

# การศึกษาอัตลักษณ์แม่สอดเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในเทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตาก

## A Study of Mae Sot's Identity to Develop Tourism Product in Mae Sot Municipality, Tak Province

กฤติกา สายณะรัตน์ชัย\*

Krittika Sainaratchai

คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา

Komsit Kianwatana

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Srinakharinwirot University

\*krittikas@g.swu.ac.th

### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและค้นหาอัตลักษณ์แม่สอดเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในเทศบาลนครแม่สอด โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพคือ การสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับเทศบาลนครแม่สอด อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจของที่ระลึกในเทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตาก

ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์แม่สอดที่มีความโดดเด่นคือความหลากหลายของชาติพันธุ์วรรณนาที่ถือเป็นจุดศูนย์รวมของผู้คนที่หลากหลาย ทำให้พื้นที่นี้มีวิถีชีวิต ประเพณี และศิลปวัฒนธรรมที่มีความน่าสนใจ และนำมาซึ่งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ควรนำเสนอ ส่งเสริม และพัฒนาไปพร้อมกับการจัดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้อัตลักษณ์แม่สอดในเรื่องชาติพันธุ์วรรณนาของคนในแม่สอด ทั้งการเยี่ยมชม การเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิถีการดำเนินชีวิต และกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคที่โดดเด่นอย่างผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรรวมถึงผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทเครื่องไม้ ัญมณี และเครื่องประดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ้าของชนเผ่าและชาติพันธุ์ที่เป็นของที่ระลึกที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแม่สอดที่ควรมีการส่งเสริมและพัฒนารูปแบบและการออกแบบเพื่อนำเสนอถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละชนเผ่าและชาติพันธุ์วรรณนา รวมไปถึงการผสมผสานความหลากหลายของชนเผ่าและชาติพันธุ์ เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ้ารูปแบบใหม่ และทำให้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทผ้าของชนเผ่าและชาติพันธุ์ของแม่สอดกลายเป็นของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ และเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของแม่สอด

**คำสำคัญ :** อัตลักษณ์แม่สอด ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เทศบาลนครแม่สอด

## **Abstract**

The purposes of this research were to study and explore Mae Sot's Identity to develop Tourism Product in Mae Sot Municipality, Tak Province. This is qualitative research using focus group discussion, and in-depth interviews. The researchers collected data from specialists in Mae Sot Municipality officer, tourism industry, tourism product, and souvenir enterprise in Mae Sot Municipality, Tak Province.

Results of the study showed that the distinctive identity of Mae Sot is the center of an ethnically diverse society. This place combines an interesting lifestyle, arts, and culture. Moreover, this area also offers tourism products that should be promoted and developed along with a creative tourism route. The objective of this route was to learn the identity of Mae Sot about ethnic groups of local people through the participation in their activities about lifestyle and the production of their well-known goods. For examples, souvenirs include wood product, jewelry, especially, tribal fabrics which are unique to Mae Sot, and agricultural products. These fabrics should be fully promoted and developed in design to present the local wisdom and uniqueness of each tribe and ethnicity. They include a mix of tribal and ethnic diversity to create new fabric products and to promote the ethnic and tribal souvenir products of Mae Sot to become a significant souvenir and tourism product, unique and the identity of Mae Sot.

**Keywords :** Mae Sot's identity, tourism product, Mae Sot municipality

## **บทนำ**

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยสร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศ โดยปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศจำนวน 13.39 ล้านคนต่อครั้ง และสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวมากถึง 3.05 แสนล้านบาท และคาดว่าจะมีการขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ถือว่ามีความสำคัญที่สามารถสร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศในปี พ.ศ. 2558 คือ ธุรกิจสินค้าและของที่ระลึก โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน 1,345.73 บาท รองลงมาธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน 1,272.69 บาท (Department of Tourism, 2015) แต่ถึงแม้ว่าธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกจะสร้างรายได้เป็นอันดับต้นๆ ให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยตั้งแต่อดีต แต่เมื่อดูที่จำนวนเงินในการซื้อสินค้าและของที่ระลึกจากงานวิจัยที่ผ่านมา กลับพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้ามากกว่าของที่ระลึก (The Interactive Research, 2010) อีกทั้งยังพบว่าของสินค้าและของที่ระลึกของประเทศไทยยังขาดอัตลักษณ์ที่ตรงตามที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นของประเทศไทยได้เป็นอย่างดี

โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีความน่าสนใจทางการท่องเที่ยวและการส่งออกอย่างเขตเศรษฐกิจพิเศษตากหรือเขตเศรษฐกิจพิเศษห้วยน้ำขุ่น ซึ่งถือเป็นเมืองต้นแบบเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนที่มีความน่าสนใจ มีมูลค่าการส่งออก มีอัตราการเจริญเติบโตสูงอย่างต่อเนื่องและมีศักยภาพในการดึงดูดเม็ดเงินเป็นอย่างมาก (Mae Sot Municipality, 2016) โดยในปี พ.ศ. 2559 มีปริมาณการค้าชายแดนสูงกว่า 8.3 หมื่นล้านบาท และยังเติบโตต่อเนื่อง 20-25% เนื่องจากการคมนาคมขนส่งที่สะดวกและใกล้กับเมืองอย่างกรุงเทพฯ ด้านพรมแดนแม่สอด จังหวัดตาก ติดกับจังหวัดเมียวดี พื้นที่สุดเขตแดนตะวันตกของไทยคึกคักมากขึ้น ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นถึงวันละ 8,000 คน และปริมาณรถก็เพิ่มขึ้นด้วยถึงวันละ 1,000 คันซึ่งส่งผลดีต่อภาคธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศไทยอีกด้วย (Chotika Chumme & Srinarin Poudpongpaiboon, 2015; Thansettakij Multimedia, 2017) โดยปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากถึง 1,081,274 คน และนักท่องเที่ยวหนึ่งคนใช้จ่ายเฉลี่ยในพื้นที่วันละ 4,174.85 บาท โดยใช้จ่ายในเรื่องค่าที่พักมากที่สุดถึง 1,823.98 บาทต่อวันต่อคน รองลงมาคือการซื้อสินค้าและของที่ระลึก 1,139.89 บาทต่อวันต่อคน (Department of Tourism, 2017) โดยถ้าเราสามารถค้นหาอัตลักษณ์ของเทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตาก และนำมาพัฒนาสินค้าและของที่ระลึกของเทศบาลนครแม่สอด รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวอื่นๆ ให้สามารถชูจุดเด่น นำเสนออัตลักษณ์ของแม่สอด จังหวัดตาก และสามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ก็จะช่วยให้สินค้า ของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของเทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตากมีความโดดเด่น มีอัตลักษณ์ อีกทั้งยังช่วยสร้างงาน สร้างรายได้ กระจายรายได้ให้กับคนในเทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตากได้อีกด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะวิจัยในเรื่องนี้

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาและค้นหาอัตลักษณ์แม่สอดเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในเทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตาก
2. เพื่อนำผลที่ได้มาส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์แม่สอดในเทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตาก

### ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบอัตลักษณ์แม่สอดเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในเทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตาก
2. ผลการวิจัยเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้เพื่อส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในเทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตาก

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวินิจฉัยเรื่องการศึกษาอัตลักษณ์แม่สอดเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในเทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตาก เป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) คือ การสนทนากลุ่ม

(Focus Group Discussion) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) โดยมีการกำหนดกรอบแนวคิดเกี่ยวกับขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

## 1. การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กลุ่มตัวอย่างมาจากประชากรที่เป็นผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับเทศบาลนครแม่สอด อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในเทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตาก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยการกำหนดคุณสมบัติว่าต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์และมีความเกี่ยวข้องกับเทศบาลนครแม่สอด อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในเทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตาก มานานมากกว่า 5 ปีขึ้นไป โดยใช้หลักเกณฑ์การเข้าร่วมสนทนากลุ่มของ Chai Podhisita (2004) ที่กล่าวไว้ว่าผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มควรมีจำนวน 7–12 คน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มจำนวน 12 คน ดังนี้

(1) ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์และมีความเกี่ยวข้องกับเทศบาลนครแม่สอด จำนวน 6 คน

(2) ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์และมีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในเทศบาลนครแม่สอด จำนวน 6 คน

### เครื่องมือ

(1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสนทนากลุ่มเกี่ยวกับอัตลักษณ์แม่สอดเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในเทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตาก

(2) การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์แม่สอดเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในเทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตาก เพื่อร่างแบบสนทนากลุ่ม และนำแบบสนทนากลุ่มไปปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างแบบสนทนากลุ่มให้มีความตรงตามเนื้อหา

