



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาบนฐานศักยภาพ
ทรัพยากรชุมชน และภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

Research and Development of OTOP Products in Pra Nakorn Si Ayutthaya
Province Based on the Potential and Community Resources
for Creating Sustainable Competitiveness

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

มกราคม 2563

สารบัญ

	หน้า
สารบัญ	ก
สารบัญรูปภาพ	ค
สารบัญตาราง	ง
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมา หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	7
1.3 กรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย	8
1.4 วิธีดำเนินการ	11
1.5 ขอบเขตการวิจัย	13
1.6 ระยะเวลาการดำเนินงาน และแผนการดำเนินงานวิจัยตลอดโครงการวิจัย	13
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	16
1.8 แนวทางในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์	16
บทที่ 2 ทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้อง	17
2.1 ชาติพันธุ์มอญ	17
2.1.1 การอพยพของชาวมอญเข้าสู่ประเทศไทย	18
2.1.2 ชุมชนมอญในประเทศไทย	20
2.2 ชุมชนมอญบ้านเสากระโดง	20
2.3 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	22
2.3.1 ความจำเป็นในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	23
2.3.2 กลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	25
บทที่ 3 การดำเนินงานด้านการพัฒนาระบบบริหารจัดการงานวิจัย	37
3.1 การพัฒนากลไกการบริหารจัดการงานวิจัยพาณิชย์เชิงพื้นที่ที่มีผลกระทบสูง	37
3.1.1 สถานการณ์เดิมของกลไกการบริหารจัดการงานวิจัยของมหาวิทยาลัย	37
3.1.2 กรอบแนวคิดการพัฒนากลไกการบริหารจัดการงานวิจัย	37
3.2 ประเด็นการวิจัย และพื้นที่เป้าหมาย	43
3.2.1 ประเด็นการวิจัย	43
3.2.2 พื้นที่เป้าหมาย	44
3.3 กรอบวิจัย เป้าหมาย และตัวชี้วัด	45

สารบัญรูปภาพ

		หน้า
รูปภาพที่ 1	แผนที่เมืองหลวงกรุงศรีอยุธยา	2
รูปภาพที่ 2	ทุนเดิมของพื้นที่วิจัย 4 มิติ	7
รูปภาพที่ 3	เวทีเรียนรู้วิถีชุมชนชาวมอญ บ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	8
รูปภาพที่ 4	กรอบการวิจัยชุดโครงการ	9
รูปภาพที่ 5	เสากระโดงเรือสำเภาที่ถูกเก็บรักษาไว้ ณ วัดทองบ่อ	21
รูปภาพที่ 6	ประเพณีชาวมอญที่ยังคงสืบทอดกันมา ณ ชุมชนมอญบ้านเสากระโดง	22
รูปภาพที่ 7	กลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	25
รูปภาพที่ 8	กิจกรรมการพัฒนากรอบวิจัยร่วมกับชุมชน	46
รูปภาพที่ 9	กลไกการทำงานวิจัยระยะ 16 เดือน	55
รูปภาพที่ 10	Ex-ante or Predicted Impact Pathway	66
รูปภาพที่ 11	แผนที่วงกลมนำไปสู่ผลกระทบ “การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม”	71

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	พื้นที่สำรวจ และอาหารชาติพันธุ์ของชุมชนชาติพันธุ์ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	2
ตารางที่ 2	บริบทชุมชนชาติพันธุ์ 7 ชุมชน ในด้านต่างๆ	3
ตารางที่ 3	การประเมินศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารชาติพันธุ์ ของชุมชนชาติพันธุ์	5
ตารางที่ 4	การดำเนินกิจกรรมโครงการ ระยะ 16 เดือน	39
ตารางที่ 5	กรอบประเด็นวิจัยจากการลงพื้นที่ และเวทีการพัฒนารอบการวิจัย	43
ตารางที่ 6	กรอบวิจัย เป้าหมาย และตัวชี้วัด	47
ตารางที่ 7	โครงการทั้งหมดที่แสดงกิจกรรมย่อย ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผลลัพธ์	51
ตารางที่ 8	ผลการวิจัยของโครงการวิจัยย่อยระยะ 16 เดือน	56
ตารางที่ 9	ผลผลิตที่ได้รับจากแผนงานวิจัย	67
ตารางที่ 10	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการดำเนินงานของแผนงานวิจัย	67
ตารางที่ 11	การเปลี่ยนแปลงสำคัญที่เกิดขึ้นในแต่ละกลุ่ม	68
ตารางที่ 12	การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจจากงานวิจัย	68
ตารางที่ 13	เปรียบเทียบผลการดำเนินงานตามแผนกับผลที่ปฏิบัติได้จริง	72
ตารางที่ 14	รายละเอียดค่าใช้จ่าย	75
ตารางที่ 15	บทสรุปมิติผลการวิจัย	78

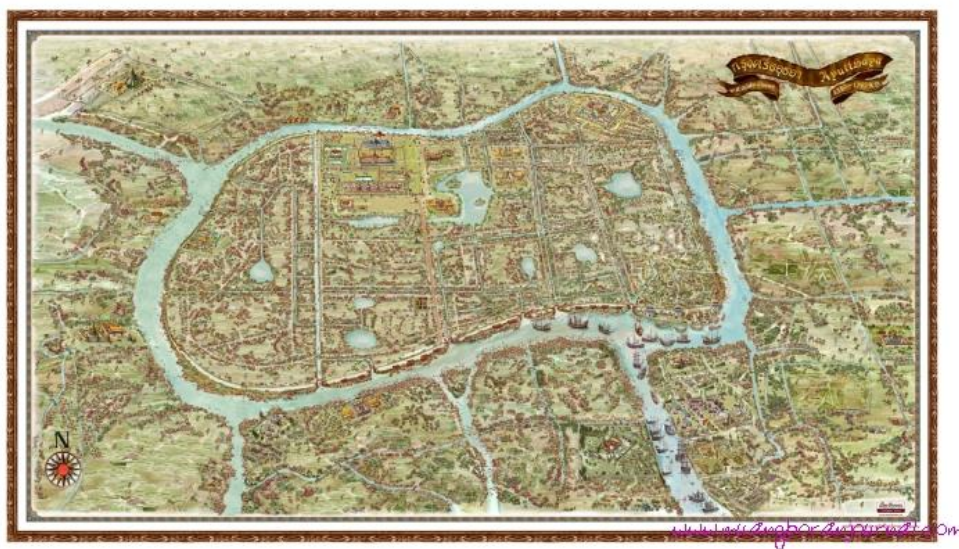
บทที่ 1 บทนำ

สัญญาเลขที่	RDG61A0024
ชื่อโครงการ	การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาบนฐานศักยภาพ ทรัพยากรชุมชน และภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน
หัวหน้าโครงการ :	รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติ บุญเลิศนิรันดร์
หน่วยงานต้นสังกัด:	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
หน่วยงานร่วมโครงการ :	1. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) 2. พัฒนาชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3. วัฒนธรรมจังหวัดจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 4. สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 5. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 6. พาณิชย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 7. สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 8. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (วิสาหกิจชุมชน) จำกัด 9. กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1 10. สถาบันอยุธยาศึกษา 11. อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา 12. หอการค้าจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) 14. เครือข่ายผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 15. เครือข่ายผู้ประกอบการร้านอาหาร/ร้านขายของที่ระลึก
ระยะเวลาดำเนินการ:	1 ปี 4 เดือน (ตั้งแต่ 1 กันยายน 2561 ถึง 31 พฤศจิกายน 2562)

1.1 ความเป็นมา หลักการและเหตุผล

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เคยเป็นราชธานีของไทยยาวนานถึง 417 ปี ด้วยลักษณะภูมิศาสตร์อันโดดเด่น คือ เป็นพื้นที่ราบลุ่ม มีแม่น้ำไหลผ่านถึง 4 สาย คือ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำป่าสัก แม่น้ำลพบุรี และแม่น้ำน้อย จึงมีความอุดมสมบูรณ์ โดยเฉพาะเกาะเมืองที่มีลักษณะเป็นเกาะ มีแม่น้ำล้อมรอบ 3 สาย คือ แม่น้ำลพบุรีด้านทิศเหนือ แม่น้ำป่าสักด้านทิศตะวันออก และแม่น้ำเจ้าพระยาด้านทิศตะวันตกและทิศใต้ (รูปที่ 1) ทำให้มีภูมิประเทศที่มีความมั่นคงทางยุทธศาสตร์ สามารถป้องกันการบุกรุกของข้าศึก มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะสมต่อการเกษตรกรรม อีกทั้งเอื้อต่อการค้าที่คมนาคมทางน้ำ ทำให้กรุงศรีอยุธยาในสมัยนั้นเป็น

ศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการค้านานาชาติที่มีความสำคัญอย่างยิ่งของภูมิภาคเอเชียและของโลก โดยมีประเทศคู่ค้าที่สำคัญ เช่น ประเทศในทวีปเอเชีย อาทิ จีน เกาหลี และญี่ปุ่น ประเทศทางมหาสมุทรอินเดีย อาทิ อินเดีย ลังกา เปอร์เซีย อาหรับ และชาติตะวันตก อาทิ โปรตุเกส สเปน ฮอลันดา อังกฤษ และฝรั่งเศส เป็นต้น นอกจากเหตุผลทางการค้าแล้ว ชาติต่างๆ ยังเข้ามายังกรุงศรีอยุธยาด้วยวัตถุประสงค์อื่น เช่น เพื่อเผยแผ่ศาสนา หรือเพื่อหลบหนีทางการเมือง เช่นชาวญี่ปุ่นที่หนีการกวาดล้างชาวคริสต์ในต้นคริสต์ศตวรรษที่ 17 นอกจากนี้ยังมีเชลยจากรัฐเพื่อนบ้านทั้งกัมพูชา ลาว พม่า และมลายูที่ถูกกวาดต้อนเข้ามาในกรุงศรีอยุธยา เมื่อมีชาวต่างชาติเข้ามาตั้งถิ่นฐาน สิ่งตามมาคือการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างชาติพันธุ์ต่างๆ เกิดเป็น “สังคมพหุวัฒนธรรม” ดังจะเห็นได้จากความหลากหลายของภาษา ดนตรี มหรสพ งานศิลปกรรม ศาสนา ความเชื่อ และภูมิปัญญาที่มีการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมสืบทอดมาจวบจนปัจจุบัน



รูปที่ 1 แผนที่เมืองหลวงกรุงศรีอยุธยา

(ที่มา: <https://sites.google.com/site/punmoonui/bth-thi1-xanacakr-xyuthya>)

ตารางที่ 1 พื้นที่สำรวจ และอาหารชาติพันธุ์ของชุมชนชาติพันธุ์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ชุมชนชาติพันธุ์	พื้นที่	อาหารชาติพันธุ์
แขกตานี	ลุมพลี/ คลองตะเคียน/ ลำเภาล้อม/ ภูเขาทอง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	ขนมบดินทร์ ขนมสัมมะนัต ขนมอะสุล (คาว/หวาน) แกงสะละหมั่น
แขกเปอร์เซีย	หัวแหลม อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	ข้าวแขก ข้าวเปียกนม ลอดเตียง แป้ง กลอกจิ้มคั่ว ขนมหลุ่ม ขนมไส้ไก่ อาลัว้มักทอด ขนมอาซุรูด ลูกตี่แกงไก่
แขกปาตาน	วัดเขียน/ วัดแม่ นางปลื้ม อำเภอ พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	แกงเหลียง (แกงกะหรี่ปากีสถาน) โรตี่

ชุมชนชาติพันธุ์	พื้นที่	อาหารชาติพันธุ์
จีน	หัวรอ/ วัดพญูเชิง อำเภอนครศรีอยุธยา จังหวัดนครศรีอยุธยา	ขนมมงคล ปลา ปู กุ้ง
ลาวเวียง	ตำบลท่าช้าง อำเภอนครหลวง จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	แกงบวน ปลาร้า ลาบมะเขือ
ญวน	วัดนักบุญยอแซฟ/ ชุมชนไม้ตรา อำเภอบาง ไทร อำเภอนครศรีอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	บัวลอยญวน ข้าวต้มมัดญวน หมูหันญวน หมูต้มเค็มญวน ปลาต้มเค็มญวน ข้าวต้ม ไก่ญวน ข้าวต้มมัดหมูญวน ข้าวเกรียบ ปากหม้อญวน ครองแครงกะทิญวน ต้ม ส้มญวน
มอญ	บ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน อำเภอ พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	แกงกระเจียบ ข้าวแช่มอญ ข้าวต้มลูก โยน กะละแม แกงมะตาด ข้าวอีกา

จากการศึกษาข้อมูลทางเอกสารประวัติศาสตร์ และนักวิชาการศึกษาด้านประวัติศาสตร์ พบว่ายังมีชุมชนชาติพันธุ์ต่างๆ ที่ยังคงอาศัยอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 7 ชาติพันธุ์ ได้แก่ ชาติพันธุ์แขกตานี แขกเปอร์เซีย แขกปาตาน จีน ลาวเวียง ญวน และมอญ โดยกระจายตัวอยู่เป็นชุมชนทั้งในเกาะเมืองและนอกเกาะเมือง เมื่อได้ลงพื้นที่สำรวจข้อมูลเบื้องต้นของแต่ละชุมชน พบว่าแต่ละชุมชนชาติพันธุ์มีอาหารชาติพันธุ์ที่ยังคงถ่ายทอดกันจากรุ่นสู่รุ่น (ตารางที่ 1) แต่มีผู้รู้ในการประกอบอาหารชาตินั้นๆ อยู่ไม่มากนัก อีกทั้งยังเป็นผู้เฒ่าผู้แก่ที่อายุมาก และยังไม่มีผู้สืบทอดภูมิปัญญาดังกล่าว ทำให้อาหารบางชนิดสูญหายไป เมื่อศึกษาบริบทชุมชนชาติพันธุ์ด้านต่างๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 2 บริบทชุมชนชาติพันธุ์ 7 ชุมชน ในด้านต่างๆ

บริบทชุมชน	ประเด็นข้อมูล	ข้อมูลจากการลงพื้นที่
ด้านชาติพันธุ์	จำนวนชาติพันธุ์	- 7 ชาติพันธุ์ (มอญ ญวน แขกตานี แขกเปอร์เซีย แขกปาตาน จีน ลาวเวียง) - มี 2 ชาติพันธุ์ที่ได้อพยพไปจากพระนครศรีอยุธยา ไม่สามารถตามหาได้ คือ แขกจาม (ปัจจุบันอยู่บ้านครัว เขตราชเทวี) และโปรตุเกส (ปัจจุบันอยู่ชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี)
	จำนวนชุมชนชาติพันธุ์	- 8 ชุมชน (ชุมชนญวนมี 2 ชุมชน)
	ชนิดอาหาร	- ชนิดอาหารชาติพันธุ์ที่น่าสนใจ 27 ชนิด - อาหารชาติพันธุ์บางชนิดได้สูญหายไปพร้อมกับผู้เฒ่าผู้แก่ที่เสียชีวิต/ อาหารบางชนิดคนในชุมชนได้เคยแต่ทานตอนเด็กๆ แต่ปัจจุบันไม่มีผู้รู้กรรมวิธีการทำแล้ว
	วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร	- วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหาร ส่วนมากหาได้ในชุมชน แต่

บริบทชุมชน	ประเด็นข้อมูล	ข้อมูลจากการการลงพื้นที่
		อาจมีอาหารบางชนิด เช่น แกงกะหรือสลาที่ที่ต้องการเครื่องเทศเฉพาะ ต้องนำเข้าจากปากีสถาน
	ความสามารถในการผลิตตลอดปี	- อาหารบางชนิดผลิตได้บางช่วงฤดูกาล เช่น แกงคั่วหัวตาลของแกกตานี ทำได้ในช่วงเดือนธันวาคม-มกราคมเท่านั้น ซึ่งเป็นช่วงที่มีผลตาลอ่อนมาก/ หรือแกงมะตาดของมอญ ต้องรอช่วงผลมะตาดออกลูก
ด้านการผลิต	จำนวนผู้รู้อาหารชาติพันธุ์	- จำนวนผู้รู้อาหารชาติพันธุ์มีจำนวนน้อย บางชุมชนมีผู้รู้เพียง 2-3 คน และบางส่วนมีอายุมากไม่สามารถทำอาหารชนิดนั้นๆ ได้แล้ว ทำได้เพียงถ่ายทอดความรู้การปรุงเท่านั้น - ไม่มีผู้สืบทอดความรู้อาหารชาติพันธุ์ในแต่ละชุมชน เด็กรุ่นใหม่ไม่สนใจในอาหารท้องถิ่น บางท้องถิ่นเด็กรุ่นใหม่ยังไม่นิยมรับประทาน
	จำนวนผู้ประกอบการขายอาหารชาติพันธุ์	- จำนวนผู้ประกอบการอาหารชาติพันธุ์มีจำนวนน้อยมาก หรือไม่มีเลย บางชุมชนมีเพียงแหล่งเดียว และไม่ได้จำหน่ายอาหารชาติพันธุ์นั้นทุกชนิด ผลิตและจำหน่ายเพียงอาหารที่เป็นที่นิยมเท่านั้น บางชุมชนจะทำอาหารนั้นเฉพาะบางเทศกาลเท่านั้น เช่น ข้าวแช่มอญ จะใช้ในประเพณีสงกรานต์ - ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเป็นบุคคลเดียวกัน ส่วนมากเป็นการทำภายในครัวเรือน และนำบางส่วนออกจำหน่าย
	จำนวนอาหารที่ยังมีการขาย	- จำนวนอาหารชาติพันธุ์ที่มีการจำหน่ายในชุมชนที่มีจำหน่าย มีเพียง 2-3 ชนิดเท่านั้น
	กำลังการผลิต	- กำลังการผลิตมีน้อย เนื่องจากไม่มีผู้สืบทอดอาหารเหล่านี้
	ความพร้อมของชุมชน	- ชุมชนมีความพร้อมแตกต่างกัน บางชุมชนยังมีผู้รู้ในอาหารชาติพันธุ์มาก บางชุมชนมีน้อย
	ปัจจัยเสี่ยง/ ปัจจัยเสริม	- มีความเสี่ยงที่ผู้รู้ในอาหารชาติพันธุ์มีจำนวนน้อย อาหารบางส่วนไม่มีผู้รู้แล้ว - ปัจจัยเสริม คือในแต่ละชุมชนจะมีอาคารสถานที่ โบราณสถาน โบราณวัตถุที่แสดงความเป็นชาติพันธุ์นั้นๆ และการมีนักท่องเที่ยวเข้ามามาก ในปี 2560 มีนักท่องเที่ยว 15,026,154 คน และสัดส่วนที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มมากถึงร้อยละ 21.19 ของสัดส่วนที่ใช้จ่ายทั้งหมด
	ความช่วยเหลือจากรัฐบาล	- หลายชุมชนเคยได้รับการสนับสนุนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว และทำการประชาสัมพันธ์ ช่วงแรกมี

