

การพัฒนาแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
โดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการของชุมชนมอญ
ตำบลไทรน้อย อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Model Development of Cultural Tourism Promotion by Community-Based
Tourism of Mon Community, Sainoi Sub-District, Bang Ban District,
Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

กานดา เตชะขันทมาก (Kanda Tekhanmag)

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

(Faculty of Humanity and Social Science, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University)

Email: tkdady@hotmail.com

Received August 6, 2021; Revised August 16, 2021; Accepted November 15, 2021

Abstract

The objective of this research was to develop a model for cultural tourism promotion through community-based tourism in the Mon Sainoi sub-district community systematically. By applying qualitative research methods. The 24 target populations have acquired a purposive sampling. The data was collected by four methods: community survey, in-depth interview, non-participant observation, and focus group discussion. Data were examined by data and methodological triangulation and analyzed by content analysis. It was found that the model for cultural tourism promotion by community-based tourism in the Mon Sainoi sub-district community 4 consecutive steps, namely 1) creating knowledge, understanding, and participation in tourism activities “Mon Wisdom in Sai Noi Sub-District: The Way of the Krungkao Mon Community”; 2) developing potential for driving tourism (1) development of community storytellers youth, 2) organizing a welcome show for tourists, 3) developing souvenirs from local wisdom, 4) developing local food, 5) creating cultural learning media, and 6) adjusting the landscape with participation); 3) promoting tourism marketing channels by publishing publicity leaflets; and 4) manage communication to create recognition by organizing the event “Mon Cultural Tourism Community in Sai Noi Sub-District: The Way of the Krungkao Mon Community”.

Keywords: Cultural tourism; Community-based; Tourism management; Mon Sainoi sub-district community

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการของชุมชนมอญตำบลไทรน้อยอย่างเป็นระบบ โดยประยุกต์ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรกลุ่มเป้าหมายได้มาอย่างเฉพาะเจาะจง จำนวน 24 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจชุมชน การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการประชุมกลุ่มเฉพาะ ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้านข้อมูลและด้านวิธีรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการของชุมชนมอญตำบลไทรน้อย มี 4 ขั้นตอนต่อเนื่องกัน ได้แก่ 1. การสร้างความรู้ความเข้าใจและการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว “ภูมิปัญญามอญตำบลไทรน้อย: วิถีชุมชนมอญเมืองเก่า” 2. การพัฒนาศักยภาพเพื่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว (1) การพัฒนาเยาวชนนักเล่าเรื่องชุมชน (2) การจัดการแสดงต้อนรับนักท่องเที่ยว (3) การพัฒนาสินค้าที่ระลึกจากภูมิปัญญาท้องถิ่น (4) การพัฒนาอาหารพื้นถิ่น (5) การจัดทำสื่อเรียนรู้วัฒนธรรม และ (6) การปรับปรุงทัศนียภาพโดยมีส่วนร่วม) 3. การส่งเสริมช่องทางการตลาดท่องเที่ยว โดยการจัดพิมพ์แผ่นพับประชาสัมพันธ์ และ 4. การสื่อสารสร้างการรับรู้ โดยจัดงาน “ชุมชนท่องเที่ยววัฒนธรรมมอญตำบลไทรน้อย: วิถีชุมชนมอญ เมืองเก่า”

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม; ชุมชนเป็นฐาน; การจัดการการท่องเที่ยว; ชุมชนมอญตำบลไทรน้อย

บทนำ

พลังทางวัฒนธรรมเป็นอาวุธสำคัญเพื่อต่อสู้กับวิกฤติเศรษฐกิจทุนนิยม (Scott, 1958) ทุนวัฒนธรรม มี 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) สิ่งที่มีอยู่ในตัวคนและกลุ่มคนมาอย่างยาวนาน (embodies state) เช่น ความคิด ความเชื่อ เป็นต้น 2) สิ่งที่เป็นรูปธรรม (objectified state) เช่น รูปภาพ สิ่งก่อสร้าง สถานที่ เป็นต้น 3) ความเป็นสถาบัน (institutionalization state) ซึ่งสามารถทำให้เกิดความเป็นรูปธรรม เช่น สถาบันพระมหากษัตริย์ เป็นต้น (Bourdieu, 1986) นอกจากนี้ยังรวมถึงมรดกทางวัฒนธรรมในแต่ละชุมชน ทั้งที่เป็นรูปธรรม (Tangible cultural heritage) เช่น ที่อยู่อาศัย งานฝีมือ เป็นต้น และที่เป็นนามธรรม (Intangible cultural heritage) เช่น ประเพณี ภาษา พิธีกรรม เทศกาล เป็นต้น (ICOMOS Australia, 1999) ซึ่งวัฒนธรรมเหล่านี้เป็นต้นทุนสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่แตกต่างในแต่ละท้องถิ่นเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (Sungrugsa & Lakananulak, 2012)

กระแส “รัก ท้องถิ่น” (Local love) ทำให้ผู้บริโภคที่ใส่ใจแสวงหาสินค้าและบริการที่มีความเฉพาะถิ่น ส่งผลให้แนวโน้มของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพิ่มขึ้น ทำให้ได้รับความสนใจจากทุกภาคส่วน โดยถือเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่สนับสนุนชุมชนในการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม การดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น การร่วมรับประโยชน์จากการท่องเที่ยว แต่การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในปัจจุบันก็มีจุดอ่อนที่สำคัญคือการขาดฐานข้อมูลที่เป็นในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งจากนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยังขาดการคำนึงถึงความเหมาะสมและความเป็นไปได้ ความเข้าใจของคนในชุมชน

และความพร้อมของท้องถิ่นในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น (National Tourism Policy Committee, 2011) ประกอบกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่สนับสนุนการดำรงอยู่ของความหลากหลายทางวัฒนธรรม (UNESCO, 2006) ช่วยเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม ให้ความสำคัญกับความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ที่เป็นเจ้าของบ้าน เปิดโอกาสให้มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการที่นำไปสู่การทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือที่นำไปสู่ความยั่งยืนของชุมชน เริ่มจากการปลูกจิตสำนึกทางด้านวัฒนธรรมให้เกิดขึ้นในชุมชน และการส่งเสริมปราชญ์ชาวบ้านและผู้ทรงภูมิปัญญาให้มีบทบาทในการถ่ายทอดความรู้และการอนุรักษ์สืบสาน ในขณะเดียวกันก็มีความพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยวผ่านการทำกิจกรรมร่วมกันในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าให้กับท้องถิ่นและเพิ่มพูนประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนเกิดการผลิตสินค้าท้องถิ่นซึ่งเป็นการกระจายรายได้ให้ชุมชน