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่มเพื่อใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยทำการสนทนากลุ่มโดยการบันทึกเสียงการสนทนากลุ่ม และจดบันทึกตามประเด็นหลักในแบบสนทนากลุ่ม ในวันที่ 21 เมษายน 2561 เวลา 9.00 น. – 12.00 น. ณ สำนักงานเทศบาลแม่สอด จังหวัดตาก

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม ซึ่งมีลักษณะเป็นความคิดเห็น ผู้วิจัยใช้การถอดความ วิเคราะห์ความคิดเห็นในประเด็นที่เหมือนกันหรือสอดคล้องกัน และจัดลำดับความสำคัญตามข้อคิดเห็น

## 2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews)

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กลุ่มตัวอย่างมาจากประชากรที่เป็นผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์และมีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจของที่ระลึกในเทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตาก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยการกำหนดคุณสมบัติว่าต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์และมีความเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจของที่ระลึกในเทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตากมานานมากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 10 คน ดังนี้

(1) ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์และมีความเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในเทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตาก จำนวน 4 คน

(2) ผู้ประกอบการธุรกิจของที่ระลึกในเทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตาก จำนวน 6 คน

#### **เครื่องมือ**

(1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับอัตลักษณ์แม่สอดเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในเทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตาก

(2) การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์แม่สอดเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในเทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตากเพื่อร่างแบบสัมภาษณ์ และนำแบบสัมภาษณ์ไปปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างแบบสัมภาษณ์ให้มีความตรงตามเนื้อหา

#### **การเก็บรวบรวมข้อมูล**

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เพื่อใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง โดยการบันทึกเสียงการสัมภาษณ์และจดบันทึกตามประเด็นหลักในแบบสัมภาษณ์ ในระหว่างวันที่ 20 เมษายน 2561 ถึงวันที่ 25 พฤษภาคม 2561

#### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ซึ่งมีลักษณะเป็นความคิดเห็น ผู้วิจัยใช้การถอดความ วิเคราะห์ความคิดเห็นในประเด็นที่เหมือนกันหรือสอดคล้องกัน และจัดลำดับความสำคัญตามข้อคิดเห็น

### **3. การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลแบบสนทนากลุ่ม แบบสัมภาษณ์ สรุปและอภิปรายผล การวิจัย จัดทำรายงานผลการวิจัย**

เพื่อเป็นงานวิจัยฉบับสมบูรณ์การศึกษาอัตลักษณ์แม่สอดเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในเทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตาก และนำเสนอผลงานวิจัย

#### **ผลการวิจัย**

การศึกษาอัตลักษณ์แม่สอดเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในเทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตาก ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาดังนี้

แม่สอดเป็นอำเภอหนึ่งทางตอนกลางของจังหวัดตากที่ถือเป็นศูนย์กลางการค้าที่สำคัญระหว่างประเทศไทยกับประเทศพม่า เนื่องจากแม่สอดเป็นอำเภอที่อยู่ติดชายแดน และเป็นที่ตั้งจุดผ่านแดนถาวรด่านพรมแดนแม่สอด เชื่อมโยงเมืองเมียวดี รัฐกะเหรี่ยง ประเทศพม่า โดยมีแม่น้ำเมยกั้นพรมแดน ปัจจุบันแม่สอดเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของประเทศ เป็นศูนย์กลางการค้า การส่งออกที่มีมูลค่าสูงที่สุดในภาคเหนือ เป็นแหล่งส่งออกสินค้าเกษตร น้ำมันเชื้อเพลิง และเป็นที่ตั้งโรงงานอุตสาหกรรมหลากหลายประเภทมากกว่า 200 โรงงาน ทั้งยังมีความหลากหลายของชาติพันธุ์วรรณนาที่ถือเป็นจุดศูนย์รวมของผู้คนที่หลากหลายทั้งคนไทย พม่า แขก จีน และชนเผ่าต่างๆ ทำให้มีวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ประเพณี ศิลปวัฒนธรรมที่มีความหลากหลาย น่าสนใจ และเป็นอัตลักษณ์ของแม่สอด จังหวัดตาก

