ่านกระบวนการวิจัยสามารถนำไปใช้ต่อยอดทางเศรษฐกิจให้กับกลุ่มผู้ประกอบการในแต่ละจังหวัดต่อไป

3. ข้อจำกัดและอุปสรรคในการพัฒนาอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์

การพัฒนาอัตลักษณ์เป็นการระดมทรัพยากรจากท้องถิ่นที่เป็นจุดแข็ง ร่วมกับแนวคิดจากการศึกษาโอกาสในการพัฒนาขอบเขตพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของเมือง เพื่อสร้างเรื่องราวการนำเสนอรูปแบบใหม่ให้เกิดความน่าสนใจแก่กลุ่มเป้าหมายผู้มาเยือน ซึ่งจะต้องเผชิญกับเงื่อนไขหลากหลายประการทั้งปัจจัยภายในที่ควบคุมได้และปัจจัยภายนอกที่เหนือการควบคุม อาจก่อให้เกิดข้อจำกัดและอุปสรรคในการพัฒนาอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่มีบทบาทแตกต่างกันออกไป ผู้วิจัยได้นำเสนอปัญหาที่ค้นพบตามขอบเขตพื้นที่ดังนี้ 3.1 จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่ได้รับการประสานความร่วมมือจากหน่วยงานของทางรัฐบาลในการปรับภูมิทัศน์และการเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกที่ยังคงไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ ซึ่งประชาชนในท้องถิ่นต้องจัดสรรงบประมาณเพื่อดูแลตนเอง ทั้งนี้ ค่านิยมของประชาชนในจังหวัดเพชรบุรีจำนวนมากยังคงประกอบอาชีพดั้งเดิมและขาดความรู้ในการต่อยอดสินค้าและบริการ 3.2 จังหวัดสมุทรสงคราม แหล่งท่องเที่ยวและศูนย์การเรียนรู้บางแห่งอาจไม่เหมาะสมในการรองรับกลุ่มผู้สูงอายุ รวมถึงขาดสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยให้บริการในแต่ละพื้นที่ เช่น สถานีเชื้อเพลิง ภัตตาคาร ที่พักแรม เป็นต้น 3.3 จังหวัดสมุทรสาคร งานศิลปะหัตถกรรมที่เป็นสินค้าของฝากของที่ระลึกส่งออกบางรายการ ยังไม่สามารถผลิตเพื่อรองรับความต้องการของตลาดในปริมาณมาก 3.4 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีขนาดความยาวของพื้นที่ ทำให้การกระจายได้และความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจยังไม่ครอบคลุมทุกอำเภอ และการกำหนดราคาของสินค้าและบริการของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีความเกี่ยวข้องกับตราสินค้าหรือชื่อเสียงของกิจการจนเกินไป การเพิ่มขึ้นของสถานบันเทิงและกลุ่มธุรกิจสีเทาผิดกฎหมายยังคงกระจายตัวอย่างต่อเนื่อง และการเผชิญปัญหาการจราจรติดขัดของยานพาหนะบนท้องถนนในช่วงเทศกาลสำคัญและวันสุดสัปดาห์ต่อเนื่องของประเทศไทย โดยเฉพาะเขตเทศบาลเมืองหัวหิน อำเภอหัวหิน

อภิปรายผล

การศึกษาและทบทวนอัตลักษณ์ท้องถิ่น ของกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์ ตามบริบทพื้นที่พบว่า ทรัพยากรท้องถิ่นที่สามารถสร้างมูลค่าและพัฒนาเป็นอัตลักษณ์ของแต่ละจังหวัด โดยการประเมินจากมิติทางด้านวัฒนธรรมจะมีความเกี่ยวข้องการประกอบอาชีพทั้งสิ้น รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมยาวนานในแต่ละยุคสมัยของประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1. จังหวัดเพชรบุรี ถูกยกย่องให้เป็นดินแดนแห่งประวัติศาสตร์ที่มีสถาปัตยกรรมจากสมัยอยุธยาที่ยังคงปรากฏให้เห็นในเขตพระราชวังและวัดสำคัญของตัวเมือง นอกจากนี้ ตำนานอาหารและขนมไทยโบราณที่ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวชอบรับประทานเป็นเลิศด้านรสชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดเพชรบุรี 2. จังหวัดสมุทรสงคราม มีผลผลิตบางประเภทสามารถนำไปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูป สามารถนำไปจำหน่ายต่อได้หลากหลายรูปแบบเริ่มตั้งส่วนของไปไปจนถึงผล ในขณะที่กลุ่มสินค้าจากอาชีพประมงยังคงสร้างรายได้ให้แก่จังหวัดอย่างสม่ำเสมอ เช่น ปลาหมึกกล้วย และยังมี