บริบทชุมชน	ประเด็นข้อมูล	ข้อมูลจากการลงพื้นที่
		นักท่องเที่ยวมา แต่ผ่านไปสักระยะ กระแสประชาสัมพันธ์ จางไป นักท่องเที่ยวน้อยลงจนไม่มีเลย
ด้านผู้ซื้อ/ นักท่องเที่ยว	จำนวนผู้ซื้อ/ นักท่องเที่ยว	- ปัจจุบันยังไม่มีนักท่องเที่ยวที่เข้าไปในชุมชนเพื่อซื้อ อาหารชาติพันธุ์ แต่มีคนในชุมชนด้วยกันซื้อตามที่ผู้ขาย จำหน่าย
	กลุ่มลูกค้า	- กลุ่มลูกค้าคือคนในชุมชน ที่ซื้อเพียงเล็กน้อยเพียงบริโภค ในครัวเรือน
	กำลังการซื้อ	- กลุ่มลูกค้ามีกำลังการซื้อต่ำ เช่น อาหารญวนบางชนิด (หมูต้มเค็ม) ที่มีต้นทุนการผลิตสูง จำหน่ายถูกละ 50 บาท แต่ผู้ซื้อไม่นิยมซื้อ เพราะราคาสูงกว่าอาหารชนิดอื่น
	ราคาซื้อ	- ราคาที่จำหน่ายในชุมชนค่อนข้างต่ำ เฉลี่ย 10-50 บาท เท่านั้น
	ความต้องการของตลาด	- ยังไม่เป็นที่ต้องการของตลาด เนื่องจากคนทั่วไปมักไม่ รู้จัก อาหารชาติพันธุ์เป็นอาหารที่รู้จักเฉพาะกลุ่ม ในชาติ พันธุ์นั้นๆ เท่านั้น

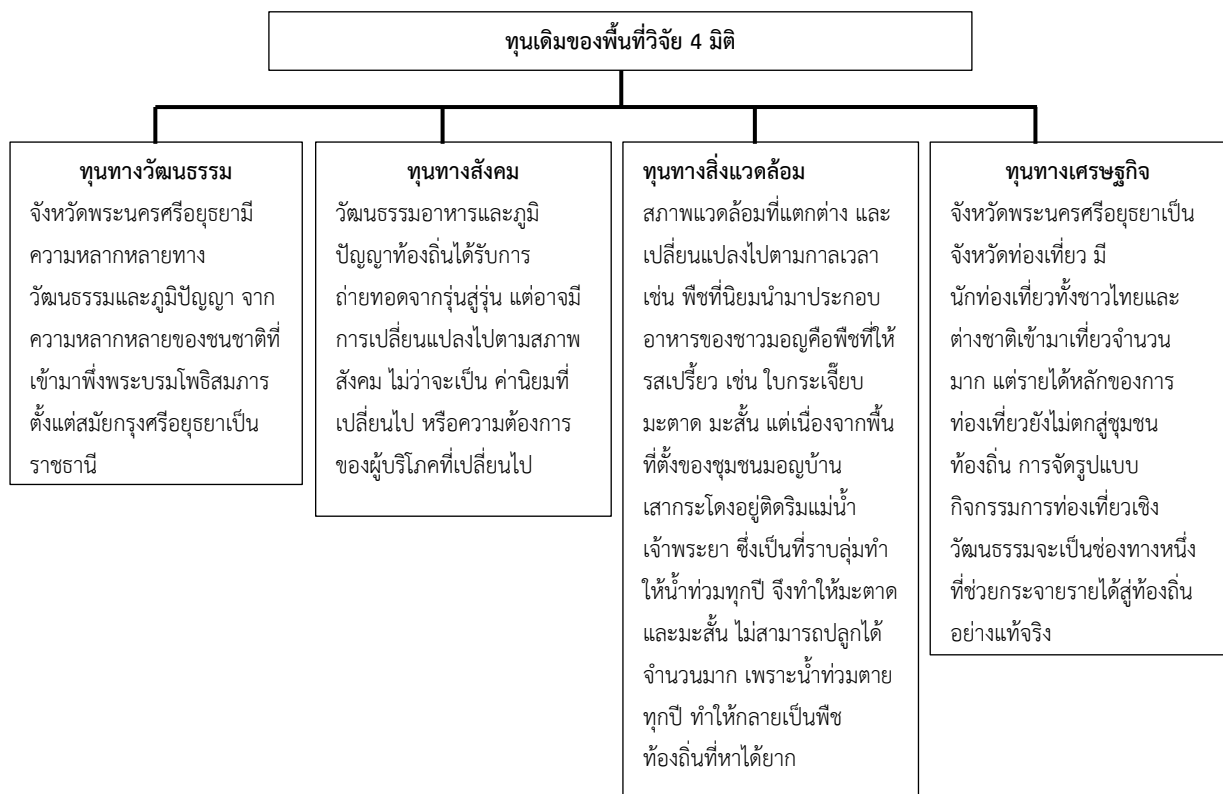
ข้อมูลจากการลงสำรวจพื้นที่พบปัญหาที่เป็นประเด็นร่วมกันของชุมชนชาติพันธุ์ทุกแห่งคือ ภูมิปัญญา
ด้านอาหารมีผู้รู้วิธีประกอบอาหารน้อย ไม่มีผู้มาเรียนรู้เพื่อสืบทอดภูมิปัญญานั้น และอาหารชาติพันธุ์ยัง
ไม่เป็นที่รู้จักของคนนอกชุมชน ไม่เคยรู้จัก ไม่เคยรับประทาน จึงไม่สามารถสร้างรายได้จากการขายอาหาร
ชาติพันธุ์นั้นได้ ดังนั้นกระบวนการพัฒนาชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะเป็นกลไกหนึ่งที่จะช่วยสร้าง
รายได้ให้กับชุมชน ผ่านสินค้าและบริการ ดังนั้นในการวิจัยช่วงปีแรก (ระยะเวลา 10 เดือน) จึงต้องเลือกชุมชน
ชาติพันธุ์เพื่อเป็นต้นแบบการวิจัย โดยใช้การประเมินศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารชาติพันธุ์ของ
ชุมชนชาติพันธุ์ 4 ด้าน คือ ศักยภาพด้านชุมชน ด้านอาหาร ด้านวัฒนธรรม และด้านการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม ผลการประเมินเป็นดังนี้

ตารางที่ 3 การประเมินศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารชาติพันธุ์ของชุมชนชาติพันธุ์

ศักยภาพการเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอาหารชาติ พันธุ์	ชาติพันธุ์ แขกตานี	ชาติพันธุ์ แขก เปอร์เซีย	ชาติพันธุ์ แขก ปาตาน	ชาติพันธุ์ จีน	ชาติพันธุ์ ลาวเวียง	ชาติพันธุ์ ญวน	ชาติพันธุ์ มอญ
ศักยภาพด้านชุมชน (คะแนนเต็ม 25 คะแนน)							
ความเข้มแข็งของชุมชน	5	3	4	3	3	4	4
ผู้นำกลุ่มให้ความร่วมมือ	4	3	4	4	4	1	4
ประชาสัมพันธ์ด้านอาหารใน ชุมชน	4	4	3	2	2	3	3
ศักยภาพในการผลิต	4	3	3	2	2	3	3
การตระหนักถึงคุณค่า	4	3	3	3	3	4	4

ศักยภาพการเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอาหารชาติ พันธุ์	ชาติพันธุ์ แขกตานี	ชาติพันธุ์ แขก เปอร์เซีย	ชาติพันธุ์ แขก ปาตาน	ชาติพันธุ์ จีน	ชาติพันธุ์ ลาวเวียง	ชาติพันธุ์ ญวน	ชาติพันธุ์ มอญ
ศักยภาพด้านอาหาร (คะแนนเต็ม 20 คะแนน)							
รายการอาหาร	4	5	4	3	3	5	4
มีอัตลักษณ์ชาติพันธุ์	5	5	4	4	4	5	5
วัตถุดิบในท้องถิ่น	3	3	3	3	4	3	4
ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว	4	5	3	4	3	5	4
ศักยภาพด้านวัฒนธรรม (คะแนนเต็ม 15 คะแนน)							
ศิลปวัฒนธรรม	1	1	2	3	4	5	4
สถาปัตยกรรม	3	3	3	3	2	5	5
ประเพณี	2	2	3	2	4	5	5
ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (คะแนนเต็ม 30 คะแนน)							
มีคุณค่า	3	3	3	4	3	5	5
สะดวกในการเข้าถึง	4	4	4	4	3	3	5
อำนวยความสะดวก	4	4	3	4	3	3	4
สภาพแวดล้อม	3	3	3	3	3	4	4
ข้อจำกัดในการรองรับ นักท่องเที่ยว	3	3	2	3	3	5	4
มีชื่อเสียงในปัจจุบัน	3	3	2	2	2	3	4
คะแนนรวม	63	60	56	55	55	71	76
(90 คะแนน)							

จากผลการประเมินศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารชาติพันธุ์ของชุมชนชาติพันธุ์ พบว่า ชุมชนชาติพันธุ์มอญ บ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีศักยภาพมากที่สุด ดังนั้น โครงการนี้จึงมีแนวคิดวิจัยผ่านกระบวนการออกแบบนวัตกรรมเชิงคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญชุมชนบ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้ทุนเดิมของพื้นที่วิจัยเป็น กลไกในการขับเคลื่อน New Value Chain แบ่งออกเป็น 4 มิติคือ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม ทุนทาง สิ่งแวดล้อม และทุนทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะใช้เป็นกลไกในการกำหนดกรอบวิจัยต่อไป ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 ทุนเดิมของพื้นที่วิจัย 4 มิติ

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 วัตถุประสงค์กลางของแผนงานวิจัยระดับเครือข่าย มทร. กับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

- 1) เพื่อพัฒนากลไกการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มผลิตภัณฑ์เป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรม
- 2) เพื่อพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มผลิตภัณฑ์เป้าหมาย
- 3) เพื่อพัฒนาระบบและกลไกการจัดการงานวิจัยของมหาวิทยาลัยในการพัฒนางานวิจัยพาณิชย์

เชิงพื้นที่ที่มีผลกระทบสูง

- 4) เพื่อพัฒนานวัตกรรม เทคโนโลยี และองค์ความรู้หนุนเสริมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.2.2 วัตถุประสงค์ชุดโครงการของมหาวิทยาลัย

- 1) เพื่อยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมองค์ความรู้ โดยใช้ฐานทุนทางทรัพยากรชุมชนและภูมิปัญญาพื้นถิ่น
- 2) เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์เป้าหมาย สู่ตลาดการแข่งขัน

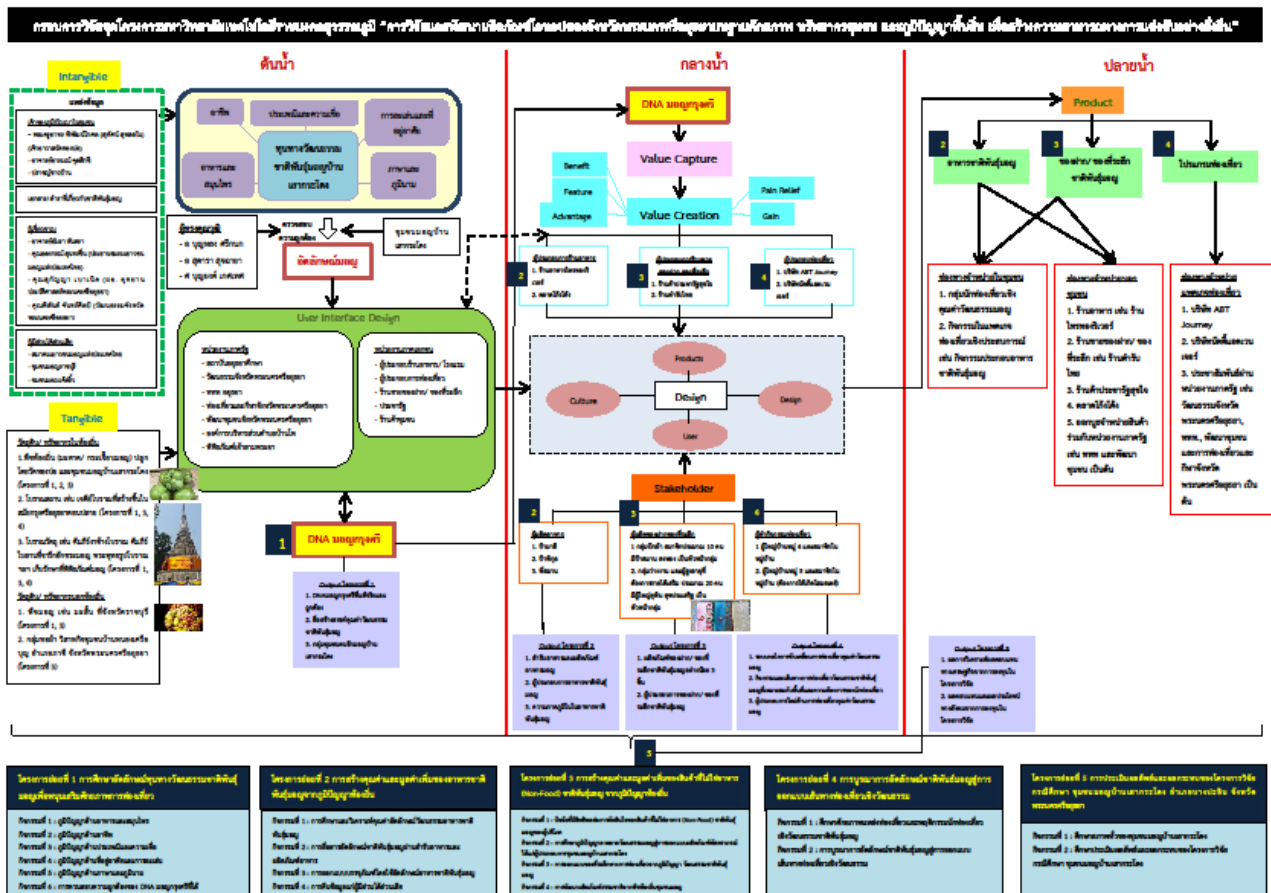
1.3 กรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย

คณะนักวิจัยจึงลงพื้นที่ทำเวทีชุมชน เพื่อศึกษาบริบทของชุมชน และวิเคราะห์ Network Value Chain ของชุมชน ในวันศุกร์ที่ 14 ธันวาคม 2561 โดยได้รับความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) จากหน่วยงานส่วนราชการหลายภาคส่วน เช่น วัฒนธรรมจังหวัด สถาบันอยุธยาศึกษา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และหน่วยงานที่กำกับดูแลชุมชน คือองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโพ และผู้ใหญ่บ้านหมู่ 4 และหมู่ 5 อันเป็นที่ตั้งของชุมชนชาวมอญที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเข้าร่วมเวทีการเรียนรู้ ร่วมกับชาวบ้านเชื้อสายมอญมากกว่า 30 คน ที่ให้ข้อมูลบริบทชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นต่างๆ ผ่านกิจกรรมกลุ่ม 3 รูปแบบคือ 1) ปฏิทินประเพณี วัฒนธรรมวิถีชุมชนชาวมอญ 2) เส้นทางประวัติศาสตร์ชุมชนชาวมอญ และ 3) แผนที่รอบใน รอบนอกชุมชนชาวมอญ



รูปที่ 3 เวทีเรียนรู้วิถีชุมชนชาวมอญ บ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการทำเวทีเรียนรู้วิถีชุมชนชาวมอญ บ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าชุมชนมีความเข้มแข็ง ยังมีประเพณี วัฒนธรรมบางอย่างสืบทอดอยู่ เช่น ประเพณีแห่หงส์ – ธงตะขาบ ในเทศกาลสงกรานต์ ประเพณีตักบาตรน้ำผึ้งในวันพระขึ้น 15 ค่ำ เดือน 10 ของทุกปี หรือการสวดบทสวดภาษาหมอญในการพิธีกรรมทางศาสนา โบราณวัตถุที่ยังคงเก็บรักษาไว้ที่พิพิธภัณฑสถานบ้านวัดทองบ่อและศูนย์ศึกษาชุมชนมอญ อาทิ คัมภีร์งาช้าง อักษรภาษาหมอญโบราณ สมุดข่อยโบราณ ใบลานที่จารึกบทสวดมนต์ และสรรพวิชาภาษาหมอญ เป็นของที่พระสงฆ์ชาวมอญได้ถือติดมาด้วยในช่วงอพยพจากเมืองมอญมาที่ประเทศไทย รวมทั้งหม้อไหโบราณที่ยังเก็บรักษาไว้ที่พิพิธภัณฑสถาน นอกจากนี้ยังมีภูมิปัญญาท้องถิ่นในการทำอาหารมอญที่ยังคงทำรับประทานกันในครัวเรือน หรือทำในเทศกาลงานบุญ เช่น แกงกระเจี๊ยบ แกงมะตาด และข้าวซีกา เป็นต้น หรือภูมิปัญญาในการทำหัตถกรรม เช่น การปักลายเป็นลวดลายต่างๆ ในผ้าพันคอหมอญ อันเป็นชุดแต่งกายของชาติพันธุ์มอญ ยังมีกลุ่มที่ทำอยู่ แต่อาจเหลือน้อย และมีลวดลายไม่หลากหลายนัก จากข้อมูลทั้งหมดสามารถนำไปทำกรอบวิจัยได้ดังนี้



รูปที่ 4 กรอบการวิจัยชุดโครงการ

จากรูป พบว่าการออกแบบนวัตกรรมเชิงคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญนั้น มีขั้นตอนการวิจัยคือ ศึกษาเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญ โดยทำการศึกษา 5 ด้าน ได้แก่ อาชีพ ประเพณี และความเชื่อ การละเล่นและที่อยู่อาศัย ภาษาและภูมินาม และอาหารและสมุนไพร ผ่านการศึกษาจากเอกสารตำราที่เกี่ยวข้อง และกลไกการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักวิจัย เจ้าของภูมิปัญญามอญ ผู้มีส่วนได้ส่วน