ทรัพยากรของแม่สอดมีทั้งทรัพยากรธรรมชาติทั้งป่าไม้ ภูเขา แม่น้ำ ลำธาร น้ำพุร้อน น้ำแร่ น้ำตก ที่งดงามจนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่น สวยงาม และเป็นอัตลักษณ์ของแม่สอด โดยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่นและมีชื่อเสียงมาก คือ บ่อน้ำพุร้อนแม่กาษา ซึ่งเป็นน้ำพุขนาดเล็กที่ล้อมรอบด้วยภูเขาสูงและไร่นาของชาวบ้าน ผุดขึ้นมาจากดิน มีความร้อนประมาณ 70-80 องศาเซลเซียส ธารน้ำร้อนที่พุ่งออกมาผสมกับน้ำจากผิวดินที่เป็นน้ำเย็น เกิดเป็นธารน้ำอุ่น มีกลิ่นกำมะถันอ่อนๆ และไอน้ำลอยกรุ่นขึ้นมา อีกทั้งยังมีน้ำตกแม่กาษา ซึ่งเป็นน้ำตกขนาดใหญ่ที่มีทางเดินขึ้นไปบนเขาสูง มีถ้ำ ธารน้ำ และป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ นอกจากนี้ยังมีทรัพยากรที่มนุษย์สร้าง ทั้งทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี อย่างวัดวาอารามที่เป็นการผสมผสานและบูรณาการ ศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลายได้อย่างลงตัว อย่างวัดไทยพัฒนาราม ซึ่งถือเป็นวัดที่มีชื่อเสียงมากที่สุดและงดงามมากอีกหนึ่งในแม่สอด ที่ถูกสร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2400 ด้วยศิลปะแบบวัดในพม่า สีเหลืองทองอร่าม วิจิตรงดงาม ทั้งยังผสมผสานด้วยศิลปวัฒนธรรมแบบไทยและแบบมอญได้อย่างงดงาม อีกทั้งแม่สอดยังถือเป็นพื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาสาธารณูปโภคครบถ้วน ทั้งไฟฟ้า น้ำ อินเทอร์เน็ต ถนน สนามบิน ซึ่งเอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจ การพัฒนาอุตสาหกรรม และการท่องเที่ยว จนทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่เทศบาลนครแม่สอดจำนวนมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่แม่สอด คือ นักท่องเที่ยวชาวพม่า เพราะการข้ามแดนมาประเทศไทยมีความสะดวกสบายเป็นอย่างมาก อีกทั้งพวกเขาสามารถขับรถจากฝั่งพม่าข้ามฝั่งมายังแม่สอด และสามารถเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองได้หลากหลายพื้นที่ในแม่สอด อีกทั้งพวกเขายังมีความเชื่อมั่นและนิยมเดินทางมาซื้อผลิตภัณฑ์บริโภค อย่างผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป ผลิตภัณฑ์อุปโภคอย่างแป้งทานาคา และของที่ระลึกของประเทศไทย อย่างผลิตภัณฑ์ไม้ อัญมณี เครื่องประดับ และผ้าของชนเผ่าและชาติพันธุ์อีกด้วย

ผลิตภัณฑ์บริโภคที่โดดเด่นและเป็นอัตลักษณ์ของแม่สอด จังหวัดตาก คือ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ทั้งพืชผักผลไม้สด รวมไปถึงอาหารพื้นถิ่นโดยเฉพาะอาหารเหนือและอาหารตากแห้ง โดยเฉพาะปลาตากแห้ง กุ้งแห้ง และกล้วยตาก อีกทั้งยังมีถั่วแปบจ่อยเขียว ซึ่งถือเป็นสินค้าเกษตรแปรรูปที่ขึ้นชื่อของแม่สอดและโดดเด่นมากเพราะในหนึ่งปีจะได้ผลผลิตเพียงช่วงเดียว คือช่วงเดือนมีนาคมและเมษายนของทุกปี ทำให้ถือเป็นถั่วที่มีอัตลักษณ์มาก เนื่องด้วยรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ การหาซื้อและหาทานได้ยาก โดยต้องมาซื้อที่แม่สอดเท่านั้น ทั้งยังมีผลผลิตแค่ 2 เดือนต่อปีจึงถือเป็นผลิตภัณฑ์เกษตรที่มีความน่าสนใจมากในแม่สอด จังหวัดตาก

ผลิตภัณฑ์อุปโภคที่โดดเด่นและเป็นอัตลักษณ์ของแม่สอด จังหวัดตาก คือ แป้งสมุนไพรมะพร้าว แป้งสะเนาคาหรือแป้งทานาคา ที่ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ โดดเด่นและเป็นที่นิยมมากในแม่สอด ที่ทำมาจากต้นกระแจะหรือต้นทานาคา ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากคนพม่า ที่นิยมนำมาพอกหน้า บำรุงผิวหน้า ด้วยสรรพคุณที่ดีในการกันแดด ลดฝ้า ลดกระและจุดต่างด่าง ทั้งยังมีราคาถูกจึงทำให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์อุปโภคที่โดดเด่นและเป็นอัตลักษณ์หนึ่งของแม่สอด จังหวัดตาก