ชุมชนไทรน้อย อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นชุมชนมอญเก่าแก่ที่ตั้งรกรากมาตั้งแต่สมัยปลายสุโขทัยต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ที่ยังเห็นถาวรวัตถุอย่างชัดเจนคือโบสถ์หลวงพ่อใหญ่เป็นโบสถ์มหาอุดม์ เจดีย์มีลักษณะระฆังคว่ำ สันนิษฐานว่าอายุไม่ต่ำกว่า 600-700 ปี มาแล้ว องค์พ่อใหญ่หรือองค์หลวงพ่อมงคลบรรพตเป็นที่เคารพสักการะของชาวบ้านมอญที่ยังคงได้รับการอนุรักษ์รักษาไว้เป็นอย่างดีเพื่อความเป็นสิริมงคลและเป็นการเรียนรู้ศิลปะมอญแบบโบราณ ดำรงชีวิตอย่างเรียบง่ายช่วยเหลือเกื้อกูลกัน มีอาชีพพื้นฐานด้านการเกษตร มีงานหัตถกรรมจักสานฝีมือละเอียดประณีตงดงามมาก ทำขนมไทย ทำอัฐมอญที่มีคุณภาพดีเป็นที่ต้องการของท้องตลาดจนเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ได้เป็นอย่างดี และมีอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของชาวมอญเท่านั้น กล่าวคือ ข้าวแช่ ซึ่งเป็นอาหารพิเศษที่มีเฉพาะในช่วงเทศกาลสงกรานต์หรือฤดูร้อนเท่านั้น โดยใช้ข้าวหอมมะลิหุงสุกแล้วอบควันเทียน นำข้าวลงแช่ในน้ำเย็นลอยดอกมะลิแล้วกินพร้อมเครื่องเคียงที่เตรียมไว้ จะได้อาหารที่เย็นและมีกลิ่นหอมชื่นใจคลายร้อนได้ (Phranakhon Si Ayuttha Provincial Cultural Office, 2016)

จากจุดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของวัฒนธรรมมอญตำบลไทรน้อย และทำเลที่ตั้งที่อยู่ห่างจากตัวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่สำคัญของไทย เพียง 10-12 กิโลเมตร สามารถเดินทางถึงชุมชนมอญโดยใช้เวลาไม่เกิน 30 นาที ซึ่งสามารถนำเสนอเรื่องราวเชื่อมโยงเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ แต่ปัญหาสำคัญคือการที่ชุมชนมอญตำบลไทรน้อย ยังไม่สามารถจัดการและนำทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์สำคัญ และมีศักยภาพของชุมชนมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการจะให้ชุมชนสามารถดำเนินการท่องเที่ยวตามหลักการข้างต้นได้ มีความจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว (Manirochana, 2017) ดังนั้น เพื่อให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับองค์ความรู้ด้านการจัดการทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อให้ชุมชนเกิดความตื่นตัวและสนใจในประโยชน์ของทุนทางวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อไปในอนาคต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ในฐานะสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น จึงทำหน้าที่เป็นหน่วยงานทางวิชาการ โดยร่วมมือกับชุมชน/ท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด ได้เห็นประโยชน์ในการส่งเสริมให้ชุมชนมอญตำบลไทรน้อย สามารถจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการสู่เศรษฐกิจชุมชน บนฐานทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของมอญตำบลไทรน้อย ได้อย่างเป็นระบบและยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อันจะทำให้ชุมชนมอญตำบลไทรน้อย เกิดความรู้เกิดเจตคติที่ดี มีทักษะและสามารถจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยตนเอง ซึ่งนอกจากจะก่อให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพและรายได้ให้กับชุมชนแล้ว ยังจะสามารถอนุรักษ์และสืบทอดทุนทาง

วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างเป็นระบบและยั่งยืน จนสามารถพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานทุนทางวัฒนธรรม อันจะนำไปสู่การลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมและการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อพัฒนารูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการของชุมชนมอญ ตำบลไทรน้อย อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและใช้กระบวนการจัดการโดยชุมชนมีส่วนร่วม **ผู้ให้ข้อมูลหลัก** ประกอบด้วย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการของชุมชนมอญ ตำบลไทรน้อย อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ได้มาอย่างเฉพาะเจาะจง รวม 24 คน ดังนี้ 1) ชุมชนมอญตำบลไทรน้อย 16 คน 2) ภาครัฐ/เอกชน 4 คน และ 3) มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 4 คน)

พื้นที่วิจัย คือ ชุมชนมอญ ตำบลไทรน้อย อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ระยะเวลาวิจัย ระหว่างกันยายน พ.ศ. 2563 – พฤษภาคม พ.ศ. 2564 รวม 9 เดือน

ทบทวนวรรณกรรม

1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1.1 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่สนับสนุนการดำรงอยู่ของความหลากหลายทางวัฒนธรรม (UNESCO, 2006) ในยุคปัจจุบันการแข่งขันในตลาดโลกได้ให้ความสำคัญในการนำเอาวัฒนธรรมมาเป็นส่วนหนึ่งในตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งสอดคล้องกับกระแสเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ กระทรวงวัฒนธรรม ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ว่าเป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้และการให้คุณค่าของสังคม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มุ่งเรียนรู้จากวัฒนธรรมอื่น ๆ เพื่อให้เกิดโลกทัศน์ใหม่ที่กว้างไกล จากการมีประสบการณ์ในแหล่งวัฒนธรรมที่คงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ 6 ด้าน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ดังนี้ 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่สามารถดึงดูดใจ 2) ด้านกระบวนการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 3) ด้านธุรกิจท่องเที่ยวที่สามารถอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และได้ผลตอบแทนในกำไรธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เพื่อที่จะได้ช่วยในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม 4) ด้านการตลาดท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ โดยแสวงหานักท่องเที่ยวคุณภาพเพื่อให้ได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม 5) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น โดยคำนึงถึงการที่

ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือจัดการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้รับผลประโยชน์ตอบแทน เพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น และ 6) ด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

2. การตลาดการท่องเที่ยว

2.1 การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูงและมีกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการหลากหลาย ในการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น แนวคิดการตลาดมีความสำคัญต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะ (niche tourists) โดยรูปแบบการตลาดเชิงวัฒนธรรมเป็นกระบวนการในการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว โดยการเลือกกลุ่มเป้าหมายให้เหมาะสมกับอัตลักษณ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อันจะทำให้เกิดความสมดุลระหว่างการพัฒนาการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์วัฒนธรรม (Dibb & Simkin, 2002) ดังนั้น การเข้าใจและรับรู้ถึงลักษณะและความต้องการของนักท่องเที่ยวจะทำให้ได้แนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดที่เหมาะสมเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสามารถรักษามรดกวัฒนธรรมของชุมชนให้คงอยู่ได้

2.2 Jaiuea, Kulsiri, Ativetin, & Sirisuthiku (2016) เสนอว่า การตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีปัจจัยสำคัญที่ต้องพิจารณา ดังนี้ 1) นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (cultural tourist) ถือเป็นหัวใจสำคัญ เนื่องจากมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดท่องเที่ยว ดังนั้น การทำความเข้าใจในพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว จะทำให้สามารถกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมายได้ถูกต้องและเหมาะสมกับบริบทพื้นที่ และ 2) การกำหนดส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยว (marketing mix) เป็นการหาปัจจัยทางการตลาดที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเพิ่มขึ้นของการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย 7 ด้าน (7Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) การส่งเสริมการตลาด (promotion) ลักษณะทางกายภาพ (physical evidence) กระบวนการให้บริการ (process) และบุคลากร (people)

3. การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

3.1 Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization) (2015) ได้ให้คำหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน (community bases tourism: CBT) ว่า “เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่บริหารจัดการ โดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์และมีมาตรฐานก่อให้เกิดการเรียนรู้เพื่อไปสู่ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมท้องถิ่น และคุณภาพชีวิตที่ดี” สอดคล้องกับ Thongma (2018) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนท้องถิ่นกับผู้มาเยือน รวมถึงการดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่าง ๆ ของชุมชน โดยการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชนเพื่อประโยชน์แก่ชุมชน

3.2 Suansri (2003) เสนอว่าการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีจุดยืนที่เป็นหลักการสำคัญ คือ 1) ชุมชนเป็นเจ้าของ 2) ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจและกำหนดทิศทาง 3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง 4) ยกคุณภาพชีวิต 5) มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม 6) คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น 7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม 8) เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ 9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนในท้องถิ่น และ 10) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้ 1) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม สิ่งสำคัญคือ ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่

อุดมสมบูรณ์และมีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน รวมถึงชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น 2) ด้านองค์กรชุมชน สิ่งสำคัญคือชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้ และทักษะในเรื่องต่าง ๆ หลากหลาย และคนในชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา 3) ด้านการจัดการ สิ่งสำคัญคือ ชุมชนต้องมีการศึกษาในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรมและเอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน 4) ด้านการเรียนรู้ สิ่งสำคัญคือลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยว สามารถสร้างการเรียนรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งในส่วนของ ชาวบ้านและผู้มาเยือน

จากการทบทวนวรรณกรรมสรุปว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้ในพื้นที่ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมจากการมีประสบการณ์ในแหล่งวัฒนธรรมที่คงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เป็นการสนับสนุนการดำรงอยู่ของความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการอย่างสร้างสรรค์และมีมาตรฐาน ก่อให้เกิดการเรียนรู้เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมท้องถิ่น และคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชนท้องถิ่น การทำความเข้าใจในพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ถือเป็นหัวใจสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว 7 ด้าน (7Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการให้บริการ และบุคลากร

วิธีดำเนินการวิจัย

เนื่องจากการแสวงหาความรู้เพื่อทำความเข้าใจต่อปรากฏการณ์ทางสังคม (Social phenomenon) ซึ่งได้แก่รูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการ เพื่อตอบคำถามการวิจัย (Research question) ว่าชุมชนมอญตำบลไทรน้อย อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการอย่างไร โดยประยุกต์ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรกลุ่มเป้าหมาย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) ได้แก่ ตัวแทนของผู้มีส่วนสำคัญและเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน ในการจัดการของชุมชนมอญตำบลไทรน้อย อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ได้มาอย่างเฉพาะเจาะจงตามวัตถุประสงค์การวิจัย (Purposive sampling) รวม 24 คน ประกอบด้วย 1) ผู้นำชุมชนมอญตำบลไทรน้อย 16 คน 2) ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ/ เอกชน 4 คน และ 3) อาจารย์จากมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 4 คน

2. วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 วิธีการวิจัย ประยุกต์ใช้การศึกษาภาคสนาม (Field study) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการ จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยใช้หลายวิธีการประกอบกัน ดังนี้ การสำรวจชุมชน (Community survey) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant observation) และการประชุมกลุ่มเฉพาะ (Focus group discussion)

2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้กำหนดคำถามไว้ในประเด็นหลักอย่างกว้าง ๆ และเพิ่มเติมประเด็นอื่นใดในระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเน้นให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย มีขั้นตอนการสร้างตามที่ Srisuk (2013) เสนอไว้ คือ 1) ศึกษาวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัยอย่างละเอียด 2) กำหนดประเด็นที่ต้องการเก็บรวบรวมข้อมูลให้ตรงตามวัตถุประสงค์ 3) รวบรวมรายการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ต้องการตามประเด็นที่กำหนดไว้ 4) พิจารณาแต่ละรายการเก็บรวบรวมข้อมูลให้มีความชัดเจนทางภาษาเข้าใจง่ายเหมาะสมกับผู้ให้ข้อมูล 5) พิจารณารายการเก็บรวบรวมข้อมูลให้ครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษา และ 6) จัดทำแบบการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วนำไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมาย และดำเนินการปรับปรุงแก้ไขจนได้แบบรายการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ตรงตามวัตถุประสงค์ ในขณะที่เก็บรวบรวมข้อมูลยังได้พัฒนาคำถามเพิ่มขึ้น รวมทั้งคำถามที่เป็นลักษณะตะล่อมกล่อมเกล้า (Probe question) ซึ่งทำให้เข้าใจประเด็นและได้ข้อมูลมากและลึกซึ้งยิ่งขึ้น ผู้วิจัยใช้การจดบันทึกสรุปลักษณะเฉพาะประเด็นที่สำคัญตามความเป็นจริงโดยไม่มีการตีความ นอกจากนี้ยังได้จัดผู้จดบันทึกคำสนทนา (Note taker) เพื่อทำหน้าที่บันทึกเกี่ยวกับความคิด ความรู้สึกหรือปัญหาที่เกิดขึ้นในขณะที่รวบรวมข้อมูลด้วย

2.3 ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้วิธีจดบันทึกเนื้อหาที่สำคัญไว้เป็นแนวทาง ขณะเดียวกันได้ขออนุญาตบันทึกเสียง เมื่อสิ้นสุดการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกหรือการประชุมกลุ่มเฉพาะในแต่ละประเด็นได้มีการทบทวนและสรุปผลเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ยืนยันความชัดเจน ถูกต้อง และครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลทุกครั้ง (Collective summarization) นอกจากนี้ได้ใช้แบบบันทึกการสำรวจชุมชนและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบบันทึกปลายเปิด คือสามารถบันทึกรายละเอียดของข้อมูล โดยได้กำหนดหัวข้อครอบคลุมประเด็นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเช่นกัน

