

การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดยะลา

The Study of Community Identity for Develop Tourism in Yala Province

วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล^{1*}, นุกูล ชื่นฟัก² ชัชพงศ์ เพชรกล้า³ ชนะ แซ่อู่⁴ และ อีรฟาน ดาปะ⁵

Woraluck Lalitsasivimol^{1*} Nukool Chinful² Chatchaphong Phetkla³ Chana Saeau⁴ and Irafan Dapa⁵

วันที่รับบทความ : 29/11/2564

วันแก้ไขบทความ : 02/03/2565

วันที่ตอบรับบทความ : 07/03/2565

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัย 1) เพื่อศึกษารูปแบบอัตลักษณ์ทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญา สถาปัตยกรรมของชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดยะลา และ 2) เพื่อเพิ่มคุณค่าของอัตลักษณ์ การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นมูลค่าด้านการท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายในการดำเนินการวิจัย มี 3 ชุมชนใน จังหวัดยะลา คือ 1) ชุมชนบ้านหน้าถ้ำ ตำบลหน้าถ้ำ 2) ชุมชนบ้านจุฬาภรณ์พัฒนา 9 ตำบลแม่หวาด และ 3) ชุมชนอาซ่อง ตำบลอาซ่อง การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ในการ ค้นหาอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดยะลา ใช้กระบวนการสัมภาษณ์และสนทนา กลุ่มย่อย กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จาก 3 ชุมชนในจังหวัดยะลา หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และนักวิชาการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีการใช้แบบสัมภาษณ์และการสนทนางroup เป็นเครื่องมือ ในการค้นหารูปแบบอัตลักษณ์ชุมชน จากนั้นดำเนินการเพิ่มคุณค่า อัตลักษณ์การ ท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เป็นมูลค่าทางการท่องเที่ยว ผลการศึกษา พบว่า 1) ชุมชนบ้านหน้าถ้ำ ต้องการอัตลักษณ์ที่แสดงถึงเรื่องราวเชื่อมโยงกับวัดคูหาภิมุข คือ ถ้ำมิด ด้วยชุมชนบ้านหน้าถ้ำ ตัดสินใจ จัดทำเป็นแผนที่ท่องเที่ยวภายในถ้ำมิด และกำหนดอัตราค่าธรรมเนียม แบ่งเป็น 3 ระยะ คือ ระยะสั้น 100 เมตร ระยะกลาง 400 เมตร และระยะไกล 800 เมตร และแบ่งการเก็บค่าบริการตามระยะทาง 2) ชุมชนบ้านจุฬาภรณ์พัฒนา 9 ต้องการอัตลักษณ์ที่แสดงถึงเรื่องราว วิถีชีวิตการแต่งกาย ที่คงความเป็น วิถีดั้งเดิม แต่นำมาสร้างเป็นจุดขายใหม่ คือ การแสดงชุดคอมมิวนิสต์มาลายา ชุมชนบ้านจุฬาภรณ์ พัฒนา 9 ดำเนินการเพิ่มชุดการแสดงชุดคอมมิวนิสต์มาลายาในโปรแกรมการท่องเที่ยว มีบริการให้เช่าชุด เพื่อถ่ายรูป ขายของที่ระลึก คือ หมวกคอมมิวนิสต์มาลายา และ 3) ชุมชนอาซ่อง ต้องการอัตลักษณ์ที่

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
Assistant Professor Dr., Doctor of Philosophy in Business Administration Program, Hatyai Business School, Hatyai University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
Assistant Professor Dr., Faculty of Political Science, Hatyai University

³ ชุมชนบ้านหน้าถ้ำ จังหวัดยะลา
Ban Na Tham Community, Yala Province

⁴ ชุมชนบ้านจุฬาภรณ์พัฒนา 9 จังหวัดยะลา
Ban Chulabhorn Phatthana 9 Community, Yala Province

⁵ ชุมชนอาซ่อง จังหวัดยะลา
Asong Community, Yala Province

* Corresponding author: E-mail address: woraluck@hu.ac.th

แสดงถึงวัฒนธรรมปันจักสีลัต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อให้เป็นสินค้าที่แสดงถึงวัฒนธรรมสีลัต และเป็นสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวได้ด้วย คือ กระเป๋า ในส่วนของการเพิ่มคุณค่าอัตลักษณ์ของชุมชนอาซ่อง ได้ถ่ายทอดการแสดงวัฒนธรรมปันจักสีลัตบนผืนผ้า เพื่อจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ กระเป๋าผ้าลายสีลัต ภายใต้แบรนด์ Sureeya ชุมชนอาซ่อง ผลการศึกษานี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์นำไปสู่การกำหนดแนวทางการพัฒนาและมาตรการในการรองรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาในการรองรับการท่องเที่ยวในอนาคต

คำสำคัญ : อัตลักษณ์ชุมชน, การพัฒนาการท่องเที่ยว, ยะลา

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the patterns of natural identity, culture, and wisdom, and architecture; and 2) to increase the value of community-based tourism as an identity. The target groups for this research were three communities in Yala Province: 1) Ban Na Tham Community, Na Tham Sub-district; 2) Ban Chulabhorn Phatthana 9 Community, Mae Wad Sub-district; and 3) Asong Community, Asong Subdistrict. Participation action research in finding community identity for tourism development in Yala Province used interviews and small group discussions with key figures from three communities in Yala provincial government agencies, private sectors, tour operators and related academics. An interview form was used to analyze urgent issues of the community, and small group discussions were utilized to find community identity patterns. Then the study proceeded to increase the value of community-based tourism. The results found that 1) the Ban Na Tham community wanted an identity that shows a story connected with Wat Khuha Phimuk, known for its dark cave. With the Ban Na Tham Community, it was decided that a travel map should be prepared for exploring the dark cave, and that the admission rate should be determined according to the distance explored, namely a short distance option of 100 meters, a medium distance option at 400 meters, and the longest at 800 meters. 2) The Ban Chulabhorn Phatthana 9 Community desired an identity that represents stories, ways of life, and dress that maintains traditions, but to also create a new selling point, namely around the Malaya Communist Costume Show. The Chulabhorn Phatthana 9 community proceeded to add a communist Malaya show set and a medicine in tourism program. A rental service for photo shoots was introduced, and new souvenirs on sale, namely communist Malaya hats. and 3) The brothel Asong community, under the brand Sureeya, produced a new product, a Silat pattern bag conveying the cultural performance of Pancak Silat. With regards to community product development, this community wanted a product that represents the Silat culture, so as a souvenir product, bags were selected as being the most suitable. The results of this study can be utilized to formulate development guidelines and measures to support community-based tourism effectively. This will promote, develop, and support tourism in the future.

Keywords: Community Identity, Tourism Development, Yala

บทนำ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560 – 2579) ภายใต้แผนย่อยประเด็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม การสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม ผสานกับจุดแข็งในด้านความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต เพื่อสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่ตอบสนองพฤติกรรมความต้องการนักท่องเที่ยว และสร้างทางเลือก ของประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว ประเทศไทยตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะกลไกหลักในการช่วยขับเคลื่อน เศรษฐกิจของประเทศ โดยในปี 2560 การท่องเที่ยวของไทยสามารถสร้างรายได้กว่า 2.75 ล้านล้านบาท และมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (Travel and Tourism Competitiveness Index) อยู่ในอันดับที่ 34 จาก 136 ประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมาของไทย สามารถเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามสภาวะการณ์โลกและพฤติกรรมของผู้บริโภค อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจึงต้องมีการปรับตัวตามกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงไป และวางแผนการพัฒนา ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพื่อรักษาและพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศ องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ ได้คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ.2573 จะมีนักท่องเที่ยว เดินทางทั่วโลก 1.8 พันล้านคน หรือขยายตัวในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 3.3 ต่อปี จึงนับเป็นโอกาสที่ดีของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยในการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยการแสวงหาสินค้าและบริการท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่ไทยมีศักยภาพ มีความหลากหลาย และกระจายอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ (Ministry of Tourism and Sports ,2013)

