

การพัฒนาธนาคารการเรียนรู้และวิถีถิ่นเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชน ชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

Development of a Learning Bank and Local Way of Life to Promote the
Cultural Identity of the Mon Community in Lat Krabang District, Bangkok

ปัทมา สารสุข¹ ชัชสรณ์ รอดยิ้ม² และสาวิตรี คุ่มทะยา³

Pattama Sarasuk¹, Chatsarun Rodyim² and Sawitree Khumthayai³

Received: April 23, 2025

Revised: September 09, 2025

Accepted: September 10, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการเรียนรู้และวิถีถิ่นเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนชาวมอญ 2) วิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธนาคารการเรียนรู้และวิถีถิ่นเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนชาวมอญ และ 3) เสนอรูปแบบการพัฒนาธนาคารการเรียนรู้และวิถีถิ่นเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) ประกอบด้วย การเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง กลุ่มประชากรคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตลาดกระบัง ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนได้ โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 20 คน ซึ่งได้แก่ ผู้นำชุมชน ประชาชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการในพื้นที่ และเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผลการวิจัยพบว่า 1) การเรียนรู้และวิถีถิ่นในชุมชนชาวมอญมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม โดยแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่มีศักยภาพสูงโดดเด่นทั้งด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ตลอดจนประเพณีและเทศกาลสำคัญ เช่น ประเพณี

¹⁻³ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร; Phranakhon Rajabhat University.

Corresponding author, e-mail: tip_pattama@hotmail.com, chatsarun@pnru.ac.th

Tel. 086-224-8833.

สงกรานต์ ขบวนแห่เสาหงส์ธงตะขาบ รวมถึงวิถีชีวิตประจำวัน เช่น การแต่งกายและอาหารพื้นถิ่น 2) ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธนาคารการเรียนรู้และวิถีถิ่น ได้แก่ ปัจจัยด้านเนื้อหา ด้านความต้องการด้านสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะความต้องการข้อมูลเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธนาคารการเรียนรู้และวิถีถิ่น 3) รูปแบบการพัฒนาธนาคารการเรียนรู้และวิถีถิ่นเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนชาวมอญ ควรส่งเสริมการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อดำเนินกิจกรรมอนุรักษ์วัฒนธรรม เช่น การจัดตั้งตลาดเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การอนุรักษ์การแต่งกายตามแบบประเพณีมอญ (เช่น สไบสำหรับสตรี และผ้าขาวม้าสำหรับบุรุษ) การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมให้เหมาะสม การส่งเสริมการใช้ภาษาและการถ่ายทอดวัฒนธรรมดั้งเดิม รวมถึงการนำเสนอผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่หลากหลายและเข้าถึงได้

คำสำคัญ: ธนาคารการเรียนรู้, วิถีถิ่น, วัฒนธรรมชุมชน, อัตลักษณ์วัฒนธรรม

Abstract

The purposes of this research article were 1) to study the learning conditions and local ways of life to promote the cultural identity of the Mon Community; 2) to analyze the success factors of the learning bank and local ways of life to promote the cultural identity of the Mon Community; and 3) to propose a model for developing the learning bank and local ways of life to promote the cultural identity of the Mon Community in Lat Krabang District, Bangkok. The research employed a mixed methods approach, incorporating both quantitative and qualitative data collection. The research instruments included questionnaires and semi-structured interviews. The population consisted of tourists visiting Lat Krabang District (the exact number of whom could not be determined), with a sample size of 400 individuals, and 20 key informants including community leaders, local experts, local entrepreneurs, and government officials, selected using purposive sampling. The research findings revealed that 1) learning and local ways of life in the Mon community played a significant role in promoting cultural identity. Tourist attractions in the area had high potential, excelling in culture, lifestyle, history, historical sites,

artifacts, as well as important traditions and festivals such as Songkran traditions, the procession of the swan pillar and centipede flag, and daily life such as clothing and local food; 2) factors contributing to the success of the learning bank and local ways of life included content, media demand, and public relations activities, all at a high level, especially the demand for information to participate in tourism activities related to the learning Bank and local ways of life; 3) the model for developing the learning bank and local ways of life to promote the cultural identity of the Mon Community should encourage group formation and networking among the government, private sector, and community to carry out cultural conservation activities such as establishing markets to promote local products, preserving traditional Mon clothing (e.g. a traditional shawl (Sabai) for women and the Thai loincloth (Pha Khao Ma) for men), managing the environment appropriately, promoting the use of the language and transmission of traditional culture, and presenting it through diverse and accessible public relations media.

Keywords: Learning Bank, Local Ways of Life, Community Culture, Cultural Identity

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศ การท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่น คือ ธรรมชาติทำให้เกิดการท่องเที่ยว ด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Tourism) แหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวให้มาเยือนไปยังสถานที่นั้น ๆ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตชาวบ้าน แหล่งท่องเที่ยวประเพณีชุมชนท้องถิ่น (อริศรา ทองทรัพย์, 2557) ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยค้นหาพื้นที่ที่มีศักยภาพและให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยกระจายนักท่องเที่ยวไปยังภูมิภาค ส่งเสริมสินค้าของชุมชน กระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นเป็นแนวทางในการพัฒนาภูมิภาค

ความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวนำมาซึ่งการเพิ่มรายได้จากนักท่องเที่ยว การจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อม ตลอดจนรายรับของรัฐบาลในรูปแบบของภาษีจากธุรกิจท่องเที่ยวและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวซ้ำและ/หรือแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยวถือ

เป็นความสำเร็จประการหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จึงมีการศึกษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อค้นหาสาเหตุของการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว (Backman, S. J. & Crompton, J. L., 1991; Cronin, J.J., Brady, M.K. & Hult, G.T., 2000) แต่ด้วยเหตุที่แต่ละประเทศมีฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจ และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกันทำให้แต่ละประเทศนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยพยายามนำเสนอจุดเด่น/จุดขายทางการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวให้มากที่สุด เมื่อกล่าวถึงประสบการณ์การท่องเที่ยวแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวจะคิด/นึกถึงทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจ ผู้คน สภาพเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม ตลอดจนการบริหารจัดการต่าง ๆ ที่เอื้อให้การเดินทางท่องเที่ยวเกิดความสะดวกและปลอดภัย (Joppe, M., Martin, D. & Waalen, J., 2001) สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ก็คือภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวรับรู้หรือคิด/นึกถึงเมื่อกล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เคยไปเยือน ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่แหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางใช้ในการแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่น ๆ การส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางจึงเป็นเงื่อนไขสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใน ประเทศ หากประเทศหรือจุดหมายปลายทางมีภาพลักษณ์ที่ดีย่อมนำมาซึ่งความได้เปรียบ (Gartner, W.C., 1994; Baloglu, S. & McCleary, K.W., 1999) และมีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ในทางตรงกันข้าม หากเกิดกระแสข่าวลือหรือเรื่องราวในเชิงลบ เช่น การบริการท่องเที่ยวไม่มีประสิทธิภาพหรือมีสถานการณ์ความไม่ปลอดภัยเกิดขึ้น เป็นต้น ย่อมส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ในลักษณะข่าวลือในเชิงลบจะแพร่สะพัดได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งถือว่าเป็นภัยคุกคามที่ก่อให้เกิดความสูญเสียขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยิ่ง (Bierman, D., 2002; Avraham, E., 2004; Kim, D., Lehto, X. Y., & Morrison, A. M. 2007)

แนวคิดธนาคารการเรียนรู้ ได้รับความสนใจในฐานะกลไกสำคัญในการจัดเก็บและบริหารองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีวัฒนธรรมของชุมชนอย่างเป็นระบบ เพื่อถ่ายทอดและส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชนอย่างยั่งยืน โดยธนาคารการเรียนรู้ไม่ใช่เพียงสถานที่หรือกิจกรรม แต่เป็น “กระบวนการเรียนรู้ร่วม” ที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ และการจัดการความรู้ร่วมกัน (พระครูปลัดสุวัฒนพุทธคุณ (สุเทพ ติเยียม), 2565) ในบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธนาคารการเรียนรู้มีบทบาทเชื่อมโยงองค์ความรู้ท้องถิ่นกับประสบการณ์การเรียนรู้ที่จับต้องได้ เช่น การทำเวิร์กช็อป เล่าเรื่อง หรือร่วมกิจกรรมวิถีชุมชน เช่น การทำขนมพื้นบ้าน เรียนภาษาท้องถิ่น หรือ ล่องเรือชมวิถีริมคลอง ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการความรู้ของ Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995) ที่ระบุว่า ความรู้แฝง เช่น ภูมิปัญญาชาวบ้าน จะมีคุณค่าเมื่อถ่ายทอดเป็นความรู้ชัดแจ้งจากแนวคิดดังกล่าว งานวิจัยนี้ให้นิยาม “ธนาคารการเรียนรู้และวิถีถิ่น” ว่าเป็นทั้ง “พื้นที่ทาง

กายภาพและทางปัญญา” ที่รวบรวมองค์ความรู้ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต และอัตลักษณ์ท้องถิ่นในรูปแบบที่เข้าถึงและเรียนรู้ได้ ทั้งจากคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายเพื่ออนุรักษ์ ถ่ายทอด และต่อยอดให้เกิดคุณค่าทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ธนาคารการเรียนรู้และวิถีถิ่นจึงครอบคลุมทั้งศูนย์เรียนรู้ ตลาดชุมชน พิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน รวมถึงกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น ล่องเรือชมคลองประเวศฯ ร่วมงานประเพณีชาวมอญ เรียนรู้การทำอาหารและการแต่งกายท้องถิ่น ตลอดจนการบันทึกและเผยแพร่ประวัติศาสตร์ชุมชนโดยปราชาญ์ท้องถิ่น พร้อมทั้งผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อขยายการรับรู้สู่วงกว้าง

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธนาคารการเรียนรู้สามารถสรุปได้ 5 ประการ ประกอบด้วย 1) การมีส่วนร่วมของชุมชน หัวใจของธนาคารการเรียนรู้คือการให้คนในพื้นที่รู้สึกเป็นเจ้าของและมีส่วนร่วมในการสร้างองค์ความรู้ ไม่ใช่แค่รับฟัง (Pretty, J., 1995) โดยการมีส่วนร่วมตั้งแต่การวางแผนจนถึงการดำเนินงาน ทำให้เกิดความยั่งยืน กันตชา ศรีอยุธยา (2564) 2) การจัดการองค์ความรู้ที่มีคุณภาพ การรวบรวม แปรรูป และนำเสนอความรู้ท้องถิ่นอย่างน่าสนใจ โดยผสมผสานกับเทคโนโลยี เช่น สื่อดิจิทัล แผนที่วัฒนธรรม หรือ AR/VR ช่วยให้การเรียนรู้เข้าถึงง่ายและตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย (Nonaka, I., & Toyama, R., 2003) 3) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ การเชื่อมโยงกับชุมชน ภาครัฐ เอกชน และสถานศึกษา ช่วยส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทรัพยากรและความรู้ (Wenger, 1998) ทั้งยังเพิ่มโอกาสและความน่าเชื่อถือผ่านความร่วมมือกับมหาวิทยาลัย ศูนย์การเรียนรู้ หรือหน่วยงานท่องเที่ยว (Kurniawan et al., 2022) 4) การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ผ่านสื่อใหม่ เช่น Facebook, YouTube หรือแพลตฟอร์มท่องเที่ยว ช่วยสร้างการรับรู้ แรงจูงใจ และแบรนด์วัฒนธรรมของชุมชนอย่างชัดเจน 5) การออกแบบประสบการณ์เรียนรู้ กิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ลงมือทำ พูดคุยกับชาวบ้าน หรือใช้ชีวิตร่วมกับชุมชน ช่วยสร้างความผูกพันและตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่น (Kolb, D. A., 1984)

