

นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล
ในชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร
Strategic Innovation to Develop Halal Tourism
in Bang-Or Mosque Community, Bang Phat District, Bangkok

พยอม ธรรมบุตร
Payom Dhamabutra

วิทยาลัยการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา
College of Management, Bangkok, University of Phayao

*Corresponding email: payom0942@gmail.com

Received: 4 November 2021; Revised: 5 May 2022; Accepted: 1 August 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน โดยใช้นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ของชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 2. เสนอแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในลักษณะดังกล่าวในชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อการเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลง มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 24 คน จากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบตรวจสอบชุมชนศึกษา แบบตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว และแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยที่มีโครงสร้าง การตรวจสอบข้อมูลใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา เพื่อสรุปประเด็นสำคัญในภาพรวม

ผลการวิจัยพบว่า 1. ชุมชนมัสยิดบางอ้อ มีศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรมที่โดดเด่น ศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของบ้าน มัสยิด โรงเรียน เพื่อร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ตลอดจนศักยภาพด้านการสร้างกิจกรรมเพื่อปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรและในการพัฒนาจิตใจของชุมชนและนักท่องเที่ยว 2. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในชุมชนมัสยิดบางอ้อ โดยใช้นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ คือการกำหนดวิสัยทัศน์ในการพัฒนาชุมชนมัสยิดบางอ้อเป็นจุดหมายปลายทางที่โดดเด่นของการท่องเที่ยวฮาลาลแห่งอาเซียน ในรูปแบบของแบรนด์ท่องเที่ยวฮาลาลที่มีจุดยืน (Position) 4 ตำแหน่ง คือ 1. “มัสยิดบางอ้อที่งดงามเหลือเชื่อกลางแม่น้ำริมฝั่งเจ้าพระยา” โดยใช้นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ด้านเทคโนโลยีชีวภาพ และการจัดการร่วมแบบปรับได้ 2. “เยือนมัสยิดบางอ้อ ศึกษาศาสนาอิสลามและประวัติศาสตร์ชุมชนแขกแพ” โดยใช้นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ด้านการสร้างคุณค่า และการพัฒนาด้านจิต 3. “เยือนชุมชนมัสยิดบางอ้อ สัมผัสวิถีมุสลิม ร่วมประเพณีถือศีลอด ฉลองปีใหม่อิสลาม” โดยใช้นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ของการเปลี่ยนกระบวนทัศน์จาก

เศรษฐกิจทุนนิยมสู่การเรียนรู้ตลอดชีวิตและการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อการเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลง 4. “เยือนมัสยิดบางอ้อ ชิมฮาลาลเลิศรส อาหารสานใจทุกวัยในชุมชน” โดยใช้นวัตกรรมการเปลี่ยนกระบวนทัศน์จากการบริโภคนิยมสู่การบริโภคด้วยปัญญา และนวัตกรรมด้านผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวฮาลาล, การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน, การท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน, นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์

ABSTRACT

This research aims to 1. Investigate the potentials of Bang or Mosque Community to develop integrated sustainable creative community-based Halal Tourism with strategic innovation 2. Propose approaches to develop the community-based Halal Tourism in Bang or Mosque Community, Bang Phat, Bangkok. The research uses qualitative method with the Transformative Action Learning Research: TALR Data are collected from 24 key informants belonging to public sector, private sector, people and tourists visiting Bang Or Mosque Community, Bang Phat, Research instruments are: community study checklists, tourism resource audit checklists and a structured in-depth interview and focus group form Data are verified and analyzed with triangulation and content analysis methods.

The findings reveal that 1. Bang Or Mosque Community has splendid natural, cultural, and architectural tourism resource potential, an integrated sustainable tourism management potential, participation to develop tourism potential from the community, the mosque, and the school as well as activity creation potential to raise environmental awareness and mind development for the community as well as the tourists 2. Approaches to develop integrated sustainable creative Halal Tourism with strategic innovation are to create 4 tourism brands with 4 positions: 1. “Incredible Bang or Mosque on the Bank of Chao Phaya River” with 2 strategic innovations: Bio circular green economy (BCGE) and adaptive Co-Management 2. “Visit Bang Or Mosque, studying Islam and history of 255 years old Raft Muslim urban village with 2 strategic innovations : value creation of religion and senior citizen, paradigm shift from materialism to spirituality 3. “Visit Bang Or Mosque Community, appreciating Muslim way of life, Islam Fast in Ramadan month, Celebrating Islam New Year” with 3 strategic innovations paradigm shift from capitalism to sufficiency economy, lifelong learning paradigm and transformative action learning research 4. “Visit Bang or Mosque, enjoying gastronomy Halal Food, unifying every heart in the community with 2 strategic innovations: paradigm shift from consumerism to consumption with wisdom and cultural reproduction innovation.

Keywords : Halal Tourism, Community-Based Tourism, Integrated Sustainable, Strategic Innovation

บทนำ

กรุงเทพมหานครจะมีอายุครบ 250 ปี ใน พ.ศ. 2575 เป็นเมืองที่มีประชากรมากและมีความหลากหลายของประชากรต่างวัฒนธรรม ต่างเชื้อชาติ ศาสนาอย่างยาวนานในประวัติศาสตร์ตั้งแต่ก่อนสร้างเมือง เริ่มสร้างเมือง เมืองเริ่มเติบโตและขยายกว้างออกไป (Urbanization) จวบจนมาถึงความเป็นมหานครทันสมัยในปัจจุบัน กรุงเทพฯ เป็นพื้นที่ที่มีกลุ่มคนต่างเชื้อชาติ ต่างชาติพันธุ์ ต่างศาสนา ต่างวัฒนธรรม อาศัยร่วมกันมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน มีการผสมผสานเชิงวัฒนธรรมจนกลายเป็นที่มาของความเป็นคนสยามหรือคนไทย แล้วเกิดสังคมที่มีความหลากหลาย เป็นสังคมพหุวัฒนธรรมขึ้นใน กรุงเทพฯ สำหรับชาวมุสลิมที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ นั้น มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ แต่ทุกคนก็นับถือศาสนาอิสลาม และตั้งบ้านเรือนรอบๆ มัสยิดเพื่อประกอบพิธีการทางศาสนา เช่น มุสลิมชาวเปอร์เซีย จะตั้งชุมชนอยู่ที่ธนบุรี คลองบางกอกใหญ่รอบมัสยิดกุฎีเจริญพาศน์ มุสลิมชาวอินเดีย ซึ่งเป็นมุสลิมนิกายชีอะห์จากบอมเบย์ ตั้งบ้านเรือนเคียงกับมุสลิมเปอร์เซีย บริเวณคลองบางหลวง สำหรับมุสลิมจามหรือแขกจาม ตั้งถิ่นฐานชุมชนทางฝั่งธนบุรีริมคลองบางกอกใหญ่ที่รอบๆ มัสยิดต้นสน มัสยิดกุฎีขาว กุฎีอาสาจามริมคลองบางกอกน้อย มัสยิดบางอ้อริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาในเขตบางพลัด ชุมชนมัสยิดบางอ้อตั้งอยู่รอบๆ มัสยิดบางอ้อในซอยจรัญสนิทวงศ์ 86 แขวงบางอ้อ เขตบางพลัด ริมฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยาทางตอนเหนือสุดของฝั่งธนบุรี ทิศตะวันออกติดแม่น้ำเจ้าพระยา ทิศเหนือและทิศตะวันตกติดกับทางรถไฟสายใต้และทิศใต้ติดแขวงบางพลัดตามแนวคลองบางพลัด ลักษณะภูมิประเทศบริเวณมัสยิดบางอ้อจะเป็นที่ราบกว้างลาดเอียงของคูกน้ำที่ยื่นออกไป