จังหวัดยะลา คือจังหวัดใต้สุดของแผ่นดินไทยมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายประเภท ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วิถีวัฒนธรรม และธรรมชาติ ที่ล้วนมีเอกลักษณ์ น่าค้นหา เฉพาะในส่วนของตัวเมืองยะลานั้นได้รับการกล่าวขานว่ามีการวางผังเมืองเป็นระเบียบเรียบร้อยและสวยงาม ถนนหนทางกว้างขวางนำไปเที่ยวชม นอกจากสถานที่ท่องเที่ยวมากมายหลายสไตล์แล้ว ยะลา ยังมีความน่าสนใจตรงที่เป็นจังหวัดที่ผสมผสานวิถีชีวิตของชาวไทยพุทธ ไทยมุสลิม และชาวไทยจีนไว้ด้วยกันได้ และมีความสัมพันธ์อันยาวนาน ลักษณะบ้านเรือนและวิถีความเชื่อที่แตกต่างนั้น ทำให้ยะลาเป็นจุดหมายที่เหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับนักท่องเที่ยวที่รักการเรียนรู้วิถีชีวิตของผู้คน จากการศึกษาองค์ประกอบสินค้าทางการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวโดยชุมชนใน 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (สตูล สงขลา ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส) ของ Chaiyakot, Pattano and Hattayanon (2018) ได้แสดงให้เห็นถึง ชุมชนใน 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (สตูล สงขลา ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส) เป็นเมืองชายแดนมีพื้นที่ติดกับ 4 รัฐของประเทศมาเลเซีย เปอร์ลีส เคดาห์ เปรัก และกลันตัน มีด่านชายแดนที่เปิดให้บริการนักท่องเที่ยว 9 ด่าน ประกอบด้วย ด้านสะเดา ด้านปาดังเบซาร์ และด้านบ้านประกอบ จังหวัดสงขลา ด้านตำมะลัง และด้านวังประจัน จังหวัดสตูล ด้านเบตง จังหวัดยะลา ด้านตากใบ ด้านสุไหงโกลก และด้านบูเก๊ะตา จังหวัดนราธิวาส ด้านเหล่านี้เพื่ออำนวยความสะดวกด้านการค้า การเดินทาง และการท่องเที่ยว ในเชิงภูมิประเทศ พบว่า 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ประกอบด้วย 3 ทะเล อ่าวไทย ทะเลสาบสงขลา และทะเลฝั่งอันดามัน 3 น้ำ คือ น้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม และ 3

วัฒนธรรม ได้แก่ ไทยพุทธ ไทยมุสลิม และพี่น้องชาวไทยเชื้อสายจีน ด้วยความหลากหลายที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นสินค้าด้านการท่องเที่ยว ซึ่งได้รับการอนุรักษ์ พื้นฟู สืบทอดมาสู่รุ่นต่อรุ่น

จากความรุนแรงของสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ส่งผลต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดยะลา ทำให้แหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนต้องปิดบริการ ส่งผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และคุณภาพชีวิตของประชาชน และจากการประชุมเพื่อพัฒนาโจทย์วิจัยร่วมกับชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดยะลา คือ ชุมชนบ้านหน้าถ้ำ ชุมชนบ้านจุฬาภรณ์พัฒนา 9 และชุมชนอาซ่อง พบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหน้าถ้ำ ส่วนใหญ่เป็นบทบาทหน่วยงานราชการในการกำกับดูแล โดยขาดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน สิ่งที่ชุมชนต้องการ คือ การรวมตัวของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้มีเอกลักษณ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวให้เกิดความสนใจ กิจกรรมที่สามารถเชื่อมโยงกับถ้ำมิดได้ การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านจุฬาภรณ์พัฒนา 9 ชุมชนมีความต้องการเพิ่มกิจกรรมทางการท่องเที่ยวจากที่มีอยู่ในชุมชนให้เกิดมูลค่าและเป็น อัตลักษณ์ชุมชน เช่น กิจกรรมประวัติศาสตร์คอมมิวนิสต์มาลายา เป็นต้น และการท่องเที่ยวโดยชุมชนอาซ่อง เกิดขึ้นจากการรวมกลุ่มของชาวบ้าน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน องค์การบริหารส่วนตำบลอาซ่อง ความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนที่สร้างอัตลักษณ์บนสินค้าการท่องเที่ยวที่แสดงถึงวัฒนธรรมในพื้นที่ชุมชนอาซ่อง เช่น การแสดงป็นจักสีลัต

ดังนั้น คณะนักวิจัยจึงมีความประสงค์ศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดยะลา ให้เป็นไปตามความต้องการของชุมชนและสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดยะลา พ.ศ.2561-2565 ในเรื่องของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประเพณีและวัฒนธรรม รวมถึงนโยบายการส่งเสริมด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวและสร้างความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยให้รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และเป็นการรองรับเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบอัตลักษณ์ทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและภูมิปัญญา สถาปัตยกรรมของชุมชนท่องเที่ยว 3 ชุมชนในจังหวัดยะลา
2. เพื่อเพิ่มคุณค่าของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นมูลค่าด้านการท่องเที่ยว

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว

1.1 ความสำคัญของอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว

จากการสังเคราะห์แนวคิดจาก Stryker (1968), Katheryn Woodward (1997 as cited in Fuengfusakul, 2003) ทำให้เห็นความสำคัญของการกำหนดอัตลักษณ์ ผ่านรูปแบบวิถีชีวิต ชุมชน ศิลปะ วรรณศิลป์ จิตรกรรม วัฒนธรรม ประเพณี และผ่านความหมายอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Identity) จากวงจรแห่งวัฒนธรรม ซึ่ง Wattana (2012) กล่าวว่า วงจรแห่งวัฒนธรรม มีกระบวนการถูกผลิต (Produced) ให้เกิดขึ้นสามารถถูกบริโภค (Consumed) และถูกควบคุมจัดการ (Regulated) อยู่ในวัฒนธรรม ทั้งนี้การสร้างควมหมายต่าง ๆ ผ่านระบบการสร้างภาพตัวแทน (Symbolic System of Representation) ที่เกี่ยวกับตำแหน่งอัตลักษณ์อันหลากหลายที่เลือกใช้หรือนำมาสร้างอัตลักษณ์ และหากจะมีการกำหนดอัตลักษณ์ชุมชน ตามความหมายของอัต

ลักษณะ ได้หมายความว่ารวมถึง ความเป็นตัวตนที่มีลักษณะเฉพาะของชุมชน เช่น วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ความเชื่อ ศิลปะ อาชีพ การแต่งกาย เป็นต้น

1.2 ความหมายของอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว

อัตลักษณ์ชุมชน หมายถึง ตัวตนและอัตลักษณ์ร่วมของสมาชิกในชุมชนที่ผ่านกระบวนการยอมรับภายในกลุ่ม เป็นความพยายาม ความต้องการหรือประสบการณ์ในการแก้ไขปัญหา ร่วมกัน ซึ่งอัตลักษณ์ของชุมชนถือว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่าและเป็นสิ่งที่มีศักยภาพที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาชุมชนได้อย่างมาก อัตลักษณ์ของชุมชนอาจแสดงออกมาทางศิลปะ วัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นตัวบ่งชี้ถึงลักษณะเฉพาะที่พิเศษทั้งประเด็นของรูปแบบเนื้อหาของสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมาบนพื้นฐานของภูมิปัญญาและการแก้ปัญหาต่าง ๆ อันเกิดจากกระบวนการทางสังคม และเมื่อมีอัตลักษณ์เฉพาะและชัดเจนมาจวบจนกระทั่งระยะเวลาหนึ่งแล้วอาจเกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่รูปแบบใหม่ได้ซึ่งมีสาเหตุมาจากการตกผลึกแล้วของอัตลักษณ์ ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับตัวสังคมเป็นกระแสหลักด้วย (Sriboonnak, 2007) ดังนั้น รูปแบบของอัตลักษณ์ชุมชน สามารถจำแนกได้ ดังนี้

