

บทที่ 4

ผลการวิจัย/การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษา เรื่อง “การส่งเสริมอัตลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวของหมู่บ้านเสม็ดงาม จังหวัดจันทบุรี” แบ่งออกเป็น 3 ส่วนตามที่วัตถุประสงค์กำหนดได้แก่ 1. เพื่อวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารหมู่บ้านเสม็ดงามในการส่งเสริมการท่องเที่ยว 2. เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ของหมู่บ้านเสม็ดงามที่ใช้ในการส่งเสริม การท่องเที่ยว 3. เพื่อสังเคราะห์แนวทางการสื่อสารในการส่งเสริมอัตลักษณ์ของหมู่บ้านเสม็ดงามเพื่อการท่องเที่ยว

4.1 กระบวนการสื่อสารหมู่บ้านเสม็ดงามเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ในการจัดการประชุมระดมความคิด จัดขึ้นโดยการประสานงานของ คุณศิรินุช สูงสุด พัฒนาชุมชนเมืองจันทบุรี และคุณสุจินต์ สุขสมจิต ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำชุมชนของหมู่บ้านเสม็ดงาม โดยมีการประชุมวางแผนงานสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้นำชุมชนในวันที่ 17 พฤษภาคม 2562

โดยเนื้อหาการจัดการประชุมระดมความคิดจะเกี่ยวข้องกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ อัตลักษณ์ การท่องเที่ยว และการหาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวของหมู่บ้าน ผลการจัดการประชุมระดมความคิด พบว่าในแต่ละครั้ง ผู้ใหญ่บ้าน จะเป็นผู้ประสานงานและคอยกำชับลูกบ้านให้เห็นถึงความสำคัญของกิจกรรมนี้ แจ้งให้เห็นผลประโยชน์ที่ทางหมู่บ้านจะได้รับถ้าร่วมด้วยช่วยกัน ทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมให้ความสนใจ

“...ถือเป็นโอกาสดีที่มีคนมาให้ความรู้และพัฒนาที่ท่องเที่ยวของหมู่บ้านของพวกเรา ให้มีคนมาเที่ยวเยอะๆ ทำให้มีชื่อเสียง พอมีคนเข้ามาเที่ยวเยอะพวกเราก็จะมีรายได้...”

(คุณสุจินต์ สุขสมจิต : ผู้ใหญ่บ้านเสม็ดงาม, สัมภาษณ์ 17 พฤษภาคม 2562)

ทั้งนี้ การพูดคุยระหว่างการประชุมระดมความคิด เป็นการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ ชาวบ้านในชุมชนที่เข้าร่วมมีความกล้าแสดงความคิดเห็น เนื้อหาที่มานำเสนอส่วนใหญ่จะเป็นการยกตัวอย่างอัตลักษณ์ของชุมชนอื่น ๆ ผ่านสื่อ วิดีทัศน์ และ Power Point ซึ่งส่งผลทำให้ผู้เข้าร่วมมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นมาของโครงการ อัตลักษณ์การท่องเที่ยวในหมู่บ้าน และหาข้อดีข้อเสียของหมู่บ้านเพื่อพัฒนาในการหาอัตลักษณ์เป็นการใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกัน ส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้นำชุมชนกับชาวบ้าน ความรู้เกี่ยวกับสถานที่สำคัญต่าง ๆ ในหมู่บ้าน รวมถึงได้ทราบถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในหมู่บ้าน ทำให้เกิดความรู้

4.2 อัตลักษณ์ของหมู่บ้านที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี

อัตลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นจากคนกลุ่มหนึ่งเพื่อผลประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับข้อกับความสัมพันธ์เชิงอำนาจซึ่งหมายความว่าหากใครมีอำนาจมากกว่าก็จะสามารถทำให้อัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นมานั้นตอบสนองความต้องการของตนเอง อีกทั้งยังทำให้คนรับรู้อัตลักษณ์นั้นอย่างรวดเร็วและกว้างขวางมากขึ้น ในกระบวนการสร้างอัตลักษณ์นั้น สามารถที่จะสร้างขึ้นได้ 2 แบบ คือสร้างขึ้นจากการรับรู้ภายในกลุ่มร่วมกันเองและสร้างจากคนภายนอกกลุ่มที่มองเข้ามา (Pitchford,2008)