ชุมชนมัสยิดบางอ้อเป็นมุสลิมจาม (The Chams) ต้นกำเนิดเดิมของแขกจามมาจากเวียดนามตอนใต้ ตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 7 ชาวจามตั้งอาณาจักรจามปาที่ยิ่งใหญ่มาก่อน จามเป็นนักเดินเรือเข้าแผ่นดินและนักเดินเรือทางทะเล ตรงไหนมีปากแม่น้ำจามเดินเรือจนถึงต้นน้ำ ตรงไหนมีท่าเรือทางทะเล ตรงนั้นมีจาม อาณาจักรจามปาเคยนับถือฮินดูและพุทธมหายานเช่นเดียวกับชาวขาสัมโบราณ ภายหลังจึงรับอิสลามเพราะมีการติดต่อค้าขายกับพ่อค้ามลายู อาณาจักรจามถูกเขมรยึดครองใน พ.ศ. 1733 และเคยสูญเสียเอกราชให้แก่เวียดนามอย่างถาวรใน พ.ศ. 1825 จามจึงอพยพไปที่ต่างๆ จามมีภาษาจามของตนเอง จามเข้ามาตั้งถิ่นฐานในกรุงศรีอยุธยาในรัชกาลของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช รับราชการเป็นทหารอาสา เรียกว่า “อาสาจาม” เมื่อเกิดสงครามไทย-พม่า กองอาสาจามเป็นกำลังสำคัญในการต่อสู้และเสียชีวิตไปเป็นจำนวนมากเพื่อช่วยปกป้องแผ่นดินสยามที่รอดชีวิตจากสงครามเสียกรุงศรีอยุธยาครั้งที่ 2 ใน พ.ศ. 2310 ก็ได้อพยพลงมาตามเสด็จสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชมาตั้งรกรากอยู่บริเวณบางอ้อเมื่อ 255 ปีมาแล้ว เมื่อแพของแขกจามจากอยุธยาถึงบางอ้อนั้น ได้จอดแพที่พื้นที่แห่งนี้ เนื่องจากมีตลิ่งพื้นที่ราบลาดลงแม่น้ำ จึงสะดวกในการจอดแพ บริเวณดังกล่าวมีตมต้นอ้อขึ้นแน่นขนัด ชาวบ้านจึงเรียกพวกจามว่า “แขกแพบางอ้อ” เนื่องจากแขกจามเหล่านี้ไม่คุ้นเคยกับพื้นที่ซึ่งเป็นสวนผลไม้ มีท้องร่องลำประโดง จึงมักจะเดินหลงทางอยู่ตามสวนและร้องเรียกพ่อแม่พี่น้องที่พลัดกันไปในสวน จึงเรียกบริเวณดังกล่าวว่า “บางพลัด” ซึ่งต่อมาได้กลายเป็นชื่อของเขตบางพลัด

มัสยิดบางอ้อของชุมชนมุสลิมจามบางอ้อ ตั้งอยู่กลางใจเมืองกรุงเทพมหานคร เป็นมัสยิดที่มีสถาปัตยกรรมงดงามโดดเด่นริมฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยาด้วยศิลปะเรอแนสซองส์ยุคบาโรก ผสมผสานกับโดมรูปแบบศิลปะอินเดียทั้ง 2 ข้างและยังมีอาคารเจริญวิทยาคาร ซึ่งตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับตัวอาคารมัสยิด มีความงดงามของเรือนขนมปังขิงศิลปะยอदनนิยมในสมัยรัชกาลที่ 5 ตลอดจนอาคารสร้างใหม่ชื่ออาคาร 100 ปี มัสยิดบางอ้อที่โดดเด่นด้วยสถาปัตยกรรมสไตล์โมเดิร์นโคโนในบริเวณใกล้เคียง มัสยิดบางอ้อมีกุโบร์หรือสุสานตั้งอยู่หลังกลุ่มอาคารดังกล่าว

ชุมชนมัสยิดบางอ้อตั้งบ้านเรือนชนาบบัณฑิตและกุโบร์ทั้งสองด้าน ในอดีตตั้งแต่สมัยกรุงธนบุรี กรุงรัตนโกสินทร์ยุคต้น จวบจนสมัยรัชกาลที่ 5 ชุมชนมัสยิดบางอ้อมีอาชีพตามความถนัดของชาวมุสลิม คือ เดินเรือในทะเลและตามลำน้ำ จึงเดินเรือล่องลำน้ำเจ้าพระยา ได้แก่ การเดินเรือลากซุงไม้สัก ทำการค้าไม้ และมีการลากจูงเรือขนส่งสินค้า ตลอดจนมีบริการเรือเมล์ขนส่งผู้โดยสารที่เป็นที่รู้จักกันดีตั้งแต่สมัย รัชกาลที่ 5 จนถึงสมัยหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ในปัจจุบัน ชุมชนมัสยิดบางอ้อมีโครงการ “อาหารสานใจ” ของคนวัยต่างๆ ในชุมชน เพื่อร่วมกันฟื้นฟูภูมิปัญญาด้านอาหารฮาลาล ตลอดจนเพื่ออนุรักษ์ วัฒนธรรม ศาสนา ประวัติศาสตร์ของชุมชนชาวมุสลิม โดยมีโครงการจะพัฒนาชุมชนมัสยิดบางอ้อ เป็น จุดหมายปลายทางที่โดดเด่นของการท่องเที่ยวฮาลาลในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

นอกจากนักท่องเที่ยวชาวจีนซึ่งมีกำลังซื้อมหาศาล ตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมก็เป็นกลุ่มที่กำลังขยายตัวและมีกำลังซื้อไม่ด้อยไปกว่าตลาดจีน จำนวนมุสลิมในโลก ใน ค.ศ. 2030 จะเพิ่มเป็น 2,000 ล้านคน จากประชากรโลกทั้งหมด 8,000 ล้านคน และเพียงแค่จำนวนมุสลิมในอาเซียนก็มีมากกว่า 240 ล้านคนแล้ว โอกาสทางการตลาดที่เปิดกว้างนี้ ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยควรต้องหันมาสนใจ พัฒนาและปรับการให้บริการที่ได้มาตรฐานของ “การท่องเที่ยวฮาลาล” เพื่อรองรับการเติบโตของกลุ่ม นักท่องเที่ยวมุสลิมโดยเฉพาะ โดยสถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (Halal Institute-PSU) ได้เผยแพร่ผลการวิจัยที่พบว่า ในอนาคตอันใกล้นี้หนุ่มสาวมุสลิมมีแนวโน้มจะจับจ่ายเพื่อท่องเที่ยวเพิ่ม มากขึ้นจากเดิมเป็นสองเท่า ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจท่องเที่ยวฮาลาลเพิ่มมูลค่ามากขึ้นถึง 3,000 ล้านดอลลาร์ โดยทั่วไปชาวมุสลิมส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวกันแบบครอบครัวใหญ่ ปีละครั้ง ในขณะที่หนุ่มสาวมุสลิมรุ่นใหม่ อายุ 20-36 ปี นิยมท่องเที่ยวหลายครั้งต่อปี และเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง ที่แปลกใหม่ คาดว่าภายในปี 2026 การจับจ่ายใช้สอยเพื่อการท่องเที่ยวโดยรวมของชาวมุสลิมน่าจะเพิ่ม เป็น 3,000 ล้านดอลลาร์

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยจึงต้องปรับธุรกิจเพื่อตอบสนองการเติบโตของตลาดการท่องเที่ยว ฮาลาล โดยต้องเรียนรู้กฎเกณฑ์มาตรฐานฮาลาลซึ่งกำหนดไว้ในพิธีกรรมของศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัด เช่น การจัดที่พักโรงแรม ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวให้ถูกต้องตามหลักศาสนา การให้ความบันเทิงก็ต้อง ไม่ขัดกับหลักหรือศาสนาอิสลาม ต้องละเว้นจากการให้บริการเครื่องดื่มที่มีสารแอลกอฮอล์เป็น ส่วนผสม ห้ามเล่นการพนัน สระว่ายน้ำในโรงแรมต้องแยกบริเวณชาย-หญิง ต้องมีสถานที่เพื่อทำพิธี ละหมาดวันละ 5 ครั้ง ฯลฯ

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยาได้ลงศึกษาพื้นที่เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลใน กรุงเทพมหานคร และได้ปรึกษาร่วมกับชุมชนมัสยิดบางอ้อ ซึ่งมีความต้องการพัฒนาชุมชนของ ตนเองเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวฮาลาลเพราะชุมชนมีศักยภาพด้านความโดดเด่นของ สถาปัตยกรรมของมัสยิดผนวกกับประวัติศาสตร์อันยาวนานของมุสลิมเชื้อสายจามตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 7 ในอุษาคเนย์ ตลอดจนเอกลักษณ์ที่โดดเด่นด้านวัฒนธรรมอาหารฮาลาลเลิศรสตำรับชาววังหลวงแห่ง สยามมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 2 ชุมชนมัสยิดบางอ้อ โรงเรียนบางอ้อวิทยา มัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานครและวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา จึงได้ร่วมมือกันทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการ เพื่อการเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Transformative Action Learning Research : TALR) ในการพัฒนาชุมชนมัสยิดบางอ้อเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวฮาลาลที่โดดเด่นของ กรุงเทพมหานคร เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิมจากทั่วโลก

การวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชนมัสยิดบางอ้อเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวฮาลาลระดับโลก เป็นการสนองนโยบายของแผนพัฒนากรุงเทพมหานครระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2556-2575) ที่มุ่งสร้าง