ผู้ประกอบการจำนวนมากที่ตัดสินใจตัดแปลงที่อยู่อาศัยของตนเพื่อเป็นธุรกิจรองรับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โฮมสเตย์ ภัตตาคาร เป็นต้น 3. จังหวัดสมุทรสาคร มีศิลปะหัตถกรรมที่มีเอกลักษณ์จากกลุ่มชาวบ้านที่มีความเข้มแข็งในการรวมกลุ่ม เพื่อสร้างสินค้าที่มีคุณภาพจากพื้นฐานทางความคิดสร้างสรรค์ของชุมชนต้นแบบ ที่คงความดั้งเดิมของเรื่องราวทางประวัติศาสตร์อันยาวนานเข้ามาผสมผสานมิติทางด้านวัฒนธรรมให้มีมูลค่าที่สูงขึ้น 4. จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ วัฒนธรรมและประเพณีแบบผสมผสานไม่สามารถระบุหลักฐานที่แน่ชัดถึงแหล่งที่มา พร้อมกับเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งในปัจจุบันจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ยังเป็นจุดแวะพักของวัตถุดิบหลักนานาประเภทจากท้องทะเลเพื่อใช้ในการประกอบอาหาร จึงมีอาชีพกลุ่มประมงพบเห็นอยู่ในปัจจุบัน สำหรับในบางอำเภอเป็นที่ตั้งของพระราชวังตากอากาศของพระมหากษัตริย์ไทย รวมถึงการเพิ่มจำนวนของแหล่งท่องเที่ยวใหม่และธุรกิจบริการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง การศึกษาและทบทวนอัตลักษณ์ท้องถิ่นของทั้ง 4 จังหวัด สอดคล้องกับแนวคิดของ Wattana (2012) ที่กล่าวว่า วงจรแห่งวัฒนธรรมมีกระบวนการผลิตเกิดขึ้น มีผู้บริโภค และการบริหารจัดการ ทั้งนี้ผ่านการสร้างแสดงตนโดยการสร้างอัตลักษณ์ จากการทบทวนอัตลักษณ์ท้องถิ่นของกลุ่มจังหวัดเพชรบุรีตามบริบทพื้นที่ เป็นผลจากการนำทรัพยากรท้องถิ่นที่สามารถพัฒนาเป็นอัตลักษณ์ของแต่ละจังหวัด โดยการประเมินจากมิติทางด้านวัฒนธรรมมีความเกี่ยวข้องการประกอบอาชีพทั้งสิ้น รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมยาวนาน ในแต่ละยุคสมัยและสอดคล้องกับ งานวิจัยของ Chumphadit & Khunsri (2017) ศึกษาการวิเคราะห์อัตลักษณ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดเชียงราย พบว่า อ.แม่สายมีอัตลักษณ์ เด่นในเรื่องการค้าชายแดนเชียงแสนมีความพิเศษคือ เมืองโบราณ ส่วนเชียงของมีลักษณะเด่น คือ การเป็น 1 เมือง 2 แบบ

แนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์ตามแนวคิดทฤษฎี 4DNA และการสร้างสัญลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดเพชรบุรี พบว่า

