วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
ปีที่ 16 ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม 2565

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล

APPROACHES TO THE MANAGEMENT OF CULTURE TOURISM IN ACCORDANCE THE IDENTITY OF THE VICINITY CENTRAL PROVINCIAL CLUSTER

เจษฎา ความคุ้นเคย[1] และชวลีย์ ณ ถลาง[2]
Jessada Kwamkhunkoei[1] and Chawalee na Thalang[2]

[1,2]สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
[1,2]Tourism and Hotel Management, College of Management, University of Phayao
E-mail: jessada@vru.ac.th

Received: January 25, 2022
Revised: March 8, 2022
Accepted: March 8, 2022

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินศักยภาพ และวิเคราะห์อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล 2) ศึกษาองค์ประกอบ และรูปแบบการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล และ 3) นำเสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้ให้ข้อมูลภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนจำนวน 40 คนและการสนทนากลุ่มย่อยกับผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 10 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

ผลการวิจัยพบว่า 1) ศักยภาพและอัตลักษณ์ ด้านการดึงดูดใจมีเอกลักษณ์ระดับชาติที่นักท่องเที่ยว มีความประทับใจมาก ด้านการรองรับ สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก ด้านบริหารจัดการ มีการดูแลรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวระดับดี อัตลักษณ์ส่วนบุคคล มีการใช้ภาษาและแต่งกายแบบไทยภาคกลาง มีบางส่วนเป็นแบบมอญ อัตลักษณ์ทางสังคม มีประเพณีที่สำคัญของกลุ่มชาติพันธุ์มอญ อัตลักษณ์แห่งสถานที่ ลักษณะเป็นบ้านเรือนริมคลองริมแม่น้ำ และมีใต้ถุนสูง 2) องค์ประกอบของการท่องเที่ยวมีครบทุกด้านแต่มีสิ่งที่ต้องพัฒนา รูปแบบการจัดการด้านการท่องเที่ยว มีการดำเนินการครบทุกด้าน ยกเว้นด้านกลยุทธ์ ไม่มีการกำหนดกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน และ 3) แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑลด้วยรูปแบบ PDPC Model ประกอบด้วย (P: Potential) พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีชีวิตริมน้ำและชาติพันธุ์มอญ (D: Develop) พัฒนานวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่สังคมดิจิทัลและยกระดับขีดความสามารถบุคลากรรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (P: Promote) ส่งเสริมกลุ่มจังหวัดตามอัตลักษณ์วิถีชีวิตริมน้ำและชาติพันธุ์มอญโดย

พัฒนาแบรนด์และการตลาดเพื่อสังคมดิจิทัล (C: Collaboration) พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือและเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวกับกลุ่มจังหวัดและกลุ่มประเทศ

คำสำคัญ

แนวทางการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อัตลักษณ์ กลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to evaluate the potentials and to determine the identity of cultural tourism of the Vicinity Central Provincial Cluster, 2) to study the components and cultural tourism management model of the Vicinity Central Provincial Cluster, and 3) to exhibit approaches of cultural tourism management according to the identities of the Vicinity Central Provincial Cluster. The research was qualitative in nature, involving in-depth interviews with 40 individuals from related governmental bodies, private and public sectors. Additionally, an interview session with ten key informants was emphasized. Data analysis by methodical triangulation and SWOT analysis.

The research results were described as follows. The potential and identities of national identity attraction parameters were extremely impressive, while the capacity was adequate in terms of management, the maintenance and rehabilitation of tourist attraction destinations. Personal identities were indicated by central cultural performances in both language and central Thai dress. The Mon culture was also partly found. Social identity was a significant spotlight in Mon culture. The place's identity was a Thai house with a high basement style along both canals and rivers. 2) The tourist composition parameters have been entirely identified but must be developed. The tourist strategy is excluded due to the lack of clarity in term of tourism strategy 3) Cultural tourism management approaches based on the identities of the Vicinity Central Provincial Cluster via the PDPC model consist of (P: Potential) the potential of cultural tourism, riverside lifestyle, and Mon ethnicity, then (D: Develop) the cultural tourism innovation through digital society and emphasizing the staff skills to support new tourism styles. Next, (P: Promote) was promoted via branding and marketing to suit the digital society. Last (C: Collaboration), the cooperation among tourist industries is supported by network development along the tourism attraction routes with provinces and countries.

Keywords

Approaches to Management, Culture Tourism, Identity, Vicinity Central Provincial Cluster

ความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางเที่ยวชมวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่ยังคงพบเห็นได้หรือยังมีชีวิตอยู่ รวมทั้งการสัมผัสวัฒนธรรม (Timothy, 2011) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีจุดมุ่งหมาย คือ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับแรงดลใจหรือสิ่งกระตุ้นให้เดินทางไปยังจุดหมายปลายทางเพื่อสังเกต เรียนรู้ มีประสบการณ์ร่วม และตระหนักถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชนในจุดหมายปลายทางนั้น ซึ่งครอบคลุมถึงงานสร้างสรรค์ประเพณี ขนบธรรมเนียม และกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนจุดหมายปลายทาง จากการที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมของชุมชน จึงมีผลให้มรดกทางวัฒนธรรมทั้งหมดของชุมชนใดชุมชนหนึ่งกลายเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยในมุมมองของนักท่องเที่ยวต้องการศึกษาวัฒนธรรมเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนในชุมชน และลักษณะทางสังคมเฉพาะกลุ่ม ได้แก่ พฤติกรรมทางสังคม ธรรมเนียมปฏิบัติ และวิถีการดำเนินชีวิตในแต่ละวันซึ่งมีอัตลักษณ์ที่แตกต่างจากชุมชนอื่น ไม่ว่าอัตลักษณ์นั้นเป็นของดั้งเดิม หรือเป็นอัตลักษณ์ที่ปรับเปลี่ยนไปตามการเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรม

แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล (พ.ศ. 2562 -2565) มีเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยมีแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม การเชื่อมโยงทางชาติพันธุ์ พัฒนาการท่องเที่ยว “Slow Life ....ใกล้กรุง” รองรับการท่องเที่ยวรูปแบบ One Day Trip และเพิ่มรายได้จากกิจกรรมเสริมในภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง การประชาสัมพันธ์และตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและเครือข่ายทางธุรกิจของผู้ประกอบการให้เข้มแข็ง ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงในกลุ่มเครือข่าย เช่น ธุรกิจ MICE OTOP นวัตวถี เป็นต้นเพื่อกระตุ้นให้เกิดการพักค้างคืนของนักท่องเที่ยว เพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ การเพิ่มขึ้นของรายได้และนักท่องเที่ยว จังหวัดในกลุ่มภาคกลางปริมณฑลมีศักยภาพสูงในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว จากรายงานนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของภาคกลางปริมณฑลมีผลิตภัณฑ์มวลรวมเท่ากับ 1,906,826 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 4.80 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 7,288 ล้านบาท อยู่ในลำดับที่ 14 จาก 18 กลุ่มจังหวัด โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวน 5,132,805 คน (Department of Tourism Ministry of Tourism and Sports, 2020) ทั้งนี้จะเห็นได้ว่ากลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑลเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพสูงแต่มีเงินรายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ในลำดับต่ำเมื่อเทียบกับกลุ่มจังหวัดทั้งหมด

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางและปริมณฑล ซึ่งมีความสำคัญต่อการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวและทำให้ชุมชนได้ค้นพบคุณค่าและความสำคัญของอัตลักษณ์ของตนซึ่งจะส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความยั่งยืน ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล เพื่อไปใช้ในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ในการจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคกลางและปริมณฑลเพื่อสร้างให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ก่อให้เกิดการสร้างรายได้ให้กับประเทศและการพัฒนาสังคม และวัฒนธรรมของประเทศให้เป็นจุดหมายปลายทางเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวต่อไป

โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

1. ศักยภาพ และอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล เป็นอย่างไร

2. องค์ประกอบ และรูปแบบการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล เป็นอย่างไร

3. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล ควรเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประเมินศักยภาพ และวิเคราะห์อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล

2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบ และรูปแบบการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล

3. เพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth interview) ด้วยคำถามสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) เกี่ยวกับบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพ อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวและรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล กับผู้ให้ข้อมูล 3 กลุ่มซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 40 คน ได้แก่ ภาครัฐ จำนวน 12 คน ประกอบด้วย การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด วัฒนธรรมจังหวัด และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคเอกชน จำนวน 16 คน ประกอบด้วย สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านการขนส่ง ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม และผู้ประกอบการร้านอาหาร และภาคประชาชน จำนวน 12 คน ประกอบด้วย นักวิชาการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้ใหญ่บ้าน และกลุ่มชุมชน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหาตามประเด็น (Content Analysis) จากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม โดยกำหนดกลุ่มคำสำคัญที่เกี่ยวข้อง (Key Word) และตรวจสอบจากเนื้อหาสัมภาษณ์ว่ามีคำเหล่านั้นหรือไม่ และในบริบทและความเข้าใจที่ถูกต้องหรือไม่ รวมถึงการตอบคำถามสำคัญที่เกี่ยวข้อง (Critical Question) โดยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบในลักษณะสามเส้าโดยการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งที่มาของข้อมูลด้านเวลา สถานที่ และบุคคลที่แตกต่างกันในพื้นที่ภาคกลางปริมฑล ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์ (TOWS Matrix) และการสนทนากลุ่มย่อยกับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Focus Group) โดยมีผู้ร่วมสนทนากลุ่มย่อย 3 กลุ่ม จำนวน 10 คน ซึ่งเป็นตัวแทนความเห็นของแต่ละภาคส่วนทั้งระดับบริหาร และระดับปฏิบัติการในพื้นที่การวิจัย ได้แก่ ภาครัฐ จำนวน 3 คน ภาคเอกชน จำนวน 4 คน และภาคประชาชน จำนวน 3 คน ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลคนละกลุ่มกับการสัมภาษณ์เชิงลึก ในการ

ประเมินความเหมาะสมของแนวทาง เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อสร้างแนวทางจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล

ผลการวิจัย

ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล

1. ศักยภาพด้านการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มีเอกลักษณ์ระดับชาติมีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว 1 ครั้งต่อปี และจัดต่อเนื่องทุกปี ไม่ต่ำกว่า 10 ปีมีความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม ที่นักท่องเที่ยวมีความประทับใจมากที่สุด มีภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นในสมัยอยุธยา สามารถสืบค้นประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี ตั้งแต่สมัยอยุธยาเป็นต้นมา ภาคเอกชนมีความคิดเห็นว่าชุมชนมีความสัมพันธ์กับชุมชนน้อย ส่วนภาครัฐและภาคประชาชนมีความคิดเห็นว่าชุมชนมีความสัมพันธ์กันสูง โดยชุมชนมีการจัดงานหรือพิธีการเป็นประจำทุกปีและมีชื่อเสียงในระดับชาติ มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรม 2-3 กลุ่มโดยชุมชน มีการดำเนินงานที่ชัดเจน มีการเชื่อมโยงเครือข่ายกันระหว่างกลุ่ม และมีหน่วยงานภายนอกให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ บุคลากร และนโยบาย