เขตลาดกระบังอยู่ในกรุงเทพมหานครเป็นเขตชานเมืองหลวงมีพื้นที่ 10,823 ตารางกิโลเมตร เนื่องจากเขตลาดกระบังยังคงมีบรรยากาศชนบทมีการดำเนินชีวิตตามแบบวิถีไทยรามัญมีขนบธรรมเนียมตลาดโบราณริมคลอง ตลาดไม้โบราณที่บ่งบอกถึงความรุ่งเรืองในอดีตของการค้า ย่านลาดกระบัง ประเพณีและวัฒนธรรมที่เก่าแก่จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาเที่ยวชมเขตลาดกระบังเป็นจำนวนมาก ถึงแม้ว่าเขตลาดกระบังจะมีแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมที่น่าสนใจ แต่ก็ยังขาดการวางแผนพัฒนาในการใช้ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่นั้นดึงดูดให้นักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่ได้ การเรียนรู้และวิถีถิ่นเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรม

ชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลของกิจกรรมการท่องเที่ยวไปสู่นักท่องเที่ยว ซึ่งการเรียนรู้และวิถีถิ่นเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนชาวมอญเข้ามามีบทบาทสำคัญในองค์กรทั้งที่มีขนาดเล็กและขนาดใหญ่เพื่อใช้ในการสื่อสารและเข้าถึงประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยอาศัยเครื่องมือประชาสัมพันธ์และสื่อต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์ยังเป็นหนึ่งในเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดที่ช่วยในการแข่งขันทางการตลาดของภาคธุรกิจเพื่อสื่อสารข้อมูลข่าวสารของธุรกิจไปยังกลุ่มประชาชน

ดังนั้น เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร การพัฒนาวิชาการการเรียนรู้และวิถีถิ่นจึงเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งในด้านการจัดการที่เหมาะสม และการสร้างความร่วมมือกับองค์กรภาคีด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การนั่งเรือชมวิถีชีวิตริมคลองประเวศฯ ที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสตลาดน้ำและสถาปัตยกรรมเรือนไม้ริมคลองที่ยังคงความงดงามไว้ได้อย่างน่าประทับใจ เพื่อให้ชุมชนเติบโตอย่างยั่งยืน คณะผู้วิจัยจึงมุ่งพัฒนาวิชาการการเรียนรู้และวิถีถิ่นให้เป็นกลไกสำคัญในการรักษาและถ่ายทอดอัตลักษณ์วัฒนธรรมมอญในพื้นที่นี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพการเรียนรู้และวิถีถิ่นเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธนาการการเรียนรู้และวิถีถิ่นเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนาธนาการการเรียนรู้และวิถีถิ่นเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

บทความวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร ผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจแบบเจาะจงจากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในเขตลาดกระบัง การวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสร้างจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และเอกสารเกี่ยวกับการพัฒนาธนาการการเรียนรู้และวิถีถิ่นเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนชาวมอญ การหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาสำหรับแบบสอบถามในครั้งนี้ ได้ค่า IOC มีค่า 0.94 วิเคราะห์หาค่า

ทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถามและค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แบบครอนบาค (Cronbrach Alpha Coefficient) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ 0.89 ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Average) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 5 ท่าน ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความรู้ความเข้าใจและบทบาทสำคัญในชุมชน โดยคัดเลือกมาด้วยวิธีการแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงและเป็นประโยชน์สูงสุด ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน จำนวน 3 ท่าน เพื่อทำความเข้าใจบริบทการบริหารจัดการชุมชน ความท้าทาย และโอกาสในการพัฒนา ประชาชนชาวบ้าน จำนวน 2 ท่าน เพื่อเข้าถึงภูมิปัญญา วิถีชีวิต และรากฐานวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนมอญ การสัมภาษณ์ใช้ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ที่มีลักษณะเป็น แนวคำถาม (Interview Guide) โดยมุ่งเน้นการเปิดโอกาสให้ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ถ่ายทอดประสบการณ์ ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะอย่างอิสระ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียด ถูกต้อง และครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษาอย่างแท้จริง

2.2 การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยมีผู้เข้าร่วมจำนวน 15 ท่าน การสนทนากลุ่มนี้เป็นเวทีสำคัญในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์ และมุมมองที่หลากหลายจากสมาชิกชุมชน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในมิติที่กว้างขวางขึ้น และสะท้อนภาพรวมของความต้องการและความคิดเห็นของชุมชนได้อย่างรอบด้าน