เสีย และผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นเมื่อสกัดอัตลักษณ์บ้านเสากระโดงออกมาได้จะผ่านการตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา และประวัติศาสตร์โดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านประวัติศาสตร์ อาทิ อาจารย์บุญหลง ศรีกนก อาจารย์สุทธาสุจฉายา และศาสตราจารย์บุญยงค์ เกศเทศ ร่วมกับชุมชน และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อาทิ สถาบันอยุธยาศึกษา วัฒนธรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อุทยานประวัติศาสตร์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พัฒนาชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโพธิ์คูแลพื้นที่ชุมชน และหน่วยงานภาคเอกชน อาทิ ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ โรงแรม ท่องเที่ยว ร้านขายของฝาก/ ของที่ระลึก ประชาธิรัฐ และร้านค้าในชุมชน ด้วยกระบวนการ User Interface Design เพื่อให้ได้ DNA มอญกรุงศรีที่แท้จริง จากนั้นนำ DNA มอญกรุงศรีที่ได้มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนผ่านกระบวนการดังนี้

Value Capture เป็นกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการที่มีมุมมอง 2 มิติ ได้แก่ การส่งมอบคุณค่าสูงสุดให้กับลูกค้าอย่างไร ในกระบวนการวิจัยนี้ลูกค้าที่เป็น End User ได้แก่นักท่องเที่ยวและมิติที่สองคือมุมมองของผู้ผลิต หรือผู้เป็นเจ้าของภูมิปัญญาวัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญนั้นจะได้ผลตอบแทนกลับจากคุณค่านั้นอย่างไร

Value Creation เป็นกระบวนการที่จะนำมาสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการ ซึ่งประกอบด้วย Feature (การสร้างลักษณะสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว) Advantage (ข้อได้เปรียบหรือข้อแตกต่างที่มีมากกว่าคู่แข่ง) Benefit (ประโยชน์ที่ได้จากการใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ) Pain Relief (การทำให้นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าเกิดความประทับใจหรือความสบายใจ) Gain (ความรู้สึกรักคุณค่า) ซึ่งการใช้เครื่องมือ Value Creation นี้ จะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการได้ สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการป้องกันการลอกเลียนแบบ หรือการ copy วัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี

User Interface Design เป็นกระบวนการที่สำคัญในการออกแบบสินค้าและบริการที่สามารถส่งมอบไปยังนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่หน่วยงานภาครัฐ อาทิ วัฒนธรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง อาทิ ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการด้านการจำหน่ายของฝากของที่ระลึก และตัวแทนจำหน่ายด้านการท่องเที่ยว (Travel Agency)

Design-User-Culture-Product การออกแบบวัฒนธรรมเชิงคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญทั้งที่เป็นสินค้า (Product) และบริการ (Service) นั้น จะต้องผ่าน Model Design ได้แก่ Design-User-Culture-Product ซึ่งกระบวนการนี้เป็นการนำ “แก่นแท้” หรือ “DNA” ของความเป็นชาติพันธุ์มอญมาผ่านการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เพื่อออกแบบสินค้าข้ามวัฒนธรรม (Cross-Cultural Product Design) หรือสินค้าที่สื่อความหมายถึงจิตวิญญาณของวัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญอย่างถึงแก่น ซึ่งกระบวนการนี้ต้องใช้การบูรณาการศาสตร์และศิลป์เข้าด้วยกัน ผ่านผู้เชี่ยวชาญ และหน่วยงานภาครัฐเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบ

เมื่อผ่านกระบวนการต่างๆ จะได้สินค้าออกมาใน 3 รูปแบบคือ ผลิตภัณฑ์อาหาร (Food) ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหาร (Non Food) และโปรแกรมท่องเที่ยว (Tour Program) ที่สามารถขายได้จริง โดยการพัฒนาให้สินค้าเหล่านี้เป็นรูปธรรม สามารถสร้างรายได้จริงต้องอาศัยกระบวนการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนให้เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้ อาทิ ผลิตภัณฑ์อาหารจะมีกลุ่มชาวบ้านที่จะเข้ามาผลิตอาหารคือ ป้ามะลิ ป้าพิกุล และพี่สมาน โดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น คือมะตาด และกระเจียบที่ปลูกในชุมชนบริเวณวัด และครัวเรือน จากนั้นนำอาหารที่ผลิตจำหน่ายไปยังผู้บริโภคผ่านช่องทางต่างๆ เช่น นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในชุมชนเพื่อศึกษาวัฒนธรรมมอญ (โครงการที่ 4) โฮมสเตย์ ตลาดโก้งโค้ง หรือร้านค้าติดดาวในชุมชน ส่วนผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหาร (Non Food) มีกลุ่มที่จะเข้ามาดำเนินการคือ กลุ่มผู้สูงอายุ คนว่างงาน คนรับจ้างรายวันที่ต้องการรายได้เพิ่ม โดยมีผู้ใหญ่บ้านหมู่ 4 คุณยุพิน สุขประเสริฐ เป็นผู้นำกลุ่มที่รวบรวมชาวบ้านได้ประมาณ 20 คน จากนั้นนำผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้จำหน่ายยังผู้บริโภคผ่านช่องทางต่างๆ เช่น นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในชุมชนเพื่อศึกษาวัฒนธรรมมอญ (โครงการที่ 4) ร้านตำรับไทย ประชารัฐขอป บูรณารัณค้าร่วมกับพัฒนาชุมชน และร้านขายของฝาก ของที่ระลึก เป็นต้น ดังนั้นจากกลไกข้างต้น จึงสามารถออกแบบโครงการหลักและกิจกรรมย่อยได้ดังนี้

โครงการที่ 1 การศึกษาอัตลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญเพื่อหนุนเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว

โครงการที่ 2 การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของอาหารชาติพันธุ์มอญจากภูมิปัญญาท้องถิ่น

โครงการที่ 3 การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร (Non Food) ชาติพันธุ์มอญจากภูมิปัญญาท้องถิ่น

โครงการที่ 4 การบูรณาการอัตลักษณ์ชาติพันธุ์มอญสู่การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

โครงการที่ 5 การประเมินผลลัพธ์และผลกระทบของโครงการวิจัย กรณีศึกษา ชุมชนมอญบ้านเสากะโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.4 วิธีดำเนินการ

วิธีดำเนินการในการดำเนินโครงการวิจัยตามกรอบวิจัยข้างต้น สามารถแบ่งเป็นระยะต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ดังนี้

ระยะต้นน้ำ

การดำเนินการวิจัยระยะต้นน้ำ เป็นส่วนการศึกษาอัตลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรมร่วมของชาติพันธุ์มอญด้านต่างๆ 5 ด้าน ได้แก่ อาชีพ ประเพณีและความเชื่อ การละเล่นและที่อยู่อาศัย ภาษาและภูมินาม และอาหารและสมุนไพร (ดำเนินการโดยโครงการย่อยที่ 1) ด้วยการสืบค้นข้อมูลทั้งข้อมูลปฐมภูมิ (การลงพื้นที่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อย) และข้อมูลทุติยภูมิ (หนังสือ ตำรา เอกสารทางวิชาการ) จากนั้นจึงศึกษาเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของมอญเสากะโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีความโดดเด่นแตกต่างจากชุมชนมอญพื้นที่อื่น ด้วยการศึกษาบริบทของพื้นที่ชุมชน และลงพื้นที่ศึกษาชุมชนมอญอื่น เช่น

ชุมชนมอญราชบุรี ชุมชนมอญ 7 ร้ว จังหวัดสมุทรสาคร เป็นต้น จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากชุมชน ผู้เชี่ยวชาญชาติพันธุ์มอญ และนักวิชาการประวัติศาสตร์ เพื่อให้ได้อัตลักษณ์ชาติพันธุ์มอญ และเอกลักษณ์มอญกรุงศรีที่แท้จริงและถูกต้อง เพื่อส่งมอบข้อมูลดังกล่าวให้กับโครงการย่อยที่ 2-4 ในการนำอัตลักษณ์และเอกลักษณ์พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ในโครงการย่อยต่อไป (ผลิตภัณฑ์อาหาร ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหาร และเส้นทางการท่องเที่ยว) อีกทั้งข้อมูลเหล่านี้ จะถูกจัดทำเป็นชุดองค์ความรู้ที่จะส่งมอบให้กับหน่วยงานในพื้นที่ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโพ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สถาบันอยุธยาศึกษา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น

ระยะกลางน้ำ

การดำเนินการวิจัยระยะกลางน้ำ เป็นขั้นตอนดำเนินการโดย โครงการย่อยที่ 2-4 โดยนำอัตลักษณ์มอญ และเอกลักษณ์มอญกรุงศรี มาพัฒนาผ่านกระบวนการ User interface ซึ่งเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการร่วมกับผู้บริโภค เพื่อให้ผลิตภัณฑ์และบริการนั้นตรงกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง อีกทั้งยังออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นผ่านกระบวนการ Value Capture และ Value Creation ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ นอกจากจะได้ผลิตภัณฑ์แล้ว ในขั้นตอนนี้แต่ละโครงการย่อยยังต้องสร้างผู้ประกอบการในชุมชนให้เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์และบริการนั้นๆ ด้วยการถ่ายทอดองค์ความรู้ นวัตกรรมและเทคโนโลยีอันเป็นผลจากการวิจัย และต้องวางระบบกลไกให้เกิดขึ้นในกลุ่ม เพื่อให้กลุ่มผู้ประกอบการสามารถดำเนินการได้ด้วยตนเอง ซึ่งเป็นผลนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

ระยะปลายน้ำ

การทำงานในระยะปลายน้ำ คือการวิเคราะห์ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการ เป็นการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยบริหารจัดการ โครงการย่อย และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถสร้างช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการนั้น 2 ช่องทางคือ

(1) การนำนักท่องเที่ยวเข้ามายังชุมชน โดยช่องทางนี้เป็นการทำงานระหว่างโครงการย่อยผู้ประกอบการท่องเที่ยว (บริษัทดีดีส์ แอดเวนเจอร์ จำกัด และ ABT Journey จำกัด) และองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโพ ที่เป็นกลไกหลักในการออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยว สร้างเส้นทางการท่องเที่ยว อีกทั้งประสานงานกับชุมชนในการเตรียมพร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้อง เช่น ททท. หรือการท่องเที่ยวและกีฬาช่วยประชาสัมพันธ์เส้นทางเหล่านั้นสู่นักท่องเที่ยวอีกด้วย โดยการพานักท่องเที่ยวเข้ามายังชุมชนนี้ นอกจากจะสร้างรายได้จากการบริการท่องเที่ยว และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหาร ของฝาก ของที่ระลึกแล้ว ยังสร้างความภาคภูมิใจให้กับชุมชน ที่เห็นว่านักท่องเที่ยวชื่นชมในวัฒนธรรมของตนอีกด้วย

(2) การส่งผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายนอกชุมชน เป็นการที่นำผลิตภัณฑ์ทั้งอาหาร และไม่ใช่อาหารนั้นไปจำหน่ายผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เครือข่ายมอญที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี หรือผ่านภาคีเครือข่ายที่หน่วยบริหารจัดการได้ประสานงานเพื่อจัดจำหน่ายสินค้า เช่น บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (วิสาหกิจชุมชน) จำกัด หรือตลาดโก้งโค้ง (บ้านแสงโสม) เป็นต้น

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ชุมชนมอญบ้านเสากระโดง ตำบลขนอนหลวง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.5.2 ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย

1.4.2.1 ชาวชุมชนมอญที่ครอบคลุมพื้นที่หมู่ 4 และหมู่ 5 มีจำนวนครัวเรือนประมาณ 60 ครัวเรือน

1.4.2.2 หน่วยงานภาครัฐที่เข้ามาเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ในการขับเคลื่อนกลไกห่วงโซ่คุณค่าใหม่ เช่น เช่น สถาบันอยุธยาศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา วัฒนธรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานพระนครศรีอยุธยา ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พัฒนาชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโพ เป็นต้น

1.4.2.3 หน่วยงานภาคเอกชนที่เข้ามาเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ในการขับเคลื่อนกลไกห่วงโซ่คุณค่าใหม่ เช่น ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ โรงแรม ท่องเที่ยว/ ร้านขายของฝากของที่ระลึก/ ประชารัฐและร้านค้าในชุมชน

1.6 ระยะเวลาการดำเนินงาน และแผนการดำเนินงานวิจัยตลอดโครงการวิจัย

กิจกรรม	ผู้ปฏิบัติ	เดือน																ผลที่คาดว่าจะได้รับ
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
1. ดำเนินการส่วนต้นน้ำเพื่อสกัดโจทย์วิจัยที่แท้จริง 1.1 ศึกษาข้อมูลเชิงบริบทของพื้นที่ทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิ 1.2 ลงสำรวจพื้นที่ชุมชนชาติพันธุ์ต่างๆ 8 ชาติพันธุ์ 9 ชุมชน 1.3 ประสานงานติดต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่จะเข้ามาเป็น Stakeholders	หน่วยบริหารจัดการกลางของมหาวิทยาลัย	x	x	x														1. ข้อมูลเชิงบริบทของพื้นที่เพื่อเลือกเป้าหมาย 2. Network Value Chain ที่มี Stakeholders ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนกลไกห่วงโซ่คุณค่าใหม่
2. ลงพื้นที่สำรวจชุมชนเป้าหมายร่วมกับทีมคณะผู้วิจัย เพื่อหาทุนเดิมของชุมชนทั้งทางด้านสังคมวัฒนธรรม พื้นที่ และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อจัดทำกรอบการวิจัยให้ได้ซึ่งโครงการย่อยต่างๆ	หน่วยบริหารจัดการกลางของมหาวิทยาลัย + ทีมวิจัยจากทุกโครงการ				x													1. ข้อมูลเชิงบริบทพื้นที่ของชุมชนเป้าหมาย (ชุมชนมอญบ้านเสากระโดง) 2. กรอบวิจัยของโครงการ 3. โครงการย่อย 5 โครงการ
3. ศึกษาอัตลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญ	โครงการวิจัยที่ 1					x	x	x										1. DNA มอญกรุงศรีที่แท้จริงและถูกต้อง

กิจกรรม	ผู้ปฏิบัติ	เดือน																ผลที่คาดว่าจะได้รับ
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
เพื่อให้ได้ DNA มอญกรุงศรี ที่แท้จริง 3.1 ด้านภูมิปัญญาอาหาร และสมุนไพร 3.2 ด้านอาชีพ 3.3 ด้านประเพณีและความ เชื่อ 3.4 ดานที่อยู่อาศัยและ การเล่น 3.5 ด้านภาษาและภูมินาม																		2. สื่อสร้างสรรค์คุณค่า วัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญ 3. กลุ่มชุมชนคนรักมอญ บ้านเสากระโดง
4. สร้างคุณค่าและ มูลค่าเพิ่มของอาหารชาติ พันธุ์มอญจากภูมิปัญญา ท้องถิ่น 4.1 การศึกษาและวิเคราะห์ คุณค่าอัตลักษณ์วัฒนธรรม อาหารชาติพันธุ์มอญ 4.2 การสื่อสารอัตลักษณ์ ชาติพันธุ์มอญผ่านสำหรับ อาหารและผลิตภัณฑ์อาหาร 4.3 การออกแบบบรรจุ ภัณฑ์โดยใช้อัตลักษณ์ อาหารชาติพันธุ์มอญ 4.4 การคืนข้อมูลแก่ผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	โครงการวิจัยที่ 2					x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			1. สรรบอาหารและ ผลิตภัณฑ์อาหารมอญ 2. ผู้ประกอบการอาหาร ชาติพันธุ์มอญ 3. ความภาคภูมิใจใน อาหารชาติพันธุ์มอญ
5. การสร้างคุณค่าและ มูลค่าเพิ่มของสินค้าที่ไม่ใช่ อาหาร (Non-Food) ชาติ พันธุ์มอญ จากภูมิปัญญา ท้องถิ่น 5.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจของสินค้าที่ไม่ใช่ อาหาร (Non-Food) ชาติ พันธุ์มอญของผู้บริโภค 5.2 การศึกษาภูมิปัญญา ลวดลายวัฒนธรรมมอญสู่ การออกแบบผลิตภัณฑ์พัสด ตราภรณ์ให้แก่ ผู้ประกอบการชุมชนมอญ บ้านเสากระโดง 5.3 การออกแบบของที่ ระลึกทางการท่องเที่ยวจาก ภูมิปัญญา วัฒนธรรมชาติ พันธุ์มอญ 5.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์	โครงการวิจัยที่ 3					x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			1. ผลิตภัณฑ์ของฝาก/ ของที่ระลึกชาติพันธุ์มอญ อย่างน้อย 3 ชิ้น 2. ผู้ประกอบการของ ฝาก/ ของที่ระลึกชาติ พันธุ์มอญ

กิจกรรม	ผู้ปฏิบัติ	เดือน																ผลที่คาดว่าจะได้รับ
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
ธรรมชาติจากพืชท้องถิ่น ชุมชนมอญ																		
6. การบูรณาการอัตลักษณ์ ชาติพันธุ์มอญสู่การ ออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม 6.1 ศึกษาศักยภาพแหล่ง ท่องเที่ยวและพฤติกรรม นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชาติพันธุ์มอญ 6.2 การบูรณาการอัตลักษณ์ ชาติพันธุ์มอญสู่การ ออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	โครงการวิจัยที่ 4					x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			1. ระบบกลไกการ ขับเคลื่อนการท่องเที่ยว คุณค่าวัฒนธรรมมอญ 2. กิจกรรมและเส้นทาง การท่องเที่ยววัฒนธรรม ชาติพันธุ์มอญที่เหมาะสม กับพื้นที่และความ ต้องการของนักท่องเที่ยว 3. ผู้ประกอบการใหม่ด้าน การท่องเที่ยว คุณค่า วัฒนธรรมมอญ
7. การประเมินผลลัพธ์และ ผลกระทบของโครงการวิจัย กรณีศึกษา ชุมชนมอญบ้าน เสากระโดง อำเภอบางปะ อิน จังหวัด พระนครศรีอยุธยา 7.1 ศึกษาสภาพทั่วไปของ ชุมชนมอญบ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัด พระนครศรีอยุธยา 7.2 พัฒนากลไก และถอด บทเรียนการขับเคลื่อนห่วง โซ่คุณค่าใหม่ 7.3 ศึกษาประเมินผลลัพธ์ และผลกระทบของ โครงการวิจัย กรณีศึกษา ชุมชนมอญบ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	หน่วยบริหาร จัดการกลาง ของ มหาวิทยาลัย + โครงการวิจัยที่ 5					x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	1. ได้ระบบกลไกการ ขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่า ใหม่ และถอดบทเรียน เพื่อเรียนรู้ร่วมกันระหว่าง มหาวิทยาลัย นักวิจัย ชุมชน รวมทั้งหน่วยงาน ภาครัฐและเอกชนที่ เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน 2. ได้ทราบผลการ ประเมินผลลัพธ์และ ผลกระทบของ โครงการวิจัยทั้งทาง เศรษฐกิจ และสังคม
8. ทดลองตลาดเพื่อ ยกระดับกลไกการขับเคลื่อน ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ทั้งระบบ	หน่วยบริหาร จัดการกลาง ของ มหาวิทยาลัย + โครงการวิจัยที่ 1 + โครงการวิจัยที่ 5															x	x	1. กลไกการขับเคลื่อน ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ทั้งระบบ