3. การตรวจสอบข้อมูล เพื่อให้มั่นใจว่าในการวิจัยครั้งนี้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน และครบถ้วนสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ทั้งหมดตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ตามที่ Chanwanit (2010) ได้เสนอไว้ โดยอาศัยวิธีการ 1) ตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) โดยการสอบแหล่งของข้อมูล แหล่งที่มาที่ใช้พิจารณาในการตรวจสอบ ได้แก่ แหล่งเวลา สถานที่ และบุคคลที่ต่างกันต้องได้ข้อมูลที่ตรงกัน โดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามหลายครั้งในเวลาที่ต่างกัน และ 2) ตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological triangulation) ที่ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธีในเรื่องเดียวกันด้วยวิธีการต่างกัน และยังตรวจสอบข้อมูลแบบสรุปสะสม โดยเมื่อผู้วิจัยสัมภาษณ์แบบเจาะลึกหรือจัดประชุมกลุ่มเฉพาะผู้ให้ข้อมูลสำคัญจบในแต่ละประเด็นแล้ว ผู้วิจัยได้ทบทวนประเด็นโดยการถามย้อนกลับอีกรอบเพื่อตรวจสอบและยืนยันความถูกต้องแม่นยำตรงของข้อมูลระหว่างผู้ให้ข้อมูลและผู้วิจัยอีกครั้งหนึ่ง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลบางส่วนพร้อม ๆ กับการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำผลสรุปเบื้องต้นจากข้อมูลมาใช้ในการออกแบบและตั้งคำถามเพิ่มเติม เพื่อใช้ตอบคำถามวิจัยให้สมบูรณ์มากขึ้น การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นกระบวนการทำงานที่ต่อเนื่อง ซึ่งเกิดขึ้นตั้งแต่เมื่อนักวิจัยเริ่มต้นเก็บข้อมูลจนถึงเมื่อสิ้นสุดการเก็บข้อมูล โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยการจำแนกชนิดข้อมูล (typological analysis) แบบไม่ใช้ทฤษฎี โดยการจำแนกข้อมูลทีวิเคราะห์ตามความเหมาะสมกับข้อมูล โดยใช้ประสบการณ์ของผู้วิจัยที่จำแนกข้อมูลเป็นชนิดง่าย ๆ ตามกรอบการวิจัย แล้วพิจารณาคูความสม่ำเสมอของการเกิดของข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งเป็นพื้นฐานในการอธิบายสาเหตุของปรากฏการณ์ โดยประยุกต์จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ แบ่งเป็น 5 ขั้นตอนใหญ่ ตามข้อเสนอของ Buason (2015) ได้แก่ 1) การจัดระเบียบข้อมูล 2) การทำดัชนีหรือกำหนดรหัสข้อมูล 3) การกำจัดข้อมูลหรือสร้างข้อสรุปชั่วคราว 4) การสร้างบทสรุป และ 5) การพิสูจน์ความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์ จากนั้นนำเสนอ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในทุกประเด็นที่ต้องการศึกษาให้สอดคล้องและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย ส่วนสำคัญ 2 คือ การนำเสนอในรูปแบบของการบรรยายด้วยถ้อยคำ (Narrative text) ซึ่งเป็นส่วนของการนำเสนอหลัก ร่วมกับการนำเสนอด้วยแผนภาพ (Visual display) ซึ่งเป็นส่วนช่วยเสริมให้การนำเสนอมีความคมชัดมากยิ่งขึ้น

ผลการวิจัย

1. **ขั้นตอนและกระบวนการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการของชุมชนมอญ ตำบลไทรน้อย อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการของชุมชนมอญตำบลไทรน้อย อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วยขั้นตอน วิธีดำเนินการ และผลการดำเนินการ ดังนี้

1.1 ขั้นตอนที่ 1 การสร้างการมีส่วนร่วม มี 1 กิจกรรมสำคัญ คือ การสร้างความรู้ความเข้าใจ รวบรวมเชื่อมโยงอัตลักษณ์ และสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดทำผังกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน มีรายละเอียดดังปรากฏในตาราง 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 วิธีดำเนินการ และผลการดำเนินการสร้างการมีส่วนร่วม

วิธีดำเนินการ	ผลการดำเนินการ
จัดการประชุมระดมความคิดเกี่ยวกับ 1) การดำเนินงานชุมชนท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 2) การวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชน และ 3) การออกแบบกิจกรรมและพัฒนาและเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากคณะกรรมการ หมู่บ้านและผู้นำกลุ่ม องค์การในชุมชน และภาคีเครือข่ายการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง (เทศบาล/โรงเรียน)	สรุปอัตลักษณ์ “ภูมิปัญญามอญตำบลไทรน้อย: วิถีชุมชนมอญเมืองกรุงเก่า” ที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ 6 ด้าน ได้แก่ 1) อาหารมอญ (แกงมอญ ข้าวแช่มอญ) 2) การละเล่นและเพลงพื้นบ้าน (การละเล่นพื้นบ้าน เพลงพื้นบ้าน รำมอญ) 3) สถาปัตยกรรม (วัดมอญ/สถาปัตยกรรมมอญ) 4) ความเชื่อ ประเพณี และพิธีกรรม (สงกรานต์) 5) วิถีชีวิตและการทำมาหากิน (ภาษามอญ การแต่งกายมอญ อีรุมอญ) และ 6) ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (ขนมไทยมงคล 9 อย่าง ตากะลำนวดเพื่อสุขภาพ) และได้ผังกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานอัตลักษณ์ชุมชนมอญตำบลไทรน้อยได้ตลอดทั้งปี

1.2 ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาศักยภาพเพื่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว มี 6 กิจกรรมสำคัญ ซึ่งแต่ละกิจกรรมประกอบด้วยวิธีดำเนินการ และผลการดำเนินการ มีรายละเอียดดังปรากฏในตาราง 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 กิจกรรม วิธีดำเนินการ และผลการดำเนินการพัฒนาศักยภาพเพื่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว

กิจกรรม	วิธีดำเนินการ	ผลการดำเนินการ
1. การพัฒนาเยาวชนนักร้องเรื่องชุมชน	จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อเรียนรู้เรื่องราวของชุมชน (story) ประวัติ วิถีชีวิต วัฒนธรรม อัตลักษณ์ชุมชน แล้วฝึกปฏิบัติการเล่าเรื่องและทักษะทางภาษา (ภาษาไทยและภาษามอญ) เพื่อใช้ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว	ได้เยาวชนนักร้องเรื่องชุมชนที่เป็นนักเรียนในตำบลไทรน้อยจำนวน 20 คน (ครู 3 คน)

ตารางที่ 2 (ต่อ)		
กิจกรรม	วิธีดำเนินการ	ผลการดำเนินการ
2. การเพิ่มทักษะการแสดงต้อนรับนักท่องเที่ยว	จัดเวทีระดมความคิดเพื่อกำหนดรูปแบบชุดการแสดงเพื่อใช้ต้อนรับนักท่องเที่ยว แล้วฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาทักษะการแสดงเพื่อการต้อนรับนักท่องเที่ยว	ได้ชุดการแสดง 3 ชุด (รำมอญใช้ปีพาทย์มอญแสดงสด เพลงพื้นบ้าน และรำกลองยาว)
3 การพัฒนาสินค้าที่ระลึกทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีคุณค่าและคุณภาพ	คัดสรรผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาชุมชนมอญตำบลไทรน้อยให้เป็นสินค้าที่ระลึกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและคุณภาพที่สามารถจำหน่ายได้ รวมถึงการควบคุมกำกับดูแลคุณภาพและมาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ	ได้สินค้าที่ระลึกทางวัฒนธรรม 6 ผลิตภัณฑ์ (สไบมอญ, หมวกผ้าลายมอญ, หน้ากากผ้าลายมอญ (ผลิตภัณฑ์วิถีใหม่) เครื่องปั้นดินเผาต่อยอดภูมิปัญญาฮิโระมอญ เครื่องจักสาน และตากะลานวดเพื่อสุขภาพ)
4. การพัฒนาอาหารพื้นถิ่นมอญตำบลไทรน้อย	คัดเลือกเมนูอาหารพื้นถิ่นมอญตำบลไทรน้อย แล้วคัดสรรผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการปรุงให้มีมาตรฐานได้คุณภาพสะอาดและปลอดภัย และฝึกปฏิบัติการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น พร้อมทั้งควบคุมกำกับดูแลคุณภาพและมาตรฐานของอาหารอย่างสม่ำเสมอ	ได้เมนูอาหารพื้นถิ่นมอญตำบลไทรน้อย 4 เมนูหลัก (ข้าวแช่ อาหารจากมะตาด อาหารจากกระเจี๊ยบมอญ และขนมไทยมงคล 9 อย่าง)
5. การจัดทำสื่อเรียนรู้อัตลักษณ์วัฒนธรรมภูมิปัญญา และวิถีชุมชนมอญตำบลไทรน้อย	ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการจัดทำสื่อวีดิทัศน์เรียนรู้อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชุมชนมอญตำบลไทรน้อยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ผลิตสื่อเรียนรู้และประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook: ศูนย์การเรียนรู้โฮมสเตย์ไทรน้อยเป็นประจำและต่อเนื่อง
6. การพัฒนาภูมิทัศน์ด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน	พัฒนาชุมชนท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมอญตำบลไทรน้อยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและเป็นระเบียบเรียบร้อย	ปรับปรุงภูมิทัศน์รอบโบราณสถานโบสถ์มหาอุดมอญ วัดไทรน้อย จนเรียบร้อย สวยงาม และร่มรื่น