กรุงเทพมหานครให้เป็นศูนย์ของการท่องเที่ยวแห่งโลก (Hub of World Tourism) โดยการพัฒนา กรุงเทพมหานครเป็นมหานครแห่งความหลากหลายทางวัฒนธรรม เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ ศาสนา (Cosmopolitan City) โดยเฉพาะงานวิจัยครั้งนี้จะสนองนโยบายของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ในยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยการร่วมสร้างความหลากหลายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม การท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน การท่องเที่ยวด้านอาหาร และการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลระดับโลก (World Hub of Halal Tourism)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนโดยใช้นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ของชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อนำเสนอแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนโดยใช้ นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ของชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ขอบเขตการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยลงพื้นที่ทำการศึกษาวิจัยและเก็บข้อมูลที่ชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร

1.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.2.1 ศึกษาศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน โดยใช้นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ของชุมชนมัสยิดบางอ้อ โดยใช้รายการตรวจสอบชุมชนศึกษา แบบตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อศึกษาบริบทของพื้นที่ ทำการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในชุมชน (SWOT Analysis) ตลอดจนทำการสังเคราะห์ TOWS เพื่อสรุปศักยภาพของชุมชนมัสยิดบางอ้อในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลโดยใช้นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์

1.2.2 กำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนโดยใช้ นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ในชุมชนมัสยิดบางอ้อ ประกอบด้วยวิสัยทัศน์ของการพัฒนาในรูปแบบของแบรนด์ท่องเที่ยวฮาลาลซึ่งมีจุดยืนหรือตำแหน่งเป็นแบรนด์ย่อย 4 แบรินด์ พร้อมนวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการของ 4 แบรินด์ย่อย พร้อมเส้นทางท่องเที่ยวฮาลาลและการสื่อความหมายในชุมชน โดยความร่วมมือของมัสยิด ชุมชน โรงเรียน เขตบางพลัด และวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

1.3 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อการเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลงสังคม (Transformative Action Learning Research : TALR) ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชนมัสยิดบางอ้อ 4 กลุ่มรวม 24 คน ดังนี้

1.3.1 ภาครัฐ ประกอบด้วย ผู้แทนจากที่ทำการเขตบางพลัด หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษาในเขตบางพลัด รวม 6 คน

1.3.2 ภาคเอกชน ประกอบด้วย ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในเขตบางพลัด เช่น ผู้ประกอบการ ร้านอาหาร ผู้ขายอาหารริมทาง รวม 6 คน

1.3.3 ประชาชน ได้แก่ ผู้แทนชุมชน ผู้แทนมัสยิดบางอ้อ อาจารย์จากสถานศึกษา ประชาชนที่อาศัยในชุมชน รวม 6 คน

1.3.4 นักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตบางพลัด และ ชุมชนมัสยิดบางอ้อ รวม 6 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัยโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน

2.1 แบบตรวจสอบชุมชนศึกษา

2.2 แบบตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว

2.3 แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและประชุมกลุ่มย่อย

3. การตรวจสอบและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยตรวจสอบจากแหล่งที่มาของข้อมูลในด้านเวลา สถานที่ และบุคคลที่ต่างกันในพื้นที่วิจัยเพื่อความถูกต้องของข้อมูล (สุรางค์ จันทวานิช, 2558) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพมาจัดหมวดหมู่และวิเคราะห์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) สรุปประเด็นหลักและตีความจากข้อมูล

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยด้านศักยภาพของชุมชนมัสยิดบางอ้อในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน พบว่า ชุมชนมัสยิดบางอ้อเป็นชุมชนมุสลิมเก่าแก่อายุ 255 ปี ซึ่งอพยพตามเสด็จสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชหลังกรุงศรีอยุธยาเสียแก่พม่า ในพ.ศ. 2310 และมาตั้งรกรากที่แขวงบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร โดยในยุคแรกอาศัยบนแพไม้สักที่ล่องมาจากอยุธยาและทำพิธีละหมาดบนแพ ชาวบ้านจึงเรียก “แขกแพบางอ้อ” ปัจจุบันชุมชนได้สร้างอาคารมัสยิด บางอ้ออายุ 100 กว่าปี บริเวณริมฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา โดยมีชุมชนมุสลิมแขกแพบางอ้อตั้งบ้านเรือนรอบๆ มัสยิดและสุสานกุโบร์ ในซอยจรูญสนิทวงศ์ 86 แขวงบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร มัสยิดบางอ้อมีสถาปัตยกรรมโดดเด่น ชุมชนบางอ้อมีวิถีชีวิตมุสลิมและวัฒนธรรมอาหารฮาลาลที่มีชื่อเสียง จึงเริ่มมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนเพิ่มขึ้น เมื่อมีบริการรถ MRT มาที่สถานี บางอ้อ ชุมชนมัสยิดบางอ้อมีความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อรองรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

ชุมชนมัสยิดบางอ้อ มีพื้นที่ 36 ไร่ 62 ตารางวา มีประชากรทั้งหมด 984 คน มีครอบครัว 257 ครอบครัว มีบ้านที่อยู่อาศัยทั้งหมด 207 ครัวเรือน

ในการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชนมัสยิดบางอ้อ ผู้วิจัยพบว่า ทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น ได้แก่ ทรัพยากรด้านธรณีสัณฐาน คือ ที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาและภูมิทัศน์ริมแม่น้ำลำคลองในที่ราบแห่งนี้ ระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพของกลุ่มแม่น้ำลำคลอง ทรัพยากรวัฒนธรรมที่สำคัญ คือ มัสยิดบางอ้อ อาคารเจริญวิทยาคาร อาคาร 100 ปี มัสยิดบางอ้อ กุโบร์มัสยิดบางอ้อ บ้านเขียวขุนดำโยธาสมุทร เมล็ดเขียวขุนดำโยธาสมุทร ทรัพยากรประเพณี ได้แก่ การละหมาด การถือศีลอด ประเพณีเมาลิด เทศกาลวันฮารีรายอ ประเพณีการกวนอาซูรอ ทรัพยากรกิจกรรม ได้แก่ โครงการอาหาร

สานใจ โครงการ One Day Food at Bang-Or masjid กิจกรรมเรียนรู้การทำอาหารฮาลาล เช่น ห่มข้าวมะเขือเทศ แกงกะباب กุหลาบยำนู กรอกคั่วจิ้ม กิจกรรมด้านศาสนา ได้แก่ การเข้าร่วมพิธีละหมาด การเข้าร่วมโครงการพัฒนาเยาวชนภาคฤดูร้อน การถือศีลอดในเดือนรอมฎอน การเข้าร่วมโครงการอาหารสานใจและเข้าเยี่ยมชมมัสยิดบางอ้อ ทรพยากรบริการ ได้แก่ ระบบขนส่งทางบก ทางน้ำและระบบขนส่งมวลชน ได้แก่ รถใต้ดิน MRT ทำให้เข้าถึงชุมชนแห่งนี้โดยสะดวก เนื่องจากมัสยิดตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครจึงมีระบบบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกของเขตบางพลัด

หลังจากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนมัสยิดบางอ้อ (SWOT Analysis) ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ดังกล่าวมาพิจารณาแสวงหาแนวทางการพัฒนายุทธศาสตร์ในการพัฒนา (TOWS) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS ของการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อ