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.7.1 ได้กลไกการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มผลิตภัณฑ์เป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรม
- 1.7.2 ได้ระบบการบริหารจัดการโปรแกรมการวิจัยที่มีผลกระทบสูงของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิบนความร่วมมือกับเครือข่าย และภาคีที่เกี่ยวข้อง ที่มีประสิทธิภาพ สามารถสนับสนุนการดำเนินงานของนักวิจัยให้เสร็จตามแผนที่กำหนด
- 1.7.3 ได้นวัตกรรม เทคโนโลยี และองค์ความรู้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอัตลักษณ์ชาติพันธุ์มอญบ้านเสากระโดง
- 1.7.4 รูปแบบการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้อัตลักษณ์ วัฒนธรรม หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน
- 1.7.5 ได้นักวิจัยรุ่นใหม่ที่มีความรู้ความเข้าใจ และทักษะการดำเนินงานวิจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อป สามารถสร้างความร่วมมือกับผู้ประกอบการโอท็อป หน่วยงานราชการ และเครือข่ายภาคีที่เกี่ยวข้อง

1.8 แนวทางในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

- 1.8.1 ถ่ายทอดนวัตกรรมเชิงคุณค่า รูปแบบการท่องเที่ยวสู่ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- 1.8.2 ผลักดันผลิตภัณฑ์สู่ตลาดห่วงโซ่คุณค่าใหม่ที่มีมูลค่าสูงขึ้นภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรม
- 1.8.3 เผยแพร่ในการประชุมวิชาการ และวารสารวิชาการ ทั้งระดับชาติและนานาชาติ และร่วมจัดนิทรรศการกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 2 ทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้อง

2.1 ชชาติพันธุ์มอญ

มอญ มีอารยธรรมสืบเนื่องยาวนานในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แม้ในปัจจุบันชนชาติมอญจะไม่มีประเทศปกครองตนเอง แต่ยังพบว่าวัฒนธรรม ประเพณีของชาติต่างๆ ในภูมิภาคนี้ ล้วนได้รับอิทธิพลมอญทั้งด้านภาษา ศาสนา สถาปัตยกรรม นาฏศิลป์ ดนตรี ความเชื่อและประเพณีต่างๆ แทรกซึมอยู่ในวิถีชีวิตประจำวัน เดิมทีพื้นที่ตั้งของอาณาจักรมอญนั้น สามารถแยกออกเป็น 2 พื้นที่ คือ มอญในดินแดนไทย และ มอญในดินแดนพม่า จากการศึกษาเท่าที่มีหลักฐาน พบว่าการตั้งอาณาจักรในอดีตนั้นมิได้แยกออกจากกันโดยชัดเจน มีพื้นที่ซ้อนทับกันล้นไหลไปตามศูนย์กลางของอำนาจ บางครั้งขยายใหญ่กินพื้นที่กว้างครอบคลุมเมืองเล็กเมืองน้อย บางครั้งสืบลี้ก เมื่อเมืองเล็กเมืองน้อยตั้งตนเป็นอิสระ หรือเปลี่ยนแปลงตนเองเข้าหาหัวอำนาจอื่น เป็นไปตามความสามารถของผู้นำอาณาจักร สภาวะเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในขณะนั้น

มอญในดินแดนไทยนั้นอยู่ในข้อสันนิษฐานข้างต้น กล่าวคือเป็นการแผ่อำนาจการปกครองของมอญจากดินแดนพม่า ศิลปวัฒนธรรมและการเมืองมอญจึงอิทธิพลต่อประชากรในดินแดนส่วนที่เป็นประเทศไทยปัจจุบัน โดยที่ประชากรในพื้นที่นี้ยังเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ดั้งเดิม ได้แก่ มอญ ไทย (สยาม) คนพื้นเมือง เป็นหลัก นอกนั้นเป็นชาวต่างชาติ เช่น จีน อินเดีย ซึ่งเข้ามาติดต่อกำขาย และเผยแผ่ศาสนา เป็นต้น และต่างยอมรับในวัฒนธรรมมอญที่เป็นวัฒนธรรมสูงกว่า ในด้านศาสนา ตัวอักษร และวัฒนธรรม ผู้นำอาณาจักรอาจเป็นชาติพันธุ์มอญ หรืออาจเป็นชาติพันธุ์พื้นเมืองที่ผู้นำอาณาจักรมอญในดินแดนพม่า (มอญ) แต่งตั้งให้ปกครองกันเอง ในช่วงปี พ.ศ. 1966 - 2082 อาณาจักรมอญทั้งหมดสามารถรวมเป็นปึกแผ่นได้เป็นครั้งแรก เป็นยุคแห่งความสงบและรุ่งเรืองทางวัฒนธรรมและการค้าขาย กล่าวได้ว่าเป็นยุคทองของมอญ มีกษัตริย์ปกครองรวม 8 องค์ เนื่องจากในระยะนั้นพม่าตกอยู่ในภาวะสงครามภายใน ทำการสู้รบกันเอง จึงมิได้มารบกวนมอญ เป็นโอกาสให้มอญสามารถทะนุบำรุงประเทศอย่างเต็มที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจการในพุทธศาสนา แต่ใน ปี พ.ศ. 2082 มอญในยุคหงสาวดีสิ้นสุดลงเพราะถูกพระเจ้าตะเบ็งชเวตี้ แห่งราชวงศ์ตองอูรุกราน และรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของอาณาจักรพม่า จากนั้นก็รับอารยธรรมต่างๆ ของมอญมาใช้ในราชสำนักพม่า อีกทั้งให้ชาวมอญเข้ารับราชการในตำแหน่งหน้าที่สำคัญๆ ของกองทัพ รวมทั้งย้ายราชธานีมาอยู่ที่กรุงหงสาวดี

ต่อมาในรัชสมัยพระเจ้าบุเรงนอง พระองค์มีความต้องการที่จะสร้างจักรวรรดิพม่าให้ยิ่งใหญ่ ทำให้ต้องเกณฑ์ชาวมอญเข้าในกองทัพเป็นจำนวนมาก ทำให้ขาดแรงงาน จนเกิดภาวะข้าวยากหมากแพง พวกมอญจึงได้ก่อการกบฏขึ้นแต่ก็ถูกปราบอย่างรุนแรง กษัตริย์พม่าองค์ต่อๆ มา ก็ปกครองมอญอย่างกดขี่ บีบคั้นในเรื่องภาษีและการเกณฑ์แรงงาน ทั้งในยามสงบและยามสงคราม เป็นเหตุให้มอญก่อการกบฏอยู่เนืองๆ และเมื่อถูกพม่าปราบหนักเข้า จึงพากันอพยพเข้าสู่ไทยเพื่อเข้าพึ่งพระบรมโพธิสมภารในแผ่นดินไทยหลายครั้ง ชาวมอญที่อพยพเข้ามานั้นล้วนเป็นที่ความต้องการของพระมหากษัตริย์ไทย เพราะโดยปกติสงครามในสมัยก่อน

เป็นสงครามกวาดต้อนผู้คน เมื่ออาณาจักรใดมีพลเมืองมาก ก็ย่อมมีแรงงานทำเกษตรกรรมและเป็นการกำลังป้องกันประเทศจากการรุกรานของข้าศึกได้ดี

2.1.1 การอพยพของชาวมอญเข้าสู่ประเทศไทย

ชาวมอญในที่นี้ หมายถึงชาวมอญที่มีถิ่นอาศัยอยู่ในเมืองมอญ คือพม่าตอนใต้ในปัจจุบัน และอพยพจากถิ่นเดิมเข้ามายังแผ่นดินไทย เพราะถูกรุกรานจากอาณาจักรข้างเคียง ภาวะสงครามและการถูกกดขี่ข่มเหง ล้วนเป็นปัจจัยผลักดันให้ชาวมอญที่ได้รับความเดือดร้อน พากันอพยพครอบครัวหนีไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ล้านนา เขมร เวียดนามลาว และไทย

ในการอพยพเข้าสู่ไทย มีหลักฐานกล่าวถึงเป็นครั้งแรกใน พ.ศ. 2082 เมื่อพระเจ้าตะเบงชเวตี้ทำสงครามชนะ มีอำนาจเหนืออาณาจักรหงสาวดี ชาวมอญจำนวนมากพากันอพยพหลบหนีเข้ามายังพระราชอาณาจักรไทย และมีการอพยพเข้ามาอย่างต่อเนื่องอีกหลายครั้ง จนถึง พ.ศ. 2367 ถือเป็นการอพยพเข้ามาอย่างเป็นทางการครั้งสุดท้าย เนื่องจากอังกฤษเริ่มทำสงครามกับพม่า อังกฤษเข้ายึดครองบริเวณที่เป็นเมืองเก่าของมอญ และผนวกเข้าเป็นจังหวัดหนึ่งของอินเดีย การอพยพครั้งสำคัญของชาวมอญเข้ามาตั้งหลักแหล่งในไทยมี 9 ครั้ง ดังนี้

การอพยพครั้งที่ 1 (สมัยสมเด็จพระชัยราชาธิราช พ.ศ. 2082)

เมื่อพระเจ้าตะเบงชเวตี้ทำสงครามชนะ มีอำนาจเหนืออาณาจักรหงสาวดี ชาวมอญจำนวนมากพากันอพยพหลบหนีเข้ามายังพระราชอาณาจักรไทย พระมหากษัตริย์ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ชาวมอญกลุ่มนี้ตั้งบ้านเรือนอยู่แถบชานพระนครกรุงศรีอยุธยา

การอพยพครั้งที่ 2 (สมัยสมเด็จพระมหาธรรมราชา พ.ศ. 2127)

สืบเนื่องจากเมื่อครั้งที่สมเด็จพระนเรศวรทรงประกาศอิสรภาพที่เมืองแครง นายทหารมอญคือพระยาเกียรติ พระยาราม และพระมหาเถรคันฉ่องได้เข้ามาสวามิภักดิ์สมเด็จพระนเรศวร หลังจากนั้นสมเด็จพระนเรศวรจึงชักชวนพระยาเกียรติพระยาราม และพระมหาเถรคันฉ่องเข้ามาไทย อีกทั้งชาวเมืองแครงและชาวมอญในเมืองรายทางที่เกลียดชังพม่าเพราะถูกกดขี่มานานจึงอพยพตามเสด็จสมเด็จพระนเรศวรมหาราชเข้ามาเป็นจำนวนมาก

การอพยพครั้งที่ 3 (สมัยสมเด็จพระนเรศวร พ.ศ. 2136)

สาเหตุเกิดจากความเดือดร้อนที่ชาวมอญได้รับจากภาวะสงคราม เนื่องจากพม่าสมัยพระเจ้านันทบุเรงพยายามยกทัพเข้ามาปราบปรามเอาชนะไทยหลายครั้งแต่พ่ายแพ้กลับไปทุกครั้ง ทำให้ต้องเกณฑ์พลเมืองเข้ากองทัพเพื่อทำนาและเป็นทหาร ซึ่งชาวมอญเป็นพวกที่เดือดร้อนที่สุดเนื่องจากอยู่ตรงแดนต่อระหว่างไทยกับพม่า ชาวมอญจึงพากันอพยพหนีพม่าเข้ามายังพระราชอาณาจักรไทย

การอพยพครั้งที่ 4 (สมัยสมเด็จพระเจ้าปราสาททอง พ.ศ. 2175)

สาเหตุเกิดจากชาวมอญถือโอกาสที่พม่าพลัดแผ่นดินจึงก่อกบฏขึ้น แต่ไม่ประสบความสำเร็จถูกพม่าจับประหารชีวิตเป็นจำนวนมาก ชาวมอญจึงพากันอพยพเข้ามายังพระราชอาณาจักรไทย

การอพยพครั้งที่ 5 (สมัยสมเด็จพระนารายณ์ พ.ศ. 2203)

สาเหตุเกิดจากกองทัพจีนฮ่อซึ่งยึดบัลลังก์จากจักรพรรดิยู่ลี่ของจีนได้ จักรพรรดิยู่ลี่หนีมาอาศัยอยู่ในดินแดนพม่า กองทัพฮ่อไม่พอใจจึงตามเข้ามาโจมตีพม่า พม่าจึงเกณฑ์ชาวมอญขึ้นไปช่วยรักษาเมืองอังวะ แต่ชาวมอญพากันหนีทัพ พม่าจึงยกกองทัพมาปราบจับชาวมอญฆ่าเผาไฟอย่างโหดเหี้ยม ชาวมอญได้อพยพหนีเข้ามายังพระราชอาณาจักรไทย รวม 10,000 คน

การอพยพครั้งที่ 6 (สมัยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศ พ.ศ. 2290)

สาเหตุเกิดจากความอ่อนแอของพม่าปลายราชวงศ์ตองอู ขณะที่พม่าต้องประสบภาวะสงครามจีนฮ่อและไทย มอญก็ถือโอกาสรวบรวมกำลังและประกาศอิสรภาพใน พ.ศ. 2283 ภายใต้การนำของสมิงทอพุทธเกษ หลังจากตั้งมั่นที่หงสาวดีได้แล้ว มอญคิดจะขยายอาณาเขตออกไปทางเหนือ เพื่อทำลายล้างอาณาจักรพม่าที่อังวะซึ่งกำลังอ่อนแอให้ราบคาบ แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ มอญจึงเริ่มอพยพเข้ามายังพระราชอาณาจักรไทย และอพยพติดตามมาเป็นระลอกย่อยๆ หลายครั้งเมื่อกองทัพพม่าตีได้กลับมาและปราบปรามอย่างหนัก

การอพยพครั้งที่ 7 (สมัยสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี พ.ศ. 2317)

สาเหตุเกิดจากพม่าสมัยราชวงศ์อลองพญาได้เกณฑ์แรงงานมอญเข้ากองทัพเพื่อเตรียมเส้นทางเตรียมยกทัพเข้าโจมตีไทย มีพระยาเจ่ง เจ้าเมืองเตรินเป็นหัวหน้า ทหารมอญอีกส่วนหนึ่งถูกเกณฑ์เข้าเป็นทหารประจำกองทัพ แต่พากันหนีทัพ พม่าจึงจับครอบครัวทหารมอญไปเป็นตัวประกัน และพลอยจับเอาครอบครัวของทหารที่สร้างทางไปด้วย เมื่อทหารเหล่านั้นทราบเข้าจึงไม่พอใจเป็นอย่างมาก ก่อกบฏขึ้นรุกรตเอาเมืองคืนจากพม่า แต่ยกทัพขึ้นไปได้เพียงเมืองย่างกุ้ง (ตะเกิง) พม่าส่งกองทัพมาปราบ พวกมอญสู้ไม่ได้และอพยพเข้ายังพระราชอาณาจักรไทยจำนวนหลายพันคน

การอพยพครั้งที่ 8 (สมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย พ.ศ. 2358)

สาเหตุเกิดจากพระเจ้าปดุงของพม่า ต้องการสร้างพระเจดีย์มุนีให้เป็นเจดีย์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก จึงได้เกณฑ์แรงงานเป็นจำนวนมาก ชาวมอญได้รับความเดือดร้อนสาหัส เพราะไม่มีเวลาทำมาหากิน ถูกริตไถเอาไรต์เอาเปรียบจากเจ้าหน้าที่พม่าที่ฉ้อราษฎร์บังหลวง ชาวมอญจึงพากันอพยพเข้าไทย จำนวนกว่า 40,000 คนเศษ โดยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยโปรดเกล้าฯ ให้พระเจ้าลูกยาเธอเจ้าฟ้ามงกุฎ ไปรับครัวมอญทางด้านเจดีย์สามองค์

การอพยพครั้งที่ 9 (สมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว พ.ศ. 2367)

สาเหตุเกิดจากเจ้าพระยามหาโยธา (เจ่ง) ขอพระราชทานพระบรมราชานุญาตจัดกองทัพออกไปรับครอบครัวมอญที่เป็นญาติพี่น้องจากเมืองมอญ เนื่องจากขณะนั้นพม่ากำลังรบพุ่งอยู่กับอังกฤษ ซึ่งพื้นที่บางส่วนตกเป็นของอังกฤษแล้ว เจ้าพระยามหาโยธา (เจ่ง) เกรงว่าญาติพี่น้องของตนจะเกิดอันตราย ซึ่งการอพยพครั้งนั้นมีจำนวนชาวมอญเข้ามายังพระราชอาณาจักรไทยไม่มากนัก และเป็นการอพยพครั้งสุดท้ายก่อนพม่าตกเป็นของอังกฤษ

ชาวมอญที่อพยพมายังประเทศไทยได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระมหากษัตริย์ไทยในทุกยุคทุก เพราะนอกจากจะเป็นการเพิ่มแรงงานการผลิตในภาคเกษตรกรรมแล้ว ยังเป็นกำลังสำคัญในการป้องกันและสร้างอาณาจักรไทยให้เข้มแข็ง ทางชาวไทยจะจัดเตรียมกองทัพพร้อมเสบียงอาหารออกไปรับชาวมอญอพยพ เมื่อชาวมอญเข้ามาอยู่ภายใต้พระบรมโพธิสมภารแล้ว พระมหากษัตริย์ไทยจะพระราชทานที่ดิน อุปกรณ์ก่อสร้างและจัดสถานที่ให้ปลูกบ้านเรือนอยู่อาศัย โดยมากเป็นย่านริมแม่น้ำและใกล้พระนครหรือชานพระนคร เนื่องจากสะดวกต่อการสัญจร และมีความอุดมสมบูรณ์ในการดำรงชีวิต ส่วนหัวหน้าชาวมอญที่นำครอบครัวมอญเข้ามา ก็มักได้รับพระราชทานรางวัล ตำแหน่งบรรดาศักดิ์ตามที่ได้รับเมื่อครั้งอยู่ในเมืองมอญ ตั้งตำแหน่งหัวหน้าให้ดูแลปกครองกันเอง และให้สิทธิในการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา และการประกอบอาชีพโดยอิสระ

2.1.2 ชุมชนมอญในประเทศไทย

ชาวมอญได้อพยพมาพำนักอยู่ประเทศไทยตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา ในสมัยสมเด็จพระนเรศวรมหาราช พระยาเกียรติและพระยารามขุนนางมอญที่มีความดีความชอบในราชการและกลุ่มญาติพี่น้องได้รับพระราชทานที่ดินตั้งบ้านเรือน ณ บ้านขมิ้น ซึ่งได้แก่บริเวณวัดขุนแสนในปัจจุบัน มอญในรัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์ ทั้งกลุ่มชาวมอญเก่าที่อยู่มาแต่เดิมและกลุ่มชาวมอญใหม่ได้รับพระราชทานที่ดินให้ตั้งชุมชนอยู่ชานกรุงศรีอยุธยาบริเวณวัดตองปุและคลองคูจาม