1.3 ขั้นตอนที่ 3 การส่งเสริมช่องทางการตลาดท่องเที่ยว มี 1 กิจกรรมสำคัญ คือ การจัดพิมพ์แผ่นพับประชาสัมพันธ์ชุมชนท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมอญตำบลไทรน้อย มีรายละเอียดดังปรากฏในตาราง 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 วิธีดำเนินการ และผลการดำเนินการส่งเสริมช่องทางการตลาดท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการ	ผลการดำเนินการ
ศึกษาและจัดทำข้อมูลวัฒนธรรมมอญตำบลไทรน้อย ที่ถูกต้องและครบถ้วนสมบูรณ์	ได้แผ่นพับที่ประกอบด้วย 4 ส่วนสำคัญ คือ 1) ส่วนนำ (แสดงความเป็นมาของชุมชนมอญตำบลไทรน้อยโดยสรุป) 2) อัตลักษณ์วัฒนธรรมมอญตำบลไทรน้อย (6 ส่วน ได้แก่ อาหารพื้นบ้าน การละเล่นและเพลงพื้นบ้าน งานสถาปัตยกรรม ความเชื่อ ประเพณีและพิธีกรรม วิถีชีวิตและการทำมาหากิน และภูมิปัญญาพื้นบ้าน) 3) แผ่นผังบ้านภูมิปัญญา ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวและเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญามอญตำบลไทรน้อย และ 4) การติดต่อขอข้อมูล/รายละเอียดเพิ่มเติม

1.4 ขั้นตอนที่ 4 การสื่อสารสร้างการรับรู้ มี 1 กิจกรรมสำคัญ คือ การจัดงานเปิด “ชุมชนท่องเที่ยววัฒนธรรมมอญตำบลไทรน้อย: วิถีชุมชนมอญเมืองกรุงเก่า” โดยผู้ว่าราชการจังหวัดพระนครศรีอยุธยาให้เกียรติมาเป็นประธาน มีรายละเอียดดังปรากฏในตาราง 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 วิธีดำเนินการ และผลการดำเนินการสื่อสารสร้างการรับรู้

วิธีดำเนินการ	ผลการดำเนินการ
นำศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญามอญตำบลไทรน้อยที่ได้พัฒนาไว้ (ในขั้นตอนที่ 2) มาจัดแสดง (ร่วมอนุรักษ์ใช้พื้นที่มอญแสดงสด) จำหน่ายสินค้าที่ระลึกทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาชุมชน (สไบมอญ หมวกผ้าลายมอญ หน้ากากผ้าลายมอญ เครื่องปั้นดินเผาต่อยอดภูมิปัญญาฮิรามอญ เครื่องจักสาน และตากะลานวดเพื่อสุขภาพ) ต้อนรับด้วยอาหารพื้นถิ่นมอญตำบลไทรน้อย (ข้าวแช่ และขนมไทยมงคล 9 อย่าง) มีเยาวชนนักแสดงเรื่องชุมชนให้การต้อนรับและถ่ายทอดเรื่องราวชุมชน และองค์การบริหารส่วนจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้จัดมอบรางวัลนำนักท่องเที่ยวไปชมโบสถ์มหาอุตม์มอญวัดไทรน้อยซึ่งเป็นโบราณสถานที่เป็นอัตลักษณ์ของมอญตำบลไทรน้อยและบ้านภูมิปัญญามอญตำบลไทรน้อยซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยว และเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญามอญตำบลไทรน้อยด้วย	สร้างการรับรู้และความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

2. รูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการของชุมชนมอญ ตำบลไทรน้อย อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

รูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการของชุมชนมอญตำบลไทรน้อยประกอบด้วยขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์และส่งต่อกันอย่างเป็นระบบ 4 ขั้นตอน ดังภาพ

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างการมีส่วนร่วม

- 1.1 การสร้างความรู้ความเข้าใจ รวบรวม เชื่อมโยงอัตลักษณ์ และสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน โดยการจัดประชุมระดมความคิดเห็นจากคณะกรรมการหมู่บ้านและผู้นำกลุ่ม องค์กรในชุมชน และภาคีเครือข่ายการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง จนสามารถสรุปอัตลักษณ์ “ภูมิปัญญามอญตำบลไทรน้อย: วิถีชุมชนมอญเมืองกรุงเก่า”
- 1.2 ที่สามารถใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้



ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาศักยภาพเพื่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว

- 2.1 การพัฒนาเยาวชนนักแสดงเรื่องชุมชน
โดยการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการจนสามารถสร้างเยาวชนนักแสดงเรื่องชุมชนได้ 20 คน
- 2.2 การเพิ่มทักษะการแสดงต้อนรับนักท่องเที่ยว
โดยการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ จนสามารถพัฒนาชุดการแสดงศิลปวัฒนธรรมมอญตำบลไทรน้อย ได้ 3 ชุด (ร่วมอนุรักษ์ใช้พื้นที่มอญแสดงสด เพลงพื้นบ้าน และรำกลองยาว)
- 2.3 การพัฒนาสินค้าที่ระลึกทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีคุณค่าและคุณภาพ
โดยพัฒนา กำกับดูแลคุณภาพและมาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ จนสามารถพัฒนาสินค้าที่ระลึกทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีคุณค่าและคุณภาพ 6 ผลิตภัณฑ์ (สไบมอญ หมวกผ้าลายมอญ หน้ากากผ้าลายมอญ เครื่องปั้นดินเผาต่อยอดภูมิปัญญาฮิรามอญ เครื่องจักสาน และตากะลานวดเพื่อสุขภาพ)

2.4 การพัฒนาอาหารพื้นถิ่นมอญตำบลไทรน้อย

โดยจัดฝึกอบรมการถ่ายทอดอาหารจากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้สะอาด ปลอดภัย การดูแลคุณภาพและมาตรฐาน จนสามารถพัฒนาเมนูอาหารพื้นถิ่นมอญตำบลไทรน้อยที่ได้มาตรฐาน อร่อย และมีอัตลักษณ์ ได้ 4 เมนูหลัก [ข้าวแช่ อาหารจากมะตาด อาหารจากกระเจี๊ยบมอญ และขนมไทยมงคล 9 อย่าง]