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่โดดเด่นและเป็นอัตลักษณ์ของแม่สอด จังหวัดตาก คือ อัญมณี ทั้งหยก ทับทิม พลอย ฯลฯ ก็ถูกนำมาทำเป็นเครื่องประดับเงิน เครื่องประดับทอง ทั้งสร้อย แหวน กำไลที่มีหลากหลายรูปแบบและราคา อีกทั้งอัญมณียังนิยมนำมาทำเป็นของที่ระลึก ประเภทต้นไม้หยก ต้นไม้ อัญมณี ซึ่งถือเป็นต้นไม้มงคลที่นิยมซื้อไปบูชาบนหิ้งพระ ซื้อไปตกแต่งสถานที่ต่างๆ หรือมอบให้แก่กัน

เป็นของขวัญ เพื่อสื่อความหมายถึงความมั่งมีศรีสุข ความร่ำรวย เงินทอง โชคลาภ และสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงตามประเภทของอัญมณี ทั้งยังมีผลิตภัณฑ์ไม้ เครื่องใช้ในครัวเรือนไม้ และไม้แกะสลักที่ผลิตมาจากไม้ต่างๆ ซึ่งในอดีตผลิตภัณฑ์ไม้ที่แม่สอดนิยมผลิตมาจากไม้สัก แต่เนื่องจากคุณสมบัติที่ดีของไม้สักที่ทำให้เป็นที่นิยมในการนำมาใช้และผลิตผลิตภัณฑ์ไม้ในอดีตจึงทำให้ปัจจุบันไม้สักมีจำนวนลดน้อยลงหาซื้อได้ค่อนข้างยาก ทั้งยังมีราคาสูง จึงทำให้ของที่ระลึกส่วนใหญ่ที่ผลิตจากไม้ในปัจจุบันเป็นไม้ประเภทอื่นมากกว่า โดยเฉพาะไม้แดงเพราะมีราคาค่อนข้างถูก อีกทั้งแม่สอดยังมีผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า โดยเฉพาะเสื้อผ้าของชนเผ่าและชาติพันธุ์ที่หลากหลายที่อยู่ในแม่สอด และเสื้อผ้าที่ถูกประยุกต์จากหลากหลายชนเผ่าและชาติพันธุ์ที่เสมือนเป็นการสร้างสรรค์เสื้อผ้ารูปแบบใหม่ที่มีเอกลักษณ์เดิมของชนเผ่าและชาติพันธุ์มาผสมผสานกับรูปแบบที่ทันสมัยในปัจจุบันเพื่อให้ได้เสื้อผ้า กระเป๋าแบบบูรณาการที่มีความสวยงามและถือเป็นสินค้าของที่ระลึกที่โดดเด่นในแม่สอดที่เกิดจากความหลากหลายของชาติพันธุ์วรรณาศิลปวัฒนธรรมของคนในพื้นที่ที่มาจากหลากหลายพื้นที่ ความเชื่อ ประเพณี และวิถีชีวิตที่ผสมผสานกันได้อย่างลงตัว

ดังนั้นอัตลักษณ์ของแม่สอด จังหวัดตาก ที่มีความโดดเด่นมากที่สุดคือความหลากหลายของชาติพันธุ์วรรณาศิลปวัฒนธรรมของคนที่นี่หลากหลายทั้งไทย พม่า แขก จีน และชนเผ่าต่างๆ ทำให้มีวิถีชีวิต ประเพณี และศิลปวัฒนธรรมที่มีความหลากหลาย โดดเด่น และน่าสนใจที่ผสมผสานกันในพื้นที่ได้อย่างลงตัว จนกลายเป็นวัฒนธรรมที่ส่งต่อมายังสถานที่ท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงความหลากหลายและนำมาซึ่งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ควรนำเสนอ ส่งเสริม และพัฒนาไปพร้อมกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้อัตลักษณ์แม่สอดในเรื่องชาติพันธุ์วรรณาศิลปวัฒนธรรมของคนในแม่สอด ทั้งการเยี่ยมชม เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตและกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคที่โดดเด่นอย่างผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป แป้งทานาคา รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอย่างผ้าชนเผ่าและชาติพันธุ์ เครื่องไม้ อัญมณี และเครื่องประดับ เพื่อเรียนรู้ร่วมกันกับคนพื้นถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งในชุมชน หมู่บ้าน วัด พิพิธภัณฑสถาน และตลาดพื้นบ้าน เพื่อจัดเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาเรียนรู้อัตลักษณ์แม่สอดในเรื่องชาติพันธุ์วรรณาศิลปวัฒนธรรมของคนในแม่สอดที่สามารถถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่องราว ความเป็นมา วิถีชีวิต ประเพณี และศิลปวัฒนธรรมที่น่าสนใจของคนแม่สอดที่เกิดมาจากการรวมตัวกันของคนที่นี่หลากหลายได้อย่างลงตัว ทั้งยังเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ และกระจายรายได้ให้กับคนในแม่สอด จังหวัดตากได้อีกด้วย