ในปัจจุบันแม้จะไม่มีชุมชนของผู้สืบเชื้อสายมอญภายในกรุงศรีอยุธยาอยู่ในบริเวณที่กล่าวถึงในประวัติศาสตร์ แต่ก็ยังมีชุมชนมอญและกลุ่มวัฒนธรรมมอญกระจายอยู่บริเวณริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาจากพระนครศรีอยุธยาลงมาจนถึงกรุงเทพฯหลายชุมชน ชาวมอญได้ตั้งบ้านเรือนอยู่ทั่วไปตามที่ราบลุ่มริมแม่น้ำภาคกลาง ได้แก่ ลพบุรี สระบุรี อยุธยา นครปฐม กาญจนบุรีราชบุรี สุพรรณบุรี อ่างทอง นครนายก ปทุมธานี นนทบุรี สมุทรสงคราม สมุทรปราการ สมุทรสาคร กรุงเทพฯ ฉะเชิงเทรา เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และบางส่วนของภาคอีสานได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง ตาก กำแพงเพชร นครสวรรค์ อุทัยธานี ทางภาคอีสาน ได้แก่ นครราชสีมา มีบ้างเล็กน้อยที่อพยพลงใต้ อย่าง ชุมพร สุราษฎร์ธานี โดยมากเป็นแหล่งที่พระเจ้าแผ่นดินโปรดเกล้าฯ พระราชทานที่ดินทำกินให้แก่แรกอพยพเข้ามา

ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีชุมชนมอญที่อาศัยอยู่อย่างยาวนาน คือชุมชนมอญบ้านเสากระโดง แต่ไม่ปรากฏหลักฐานทางประวัติศาสตร์ว่าอพยพเข้ามาในสมัยใด แต่จากคำบอกเล่าของผู้อาวุโสภายในหมู่บ้าน และจากโบราณสถานที่อยู่ภายในวัดทองบ่อ คือ เจดีย์โบราณย่อ 12 มุม ทำให้สันนิษฐานได้ว่า ชาวมอญน่าจะอพยพเข้ามาในช่วงสมัยอยุธยาตอนปลาย ถึงกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น

2.2 ชุมชนมอญบ้านเสากระโดง

ชุมชนมอญบ้านเสากระโดงตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 4 และหมู่ที่ 5 ตำบลขนอนหลวง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา จากหลักฐานโบราณสถาน และคำบอกเล่าของบรรพบุรุษที่สืบทอดกันมาคาดว่า ชาวมอญกลุ่มนี้อพยพมาจากหงสาวดี โดยเข้ามาทางจังหวัดเชียงใหม่ แล้วเดินทางเข้าโดยเกวียนมาก่อตั้งหมู่บ้านในช่วงสมัยอยุธยาตอนปลาย ถึงกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น ส่วนชื่อเรียกหมู่บ้านนี้ว่าเสากระโดง

นั้น มาจากบริเวณที่ตั้งหมู่บ้านในอดีตเป็นด้านขนอน (ด้านเก็บภาษีอากรในสมัยกรุงศรีอยุธยา) มีคำบอกเล่าว่า ในสมัยกรุงศรีอยุธยา มีการใช้เรือสำเภาในการขนส่งสินค้าและเดินทาง ต่อมาเกิดเหตุอัปปางลงเรือพร้อม เสากระโดงลอยมาติดอยู่แถวหมู่บ้านนี้ จนทำให้ผู้คนที่ผ่านมาเรียกหมู่บ้านว่าหมู่บ้านเสากระโดง ในปัจจุบัน เสากระโดงได้เก็บรักษาไว้ในบริเวณวัดทองบ่อ เพื่อสัญลักษณ์ของหมู่บ้านเสากระโดง (รูปที่ 5) เดิมทีชาวมอญ ในชุมชนนี้มีอาชีพค้าขายทางเรือ โดยล่องเรือเล่นไปไปตามแม่น้ำเจ้าพระยา ผ่านอ่างทอง สิงห์บุรี ชัยนาท ลพบุรี และปากน้ำโพเข้าไปยังแม่น้ำป่าสักถึงเพชรบูรณ์ สินค้าที่ขายเป็นหลักคือ ตับจาก รองลงมาคือเกลือ เนื่องจากในสมัยนั้นการสร้างบ้านนิยมใช้ตับจากในการมุงหลังคา



รูปที่ 5 เสากระโดงเรือสำเภาที่ถูกเก็บรักษาไว้ ณ วัดทองบ่อ

วัดทองบ่อกลายเป็นแหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรม เมื่อพระครูอาทรพิพัฒนโกศล หรือพระอาจารย์สุทัศน์ ธรรมอุบล เจ้าอาวาส ได้เริ่มก่อตั้งพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านวัดทองบ่อ และศูนย์ศึกษาชุมชนมอญขึ้นที่ศาลาการเปรียญหลังเก่าที่มีอายุมากกว่า 300 ปี ภายในมีการจัดแสดงพระพุทธรูปศิลปะมอญโบราณ พระพุทธรูปหยกอายุ 2,000 ปี ภาพวาดกษัตริย์มอญ สมุดข่อยโบราณที่จารึกบทสวดมนต์ภาษามอญ และคัมภีร์งาช้างจารอักษรภาษามอญโบราณซึ่งเป็นสิ่งที่พระมอญนำติดตัวมาในช่วงอพยพ เป็นต้น นอกจากนี้วัดทองบ่อยังได้อนุรักษ์ฟื้นฟูประเพณีมอญ เช่น ประเพณีสงกรานต์ การแห่ธงตะขาบ การตักบาตรน้ำผึ้ง การละเล่น เช่น มอญซ่อนผ้า และการส่งเสริมให้เยาวชนได้แต่งกายแบบชาวมอญ ในโอกาสงานสำคัญต่างๆ (รูปที่ 6) ส่วนประเพณีทางศาสนาที่ยังปรากฏให้เห็นอยู่บ้างคือ งานศพเจ้าอาวาส ที่มีพิธีกรรมเต็มรูปแบบ และการสวดพระอภิธรรมที่ยังเป็นภาษามอญ



รูปที่ 6 ประเพณีชาวมอญที่ยังคงสืบทอดกันมา ณ ชุมชนมอญบ้านเสากระโดง

2.3 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย, 2554)

คำว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” กำหนดขึ้นมาอย่างชัดเจนในการประชุมสภาการโบราณสถานระหว่างประเทศ (International Council on Monuments and Sites: ICOMOS) ที่เมืองออกซ์ฟอร์ด ใน พ.ศ. 2512 หรือ ค.ศ. 1969 (Moulin: 1989, cited in Koster, 1996: 231) ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา นักวิชาการได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้อย่างหลากหลาย อย่างไรก็ตามความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่างๆ ล้วนมีจุดมุ่งเน้นในทำนองเดียวกันคือ “เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับแรงดลใจหรือสิ่งกระตุ้นให้เดินทางไปยังจุดหมายปลายทางเพื่อสังเกตเรียนรู้ มีประสบการณ์ร่วม และตระหนักคุณค่าวัฒนธรรมของชุมชนในจุดหมายปลายทางนั้น ซึ่งครอบคลุมถึงงานสร้างสรรค์ ประเพณี ขนบธรรมเนียม และกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนจุดหมายปลายทาง ทั้งนี้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนต้องเคารพเรียนรู้ และเข้าใจวัฒนธรรมของกันและกันเพื่อให้เกิดมิตรภาพและสันติภาพระหว่างชุมชนอย่างยั่งยืน”

จากการที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมของชุมชน จึงมีผลให้มรดกทางวัฒนธรรมทั้งหมดของชุมชนใดชุมชนหนึ่งกลายเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ในมุมมองของนักท่องเที่ยว วัฒนธรรมเกี่ยวข้องกับ “กลุ่มคนในชุมชน” และ “ลักษณะทางสังคมเฉพาะกลุ่ม” ได้แก่ พฤติกรรมทางสังคม ธรรมเนียมปฏิบัติ และวิถีการดำเนินชีวิตในแต่ละวันซึ่งมีอัตลักษณ์ที่แตกต่างจากชุมชนอื่น ไม่ว่าอัตลักษณ์นั้นเป็นของดั้งเดิม หรือเป็นอัตลักษณ์ที่ปรับเปลี่ยนไปตามการเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรม (UNESCO, 2006: 18) มรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวจึงมีความหลากหลายเป็นทั้งสิ่งที่จับต้องได้ เช่น สถานที่สำคัญทางศาสนาและประวัติศาสตร์ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ฯลฯ และสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น ค่านิยม วิถีการดำเนินชีวิต ฯลฯ นอกจากนี้ เป็นทั้งของดั้งเดิม เช่น งานแสดงพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น ฯลฯ

หรือ ของร่วมสมัยอย่างเช่น ศิลปะร่วมสมัย อาหารผสมผสาน ฯลฯ วัฒนธรรมจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการขยายตัวของการท่องเที่ยวนานาชาติหรือจากภูมิภาคหนึ่งไปยังภูมิภาคอื่นๆ ทั่วโลกอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง

2.3.1. ความจำเป็นในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นที่นิยมและเติบโตอย่างรวดเร็ว ประกอบกับอิทธิพลของโลกาภิวัตน์ มีผลให้นักท่องเที่ยวนานาชาติมีค่านิยมและพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปคือ ต้องการเรียนรู้ความดั้งเดิม (Indigenouslyness) หรือความเป็นของแท้ (Authenticity) ของชุมชนท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น ประเทศต่างๆ ทั้งประเทศที่พัฒนาแล้วและกำลังพัฒนาจึงใช้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นกลไกสำคัญหนึ่งในกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในทวีปยุโรป การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวยุโรป เพราะวัฒนธรรมของประเทศต่างๆ

ในยุโรปเป็นสิ่งจูงใจที่สำคัญที่สุดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกภูมิภาค ซึ่งนารายได้มหาศาลให้กับประเทศต่างๆ ในทวีป (Smith, 2009: 39–43) ประเทศออสเตรเลียเป็นอีกหนึ่ง ตัวอย่างที่ได้รับประโยชน์อย่างมากจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวออสเตรเลียและชาวต่างชาติจำนวนมากที่ท่องเที่ยวเพื่อชื่นชม เรียนรู้ และร่วมมีประสบการณ์ทางวัฒนธรรม ด้วยเหตุนี้สถาบันวิจัยการท่องเที่ยวแห่งออสเตรเลีย (Tourism Research Australia: TRA) จึงกำหนดให้สมบัติทางวัฒนธรรมของประเทศเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวหลักสำหรับการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศ (Domestic Tourism) และระหว่างประเทศ (International Tourism) ดังเห็นได้จากรัฐนิวเซาท์เวลส์ ซึ่งเป็นรัฐหนึ่งที่เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียและชาวต่างชาติ ได้กำหนดให้การพัฒนาการตลาดทางวัฒนธรรมเป็นเป้าประสงค์ของแผนแม่บทการท่องเที่ยว 2020 (Cooperative Research Centre, 2008: 6-8) สำหรับประเทศไทยนั้น ตั้งแต่ พ.ศ. 2523 เป็นต้นมา มรดกทางวัฒนธรรมได้นำมาใช้เป็นผลิตภัณฑ์และจุดขายทางการท่องเที่ยวของประเทศ อย่างเช่น พระราชพิธีสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี ในพ.ศ. 2525 พระราชพิธีเฉลิมพระชนมายุครบ 60 พรรษา ในพ.ศ. 2530 และปีแห่งศิลปะและหัตถกรรมไทยใน พ.ศ. 2539 ฯลฯ (Peleggi, 1996: 435)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นผลิตภัณฑ์ในการสร้างรายได้ให้กับประเทศต่างๆ นอกจากนี้ยังมีบทบาทในการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรมของประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวอีกด้วย กระแสการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นเชิงบวกที่ชัดเจนที่สุดซึ่งเกิดจากการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเห็นความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่นว่าเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่น่าเสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยวได้ หน่วยงานต่างๆ จึงได้ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์และสร้างจิตสำนึกให้ชุมชนท้องถิ่นหรือพื้นประเพณีที่กำลังสูญหาย อนุรักษ์โบราณสถานต่างๆ รวมทั้งพัฒนางานหัตถกรรม ซึ่งล้วนเป็นสิ่งกระตุ้นให้คนท้องถิ่นมีความภาคภูมิใจต่อวัฒนธรรมของตน และมีความตื่นตัวที่จะอนุรักษ์และพัฒนา มรดกทางวัฒนธรรมโดยร่วมมือกันเป็นหนึ่งเดียว รวมทั้งมีบทบาทในการจัดการหรือการบริหารการท่องเที่ยวมากขึ้น ดังเห็นได้จากตัวอย่างของชุมชนบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราชซึ่งเป็นผู้ตัดสินใจเลือกที่จะ

พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เกิดขึ้น รวมทั้งมีบทบาทอย่างยิ่งในการจัดการและพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนของตน

แม้ว่าการท่องเที่ยวนำรายได้มหาศาล ส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น และกระตุ้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน แต่ในทางกลับกันก็นำผลเสียที่ทำลายทุนวัฒนธรรมของแต่ละชุมชนเอง ได้แก่

- การท่องเที่ยวก่อให้เกิดอาชีพใหม่มากมาย ซึ่งทำให้มีความต้องการด้านแรงงานมากขึ้นและมีผลทำให้ลักษณะแรงงานของท้องถิ่นเปลี่ยนแปลงจากแรงงานทางเกษตรกรรมเป็นแรงงานทางด้านการบริการแทน

- การที่นักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นมีพื้นฐานความเชื่อ วัฒนธรรม และเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน ก็อาจทำให้คนท้องถิ่นในบางพื้นที่รู้สึกไม่พอใจที่ได้พบเห็นคนที่มีวัฒนธรรมแตกต่างจากตนเข้ามาในท้องถิ่นของตน ในทางกลับกัน นักท่องเที่ยวก็อาจเห็นและเข้าใจความคิด ความเชื่อ และวัฒนธรรมในการดำเนินชีวิตของคนท้องถิ่นอย่างผิวเผิน ซึ่งทำให้แปลความหมายของสิ่งที่ตนเห็นไปในเชิงลบ และอาจก่อให้เกิดอคติต่อคนท้องถิ่นได้

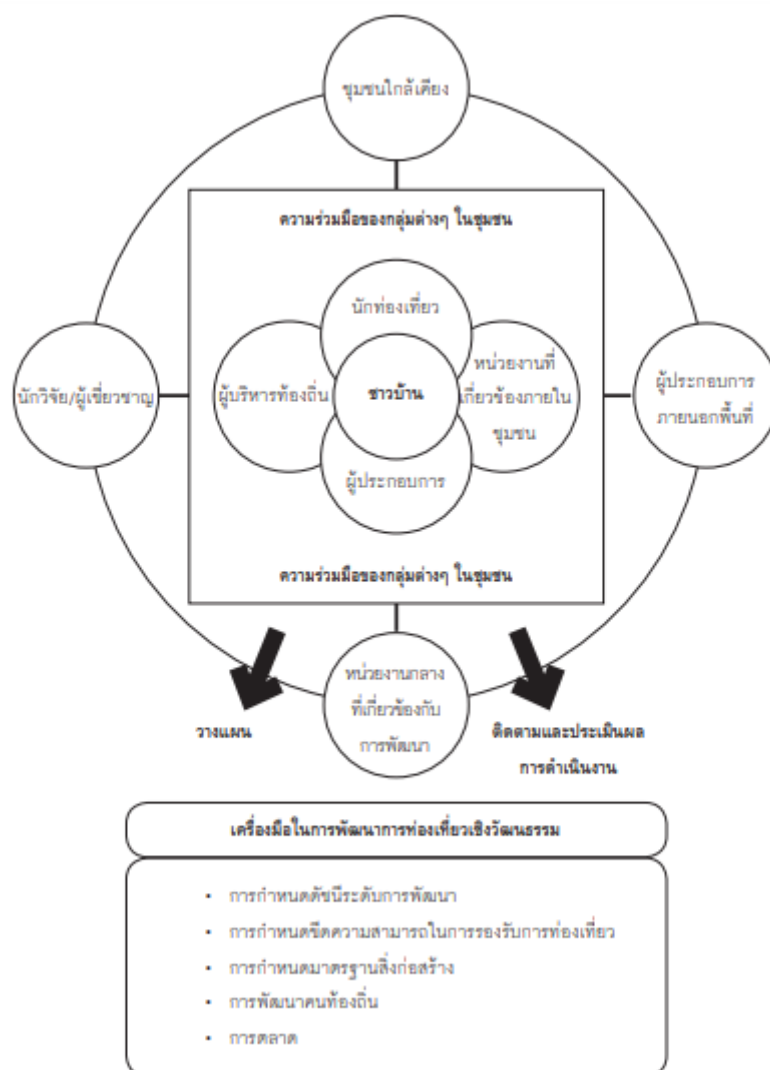
- หากการส่งเสริมการท่องเที่ยวดำเนินไปโดยไม่มีการวางแผนและการประชาสัมพันธ์ที่ดี อาจทำให้คนท้องถิ่นมีวิธีการที่ไม่ถูกต้องในการใช้มรดกทางวัฒนธรรมมาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เช่น สร้างงานหัตถกรรมหรือผลิตสินค้าที่ระลึกที่มีคุณภาพต่ำและมีราคาถูกเพื่อสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยหวังผลกำไรจนไม่ได้รักษาอัตลักษณ์ของหัตถกรรมพื้นเมืองไว้ นอกจากนี้ การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มุ่งหวังเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว จะทำให้เกิดวัฒนธรรมปลอมขึ้น เพราะจะมีการดัดแปลงวัฒนธรรมโดยเฉพาะอย่างยิ่งเทศกาลและการแสดงพื้นเมืองที่สร้างขึ้นใหม่ (Pseudo Event) เพื่อเป็นกิจกรรมหรือการแสดงสำหรับให้นักท่องเที่ยวชม ไม่ใช่เพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมหรือเพื่อตอบสนองความศรัทธาที่แท้จริงของคนท้องถิ่น การสร้างเหตุการณ์เพื่อการขายจะส่งผลให้ชุมชนขาดความดั้งเดิมและความน่าดึงดูดใจ

- คนท้องถิ่นในประเทศหรือพื้นที่ที่กำลังพัฒนามักจะปรับตัววัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นให้สนองความต้องการและความคุ้นเคยของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว แต่หากการปรับตัววัฒนธรรมเกิดขึ้นเพื่อการค้า (Cultural Commodification) ซึ่งไม่สอดคล้องกับวัฒนธรรมของตน จะมีผลให้คนท้องถิ่นรับค่านิยมของนักท่องเที่ยวมาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิต ซึ่งเป็นการลอกเลียนแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Demonstration Effect) และมีผลทำให้คนท้องถิ่นสูญเสียความเป็นเอกลักษณ์และความดั้งเดิมของตนได้