2. ศักยภาพด้านการรองรับด้านการท่องเที่ยว มีการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้สะดวกด้วยรถยนต์ขนาดใหญ่ มีความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวสูง แต่ภาคประชาชนมีความคิดเห็นว่ามีอันตรายจากอุบัติเหตุเกิดขึ้นบ่อย ภาครัฐและภาคเอกชนมีความคิดเห็นว่ามีความหลากหลายของลักษณะแหล่งท่องเที่ยวนอกเหนือจากการท่องเที่ยวชมแหล่งวัฒนธรรมยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวชนิดอื่นภายในแหล่งวัฒนธรรม 1-2 ประเภท ส่วนภาคประชาชนมีความคิดเห็นว่ามีความหลากหลายของลักษณะแหล่งท่องเที่ยว นอกเหนือจากการท่องเที่ยวชมแหล่งวัฒนธรรมยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวชนิดอื่นภายในแหล่งวัฒนธรรมมากกว่า 2 ประเภทและบริเวณใกล้เคียงมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น มีหน่วยงานทั้งภาครัฐภาคเอกชนและองค์กรท้องถิ่นร่วมกันให้การสนับสนุนและจัดการด้านนโยบาย งบประมาณ และบุคลากรในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

3. ศักยภาพด้านการบริหารจัดการ มีการดูแลรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวระดับดีมีแผนการดำเนินงานมีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของตามแผนการดำเนินงาน มีการวิเคราะห์ประเมินผลและมีการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องทุกปี มีแผนการดำเนินงานมีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงตามแผนการดำเนินงาน มีการประเมินผล ปรับปรุงทุกปี มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานกิจกรรม การท่องเที่ยวไม่ส่งผลให้แหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เกิดความเสื่อมโทรม มีการอบรมเจ้าหน้าที่ ผู้ประกอบการ และชุมชน แต่ภาคประชาชนมีความคิดเห็นว่ายังขาดการอบรมเจ้าหน้าที่อย่างเหมาะสม เกี่ยวกับคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว และอนุรักษ์เป็นระยะ ๆ มีการก่อตั้งองค์กรหรือโครงการอนุรักษ์ต่าง ๆ ที่เกิดจากการท่องเที่ยวซึ่งมีบทบาทต่อการจัดการท่องเที่ยว ชุมชนมีรายได้ส่วนใหญ่จากการขายอาหารและสินค้าพื้นเมือง

อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล

1. อัตลักษณ์ส่วนบุคคล ด้านภาษา ส่วนใหญ่ในพื้นที่ภาคกลางมีการใช้ภาษาไทยกลางในการสื่อสาร มีเพียงบางส่วนเท่านั้นที่มีการใช้ภาษาไทยมอญ ซึ่งจะมีสำเนียงแตกต่างกันออกไป

ในแต่ละพื้นที่ ด้านอาหาร ส่วนมากจะเป็นอาหารที่มีส่วนประกอบของกะทิ และสมุนไพรเป็นหลัก นอกจากนี้ยังมีอาหารประจำถิ่น เช่น กระยาสาทร ข้าวแช่มอญ หมี่กรอบ เมี่ยงกลีบบัว และขนมตาล เป็นต้น จังหวัดสมุทรปราการมีอาหารที่โดดเด่นเป็นอาหารทะเล ประเภทกุ้งและปลา ด้านการประกอบอาชีพส่วนใหญ่จะทำการเกษตร และการประมง และการค้าขายริมน้ำ เป็นหลัก เนื่องจากเป็นพื้นที่ของจังหวัดที่มีที่ตั้งติดริมแม่น้ำ และมีคนบางกลุ่มที่ทำงานรับจ้างในโรงงานอุตสาหกรรม ด้านการแต่งกาย ส่วนใหญ่แต่งกายแบบไทยภาคกลาง มีเพียงเทศกาลสำคัญเท่านั้นที่มีการแต่งกายตามแบบมอญ เช่น การใส่ผ้าไทย และห่มสไบมอญ

2. อัตลักษณ์ทางสังคม ด้านการแสดงและการละเล่น มีการแสดงลิเก ลำตัด การแสดงรำกลองยาว รำไทย โขนรำมอญ และปี่พาทย์มอญ รวมถึงการละเล่นพื้นบ้านตามวิถีมอญ เช่น สะบ้ามอญ ทะแยมอญ และการแข่งขันลูกหนู สำหรับด้านวิถีชีวิต พบว่า ส่วนใหญ่ในจังหวัดปทุมธานี นนทบุรี และสมุทรปราการจะมีวิถีชีวิตและประเพณีที่เกี่ยวข้องกับสายน้ำ รวมทั้งประเพณีอื่น ๆ ทั่วไปตามวันสำคัญต่าง ๆ เช่น ประเพณีสงกรานต์ และลอยกระทง และมีประเพณีที่สำคัญของกลุ่มชาติพันธุ์มอญ เช่น การตักบาตรทางน้ำ (ตักบาตรพระร้อย) การแห่เทียนพรรษาทางน้ำประเพณีกินเป็ด สลากพัด และการสวดมนต์ภาษามอญ รำพาข้าวสาร แตกต่างจากจังหวัดนครปฐมที่ไม่ได้มีวิถีชีวิตเกี่ยวกับชาติพันธุ์มอญ เป็นเพียงแต่การละเล่นพื้นบ้านทั่วไป เช่น หมากเก็บ ขี่ม้าส่งเมือง และงูกินหางนอกจากนี้ยังมีประเพณีมอญที่เกี่ยวข้องกับสายน้ำ เช่น การตักบาตรทางเรือ

3. อัตลักษณ์แห่งสถานที่ ลักษณะสถาปัตยกรรมของบ้านเรือน มีลักษณะเป็นสถาปัตยกรรมเรือนไทยเรียบง่าย ตั้งบ้านเรือนริมคลอง ริมแม่น้ำ และมีใต้ถุนสูง นอกจากนี้ยังมีสถานที่เชิงประวัติศาสตร์ที่สะท้อนสถาปัตยกรรมของแต่ละจังหวัด เช่น หอนาฬิกา หอจดหมายเหตุแห่งชาติ จังหวัดปทุมธานี และวัดต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดเช่น วัดพระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม วัดพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ และวัดศาลเจ้า จังหวัดปทุมธานี เป็นต้น รวมไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่สะท้อนสถาปัตยกรรมที่โดดเด่น เช่น เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ และศาลากลางหลังเก่าของจังหวัดนนทบุรีและปทุมธานี เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบสถาปัตยกรรมทรงยุโรปที่วัดและสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของแต่ละจังหวัด เช่น พิพิธภัณฑ์ในชุมชน ป้อมพระจุลจอมเกล้า และพิพิธภัณฑ์ช้างเอราวรรณ เป็นต้น