อัตลักษณ์ของแม่สอดในเรื่องความหลากหลายของชาติพันธุ์วรรณายังนำมาซึ่งสินค้าและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่หลากหลาย เป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผ้าของชนเผ่าและชาติพันธุ์ที่ถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละชนเผ่าและชาติพันธุ์ในพื้นที่แม่สอดอยู่แล้วอย่างชาวกะเหรี่ยงและชาวปกากะญอ ทั้งยังมีผ้าของชนเผ่าและชาติพันธุ์ที่เกิดจากการผสมผสาน บูรณาการเอกลักษณ์พื้นถิ่นเฉพาะจากความหลากหลายของคนไทย พม่า แขก จีน และชนเผ่า ซึ่งถ้ามีการส่งเสริมและพัฒนาารูปแบบและการออกแบบ โดยนำเสนอถึงความน่าสนใจและความโดดเด่นของภูมิปัญญาท้องถิ่น ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละชนเผ่าและชาติพันธุ์วรรณาศิลปวัฒนธรรม รวมไปถึงการนำเสนอเอกลักษณ์เฉพาะมาผสมผสานความหลากหลายของชนเผ่าและชาติพันธุ์วรรณาศิลปวัฒนธรรมเพื่อยังคงกลิ่นอายความเป็นพื้นถิ่น

การอนุรักษ์และรักษาศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ดั้งเดิมของผู้คนที่บูรณาการไปกับความทันสมัย และความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างลงตัวก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทผ้าของชนเผ่าและชาติพันธุ์ของแม่สอดกลายเป็นของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น มีคุณค่า มีเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์เฉพาะของแม่สอด และจังหวัดตากที่ช่วยในการสร้างความทรงจำที่ดีในประสบการณ์การท่องเที่ยวและความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้อีกด้วย

## การอภิปรายผล

อัตลักษณ์ของแม่สอด จังหวัดตากที่มีความโดดเด่นมากที่สุดคือความหลากหลายของชาติพันธุ์วรรณนาที่ถือเป็นจุดศูนย์รวมของผู้คนที่หลากหลายทั้งไทย พม่า แขก จีน และชนเผ่าต่างๆ ทำให้มีวิถีชีวิต ประเพณี และศิลปวัฒนธรรมที่มีความหลากหลาย โดดเด่น และน่าสนใจที่ผสมผสานกันในพื้นที่ได้อย่างลงตัว (Pairin Makcharoen, 2008) จนกลายเป็นวัฒนธรรมที่ส่งต่อมายังสถานที่ท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงความหลากหลาย (Mae Sot Municipality, 2016) และนำมาซึ่งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ควรนำเสนอส่งเสริม และพัฒนาไปพร้อมกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้ อัตลักษณ์แม่สอดในเรื่องชาติพันธุ์วรรณนาของคนในแม่สอด ทั้งการเยี่ยมชมหรือการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิถีการดำเนินชีวิต และกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคที่โดดเด่นอย่างผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป แป้งทานาคา รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอย่างผ้าชนเผ่าและชาติพันธุ์ เครื่องไม้ ภูมิปัญญา และเครื่องประดับ (Adirek Funkhiaw, 2016) เพื่อเรียนรู้ร่วมกันกับคนพื้นถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งในชุมชน หมู่บ้าน วัด พิพิธภัณฑสถาน และตลาดพื้นบ้าน เพื่อจัดเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาอัตลักษณ์แม่สอดในเรื่องชาติพันธุ์วรรณนาของคนในแม่สอดที่สามารถถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่องราว ความเป็นมา วิถีชีวิต ประเพณี และศิลปวัฒนธรรมที่น่าสนใจของคนแม่สอดที่เกิดมาจากการรวมตัวกันของผู้คนที่หลากหลายได้อย่างลงตัว (Kim, 2002) ทั้งยังเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ (Jiurong, 2010) และกระจายรายได้ให้กับคนในแม่สอด จังหวัดตากได้อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Adirek Funkhiaw (2016) ที่พบว่าแม่สอดมีศักยภาพความพร้อมและจุดเด่นในกลุ่มธุรกิจและอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตร โดยใช้วัตถุดิบในพื้นที่เป็นหลัก อุตสาหกรรมภูมิปัญญาและเครื่องประดับ อุตสาหกรรมแปรรูปไม้และเครื่องเรือน อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและภาคบริการเติบโตและเกิดรายได้จำนวนมากในแม่สอด