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าหากขาดแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวจะกลายเป็นดาบสองคมที่น่าประหลาดใจและผลเสียไปสู่สังคมและวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งจะส่งผลเชิงลบเป็นลูกโซ่ (Chain Effect) กลับไปยังเศรษฐกิจของชุมชน ด้วยเหตุนี้ ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งระดับประเทศและชุมชนจึงได้ทบทวนและพิจารณาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ดำเนินต่อไปได้อย่างยั่งยืน

2.3.2 กลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีคุณภาพ เพราะขาดการจัดการที่เหมาะสมกับสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม สาเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดปัญหาดังกล่าวคือ หน่วยงานต่างๆ และชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทที่ไม่สมดุลในการวางแผน การบริหารงาน และการตลาดทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากได้รับการพัฒนาไปตามนโยบายของรัฐ ซึ่งหน่วยงานส่วนกลางของภาครัฐมักมีบทบาทในการกำหนดนโยบาย วางแผนงาน และดำเนินงาน ในขณะที่ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนร่วมน้อยมาก จึงทำให้ไม่เข้าใจแผนและวิธีการพัฒนาพื้นที่ของตนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ การมีส่วนร่วมอย่างสมดุลระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มจึงเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ เพื่อความยั่งยืน ทั้งนี้การมีส่วนร่วมของทุกกลุ่มต้องครอบคลุมเรื่องการวางแผน และการกำหนดเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน ซึ่งแต่ละประเด็นจำเป็นต้องมีความสัมพันธ์และสอดคล้องกันอย่างเป็นวงจร ดังแสดงในแผนภาพต่อไปนี้



รูปที่ 7 กลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.3.2.1 กลยุทธ์ที่ 1: การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

โดยส่วนใหญ่ ในประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่กำลังพัฒนา นโยบายทางการท่องเที่ยวกำหนดขึ้นโดยผู้บริหารของหน่วยงานภาครัฐหรือนักการเมืองท้องถิ่น จากนั้นหน่วยงานภาครัฐหรือนักการเมืองท้องถิ่นจะนำนโยบายดังกล่าวมาใช้ในการกำหนดแผนพัฒนาต่างๆ ซึ่งจะถ่ายทอดไปสู่ผู้ปฏิบัติระดับท้องถิ่นในท้ายที่สุด กระบวนการดังกล่าวเป็นการกำหนดนโยบายแบบเบื่องบนสู่เบื้องล่าง (Top-Bottom) โดยผู้ปฏิบัติและคนท้องถิ่นไม่ได้มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายแนวทาง หรือแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ประกอบกับงบประมาณและข้อมูลสำคัญต่างๆ จัดทำขึ้นในระดับชาติไม่ใช่ระดับท้องถิ่น ผลที่ตามมาคือผู้ปฏิบัติและคนท้องถิ่นในชุมชนอาจมีความเข้าใจที่ไม่ตรงกับผู้บริหารหรือผู้กำหนดนโยบายและแผน ความไม่เข้าใจทำให้ชุมชนไม่สามารถจัดการกับการท่องเที่ยวที่โตขึ้นอย่างรวดเร็วในพื้นที่ของตนได้ ด้วยเหตุนี้ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญทั่วโลกจึงส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งครอบคลุม 4 ประเด็นความร่วมมือดังนี้

1. สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างองค์กรและกลุ่มคนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ การกำหนดนโยบาย การวางแผน และการตลาด องค์กรและกลุ่มคนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เจ้าหน้าที่ของรัฐที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว นักการเมืองท้องถิ่น นักการศึกษา คนท้องถิ่นที่พำนักอาศัยในชุมชน ธุรกิจ โรงแรมและร้านอาหาร ธุรกิจจันทرياتเที่ยว สมาคมการท่องเที่ยว หอการค้า เจ้าของร้านค้าที่เกี่ยวข้อง นักอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น นักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผู้จัดการการขนส่งท้องถิ่นทั้งที่เป็นของภาครัฐและเอกชน เกษตรกร ผู้จัดการประชุมและสัมมนา และผู้บริหารหรือผู้ประกอบการท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยว (Leu, 2000: 9-10)

2. ระบุอย่างชัดเจนว่าองค์กรและกลุ่มคนแต่ละกลุ่มมีหน้าที่ บทบาท และขอบเขตการจัดการระดับใด ทั้งนี้เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในด้านอำนาจและกระบวนการทำงาน นอกจากนี้ทุกฝ่ายต้องตกลงร่วมกันว่าต้องคำนึงถึงผลได้และผลเสียของคนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เป็นหลัก เพราะหากเกิดภาวะวิกฤติ คนกลุ่มนี้จะเป็นผู้เผชิญปัญหาและได้รับโดยตรง

3. องค์กรและกลุ่มคนทุกฝ่ายต้องตัดสินใจร่วมกันว่าจะใช้มรดกทางวัฒนธรรมใดของชุมชนเพื่อเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว และกำหนดลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของพื้นที่ในทิศทางความยั่งยืนอย่างชัดเจน เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องอนุรักษ์หรือคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่น เพิ่มพูนคุณค่าประสบการณ์ ให้แก่นักท่องเที่ยว ให้ความรู้และส่งเสริมชุมชนท้องถิ่นในการมีส่วนร่วม คำนึงถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว รวมทั้งดำเนินกิจกรรมการตลาดที่สอดคล้องกับหลักการของการอนุรักษ์

4. องค์กรและกลุ่มคนทุกฝ่ายต้องสนใจและดำเนินงานร่วมกันในการวางแผน และกำหนดเครื่องมือในการพัฒนามรดกทางวัฒนธรรม รวมทั้งกำหนดแนวทางในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน ซึ่งต้องประชาสัมพันธ์หรือถ่ายทอดผลการดำเนินงานให้แก่ทุกกลุ่มทราบอย่างชัดเจนและโปร่งใส

ในทางปฏิบัตินั้น ความร่วมมือทั้ง 4 ประเด็นข้างต้นอาจไม่มีประสิทธิภาพ หากทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้องไม่เต็มใจหรือไม่เข้าใจประเด็นความร่วมมือดังกล่าว ดังนั้น หน่วยงานหรือบุคคลที่เป็นผู้ประสานความร่วมมือจึงจำเป็น ต้องมีเทคนิคที่เป็นรูปธรรมในการสร้างความร่วมมือ ซึ่งเทคนิคของ Pederson (2002:

40-44) เป็นเทคนิคหนึ่งที่ประเทศสมาชิกใน UNESCO นำไปประยุกต์ใช้ในการกระตุ้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนามรดกของประเทศ ซึ่งประกอบด้วยเทคนิค ดังนี้

1. แสดง “ความเชื่อมั่น” ให้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มเห็น โดยเริ่มต้นจากผู้ประสานงานจำเป็นต้องมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับทุกกลุ่มตั้งแต่เริ่มประสานงาน ให้ความเท่าเทียมกันกับทุกกลุ่ม ไม่แบ่งพวกและดำเนินงานอย่างค่อยเป็นค่อยไปและต่อเนื่อง

2. ใช้วิธีที่หลากหลายในการเข้าถึงและประสานงานกับทุกกลุ่ม ได้แก่ เข้าไปสังเกตและมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆกับคนในชุมชน ใช้วิธีการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการซึ่งจะทำให้ทุกกลุ่มกล้าแสดงความคิดเห็นและความต้องการของตน และใช้การระดมสมองเพื่อให้ได้เสียงข้างมาก

3. ชี้แจงผลดีและผลเสียที่ชุมชนจะได้รับจากการใช้มรดกทางวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว และให้ทุกกลุ่มแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ตนเองต้องการ รวมทั้งร่วมกันระบุปัญหาและหนทางแก้ไขปัญหที่อาจเกิดขึ้น จากนั้น กำหนดแผนและเครื่องมือหรือกลยุทธ์ที่ใช้ในการพัฒนาและการแก้ไขปัญหา

4. จัดหน่วยงานหรือองค์กรที่เป็นกลางและมีความชำนาญในการให้คำปรึกษาหรืออบรมคนท้องถิ่นให้เข้าใจวิธีการในการวางแผน การจัดการหรือการบริหารงาน และการตลาด

การส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในทุกด้านเป็นการให้โอกาสแก่คนท้องถิ่นในชุมชนได้แสดง ความหวัง ความต้องการ และความหวาดระแวงที่ต้องนำมรดกทางวัฒนธรรมไปใช้เป็นประโยชน์ทางการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ทำให้ชุมชนตระหนักถึงจุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรคที่ต้องเผชิญซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้ชุมชนบูรณาการประสบการณ์และความเชี่ยวชาญท้องถิ่นร่วมกับวิทยาการจากนอกพื้นที่เพื่อวางแผนและกำหนดเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม

2.3.2.2 กลยุทธ์ที่ 2: การวางแผน

การให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะอย่างยิ่งคนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในชุมชนมีอำนาจในการตัดสินใจและมีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผน จะช่วยลดการต่อต้านการพัฒนาการท่องเที่ยวที่หน่วยงานและกลุ่มคนภายนอก พื้นที่ได้เข้ามามีบทบาท รวมทั้งเพิ่มความต้านทานต่อแรงกดดันหรือปัญหาที่เกิดขึ้น เพราะการวางแผนเป็นกระบวนการในการสรรหาและกำหนดแนวทาง รวมทั้งวิธีการที่จะควบคุมและพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละชุมชนให้ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน และการที่ทุกฝ่ายร่วมกันคิดและวิเคราะห์อย่างเป็นระบบว่าจะทำอะไร ทำเพื่ออะไร ทำอย่างไร ทำเมื่อใด และใช้งบประมาณเท่าไร จะช่วยทำให้ทุกฝ่ายตระหนักถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้นและมีทิศทางที่ชัดเจนและตรงกันในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนั้น การวางแผนโดยชุมชนมีส่วนร่วมจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน

ในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ผู้เชี่ยวชาญ ผู้วางแผน ผู้ปฏิบัติ หน่วยงานต่างๆ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มในชุมชนจำเป็นต้องมาประชุมหรือทำการปรึกษาหารือ เพื่อแสดงความคิดเห็นและการยอมรับ รวมทั้งทำการตกลงและความเข้าใจร่วมกันภายใต้คำแนะนำ และคำปรึกษาของผู้เชี่ยวชาญ แม้ว่าแผนพัฒนาการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายละเอียดมากเพื่อนักปฏิบัติจะได้ดำเนินการตามที่นักวางแผนกำหนดไว้ได้อย่างถูกต้อง แต่แผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วมนั้น

จำเป็นต้องเข้าใจได้ง่ายและอาจประกอบด้วยประเด็นเพียงไม่กี่ประเด็นแต่สำคัญและชัดเจนเพียงพอที่ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มสามารถปฏิบัติตามได้ในทิศทางเดียวกัน ประเด็นในแผนอาจประกอบด้วย วิสัยทัศน์ของชุมชน วัตถุประสงค์ของแผน นโยบายของแผน เครื่องมือในการพัฒนา การจัดหาและกำหนดงบประมาณ วิธีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

1. วิสัยทัศน์คือ การกำหนดสภาพหรือภาพอนาคตที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มของชุมชนพึงประสงค์อยากให้เป็น วิสัยทัศน์ที่ดีในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำเป็นต้องสอดคล้องกับหลักการการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์ของแผนคือ ผลลัพธ์ในภาพรวมและกว้างๆ ที่คาดหวังว่าจะเกิดขึ้นเมื่อได้ปฏิบัติตามภารกิจต่างๆ เสร็จสิ้น วัตถุประสงค์จึงต้องอยู่บนพื้นฐานของการยอมรับและความสามารถในการจัดการของทุกฝ่าย รวมทั้งต้องปรับไปตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมของชุมชนด้วย

3. นโยบายของแผนคือ แนวทางในการปฏิบัติหรือตัดสินใจเพื่อให้การดำเนินการต่างๆ บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ วิธีการในการปฏิบัติงานที่กำหนดขึ้นมาจะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ สามารถดำเนินงานในทิศทางที่สอดคล้องกันและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์เดียวกันได้ นโยบายหรือแนวทางปฏิบัติที่กำหนดขึ้นมาจึงต้องหลากหลายเพื่อให้ผู้ปฏิบัติสามารถเลือกนโยบายที่ตนถนัดและปฏิบัติได้จริง

4. เครื่องมือในการพัฒนาคือ สิ่งหรือกิจกรรมที่กำหนดขึ้นมาเพื่อดำเนินงานตามนโยบายหรือแนวทางในการปฏิบัติซึ่งจะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มจำเป็นต้องเข้าใจข้อจำกัดของชุมชน เช่น ข้อจำกัดด้านงบประมาณและเวลา ข้อจำกัดในด้านการจัดการหรือการมีส่วนร่วมของคนท้องถิ่น ข้อจำกัดในเรื่องขอบเขตของกฎหมาย ข้อจำกัดในด้านอำนาจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ เพราะข้อจำกัดเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ถูกรอบประเภทและลักษณะของเครื่องมือในการพัฒนามรดกทางวัฒนธรรม

5. การกำหนดและจัดหางบประมาณ ควรเป็นหน้าที่ของผู้บริหารท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว และหน่วยงานภาคเอกชนหรือองค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) ที่มีนโยบายในการพัฒนามรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน ทั้งนี้ งบประมาณจำเป็นต้องสอดคล้องไปตามประเภทและลักษณะของเครื่องมือในการพัฒนา นอกจากนี้ กลุ่มต่างๆ ที่กำหนดและจัดหางบประมาณต้องแสดงต่อสาธารณชนอย่างชัดเจน โปร่งใส และตรวจสอบได้ในเรื่องจำนวนเงินงบประมาณ แหล่งงบประมาณ และแนวทางการใช้เงินงบประมาณ

6. การติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน เป็นขั้นตอนที่สำคัญมากที่ต้องปฏิบัติเป็นระยะและอย่างต่อเนื่อง เพราะจะทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่มรู้ว่าการดำเนินงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพียงใด รวมทั้งสามารถช่วยหาแนวทางแก้ไขหรือปรับแผนได้ทันต่อสถานการณ์ ทั้งนี้ การติดตามและประเมินผลการดำเนินงานควรเป็นหน้าที่ของกลุ่มที่รับผิดชอบการวางแผนและการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผน ซึ่งจำเป็นต้องรายงานผลการดำเนินงานและการประเมินผลต่อสาธารณชนในชุมชนให้ทราบอย่างชัดเจนและทั่วถึง เพื่อกระตุ้นให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินงานและ

ร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงาน ซึ่งจะทำให้มีประสบการณ์เพิ่มขึ้นในการวางแผนและการทำงานในครั้งต่อไป

2.3.2.3 กลยุทธ์ที่ 3: การกำหนดเครื่องมือเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

แม้ว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการวางแผน ดำเนินงานตามแผน และติดตามผลการดำเนินงานโดยตลอด แต่หากเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับลักษณะทางสังคม วัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และความถนัดของชุมชน ก็จะมีผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่บรรลุวัตถุประสงค์และวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ เครื่องมือการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงควรกำหนดโดยผู้เชี่ยวชาญหรือนักวิจัยด้านการพัฒนามรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งต้องสอดคล้องกับความต้องการและความสามารถในการดำเนินงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม รวมทั้งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนโยบายของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน นอกจากนี้เครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรมีความชัดเจนและหลากหลายซึ่งควรประกอบด้วย 5 เครื่องมือ ได้แก่ การกำหนดตัวชี้วัดระดับการพัฒนา การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว การกำหนดมาตรฐานสิ่งก่อสร้าง การพัฒนาคนท้องถิ่น และการตลาด หากเครื่องมือมีความชัดเจน หลากหลาย และสามารถดำเนินงานได้อย่างเป็นรูปธรรม ก็จะก่อให้เกิดโอกาสสูงสุดที่จะบรรลุวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. การกำหนดดัชนีระดับการพัฒนา

ดัชนี (Indicator) หมายถึง สิ่งที่บ่งชี้ วัด หรือสะท้อนสภาพหรือสถานการณ์ ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งของชุมชน ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นสภาพเชิงลบของพื้นที่เพื่อทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มตระหนักถึงปัญหาและสามารถวางแผนแก้ไขหรือจัดการกับปัญหาได้ทันเวลาที่ นอกจากนี้ ดัชนีสามารถสะท้อนให้เห็นสภาพเชิงบวกที่ชุมชนต้องการให้เป็นหรือเกิดขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มสามารถติดตามและตรวจสอบได้ว่าแผน โครงการ หรือกิจกรรมที่ดำเนินไปนั้นทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ การกำหนดดัชนีให้เป็นไปในทิศทางใดนั้นขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของแต่ละชุมชน ตัวอย่างเช่น ถ้าแผนมีวัตถุประสงค์ที่ป้องกันไม่ให้เกิดเชิงลบ ดัชนีที่กำหนดขึ้นมาก็ควรชี้ให้เห็นสภาพการเปลี่ยนแปลงเชิงลบหรือปัญหาที่กำลังขยายตัวเข้าสู่ระดับสูงสุดที่ชุมชนยอมรับได้ (Limit of Acceptable Change: LAC) ซึ่งจะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มเห็นว่า ต้องจัดทำแผนหรือกิจกรรมในด้านใดบ้างเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วนก่อนที่จะสายเกินไป ในทางตรงกันข้าม ถ้าแผนมีวัตถุประสงค์ที่จะพัฒนาชุมชนให้เป็นต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดัชนีควรแสดงให้เห็นถึงสภาพเชิงบวกหรือประสิทธิผลของการพัฒนาที่ต้องการให้เกิดขึ้นหลังจากเสร็จสิ้นการดำเนินงาน ทั้งนี้เพื่อให้ทุกกลุ่มทราบว่าแผนนั้นมีแนวโน้มที่จะบรรลุวัตถุประสงค์อย่างน้อยเพียงใดและสามารถปรับเปลี่ยนในระหว่างการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม

ดัชนีที่กำหนดขึ้นไม่ว่าสะท้อนสภาพเชิงลบหรือเชิงบวกจำเป็นต้องสะท้อนให้เห็นสภาพการเปลี่ยนแปลง 3 ด้าน ด้านเศรษฐกิจของคนท้องถิ่นซึ่งมีผลต่อความเป็นอยู่และสภาพสังคมของชุมชน ด้านสังคมและวัฒนธรรมซึ่งประกอบด้วย ความร่วมมือและการช่วยเหลือเกื้อกูลของคนในชุมชนความมั่นคงและ

ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การอนุรักษ์และคงไว้ซึ่งวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และประเพณีของคนในชุมชน และสุดท้ายสะท้อนให้เห็นสภาพด้านสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศ ความสะอาด รวมทั้งความปลอดภัยของที่อยู่อาศัยของคนในชุมชน หากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มร่วมกันกำหนดและเข้าใจ คำนึงอย่างชัดเจนและตรงกัน ก็จะตระหนักและสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้มรดกทางวัฒนธรรม เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อย่างทันเหตุการณ์ รวมทั้งสามารถบรรลุและวัตถุประสงค์ของแผนพัฒนาอย่าง ถูกทิศทาง

2. การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว

ชุมชนหลายแห่งได้ใช้มรดกทางวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวแต่ในขณะเดียวกันก็ ได้รับเชิงลบจากการท่องเที่ยว เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวเข้ามาชมในพื้นที่มากจนเกินไป จึงก่อให้เกิดความไม่ พอเพียงในด้านโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก และแรงงาน รวมทั้งก่อให้เกิด มลภาวะทางทัศนวิสัยและสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้ การสร้างความสมดุลระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยวกับ ระดับการใช้ทรัพยากรโดยการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว จึงเป็นเครื่องมือสำคัญอีก ประการหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวครอบคลุมเรื่อง การกำหนดจำนวน และระดับความหนาแน่นของกลุ่มคนที่เข้ามาในพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยว การกำหนดความถี่ในการใช้ทรัพยากร การท่องเที่ยวในแต่ละครั้งหรือแต่ละช่วงเวลา รวมทั้งการกำหนดระดับการเปลี่ยนแปลงสูงสุดที่ชุมชนจะ ยอมรับได้ แหล่งท่องเที่ยวหรือพื้นที่เชิงวัฒนธรรมส่วนใหญ่นิยมใช้เกณฑ์ 2 เกณฑ์ต่อไปนี้เพื่อกำหนดขีด ความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวคือ การกำหนดอัตราส่วนระหว่างนักท่องเที่ยวต่อคนท้องถิ่น (Relative Visitor Density- RVD) และ การกำหนดระดับการเปลี่ยนแปลงสูงสุดที่ชุมชนจะยอมรับได้ (Limits of Acceptable Change- LAC)

การที่นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากกว่าคนท้องถิ่น จะทำให้มีการนำวัตถุดิบ สิ่งอำนวยความสะดวก และสินค้าจากภายนอกเข้ามาในพื้นที่เพื่อตอบสนองตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งหากการ นำเข้าสินค้าเหล่านี้มีมากเกินไปจะส่งต่อค่านิยมและวิถีการดำเนินชีวิตของคนท้องถิ่น รวมทั้ง ก่อให้เกิดปัญหาการอพยพแรงงานมาจากนอกท้องถิ่นด้วย ซึ่งจะมีผลต่อโครงสร้างทางสังคมในอนาคต ได้ นอกจากนี้ คนท้องถิ่นมีโอกาสดูซึมซับรับวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวผ่านการพูดคุย การแลกเปลี่ยน ความคิดเห็น การแต่งกาย และการลอกเลียนแบบพฤติกรรม หากจำนวนนักท่องเที่ยวมีมากและกระจายไปทั่ว ชุมชน ก็มีความเป็นไปได้ว่า วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวจะแพร่หลายในพื้นที่และอาจครอบงำวัฒนธรรม ท้องถิ่นได้ในที่สุด ด้วยเหตุนี้ ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงใช้เกณฑ์นี้ในการกำหนดขีด ความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวเพื่อควบคุมอิทธิพลทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ อัตราส่วน จะมีค่าเท่าใดนั้น ขึ้นอยู่กับระดับการเปลี่ยนแปลงสูงสุดที่ชุมชนจะยอมรับได้

ระดับการเปลี่ยนแปลงสูงสุดที่ชุมชนจะยอมรับได้ หมายถึง วงจำกัดการเปลี่ยนแปลงของ สถานการณ์หรือสภาพด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ชุมชนยอมรับให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งกระบวนการ

กำหนดระดับการเปลี่ยนแปลงของสแตนคีย์ (Stankey et al., 1985) เป็นวิธีการหนึ่งที่นักพัฒนาการท่องเที่ยว นิยมใช้มาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีขั้นตอนต่อไปนี้

- จัดการประชุมหรือประชาพิจารณ์เพื่อให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายของชุมชนร่วมกัน กำหนดอัตราส่วนระหว่างนักท่องเที่ยวต่อคนท้องถิ่น รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว เขตพื้นที่ที่จะพัฒนา ระดับการพัฒนา นโยบาย และกฎระเบียบในการพัฒนา ซึ่งทุกประเด็นต้องเหมาะสมกับระบบนิเวศ สังคม และวัฒนธรรมของพื้นที่ นอกจากนี้ กำหนดอย่างชัดเจนว่าจะไม่อนุญาตให้ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวใดบ้าง

- กำหนดดัชนีเชิงลบของสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่สามารถสะท้อนให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มทราบว่า ถ้าเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่กำหนดไว้เกิดขึ้นจริง ทุกกลุ่มต้องร่วมกันแก้ไขปัญหาหรือจัดการเชิงลบ ณ ตอนนั้นอย่างทันที

- ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มทบทวน รูปแบบและลักษณะกิจกรรม รวมทั้งดัชนีข้างต้นว่า บรรลุความประสงค์ของทุกฝ่ายและป้องกันปัญหาได้จริงหรือไม่

- ระบุทางเลือกในการปฏิบัติงานที่จะให้ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นไปตาม ข้อจำกัดการเปลี่ยนแปลงที่ยอมรับได้ รวมทั้งคิดต้นทุนของการปฏิบัติงานในแต่ละทางเลือก ต้นทุนในที่นี้ไม่ได้ หมายถึงเพียงเงินและเวลาที่ใช้ไป แต่รวมถึงผลเสียทางสังคมที่อาจเกิดขึ้นจากการยกเลิกหรือการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวบางอย่าง จากนั้น ทุกกลุ่มจะต้องเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด

หากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการกำหนดขีดความสามารถ และปฏิบัติตาม ทางเลือกที่กำหนดไว้ รวมทั้งใช้เครื่องมือ “การกำหนดมาตรฐานสิ่งก่อสร้าง” “การพัฒนาคนท้องถิ่น” และ “การตลาด” ก็จะทำให้การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้นมี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. การกำหนดมาตรฐานสิ่งก่อสร้าง

แม้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีหลักการที่มุ่งเน้นอนุรักษ์ลักษณะที่แท้จริง และความดั้งเดิมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว แต่เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ต้องมีสิ่งก่อสร้างบางประการเพื่อการ คมนาคมขนส่ง ความสะดวก และความปลอดภัยของทั้งคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว แต่หากสิ่งก่อสร้างมี ลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับสภาพสังคม วัฒนธรรม และธรรมชาติของพื้นที่ ก็จะทำให้ลายภูมิทัศน์ ของพื้นที่ ซึ่งมี ผลทำให้นักท่องเที่ยวไม่ประทับใจต่อสิ่งที่พบเห็น และอาจมีผลต่อความปลอดภัยของคนในชุมชน รูปแบบ สิ่งก่อสร้างในชุมชนไม่ว่าเป็นโครงสร้างพื้นฐานหรือสิ่งอำนวยความสะดวกจึงจำเป็นต้องสอดคล้องกับ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ภูมิทัศน์ วัฒนธรรม ลักษณะทางสถาปัตยกรรมของท้องถิ่น การยอมรับ และ ความสามารถในการจัดการของคนท้องถิ่น รวมทั้งความต้องการและรูปแบบกิจกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่ง มาตรฐานสิ่งก่อสร้างในชุมชนหรือพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยส่วนใหญ่ครอบคลุม 4 ด้าน คือ ความ หนาแน่นของสิ่งก่อสร้าง ความสูงของสิ่งก่อสร้าง รูปแบบสถาปัตยกรรม และการจัดการภูมิทัศน์ (Inskeep, 1991: 310-316)

- ความหนาแน่นของสิ่งก่อสร้าง หมายถึง จำนวนอาคารที่ตั้งอยู่ในบริเวณชุมชนหรือพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งจะมีความหนาแน่นเท่าใดนั้นขึ้นอยู่กับกฎหมาย การยอมรับของท้องถิ่น วัฒนธรรม

ลักษณะทางธรรมชาติ ความเปราะบางทางระบบนิเวศ ชีตความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของพื้นที่ รวมทั้งนโยบายและวัตถุประสงค์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน อย่างไรก็ตาม การกำหนดความหนาแน่นของสิ่งก่อสร้างอาจใช้หลักการพื้นฐานที่ไม่ซับซ้อน คือ คิดเป็นอัตราส่วนระหว่างพื้นที่ที่มีสิ่งก่อสร้างต่อพื้นที่ทั้งหมด โดยส่วนใหญ่จะอนุญาตให้พื้นที่ที่มีสิ่งก่อสร้างคิดเป็น 25% ของพื้นที่ทั้งหมดหรือ 1:4 ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันไปในแหล่งท่องเที่ยว แต่ละแห่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะและระดับของการพัฒนาที่เป็นที่ยอมรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม (Inskeep, 1991: 310-312)

- ความสูงของสิ่งก่อสร้าง ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของพื้นที่ การยอมรับของคนท้องถิ่นที่อาศัยรอบๆสิ่งก่อสร้างนั้น และ ความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ความสูงของสิ่งก่อสร้างต้องไม่บังหรือมีความสูงเกินกว่าสภาพพื้นดินจะทนรับได้ เพราะอาจมีผลต่อความปลอดภัยของคนท้องถิ่นที่อาศัยรอบๆ ด้วยเหตุนี้ นักพัฒนาชุมชนจึงกำหนดความสูงของสิ่งก่อสร้างให้เหมาะสมกับลักษณะของพื้นที่ ตัวอย่างเช่น ในพื้นที่ที่ยังคงมีความเป็นธรรมชาติ สิ่งก่อสร้างจะถูกกำหนดให้มีความสูงเพียง 1 หรือ 2 ชั้น รวมทั้งต้องมีพื้นที่โล่งที่กว้างมากและมีการจัดภูมิทัศน์ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมของพื้นที่ ส่วนในพื้นที่ที่เริ่มมีการใช้ที่ดินมากขึ้นแต่ยังจำเป็นต้องรักษาสภาพธรรมชาติของเดิมไว้ให้มากที่สุด สิ่งก่อสร้างที่อาจถูกกำหนดให้มีความสูงที่สุดได้ถึง 4 ชั้น อย่างไรก็ตาม สิ่งก่อสร้างที่มีความสูงเกิน 4 ชั้น ถูกกำหนดให้สร้างขึ้นได้ในพื้นที่ที่มีการพัฒนาแบบเมืองเท่านั้น (Inskeep, 1991: 313)

- รูปแบบสถาปัตยกรรมของสิ่งก่อสร้าง จำเป็นต้องสอดคล้องกับรูปแบบสถาปัตยกรรมเดิมของท้องถิ่น ทั้งนี้เพื่อรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และเพื่อป้องกันมลภาวะทางทัศนวิสัยที่เกิดจากความขัดแย้งทางสถาปัตยกรรมของสิ่งก่อสร้างใหม่และสิ่งก่อสร้างเก่า นอกจากนี้ รูปแบบสถาปัตยกรรมดั้งเดิมของพื้นที่ยังเหมาะสมกับสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศได้ดีกว่ารูปแบบสถาปัตยกรรมใหม่ เพราะคนท้องถิ่นย่อมรู้จักลักษณะภูมิประเทศของตนดี และสามารถสร้างสิ่งก่อสร้างต่างๆ ที่สอดคล้องหรือทนกับสภาพภูมิอากาศได้ อย่างไรก็ตาม หากพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมท้องถิ่นที่เด่นชัด หรือรูปแบบสถาปัตยกรรมเดิมไม่เอื้ออำนวยต่อการใช้งาน หลักเกณฑ์การออกแบบสิ่งก่อสร้างก็อาจปรับเปลี่ยนไปตามความเหมาะสมเพื่อประโยชน์ในการใช้งาน แต่ยังคงต้องมีรูปแบบที่สอดคล้องกับภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และวัฒนธรรมของพื้นที่ นอกจากรูปแบบสิ่งก่อสร้าง วัสดุสิ่งก่อสร้างเป็นอีกปัจจัยที่ต้องพิจารณา สิ่งก่อสร้างใหม่ควรสร้างด้วยวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น เพราะจะทำให้กลมกลืนกับสิ่งก่อสร้างเก่า และวัสดุที่ใช้อยู่ในท้องถิ่นอาจมีความเหมาะสมกับภูมิอากาศมากกว่าวัสดุจากท้องถิ่นอื่น นอกจากนี้ การใช้วัสดุสิ่งก่อสร้างที่มีอยู่หรือสามารถผลิตได้ในพื้นที่นั้นจะช่วยทำให้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งวัสดุลดลง อย่างไรก็ตามหากชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวกำลังเผชิญปัญหาความขาดแคลนวัสดุท้องถิ่น หรือการนำวัสดุท้องถิ่นมาใช้ในการก่อสร้างจะมีผลเสียต่อสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหรือสร้างสิ่งก่อสร้างในชุมชนก็ไม่ควรจะนำวัสดุท้องถิ่นดังกล่าวมาใช้ แต่ใช้วัสดุทดแทนที่มีความคล้ายคลึงกับวัสดุท้องถิ่น

ภูมิทัศน์ของพื้นที่ หมายถึง ลักษณะของพื้นที่ที่ปรากฏ ณ ช่วงเวลาใดช่วงเวลาหนึ่ง และสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการทางนิเวศ วัฒนธรรม และเทคโนโลยีของพื้นที่นั้น (Motloch, 2001: 350) การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ของพื้นที่โดยขาดการวางแผนและการจัดการที่ดีจะทำให้ลักษณะของพื้นที่ขาดความเป็น

ดั้งเดิม และอาจเปลี่ยนระบบนิเวศของพื้นที่ได้ ดังนั้น การจัดการภูมิทัศน์ที่ดีต้องอยู่บนหลักการของการสร้างความสมดุลระหว่างความดึงดูดใจ การรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติแบบยั่งยืน การใช้ภูมิทัศน์เดิมให้มากที่สุด รวมทั้งความกลมกลืนกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของพื้นที่ การจัดการภูมิทัศน์ไม่ได้หมายถึงเพียงแค่การออกแบบภูมิทัศน์ให้สวยงามและมีประโยชน์ในการใช้งาน แต่ยังรวมถึงการจัดระเบียบและการซ่อมบำรุงภูมิทัศน์ของพื้นที่อีกด้วย

การควบคุมให้สิ่งก่อสร้างต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นไปตามมาตรฐานของสิ่งก่อสร้างจะช่วยรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และความปลอดภัยของชุมชน ซึ่งจะทำให้ชุมชนมีความน่าอยู่ นอกจากนี้ การที่ชุมชนมีสิ่งแวดล้อมที่สะอาด สวยงาม เป็นระเบียบ และมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมจะยังทำให้ชุมชนมีความน่าดึงดูดใจและเสริมประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว มากยิ่งขึ้น

4. การพัฒนาคนท้องถิ่น

จุดเริ่มต้นที่สำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การมีส่วนร่วมของคนท้องถิ่นในทุกด้านและทุกกระบวนการของการพัฒนา อย่างไรก็ตาม หากคนท้องถิ่นขาดข้อมูล ประสบการณ์ และทักษะที่เกี่ยวกับการพัฒนาหรือการจัดการชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน จะทำให้คนท้องถิ่นไม่สามารถมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ กำหนดปัญหา วางแผน ดำเนินงานและประเมินผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การพัฒนาคนท้องถิ่นโดยการอบรมให้ความรู้และประสบการณ์จึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการส่งเสริมให้คนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในทุกด้านมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้คนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมของตน เกิดความภาคภูมิใจและใช้มรดกทางวัฒนธรรมในทิศทางที่ยั่งยืน

แม้ว่าข้อมูลและความรู้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมครอบคลุมหลากหลายเรื่อง แต่การอบรมคนท้องถิ่นนั้นควรครอบคลุมเนื้อหาความรู้ที่สามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริงและทันต่อสถานการณ์ ซึ่งประกอบด้วย “พลวัตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” (Cultural Tourism Dynamics) “กระบวนการวางแผนและเครื่องมือการพัฒนา” “การจัดการ การเงิน และการตลาดสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก” และ “การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” (Cultural Tourism Interpretation)

พลวัตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง ปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบ และหลักการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มเข้าใจพลวัตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ก็จะเข้าใจว่าแต่ละฝ่ายมีความสัมพันธ์และต่อกันอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจสาเหตุของปัญหาและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ รวมทั้งหาแนวทางในการป้องกันหรือแก้ไขปัญหาได้ดีขึ้น

กระบวนการวางแผนและเครื่องมือการพัฒนา เป็นความรู้ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มและทุกระดับต้องเข้าใจ เพราะจะทำให้ทุกกลุ่มมีความอดทนมากขึ้นที่จะรอให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพัฒนาไปอย่างช้าๆ แต่เป็นตามขั้นตอน นอกจากนี้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มสามารถบูรณาการความรู้ด้านการวางแผนและเครื่องมือพัฒนา กับความรู้หรือความชำนาญของท้องถิ่น เพื่อตัดสินใจ วางแผนและกำหนดเครื่องมือการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การจัดการ การเงิน และการตลาดสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก เป็นความรู้อีกหมวดหนึ่งที่สำคัญ เพราะจะส่งเสริมให้คนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการลงทุนธุรกิจหรือเป็นเจ้าของธุรกิจได้เอง โดยที่ไม่ต้องอาศัยความรู้และบุคลากรจากเมืองหรือต่างประเทศ คนท้องถิ่นจะได้รับผลประโยชน์โดยตรงและการรื้อไหลทางเศรษฐกิจก็จะลดลง ซึ่งจะมีผลทำให้คนท้องถิ่นวางแผนทรัพยากรของตนและจะร่วมมือกันมากยิ่งขึ้นเพื่ออนุรักษ์หรือพัฒนาทรัพยากรในชุมชนให้มีความยั่งยืนสำหรับคนรุ่นปัจจุบันและคนรุ่นต่อไป

การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การถ่ายทอดความคิดหรือความรู้สึกของคนท้องถิ่น รวมทั้งความสำคัญ ความหมาย และคุณค่าของประวัติศาสตร์ ความเชื่อ และวัฒนธรรมท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ การอบรมให้คนท้องถิ่นสามารถสื่อความหมายเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีคุณภาพ นอกจากจะส่งเสริมให้คนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมของตนแล้ว ยังช่วยลดอคติด้านวัฒนธรรม อีกทั้งเพิ่มคุณค่าประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวอีกด้วย

