

อพท.4 รุกเสริมแกร่งแบรนด์ “มรดกพระร่วง” เปิด ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 4+1 พร้อมมุ่งเน้นการ ถ่ายทอดอัตลักษณ์สุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย-กำแพงเพชร



องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน-อพท. (องค์การมหาชน) โดยสำนักงานพื้นที่พิเศษ อุทยานประวัติศาสตร์ สุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย-กำแพงเพชร(อพท.4) เดินหน้าเสริมฐานรากความแข็งแกร่งขับเคลื่อนแบรนด์ “มรดกพระร่วง” มุ่งเน้นการสร้างจุดสัมผัส (Touch Point) ถ่ายทอดเรื่องราวสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศ เพื่อสร้างจุดขายและร่วมกระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวในพื้นที่สุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย-กำแพงเพชรให้เติบโตอย่างยั่งยืน

อพท. ได้สำรวจพฤติกรรมเชิงลึกของนักท่องเที่ยวปัจจุบัน พบว่า “นักท่องเที่ยวบางกลุ่มไม่ทราบว่ามาที่นี่ต้องซื้ออะไร บางกลุ่มที่รู้ว่าซื้ออะไรแต่ไม่รู้ว่าจะซื้อที่ไหน หรือรู้สึกว่าจะดี แต่ราคาแพง จึงซื้อของชิ้นเล็กๆ ไปแทน” อพท. จึงได้เข้ามาเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย สินค้าที่ระลึกในพื้นที่เพื่อให้ตอบโจทย์นักท่องเที่ยว ด้วยการส่งเสริมการพัฒนาทั้งรูปลักษณ์ ประโยชน์ใช้สอย และภาพลักษณ์ ให้สินค้าที่ระลึกนั้นสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในด้านราคาให้กับตัวสินค้าได้ พร้อมๆ กับการเป็นสื่อบอกเล่าคุณค่าเรื่องราวมรดกพระร่วงและประสบการณ์การท่องเที่ยว

โดยในปีนี้ได้มีการจัดตั้งจุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบรนด์ “มรดกพระร่วง” 4+1 แห่ง ประกอบด้วย 1)จังหวัดกำแพงเพชร 1 แห่ง ณ ศูนย์บริการข้อมูลในอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร 2) อำเภอศรีสัชชนาลัย จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ บ้านทองสมสมัย ร้านต่อเงินต่อทอง ร้านสุนทรียผ้าไทย และที่อำเภอเมืองสุโขทัยจะเป็นร้านสัญจรในงานเทศกาลต่างๆ

ทั้งนี้ อพท. ได้ตั้งเป้าหมาย “แบรนด์มรดกพระร่วง” ให้เป็นที่รู้จักและรับรู้ในหมู่นักท่องเที่ยวด้านการเป็นเมืองท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านประวัติศาสตร์ และมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่สัมผัสได้ถึงมรดกวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของเมืองสุโขทัย ศรีสัชชนาลัย และกำแพงเพชร

ในกระบวนการสื่อสารสร้างการรับรู้ถึงแบรนด์มรดกพระร่วงนั้น จำเป็นต้องสร้างTouch Point หรือจุดสัมผัสต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้และซึมซับ ซึ่งการพัฒนาสินค้าของฝากของที่ระลึกเป็นหนึ่งในกลยุทธ์การสร้างแบรนด์เพื่อการเข้าถึงมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนั้น จึงได้มีการพัฒนาสินค้าให้มีความร่วมสมัยแต่สะท้อนถึงศิลป

วัฒนธรรมแห่งเมืองพระร่วงที่สืบทอดยาวนานกว่า 700 ปี กลุ่มผู้ผลิตและประกอบการในพื้นที่ที่สามารถนำทุน วัฒนธรรมหรือมรดกจากพระร่วงมาใช้ในการต่อยอดสร้างสรรค์เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้ขณะเดียวกันก็สามารถ รองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่

การพัฒนาสินค้าที่ระลึกอพท. ได้ดำเนินการพัฒนาภายใต้ “แบรนด์มรดกพระร่วง” เปิดตัวครั้งแรกเมื่อเดือน กันยายน 2558 ด้วยคอลเลคชันชุด “เสน่ห์ที่ซ่อนเร้น” ผ่านงานสังคโลก เครื่องเงิน-ทอง ผ้าทอ และพุทธศิลป์ และ ในปี 2560 เปิดตัวในคอลเลคชันชุด “อุดมสุข” สื่อแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรแห่งอาณาจักรสุโขทัย “ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว” ลวดลายของชิ้นงานส่วนใหญ่ปรากฏเป็นตัวปลา ตัวนก อักษรลายสือไท ดอกไม้ และ ความเชื่อความศรัทธาในศาสนา ทั้งเครื่องประดับ ของใช้บนโต๊ะอาหาร ของตกแต่งบ้าน เสื้อยืด กระเป๋า กล้องไม้สัก ฯลฯ

อพท. ได้เชื่อมโยงช่องทางการตลาดสนับสนุนให้มีการจัดตั้งจุดจำหน่ายสินค้าแบรนด์ เพื่อถ่ายทอดเรื่องราว ประสบการณ์ที่ดีสู่กลุ่มนักท่องเที่ยว ปัจจุบันนี้มีผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการที่ผ่านการคัดเลือกและร่วมพัฒนา มาด้วยกันตลอด 2 ปี จำนวน 18 ราย รวมกลุ่มกันเป็นสมาชิกด้วยความสมัครใจที่จะทดลองผลิตสินค้านำมาฝาก ขายในจุดจำหน่ายสินค้าที่ระลึกแบรนด์มรดกพระร่วง โดยยึดหลักกิจการเพื่อสังคม หรือ Social Enterprise ลดการ ฟังฟังจากหน่วยงานภาครัฐ และมีได้มุ่งหวังกำไรสูงสุดเป็นการเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน โดยรายได้หลังหักต้นทุน คืนไปให้ผู้ผลิตแล้ว จะมีส่วนต่าง 25% โดยผู้จำหน่ายจะได้รับ 20% และอีก 5% จะเป็นเงินกองกลางสำหรับใช้ใน กิจกรรมประชาสัมพันธ์สินค้าและเพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ร่วมกัน

ทั้งนี้ อพท. ตั้งเป้าว่า “แบรนด์มรดกพระร่วง” จะเป็นที่รู้จักและรับรู้ โดย อพท. ในฐานะผู้ผลักดัน และขับเคลื่อน การสร้างแบรนด์แหล่งท่องเที่ยว (Destination Brand) ร่วมกับคนในท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังคาดหวังว่าการพัฒนาสินค้าที่ระลึกนี้จะนำมาซึ่งการต่อยอดไอเดียสร้างสรรค์ใหม่ๆ ไปยังกลุ่มคนรุ่น ใหม่ได้ผลิตสินค้าที่มีอัตลักษณ์และความหลากหลาย เพื่อจำหน่ายให้แพร่หลายมากขึ้นต่อไป

ติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม: คุณสุรางคนางค์ พ่วงแผน เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ อพท.4 โทร.083-4888733