อัตลักษณ์ของหมู่บ้านเสม็ดงามที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดโดยอาศัยการสื่อสารผ่านอัตลักษณ์ของธุรกิจ หมายถึงการกำหนดรูปแบบหรือการออกแบบซึ่งสามารถถ่ายทอดผ่านองค์ประกอบหลัก ๆ ของธุรกิจได้โดยตรง คือการถ่ายทอดผ่านอัตลักษณ์ของสินค้า (Product Identity) ซึ่งเน้นการที่ออกแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตำแหน่งครองใจ นอกจากนี้ยังถ่ายทอดผ่านอัตลักษณ์ขององค์การ ซึ่งเน้นในเรื่องของรูปทรงอาคาร การตกแต่งสถานที่ บรรยากาศ ป้ายสัญลักษณ์ รวมถึงเครื่องแบบพนักงาน ที่ช่วยสื่อความหมายและสร้างความประทับใจในทิศทางที่ต้องการได้อย่างสอดคล้องกัน โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์อัตลักษณ์หมู่บ้านเสม็ดงาม ตามรูปแบบของ สายใจ ทันการ (2550) ซึ่งได้แบ่งประเภทของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภทคือ

4.2.1 ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกายภาพ หมู่บ้านเสม็ดงาม มีพื้นที่ป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์ อีกทั้งในอนาคตจะรวบรวมพันธ์ไม้ทั่วโลกมาไว้ที่ ป่าชายเลนเสม็ดงาม

4.2.2 ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เป็นภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับความเป็นมาและความเป็นไปของประชาชนในท้องถิ่นนั้น นับว่าเป็นสิ่งที่น่าสนใจเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต้องการไปชม จุดเด่นของหมู่บ้านเสม็ดงาม คือ หมู่บ้านนี้เคยเป็นอู่ต่อเรือของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช สมัยรวบรวมไพร่พล เพื่อตีพม่าในสมัยอยุธยา

4.2.3 ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ เป็นภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับฐานะ รวมทั้งลักษณะของการประกอบอาชีพของคนในแต่ละท้องถิ่นนั้นจึงมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ หมู่บ้านเสม็ดงามเป็นหมู่บ้านชาวสวน และทอเสื่อ ซึ่งการทอเสื่อมีชื่อเสียงและมีลายเสื่อเป็นของตนเอง

“...ของเรที่ดั่งก็เสื่อ มีลายเป็นของตัวเอง จดลิขสิทธิ์แล้วด้วย ชื่อลาย ฉัตรพิมาน...”

(คุณจรินทร์ แวนใส : ผู้นำชุมชน : สัมภาษณ์ 7 มิถุนายน 2562)

4.2.4 ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับสิ่งก่อสร้าง พบว่าหมู่บ้านท่าเสม็ดงาม มีศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินที่สร้างด้วยไม้สักทั้งหลัง และพิพิธภัณฑสถานอุตุที่เก่าประวัตินามเป็นมาของอุตุที่เรือ แต่พิพิธภัณฑสถานขางบประมาณในการดูแล

“...ที่นี้ตอนเปิดแรกแรกก็สวยดี แต่พอนานไป มันเก่า สีซีด กระจกแตก มันชำรุดไป ตามเวลาไม่ค่อยมีงบประมาณมาสนับสนุนในการปรับปรุงซ่อมแซม ก็หวังว่าโครงการนี้น่าจะพอมีงบมาช่วยได้...”