อัตลักษณ์ทางธรรมชาติ แสดงถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติทั้งด้านชีวภาพและกายภาพ มีความสวยงามโดดเด่น เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการศึกษารเรียนรู้ธรรมชาติ

อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา แสดงถึง การเรียนรู้และยอมรับ ประเพณี วัฒนธรรม มรดกด้านภาษา ศาสนา ที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ รวมทั้งสุนทรียศาสตร์ทางสังคม วัฒนธรรม โดยปกติคนจะยึดตามความเชื่อค่านิยม บรรทัดฐานและการปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมของตนเองและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมนั้น

อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม แสดงถึง ความสัมพันธ์ระหว่าง สถานที่และสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์เพื่อหาคุณลักษณะที่แท้จริงของสถานที่ในลักษณะความสัมพันธ์ทั้งโครงสร้างทางกายภาพ ระบบกิจกรรมบนพื้นที่ และสัญลักษณ์ของสถานที่

อย่างไรก็ตาม ด้วยความที่ อัตลักษณ์ของชุมชนมักเป็นสิ่งที่มีความชัดเจนในลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมในชุมชนที่ก่อตัวขึ้นมา ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง นั้นสามารถนำมาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะมาท่องเที่ยวในชุมชนนั้น ๆ ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิต นำไปสู่การพัฒนาในด้านต่าง ๆ ให้มีความโดดเด่น น่าสนใจ อันเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถบ่งบอกความเป็นตัวตนของชุมชนเกิดการพัฒนาควบคู่ไปกับการคำนึงถึงรากเหง้าทางวัฒนธรรม ทำให้สามารถนำมาใช้เป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการจดจำและเกิดความประทับใจ และทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นมีจุดขายที่ไม่เหมือนใคร

2. แนวคิดเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าสินค้า

2.1 ความสำคัญของการเพิ่มมูลค่าสินค้า

มูลค่าเพิ่ม สามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ จำต้องได้ และจำต้องไม่ได้ โดยที่ จำต้องได้ คือ การเพิ่มที่ตัวผลิตภัณฑ์ให้เหนือจากมาตรฐานทั่วไป มีการเปลี่ยนแปลงตาม กาลเวลา และไม่ยั่งยืน อีกทั้งยังสามารถลอกเลียนแบบได้ (McCracken, 1993) ส่วนสิ่งที่จำต้องไม่ได้ คือ การบริการหรือการสร้างแบรนด์ (Branding) ซึ่งเป็นที่ยั่งยืน สร้างภาพลักษณ์ให้กับธุรกิจ และ สร้างความสำเร็จได้ในระยะยาว (Doyle, 1990)

2.2 ความหมายของการเพิ่มมูลค่า

ความหมายการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added Creation) มีนักวิชาการหลายท่าน (Sunthornjaraennon, 2017; Charoen & Phungamngoen, 2016) ได้ให้ความหมายของ การเพิ่ม

มูลค่า ใต้ดังนี้ Sunthornjaraennon (2017) ได้กล่าวว่า การเพิ่มมูลค่า หมายถึง การนำเทคนิคหรือวิธีการที่ชุมชนได้ นำมาใช้ในการผลิตหรือการแปรรูปสินค้า เพื่อให้สินค้านั้นมีราคาสูงขึ้นและสามารถจำหน่ายเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับตนในชุมชน ส่วนคำว่า การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ หมายถึง กระบวนการทำงาน ด้านการโฆษณา ด้านการขาย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการประชาสัมพันธ์ ทำให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ มีความพึงพอใจในตัวสินค้า สามารถทำให้เพิ่มยอดขายสินค้าเพิ่มมากขึ้น Charoen and Phungamngoen (2016) ได้ให้ความหมายหมายคำว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ว่าหมายถึง การพัฒนาปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยรูปแบบในการพัฒนาอาจเป็นด้านบรรจุภัณฑ์ งานพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องมือที่มีความจำเป็นอาศัยทั้งระบบและกลยุทธ์ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์ การสร้างแนวความคิดผลิตภัณฑ์เป็นขั้นตอนเริ่มต้นสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยการเข้าถึงความต้องการหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริง การค้นหาความต้องการของผู้บริโภคจำเป็นต้องอาศัยเทคนิคต่าง ๆ การเลือกใช้เทคนิคใดนั้น ขึ้นกับการพิจารณาความเหมาะสม เช่นวัตถุดิบประสงคในการสำรวจ งบประมาณระยะเวลา และความรู้ความเข้าใจในเทคนิคของผู้ดำเนินงาน

สรุปได้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง สิ่งที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยผ่านการสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าที่ดีขึ้น (Customer Value) โดยมีขั้นตอนการผลิต หรือบริการที่ดีกว่าเพื่อการเป็นผู้นำในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ นอกจากการสร้างความแตกต่างในตลาดแล้ว มูลค่าเพิ่มจะเป็นตัวช่วยในการสร้างคุณค่าที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่สูงกว่า ซึ่งนำไปสู่ความมั่นใจในการตัดสินใจเลือก หรือซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ

ระเบียบวิธีการศึกษา

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participation Action Research) เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดยะลา ระยะเวลาการวิจัยทั้งหมด 11 เดือน ตั้งแต่เดือนกันยายน 2563 ถึงเดือนสิงหาคม 2564

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) กลุ่มแรก คือ ตัวแทนชุมชนบ้านหน้าถ้ำ ตัวแทนชุมชนบ้านจุฬาภรณ์พัฒนา 9 ตัวแทนชุมชนอาซ่อง ใช้วิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลที่มีคุณสมบัติตรงตามที่กำหนด คือ เป็นคนในชุมชน มีประสบการณ์ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป จำนวน 30 คน และกลุ่มสอง คือ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ตัวแทนหน่วยงานภาคเอกชน และนักวิชาการที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 40 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว การบริการการท่องเที่ยว อัตลักษณ์ทางธรรมชาติ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม และข้อมูลเพิ่มเติม นอกจากนี้ผู้วิจัยใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสนทนากลุ่ม ในการกำหนดรูปแบบของอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

3. การตรวจสอบข้อมูล ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Methodological Triangulation) ของ Denzin (1970) คือ การแสวงหาความเชื่อถือได้ของข้อมูลจากแหล่งที่แตกต่างกัน (Chantavanich, 2004) คณะผู้วิจัยใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลวิจัยที่ได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ วิธีการตรวจสอบ คือ จากแหล่งที่มาของข้อมูล ที่จะ

พิจารณาในการตรวจสอบ ได้แก่ แหล่งเวลา หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ แหล่งสถานที่ หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่ และแหล่งบุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ ผลที่ได้จากการตรวจสอบข้อมูลไม่มีความแตกต่างกันทั้งด้านข้อมูล สถานที่และบุคคล

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การวิจัยภาคสนามและการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ เอกสาร ตำรา หนังสือ แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว การเพิ่มคุณค่าของอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว

5. การวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยนำข้อมูลที่รวบรวมมาวิเคราะห์ ประมวลสรุป และจัดทำรายงานตามข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มย่อย การสำรวจ และจากเอกสารหลักฐานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง นำมาแยกแยะเนื้อหาเป็นกลุ่มข้อมูล และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และนำมาบรรยายสรุปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