2.3 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือและการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อสร้างความมั่นใจในความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยจะใช้เทคนิค การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งเป็นการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกัน และ/หรือจากมุมมองที่หลากหลาย เพื่อยืนยันความสอดคล้องกันของข้อมูลที่ได้รับ หลังจากได้ข้อมูลทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาทำการ วิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจำแนก จัดหมวดหมู่ และตีความข้อมูลให้เห็นถึงประเด็นสำคัญ รูปแบบ และความสัมพันธ์ของข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธนาคารการเรียนรู้และวิถีถิ่นเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิจัย

1. สภาพการเรียนรู้และวิถีถิ่นเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า “ธนาคารการเรียนรู้และวิถีถิ่น” มีบทบาทสำคัญ

ในการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการได้สัมผัสกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวมอญและธรรมชาติของชุมชน ผ่านกิจกรรมที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอย่างแท้จริง เช่น การพายเรือชมวิถีริมคลอง การเรียนรู้การทำอาหารมอญ และการร่วมประเพณีสำคัญของชาวมอญ ในพื้นที่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าการมาเยือนธนาคารการเรียนรู้แห่งนี้ ทำให้ได้ “เรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริง” ในด้านต่าง ๆ เช่น การประกอบอาชีพดั้งเดิมของชาวมอญ ซึ่งแม้ว่าปัจจุบันวิถีอาชีพบางส่วนเปลี่ยนแปลงจากเกษตรกรรมมาสู่อาชีพบริการและการท่องเที่ยว แต่ชาวมอญยังคงรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมไว้อย่างเหนียวแน่น เช่น ประเพณีตักบาตรพระร้อยทางเรือ ประเพณีแห่หงส์ ธงตะขาบ และประเพณีตักบาตรน้ำผึ้ง เป็นต้น ในด้านการแต่งกาย ชาวมอญยังคงเอกลักษณ์การสวมใส่ผ้าสไบในผู้หญิง และผ้าขาวม้าพาดบ่าในผู้ชายเมื่อไปวัด ส่วนในด้านอาหาร วิถีการปรุงอาหารพื้นถิ่น เช่น ขนมมอญ แกงพื้นบ้าน และการเล่าเรื่องประกอบการทำอาหาร ยังคงเป็นส่วนสำคัญที่แสดงถึงวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ด้านความเชื่อและค่านิยม พบว่า ชุมชนยังยึดมั่นในความเชื่อเรื่องผี และความศรัทธาต่ออย่างจอมมารตากลิ่น ซึ่งสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างวิถีชีวิตและจิตวิญญาณของชุมชนอย่างลึกซึ้ง สำหรับการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารข้อมูล นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารการเรียนรู้ฯ ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยเฉพาะ เฟซบุ๊ก และการอ่านรีวิวจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ซึ่งมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ทั้งนี้ยังพบว่า สื่อสิ่งพิมพ์และแผ่นพับ ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมและอัตลักษณ์วัฒนธรรมของชุมชนมีประโยชน์อย่างยิ่ง เพราะสามารถให้รายละเอียดเชิงลึกและส่งเสริมความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังเสนอว่า หากจะมีรายการโทรทัศน์นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับธนาคารการเรียนรู้และวิถีถิ่นฯ ควรเน้นการถ่ายทอด ประวัติความเป็นมา และความเปลี่ยนแปลงของชุมชนชาวมอญ รวมถึงการถ่ายทอดอัตลักษณ์ผ่านวิถีชีวิตอย่างเป็นธรรมชาติ จะช่วยดึงดูดความสนใจได้มากยิ่งขึ้น

2. การวิเคราะห์ปัจจัยสู่ความสำเร็จของ "ธนาคารการเรียนรู้และวิถีถิ่น" เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง ผลการวิเคราะห์พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ที่ผสมผสานอัตลักษณ์ชุมชนและวิถีถิ่นในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.99 - 4.27) โดยปัจจัยแห่งความสำเร็จของธนาคารการเรียนรู้ฯ สามารถสรุปได้ 4 ด้านหลัก ดังนี้

2.1 ปัจจัยด้านเนื้อหา เนื้อหาที่ดีคือหัวใจสำคัญ นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลเบื้องต้นที่ชัดเจนและตรงประเด็นเกี่ยวกับสถานที่สำคัญ (วัดมอญ, ตลาดน้ำ, พิพิธภัณฑฯ) เส้นทาง

การเดินทาง และข้อเสนอแนะในการปฏิบัติตนในพื้นที่วัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับการเน้นข้อมูลที่ครบถ้วนทั้งมิติพื้นที่ ประวัติศาสตร์ และเส้นทางการเรียนรู้

2.2 ปัจจัยด้านสื่อประชาสัมพันธ์ร่วมกับกิจกรรม การใช้สื่อผสมผสานเทคโนโลยี และกิจกรรมที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์นักท่องเที่ยวคือจุดแข็ง การสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่หลากหลายและเชื่อมโยงกับวิถีชุมชน รวมถึงข้อมูลเส้นทางการท่องเที่ยวริมคลองเขตลาดกระบัง ช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าใจวิถีชีวิตดั้งเดิม สื่อถึงความสำเร็จในการสร้างปฏิสัมพันธ์และการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมที่เป็นมิตรกับเทคโนโลยี

2.3 ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารเชิงลึกมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเข้าใจ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความรู้เกี่ยวกับหน้าที่และบทบาทของธนาคารการเรียนรู้ ๆ รวมถึงผลกระทบต่อระบบนิเวศและคุณค่าทางวัฒนธรรมที่ป้ายประชาสัมพันธ์สื่อสาร สิ่งนี้แสดงถึงความสำเร็จในการสร้างความตระหนักรู้และคุณค่าเชิงวัฒนธรรมที่ต่อยอดสู่การเรียนรู้และการอนุรักษ์อย่างยั่งยืน