(คุณเสรี จิตมั่น : ผู้นำชุมชน : สัมภาษณ์ 7 มิถุนายน 2562)

4.2.5 ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับพืชพันธุ์และสัตว์ พบว่าหมู่บ้านเสม็ดงามเป็นชาวสวน สวนมะพร้าว สวนมะม่วง ซึ่งมะม่วงที่นี้ปลูกโดยใช้น้ำกร่อยทำให้หวานกว่าที่อื่นและเป็นที่ยูจก

หลังจากได้ข้อมูลทั่วไปแล้ว ทางหมู่บ้านได้ร่วมกันหาอัตลักษณ์หมู่บ้านเสม็ดงามเพื่อการท่องเที่ยว ในด้านของ “ชม ชิม ซุป”

ชม ผลสรุปว่า หมู่บ้านเสม็ดงามได้เลือกการผลิตเสื่อในแต่ละขั้นตอนของการเป็นเสื่อเสม็ดงาม และ ศูนย์ทอเสื่ออยู่ติดกับ อุตุที่เรือ ศาลพระเจ้าตากสินมหาราชอีกด้วย

“...ให้ดูขั้นตอนทอเสื่อเลย สมัยนี้หาดูยาก แต่ที่หมู่บ้านเรามีครบตั้งแต่ต้นจนแปรรูป แล้วนักท่องเที่ยวยังเดินไปไหว้ศาลพระเจ้าตากได้อีกเกียะ...”

(คุณสะอาด เกษมกิต : ผู้นำชุมชน : สัมภาษณ์ 7 มิถุนายน 2562)

ชิม ผลสรุปว่า ชิมมะม่วงเสม็ดงาม ที่หวานอร่อย แต่เพิ่มมูลค่าด้วยการให้ชิม ข้าวเหนียวมะม่วงในรูปแบบ ชูชิมมะม่วง เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยว

“...มะม่วงที่นี้ ใช้น้ำกร่อย เพราะหมู่บ้านเราเป็นเกาะมีแม่น้ำล้อมรอบ ไม่เชื่อก็ลองคิดดูว่า เกือบครึ่งหมู่บ้านเป็นเบาหวาน เป็นจริง จริง แต่มะม่วงของเราก็อร่อยหวานจริง...”

(คุณสุจินต์ สุขสมจิต : ผู้ใหญ่บ้านเสม็ดงาม : 7 มิถุนายน 2562)

ซูป ผลสรุปว่า เป็นผลิตภัณฑ์จากเสื่อ เช่น ที่รองแก้ว กระจเป่า รองเท้า ที่มีการออกแบบให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งเมื่อนักท่องเที่ยวได้ชมวิธีการผลิต อาจส่งผลให้อยากได้กลับไปเป็นที่ระลึก

“...ก็เอาของจากเสื้อเป็นหลัก แล้วเอาอย่างอื่นเสริม เสื้อเราทันสมัย วิทยาลัยครุรำไพ มาช่วยเราเรื่อย...”

(คุณสุจินต์ สุขสมจิต : ผู้ใหญ่บ้านเสม็ดงาม : สัมภาษณ์ 7 มิถุนายน 2562)

4.3 แนวทางการสื่อสารในการส่งเสริมอัตลักษณ์ของหมู่บ้านเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี

เมื่อได้ผลการหาอัตลักษณ์ของหมู่บ้าน ในการประชุมระดมความคิดและการสัมภาษณ์เชิงลึกทางผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ โดยสื่อสารผ่านทาง Logo ซึ่งในตอนแรกชุมชนหมู่บ้านเสม็ดงามมีแนวคิด ที่อยากได้ของทุกอย่างที่เป็นอัตลักษณ์ลงใน Logo

“...ใน Logo เราต้องใส่ให้ครบจะได้ขายของได้ ถ้าใส่น้อยเดี๋ยวนักท่องเที่ยวไม่รู้ว่ามีของดีเยอะ...”

(คุณมานัส พาธิวัช : ผู้นำชุมชน : สัมภาษณ์ 21 มิถุนายน 2562)

ทั้งนี้เมื่อได้เรียนรู้ ทำความเข้าใจเกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ได้มีแนวคิดเกี่ยวกับ Logo หมู่บ้านเสม็ดงาม โดยการนำอัตลักษณ์ของหมู่บ้านมาออกแบบเป็น Logo โทนสี เป็นสี สีแดง ดำ แสดงถึงสีของเสื้อ ที่เป็นเอกลักษณ์ของหมู่บ้านเสม็ดงาม

“..เอาเสื้อเลย เสื้อที่บ้านเราทำได้ทำถวาย สมเด็จพระนางเจ้ารำไพอีกด้วย...”