ผลการศึกษา

ข้อมูลชุมชนบ้านหน้าถ้ำ ตั้งอยู่ที่ อำเภอเมืองยะลา เป็นที่ตั้งของวัดคูหาภิมุข หรือ วัดหน้าถ้ำ เป็นวัดเก่าแก่ของเมืองยะลา บนเนื้อที่ 52 ไร่เศษ ระยะห่างจากตัวเมืองยะลาไปตามถนนหลวงหมายเลข 409 ประมาณ 8 กิโลเมตร (Tourism Database in Five Southern Border Provinces, 2020) และผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนบ้านหน้าถ้ำเป็นตำบลการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม มีจุดเด่น คือ ด้านสถาปัตยกรรมประวัติศาสตร์ ได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ มีถ้ำเสือ ถ้ำศิลป์ ถ้ำพระนอน ที่ถ้ำมีด มีสระแก้ว ใช้น้ำในการประกอบพิธีในสำนักพระราชวัง มีอยู่แห่งเดียวในจังหวัดยะลา ด้านวัฒนธรรม ได้แก่ ประเพณีห่มผ้าพ่อท่านบรรทม (พระนอน) ประเพณีทุกวันที่ 13 ของเดือน พิธีแก้บนร้อยปี ทำปีเว้นปี และประเพณีต่าง ๆ ด้านภูมิปัญญา ได้แก่ ผ้าสีมายา ใช้ดินลักษณะพิเศษเป็นสีแดงในการย้อมสี เป็นดินที่อยู่บริเวณถ้ำ ด้านอาหาร เน้นผลไม้ เช่น ส้มโอ มังคุด กระท้อน เป็นต้นเชิงภูเขาทำให้ผลไม้มีรสชาติอร่อย สรุปผลที่ได้จากการสำรวจฐานทรัพยากร พบว่า ชุมชนบ้านหน้าถ้ำ เป็นชุมชนที่มีจุดขายในการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เดิมนักท่องเที่ยวหลักที่เข้ามาเที่ยวมาสักการะพระพุทธรูปไสยาสน์ : พระนอนศรีวิชัย ต่อมาเมื่อเกิดสถานการณ์โรคระบาด COVID-19 ทำให้มีนักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษาดูงานเพิ่มมากขึ้น และมีอย่างต่อเนื่อง

ผลจากการสนทนากลุ่มเพื่อกำหนดรูปแบบอัตลักษณ์ชุมชนที่สามารถนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวได้ ชุมชนต้องการให้เกิดการท่องเที่ยวถ้ำ เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านหน้าถ้ำ คือ ถ้ำมีด เป็นผลที่ได้จากการจัดอันดับอัตลักษณ์ที่ชุมชนต้องการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นอันดับแรก คือ ถ้ำมีด รองลงมาคือ ถ้ำศิลป์ ถ้ำเสือ และกลุ่มผ้าสีมายา ตามลำดับ ซึ่งถ้ำมีดของชุมชนบ้านหน้าถ้ำ อยู่ภายในวัดคูหาภิมุข เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่แสดงถึง อัตลักษณ์ทางธรรมชาติ เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ที่มีลักษณะงดงามดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สนใจและอยากเที่ยวชม



ภาพที่ 1-2 กิจกรรมทดสอบเส้นทางภายในถ้ำมิดชุมชนบ้านหน้าถ้ำ
ที่มา : ผู้วิจัย

ผลจากการทดสอบเส้นทางท่องเที่ยวภายในถ้ำมิดด้วยการสนทนากลุ่ม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความประทับใจในหินงอก หินย้อย ในแต่ละจุดภายในถ้ำมิดตลอดระยะเวลาการท่องเที่ยวภายในถ้ำ และมีความประทับใจนักเล่าเรื่อง ที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของวัดคูหาภิมุข และเรื่องราวที่เกิดขึ้นภายในถ้ำมิด รวมถึงการประกอบพิธีกรรมน้ำศักดิ์สิทธิ์และเรื่องราวความเชื่อเกี่ยวกับพญานาค และนักท่องเที่ยวได้เสนอแนะที่ต้องทำการปรับปรุงภายในถ้ำมิด เช่น ควรมีข้อห้าม ข้อควรปฏิบัติควรเป็นขั้นตอน เล่าความสำคัญของแต่ละจุดในถ้ำ จัดโปรแกรมเป็นระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว

จากข้อเสนอแนะที่ได้ คณะผู้วิจัยร่วมกับชุมชนบ้านหน้าถ้ำ ได้ดำเนินการจัดทำแผนที่ถ้ำมิดที่แสดงจุดที่สำคัญ ๆ ภายในถ้ำมิด และอัตราเข้าชมถ้ำมิด แบ่งเป็น 3 ระยะ คือ ระยะสั้น 100 เมตร “ถ้ำแห่งประวัติศาสตร์และธรรมชาติ” ระยะกลาง 400 เมตร “ถ้ำแห่งความเชื่อและการค้นหา” และระยะไกล 800 เมตร “ถ้ำแห่งความสวยงามและความประทับใจ” และแบ่งการเก็บค่าบริการตามระยะทางต่อกรุ๊ป จำนวน 10-12 คน แสดงดังภาพที่ 3 และ 4 ตามลำดับ



ภาพที่ 3 แผนที่ถ้ำมิด
ที่มา : ผู้วิจัย



ภาพที่ 4 สถานที่ท่องเที่ยวภายในถ้ำมิด
ที่มา : ผู้วิจัย

ระยะสั้น 100 เมตร “ถ้ำแห่งประวัติศาสตร์และธรรมชาติ”

ความหมายของถ้ำแห่งประวัติศาสตร์และธรรมชาติ มาจากจุดที่สำคัญ คือ ถ้ำนี้พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 7) ได้เสด็จมาที่นี้ผ่านทางน้ำโดยเรือพาย เมื่อทรงเสด็จมาถึงที่นี้ พระองค์ทรงได้จารึกพระปรมาภิไธยย่อ ปรปร. ของพระองค์ท่าน และชาวบ้านได้เอาเหล็กสกัดเป็นร่องแล้วนำทองแท่งตามร่องตัวอักษร จึงปรากฏเป็นตัวอักษรสีทองเด่นอยู่เหนือหัว

ระยะกลาง 400 เมตร “ถ้ำแห่งความเชื่อและการค้นหา”

ความหมายของถ้ำแห่งความเชื่อและการค้นหา มาจากความเชื่อเรื่องพญานาคเป็นเจ้าแห่งงู อยู่สวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกา สมัยก่อนชาวบ้านจะตักน้ำจากสระแก้วเพื่อเป็นสิริมงคล เมื่อส่องไฟเข้าไปภายในจะเห็นลำตัวพญานาค มีเรื่องเล่าว่า พญานาคสีดำเมื่อหมดอายุแล้วจะกลายเป็นหิน ซึ่งในระยะกลาง 400 เมตร ยังมีสถานที่สวยงามและน่าค้นหา ดังนี้

ธารน้ำเพชรและบ่อน้ำผุด และหินหัวงูเพชร สิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องราวที่ปรากฏการณ์หินเพชร เนื่องจากถ้ำนี้เป็นหินปูน ดังนั้น 90% ของเนื้อหินจะเป็นหินอ่อน ลักษณะของหินปูนจะเป็น ชั้น ๆ มีสีแตกต่างกันไปและระหว่างชั้นของหินจะมีรอยแยก เวลาฝนตกน้ำฝนจะไหลลงตามซอก เนื่องจากน้ำฝนมีสภาพเป็นกรดจึงไปกัดเซาะและเอาแคลเซียมคาร์บอเนตสีขาว หยตออกมาเป็นหินย้อย ซึ่งน้ำฝนจะเอาแร่ธาตุซิลิกาออกมาด้วย จึงทำให้แร่ธาตุนี้เกาะกลุ่มกันเป็นหินเพชร ส่วนบ่อน้ำผุดเป็นปรากฏการณ์ที่มีน้ำผุดออกมาตลอดเวลา จะมีให้เห็นเฉพาะหน้าฝนเท่านั้น เมื่อน้ำแห้งจะปรากฏเพชรเป็นประกายให้เห็น