	จุดแข็ง (Strength : S) 1. ตั้งอยู่กลาง กทม. ริมฝั่งเจ้าพระยา เข้าถึงสะดวกด้วย MRT 2. มีสถาปัตยกรรมที่งดงามโดดเด่น 3. เป็นชุมชนมุสลิมโบราณอายุ 255 ปี 4. บางพลัดมีการพัฒนาเศรษฐกิจและโลจิสติกส์ 5. มีความเข้มแข็งและต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 6. มีวัฒนธรรมอาหารฮาลาลที่โดดเด่น มีชมรมอาหารสานใจ 7. มีกิจกรรมประเพณีอิสลามสำคัญ ได้แก่ เดือนรอมฎอน วันฮารีรายอ	จุดอ่อน (Weakness : W) 1. ขาดแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว 2. ขาดคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว 3. ขาดแผนการตลาดดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว 4. ขาดการอนุรักษ์ธรรมชาติริมแม่น้ำเจ้าพระยา 5. ขาดการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวกับมัสยิดใน กทม.
โอกาส (Opportunity :O) 1. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวฮาลาลและท่องเที่ยววัฒนธรรม 2. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวมิติจิตวิญญาณเพื่อความสงบ 3. โอกาสในการมีตลาดมุสลิมในโลกถึง 2,000 ล้านคน 4. โอกาสด้านโลจิสติกส์และการพัฒนาเขตบางพลัด 5. โอกาสในการนำเสนอมัสยิดบางอ้อออนไลน์ 6. โอกาสในการใช้วัดกรรมยุทธศาสตร์ในการพัฒนาชุมชน	จุดแข็ง + โอกาส (SO) 1. แปรนตี “มัสยิดบางอ้อ” ที่งดงามเหลือเชื่อกลางเมกกะไม่ริมฝั่งเจ้าพระยา 2. สร้างแบรนด์ “เยือนมัสยิดบางอ้อ ศึกษาศาสนาอิสลาม ประวัติศาสตร์ชุมชนแก่แก่มาก 255 ปี จากอยุธยาสู่กรุงธนบุรีและกรุงรัตนโกสินทร์ 3. สร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงสังคมสัมผัสประเพณีถือศีลอดและฉลองตรุษอิสลาม 4. สร้างแบรนด์ท่องเที่ยวอาหารฮาลาลเพื่อสุขภาพออนไลน์และออฟไลน์ 5. สร้างแบรนด์ท่องเที่ยวเสมือนจริงของชุมชนมัสยิดบางอ้อบนอินเทอร์เน็ต	จุดอ่อน + โอกาส (WO) 1. สร้างแผนพัฒนาและกรรมการจัดการการท่องเที่ยว 2. สร้างแผนการตลาดออนไลน์ของชุมชน 3. จัดอบรมไกด์นำเที่ยวภาษาอังกฤษ อาหรับ จีน บางอ้อ 4. จัดตั้งวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยวและอาหารฮาลาลในชุมชน 5. การรวบรวมประวัติศาสตร์ชุมชนมัสยิดบางอ้อ 3 ยุคสร้างเส้นทางท่องเที่ยวและคู่มือสื่อความหมายในชุมชน
อุปสรรค (Threat : T) 1. มีแหล่งท่องเที่ยวมัสยิดคู่แข่ง 2. มีการรุกรานของการขยายตัวของเศรษฐกิจทุนนิยมล้อมรอบมัสยิด 3. มีปัญหาเศรษฐกิจทั่วโลก 4. มีวิกฤตโรคระบาดโควิด 19 5. โลกมีปัญหาศีลธรรม อาชญากรรม ยาเสพติด วัตถุนิยม	จุดแข็ง + อุปสรรค (ST) 1. เปลี่ยนคู่แข่งเป็นพันธมิตรสร้างแพคเกจทัวร์มัสยิดฝั่งธนบุรี 2. สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงทัวร์ข้ามฟากจากฝั่งพระนครมามัสยิดบางอ้อ 3. สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงกับทัวร์วัดพุทธและศาลเจ้า กทม. 4. สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงกับมัสยิดในอาเซียนและตะวันออกกลาง 5. สร้างเครือข่ายศาสนิกสัมพันธ์กับศาสนาต่างๆ ในโลก	จุดอ่อน + อุปสรรค (WT) 1. รวมพลัง บ้าน มัสยิด โรงเรียนบางอ้อวิทยา เพื่อสร้างชุมชนสีเขียวริมฝั่งเจ้าพระยา 2. เตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติและโรคระบาด 3. เตรียมความพร้อมรับมือเหตุการณ์ก่อการร้ายสากล 4. จัดอบรมการพัฒนาจิตใจแนวมุสลิมเพื่อรับมือภัยพิบัติทุกรูปแบบ

6. โลกชาตแผนอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและจิตใจ		
---	--	--

ในส่วนที่เกี่ยวกับศักยภาพของชุมชนมัสยิดบางอ้อในการใช้นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนนั้น สรุปผลการวิจัยด้านศักยภาพ 4 ด้านของชุมชนได้ดังนี้ สำหรับศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวชุมชนมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวทั้ง 5 ประเภทอย่างพอเพียงเพื่อการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติของแม่น้ำเจ้าพระยาและความหลากหลายทางชีวภาพ ทั้งในระบบนิเวศน้ำจืดและระบบนิเวศบก ทรัพยากรด้านวัฒนธรรมของศิลปวัฒนธรรมของอาคารมัสยิดที่โดดเด่น ทรัพยากรประเพณีของศาสนาอิสลามที่แฝงด้วยแนวคิดเชิงปรัชญาที่ลุ่มลึก ทรัพยากรกิจกรรมที่หลากหลายทั้งการเรียนรู้ถึงประวัติศาสตร์ของชุมชนแขกแพจากอยุธยาถึงบางอ้อ การสัมผัสวิถีชุมชนมุสลิมและเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนาอิสลาม รวมถึงทรัพยากรด้านบริการในเขตบางพลัดโดยเฉพาะทรัพยากรด้านโลจิสติกส์ ซึ่งเชื่อมโยงชุมชนบางอ้อเข้ากับศูนย์กลางบริเวณเขตบางซื่อบนฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา ศักยภาพในการมีทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชน มัสยิดบางอ้อได้รับการส่งเสริมจากการมีศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรดังกล่าวอย่างยั่งยืน โดยชุมชนมีศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเห็นได้ชัดจนเป็นรูปธรรม ได้แก่การจัดตั้งกลุ่มต่างๆ ในการร่วมกันดูแลรักษาพื้นที่และวัฒนธรรมประเพณีของศาสนาอิสลาม เช่น กลุ่มการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีทางศาสนา กลุ่มอาหารसानใจ คนทุกวัยในชุมชนซึ่งร่วมกันสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อปลูกจิตสำนึกของชุมชนด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กล่าวโดยสรุป ผลการวิจัยแสดงถึงการมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของชุมชนมัสยิดบางอ้อ

ผลจากการร่วมทำวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนมัสยิดบางอ้อ ด้วยวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อการเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (TALR) ดังกล่าว ทำให้คณะผู้วิจัยสามารถกำหนดนวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์เพื่อสร้างวิสัยทัศน์ (Vision) ของการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนมัสยิดบางอ้อในรูปแบบของแบรนด์ “ชุมชนมัสยิดบางอ้อ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ฮาลาลที่โดดเด่นระดับโลก” (Bang-Or Mosque Community : World Unique Halal Tourism Destination) โดยแบรนด์ท่องเที่ยวฮาลาลมัสยิดบางอ้อ จะมีความโดดเด่นของแบรนด์ย่อย 4 แบรนด์ของตำแหน่งทางการตลาด (4 Positions) โดยแบรนด์ทั้ง 4 จะได้รับการสร้างสรรค์ด้วยนวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ต่าง ๆ พร้อมกลยุทธ์ย่อยและโครงการของแผนปฏิบัติการของแต่ละแบรนด์ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงสรุปผลการวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในแขวงบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร”

การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์	นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์	โครงการพัฒนา
1. มัสยิดบางอ้อตั้งตามเหลือเชือกกลางแม่น้ำริมฝั่งเจ้าพระยา (Incredible Bang Or Mosque on the bank of Chao Phraya River)	1. นวัตกรรมเชิงกระบวนการ (Process Innovation) 2. นวัตกรรมเทคโนโลยีชีวภาพ (Bio Circular green Economy : BCG) 3. นวัตกรรมจัดการร่วมแบบปรับตัว (Adaptive Co-Management)	1. โครงการสร้างแผนนวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อ 2. โครงการสร้างแผนการตลาดดิจิทัลชุมชน

การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์	นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์	โครงการพัฒนา
		3. โครงการนำ BCG มาพัฒนาเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมในชุมชน 4. โครงการนำนวัตกรรมจัดการร่วมแบบปรับได้เพื่อเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติในชุมชน 5. โครงการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในชุมชน 6. โครงการเกษตรอินทรีย์ Smart Farming ในบ้านมัสยิด โรงเรียน 7. โครงการทำปุ๋ยจากขยะอินทรีย์และร้านศูนย์บาท
2. “เยือนมัสยิดบางอ้อ ศึกษาศาสนาอิสลามและประวัติศาสตร์ชุมชนแก่งแพ 255 ปี” (Visit Bang Or Mosque, studying Islam and History of 255 years old Raft Muslim Urban Village”	1. นวัตกรรมเปลี่ยนกระบวนทัศน์ของการพัฒนา (Paradigm Shift Innovation) 2. นวัตกรรมการสร้างคุณค่า (Value Creation Paradigm Innovation) 3. นวัตกรรมกระบวนทัศน์การให้ความสำคัญกับจิต (Mind Focus Paradigm Innovation)	1. โครงการบางอ้อ พิพิธภัณฑ์ฮาลาลที่มีชีวิตกลางแจ้งแห่งโลก 2. โครงการศูนย์การเรียนรู้ตลอดชีวิตที่บางอ้อ 3. โครงการประวัติศาสตร์บางอ้อออนไลน์ ออฟไลน์ 4. โครงการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวสร้างสรรค์บางอ้อ 5. โครงการอบรมมัคคุเทศก์เที่ยวบางอ้อภาษาอาหรับ จีน รัสเซีย อังกฤษ
3. “เยือนชุมชนมัสยิดบางอ้อ สัมผัสวิถีมุสลิม ร่วมประเพณีถือศีลอดฉลองปีใหม่อิสลาม” (Visit Bang Or Mosque Community, Appreciating Muslim Way of Life, Muslim fast in Ramadan month, Celebrating Islam New Year)	1. นวัตกรรมเปลี่ยนกระบวนทัศน์เชิงเศรษฐกิจ (Economic Paradigm Shift) 2. นวัตกรรมเปลี่ยนกระบวนทัศน์จากทุนนิยมสู่ความพอเพียง (Paradigm Shift from Capital : M to Sufficiency Economy) 3. นวัตกรรมเชิงกระบวนทัศน์ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต “วิ ติ” (Lifelong Learning Paradigm Innovation) 4. นวัตกรรมเชิงกระบวนทัศน์ด้านการปฏิบัติการวิจัยเพื่อการเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Transformative Action Learning Research Paradigm Innovation : TALR)	1. โครงการพัฒนาทักษะ TALR แก่ชุมชน 2. โครงการออกแบบกิจกรรมของศูนย์การเรียนรู้ตลอดชีวิต (LLL) 3. โครงการสร้างความตระหนักและริเริ่มพัฒนาบนฐานเศรษฐกิจพอเพียงในชีวิตประจำวัน 4. โครงการสร้างคู่มือท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อระดับปรัชญาและโครงสร้างลึก 5. โครงการอนุรักษ์ประเพณีโบราณอาซูรอ 6. โครงการสร้างการท่องเที่ยวเสมือนจริงบนอินเทอร์เน็ตของมัสยิดบางอ้อด้วยเทคนิคเมตาเวิร์ส
4. “เยือนมัสยิดบางอ้อ ชิมฮาลาลเลิศรส อาหารสานใจทุกวัยในชุมชน” (Visit Bang Or Mosque, Enjoying Gastronomy Halal Food Unifying every heart in the Community)	1. นวัตกรรมเชิงกระบวนทัศน์ (Paradigm Innovation) 2. นวัตกรรมเปลี่ยนกระบวนทัศน์ด้านการบริโภค จากบริโภคนิยมสู่การบริโภคด้วยปัญญา (Paradigm Shift from consumerism to Consumption with Wisdom) 3. นวัตกรรมการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (Cultural Reproduction Innovation)	1. โครงการเผยแพร่หลักปรัชญาของการบริโภคแบบฮาลาล 2. โครงการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนด้านอาหารฮาลาลของชุมชน 3. โครงการจัดตั้งศูนย์พัฒนาอาหารฮาลาลใจคนมัสยิดบางอ้อ 4. โครงการอนุรักษ์และเผยแพร่ตำราอาหารฮาลาลบนอินเทอร์เน็ต 5. โครงการเปิดโรงเรียนสอนทำอาหารฮาลาล

การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์	นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์	โครงการพัฒนา
		6. โครงการจัดตั้งอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลสำเร็จรูป

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในชุมชนมัสยิดบางอ้อ แขวงบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร” ได้บรรลุวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 และข้อที่ 2 ทุกประการ ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังนี้

ในส่วนที่เกี่ยวกับศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชนมัสยิดบางอ้อนั้น ผู้วิจัยได้พบว่า ชุมชนแห่งนี้มีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ที่โดดเด่น โดยเฉพาะด้านความเป็นชุมชนมุสลิมเก่าแก่ที่อายุ 255 ปี ตั้งอยู่กลางกรุงเทพฯ จะเป็นหมู่บ้านโบราณในเมืองใหญ่ (Urban Village) ในการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวด้านความหลากหลายของวัฒนธรรม (Cultural Diversity) ความหลากหลายของมรดกทางเชื้อชาติและชาติพันธุ์ (Ethnic Heritage) ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมือง (Urban Tourism) โดยพิจารณาจากมุมมองของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในเมืองจะได้รับและผลกระทบทางเศรษฐกิจ รายได้ที่จะเกิดจากการท่องเที่ยวในเมือง ในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะพิจารณารายได้จะเศรษฐกิจ 2 ประเภท ได้แก่ เศรษฐกิจจริง (Real Economy) ซึ่งเป็นรายได้จากสินค้าและบริการสิ่งอำนวยความสะดวกของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Collection of Tourism facilities) และเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Economy) รวมเป็นรายได้ที่เกิดจากการบริโภคสัญลักษณ์ (Consumption of Symbols) สิ่งที่เป็นสัญลักษณ์ การแสดงออกซึ่งสื่อความหมายถึงความงามสุนทรีย์ ภูมิปัญญา ประเพณีที่ซ่อนแฝงปรัชญาอันลุ่มลึกเกี่ยวกับมิติจิตวิญญาณ เทศกาลมหรหรรรม การแสดงรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งบ่งบอกถึงความรู้สึกนึกคิดและ Life style ของผู้คนที่แสดงออกและนำเสนอต่อนักท่องเที่ยวในเมืองในรูปแบบของการให้ความสุขความบันเทิงและประสบการณ์ โดย Urry (2002) นักเศรษฐศาสตร์มองว่าความหลากหลายทางวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ในเมืองและเมืองใหญ่นั้นจัดเป็นทุน (Capital) ที่สำคัญอย่างยิ่งในเชิงเศรษฐกิจของสังคมยุคหลังอุตสาหกรรม (Post-industrial Society) ดังนั้นการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเมืองจำเป็นต้องมีการวางผังเมืองที่มีการ Zoning พื้นที่และย่านต่าง ๆ ในเมือง เพื่อสร้างเป็นสินค้าของความเป็นมหานครนานาชาติแห่งความมีชีวิตชีวาของผู้คนหลากหลายวัฒนธรรม เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ที่สามารถสร้างรายได้และความมั่งคั่งให้แก่มหานคร ซึ่งจะเป็นการขัดแย้งกับโลกยุคโลกาภิวัตน์ในมุมมองที่ว่าความแตกต่างของท้องถิ่นและอัตลักษณ์ของพื้นที่กลายเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาการท่องเที่ยวในยุคที่โลกกำลังวิวัฒน์ไปสู่ความเป็นลักษณะวัฒนธรรมเดียวกันทั่วโลก (Macdonization) ดังนั้นความคิดเรื่องการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Tourism Resource) จึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองใหญ่และมหานคร เช่น กรุงเทพมหานคร ที่มีประชากรถึง 10 ล้านคนนั้น ซึ่งพยอม ธรรมบุตร (2565) ได้นำเสนอแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวในเชิงพัฒนาทุนทางการท่องเที่ยวของระบบเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Economy Tourism Capital) ดังนี้ ในการกำหนดนโยบายและแผนนวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์

เพื่อพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ 50 เขตของกรุงเทพมหานครและจังหวัด 77 จังหวัดทั่วประเทศนั้น ควรจะได้บรรจุแผนนวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ของการพัฒนาทุนทางทรัพยากรท่องเที่ยวของระบบ เศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์โดยมีการกำหนดพื้นที่ (Zoning) และกำหนดกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิง สัญลักษณ์ที่ให้ความสำคัญกับย่านต่าง ๆ ในเมืองที่มีความเชื่อมโยงกับความหลากหลายเชิงสัญลักษณ์ของ พหุวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์และเชื้อชาติของกิจกรรมเชิงมหรหรรเทศกาลซึ่งเป็นสัญลักษณ์สะท้อนถึง เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของภูมิปัญญา ความรู้สึนึกคิด ศรัทธา ความเชื่อถือของกลุ่มต่าง ๆ ที่ หลากหลายที่กำลังแสดงออกเป็นรูปธรรมในย่านต่าง ๆ เช่น พื้นที่บริเวณเยาวราชที่นักท่องเที่ยวจะมี โอกาสสัมผัสวิถีชีวิตชาวจีนที่เกิดในประเทศไทย พื้นที่ซอยสุขุมวิท 23 - 33 เป็นย่านที่เรียกกันว่า “ Little Tokyo” เพราะเป็นเมืองเล็กๆของคนญี่ปุ่นที่มาทำงานในประเทศไทย (Expatriate) พื้นที่ซอยนานา ถนนสุขุมวิท ซึ่งเป็นย่านของธุรกิจและอาหารอินเดีย มังสวิรัติและอาหารมุสลิมจากตะวันออกกลาง

ในส่วนที่เกี่ยวกับการใช้นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนมัสยิดบางอ้อ โดยมีการกำหนดวิสัยทัศน์ของการพัฒนาในรูปแบบของแบรนด์จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวฮาลาลที่โดดเด่นในภูมิภาคนั้น งานวิจัยนี้ได้ค้นพบนวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมกับแบรนด์ท่องเที่ยว ของชุมชน ซึ่งมีวิสัยทัศน์ที่มีจุดยืนด้านการตลาด (Positioning) 4 ตำแหน่ง ซึ่งสามารถนำมาอภิปรายได้ ดังนี้

นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ของตำแหน่งที่ 1 เป็นนวัตกรรมเชิงกระบวนการของการผสมผสาน ความหลากหลายเชื้อชาติของศิลปวัฒนธรรม ความเชื่อ ศาสนา (Cosmopolitan Process Innovation) รวมถึงการผสมผสานอย่างลงตัวระหว่างศิลปะและธรรมชาติ (Art and Nature) เพื่อเป็นการอนุรักษ์ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของชุมชนมัสยิดบางอ้อ ได้มีการนำนวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ด้าน เทคโนโลยีชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว (BCG Economy) มาเพิ่มพื้นที่สีเขียวใน ชุมชน ระบบการจัดการขยะแบบหมุนเวียนจนไม่มีขยะ (Zero Waste) การทำเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่บ้าน มัสยิด โรงเรียน โดยนำนวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ของการจัดการร่วมแบบปรับตัว (Adaptive Co-Management) มาเสริม BCG โดยบ้าน มัสยิด โรงเรียนร่วมกับภาครัฐของเขตบางพลัดในการสร้าง แผนงานเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและภัยพิบัติต่าง ๆ เช่น อุทกภัย โรคระบาด โดยการกำหนด ทางเลือกที่หลากหลายที่สามารถนำมาใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ในภาพรวม นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ BGC และ Adaptive Co-Management นั้น เป็นนวัตกรรมเชิงกระบวนการที่ ส่งเสริมซึ่งกันและกัน BGC เป็นนวัตกรรมกระบวนการจัดการสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและเศรษฐกิจอย่าง ยั่งยืน ซึ่งต้องได้รับการสนับสนุนจาก Adaptive Co-Management ซึ่งเป็นนวัตกรรมกระบวนการจัดการ กับการผนึกกำลังภาครัฐ เพื่อจัดการสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติร่วมกัน อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561- 2580) ด้านการส่งเสริมบทบาทการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชนและครอบครัวในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมและการพัฒนาจิตใจ และยังเป็นการสอดคล้องกับเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การ สหประชาชาติข้อที่ 17 ที่มีเป้าหมายการสร้างพลังแห่งการเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือระดับสากลต่อการ พัฒนาที่ยั่งยืน (Partnerships for the goals) ของเป้าหมายเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs)

ตำแหน่งที่ 2 เป็นแบรนด์ที่สร้างขึ้นโดยใช้นวัตกรรมช่วงยุทธศาสตร์ในการเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ ของการพัฒนา จากการพัฒนามาตามหลักเศรษฐศาสตร์กระแสหลักทุนนิยมที่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนา ด้านวัตถุนิยม ทุนนิยม ราคาของสิ่งต่าง ๆ (Price) ความเจริญทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (โดยได้

ละเลยการพัฒนาด้านจิตใจคือ Mind ของมนุษย์) มาเป็นการพัฒนาคุณค่า (Value Creation) ด้านจิตใจ ศีลธรรม คุณธรรม ศรัทธา ศาสนา สังคมโลกมีความจำเป็นต้องเปลี่ยนกระบวนทัศน์ของการพัฒนามนุษย์ หรือคนมาสู่การพัฒนาจิตใจของคนบนโลก โดยจัดระบบการศึกษาและการเรียนรู้ในรูปแบบใหม่เพื่อให้ผล จากวิกฤตแห่งยุคสมัย ซึ่งเต็มไปด้วยการแย่งชิง สงคราม การแข่งขัน การเอาเปรียบ ความเห็นแก่ตัว ทั้ง ระดับปัจเจกและระดับชาติ ในระบบการเรียนรู้ใหม่ของโลก จะต้องเอาชีวิตคน (ทั้งร่างกายและจิตใจ) และ (วิถีชีวิตวัฒนธรรมเป็นตัวตั้งของการเรียนรู้ วิชาและศาสตร์โดยเฉพาะทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี เป็นเพียง “เครื่องมือ” และให้การศึกษาแบบจิตตปัญญาศึกษาเป็นหลัก (Contemplative Education) ซึ่งเน้นการปฏิบัติจิต การเจริญสติ เพื่อให้มนุษย์สามารถเรียนรู้เพื่อการเปลี่ยนแปลงตนเอง (Transformation) รู้จักจิตของตนเองและเกิดปัญญาเข้าถึงความจริงสูงสุด (Ultimate Truth) ธรรมชาติ ของสรรพสิ่งในรูปของกฎจักรวาล ลักษณะของสรรพสิ่งที่เกิดขึ้น ตั้งอยู่ และดับไปตลอดทุกชั่วขณะจิต การมีสัมมาทิฐินั้น ทำให้เกิดความเข้าใจและความรักเพื่อนมนุษย์และธรรมชาติทั้งหมด ก่อให้เกิดการอยู่ ร่วมกันในสังคมโลกด้วยความสงบสุข (ประเวศ วะสี, 2550)

การสร้างความหมายที่ 2 เกี่ยวกับการท่องเที่ยวศาสนาอิสลาม จึงเป็นมิติใหม่ของประโยชน์ (Utility) และหน้าที่ (Function) ของการท่องเที่ยว คือการท่องเที่ยวที่จะส่งเสริมการพัฒนาที่สมดุล ระหว่างการพัฒนาคนทั้งด้านร่างกายและจิตใจคู่ขนานกันไป แทนการสร้างคนให้เป็นหุ่นยนต์ทาง วิทยาศาสตร์ที่ไร้สำนึกของความผิดชอบชั่วดี (พยอม ธรรมบุตร, 2565)

โดยเฉพาะการท่องเที่ยวอาลานั้น จะมีการศึกษาถึงความเชื่อ หลักปฏิบัติที่ชัดเจนเกี่ยวกับการ พัฒนาจิตตปัญญาศึกษา ทั้งแก่นักท่องเที่ยวมุสลิมและนักท่องเที่ยวศาสนาอื่น หรือนักท่องเที่ยวที่ไร้ ศาสนาในจิตใจที่เข้ามาท่องเที่ยวในมัสยิด

ศาสนาอิสลามมีหลักการพื้นฐานที่เกี่ยวกับการพัฒนาจิต ได้แก่ หลักศรัทธา หลักปฏิบัติ ศาสนกิจและหลักศีลธรรม โดยเสาหลัก 5 ประการของศาสนาอิสลาม ซึ่งเป็นโครงสร้างชีวิตของชาวมุสลิม นั้นล้วนเป็นการพัฒนาจิตทั้งสิ้น ได้แก่ ความศรัทธา การละหมาด การให้ซากัต ช่วยเหลือผู้ยากไร้ การถือ ศีลอดในเดือนรอมฎอน และการไปแสวงบุญยังนครเมกกะครั้งหนึ่งในชีวิต ในการละหมาดวันละ 5 ครั้ง ชาวมุสลิมอยู่กับการพัฒนาจิตทั้งวัน

แนวความคิดของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในรูปแบบสถานที่แห่งความทรงจำเป็นของ ศาสตราจารย์ปีแอร์ นอรา (Professor Pierre Nora) จาก Annals School of Memory โดยให้คำจำกัด ความว่า “สถานที่แห่งความทรงจำ หมายถึง ห่วงโซ่ของสถานที่และความทรงจำ วัฒนธรรม สถานที่ที่บ่ง บอกถึงความหลังที่คนในชุมชนมีร่วมกัน ห่วงโซ่ของสถานที่แห่งความทรงจำ อาจเป็นสิ่งที่เป็รูปรธรรม จับ ต้องได้ เช่น สิ่งของ อนุสาวรีย์ และอาจจะเป็นนามธรรมที่จับต้องไม่ได้ เช่น ประวัติศาสตร์ ภาษา ประเพณี สถานที่แห่งความทรงจำให้ความรู้และให้ความสะท้อนอารมณ์ โดยร่องรอยในอดีตจะมีความหมายใหม่เมื่อกลายเป็นความทรงจำ โดยมีสรรพสิ่งที่มีชีวิตชีวาในปัจจุบันสนับสนุนความทรงจำ จะ ถือกำเนิดขึ้นมาเมื่อความทรงจำเข้าไปซ่อนแฝงอยู่กับฝูงชนและผู้คน...” นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์สำหรับ แปรนด์ท่องเที่ยวที่ 2 อีกประการหนึ่ง คือ นวัตกรรมเชิงกระบวนการของการนำเสนอองค์ความรู้และ ประสบการณ์ด้านศิลปวัฒนธรรมวิถีชีวิตของท้องถิ่นของย่านในเมือง ย่านการค้า ย่านประวัติศาสตร์ แก่ นักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องเปลี่ยนจากการชมแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะจุด พิพิธภัณฑสถานเฉพาะด้านมาเป็น พิพิธภัณฑสถานมีชีวิตของทั้งหมู่บ้าน ทั้งชุมชน ทั้งย่าน ในกลางแจ้ง (Open air Living Museum) ทุกบริเวณ ทุกที่จะเป็นสถานที่แห่งความทรงจำสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินเข้าไปสัมผัสสัมผัสกับผู้คนท้องถิ่น เจ้าของ วัฒนธรรมที่ยังมีชีวิตอยู่ในปัจจุบัน จึงได้สัมผัสทั้งร่องรอยของอดีตอันไกลโพ้นและไออุ่นของวิถีชีวิตที่กำลัง