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

1. ด้านแหล่งท่องเที่ยว สภาพปัจจุบัน แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ในชุมชน โดยแหล่งท่องเที่ยวมีลักษณะโดดเด่นในด้านวิถีชีวิต แต่บางแห่งมีความเสื่อมโทรม ถูกทำลาย ไม่ได้รับการดูแลอย่างทั่วถึงและมีอายุการใช้งานมานาน มีการปรับตัวและพัฒนาศักยภาพเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชาวบ้านดูแลรักษากันเอง **สิ่งที่ต้องพัฒนา** ควรปรับปรุงภูมิทัศน์ ปรับปรุงซ่อมแซมอย่างสม่ำเสมอ จัดการระบบสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวและทางเดินสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ เพิ่มข้อมูลภาษาต่างชาติมากขึ้น เพิ่มมัคคุเทศก์บรรยายในทุกสถานที่เพื่อเล่าเรื่องที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย ควรเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่กระตุ้นเศรษฐกิจตลาดชุมชน ด้วยการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าได้รับทราบข้อมูล และสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการในสถานการณ์วิกฤตโรคระบาด

2. ด้านความสามารถการเข้าถึง สภาพปัจจุบัน สามารถในการเข้าถึงมีหลายช่องทาง ได้แก่ รถยนต์ รถโดยสาร รถไฟฟ้า ทางเรือ และเครื่องบิน จึงทำให้การเดินทางเป็นไปอย่างสะดวกสบายและรวดเร็วบางพื้นที่ยังมีปัญหาเข้าถึงยากและการเดินทางไม่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว **สิ่งที่ต้องพัฒนา** พัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวและขยายเส้นทางและเพิ่มป้ายบอกทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเข้าหากัน สร้างการขนส่งที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความโดดเด่นและน่าสนใจในการเดินทางท่องเที่ยว จัดระเบียบการให้บริการให้เหมาะสมและจัดประชาสัมพันธ์ข่าวสารการท่องเที่ยวชุมชนสู่โลกออนไลน์

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สภาพปัจจุบัน สิ่งอำนวยความสะดวกมีอย่างครบถ้วนสามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึง ทั้งนี้ ที่พัก ร้านอาหาร เพียงพอแต่ตู้ฝาก-ถอนเงินสดไม่เพียงพอ **สิ่งที่ต้องพัฒนา** พัฒนาระบบรักษาความปลอดภัย ดึงดูดนักลงทุนในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มจำนวนตู้ฝาก- ถอนเงินสดให้เพียงพอ การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต จุดบริการตู้อัตโนมัติ ควรมีห้องน้ำสาธารณะที่สะอาดได้มาตรฐานกระจายอย่างทั่วถึง ควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้ทั่วถึง สะอาด สะดวก และได้มาตรฐานตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาบุคคลในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการนำเที่ยวเพื่อเล่าเรื่องราวความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยวให้มากขึ้น

4. ด้านที่พัก สภาพปัจจุบัน มีจำนวนเพียงพอและพร้อมต่อการให้บริการเนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางแบบไปกลับ ไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละสถานที่ ที่พักส่วนใหญ่เป็นที่พักขนาดเล็ก Home Stay แต่กระจายไม่ทั่วถึง **สิ่งที่ต้องพัฒนา** พัฒนาที่พักให้ได้มาตรฐาน มีความปลอดภัยและมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบถ้วน สร้างกิจกรรมระหว่างการพักแรม การสร้างเอกลักษณ์เฉพาะให้เกิดความโดดเด่นและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน และควรมีการประชาสัมพันธ์ มีการสร้างการจูงใจให้ลูกค้า

5. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว สภาพปัจจุบัน กิจกรรมเน้นการเที่ยวชมวัด โบราณสถาน การท่องเที่ยวริมคลองแม่น้ำ เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน เที่ยวตลาดน้ำแต่ยังคงขาดความร่วมมือในการทำกิจกรรมที่เชื่อมโยงกัน **สิ่งที่ต้องพัฒนา** เพิ่มกิจกรรมมากขึ้น โดยเน้นกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติ ควรส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมใหม่ ๆ ที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชื่อมโยงสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ที่น่าสนใจให้ถึงกลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

รูปแบบการจัดการด้านการท่องเที่ยว

1. ด้านกลยุทธ์ สภาพปัจจุบัน ส่วนใหญ่ไม่มีการกำหนดกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจนตามบริบทของแต่ละพื้นที่ มีเพียงแต่การกำหนดกลยุทธ์คร่าว ๆ ตามแนวทางของการพัฒนาจังหวัดเท่านั้น **สิ่งที่ต้องพัฒนา** ควรมีการพัฒนากลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่ที่เชื่อมโยงกับบริบทของพื้นที่ และเป็นไปตามแนวทางภาพในอนาคตของจังหวัดหรือกลุ่มจังหวัดที่ได้มีการวางแผนไว้ รวมถึงการกำหนดตัวชี้วัดที่สอดคล้องกับตัวชี้วัดด้านการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรมีการนำไปสู่การปฏิบัติให้ทั่วถึง โดยการถ่ายทอดแผนกลยุทธ์ และแนวทางพัฒนาผ่านทางเว็บไซต์ รวมทั้งมีประเมินผลสำเร็จอย่างต่อเนื่อง

2. ด้านโครงสร้างองค์กร สภาพปัจจุบัน มีการกำหนดโครงสร้างองค์กรไว้ แต่บางจังหวัด เช่น นครปฐม และนนทบุรีที่ยังขาดการแบ่งความรับผิดชอบให้ชัดเจน ส่วนจังหวัดปทุมธานีและ