2.4 ปัจจัยด้านข้อมูลกิจกรรมและประสบการณ์ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับข้อมูลที่สร้างประสบการณ์ตรง ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมและเทศกาลตามฤดูกาล (สงกรานต์ต้มอัญ, การปลูกข้าว) หรือผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ให้ประสบการณ์การชิมและทดลอง (ขนมพื้นบ้าน) สิ่งนี้สะท้อนความสำเร็จในการสร้างประสบการณ์จริงจากพื้นที่และกิจกรรมท้องถิ่น ซึ่งช่วยกระตุ้นการมีส่วนร่วมและความรู้สึกร่วมกับชุมชน

ตารางที่ 1 ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธนาคารการเรียนรู้และวิถีถิ่นเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยความสำเร็จ	ระดับความสำเร็จ		ความหมาย
	\bar{X}	S.D.	
ด้านเนื้อหา	3.99	.58	มาก
ด้านสื่อร่วมกับกิจกรรมประชาสัมพันธ์	4.15	.70	มาก
ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ธนาคารการเรียนรู้และวิถีถิ่นเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	4.27	.57	มาก
ความต้องการข้อมูลเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวธนาคารการเรียนรู้และวิถีถิ่นเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนชาวมอญเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	4.07	.58	มาก

3. เสนอรูปแบบการพัฒนาธนาคารการเรียนรู้และวิถีถิ่นเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร การจัดตั้งธนาคารการเรียนรู้และวิถีถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องเริ่มจากการ เผยแพร่เรื่องราวของชุมชนให้เข้าใจง่ายและน่าสนใจ ผ่านการประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพใน 3 มิติหลัก ได้แก่ ด้านเนื้อหาและภาษา ด้านกราฟิกการออกแบบ และเทคนิคการนำเสนอ ดังนี้:

3.1 ด้านเนื้อหาและภาษา ต้องใช้เนื้อหาที่ถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นทางการ โดยครอบคลุมเรื่อง ประวัติความเป็นมา ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณี วัฒนธรรม และบุคคลสำคัญของชาวมอญในเขตลาดกระบัง ควรเขียนด้วยภาษาที่ สุกภาพ ชัดเจน กระชับ และเป็นมิตรต่อผู้อ่าน ไม่เยิ่นเย้อ และควรถูกต้องตามหลักภาษาไทย เพื่อเข้าถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติ ควรจัดทำ ฉบับแปลภาษาอังกฤษ จีน หรือภาษาอื่น ๆ ที่เหมาะสม เพื่อขยายการรับรู้ระดับนานาชาติ

3.2 ด้านกราฟิกและการออกแบบ การใช้กราฟิกและภาพประกอบควร สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน เช่น ลายผ้า เครื่องแต่งกาย ประเพณี หรือสัญลักษณ์ของวัดมอญ รูปแบบควรดูร่วมสมัย (Modern Local) โดยผสมผสานศิลปะท้องถิ่นกับดีไซน์ที่ทันสมัย เพื่อให้เข้าถึงคนรุ่นใหม่ ข้อความควรกระชับ ดึงดูดใจ เช่น "มอญแห่งลาดกระบัง หนึ่งในวันที่ไม่ควรพลาด" หรือ "เปิดบ้านมอญ...สู่สายตาโลก"

3.3 ด้านเทคนิคการนำเสนอ ใช้ ภาพถ่ายสถานที่จริง ที่มีความสวยงาม ดึงดูด และสะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรม พร้อมคำบรรยายที่ไม่เกินจริง เทคนิคการนำเสนอควรเน้นการ เล่าเรื่อง (Storytelling) เช่น การจัดทำวิดีโอสั้นแนะนำ “หนึ่งในวันในวิถีมอญลาดกระบัง” หรือบทความแนววีรวิ เช่น “One Day Trip ลาดกระบัง สไตล์มอญ” เผยแพร่ผ่านเว็บบล็อกหรือพันทิป สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ คลิปวิดีโอ เส้นทางท่องเที่ยวแบบอินเตอร์แอคทีฟ (Interactive Map) หรือ QR Code ที่เชื่อมโยงกับเว็บไซต์หรือแอปของชุมชน

อภิปรายผลการวิจัย

เสนอเป็นความเรียงและให้เชื่อมโยงกับผลการวิจัยตามลำดับอย่างชัดเจน

1) ธนาคารการเรียนรู้และวิถีถิ่น” ของชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง ทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการอนุรักษ์ สืบสาน และสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรม ผ่านกระบวนการเรียนรู้ร่วมและกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมที่มีส่วนร่วมของคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว โดยมีประเด็นสำคัญดังนี้

1) การเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ลงมือทำจริง เช่น การพายเรือและทำอาหารพื้นถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Experiential Learning (Kolb, D.