2.5 การจัดทำสื่อเรียนรู้อัตลักษณ์ วัฒนธรรมภูมิปัญญา และวิถีชุมชนมอญตำบลไทรน้อย

[โดยฝึกอบรมการจริงจนสามารถจัดทำสื่อวิถีทัศน์เรียนรู้อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชุมชนมอญตำบลไทรน้อยเผยแพร่ได้อย่างเป็นปัจจุบัน]

2.6 การพัฒนาภูมิทัศน์ของชุมชน

สามารถปรับภูมิทัศน์รอบโบราณสถานโบสถ์มหาอุดมอญวัดไทรน้อยซึ่งเป็นโบราณสถานที่เป็นอัตลักษณ์ของมอญตำบลไทรน้อยจนเรียบร้อย สวยงาม และร่มรื่น



ขั้นตอนที่ 3 การส่งเสริมช่องทางการตลาดท่องเที่ยว

3.1 การจัดพิมพ์แผ่นพับประชาสัมพันธ์ชุมชนท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมอญตำบลไทรน้อย

[โดยจัดพิมพ์แผ่นพับที่ได้รับการออกแบบให้สวยงาม น่าสนใจ มีข้อมูลที่ครอบคลุม 4 ส่วน คือ ส่วนนำอัตลักษณ์ ทุนวัฒนธรรม มอญตำบลไทรน้อย แผ่นผังบ้านภูมิปัญญามอญตำบลไทรน้อย และการติดต่อ]



ขั้นตอนที่ 4 การสื่อสารสร้างการรับรู้

4.1 การจัดงานเปิด “ชุมชนท่องเที่ยววัฒนธรรมมอญตำบลไทรน้อย: วิถีชุมชนมอญเมืองกรุงเก่า”

โดยนำศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชนมอญตำบลไทรน้อยที่ได้พัฒนาศักยภาพเพื่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว (ในขั้นตอนที่ 2) มานำเสนอเพื่อการท่องเที่ยว [ผู้ว่าราชการจังหวัดมาเป็นประธาน ด้วยความร่วมมือจากองค์การบริหารส่วนจังหวัด]

ภาพที่ 1 รูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการของชุมชนมอญตำบลไทรน้อย
อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

อภิปรายผล

1. รูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการของชุมชนมอญตำบลไทรน้อยเริ่มจากการสร้างการมีส่วนร่วม สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน รวมทั้งได้คณะกรรมการรับผิดชอบดำเนินการ ซึ่งสอดคล้องกับ Visadsontornsaku, Na Thalang, Tungbenchasirikul, & Jittithavorn (2020) ที่พบว่าในการพัฒนาชุมชนเพื่อสร้างการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องเริ่มจากการสร้าง ความตระหนักและความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้คนในชุมชนก่อนเสมอ และการที่ชุมชนสามารถเชื่อมโยงอัตลักษณ์ชุมชนมอญตำบลไทรน้อยที่สามารถนำมาใช้ในการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวได้ 6 ด้าน (อาหารพื้นบ้าน การละเล่นและเพลงพื้นบ้าน สถาปัตยกรรม ความเชื่อ ประเพณี และพิธีกรรม วิถีชีวิตและการทำมาหากิน และภูมิปัญญาพื้นบ้าน) นั้นสอดคล้องกับ Srilachai & Buasorn (2018) ที่พบว่าแนวทางในการจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนชุมชนต้องช่วยกันอนุรักษ์วิถีชีวิตของชุมชน ค้นหาเอกลักษณ์ของชุมชนให้มีความชัดเจน ช่วยกัน

อนุรักษ์ สืบสาน ประเพณีของชุมชน และยังสอดคล้องกับ Tungseng (2021) ที่พบว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน จึงต้องเริ่มจากการศึกษาทำความเข้าใจอัตลักษณ์และวัฒนธรรมชุมชน จากนั้นวางแผนการพัฒนาโดยคำนึงถึงความคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของชุมชน ดำเนินการพัฒนาโดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

2. การพัฒนาศักยภาพเพื่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนมอญตำบลไทรน้อย เน้นการพัฒนาสินค้าที่ระลึกทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีคุณค่า มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญตำบลไทรน้อย อย่างมีคุณภาพสามารถจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวได้ เพื่อสร้างความประทับใจและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ Ruksapol, Na thongkaew, & Sriwichai (2020) ที่ค้นพบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกให้หลากหลายและเป็นเอกลักษณ์เป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ทำให้มีเงินหมุนเวียนในชุมชนเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับ Singhaphrom & Watakit (2019) ที่พบว่าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชุมชนต้องคำนึงถึงควมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของวัฒนธรรมหรือประเพณีแห่งท้องถิ่น โดยการชูจุดเด่นของวัฒนธรรมนั้นๆ ให้ได้รับการส่งเสริมอย่างเต็มที่ ตลอดจนมีการสร้างเรื่องราว (story) ที่สอดคล้องเชื่อมโยงกับชุมชนท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับเรื่องราววิถีชีวิตและบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่กำลังนำเสนอ มีสินค้าที่ระลึกที่สื่อถึงความเป็นชุมชนท่องเที่ยวของตนเอง ผ่านการใช้วัสดุอุปกรณ์ในท้องถิ่นในการจัดทำ โดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยและให้อารมณ์ความรู้สึกประทับใจกับนักท่องเที่ยวชุมชน และยังสอดคล้องกับ Pojew, Ruenchol, & Kaphol (2019) ที่พบว่าการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมภูมิปัญญาให้กลายเป็นสินค้าในตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา นั้น เป็นได้ทั้งสิ่งที่จับต้องได้ และสิ่งที่จับต้องไม่ได้ โดยใช้แนวคิดการโยกย้ายอดีต ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมด้วยการนำสิ่งของหรือความคุ้นเคยในอดีตกลับมา ด้วยการพยายามคงไว้ซึ่งคุณค่าและความแตกต่างของวัฒนธรรมนั้น

3. การพัฒนาศักยภาพเพื่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของชุมชนมอญตำบลไทรน้อยเน้นการพัฒนาภูมิทัศน์ ด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนในการออกแบบและพัฒนาภูมิทัศน์ชุมชนในบริบททางสังคมที่หลากหลาย แล้วพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมอญตำบลไทรน้อยให้มีอัตลักษณ์โดดเด่นเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและเป็นระเบียบเรียบร้อย ซึ่งสอดคล้องกับ Somnuk (2012) ที่พบว่าปัจจัยในการดำเนินงานที่นำไปสู่ความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านภูนั้น ความต้องการและความสามัคคีของคนในชุมชนเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ทั้งนี้จะเห็นได้จากสมาชิกทุกครัวเรือนให้ความสำคัญกับเรื่องการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับผู้มาเยือน โดยจะเน้นถึงความสามารถและทักษะของแต่ละบุคคลใน การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยไม่เกี่ยงงอน โดยเฉพาะความสะอาดของบ้านพักโฮมสเตย์และถนนหนทางภายในชุมชน และยังสอดคล้องกับ Singhaphrom & Watakit (2019) ที่เสนอว่าควรมีการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม ปรับภูมิทัศน์ในชุมชนให้มีความสะอาดสมกับเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว ปรับปรุงและเพิ่มป้ายบอกทางให้ชัดเจนตามจุดใหญ่ๆ คนในชุมชนต้องร่วมกันรักษาสีสิ่งแวดล้อมในชุมชน

4. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการของชุมชนมอญตำบลไทรน้อย จำเป็นต้องส่งเสริมช่องทางการตลาดท่องเที่ยวและสื่อสารสร้างการรับรู้ โดยนำเสนออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญตำบลไทรน้อยที่ได้พัฒนาศักยภาพเพื่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวมาจัดแสดง จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาชุมชน ต้อนรับด้วยอาหารพื้นถิ่นมอญตำบลไทรน้อย มีเยาวชนซึ่งเป็นนักร้องเพลงชุมชนได้ต้อนรับและถ่ายทอดเรื่องราวในชุมชนท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมอญตำบลไทรน้อย การมีสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาและวิถีชุมชนมอญตำบลไทรน้อย ผ่าน Facebook: ศูนย์การเรียนรู้โฮมสเตย์ไทรน้อยเป็นประจำและต่อเนื่อง รวมทั้งการจัดพิมพ์

แผนผังประชาสัมพันธ์ชุมชนท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมอญตำบลไทรน้อย ซึ่งเป็นการสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับรูปธรรมของวัฒนธรรมจนเข้าใจวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชนอย่างลึกซึ้งมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Phumiworramunee, Wongmonta & Techakana (2019) ที่ค้นพบว่าควรมีการส่งเสริมการตลาดโดยให้ความสำคัญในด้านมีการจัดกิจกรรม มหกรรม เทศกาล งานประเพณีเพื่อเป็นการกระตุ้น เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุกในการส่งเสริมการตลาดเพื่อเข้าถึงตัวบุคคลผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ (Online) โดยเฉพาะไลน์ (Line) และ เฟสบุ๊ก (Facebook) นอกจากนี้ยังใช้สื่อสิ่งพิมพ์และข้อมูลการท่องเที่ยวแจกฟรีในจุดบริการการท่องเที่ยว ตามที่พักแรม ร้านอาหาร ร้านของฝาก แหล่งท่องเที่ยว และควรมีการพัฒนาและปรับปรุงให้ดีขึ้นในเรื่องการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวด้วยการลด แลก แจก แถม เป็นต้น และยังสอดคล้องกับ Chaibin, Aiyakorn & Romyen (2020) ที่เสนอว่าควรส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นดึงเอาวัฒนธรรมในท้องถิ่น กิจกรรมในท้องถิ่น การจัดแสดงสินค้าโดยชุมชน ให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำเสนอการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่

สรุปผล

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการของชุมชนมอญตำบลไทรน้อย ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนต่อเนื่องกัน ได้แก่

1. การสร้างความรู้ความเข้าใจและการมีส่วนร่วม เน้นการสร้างความรู้ความเข้าใจ รวบรวม เชื่อมโยงอัตลักษณ์ และสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน โดยการจัดประชุมระดมความคิดจากคณะกรรมการหมู่บ้านและผู้นำกลุ่ม องค์กรในชุมชน และภาคีเครือข่ายการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง จนสามารถสรุปอัตลักษณ์ “ภูมิปัญญามอญตำบลไทรน้อย: วิถีชุมชนมอญเมืองกรุงเก่า” ที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้

2. การพัฒนาศักยภาพเพื่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว (1) การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการจนสามารถพัฒนาเยาวชนนักเล่าเรื่องชุมชนได้ 20 คน 2) การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ จนสามารถพัฒนาชุดการแสดงศิลปวัฒนธรรมมอญตำบลไทรน้อย ได้ 3 ชุด 3) การคัดสรรและพัฒนาสินค้าที่ระลึกทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีคุณค่าและคุณภาพ 6 ผลิตภัณฑ์ 4) การจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดการพัฒนาเมนูอาหารพื้นถิ่นมอญตำบลไทรน้อยที่ได้มาตรฐาน อร่อย และเป็นอัตลักษณ์ ได้ 4 เมนูหลัก 5) การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพิ่มทักษะการจัดทำสื่อเรียนรู้ อัตลักษณ์ วัฒนธรรมภูมิปัญญา และวิถีชุมชนมอญตำบลไทรน้อย จนสามารถจัดทำสื่อและเผยแพร่ได้อย่างเป็นปัจจุบัน และ 6) การปรับภูมิทัศน์รอบโบราณสถานโบสถ์มหาอุดมอญ วัดไทรน้อย ซึ่งเป็นโบราณสถานที่เป็นอัตลักษณ์ของมอญตำบลไทรน้อยจนเรียบร้อย สวยงาม และร่มรื่น

3. การส่งเสริมช่องทางการตลาดท่องเที่ยว โดยการจัดพิมพ์แผนผังประชาสัมพันธ์ชุมชนท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมอญตำบลไทรน้อย มีข้อมูลที่ครอบคลุม 4 ส่วน คือ ส่วนนำ อัตลักษณ์ทุนวัฒนธรรมมอญตำบลไทรน้อย แผนผังบ้านภูมิปัญญามอญตำบลไทรน้อย และการติดต่อ

4. การสื่อสารสร้างการรับรู้ โดยการจัดงานเปิด “ชุมชนท่องเที่ยววัฒนธรรมมอญตำบลไทรน้อย: วิถีชุมชนมอญเมืองกรุงเก่า” โดยนำศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชนมอญตำบลไทรน้อยที่ได้พัฒนาศักยภาพเพื่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวมานำเสนอเพื่อการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยดังที่กล่าวมานั้น ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการของชุมชนต่างๆ จึงควรดำเนินการโดยใช้รูปแบบข้างต้น กล่าวคือ

1.1 เน้นการสร้างความรู้ความเข้าใจและสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน

1.2 เน้นการพัฒนาศักยภาพเพื่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาเยาวชนนักเล่าเรื่องชุมชน การเพิ่มทักษะการแสดงต้อนรับนักท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาชุมชนให้เป็นสินค้าที่ระลึกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและคุณภาพ การพัฒนาอาหารพื้นถิ่นที่ได้มาตรฐาน อร่อย มีอัตลักษณ์ การเพิ่มทักษะการจัดทำสื่อเรียนรู้วัฒนธรรมภูมิปัญญาและวิถีชุมชนเผยแพร่อย่างเป็นปัจจุบัน และการปรับภูมิทัศน์ให้สะอาด ปลอดภัย เรียบร้อย และสวยงาม เป็นต้น

1.3 เน้นการใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุกในการส่งเสริมการตลาดที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยการใช้องค์ความรู้และสื่อสารทางสังคมออนไลน์ (Online) ประกอบกับสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ

1.4 เน้นการสื่อสารสร้างการรับรู้ โดยให้ความสำคัญในด้านมีการจัดกิจกรรม มหกรรม เทศกาล งาน ประเพณีเพื่อเป็นการกระตุ้น เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากมีชุมชนอื่นที่มีทุนทางวัฒนธรรมและมีศักยภาพที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการได้ ดังนั้น จึงควรส่งเสริมให้มีการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างองค์ความรู้ จัดการและสร้างองค์ความรู้เป็นรูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการ อันจะนำไปสู่การลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมและการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนได้ และเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ชุมชนอื่นๆ จะได้มาเรียนรู้และประยุกต์ใช้ในการพัฒนาชุมชน/หมู่บ้านของตนให้เข้มแข็งได้ต่อไป