ปราสาทหินเพชร เป็นหินงอกขนาดใหญ่ขนาด 4 คนโอบและมีประกายเพชรโอบล้อมโดยรอบ

หินหัวช้าง หินที่มีลักษณะเหมือนหัวช้าง แต่ไม่เป็นหินเพชร ซึ่งชาวบ้านที่นับถือศาสนาพราหมณ์และพุทธมีความเชื่อว่าหินหัวช้างเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์และเชื่อว่าใครเดินลอดใต้วงช้างแล้วสามารถอธิษฐานจิตขอสิ่งที่ปรารถนาได้ จากนั้นผู้คนที่ประสบความสำเร็จตามปรารถนาจะนำผ้า 7 สี 4 สีไปพันตามวงช้าง เพื่อแสดงให้เห็นว่าพวกเขาเคยมาเยือนและได้บนบานศาลกล่าวที่นี้

หินแปะ ไม่ถือว่าเป็นปรากฏการณ์หินงอก หินย้อย แต่เป็นลักษณะที่เกิดของเหลวจากใต้พื้นโลกพุ่งออกมาจากใต้ผิวโลกแล้วพุ่งโดนเพดานถ้ำแล้วห้อยลงมาในขณะที่ถ้ำนี้ยังคงเป็นโพรงน้ำ ทำให้เนื้อหินมีความแตกต่างกัน ไม่เป็นเนื้อหินชนิดเดียวกัน

สระแก้ว เป็นแหล่งน้ำที่ใสสะอาดตามธรรมชาติ ไม่เคยเหือดแห้งและยังเชื่อว่าเป็นที่อยู่ของ พญานาคสีดำในอดีต ชาวบ้านมีความเชื่อว่าการตักน้ำจากสระแก้วใส่ในโอ่งที่บ้านแล้วอาบน้ำ ถือเป็นสิริมงคล แต่ปัจจุบันไม่อนุญาตให้ชาวบ้านตักน้ำตวงนี้แล้ว เนื่องจากสระน้ำเริ่มแห้งลงแล้ว และยังได้มีการนำน้ำที่สระนี้เพื่อประกอบราชพิธีต่าง ๆ หลายครั้ง เช่น

ปี พ.ศ.2542 ได้นำไปประกอบพิธีหมั้นมงคลเฉลิมพระชนมพรรษาของ พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ทรงมีพระชนมายุครบ 7 รอบ 84 พรรษา

ปี พ.ศ.2562 ได้นำไปประกอบพิธีทำน้ำอภิเชกในพระราชพิธีบรมราชาภิเษกสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณบดินทรเทพยวรางกูร

ระยะไกล 800 เมตร "ถ้ำแห่งความสวยงามและความประทับใจ"

ความหมายของถ้ำแห่งความสวยงามและความประทับใจ มาจากความสวยงามจากหินย้อยและหินงอกที่สวยงามด้วยประกายเพชร ปรากฏออกมาเป็นม่านแหวกและพระปรารักษ์สามยอด ที่สร้างความประทับใจให้กับผู้ได้พบเห็น ดังนี้

ม่านแหวก เป็นลักษณะหินย้อยลงมาเหมือนกับม่านสองม่าน คำว่าม่านแหวกคือลักษณะแยกออกจากกันเหมือนผ้าม่านไหลทิ้งตัวลงมาแยกออกจากกัน เป็นประกายเพชรสวยงาม

รอยจารึก 100 ปี เป็นรอยเขียนฝาผนังโดยใช้ดินเขียนพ.ศ.2464 เป็นอักษรไทยโบราณ พบโดยนักท่องเที่ยว จึงสรุปได้ว่าถ้ำนี้มีอายุการค้นพบประมาณมากกว่า 100 ปี ด้วยอาศัยว่าคนที่เข้าไปก่อนได้บันทึกเอาไว้

จุดสุดท้ายของการเดินถ้ำคือ"พระปรารักษ์สามยอด" ลักษณะหินงอกเป็นรูปปราสาทหินพระปรารักษ์ จังหวัดลพบุรีขนาดย่อมลงมา มีประกายเพชร มีความสูงประมาณ 7 เมตร

นอกจากนี้ยังมีปรากฏการณ์ ลานหินเพชร เป็นลานหินเพชรมีลักษณะเป็นลานกว้าง ประมาณ 15 ตารางเมตร ถัดจากลานหินเพชรก็จะเป็น หลอดหินปูน ปรากฏการณ์หลอดหินปูนมีขนาดเท่าปากกาห้อยลงมาจากเพดานยาวประมาณ 3-4 นิ้ว เรียงรายกันหลายแห่งตรงปลายจะมีหยดน้ำเกาะอยู่ เหมือนมีเพชรอยู่ที่ปลายสวยงามมาก

ชุมชนหมู่บ้านจุฬาภรณ์พัฒนา 9 ตั้งอยู่ที่ ตำบลแม่หวาด อำเภอธารโต จังหวัดยะลา เป็นหมู่บ้านที่รัฐบาลจัดให้ผู้ร่วมพัฒนาชาติไทยซึ่งเคยเป็นอดีตสมาชิกพรรคคอมมิวนิสต์มาลาายอยู่อาศัย ปัจจุบันอยู่ภายใต้การดูแลของสถาบันวิจัยจุฬาภรณ์ ซึ่งสภาพพื้นที่ของหมู่บ้านเป็นป่าเขาที่อุดมสมบูรณ์ และมีสัตว์ป่านานาชนิด (Office of Tourism and Sports Yala Province, 2021) ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนหมู่บ้านจุฬาภรณ์พัฒนา 9 มีจุดเด่น คือ มีพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของหมู่บ้าน เข้าป่าชมน้ำตก ศึกษาธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ น้ำตกฮาลาเซห์ ป่าฮาลา-บาลา เขาหินโยก และจุดชมวิวยะเลหมอก อาหารแบ่งตามเชื้อชาติของนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ อาหารไม่เผ็ด คนไทยพุทธ อาหารรสเผ็ด คนมุสลิม มีกลุ่มมุสลิมทำอาหาร มีที่พักแบบโฮมสเตย์ สินค้าของที่ระลึก ได้แก่ สมุนไพรชนิดต่าง ๆ บรรจุเป็นถุง นักท่องเที่ยวหลัก คือ สิงคโปร์ มาเลเซีย รัสเซีย อังกฤษ

ผลจากการสนทนากลุ่มเพื่อกำหนดรูปแบบอัตลักษณ์ชุมชนที่สามารถนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวได้ คนในชุมชนบ้านจุฬาภรณ์พัฒนา 9 ต้องการอัตลักษณ์ที่ต่อยอดจากอัตลักษณ์เดิม โดยแสดงถึงเรื่องราว วิถีชีวิต การแต่งกาย ที่คงความเป็นวิถีดั้งเดิม นำมาสร้างเป็นจุดขายใหม่ เช่น การแสดงชุดคอมมิวนิสต์มาลาয়া โดยคนในชุมชนดั้งเดิม การขายของที่ระลึกคอมมิวนิสต์มาลาয়া เพื่อเป็นสินค้าการท่องเที่ยว เป็นผลที่ได้จากการจัดอันดับอัตลักษณ์ที่ชุมชนต้องการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน

เป็นอันดับแรก คือ คอมมิวนิสต์มาลายา รองลงมาคือ ป่าฮาลา-บาลา น้ำตกฮาลาซะห์ จดขมิ้ว ฌ ฆา หินโยก กิจกรรมแข่งสมุนไพร และล่องเรือเขื่อนบางลาง ตามลำดับ



ภาพที่ 6-7 การแต่งกายและวิถีชีวิตของพรรคคอมมิวนิสต์มาลายา
ที่มา : ผู้วิจัย



ภาพที่ 8-9 การแสดงประวัติศาสตร์คอมมิวนิสต์มาลายาชุมชนบ้านจุฬาภรณ์พัฒนา 9
ที่มา : ผู้วิจัย