สมุทรปราการ ที่มีการแบ่งความรับผิดชอบตามภารกิจภายในหน่วยงานอย่างชัดเจน และมีการทำงานอย่างเป็นระบบ แต่ขาดการบูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ **สิ่งที่ต้องพัฒนา** ควรปรับปรุงการบริหารงานโดยการจัดโครงสร้างองค์กรอย่างเป็นระบบ ควรมีการกระจายอำนาจกำหนดผู้รับผิดชอบที่ชัดเจนทุกระดับและกำหนดตามหน้าที่ เพื่อลดความซ้ำซ้อน สร้างระบบพี่เลี้ยงคณะทำงานที่มีความชัดเจนในการบริหารงาน การจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ

3. ด้านระบบปฏิบัติการ สภาพปัจจุบัน มีระบบปฏิบัติการจะมีการจัดเก็บข้อมูลที่ชัดเจน นักท่องเที่ยวสามารถรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างครบถ้วน ในบางพื้นที่มีระบบปฏิบัติการแต่ประชาชนในชุมชนยังเข้าไม่ถึง มีการเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ในช่องทางต่าง ๆ แต่ไม่มีการจัดการข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน ขาดการพัฒนาทักษะของบุคลากรเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศ ขาดการสำรวจและทำวิจัยเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ขาดการถ่ายทอดองค์ความรู้การใช้งานให้แก่บุคลากรได้รับทราบ **สิ่งที่ต้องพัฒนา** พัฒนาระบบการสื่อสารอย่างเป็นระบบ จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานในแต่ละด้านและถ่ายทอดสู่การปฏิบัติงาน พัฒนาระบบสารสนเทศให้ทันสมัยและจัดการข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน

4. ด้านบุคลากร สภาพปัจจุบัน ไม่มีการวางแผนบุคลากรที่มีการกำหนดทิศทางเป้าหมายให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างเป็นระบบ บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงานและขาดการกำหนดอำนาจหน้าที่ให้ชัดเจน **สิ่งที่ต้องพัฒนา** ควรมีการพัฒนากระบวนการบริหารบุคคลให้ครบถ้วนและต่อเนื่อง โดยเฉพาะการวางแผนเพื่อกำหนดโครงสร้างและกำหนดอำนาจหน้าที่ให้ชัดเจนการวางแผนพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถ และทักษะที่เชี่ยวชาญโดยเฉพาะทักษะภาษาและบุคลิกภาพ รวมทั้งควรมีระบบการยกย่องเชิดชูเกียรติปราชญ์ชาวบ้าน

5. ด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถ สภาพปัจจุบัน บุคลากรมีความรู้ความสามารถและมีทักษะ ความรู้ ความสามารถเฉพาะในหน้าที่การปฏิบัติงาน และการทำแผนการท่องเที่ยว ขาดการพัฒนาด้านภาษา การตลาดออนไลน์ การจัดการความรู้และบุคลิกภาพที่เหมาะสม ทักษะความรู้ ความสามารถเฉพาะในหน้าที่การปฏิบัติงาน **สิ่งที่ต้องพัฒนา** ควรมีการพัฒนาทักษะบุคลากรในเรื่องการสื่อสาร และเรื่องเทคโนโลยี เพิ่มบุคลากรภายในพื้นที่หรือภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแผนการท่องเที่ยว ควรส่งเสริมให้มีทักษะความคิดสร้างสรรค์พัฒนาการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ มีการบริการอย่างมืออาชีพ ส่งเสริมการพัฒนาทักษะการเขียน Storytelling บนสื่อออนไลน์ พัฒนากระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่คนรุ่นหลัง

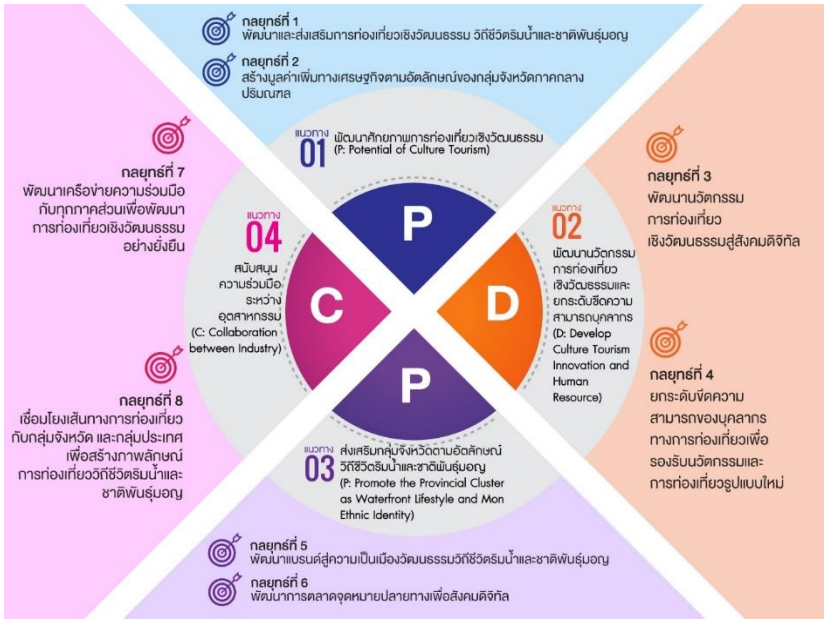
6. ด้านรูปแบบการบริหารจัดการ สภาพปัจจุบัน รูปแบบการบริหารจัดการบางส่วนเป็นแบบรวมอำนาจ ผู้นำมีความตั้งใจแต่บางจังหวัดผู้นำยังขาดการกำหนดวิสัยทัศน์ในการทำงาน ขาดการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนและการถ่ายทอดประสบการณ์กับผู้ร่วมงาน ขาดการสร้างเครือข่ายในการทำงาน ในบางพื้นที่มีการบริหารงานแบบมีส่วนร่วม โดยผู้บริหารเน้นการเข้าใจ เข้าถึงและพัฒนา บางพื้นที่มีลักษณะเน้นให้ทุกคนมีอิสระในการทำงาน แต่ทุกพื้นที่ต้องการให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอแนะและร่วมกันบริหาร **สิ่งที่ต้องพัฒนา** พัฒนาทักษะผู้นำท้องถิ่นมีการบริหารแบบการมีส่วนร่วมมากขึ้น ควรมีการกระจายอำนาจให้ประชาชนและภาคส่วนอื่น ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการเรื่องการท่องเที่ยวชุมชนส่งเสริมให้บุคลากร