อัตลักษณ์ของแม่สอดในเรื่องความหลากหลายของชาติพันธุ์วรรณนายังนำมาซึ่งสินค้าและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่หลากหลาย เป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผ้าของชนเผ่าและชาติพันธุ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละชนเผ่าและชาติพันธุ์ในพื้นที่แม่สอดอยู่แล้วอย่างชาวกะเหรี่ยงและชาวปกากะญอ (OTOP Today, 2017) ทั้งยังมีผ้าของชนเผ่าและชาติพันธุ์ที่เกิดจากการผสมผสานบูรณาการเอกลักษณ์พื้นถิ่นเฉพาะจากความหลากหลายของคนไทย พม่า แขก จีน และชนเผ่า ซึ่งถ้ามีการส่งเสริมและพัฒนา รูปแบบและการออกแบบ โดยนำเสนอถึงความน่าสนใจและโดดเด่นของภูมิปัญญาท้องถิ่น ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละชนเผ่าและชาติพันธุ์วรรณนา รวมไปถึงการนำเสนอเอกลักษณ์เฉพาะมาผสมผสานความหลากหลายของชนเผ่าและชาติพันธุ์วรรณนา เพื่อยังคงกลิ่นอายความเป็นพื้นถิ่น การอนุรักษ์และรักษาศิลปวัฒนธรรม (Kim, 2002) วิถีชีวิตความเป็นอยู่ดั้งเดิมของผู้คนที่บูรณาการ



ไปกับความทันสมัยและความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างลงตัว (Jaratpim Wangyen et al., 2013) ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทผ้าของชนเผ่าและชาติพันธุ์ของแม่สอดกลายเป็นของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น มีคุณค่า มีเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์เฉพาะของแม่สอด และจังหวัดตาก (Kapferer, 2008; Lindberg et al., 2012) ที่ช่วยในการสร้างความทรงจำที่ดีในประสบการณ์การท่องเที่ยวและความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Xin (2016) ที่พบว่าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีการออกแบบที่มีประสิทธิภาพ ต้องมีการผสมผสานนวัตกรรมความทันสมัย ความคิดสร้างสรรค์ เหมาะสมกับบริบทและวิถีชีวิตในปัจจุบัน (Panchat Inkong, 2014) สามารถใช้งานได้จริง ครอบคลุมแก่การเก็บรักษา ทั้งยังควรทำหน้าที่ช่วยเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์ กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว บอกเล่าเรื่องราวภูมิหลังให้นักท่องเที่ยวเข้าใจแหล่งท่องเที่ยวแสดงให้เห็นถึงคุณค่าและภาพลักษณ์อันดีในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความทรงจำในประสบการณ์การท่องเที่ยว และความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว (Jittanan Tikul et al., 2007)

### ข้อเสนอแนะ

1. องค์กรภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรช่วยส่งเสริม พัฒนา และประชาสัมพันธ์ของแม่สอดในเรื่องความหลากหลายของชนเผ่าและชาติพันธุ์ วรรณกรรม และผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ทั้งผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผ้าชนเผ่าและชาติพันธุ์ เครื่องไม้ ภูมิปัญญา และเครื่องประดับ ที่ควรนำเสนอ ส่งเสริม และพัฒนาไปพร้อมกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับนักท่องเที่ยวได้เข้าไปเยี่ยมชม มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิถีการดำเนินชีวิตและกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคและของที่ระลึกที่โดดเด่น และเป็นอัตลักษณ์ของแม่สอด และจังหวัดตาก

2. องค์กรภาครัฐ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการควรร่วมมือกันในการพัฒนาและรักษามาตรฐานผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ ทั้งผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค อย่างผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอย่างผ้าชนเผ่าและชาติพันธุ์ เครื่องไม้ ภูมิปัญญา และเครื่องประดับ ทั้งในเรื่องคุณภาพ ความสวยงาม รูปแบบ ความหลากหลาย ราคา และบรรจุภัณฑ์ที่ดี