ดังนั้น อัตลักษณ์ชุมชนบ้านจุฬาภรณ์พัฒนา 9 ที่ต้องการเพิ่มคุณค่า คือ ประวัติศาสตร์ คอมมิวนิสต์มาลายา ซึ่งเป็นหมู่บ้านที่ทางรัฐบาลไทยจัดให้ผู้ร่วมพัฒนาชาติไทยหรือกลุ่มอดีตกองกำลัง คอมมิวนิสต์มาลายา ได้พักอาศัยและมีพื้นที่ทำกินหลังการเซ็นสัญญาสงบศึกระหว่าง รัฐบาลไทย รัฐบาลมาเลเซีย และกลุ่มผู้นำกองกำลังคอมมิวนิสต์มาลายา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชนชาติชาวจีน เรื่องราว เหล่านี้แสดงถึง อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ที่มีความ เกี่ยวข้องในฐานะเป็นหลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์ ดังนั้น ชุมชนได้จัดชุดการแสดงคอมมิวนิสต์ มาลายา เพิ่มในกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านจุฬาภรณ์พัฒนา 9 และได้นำไปจัดโปรแกรมเพื่อ ขายให้กับนักท่องเที่ยว ในราคา 1,000 บาท โดยผู้แสดงเริ่มจาก 4 คน เฉลี่ยต่อคนเท่ากับ 250 บาท มี บริการให้เช่าชุดเพื่อถ่ายรูปในราคาชุดละ 50 บาทต่อคน ขายสินค้าของที่ระลึก คือ หมวกคอมมิวนิสต์ มาลายา ผ่านเพจ ชุมชนท่องเที่ยวบ้านจุฬาภรณ์พัฒนา 9 ในราคาใบละ 390 บาท (ส่งฟรี)

ชุมชนอาซ่อง ตั้งอยู่ที่ ตำบลอาซ่อง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา เป็นชุมชนที่มี 6 หมู่บ้าน เป็น การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เป็นชุมชนที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (Tourism Database in Five Southern Border Provinces, 2020) จากการสัมภาษณ์ชุมชนอาซ่อง พบว่า มี จุดเด่น คือ พิพิธภัณฑ์เฉลิมราช เป็นแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชน พิพิธภัณฑ์องค์การบริหารส่วนตำบล อาซ่อง เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนสมัยก่อน เจริญโบราณ กริชโบราณ เครื่องทองเหลือง ของใช้ต่าง ๆ หาดทรายน้ำจืด เดินเล่นบนหาดทรายน้ำจืด หาดทรายสีขาว สวย และ น้ำใส ที่มีมีกิจกรรมพายเรือและกิจกรรมหาหอยแม่น้ำ "แอเทาะ" ซึ่งเป็นอาชีพ และวิถีชีวิต และการ

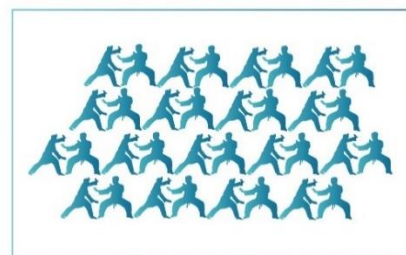
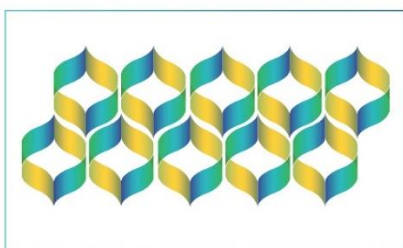
แสดงปันจักสีลัต เป็นการแสดงทางวัฒนธรรมมลายู และการละเล่นเครื่องดนตรีต่าง ๆ และผลิตภัณฑ์ กระเป๋าผ้าปาเต๊ะ

ผลจากการสนทนากลุ่มเพื่อกำหนดรูปแบบอัตลักษณ์ชุมชนที่สามารถนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวได้ คนในชุมชนต้องการอัตลักษณ์ที่ต่อยอดจากอัตลักษณ์เดิม คือ วัฒนธรรมสีลัต หรือ ปันจักสีลัต ซึ่งผลจากการจัดอันดับอัตลักษณ์ที่ชุมชนต้องการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นอันดับแรก คือ การแสดงปันจักสีลัต รองลงมาคือ พิพิธภัณฑ์เฉลิมราช หาดทรายน้ำจืด กริชปากกา กระเป๋าผ้าปาเต๊ะ และ พิพิธภัณฑ์องค์การบริหารส่วนตำบลอาซ่อง ตามลำดับ



ภาพที่ 10-11 การแสดงวัฒนธรรม ปันจักสีลัต ชุมชนอาซ่อง
ที่มา : ผู้วิจัย

มนต์เสน่ห์แห่งวิถี ปันจักสีลัต หรือ ปันจักซีลัต ความหมาย “ซีละ” หรือ ปันจักซีลัต เป็นคำที่มาจากภาษาอินโดนีเซียมาจากคำว่า ปันจัก หมายถึง การป้องกันตนเอง และคำว่า ซีลัต หมายถึง ศิลปะ รวมคำแล้วหมายถึง ศิลปะการป้องกันตนเองที่ต่อสู้ด้วยมือเปล่า เท้าเปล่า เน้นให้เห็นลีลาการเคลื่อนไหวที่สวยงาม ศิลปะการป้องกันตัวประเภทนี้เป็นศิลปะการต่อสู้ของคนเชื้อสายมลายู ในพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้เรียกว่า “ซีละ” “ติกกา” หรือ “ปือติกกา” จึงนำมาสู่แนวคิดแนวคิดการออกแบบลายผ้าอัตลักษณ์ชุมชนอาซ่อง แสดงดังภาพที่ 12-15



ภาพที่ 12-15 การออกแบบลายทำปันจักสีลัต
ที่มา : ผู้วิจัย



ภาพที่ 16-17 กระเป๋าผ้าลายสีลัตชุมชนอาซ่อง
ที่มา : ผู้วิจัย

ผลจากการสนทนากลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ประธานกลุ่มอาชีพสตรีกระเป๋าชุมชนอาซ่อง ต้องการผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชน พบว่า อัตลักษณ์ชุมชนที่โดดเด่นในพื้นที่ชุมชนอาซ่อง คือ การแสดงวัฒนธรรมป็นจักสีลัต ซึ่งการแสดงวัฒนธรรมนี้เป็น การแสดงที่มีในพื้นที่มาช้านานและมีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ดังนั้น การนำเอาท่วงท่าป็นจักสีลัต มาเป็น อัตลักษณ์ชุมชนบ้านอาซ่องที่ต้องการเพิ่มคุณค่า คือ กระเป๋าผ้าลายสีลัต ภายใต้แบรนด์ Sureeya ชุมชนอาซ่อง เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมที่มีของชุมชนอาซ่อง คณะผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับป็นจักสีลัตมาออกแบบบนลายผ้า ทั้งแบบทำเดี่ยว ที่เป็นการแสดงท่วงท่า และแบบคู่ ที่แสดงถึง ศิลปะการต่อสู้ที่สวยงาม ซึ่งทั้ง 2 แบบ ได้ถูกถ่ายทอดบนผืนผ้าเพื่อจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ กระเป๋า ผ้าลายสีลัต ภายใต้แบรนด์ Sureeya ชุมชนอาซ่อง เมื่อคณะผู้วิจัยได้ออกแบบลายผ้าแล้ว ได้จัดทำภาพ บนผลิตภัณฑ์กระเป๋าตัวอย่าง เพื่อดูความสวยงามบนลายผ้า

สรุปและการอภิปรายผล

ผลจากการศึกษารูปแบบอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านหน้าถ้ำ ที่สามารถนำมาพัฒนาการท่องเที่ยว ได้ คือ การท่องเที่ยวถ้ำ เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านหน้าถ้ำ คือ ถ้ำมืด เป็นผลที่ได้จากการจัดอันดับอัตลักษณ์ที่ชุมชนต้องการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นอันดับแรก คือ ถ้ำมืด รองลงมาคือ ถ้ำ ศิลป ถ้ำเสือ และกลุ่มผ้าสีมายา ตามลำดับ และผลจากการเพิ่มคุณค่าของอัตลักษณ์ชุมชนบ้านหน้าถ้ำ คือ แผนที่ถ้ำมืด จากการทดสอบเส้นทางท่องเที่ยวภายในถ้ำมืด พบว่า นักท่องเที่ยวมีความประทับใจในหินงอก หินย้อย ในแต่ละจุดภายในถ้ำมืดตลอดระยะเวลาการท่องเที่ยวภายในถ้ำ และมีความประทับใจนักเล่าเรื่อง ที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของวัดคูหาภิมุขและ เรื่องราวที่เกิดขึ้นภายในถ้ำมืด รวมถึงการประกอบพิธีกรรมน้ำศักดิ์สิทธิ์และเรื่องราวความเชื่อเกี่ยวกับ พญานาค และนักท่องเที่ยวได้เสนอแนะที่ต้องการทำการปรับปรุงภายในถ้ำมืด เช่น เล่าความสำคัญของแต่ละจุดในถ้ำ ตั้งโปรแกรม เป็นระยะ สั้น กลาง ยาว ชายเป็นโปรแกรมสั้น ๆ จากข้อเสนอแนะที่ได้ คณะผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการจัดทำแผนที่ถ้ำมืดที่แสดงจุดที่สำคัญ ๆ ภายในถ้ำมืด และอัตราเข้าชมถ้ำมืด แบ่งเป็น 3 ระยะ คือ ระยะสั้น 100 เมตร ถ้ำแห่งประวัติศาสตร์และธรรมชาติ ระยะกลาง 400 เมตร ถ้ำแห่งความเชื่อและการค้นหา และระยะไกล 800 เมตร ถ้ำแห่งความสวยงามและความประทับใจ และแบ่งการเก็บค่าบริการตามระยะทางต่อกรุ๊ป จำนวน 10-12 คน จากอัตลักษณ์ดังกล่าว สอดคล้องกับ Boondach (2018) พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามของหินงอก หินย้อยภายในถ้ำ มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น มีความสงบ ร่มรื่น บรรยากาศดี มีความความสวยงามแปลกตา น่าสนใจ ดังนั้น แหล่ง

ท่องเที่ยว นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญสูงสุดของการเดินทางของนักท่องเที่ยว เป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวและสัมผัสกับความสวยงาม และงานวิจัยของ Srijongsang, Boonfang, Chopkai and Nongped (2018) พบว่า พื้นที่อีสานใต้มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถจำแนกทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอีสานใต้ และอัตลักษณ์ที่สะท้อนถึงทรัพยากรทางธรรมชาติที่เอื้อต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งได้ออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงวิถีอีสานใต้บนฐานอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้และเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อนำอัตลักษณ์ดังกล่าวมาสร้างคุณค่าให้เกิดเป็นมูลค่าทางการท่องเที่ยวได้

ผลจากการศึกษารูปแบบอัตลักษณ์ชุมชนบ้านจุฬาภรณ์พัฒนา 9 เป็นชุมชนพรรคคอมมิวนิสต์มาลาียดั้งเดิม ส่วนใหญ่คนในชุมชนเป็นผู้สูงอายุในปัจจุบัน ในพื้นที่มีพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของหมู่บ้าน เข้าป่า ชมน้ำตก ศึกษาธรรมชาติ ชุมชนบ้านจุฬาภรณ์พัฒนา 9 ต้องการอัตลักษณ์ที่ต่อยอดจากอัตลักษณ์เดิม โดยแสดงถึงเรื่องราว วิถีชีวิต การแต่งกาย ที่คงความเป็นวิถีดั้งเดิม แต่นำมาสร้างเป็นจุดขายใหม่ เช่น การแสดงชุดคอมมิวนิสต์มาลาญา และหมวกคอมมิวนิสต์มาลาญาโดยคนในชุมชนดั้งเดิม และเป็นสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว เป็นผลที่ได้จากการจัดอันดับ อัตลักษณ์ที่ชุมชนต้องการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นอันดับแรก คือ คอมมิวนิสต์มาลาญา รองลงมาคือ ป่าหาลา-บาลา น้ำตกหาลาเซห์ จุดชมวิว ณ ผาหินโยก กิจกรรมแช่สมุนไพร และล่องเรือเขื่อนบางลางตามลำดับ และผลจากการเพิ่มคุณค่าอัตลักษณ์ชุมชนบ้านจุฬาภรณ์พัฒนา 9 คือ ประวัติศาสตร์คอมมิวนิสต์มาลาญา ดังนั้น ชุมชนได้ดำเนินการเพิ่มชุดการแสดงชุดคอมมิวนิสต์มาลาญาในกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน ในราคา 1,000 บาท โดยผู้แสดงเริ่มจาก 4 คน เฉลี่ยต่อคนเท่ากับ 250 บาท มีบริการให้เช่าชุดเพื่อถ่ายรูปในราคาชุดละ 50 บาทต่อคน ขายสินค้าของที่ระลึก คือ หมวกคอมมิวนิสต์มาลาญา ผ่านเพจ ชุมชนท่องเที่ยวบ้านจุฬาภรณ์พัฒนา 9 ในราคาใบละ 390 บาท (ส่งฟรี) จากการเพิ่มคุณค่าที่ต่อยอดจากอัตลักษณ์เดิมดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Maneetrakulthong, Krajangchom, Rattanadumrongaksorn, Jinajan and Detma (2018) พบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมเชิงประเพณีและวิถีชีวิตในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ทำได้โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ แหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของประเพณีและวิถีชีวิตโดยการนำเสนออัตลักษณ์ที่โดดเด่น แตกต่าง (Differentiation) และคัมค่ากับการท่องเที่ยว และงานวิจัยของ Pongmanee (2015) พบว่า อัตลักษณ์ชุมชนท้องถิ่นกับการจัดการท่องเที่ยวทางศิลปะและวัฒนธรรมอำเภอเชียงคานเป็นชุมชนที่ประกอบด้วยภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมที่ประกอบสร้างจากการมีประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม วิถีชีวิตและประเพณีวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ความเชื่อความศรัทธาของคนในชุมชนที่ถูกสื่อสารออกมาให้สามารถรับรู้ถึงตัวตนของความเป็นคนเชียงคานที่อยู่บนฐานของความเรียบง่าย ความงดงาม และพื้นฐานของการดำรงอยู่ที่ประกอบสร้างจากความคิดและภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งอัตลักษณ์ (Identity) เหล่านี้ชุมชนเห็นว่า สามารถที่จะดึงเข้ามาสู่การจัดการท่องเที่ยวและการพัฒนาอำเภอเชียงคานสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้

ผลจากการศึกษารูปแบบอัตลักษณ์ชุมชนอาซ่อง อัตลักษณ์เด่นของอาซ่องที่สามารถนำมาเป็นอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว มีชุดการแสดงทางวัฒนธรรมปันจักสีลัต ต้องการอัตลักษณ์ที่ต่อยอดจากอัตลักษณ์เดิม คือ วัฒนธรรมสีลัต หรือ ปันจักสีลัต ซึ่งผลจากการจัดอันดับอัตลักษณ์ที่ชุมชนต้องการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นอันดับแรก คือ การแสดงปันจักสีลัต รองลงมาคือ พิพิธภัณฑสถานเฉลิมราช หาดทรายน้ำจืด กริชปากกา กระเป๋าด้าปาเต๊ะ พิพิธภัณฑองค์การ

บริหารส่วนตำบลอาซ่อง ตามลำดับ และผลจากการเพิ่มคุณค่าอัตลักษณ์ชุมชนอาซ่อง อัตลักษณ์ชุมชนที่โดดเด่นในพื้นที่ชุมชนอาซ่อง คือ การแสดงวัฒนธรรมปั่นจักสีกัด ซึ่งการแสดงวัฒนธรรมนี้เป็นการแสดงที่มีในพื้นที่มาช้านานและมีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น จึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับปั่นจักสีกัดมาออกแบบบนลายผ้า ทั้งแบบทำเดี่ยว ที่เป็นการแสดงท่วงท่า และแบบคู่ ที่แสดงถึงศิลปะการต่อสู้ที่สวยงาม ซึ่งทั้ง 2 แบบ ได้ถูกถ่ายทอดบนผืนผ้าเพื่อจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ กระเป๋าผ้าลายสีกัด ภายใต้แบรนด์ Sureeya ชุมชนอาซ่อง เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมที่มีของชุมชนอาซ่อง จากการเพิ่มคุณค่าที่ต่อยอดจากอัตลักษณ์เดิมดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phasang, Ngaenwongnai and Sukpirom (2017) พบว่า แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองผ่านกระบวนการวิจัยที่ออกแบบให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการวางแผนทางในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ผ่านการออกแบบลวดลายผ้าทอพื้นเมืองให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว การนำเศษผ้าทอพื้นเมืองที่เหลือจากกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่เหลือใช้มาออกแบบพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ และกระบวนการผลิตที่เพิ่มเติมเรื่องราวความเป็นมาของผ้าทอพื้นเมืองผ่าน ซึ่งถือว่าเป็นแนวคิดกระบวนการสมัยใหม่ที่จะช่วยในการยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองผ่านให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นการขยายพื้นที่ทางการตลาดให้กับกลุ่มได้ ตลอดจนสามารถสร้างรายได้เสริมให้กับตนเองและครอบครัว โดยใช้ผ้าทอพื้นเมืองผ่านได้ นอกจากนี้กระบวนการและผลการดำเนินงาน ทำให้คนในพื้นที่มองเห็นคุณค่าของผ้าทอพื้นเมืองผ่านมากขึ้น ว่าสามารถนำไปพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการของท้องตลาดได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Boonpat and Kaewnet (2018) พบว่า การสร้างอัตลักษณ์ผ้าทอเชียงแสนที่มาจากเรื่องราวความเป็นมาของชาวเชียงแสนได้นำมาสร้างสรรค์เป็นลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ เพื่อสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากวิถีวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มของสินค้าทางการท่องเที่ยวเนื่องด้วยลายผ้ามีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต และวิถีวัฒนธรรมของคนเชียงแสน เป็นการสร้างสรรค์งานจากการอธิบายความและเรื่องเล่า เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้และเข้าใจในผลิตภัณฑ์ผ้าทอมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ภาครัฐควรจัดทำฐานข้อมูลด้านอัตลักษณ์ชุมชน เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว และนโยบายการส่งเสริมด้านการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
2. ข้อเสนอแนะเชิงพัฒนา ชุมชนบ้านหน้าถ้ำ ชุมชนบ้านจุฬาภรณ์พัฒนา 9 และชุมชนอาซ่อง สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปเป็นต้นแบบในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อรองรับการขยายตัวการท่องเที่ยว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาการบริการ การพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยว และการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งออนไลน์และออฟไลน์
3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาวิจัยการตลาดเชิงรุก การสร้างการรับรู้ด้านการตลาด การวิจัยทางการตลาดในการสร้างแบรนด์ชุมชนให้เข้มแข็ง การศึกษาวิจัยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 การศึกษาแนวทางในการปรับตัวของชุมชนในการดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อรองรับจากสถานการณ์โควิด-19 การศึกษาวิจัยผลกระทบและโอกาสที่สามารถสร้างขีดความสามารถให้กับชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยในการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ภาวะวิกฤตจากภัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งทางตรงและทางอ้อม ที่จะเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ในอนาคตต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Boondach, P. (2018). *Guidelines for tourism development in Tham Le Khao Kob at Huaiyot District, Trang Province*. Master Thesis (Integrated Tourism Management). Bangkok: National Institute of Development Administration.
- Boonpat, O., & Kaewnet, P. (2018). Chiang Sean's textile identity creation of Chiang Rai province toward value-added on tourism products. *Dusit Thani College Journal*, 13(2), 117-133.
- Chaiyakot, P., Pattano, D., & Hattayanon, M. (2018). *Studying the element of tourism product of community based tourism in five southern border provinces (Satun, Songkhla, Pattani, Yala and Narathiwat)*. Research Report. Bangkok: National Research Council of Thailand.
- Chaiyakot, P., Raksapon, A., Chaiyakot, W., & Sakunchannarong, N. (2019). *The study of community-based tourism's potential and data collecting in southern and central part of Thailand*. Research Report. Bangkok: National Research Council of Thailand.
- Chantavanich, S. (2004). *Qualitative research method*. (12th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Charoen, R., & Phungamngoen, C. (2016). Development of Thai food recipes and the possibility for producing canned food. *International Food Research Journal*, 23(3), 1320-1326.
- Denzin, N.K. (1970). *The research act in sociology: A theoretical introduction to sociological methods*. London: The Butterworth Group.
- Doyle, P. (1990). Building successful brands: The strategic options. *Journal of Consumer Marketing*, 7(2), 5-20.
- Fuengfusakul, A. (2003). *Identity: theory and concept frameworks review*. Bangkok: National Research Council of Thailand.
- Maneetrakulthong, A., Krajangchom, S., Rattanadumrongaksorn, D., Jinajan, T., & Detma, K. (2018). *Tourism product development of lifestyle and traditional culture for increasing added value in Lan Na Civilization Route*. Research Report. Bangkok: National Research Council of Thailand.
- McCracken, G. (1993). *The value of the brand: an anthropological perspective*, in Aaker, D.A. and Biel, A.L.(Eds). NJ.: Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ministry of Tourism and Sports. (2013). *Statistics of tourism in 2013*. Retrieve 14 April 2021, from https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411
- Office of Tourism and Sports Yala Province. (2021). *Ban Chulabhorn Phatthana 9 Community*. Retrieve 19 December 2021, from https://yala.mots.go.th/news_view.php?nid=682

- Phasang, P., Ngaenwongnai, N., & Sukpirom, R. (2017). The study of value creation of native woven fabrics in Nan province Case Study: Baan Hia Community Enterprises Group, Sila Laeng Sub-district Pua District, Nan Province. Research Report, Nan: Nan Community College.
- Poungmanee, T. (2015). A study process of identities in local change into arts and culture tourism site, Chiang Khan sub-district, Loei province. *Research and Development Journal Loei Rajabhat University*, 11(36), 22-33.
- Sriboonnak, K. (2007). *Ceremonial music of original ethnic group mon-khmer*. Surin : Surindra Rajabhat University.
- Srijongsang, S., Boonfang, W., Chopkai, S., & Nongped, K. (2018). The development of tourism routes linked to tourism identities for the ways of lower northeastern part of Thailand. *Journal of Liberal Arts Ubon Ratchathani University*, 14(1), 198-231.
- Sunthornjaraennon, V. (2017). *Creating a creative product or service is not difficult*. Retrieve 24 March 2021, from http://www.amexteam.com/resources/helper/editor/upload/knowledge/1/01_.pdf.
- Thipchatyothin, P. (2010). Value-added activities. *Productivity World*, 15(85), 87-89.
- Tourism Database in Five Southern Border Provinces. (2020). *Tourism database*. Retrieve 9 January 2022, from http://www.me-fi.com/tourismdb/tourism-5sbp/subdistric_detail.php?subid=423
- Wattana, J. (2012). A study to determine the identity of the Phitsanulok cultural street (Walking Street). *MIS Journal of Naresuan University*, 7(2), 71-80.