ได้ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตัดสินใจให้มากขึ้น รวมทั้งมีการสร้างขวัญและกำลังในการทำงานร่วมกันของชุมชน และมีการเผยแพร่ข้อมูลการบริหารงานผ่านสื่อออนไลน์

7. ด้านค่านิยมร่วม สภาพปัจจุบัน ชุมชนมีการให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน ขาดการสร้างค่านิยมร่วมของคนในชุมชน อย่างไรก็ตามมีบางจังหวัดที่มีการสร้างค่านิยมการทำงานแบบมีส่วนร่วม ให้มีความใกล้ชิดเสมือนเป็นพี่น้อง เป็นครอบครัว โดยการส่งเสริมให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน และการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง **สิ่งที่ต้องพัฒนา** ควรสร้างค่านิยมการทำงานแบบมีส่วนร่วมอย่างทั่วถึงการให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม การเรียนรู้สิ่งใหม่เพื่อให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป

แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑลตามรูปแบบ

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูล ศักยภาพ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม องค์ประกอบของการท่องเที่ยวและรูปแบบการจัดการด้านการท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ SWOT และนำข้อมูลจากการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิค TOWs Metrix Analysis มากำหนดเป็นร่างแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการสนทนากลุ่มย่อยกับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Focus Group) เพื่อประเมินและกำหนดแนวทางตามรูปแบบ PDPC ดังนี้



ภาพที่ 1 แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล

ตารางที่ 1 แนวทางที่ 1 พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (P: Potential of Culture Tourism)

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์
1. พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีชีวิตริมน้ำและชาติพันธุ์มอญ	ฟื้นฟู ทำนุบำรุง เผยแพร่ วัฒนธรรมมอญ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์เฉพาะของแต่ละจังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล พัฒนาเมืองแห่งวิถีชีวิตริมน้ำ พัฒนาและจัดกลุ่มภาคกลางปริมณฑลให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน
2. สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจตามอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล	พัฒนาสินค้าชุมชนที่สะท้อนอัตลักษณ์วัฒนธรรมมอญ และวิถีชีวิตริมน้ำ จัดกิจกรรมพิเศษตามอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล พัฒนาตลาดน้ำวิถีชีวิตริมน้ำและชาติพันธุ์มอญที่มีเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ในกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล พัฒนาแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตริมน้ำและชาติพันธุ์มอญ

ตารางที่ 2 แนวทางที่ 2 พัฒนานวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและยกระดับขีดความสามารถบุคลากร (D: Develop Culture Tourism Innovation and Human Resource)

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์
3. พัฒนานวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่สังคมดิจิทัล	พัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์ม พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมสนับสนุนให้โรงแรมในกลุ่มจังหวัดรับการรับรองมาตรฐาน Amazing Thailand Safety & Health Administration: SHA Plus) ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีกิจกรรมที่หลากหลายสะท้อนอัตลักษณ์
4. ยกระดับขีดความสามารถของบุคลากรทางการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนวัตกรรมและการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่	พัฒนาบุคลากรให้มีจิตสำนึก รักและหวงแหนวัฒนธรรมและมีจิตบริการอบรมให้ความรู้บุคลากรทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสังคมดิจิทัล พัฒนาผู้ประกอบการให้มีความรู้เกี่ยวกับการใช้ Big Data พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้สามารถสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ตารางที่ 3 แนวทางที่ 3 ส่งเสริมกลุ่มจังหวัดตามอัตลักษณ์วิถีชีวิตริมน้ำและชาติพันธุ์มอญ (P: Promote the Provincial Cluster as Waterfront Lifestyle and Mon Ethnic Identity)

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์
5. พัฒนาแบรนด์สู่ความเป็นเมืองวัฒนธรรมวิถีชีวิตริมน้ำและชาติพันธุ์มอญ	ค้นหาความต้องการของลูกค้า พัฒนาบุคลิกภาพของแบรนด์กลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล สร้างเนื้อหาและเรื่องเล่าของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภาคกลางปริมณฑล สร้างกลุ่มคนที่มีอิทฐิพลต่อความคิดและการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมายประจำจังหวัด
6. พัฒนาการตลาดจุดหมายปลายทางเพื่อสังคมดิจิทัล	พัฒนาแผนการตลาดกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล และสื่อสารตลาดแบบบูรณาการ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ การส่งเสริมการขายและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม

ตารางที่ 4 แนวทางที่ 4 สนับสนุน ความร่วมมือระหว่างอุตสาหกรรม (C: Collaboration between Industry)

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินการตามกลยุทธ์
7. พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือกับทุกภาคส่วนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน	จัดตั้งคณะกรรมการในการวางแผนแม่บท แผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล พัฒนาความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนในการใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ให้สิทธิประโยชน์พิเศษกับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีการดำเนินการพัฒนาคุณภาพตามมาตรฐาน
8. เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวกับกลุ่มจังหวัดและกลุ่มประเทศ เพื่อสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยววิถีชีวิตริมน้ำและชาติพันธุ์มอญ	ศึกษาความเป็นไปได้ในการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวทางน้ำพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือและวิถีชีวิตชาติพันธุ์มอญริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา พัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