องค์ความรู้ใหม่

ผลการวิจัยนำไปสู่การพัฒนาแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน ในการจัดการของชุมชนมอญตำบลไทรน้อย ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอนต่อเนื่องกัน ได้แก่ 1. การสร้างความรู้ความเข้าใจและการมีส่วนร่วม เน้นการสร้างความรู้ความเข้าใจ รวบรวม เชื่อมโยงอัตลักษณ์ และสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน “ภูมิปัญญาของมอญตำบลไทรน้อย: วิถีชุมชนมอญเมืองกรุงเก่า” 2. การพัฒนาศักยภาพเพื่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) การพัฒนาเยาวชนนักเล่าเรื่องชุมชน 2) การเพิ่มทักษะการแสดงต้อนรับนักท่องเที่ยว 3) การพัฒนาสินค้าที่ระลึกทางวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีคุณค่าและคุณภาพ 4) การพัฒนาอาหารพื้นถิ่นมอญตำบลไทรน้อยที่ได้มาตรฐาน อร่อย มีอัตลักษณ์ 5) การจัดทำสื่อเรียนรู้อัตลักษณ์วัฒนธรรมภูมิปัญญา และวิถีชุมชนมอญตำบลไทรน้อย เผยแพร่ได้อย่างเป็นปัจจุบัน และ 6) การปรับภูมิทัศน์ด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน ให้เรียบร้อย สวยงามและร่มรื่น 3. การส่งเสริมช่องทางการตลาดท่องเที่ยว โดยการจัดพิมพ์แผ่นพับประชาสัมพันธ์ชุมชนท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมอญตำบลไทรน้อย และ 4. การสื่อสารสร้างการรับรู้ โดยการจัดงานเปิด “ชุมชนท่องเที่ยววัฒนธรรมมอญตำบลไทรน้อย: วิถีชุมชนมอญเมืองกรุงเก่า” โดยนำศักยภาพทุนทาง

วัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชนมอญตำบลไทรน้อย ที่ได้พัฒนาศักยภาพเพื่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว (ใน
ขั้นตอนที่ 2) มานำเสนอเพื่อการท่องเที่ยว

References

- Bourdieu, P. (1986). *The Form of Capital*. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 64–75). New York: Greenwood Press.
- Buason, R. (2015). *Quality Research in Education* (5th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University.
- Chaibin, K., Aiyakorn, S., & Romyen, L. (2020). Factors Affecting Public Participation in Promoting Nawatwithi OTOP Tourism Community in Na Thom District, Nakhon Phanom Province. *Journal of Graduate School, Sakon Nakhon Rajabhat University*, 17(79), 158–170.
- Chanwanit, S. (2010). *Quality Research* (18th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University.
- Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization). (2015). *Community-based Tourism*. Bangkok: Cocoon & Co.
- Dibb, S., & Simkin, L. (2002). *Marketing Concepts, Techniques and Strategies*. London, UK: Houghton Mifflin.
- ICOMOS Australia. (1999). *The Burra Charter: The Australia ICOMOS Charter for Places of Cultural Significance*. Australia: ICOMOS.
- Jaiuea, M., Kulsiri, P., Ativetin, T., & Sirisuthiku, V. (2016). Marketing Model for Cultural Heritage Tourism Development: Bangluang Community Bangluang Sub-District, Banglen District, Nakhonpathom Province. *Sripatum Chonburi Journal*, 12(3), 12–24.
- National Tourism Policy Committee. (2011). *National Tourism Development Plan (2012–2016)*. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports.
- Manirochana, N. (2017). Community-based Tourism Management. *International Thai Tourism Journal*, 13(2), 25–46.
- Phatoomchat, A., Sriwongwanna, J., & Sihaban, K. (2019). The Model of Community-based Tourism Management in Mekong River Basin of Ubon Ratchathani Province. *Journal of MCU Peace Studies*, 7(5), 1460–1473.
- Phumiworramunee, S., Wongmonta, S., & Techakana, J. (2019). Guidelines for the Promotion of Cultural Tourism Marketing in Nakhon Phanom Province. *Dusit Thani College Journal*, 13(1), 184–201.

- Pojew, O., Ruenchol, S., & Kaphol, A. (2019). Local Wisdom which Commodification to Products for Tourism in Klongjik Sub-District, Bang-Pa-In District, Phranakhon Si Ayutthaya Province. *Journal of Ayutthaya Studies Institute*, 11(2), 82–96.
- Phranakhon Si Ayutthaya Provincial Cultural Office. (2016). Sainoi Cultural Tourism Community. Phranakhon Si Ayutthaya: Phranakhon Si Ayutthaya Provincial Cultural Office.
- Ruksapol, A., Na thongkaew, B., & Sriwichai, U. (2020). Economic Impacts of Tourism on Community-based Tourism Destination at Koh Phithak Chumphon Province. *Burapha Journal of Business Management, Burapha University*, 9(1), 49–70.
- Scott, J. C. (1958). *Weapons of the Weak: Everyday Forms of Peasant Resistance*. Yale University.
- Singhaphrom, S., & Watakit, U. (2019). Management of Community-based Tourism in Northeastern Thailand. *Journal of Graduate MCU Khon Kaen Campus*, 6(2), 484–496.
- Somnuk, P. (2012). Ban Phu's Community-based Tourism Management with Cultural Conservation. *Journal of Liberal Arts, Ubon Ratchathani University*, 8(1), 1–36.
- Srilachai, A., & Buasorn, P. (2018). Guidelines for Sustainable Tourism Management for Community-based Tourism, A case Study of Ban Kokmuang, Jorakhemak, Prakhonchai District, Buriram Province. *Journal of Graduate Studies Valaya Alongkron Rajabhat University*, 12(1), 218–229.
- Srisuk, K. (2013). *Research Methodology* (3rd ed.). Chiang Mai: Chiang Mai University.
- Suansri, P. (2003). *Community-based Tourism Handbook*. Bangkok: Tourism for Life and Nature Project.
- Sungrugsa, N., & Lakananulak, S. (2012). *Research for Development and Changing in Cultural Tourism Toward Creative Economy Through Participation Process of Sustainable Network Alliances in Ratchaburi Province*. Bangkok: National Research Council of Thailand.
- Thongma, W. (2018). *Community-based Tourism for Development Quality of Life of Communities in the Forest Land Area*. Bangkok: Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation.
- Tungseng, T. (2021). Guidelines for Community-based Tourism Development in the Three Southern Border Provinces Based on Thailand's Criteria for Community-based Tourism. *Journal of Community Development and Life Quality*, 9(2), 183–193.

- UNESCO. (2006). Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism. *Discussion Report of the Planning Meeting for 2008, International Conference on Creative Tourism, October 26–27.* Santa Fe: New Mexico, U.S.A.
- Visadsoontornsaku, P., Na Thalang, C., Tungbenchasirikul, S., & Jittithavorn, C. (2020). Potentiality Development Approach for Community-based Tourism in Nakhon Ratchasima Province. *The Journal of Development Administration Research*, 10(3), 22–33.