ดำเนินอยู่จริงๆ กระบวนการนำเสนอองค์ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวจะนำไปสู่ข้อคิดที่ต้องพิจารณาเกี่ยวกับประโยชน์ (Utility) และหน้าที่ (Function) ของการท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวจะเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ตลอดชีวิตซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life Long Learning Theory) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ยอมรับกันทั่วโลกว่าเป็นกระบวนการที่สำคัญและจำเป็นต่อพัฒนาการของมนุษย์ชาติอย่างยิ่ง โดยมีหลักการว่า การเรียนรู้ต้องดำเนินต่อเนื่องไปตลอดชีวิต ทั้งในวัยเด็ก วัยผู้ใหญ่ และวัยชรา มนุษย์สามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ได้ในทุกบริบท จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายจากชีวิตจริง โดยการบูรณาการศาสตร์ต่างๆ เข้าด้วยกัน เรียนรู้ได้ทั้งออนไลน์ ออฟไลน์ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวไร้พรมแดนเปิดโอกาสให้เรียนรู้ความแตกต่าง ความหลากหลายของวัฒนธรรมวิถีชีวิตของผู้คนทั่วโลก จึงเป็น ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์ / ศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับ “มนุษย์” (Human Library / Museum / Learning Center) อันจะนำไปสู่ความเข้าใจซึ่งกันและกันของมนุษย์ทั่วโลกและนำไปสู่สันติภาพโลกตามวิสัยทัศน์ของการท่องเที่ยวเพื่อสันติภาพ (Tourism for Peace) ซึ่งจะสอดคล้องกับเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนใน SDG ข้อที่ 16 ขององค์การสหประชาชาติที่ต้องการเสริมสร้างสังคมสงบสุข ยุติธรรม ไม่แบ่งแยก เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Peace and Justice, Strong Institutions)

ในตำแหน่งที่ 3 จะพานักท่องเที่ยวมาสัมผัสสังคม วิถีชีวิตของคนมุสลิมผู้อยู่ในกรอบของหลักการของเสาหลัก 5 ประการของศาสนาอิสลาม เสาหลักดังกล่าวเป็นโครงสร้างของชีวิตชาวมุสลิมในสังคม มโนทัศน์พื้นฐานของการปฏิบัติตน นมัสการที่ต้องปฏิบัติตามและกฎหมายอิสลามที่ตามมา ซึ่งครอบคลุมทุกมุมของชีวิตและสังคม โดยกำหนดแนวทางในหัวเรื่องหลากหลายตั้งแต่การธนาคารไปจนถึงสวัสดิการ ชีวิตครอบครัวและสิ่งแวดล้อม (Norra Pierre, 2565) ในการศึกษาหลักการพื้นฐานของการปฏิบัติตนนั้น นอกจากจะเป็นกฎที่คนมุสลิมจะเคารพด้วยศรัทธาอันแน่วแน่แล้ว ยังเป็นบทบัญญัติที่มีความเป็นเหตุเป็นผลของปรัชญาที่ลุ่มลึกของการสั่งให้ปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติที่อยู่ในหลักการทั้งหมด โดยเฉพาะความหมายในระดับโครงสร้างลึกของขนบธรรมเนียมประเพณีทางศาสนาอิสลาม

ในส่วนที่สืบเนื่องมาจากการจ่ายชะกาตในศาสนาอิสลามนั้น ผู้วิจัยขออภิปรายเกี่ยวกับการจัดตั้ง “ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย (Islamic Bank of Thailand) ธนาคารอิสลามแตกต่างจากธนาคารพาณิชย์ ตรรกะระบบผลตอบแทน กล่าวคือ ในระบบธนาคารอิสลามใช้ระบบแบ่งปันผลกำไร-ขาดทุน (Profit and loss sharing : PLS) แทนระบบดอกเบี้ยของธนาคารพาณิชย์ การบริหารจัดการของธนาคารอิสลาม อยู่บนพื้นฐานของหลักการของศาสนาอิสลาม ที่เกี่ยวกับการอนุมัติ (ฮาลาล) และการไม่อนุมัติ (ฮารอม) ให้ทำหรือไม่ให้ทำในการประกอบธุรกิจที่ได้กำหนดไว้ในอัลกุรอานเท่านั้น เพื่อนำไปสู่ความยุติธรรม ความเสมอภาคและความเท่าเทียมกันของสังคมร่วมกัน โดย 1. อิสลามห้ามเกี่ยวข้องกับดอกเบี้ย เพราะดอกเบี้ยเป็นส่วนหนึ่งของความไม่ยุติธรรม และเป็นภัยมากกว่าเป็นผลดี โดยเฉพาะในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ 2. ห้ามเกี่ยวข้องกับธุรกิจต้องห้ามตามหลักศาสนา ซึ่งเป็นอบายมุขที่สร้างความเสียหายให้สังคมเกินกว่าเงินที่ได้รับมา 3. มูลหนี้ในระบบอิสลามจะตายตัว ไม่มีการเพิ่มมูลหนี้ เช่น ระบบดอกเบี้ย 4. กำไรของธนาคารจะจ่ายเป็นชะกาตร้อยละ 2.5 เพื่อสังคมสงเคราะห์

ธนาคารอิสลามวางรากฐานบนหลักการหุ้นส่วนระหว่างธนาคาร ผู้ถือหุ้น ผู้ฝากเงิน ผู้ลงทุนและผู้ยืม ทำให้ทุนและแรงงานสามารถรวมกันได้ในฐานะหุ้นส่วนในการประมาณการ ซึ่งไม่ใช่เพียงการรวมตัวด้านวัตถุเท่านั้น

อนึ่งแนวคิดในการบริหารสังคมเศรษฐกิจด้วยการสร้างจริยธรรมทางเศรษฐกิจด้วยหลักธรรมก็ปรากฏอยู่ในพุทธศาสนา ได้แก่ วิถีเศรษฐศาสตร์เชิงพุทธ (Buddhist Economics) ซึ่งปรากฏในแนวพระราชดำริเศรษฐกิจแบบพอเพียงของในหลวง รัชกาลที่ 9 (Sufficiency Economy) ซึ่งจะสังเกตได้ว่า

เป็นแนวคิดที่องค์ธรรม ให้ความสำคัญแก่จริยธรรมและคุณธรรม มีการนำคุณค่าทางวัตถุและจิตใจมารวมกันเข้าไว้ในการชี้แนะพฤติกรรมของระบบเศรษฐกิจ

ในการพัฒนาแบรนด์ท่องเที่ยวอาหารฮาลาลของชุมชนมัสยิดบางอ้อได้มีการตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่มีความสนใจที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ปรุงอาหารที่เขากิน ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอนวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอาหารด้วยเทคนิค “การออกไปนอกจานข้าว” (Beyond the Plate) เช่นเมื่อเขากินข้าวหมกไก่ เขาก็ต้องการรู้ว่าข้าวมาจากไหน ปลูกอย่างไร เก็บเกี่ยวอย่างไร เครื่องเทศมาซาลามีส่วนผสมของสมุนไพรอะไรบ้าง นักท่องเที่ยวต้องการออกไปนอกจานข้าว ไปสู่การเรียนรู้ถึงแหล่งและกระบวนการผลิตของสิ่งที่เขาบริโภค สัมผัสระบบนิเวศความหลากหลายทางชีวภาพ พืช สัตว์ที่นำมาปรุงอาหาร ผักพื้นบ้าน สมุนไพร คุณค่าทางโภชนาการ

อาหารฮาลาลจะต้องมีกระบวนการผลิตที่ถูกต้องตามข้อบัญญัติแห่งศาสนาอิสลาม ปราศจากสิ่งต้องห้าม (ฮารอม) มีคุณค่าทางอาหาร บริโภคสิ่งที่อนุมัติ (ฮาลาล) ที่ดีจากสิ่งที่อยู่ในแผ่นดิน สิ่งที่ไม่ปราศจากอันตรายและอาหารฮาลาลจะต้องผ่านกรรมวิธีในการทำ ผสม ปรุง ประกอบหรือแปรสภาพตามศาสนบัญญัติ การห้ามสิ่งต่าง ๆ นั้น เนื่องจากความไม่บริสุทธิ์และการเป็นอันตรายของมัน เช่น สุราและการพนันนั้นมีบาปหนัก ในเรื่องอาหาร ถ้าหากใครบริโภคอาหารโดยมีเจตนาเพื่อยังชีพและเพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่ร่างกายเพื่อที่จะสามารถปฏิบัติหน้าที่ต่าง ๆ ที่มีต่อพระผู้สร้างของเขาและแก่มนุษย์แล้ว การกินของเขาก็ถือเป็นการแสดงความเคารพภักดีและการเสียสละต่ออัลลอฮ์ ตำแหน่งที่ 4 จึงเป็นแบรนด์ที่นำไปสู่การอธิบายเรื่อง ควรมีสำนึกด้วยจิตวิญญาณ ควรวางใจอย่างไร เมื่อบริโภคอาหารและปัจจัย 4 ในสังคมโลกที่รักการบริโภคเป็นชีวิตจิตใจทุกวันนี้ (Consumerism) วิชาเศรษฐศาสตร์เกิดขึ้นจากข้อเท็จจริงที่ว่า ในโลกนี้ทรัพยากรมีอยู่จำกัด (Limited Resources) แต่ความต้องการและความอยากของมนุษย์มีอยู่ไม่จำกัด (Unlimited Wants) โลกจึงมีปัญหาของการหาได้ยากของทรัพยากร (Scarcity) โลกตะวันออกมองว่า มนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ จะต้องมีชีวิตอยู่อย่างกลมกลืนกับธรรมชาติ ปรับตัวให้เข้ากับกฎของธรรมชาติและร่วมสร้างสมดุลของธรรมชาติอยู่ตลอดเวลา เมื่อมีทรัพยากรจำกัดและหาได้ยาก หลักพระพุทธศาสนาสอนงานให้คนมีวินัยในการบริโภค โดยมีปัญหาในการใช้สอยและการดำรงชีวิตของคนเราภายใต้ข้อจำกัดของทรัพยากรที่มีอยู่ การมีทรัพยากรน้อยจึงไม่ใช่ปัญหา ถ้ามนุษย์สามารถจัดการดำเนินชีวิตได้ดี ให้อยู่ในทางสายกลางที่ไม่สุดโต่ง คือ ไม่ใช่ การอดข้าว หรือการกินข้าวมากเกินไป พระพุทธศาสนาให้ความสำคัญกับวินัยในการกิน การกินแบบพอประมาณ คือให้พอเหมาะกับร่างกาย

คำว่า “โภชนมัตตัญญูตา” บ่งบอกได้จากพฤติกรรมการบริโภคต่อหนึ่งครั้ง คือ เมื่อเราทานก็ให้เว้นไว้ 4-5 คำ ก่อนอ้อม เพื่อเติมน้ำสีก 1-2 แก้วให้พอเหมาะ วิธีนี้จะไม่ทำให้ร่างกายเหน็ดเหนื่อยในการเผาผลาญ (และที่สำคัญคือต้องรู้จักเลือกกินสิ่งที่เป็นประโยชน์ ในแต่ละครั้งต้องไม่มากเกินไป ไม่กินจนล้นกระเพาะ แล้วในที่สุดร่างกายต้องสูญเสียพลังงานในการย่อยอาหารสูงมาก ซึ่งไม่เกื้อกูลต่อการปฏิบัติ เพราะร่างกายหนักจนเหนื่อยและหลับ หัวใจของการกินจึงเป็นการคำนึงถึงประโยชน์และคุณค่าของอาหารมากกว่ารสชาติของอาหาร นั่นคือ เน้นการให้รู้จักการแยกแยะคุณค่าแท้และคุณค่าเทียม ว่าเรากินคุณค่าแท้ไม่ใช่คุณค่าเทียม” (อารยวังโส, 2555)

ในการบริโภคพระพุทธศาสนามุ่งสร้างวินัยแก่จิตของผู้บริโภคไปพร้อม ๆ กับวิธีการบริโภค ซึ่งการบริโภคในภาพกว้างย่อมหมายถึงการบริโภคปัจจัย 4 ในชีวิตมนุษย์อันได้แก่ อาหาร เสื้อผ้า ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัยและพุทธเศรษฐศาสตร์ (Buddhist Economics) ได้มุ่งอบรมจิตของผู้บริโภค

(Consumers) ให้รู้จักการใช้ประโยชน์สูงสุดของทรัพยากร คือ มุ่งไปสู่ประโยชน์สูงสุดของทุก ๆ สิ่ง ด้วยการสร้างสำนึกในการบริโภคด้วยปัญญา ซึ่งเป็นการใช้ศักยภาพของมนุษย์อย่างที่สุด

งานวิจัยนี้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนมัสยิดบางอ้อ โดยการใช้นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ รูปแบบการวิจัยแบบมีส่วนร่วมเพื่อการเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลงสังคม (TALR) การใช้นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ทำให้เกิดการเปลี่ยนกระบวนทัศน์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ได้แก่ กระบวนทัศน์การสร้างคุณค่าแก่ศาสนาและการพัฒนาจิตใจ กระบวนทัศน์ทางเลือกในการพัฒนาตามแนวพุทธเศรษฐศาสตร์และตามแนวทบทวนคุณค่าในการสร้างจริยธรรมทางเศรษฐกิจด้วยหลักปฏิบัติพิธีการของศาสนาอิสลาม ตลอดจนกระบวนทัศน์ด้านการบริโภคปัจจัยสี่ในโลกด้วยปัญญา อนึ่ง การใช้นวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดประโยชน์ (Utility) และหน้าที่ (Function) ใหม่ของการท่องเที่ยวต่อสังคม ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ควรมีการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร โดยมีแผนพัฒนาด้านการนำเสนอพื้นที่ ๆ มีมัสยิดและชุมชนมุสลิมในเขตต่างๆ 50 เขตในกรุงเทพมหานคร ตลอดจนการพัฒนาโรงแรมฮาลาลหรือพัฒนาโรงแรมทั่วไปให้มีสองอานวยความสะดวก ได้แก่ สถานที่สำหรับทำการละหมาดและภัตตาคารอาหารฮาลาลในกรุงเทพมหานคร ตลอดจนการสร้างแพ็คเกจที่สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม โดยให้เป็นไปตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวอาหารฮาลาลในกรุงเทพมหานคร โดยมีเป้าหมายที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวอาหารฮาลาลในชุมชนมุสลิมในเขตที่มีประชากรมุสลิมอาศัยอยู่มาก และอาจจัดตั้งโรงเรียนสอนอาหารฮาลาลแก่นักท่องเที่ยวในชุมชน เพื่ออนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของศาสนาอิสลามในประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565, 15 มีนาคม). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ฉบับที่ 2)* (พ.ศ.2560-2564). https://www.mots.go.th/entadmin/ewt/mots_web57/download/article/antical20170320150102.pdf
- ชาย โพธิ์สิตา. (2552). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 4) สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ประเวศ วะสี. (2550). *ความเป็นมนุษย์กับการเข้าถึงสิ่งสูงสุด*. สำนักพิมพ์กรีน-ปัญญาญาณ.
- ปิยะชาติ อิศรภักดี. (2559). *Branding 4.0*. บริษัทอมรินทร์พริ้นท์ติ้ง.
- พยอม ธรรมบุตร. (2553). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนหัวข้อ การสร้างตราสินค้า “Branding”*. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา.
- พยอม ธรรมบุตร. (2564). *เอกสารประกอบการเรียนการสอน หัวข้อ การวิจัยเชิงปฏิบัติจิตแนวสังขธรรม*

- นิยมในพุทธศาสนา. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต). (2559). *พจนานุกรมพุทธศาสน์ ฉบับประมวลศัพท์* (พิมพ์ครั้งที่ 27). โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2553). *วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 18). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อารยวิงโส. (2555). *พุทธเศรษฐกิจในประวัติศาสตร์*. อมรินทร์พริ้นท์ติ้ง.
- อรุณ บุญชม. (2561, 15 กุมภาพันธ์.) *ระบบธนาคารอิสลามเทียบกับระบบธนาคารพาณิชย์*.
<https://www.skthai.org>
- Greg Richards and Wil Munsters. (2010). *Cultural Tourism Research Methods*. CAB International Oxford shire.
- Norra Pierre, (2022, 18 February). *Sites of Memory / Lieu de Memoire*.
<https://en.m.wikipedia.org/wiki>.
- Urry. (2002). *The Tourist Gaze*. Sage Publication.
- UNWTO. (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2005*. United Nations.