อภิปรายผล

ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล มีเอกลักษณ์และมีความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม โดยชุมชนมีความสัมพันธ์กันสูง สามารถเข้าถึงได้สะดวก มีความปลอดภัยและมีกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม รวมทั้งมีการดูแลรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว และการก่อตั้งองค์กรหรือโครงการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ (Wichasawat, 2019) ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนโบราณบ้านเชียงเหียน จังหวัดมหาสารคาม ระบุว่า ศักยภาพด้านการบริหารและการจัดการชุมชนโบราณบ้านเชียงเหียน จังหวัดมหาสารคาม มีการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน มีการบริหารจัดการด้านการบริการและความปลอดภัย มีการจัดตั้งกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน ตลอดจนมีการจัดทำแผนพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน ส่วนอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) อัตลักษณ์ส่วนบุคคล 2) อัตลักษณ์ทางสังคม และ 3) อัตลักษณ์แห่งสถานที่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Tantimala, 2017) อธิบายว่า อัตลักษณ์ส่วนบุคคล เกี่ยวข้องกับมิติภายในของบุคคลอันได้แก่ อารมณ์ความรู้สึกนึกคิด ซึ่งบุคคลมีต่อตนเอง เป็นการให้ความหมายหรือเปลี่ยนแปลงความหมายเกี่ยวกับตนเองผ่านกระบวนการที่เขาสัมพันธ์กับโลก หมายรวมถึง อัตลักษณ์ด้านภาษาที่มีความหลากหลายแตกต่างกันออกไปในแต่ละชาติพันธุ์ รวมทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่น เทศกาล ประเพณี และวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนนั้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ (Fiengfusakul, 2017) ได้อธิบายว่า อัตลักษณ์แห่งสถานที่ คือความรู้สึกต่อเนื่อง เกี่ยวพันกับสถานที่ ซึ่งขึ้นอยู่กับสิ่งจูงใจ ประสบการณ์ และความสามารถของแต่ละคน

นอกจากนี้ยังเป็นอาคารที่มีลักษณะสถาปัตยกรรมที่สวยงาม สถานที่เชิงประวัติศาสตร์ และพิพิธภัณฑ์เฉพาะถิ่น

องค์ประกอบ และรูปแบบการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑลมีการดำเนินการครบ 5 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านความสามารถในการเข้าถึง 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 4) ด้านที่พัก และ 5) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แต่มีสิ่งที่ต้องพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Techaprasert, 2013) กล่าวว่า ความสามารถการเข้าถึง คือ สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มีความสะดวกสบาย เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวส่วน (Kokkhangplu & Kaewnuch, 2017) ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานแหล่งท่องเที่ยวชุมชนขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช อธิบายว่า สิ่งอำนวยความสะดวกคือ การมีห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ตู้เอทีเอ็ม ธนาคาร ไปรษณีย์ สถานีตำรวจ และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น (Techaprasert, 2013) อธิบายว่า สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคา และการบริการ และมีความเหมาะสมต่อสถานที่ และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและมีความปลอดภัยที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) เช่น โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล และเกสต์เฮาส์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ (Manirochana, 2017) ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน อธิบายว่า กิจกรรมการท่องเที่ยว มุ่งสร้างกิจกรรมสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเป็นผู้ร่วมกิจกรรมมากกว่าผู้ชม (More Participate than Observe) โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาเรียนรู้ และลงมือปฏิบัติจริงกับเจ้าของภูมิปัญญา หรือแหล่งท่องเที่ยวนำไปสู่การได้รับประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (Hand on Experience) เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจอย่างลึกซึ้งประวัติความเป็นมาและวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว

แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑลมีแนวทาง 4 แนวทางได้แก่ แนวทางที่ 1 พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวทางที่ 2 พัฒนานวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและยกระดับขีดความสามารถบุคลากรแนวทางที่ 3 ส่งเสริมกลุ่มจังหวัดตามอัตลักษณ์วิถีชีวิตริมน้ำและชาติพันธุ์มอญ และแนวทางที่ 4 สนับสนุนความร่วมมือระหว่างอุตสาหกรรม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ (Klinmuenwai, 2018) ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนท่ามะโอ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ระบุว่า แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนท่ามะโอ จำเป็นต้องพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม พัฒนาสิ่งดึงดูดใจ และการฟื้นฟูวิถีชีวิตของผู้คน ประเพณี วิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับคนในชุมชน (Imiwat, Wongpratum, Somkuan, & Inthep, 2019) การศึกษาเรื่อง นวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชุมชนตามแนวทางประชารัฐ ในอำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย ระบุว่า นวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชุมชนต้องมีการส่งเสริมและพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชุมชนให้มีคุณภาพและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ โดยอาศัยแพลตฟอร์มและเทคโนโลยีสมัยใหม่ (Dhamabutra, 2019) ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางพัฒนาแบรนด์ท่องเที่ยว

เชิงวัฒนธรรม 4.0 ในชุมชนบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ระบุว่า แนวทางพัฒนาแบรนด์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4.0 จำเป็นต้องสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการค้นหาและพัฒนาเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่น และเป็นไปตามเทรนด์หรือกระแสการท่องเที่ยวในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ (Tongsri & Aman, 2021) ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนากระบวนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอ่าวปากบารา อำเภอละงู จังหวัดสตูล ระบุว่า แนวทางการพัฒนากระบวนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำเป็นต้องสร้างกระบวนการวางแผน เพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนา รวมทั้งการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ภาครัฐ ควรนำผลการวิเคราะห์ มาวางแผนพัฒนาระยะยาว 5 ปี ของแต่ละจังหวัดและนำมากำหนดเป็นแผนปฏิบัติการประจำปีตาม PDPC Model ที่ได้จากการศึกษาไปขยายผล โดยการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งเสริมกลุ่มจังหวัดตามอัตลักษณ์วิถีชีวิตริมน้ำและชาติพันธุ์มอญ พัฒนานวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและยกขีดความสามารถของบุคลากรและสนับสนุนความร่วมมือระหว่างอุตสาหกรรม เพื่อทำให้เกิดการดำเนินงานเป็นไปตามวิสัยทัศน์กลุ่มจังหวัด คือ กลุ่มจังหวัดอัจฉริยะที่ยั่งยืน และบูรณาการความร่วมมือในการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์กลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล

2. ภาคเอกชน ควรร่วมมือกัน พัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์ม ส่งเสริมสนับสนุนให้ทุกกลุ่มอุตสาหกรรมในกลุ่มจังหวัดรับการรับรองมาตรฐาน Amazing Thailand Safety & Health Administration: SHA Plus) ยกระดับขีดความสามารถของบุคลากรทางการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนวัตกรรมและการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ พัฒนาบุคลิกภาพของแบรนด์แหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแบรนด์กลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล สร้างเนื้อหาและเรื่องเล่าของแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยววิถีชีวิตชาวมอญริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาที่หลากหลาย และพัฒนาสินค้า หนึ่งหมู่บ้านหนึ่งนวัตกรรม (One Village One Product) ที่สะท้อนอัตลักษณ์

3. ภาคประชาชน ควรร่วมกันจัดกิจกรรมพิเศษ เป็นประจำและต่อเนื่องโดยการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน พัฒนาแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตริมน้ำและวัฒนธรรมมอญเป็นสถานที่เรียนรู้และจัดกิจกรรมพิเศษประจำท้องถิ่น อบรมบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสังคมดิจิทัล วิจัย กระบวนการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยกระบวนการมีส่วนร่วม เพื่อนำไปสู่การจัดตั้งคณะกรรมการในการวางแผนแม่บทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบบูรณาการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงวัฒนธรรมที่หลากหลายของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล

2. ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ตามเส้นทางชาติพันธุ์มอญ ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางปริมณฑล

3. ศึกษาเปรียบเทียบแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของแต่ละกลุ่มจังหวัดของประเทศไทย

References

Department of Tourism Ministry of Tourism and Sports. (2020). **sathiti dān kānthoṇngthīeo** [Department of Tourism Ministry of Tourism and Sports]. Retrieved from https://mots.go.th.

Dhamabutra, P. (2019). nǣothāng phatthanā brǣn thoṇngthīeo chœ̄ng watthanatham 4.0 nai chumchon Bāngkoḳ Yai Krung Thēp Mahā Nakhoṇ [Approaches for cultural tourism 4.0 brand development in Bangkokyai Community, Bangkok]. **Sisaket Rajabhat University Journal**. 6(1), 83-101.

Fiengfusakul, A. (2017). **ʻattalak: kān thopthuān thritsadī læ kroṇp nǣokhit** [Identiy]. Bangkok: National Research Council of Thailand (NRCT).

Imiwat, P., Wongpratum, N., Somkuan, K., & Inthep, A. (2019). nawattakam kān̆chatkān kānthoṇngthīeo chœ̄ng prawattisāt læ watthanatham chumchon tām nǣothāng pracha rat nai ʻamphœ Wīang Chai c̆hangwat Chīang Rai [The innovation for management of historical and cultural tourism of community under civil state approach in Wiang Chai District, Chiang Rai Province]. **The journal of social communication innovation**. 7(2), 145-156.

Klinmuenwai, K. (2008). **nǣothāng kān songsœ̄m kānthoṇngthīeo chœ̄ng watthanatham chumchon thā ma ʻo ʻAmphœ Mūang c̆hangwat Lampāng** [Guidelines for support cultural tourism destination at the ma-o community Mueng Distric, Lampang Province]. Chiang Mai: Maejo University.

Kokkhangplu, A., & Kaewnuch, K. (2017). nǣothāng kānphatthanā prasitthiphāp kān dā nœ̄n ngān lǣng thoṇngthīeo chumchon khon ʻom c̆hangwat Nakhoṇ Si Thammarāt [Guideline to enhance performance efficiency on tourism destination in Khanom Community, Nakhon Si Thammarat Province]. **Dusit Thani College Journal**. 11(Special Issue), 139-157.

Manirochana, M. (2017). kān̆chatkān kānthoṇngthīeo doī chumchon [Community based tourism management]. **Journal of International and Thai Tourism**. 13(2), 25-46.

Tantimala, C. (2017). **kānsāng ʻattalak khoṇng talātnat phainai mahāwitthayālai khoṇng rat khēt Krung Thēp Mahā Nakhoṇ** [Identity construction of flea markets in public universities in Bangkok]. Bangkok: Srinakharinwirot University.

Techaprasert, K. (2013). **phruttikam kān thǭngthīeo khǭng klum chāi rak chāi thī ʻāsai nai khēt čhangwat Khǭn Kǣn** [Tourist behaviors of living male homosexual (gay) in khon kaen province]. Khon Kaen: Khon Kaen University.

Timothy, R. (2011). **Global livestock production systems**. Rome: Food and agriculture organization of the United Nations.

Tongsri, P., & Aman, R. (2021). nǣothāng kānphatthanā krabūankān čhatkān thǭngthīeo doi chumchon ʻāo pāk bā rāʻamphœ̄ la ngū čhangwat Satūn [The guideline of process development of community-based tourism in Pak Bara Bay Community in La-ngu District, Satun Province]. **Journal of Humanities and Social Sciences**. 38(1), 107-150.

Wichasawat, W. (2019). nǣothāng kānphatthanā sakkayaphāp kānboṛihān læ kān čhatkān kānthǭngthīeo doi chumchon boran bān chiāng hian čhangwat Mahā Sārakham [Guidelines for potential development of administration and management of the Ancient Community at Ban Chianghian, Maha Sarakham Province]. **Journal of International and Thai Tourism**. 15(2), 21-34.