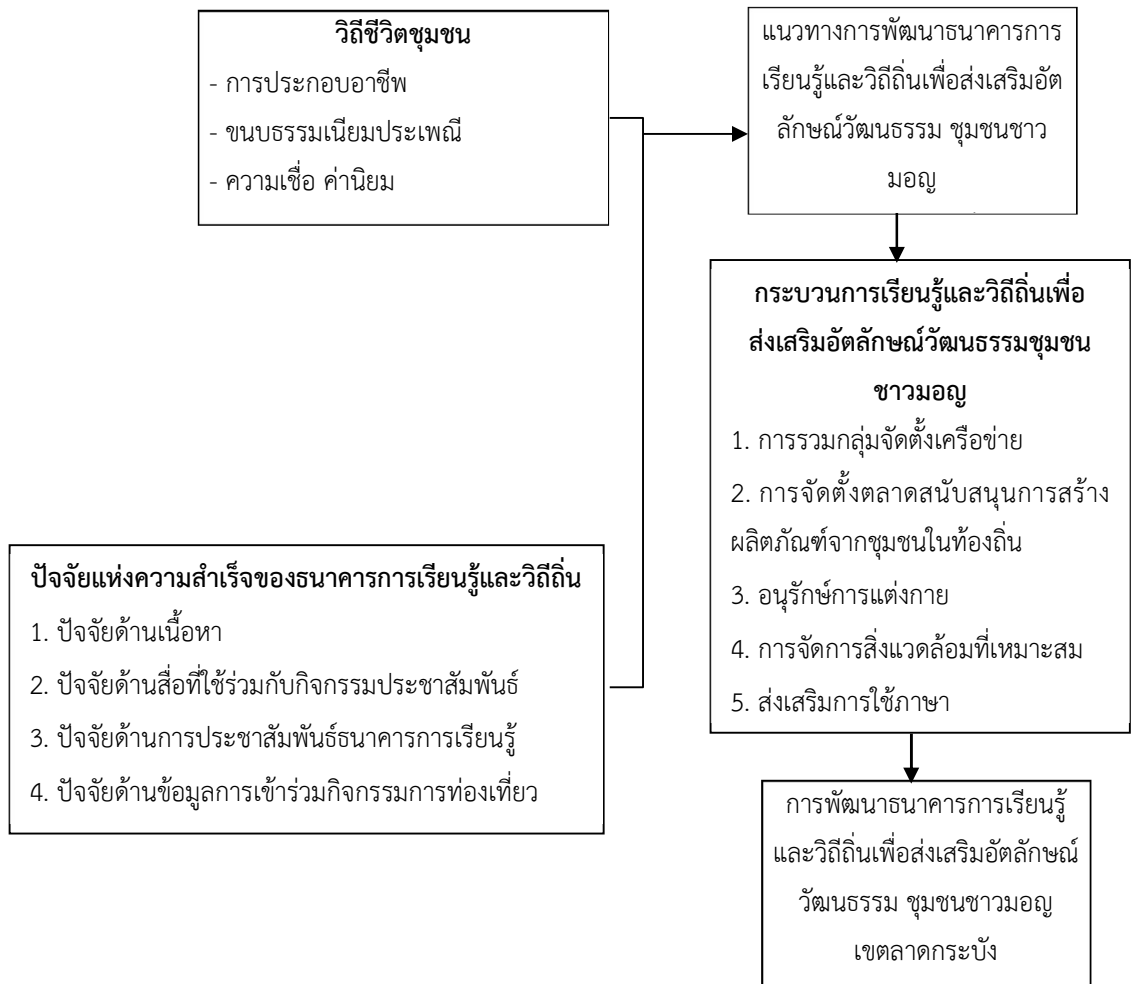
A., 1984) 2) การดำรงอัตลักษณ์ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง แม้วิถีชีวิตจะเปลี่ยนแปลงจากเกษตรกรรมสู่บริการ แต่การรักษาขนบธรรมเนียมยังช่วยเสริมทุนทางวัฒนธรรม (Bourdieu, P., 1986) และความเข้มแข็งของอัตลักษณ์ท้องถิ่น 3) อาหารและเรื่องเล่า การสื่อสารผ่านอาหารและเรื่องราวสะท้อนมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (UNESCO, 2021) และช่วยเชื่อมโยงความทรงจำกับอัตลักษณ์ชุมชน 4) ความเชื่อและจิตวิญญาณ ความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เช่น ย่าจอมมารตากลับ แสดงให้เห็นองค์ประกอบวัฒนธรรมเชิงลึก (Geertz, C., 1973) ที่ยังคงแฝงอยู่ในชีวิตประจำวันของชาวมอญ 5) บทบาทของโซเชียลมีเดีย Facebook, Instagram และริวิวออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกลุ่ม Millennials และ Gen Z ซึ่งตรงกับงานวิจัยที่ชี้ว่า UGC (User-Generated Content) มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์และความตั้งใจเดินทาง (Hajli, N., Attar, R. W., & Shanmugam, M., 2020) 6) การสื่อสารผ่านสื่อผสม การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ควบคู่กับสื่อดิจิทัล เช่น QR Code และวิดีโอ ทำให้การสื่อสารเข้าถึงได้ง่ายและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้ม Social Media Marketing สมัยใหม่ (Kaplan, A. M., & Haenlein, M., 2010)

2. ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธนาการการเรียนรู้และวิถีถิ่นเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนชาวมอญ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ 1) ด้านเนื้อหา นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่สำคัญและแนวปฏิบัติในพื้นที่วัฒนธรรม โดยเฉพาะเนื้อหาที่เชื่อมโยงอัตลักษณ์ของสถานที่กับผู้เยี่ยมชม สอดคล้องกับแนวคิด Experiential Tourism และ Place Identity (เจษฎา ความคั่นเคย และชวลีย์ ณ ถลาง, 2565) ที่เน้นการสร้างประสบการณ์ผ่านเรื่องเล่าเชิงพื้นที่ 2) ด้านสื่อและกิจกรรม การใช้สื่อผสมผสาน เช่น QR Code รูปภาพ และวิดีโอกิจกรรมในชุมชนเป็นแนวทางที่ช่วยกระตุ้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัล สอดคล้องกับกรอบแนวคิด Digital Storytelling และ Social Media Engagement (สาวิตรี คุ่มทะยาย และวรวิทย์ ประสิทธิ์ผล, 2565) 3) ด้านการประชาสัมพันธ์เชิงลึก นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับบทบาทของธนาการการเรียนรู้ รวมถึงผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม ซึ่งสะท้อนแนวทาง Digital Heritage Communication (อรมน ปั่นทอง และ วรวิทย์ ประสิทธิ์ผล, 2564) ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมผ่านเนื้อหาที่เข้มข้นและมีส่วนร่วม 4) ด้านข้อมูลกิจกรรมเชิงประสบการณ์ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่สร้างอารมณ์ร่วม เช่น สงกรานต์มอญ การทำขนมพื้นบ้าน และผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Emotion-Experience Connection (Yang Yang, Zhengyun Wang, Han Shen and Naipeng Jiang, 2023) ที่ชี้ว่าการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริงช่วยสร้างความผูกพันทางวัฒนธรรม

3. เสนอรูปแบบการพัฒนาธนาคารการเรียนรู้และวิถีถิ่นเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ วัฒนธรรมชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ 1) ด้าน เนื้อหาและภาษา การนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และใช้ภาษาที่สุภาพ ชัดเจน ช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและการเข้าถึงได้ง่ายของธนาคารการเรียนรู้ โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมของชาวมอญ การแปลเนื้อหาเป็นภาษาต่างประเทศ เช่น อังกฤษหรือจีน ยังช่วยขยายกลุ่มเป้าหมายสู่ระดับสากล สอดคล้องกับแนวคิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมที่รองรับความหลากหลายทางภาษา (Saichue, K., & Sriyot, S., 2022) 2) ด้านกราฟิก และการออกแบบ การออกแบบสื่อควรสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านสัญลักษณ์ วัฒนธรรม หรือ ภาพวิถีชีวิต พร้อมปรับให้ทันสมัยเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ เช่น การใช้โทนสีร่วมสมัย ลาย กราฟิกจากลายผ้ามอญ และข้อความโปรโมตสั้น ๆ เช่น “หนึ่งวันในลาดกระบัง สัมผัสหัวใจมอญ” แนวทางนี้สนับสนุนแนวคิด Modern Local Design ที่เน้นการสร้างภาพลักษณ์ร่วมสมัยของ วัฒนธรรมพื้นถิ่น (สุดถนอม ต้นเจริญ, 2560) 3) ด้านเทคนิคการนำเสนอ การใช้เทคนิค Storytelling ผ่านวิดีโอ บทความรีวิว หรือแผนที่อินเทอร์แอคทีฟ ช่วยสร้างความเชื่อมโยงทาง อารมณ์กับผู้ชม พร้อมทั้งใช้สื่อดิจิทัล เช่น QR Code เว็บไซต์ หรือโซเชียลมีเดีย เพื่อขยายการ เข้าถึงและสร้างประสบการณ์เชิงปฏิสัมพันธ์ โดยเฉพาะการนำเสนอแบบ “หนึ่งวันกับชาวมอญ ลาดกระบัง” ช่วยให้เกิดการรับรู้และเรียนรู้วัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง สอดคล้องกับแนวทางการสื่อสาร เชิงสร้างสรรค์และการใช้เทคโนโลยีในงานท่องเที่ยว (Poonlarp, S., Choochat, C., & Wiboonpongse, A., 2023)

องค์ความรู้ใหม่

ผู้วิจัยขอนำเสนอองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

องค์ความรู้จากการวิจัย สะท้อนแนวทางการพัฒนาธนาคารการเรียนรู้และวิถีถิ่น เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาวมอญ เขตลาดกระบัง โดยครอบคลุมวิธีชีวิตชุมชน 3 ด้าน และปัจจัยแห่งความสำเร็จ 4 ประการ ดำเนินผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นการรวมกลุ่มสร้างเครือข่าย การจัดตลาดผลิตภัณฑ์ การอนุรักษ์การแต่งกาย การดูแลสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมภาษามอญ และการสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิม อันเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการเรียนรู้และรักษาอัตลักษณ์ชุมชนอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ประยุกต์ใช้ในแผนยุทธศาสตร์ท้องถิ่น: ผลวิจัยนี้ควรถูกนำไปใช้เป็นแกนหลักในการ กำหนดแผนยุทธศาสตร์พัฒนาชุมชนฐานราก โดยไม่จำกัดแค่การท่องเที่ยว แต่ครอบคลุมทุกมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เน้นการ ทำงานร่วมกันของทุกภาคส่วน เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

2. เสริมบทบาทองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.): อปท. ต้องเป็นภาคีเครือข่ายสำคัญ ในการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชน รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิถีถิ่นคลอง การร่วมมือนี้จะช่วยสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ตามหลัก BCG Economy ที่เน้นการพัฒนาบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและความยั่งยืนของทรัพยากร ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของ Soft Power ด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม

3. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: หน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะ ททท. เขตลาดกระบัง ควรใช้ผลวิจัยนี้เพื่อกำหนดนโยบายและส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีถิ่นคลองอย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนนี้สร้างรายได้ พร้อมกับกาอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลบวกต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศและตอกย้ำ Soft Power ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของไทย

4. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ: สนับสนุนให้ผู้ประกอบการวิถีถิ่นคลองยกระดับทักษะด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดดิจิทัล เข้าใจกลุ่มเป้าหมาย และใช้เทคนิคการนำเสนอที่น่าสนใจ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงและสร้างการรับรู้ในวงกว้าง ขับเคลื่อนให้ Soft Power ของชุมชน ก้าวไปสู่ระดับสากล

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) สำหรับทุนสนับสนุน คำแนะนำในการพัฒนาและติดตามความก้าวหน้าโครงการวิจัย รวมถึงการอำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภโชคชัย นันทศรี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อักษร สวัสดิ์ดี และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพิชญ์ วิชญวรนนท์ ที่ปรึกษาโครงการวิจัย สำหรับบริการ

พิจารณา ตรวจสอบ และให้คำปรึกษาอันเป็นประโยชน์ยิ่ง ทำให้ผลงานวิจัยฉบับนี้มีคุณภาพและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กันตชา ศรีอยู่ธย์. (2564). การศึกษากระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนท่องเที่ยวโอทอปนวัตวิถี บ้านต้นโพธิ์ จังหวัดปทุมธานี เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ). บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เกษญา ความคุ้นเคย และชวลีย์ ณ ถกลาง. (2565). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 16(3), 47 – 61.
- พระครูปลัดสุวัฒนพุทธิกุล, (สุเทพ ดีเยี่ยม). (2565). การจัดการความรู้บนฐานทุนชุมชนในการยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น. *วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง*, 11(1), 214 – 230.
- สาวิตรี คุ่มทะยาย และวรวิทย์ ประสิทธิ์ผล. (2565). การสื่อสารแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลโดยใช้เทคนิค “การเล่าเรื่อง” เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี ตำบลหนองแสง อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 10 (5), 1956 – 1969.
- สุดถนอม ต้นเจริญ. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบางขันแตก จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ*, 13(2), 1 – 24.
- อรมน ปั่นทอง และ วรวิทย์ ประสิทธิ์ผล. (2564) แนวทางการสื่อสารเพื่อสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมหัตถกรรมผ้าทอไทยพวนบ้านใหม่ จังหวัดนครนายก *วารสารมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*, 5(1), 146 – 160.
- อริศรา ห่องทรัพย์. (2557). แนวทางพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแหล่งน้ำพุร้อนในภูมิภาคทางตอนเหนือของประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา). บัณฑิตวิทยาลัย : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Avraham, E. (2004). Media Strategies for Improving an Unfavourable City Image. *Cities*, 21(6), 471-79.

- Backman, S. J. & Crompton, J. L. (1991). The usefulness of selected variables for predicting activity loyalty. *Leisure Sciences*, 13(3), 205–220.
- Baloglu, S. & McCleary, K.W. (1999) A Model of Destination Image Formation. *Annals of Tourism Research*, 26, 868-897.
- Bierman, D. (2002), *Restoring Tourism Destinations in Crisis: A Strategic Marketing Approach*. Wallingford, England : CABI.
- Bourdieu, P. (1986). *The Forms of Capital*. In J. Richardson (Ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York : Greenwood Press.
- Cronin, J.J., Brady, M.K. & Hult, G.T. (2000) Assessing the Effects of Quality, Value and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218.
- Gartner, W.C. (1994) Image Formation Process. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2, 191-216.
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. Basic Books.
- Hajli, N., Attar, R. W., & Shanmugam, M. (2020). Investigating the antecedents of ecommerce satisfaction in social commerce context. *British Food Journal*, 123(3), 849-868.
- Joppe, M., Martin, D. & Waalen, J. (2001). Toronto's image as a destination: a comparative importance satisfaction analysis by origin of visitor, *Journal of Travel Research*, 39, 252–260.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kim, D., Lehto, X. Y. & Morrison, A. M. (2007). Gender differences in online travel information search: Implications for marketing communications on the Internet. *Tourism Management*, 28(2), 423-433.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall.

- Kurniawan, R., Sulistyorini, N. W., & Santoso, D. (2022). Community-based learning center as a strategy for cultural preservation. *International Journal of Community Development & Management Studies*, 6, 15–24.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. New York : Oxford University Press.
- Nonaka, I., & Toyama, R. (2003). The knowledge-creating theory revisited: Knowledge creation as a synthesizing process. *Knowledge Management Research & Practice*, 1(1), 2–10.
- Poonlarp, S., Choochat, C., & Wiboonpongse, A. (2023). Creative Tourism Development for Sustainable Community Based Tourism in Thailand. *International Journal of Environmental and Rural Development*, 14(1), 16-24.
- Pretty, J. (1995). Participatory learning for sustainable agriculture. *World Development*, 23(8), 1247–1263. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(95\)00046-F](https://doi.org/10.1016/0305-750X(95)00046-F)
- Saichue, K., & Sriyot, S. (2022). The Promotion of Cultural Tourism in Thailand by Using Digital Media. *Journal of Graduate School of Local Innovation*, 15(1), 154-168.
- UNESCO. (2021). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. Retrieved from <https://ich.unesco.org/>
- Wenger, E. (1998). *Communities of practice: Learning, meaning, and identity*. England : Cambridge University Press.
- Yang Yang, Zhengyun Wang, Han Shen and Naipeng Jiang. (2023) The Impact of Emotional Experience on Tourists' Cultural Identity and Behavior in the Cultural Heritage Tourism Context: An Empirical Study on Dunhuang Mogao Grottoes *Sustainability* 2023, 15(11), 8823. <https://doi.org/10.3390/su15118823>