3. องค์กรภาครัฐ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการควรร่วมมือกันในการส่งเสริมและพัฒนาการออกแบบและรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผ้าชนเผ่าและชาติพันธุ์ ให้คงความเป็นอัตลักษณ์ของแม่สอด จังหวัดตากที่มีความโดดเด่นและน่าสนใจได้ตลอดไป รวมไปถึงควรมีการส่งเสริมและพัฒนาการผสมผสานความหลากหลายของชนเผ่าและชาติพันธุ์ เพื่อยังคงกลิ่นอายความเป็นพื้นถิ่น และบูรณาการไปกับความทันสมัยและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ้าชนเผ่าและชาติพันธุ์แบบผสมผสานอัตลักษณ์ของแม่สอด จังหวัดตากในรูปแบบใหม่ที่ทันสมัยได้อย่างลงตัว

### กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุนสนับสนุนการวิจัยจากเงินงบประมาณเงินรายได้คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประจำปีงบประมาณ 2561

## References

- Adirek Funkhiaw. (2016). Proposals for Developing the Border Special Economic Zones in Tak Province. *Journal of Public Administration and Politics*, 5(1), 89–125.
- Chai Podhisita. (2004). **The Art and Science of Qualitative Research**. Bangkok: Amarin Printing and Publishing.
- Chotika Chummee & Srinarin Poudpongpaiboon. (2015). **Thailand's Special Economic Zone–National Roadmap and New Opportunities to Watch Out**. Retrieved July 20, 2017, from <http://www.scbeic.com/en/detail/product/1167>
- Department of Tourism. (2015). **Tourist Statistic**. Retrieved November 5, 2017, from <http://www.tourism.go.th>
- Department of Tourism. (2017). **Tourist Statistic**. Retrieved November 15, 2017, from <http://www.tourism.go.th>
- Jaratpim Wangyen, Thawatchai Sangnumpecth, Arparpun Yulek & Pojana Numahan. (2013). **Development of Local Product Made From Pakhanmah Base–On Integration of Local Wisdom and Principle of Fashion Design to Promote Community Career: A Case Study of Wanon–Nivat District, Sakon Nakron Province**. Research Report. Faculty of Industry Textile and Fashion Design, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon.
- Jittanan Tikul, Sarit Srikhao, Pikul Pradabsri, Churairat Wisaidee & Suwannee Pangtawong (2007). **Potential and Promptness of Tourism Products in the Lower Northeastern Part of Thailand**. Research Report. Suranaree University of Technology.
- Jiurong, N. (2010). **The Design and Development of Tourist Souvenir in Hernan**. Master's Thesis. Department of Art and Design, Zhongyuan University of Technology
- Kapferer, J. N. (2008). **The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term**. 4th ed. London and Philadelphia: Kogan Page.
- Kim, K. (2002). **The Effects of Tourism Impacts upon Quality of Life Residents in the Community**. Blacksburg, VA: Polytechnic Institute and State University.
- Lindberg, A., Blomqvist, C. & Johansson, M. (2012). **Brand Identity and Brand Image–A Case Study of Coop**. Retrieved November 6, 2017, from <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:530562/fulltext01.pdf>
- Mae Sot Municipality. (2016). **Strategic Plan (2015–2019)**. Tak: Mae Sot Municipality.
- OTOP Today. (2017). **Mae Sot Wisdom**. Retrieved May 13, 2017, from <http://www.otoptoday.com/wisdom/6569>

- Pairin Makcharoen. (2008). **Social Interaction of Ethnic Groups in Border Area: A Case Study of Communities in Mae Sot Municipality, Tak Province.** Master's Thesis. Chulalongkorn University.
- Panchat Inkong. (2014). Development of the Northern Souvenir Product in Promoting Creative Economic Tourism: A Case Study of Yao Tribal Group. *Journal Art Klong Hok*, 1(2), 21–41.
- Thansettakij Multimedia. (2017). **Motorway “Mae Sot–Tak” Potential Development of Mae Sot–Myawaddy’s Special Economic Zone.** Retrieved June 17, 2017, from <http://www.thansettakij.com/content/138302>
- The Interactive Research. (2010). The Survey of Foreign Tourists’ Behavior and Satisfaction in Shopping and Entertainment Campaign in Thailand. *E–TAT Tourism Journal*, 4(1), 1–11.
- Xin, S. Y. (2016). The Design of Souvenir Product that Reflects Unique Identity Based–on the Concept of Laoshan Taoist Art. *Burapha Arts Journal*, 19(2), 133–148.