การออกแบบอัตลักษณ์ผ่านรูปแบบสัญลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดเพชรบุรี ร่วมกับทีมงานที่นำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานจากแนวคิดทฤษฎี 4DNA เพื่อสร้างสรรค์เป็นรูปร่างของทรัพยากรท้องถิ่นมิติต่าง ๆ ทั้งด้านธรรมชาติและด้านวัฒนธรรม ซึ่งจะนำผลการศึกษาจากกลุ่มของ YEC เข้ามาร่วมกระบวนการตัดสินใจเพื่อนำไปสู่ข้อสรุปของแต่ละจังหวัดมีดังนี้ (1) จังหวัดเพชรบุรี เลือกที่จะใช้เพชรและเขาวังเป็นตัวแทนของสัญลักษณ์ เนื่องจากเพชรเป็นคือย่อแบบไม่เป็นทางการของจังหวัดและเขาวัง คือ สถานที่ท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ที่มีเรื่องราวเกี่ยวพระมหากษัตริย์ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวรู้จักมาช้านาน (2) จังหวัดสมุทรสงคราม เลือกที่จะใช้ปลาทุแม่กลองจากตลาดอัมพวาวัตถุดิบส่งออกของจังหวัดเป็นตัวแทนสัญลักษณ์ (3) จังหวัดสมุทรสาคร เลือกที่จะใช้เกลียวลวดลายของเบญจรงค์หมู่บ้านดอนไก่อี เป็นตัวแทนสัญลักษณ์ เพื่ออธิบายเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากจังหวัดอื่น ๆ และ (4) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เลือกที่จะใช้พืชเศรษฐกิจอันดับหนึ่งของจังหวัดเป็นตัวแทนสัญลักษณ์ โดยองค์ประกอบของการจัดวางสัญลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดเพชรบุรีจากฉันทามติของที่ประชุมกลุ่ม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pinkaew, Khiaomaeng & Wongsingthong (2017) ศึกษาเอกลักษณ์ภาพลักษณ์บุคลิกภาพ จังหวัดนครปฐม พบว่า การระบุเอกลักษณ์ ภาพลักษณ์ บุคลิกภาพ และองค์ประกอบศิลปะตามบริบท ของจังหวัดนครปฐม ทั้ง บริบท เป็นการกำหนดคุณลักษณะ

เชิงรูปธรรมและนามธรรม ที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ หรือจุดเด่นที่สะท้อนให้เห็นลักษณะที่โดดเด่นหรือเข้าถึงสิ่งที่มีอยู่แล้ว ทำให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปเพื่อให้เกิดความประทับใจ

ข้อจำกัดและอุปสรรคในการพัฒนาอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์

1. จังหวัดเพชรบูรณ์ จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐบาลหรือหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการดูแลรักษาทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวกให้คงสภาพอย่างสมบูรณ์ รวมถึงการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งเรียนรู้ศึกษาดูงาน สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ และจุดบริการต่าง ๆ ภายในจังหวัด และค่านิยมของประชาชนในจังหวัดเพชรบูรณ์จำนวนมาก ยังคงประกอบอาชีพดั้งเดิมและขาดความรู้ในการต่อยอดสินค้าและบริการ เพื่อสร้างมูลค่าที่เพิ่มขึ้นในกลุ่มตลาดเป้าหมายใหม่และการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้รับบริการเดิมให้ควบคู่กันไป

2. จังหวัดสมุทรสงคราม การวางผังเมืองดั้งเดิมตามขอบเขตของภูมิศาสตร์ที่ยังคงเป็นปัญหาทางการจราจรของกลุ่มผู้มาเยือน ประกอบกับความห่างไกลของสถานที่แต่ละแห่งไม่ได้ถูกเชื่อมโยงด้วยกิจกรรมที่น่าสนใจ ในขณะที่สถานที่สำคัญของประวัติศาสตร์ในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นไม่ได้ถูกนำมาบอกเล่าหรือนำเสนอให้ประชาชนและผู้มาเยือนเห็นถึงประวัติความและความสำคัญ

3. จังหวัดสมุทรสาคร สำหรับงานศิลปะหัตถกรรมที่เป็นสินค้าของฝากของที่ระลึกส่งออกบางรายการ ยังไม่สามารถผลิตเพื่อรองรับความต้องการของตลาดในปริมาณมาก เช่น เรือสำเภาจีนที่ต้องอาศัยเศษไม้สักเนื้อคุณภาพมีความทนทาน ซึ่งในปัจจุบันกลายเป็นสิ่งของหายากในบางฤดูกาล เนื่องจากช่างฝีมือต้องมีการสร้างสรรค์ลวดลายต่อชิ้น ที่จะต้องใช้ระยะเวลาที่ยาวนาน การเผยแพร่องค์ความรู้และภูมิปัญญาของท้องถิ่นเป็นสิ่งที่ชาวสมุทรสาครไม่ให้ความสำคัญเท่าที่ควร รวมขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณี จึงต้องมีการกำหนดกระบวนการจัดการความรู้สู่คนรุ่นใหม่ในสถานศึกษาของจังหวัดตั้งแต่องานช่างฝีมือแต่ละแขนง

4. จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การกำหนดราคาของสินค้าและบริการของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีความเกี่ยวข้องกับตราสินค้าหรือชื่อเสียงของกิจการจนเกินไป ทำให้เกิดความไม่สมดุลของอุปสงค์และอุปทานในกลุ่มผู้ประกอบการที่มีสินค้าและบริการแบบเดียวกัน รวมถึงขาดความร่วมมือจากภาครัฐบาลในการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าและบริการให้เกิดความเหมาะสม ส่งผลให้สินค้าและบริการของผู้ประกอบการจำนวนมากมีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ที่สั้นลงและสูญหายไปจากพื้นที่ในที่สุด และการเผชิญปัญหาการจราจรติดขัดของยานพาหนะบนท้องถนนในช่วงเทศกาลสำคัญและวันสุดสัปดาห์ต่อเนื่องของประเทศไทย โดยเฉพาะเขตเทศบาลเมืองหัวหิน อำเภอหัวหิน เนื่องจากจุดหมายปลายทางที่ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางเข้ามาเป็นจำนวนมาก เนื่องจากใช้ระยะเวลาในการเดินทางจากกรุงเทพมหานครเพียงแค่ 3 ชั่วโมงเท่านั้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ภาครัฐสร้างความรู้ให้กับผู้ประกอบการกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์ ในการส่งเสริมความรู้ด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศเพื่อนำอัตลักษณ์กลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์ ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

1.2 ภาครัฐเร่งส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว

1.3 ภาครัฐสนับสนุนการท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์ให้มีการจัดประชุมและจัดสัมมนา ให้เป็นที่รู้จักในต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการในกลุ่มเพชรบูรณ์

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษากระบวนการ การสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนเพชรบูรณ์ นำไปเป็นต้นแบบและประยุกต์ใช้กับจังหวัดในภูมิภาคอื่นต่อไป

2.2 ผลการวิจัยที่ค้นพบ แนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์ตามแนวคิดทฤษฎี 4DNA และการสร้างสัญลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์ ที่เป็นรายด้านต่าง ๆ นำมาศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ ที่ส่งผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในกลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อสะท้อนการรับรู้อัตลักษณ์ตราสินค้าในมุมมองนักท่องเที่ยว

References

- Chumphadit, K. & Khunsri, J. (2017). *kān wikhro' attalak phūā phoēm mūnlakhā hai kae laeng thōngthiēo choēng watthanatham nai khēt sēthakit phisēt chāngwat chāng rāi* [Identities Analysis for the Value Added of Cultural Tourism Destinations in Chiang Rai Special Economic Zone]. *Journal of Management Science Chiang Rai Rajabhat University*. 12(2) 121-130.
- Dhanasana, T., Chuntuk, T., & Siriwong, P. (2009). [The Development Indicator to Create Relativity for New Generation Enhance for Operation Plan Reducing Conflict in Business at Diversity Cultural Organization]. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(2), 2172-2189.
- Hirankitti, P., et al. (2014). *phruttkam kānthōngthiēo choēng kasēt khōng nakthōngthiēo chāo Thai* [Agro-Tourism Behavior of Thai Tourists]. *Suthiparithat*. 28 (88) 363-384.
- Kemmis, S., & McTaggart, R. (1988). *The Action Research Reader*. Geelong, Australia: Deakin University Press.
- Ministry of Tourism and Sports. (2018). *rāingān wīchai thāt kānthōngthiēo Thai pī sōngphanhārōjhasipkāo* [Thai Tourism Research Report 2559]. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports.
- Pinkaew, P., khiaomaeng, K., & Wongsingthong, P. (2017). *kānsuksā' ēkkalak phāplak bukkhalikkaphāp chāngwat Nakhōn Pathom* [A Study of the Identity, Image and Personality of Nakhon Pathom Province]. *Journal of Silpakorn University Language Thai*. 37(1), 223-244.

- Treetrong, E, Pangkesorn, A., Tubtimcharoon, N., & Keonil, N. (2014). *setthakit sāngsan: k̄n sānc̄ n̄æn̄æo thāngk̄n ‘ōk b̄æp saph̄p̄wæt̄lōm ph̄ainai rōngr̄æm k̄han̄t lek nai tāng č̄hangwat ph̄uā songsōem sakkayaph̄ap k̄anthōngth̄iēo Thai* [Creative Economy: Suggestions for the Design of Environment in Small Hotels in Upcountry to Promote Thai Tourism Potential]. Research Report Silpakorn University Research and Development.
- Wattana, C. (2012). *k̄nsuks̄a ph̄uā kamnot ‘attalak thanon watthanatham(thanon khon d̄œn) khōng č̄hangwat phitsanulōk* [A Study to Determine the Identity of the Phitsanulok Cultural Street (Walking Street)]. *Journal of Business, Economics and Communications*. 7(2), 271-280.
- Xuto, N. (2008). *k̄nwich̄ai ch̄œng khunnaph̄ap* [Qualitative research]. (4th) Bangkok: Printpro.