(คุณสะอาด เกษมกิต : ผู้นำชุมชน : สัมภาษณ์ 21 มิถุนายน 2562)

“...สีขอเป็น สีแดงนะคะ เพราะว่ามันเป็นสีของเสื้อของเรา เดี่ยวจะรอดูค่ะ...”

(คุณเสรี จิตมั่น : ผู้นำชุมชน : สัมภาษณ์ 21 มิถุนายน 2562)

หลังจากที่ได้ประชุมระดมความคิดและสัมภาษณ์เชิงลึกในเรื่องการทำ Logo ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ Logo เพื่อการสื่อสารในการส่งเสริมอัตลักษณ์ของหมู่บ้านเสม็ดงามเพื่อการท่องเที่ยว

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ภาพที่ 4.1 แสดง Logo หมู่บ้านเสม็ดงาม ครั้งที่ 1



ลวดลายที่ 1 เป็นลักษณะของเรือใบ ที่เปรียบเสมือน เรือที่ต่อที่ต่อเรือสมเด็จพระเจ้าตากสิน ซึ่งเป็นสถานที่ที่เป็นจุดเด่นของหมู่บ้านและเป็นทีเคารพรับถือของชาวบ้านในหมู่บ้านเสม็ดงาม และยังแทนตำแหน่งของ ไม้ไต้คู้ อีกด้วย

ลวดลายที่ 2 เป็นลายเส้นโค้งเบา เบา ซ้อนกัน 2 ชั้น เพื่อแสดงให้ความรู้สึกเหมือนกับว่าเรือมีการเคลื่อนไหว อีกทั้งหมู่บ้านเสม็ดงามเป็นหมู่บ้านที่มีแม่น้ำล้อมรอบ

ลวดลายที่ 3 เป็นช่องสี่ดำ แดง สลับกัน แสดงถึงเส้น กก ที่ขัดกันไปมาจน ออกมาเป็นเรือเสม็ดงาม และเพิ่มมิติให้โค้งเว้า เพื่อให้ดูทันสมัยและสอดคล้องกับชื่อเสม็ดงาม

บ้านเสม็ดงาม วิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

รูปแบบตัวอักษร ผู้วิจัยใช้ รูปแบบอักษร can jaew เนื่องจากเป็นรูปแบบอักษรที่ดูแล้วให้ความรู้สึกเป็นกันเอง ไม่เป็นทางการ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวหรือผู้รับสารเข้าถึงได้ง่าย และยังมีลักษณะคล้ายกับรากของต้นไม้ในป่าชายเลนของหมู่บ้านเสม็ดงามอีกด้วย

โทนสี ผู้วิจัยได้เลือกสีแดง ดำ เนื่องจากเป็นสีที่ใช้ในการทำเสื้อในสมัยโบราณ และยังเป็นสีที่ดึงดูดสายต่านักท่องเที่ยวได้ง่าย

หลังจากที่ผู้วิจัยได้นำเสนอ Logo เพื่อเป็นแนวทางการสื่อสารในการส่งเสริมอัตลักษณ์ของหมู่บ้านเสม็ดงามเพื่อการท่องเที่ยว และได้พัฒนามาเป็น Logo หมู่บ้านเสม็ดงาม ครั้งที่ 2

ภาพที่ 4.2 แสดง Logo หมู่บ้านเสม็ดงาม ครั้งที่ 2



ใน Logo เพื่อเป็นแนวทางการสื่อสารในการส่งเสริมอัตลักษณ์ของหมู่บ้านเสม็ดงามเพื่อการท่องเที่ยว ครั้งที่ 2 ผู้วิจัยได้ เพิ่ม ลวดลาย ที่มีลักษณะเป็นรูปมะม่วง



ลวดลายมะม่วง เพื่อบ่งบอกถึงผลไม้ที่เป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญของหมู่บ้านเสม็ดงาม มะม่วงที่เป็นจุดเด่น หอม หวาน ไม่เหมือนที่อื่น

“...มะม่วง มะม่วง หายไป ขอมะม่วงด้วย นี่ถ้าไม่มีมะม่วง ก็ไม่ใช่เสม็ดงาม...”

(คุณสุจินต์ สุขสมจิต : ผู้ใหญ่บ้านเสม็ดงาม : สัมภาษณ์ 21 มิถุนายน 2562)

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี