

บทคัดย่อ

ยะลาเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรทั้งด้านเกษตร ปศุสัตว์ วัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และมีคุณค่าสูง อย่างไรก็ตาม นับตั้งแต่เกิดเหตุการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ปี พ.ศ. 2547 เป็นต้นมาจังหวัดยะลาได้กลายเป็นพื้นที่เข้าถึงได้ยากสำหรับประชาชนทั่วไป รายงานการวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งเน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นของจังหวัดยะลาเพื่อใช้สร้างแผนงานด้านรักษา พัฒนา เผยแพร่ และส่งเสริมการใช้ประโยชน์ เพื่อสร้างอาชีพและเพิ่มรายได้แก่ประชาชนในท้องถิ่นอย่างยั่งยืน การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพ ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับวิถีชีวิต ได้แก่ พี่ช ปศุสัตว์ วัฒนธรรม สถานที่ทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนกระบวนการผลิต การดูแลรักษา และการตลาดภายในพื้นที่ ภายใต้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นประกอบกับการวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิด VRIO framework แล้วเสนอแนะนโยบายเพื่อส่งเสริมการใช้ประโยชน์

ผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย 3 ด้าน ประกอบด้วยตำนานหรือเรื่องเล่า กระบวนการผลิต และตลาด สามารถแบ่งทรัพยากรที่มีเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลาออกเป็น 8 กลุ่ม คือ กลุ่ม A เป็นกลุ่มทรัพยากรที่มีเรื่องเล่าเด่น กระบวนการผลิตง่าย และเป็นที่ยอมรับของตลาดแล้ว ได้แก่ ปันจักสีลัด งานสมโภชเจ้าพ่อหลักเมือง การกวนข้าวอาซุรอ ยอดเขาสูงงูซีสีปัด หมูบ้านซาไก อุโมงค์ปิยะมิตร และกาแพโรบัสต้า นโยบายส่งเสริมสำหรับทรัพยากรกลุ่มนี้คือการเพิ่มการประชาสัมพันธ์เรื่องเล่า ปุ่มหลังความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ โดยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การสร้างสารคดีในรูปแบบภาพยนตร์ และการทำพิพิธภัณฑสถาน เพื่อส่งเสริมการตลาดของลูกค้าเป้าหมายและขยายตลาด กลุ่ม B เป็นกลุ่มทรัพยากรที่มีเรื่องเล่าเด่น กระบวนการผลิตง่าย แต่ยังไม่เป็นที่ยอมรับของตลาด ได้แก่ สะพานยี่ลาป็น (สะพานญี่ปุ่น) และบ้านวังไทร นโยบายส่งเสริมสำหรับกลุ่มนี้คือการเพิ่มการประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อออนไลน์ การจัดทำภาพยนตร์ การจัดอีเวนต์ เช่น การจัดรายการแข่งขันระดับชาติหรือนานาชาติ การติดป้ายประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ต่างๆ เช่น สนามบิน และการทำพิพิธภัณฑสถาน เพื่อส่งเสริมการตลาดของลูกค้าเป้าหมาย กลุ่ม C เป็นกลุ่มทรัพยากรที่มีเรื่องเล่าเด่น แต่กระบวนการผลิตยาก ในขณะที่สินค้าเป็นที่ยอมรับของตลาด ได้แก่ ส้มโชกุน กล้วยหิน ผักน้ำเบตง ไก่เบตง ปลาพลวงชมพู และการเดินรอกเงย นโยบายส่งเสริมสำหรับกลุ่มนี้คือการส่งเสริมด้านการผลิต เช่น การอบรมพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตรายเดิมเพื่อให้มีกระบวนการผลิตที่ดีขึ้น การสนับสนุนผู้ผลิตรายใหม่ และการส่งเสริมการตลาดแบบออนไลน์ด้วย กลุ่ม D เป็นกลุ่มที่มีเรื่องเล่าเด่น แต่กระบวนการผลิตยาก และยังไม่เป็นที่ยอมรับของตลาด ได้แก่ บ้านโต นโยบายสำหรับกลุ่มนี้คือการประชาสัมพันธ์เรื่องเล่า ปุ่มหลัง ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ โดยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การสร้างสารคดีในรูปแบบภาพยนตร์ และการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ ทั้งนี้ เพื่อสร้างการตลาดยอมรับของตลาด กลุ่ม E เป็นกลุ่มที่มีเรื่องเล่าไม่เด่น กระบวนการผลิตยาก แต่เป็นที่ยอมรับของตลาด ได้แก่ ทุเรียนมุซังคิง และทุเรียนโอวฉี นโยบายสำหรับกลุ่มนี้คือการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยววิถีเกษตร หรือการท่องเที่ยวเชิงสวน บูรณาการกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น การจัดโปรแกรมท่องเที่ยว

อุโมงค์ปิยะมิตร สวนดอกไม้เมืองหนาว ร่วมกับการแวะเที่ยวชมสวนทุเรียนและมีบริการให้เก็บทุเรียนรับประทานในสวน ควรมีการกำหนดเส้นทางให้สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับกลุ่มทัวร์ ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์โครงการแก่ลูกค้าเป้าหมาย กลุ่ม F เป็นกลุ่มทรัพยากรที่มีเรื่องเล่าไม่เด่น แต่มีกระบวนการผลิตง่าย และเป็นที่ยอมรับของตลาด ได้แก่ ปลูกกล้วย และแกงส้มทุเรียน นโยบายสำหรับกลุ่มนี้คือการสร้างเรื่องราวใหม่ที่น่าสนใจ เช่น การเล่าเรื่องด้วย VLOG รีวิวที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม วิถีชีวิตเมนูอาหาร เพื่อประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าเป้าหมาย กลุ่ม G เป็นกลุ่มที่เรื่องเล่าไม่เด่น กระบวนการผลิตยาก และไม่มีตลาดรองรับ ทรัพยากรกลุ่มนี้ไม่มีความคุ้มค่าในการลงทุนส่งเสริม และกลุ่ม H เป็นทรัพยากรที่มีเรื่องเล่าไม่เด่น มีกระบวนการผลิตง่าย แต่ยังไม่เป็นที่ยอมรับของตลาด ได้แก่ เพกาและปลาจีน นโยบายสำหรับกลุ่มนี้คือการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เช่น การนำเพกามาแปรรูปผลิตเป็นแคปซูลยาสมุนไพรจำหน่ายในพื้นที่หรือส่งออกนอกพื้นที่ พร้อมการสร้างเรื่องราวใหม่ที่น่าสนใจ เช่น การเล่าเรื่องด้วย VLOG รีวิวที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม วิถีชีวิตเมนูอาหาร เพื่อประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าเป้าหมาย

คำสำคัญ: เอกลักษณะเฉพาะถิ่น, เรื่องเล่า, วัฒนธรรม

Abstract

Yala Province have a unique and high value of resources such as agriculture, livestock, culture, and tourist attractions. However, after the new unrest of the southern border provinces in 2004, Yala became an area that most Thai people difficult to access. This study emphasized on collecting information about the unique and high value of resources of Yala Province in order to further the development plans to protect, develop, disseminate and promote the utilization for career and increase the sustainable income of local people. The methodology of this study is qualitative research including collective data from synthesis documents, in-depth interviews with key informants of the study area are plants, livestock, culture, historical sites and tourist attractions in the context of the production process, nurture, and market perceptions. The conceptual framework of the study is the local identity concept combine analysis with the VRIO framework conceptual model. Finally, to promote further suitable policy to resources.

The study results of 3 factors analysis including stories, production process, and market perceptions can divide the unique resources of Yala Province into 8 groups: (A) distinctive stories, easy production process, and good market perceptions, the policies proposed for this criteria are increasing PR of stories via social media such as movies, and establishing the museum. (B) distinctive stories, easy production process, and bad market perceptions, the policies proposed for these criteria are increasing PR of stories via social media in varies forms such as movies, establishing the museum. (C) distinctive stories, difficult production process, and good market perceptions, the policies proposed for these criteria are promoting production such as training old entrepreneurs, supporting new entrepreneurs, and conducting on online marketing. (D) distinctive stories, difficult production process, and bad market perceptions, the policies proposed for these criteria are increasing PR of stories via social media such as movies, and promoting tourism integration. (E) uninteresting stories, difficult production process, and good market perceptions, the policies proposed for these criteria are promoting tourism integration, and increasing PR via social media. (F) uninteresting stories, easy production process, and good market perceptions, the policy proposed for this criterion is creating a new story with storytelling technic such as integration culture and traditional food. (G) uninteresting stories, difficult production process, and bad market perceptions avoid investment. (H) uninteresting stories, easy production process, and bad market perceptions, the policy

proposed for this criterion is promoting commercial marketing and creating a new story with storytelling technic such as integration culture and traditional food.

Keyword: Local Identity, Story, Culture,