5. การตลาด

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำเป็นต้องสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการตลาดกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับความต้องการ ความสนใจ และประโยชน์ของชุมชนท้องถิ่น ความพร้อมของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และความต้องการของนักท่องเที่ยว การตลาดจึงไม่ได้ทำขึ้นเพียงเพื่อดึงดูดใจหรือบรรลุนิยามความต้องการของนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงปัจจัยทั้งหมดที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

แม้ว่าการตลาดแหล่งท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหรือปรับเปลี่ยนส่วนประสมการตลาด 5 ด้าน คือผลิตภัณฑ์ (Product) การตั้งราคา (Pricing) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด(Promotion) และความร่วมมือ (Partnership) อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์หรือกิจกรรมการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่วางแผนหรือกำหนดขึ้นในแต่ละครั้ง อาจไม่ครอบคลุมส่วนประสมทั้งห้า ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ด้วยเหตุนี้ กลยุทธ์การตลาดสำหรับชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจึงมีหลากหลายแต่มีความชัดเจนในการสร้างความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวซึ่งสรุปได้ดังนี้

กลยุทธ์การตลาดภายใต้ “ผลิตภัณฑ์” ส่วนใหญ่มุ่งเน้นด้านการจัดการสัมพันธภาพและประสบการณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่นซึ่งประกอบด้วย

- การอบรมคนท้องถิ่นให้มีทัศนคติที่ดี ตระหนักถึงคุณค่าและนำเสนออัตลักษณ์ของชุมชนรวมทั้งสามารถจัดการบริการได้อย่างมีคุณภาพ
- การพัฒนาสื่อความหมายทางวัฒนธรรมในรูปแบบต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ กิจกรรมการสาธิต ฯลฯ
- การจัดการภูมิทัศน์ทั้งภายในและรอบๆ พื้นที่เพื่อเพิ่มคุณภาพประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว

- การผสมผสานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ ที่สามารถพัฒนาขึ้นได้ในชุมชน เช่น การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Education Tourism) การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อทำอาหาร (Culinary Tourism) ฯลฯ

- การพัฒนาของที่ระลึกที่สอดคล้องและสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น ซึ่งนอกจากเพิ่มคุณภาพประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวแล้ว ยังเพิ่มรายได้ให้แก่คนท้องถิ่นด้วย

กลยุทธ์การตลาดภายใต้ “การตั้งราคา” สำหรับชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้น คือการตั้งราคาให้สูงในช่วงเวลาและฤดูกาลของการท่องเที่ยว เช่น วันหยุดสุดสัปดาห์ช่วงเวลาของการพักผ่อนประจำปี ในทางตรงกันข้าม ตั้งราคาต่ำในช่วงนอกฤดูกาล กลยุทธ์การตั้งราคาจะช่วยควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยวไม่ให้เกินขีดความสามารถในการรองรับ นอกจากนี้ ยังช่วยทำให้ชุมชนสามารถมีรายได้ตลอดปี (Dallen and Stephen, 2003: 169)

กลยุทธ์การตลาดภายใต้ “การจัดจำหน่าย” เป็นสิ่งที่ช่วยเสริมความเข้มแข็งด้านการตลาดให้กับชุมชน ทั้งนี้เพราะชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยส่วนใหญ่ไม่มีความชำนาญในการขาย ดังนั้นจำเป็นต้องมีตัวกลางที่มีความชำนาญช่วยนำเสนอและขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยวโดยตรง ดังนั้น ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงจำเป็นต้องมีเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ โรงแรม บริษัทจัดนำเที่ยว บริษัทเดินทางขนส่ง บริษัทจัดการประชุม และ นิทรรศการ เพื่อมีช่องทางจัดจำหน่ายที่หลากหลายและเพิ่มโอกาสในการขายให้มากยิ่งขึ้น

กลยุทธ์การตลาดภายใต้ “การส่งเสริมการตลาด” สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมุ่งเน้นการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication - IMC) ซึ่งหมายถึงกระบวนการสื่อสารเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวในระยะยาวและต่อเนื่อง ทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ ความคุ้นเคย และความเข้าใจต่อทั้งคนและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งจะมีอิทธิพลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไม่ขัดแย้งกับสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำเป็นต้องใช้เครื่องมือที่หลากหลาย ได้แก่ เว็บไซต์ หนังสือแนะนำการเดินทางท่องเที่ยว โบรชัวร์ของแหล่งท่องเที่ยว ชุดข้อมูลและสไลด์ทัศนวัสดุสำหรับสื่อมวลชน (Press Kit) การจัดนำเที่ยวให้กับตัวกลางและสื่อมวลชน (Familiarization Trip: FAM Trip) และการจัดนิทรรศการทางวัฒนธรรม

กลยุทธ์การตลาดภายใต้ “ความร่วมมือ” เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดของการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะหากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มในชุมชนมีความขัดแย้งกันในวัตถุประสงค์ทางการตลาด เช่น หากฝ่ายหนึ่งต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน ในขณะที่อีกฝ่ายต้องการใช้การตลาดภายใต้หลักการของการอนุรักษ์ ก็จะทำให้แนวทางและกลยุทธ์การตลาดที่จัดขึ้นมา โดยแต่ละฝ่ายขัดแย้งกันเอง ซึ่งจะกลายเป็นเชิงลูกโซ่ต่อการจัดการด้านคุณภาพ การตลาด และภาพลักษณ์ของชุมชน ดังนั้นการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงจำเป็นต้องเกิดจากความร่วมมือของทุกฝ่ายและครอบคลุมการดำเนินงานด้านการตลาดในทุกระดับ ได้แก่ การตัดสินใจกำหนดอัตลักษณ์ของชุมชนและนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดและวางแผนกลยุทธ์การตลาด รวมทั้งการดำเนินงานและประเมินผลกลยุทธ์การตลาดร่วมกัน

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะพัฒนาได้อย่างยั่งยืนและเป็นประโยชน์สูงสุดต่อทั้งคนท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของมรดกทางวัฒนธรรมและนักท่องเที่ยวได้นั้น จำเป็นต้องเริ่มต้นจาก “การมีส่วนร่วม” ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มทั้งผู้ที่อยู่ในชุมชนและผู้อื่นที่ได้รับจากการใช้มรดกทางวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนท้องถิ่นที่เป็นผู้อยู่อาศัยในชุมชนจำเป็นต้องมีบทบาทสูงสุดในการตัดสินใจว่าจะให้มรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนนั้นพัฒนาไปในทิศทางใด โดยผ่านกระบวนการของการวางแผนที่เป็นระบบ และกลยุทธ์การพัฒนาอื่นๆ ได้แก่ การกำหนดดัชนีระดับการพัฒนา การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว การกำหนดมาตรฐานสิ่งก่อสร้าง การพัฒนาคนท้องถิ่น และการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บทที่ 3

การดำเนินงานด้านการพัฒนาระบบบริหารจัดการงานวิจัย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยเพื่อวิจัยและพัฒนาผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของเครือข่ายมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล 8 แห่ง ภายใต้โครงการ “การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาบนฐานศักยภาพทรัพยากรชุมชน และภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน” โดยมีสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นผู้บริหารทุน มีเป้าหมายเพื่อพัฒนากลไกการบริหารจัดการงานวิจัยพาณิชย์เชิงพื้นที่ที่มีผลกระทบสูง และนักวิจัยของมหาวิทยาลัย ให้สามารถขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มผลิตภัณฑ์เป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรม พัฒนานวัตกรรม เทคโนโลยี และองค์ความรู้หนุนเสริมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้สามารถยกระดับผลิตภัณฑ์ โดยใช้ฐานทุนทางทรัพยากรชุมชนและภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์เป้าหมายสู่ตลาดการแข่งขันอย่างยั่งยืน ดังนั้นกระบวนการในการพัฒนากลไกการบริหารจัดการงานวิจัยพาณิชย์เชิงพื้นที่ที่มีผลกระทบสูงมีดังนี้

3.1 การพัฒนากลไกการบริหารจัดการงานวิจัยพาณิชย์เชิงพื้นที่ที่มีผลกระทบสูง

3.1.1 สถานการณ์เดิมของกลไกการบริหารจัดการงานวิจัยของมหาวิทยาลัย

สถานการณ์เดิมของกลไกการบริหารจัดการงานวิจัยของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมินั้น เป็นกลไกที่ยังขาดการพัฒนาศักยภาพนักวิจัยด้านการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ เนื่องจากนักวิจัยมักทำงานวิจัยตามความเชี่ยวชาญตามศาสตร์วิชาเท่านั้น ซึ่งโจทย์วิจัยที่ต้องการศึกษาก็เป็นความต้องการศึกษาของนักวิจัยเอง อีกทั้งยังเป็นงานวิจัยเชิงเดี่ยว ไม่เกิดการบูรณาการร่วมกับศาสตร์วิชาอื่น ทำให้ผลงานวิจัยนั้นอาจไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง หรือไม่มีผู้ใช้ประโยชน์จากงานวิจัยนั้น นอกจากนี้มหาวิทยาลัยยังไม่มีระบบการประเมินติดตามที่เป็นรูปธรรม จึงทำให้คุณภาพงานวิจัยที่ได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังนั้นหน่วยบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ จึงมีแนวทางพัฒนากลไกการบริหารจัดการงานวิจัยพาณิชย์เชิงพื้นที่ที่มีผลกระทบสูง เพื่อให้ได้กับวัตถุประสงค์ของโครงการ 2 ระนาบคือ พัฒนาระบบกลไกการบริหารจัดการงานวิจัยภายในมหาวิทยาลัย และพัฒนาการสร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) เพื่อร่วมขับเคลื่อนโครงการวิจัยอย่างเป็นรูปธรรม

3.1.2 กรอบแนวคิดการพัฒนากลไกการบริหารจัดการงานวิจัย

งานวิจัยพาณิชย์เชิงพื้นที่ที่มีผลกระทบสูง เป็นงานวิจัยที่ต้องสามารถนำผลงานวิจัยนั้นไปใช้ได้จริง และเกิดผลกระทบต่อพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้นกรอบแนวคิดการพัฒนากลไกการบริหารจัดการงานวิจัยจึงดำเนินการออกแบบขั้นตอนการทำงานตามวงจรคุณภาพ PDCA ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นตอนวางแผน (Plan) วิเคราะห์ระบบบริหารงานวิจัย กลไก และการจัดการงานของมหาวิทยาลัย กำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และตัวชี้วัดของงานวิจัย วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และปฏิบัติงาน

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นปฏิบัติงานตามแผน (Do) ปฏิบัติตามขั้นตอนที่ได้วางแผนไว้ตลอดสายใช้ระบบวิจัย การจัดการต้นทาง เพื่อให้ข้อเสนอโครงการที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของพื้นที่ได้อย่างแท้จริง ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

- การกำหนดพื้นที่และประเด็นการวิจัย ด้วยการสำรวจพื้นที่ และสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญ (Primary data) และศึกษาจากหนังสือ ตำรา และเอกสารทางวิชาการต่างๆ (Secondary data)
- การพัฒนากรอบงานวิจัย (Logical framework)
- การพัฒนาข้อเสนอโครงการวิจัย
- การจัดสรรทุนอุดหนุนการวิจัย

การจัดการกลางทาง เพื่อติดตาม ช่วยเหลือ อำนวยความสะดวก และพัฒนานักวิจัยหลังจากได้รับการจัดสรรทุน ผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างโครงการวิจัยย่อยต่างๆ กิจกรรมติดตามประเมินความก้าวหน้า กิจกรรมคืนข้อมูลสู่ชุมชน เป็นต้น

การจัดการปลายทาง เพื่อควบคุมคุณภาพผลงานวิจัย และเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์ ผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การส่งเล่มรายงานฉบับสมบูรณ์ การพัฒนาทักษะนักวิจัยด้านการเขียนเล่มรายงานวิจัยและการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิจัยในวารสารวิชาการ และการเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่สาธารณะ เช่น การจัดนิทรรศการผลงานวิจัย เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นตรวจสอบผลการบริหารและจัดการงานวิจัย (Check) ได้แก่ การถอดบทเรียนหลังการทำงาน (After Action Review, AAR) ในแต่ละกิจกรรม เพื่อเรียนรู้และปรับปรุงการทำงานต่อไป

ขั้นตอนที่ 4 การปรับปรุงระบบ กลไก และการจัดการงานวิจัย (Action) ปรับปรุงแผนการทำงาน โดยกระบวนการสร้างความเข้าใจ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้ทรงคุณวุฒิ และแหล่งทุนอย่างต่อเนื่อง จากขั้นตอนการดำเนินงานตามวงจรคุณภาพ PDCA จึงมีกิจกรรมต่างๆ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4 การดำเนินกิจกรรมโครงการ ระยะ 16 เดือน

ลำดับ	กิจกรรม	วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรม	ผลผลิตที่ได้	ภาคีเครือข่าย หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
1	แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานโครงการ “การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา บนฐานศักยภาพ ทรัพยากรชุมชน และภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน”	เพื่อพัฒนากลไกการบริหารจัดการงานวิจัย และนักวิจัยของมหาวิทยาลัย ให้สามารถขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มผลิตภัณฑ์เป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรม	ได้โครงสร้าง และเครือข่ายการทำงานเพื่อพัฒนากลไกการบริหารจัดการงานวิจัย และนักวิจัยของมหาวิทยาลัย ให้สามารถขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มผลิตภัณฑ์เป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรม	1. หน่วยบริหารจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ 2. วัฒนธรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3. สถาบันอยุธยาศึกษา 4. อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา 5. ปราชญ์ชุมชน 6. หัวหน้าโครงการวิจัยย่อย
2	เวทีประชุมร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)	เพื่อระดมความคิดเห็นในการพัฒนารอบการวิจัย และกลไกการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าใหม่	กรอบวิจัยที่มาจากปัญหาของพื้นที่ ร่วมกับกรอบแบบกับหน่วยงานที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง	1. หน่วยบริหารจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ 2. วัฒนธรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3. สถาบันอยุธยาศึกษา 4. อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา 5. พัฒนาชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 6. การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 7. ททท. สำนักงานพระนครศรีอยุธยา 8. ชาวบ้านในชุมชน 9. คณะนักวิจัย
3	เวทีชุมชน	เพื่อศึกษาบริบทสภาพทางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน	ได้ข้อมูลในการเขียนข้อเสนอโครงการย่อยให้เป็นไปตามกรอบวิจัยและบริบทของชุมชน	1. หน่วยบริหารจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ 2. คณะนักวิจัย 3. ชาวบ้านในชุมชน
4	จัดนิทรรศการอาหารชาติพันธุ์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	เพื่อเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูล	ได้ประชาสัมพันธ์ผลงานวิจัยของโครงการ	1. หน่วยบริหารจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี

ลำดับ	กิจกรรม	วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรม	ผลผลิตที่ได้	ภาคีเครือข่าย หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
		ได้จากการวิจัยสู่สังคม อีกทั้งยังเป็นการ ทำงานร่วมกันระหว่าง ภาคีความร่วมมือ ระหว่างมหาวิทยาลัย ส่วนงานราชการ ภาครัฐ และเอกชน	สู่สาธารณชน	ราชมงคลสุวรรณภูมิ 2. บริษัท ประชาธิปไตยรัก ส ำ มั ค คี จั ง ห วั ด พระ นคร ศรีอยุธยา (วิสาหกิจชุมชน) จำกัด 3. ศูนย์การค้า อยุธยา ซิตี้ ปาร์ค
5	จัดประชุมคณะกรรมการ และ ทีมวิจัย	ร่วมกันพัฒนากรอบ การวิจัย และข้อเสนอ โครงการย่อย	กรอบการวิจัย และ ข้อเสนอโครงการย่อย 5 โครงการ	1. หน่วยบริหารจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลสุวรรณภูมิ 2. คณะนักวิจัย
6	จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยน เรียนรู้ รายงานความก้าวหน้าการ ดำเนินการวิจัย	เพื่อ แลก เปลี่ยน เรียนรู้ข้อมูลอันเป็นผล จากการวิจัย และ ติดตามความก้าวหน้า การดำเนินการวิจัย อย่างไม่เป็นทางการ	องค์ความรู้ และผลการ ด ำ เนิ น ง า น ข อ ง โครงการวิจัยย่อย ใน ระยะต่างๆ ระยะ 3, 5, 8 และ 10 เดือน	1. หน่วยบริหารจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลสุวรรณภูมิ 2. คณะนักวิจัย
7	กิจกรรมถอดบทเรียนการ เรียนรู้การทำงาน	เพื่อถอดบทเรียนการ ทำงานในระยะต่างๆ เพื่อเรียนรู้ ปรับปรุง พัฒนาการทำงานใน ระยะต่อไป	องค์ความรู้จากการถอด บทเรียนการทำงาน ใน ระยะต่างๆ ระยะ 3, 5, 8 และ 10 เดือน	1. หน่วยบริหารจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลสุวรรณภูมิ 2. คณะนักวิจัย
8	กิจกรรมลงนามบันทึกข้อตกลง ความร่วมมือด้านงานวิจัยเชิง พื้นที่	เพื่อสร้างความร่วมมือ ด้านงานวิจัยเชิงพื้นที่ กับหน่วยงานภาคีที่ เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมกัน ขับเคลื่อนผลงานวิจัย ให้เป็นรูปธรรม	ได้รับ ความ ร่วม มือ สนับสนุน อำนวนยความ สะดวก จากหน่วยงานที่ ร่วมลงนามอย่างดี	1. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลสุวรรณภูมิ 2. วัฒนธรรมจังหวัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3. สำนักงานท่องเที่ยวและ กีฬ า จั ง ห วั ด พระนครศรีอยุธยา 4. การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย สำนักงาน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 5. บริษัท ประชาธิปไตยรัก ส ำ มั ค คี จั ง ห วั ด พระ นคร ศรีอยุธยา

ลำดับ	กิจกรรม	วัตถุประสงค์ของการ จัดกิจกรรม	ผลผลิตที่ได้	ภาคีเครือข่าย หรือผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย
				(วิสาหกิจชุมชน) จำกัด 6. อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา 7. ตลาดโก้งโค้ง (บ้านแสง โสม) 8. สถาบันอยุธยาศึกษา 9. องค์การบริหารส่วน ตำบลบ้านโพ
9	กิจกรรมการลงนามสัญญา รับทุนอุดหนุนการวิจัย ภายใต้ชุด โครงการ“การวิจัยและพัฒนา ผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัด พระนครศรีอยุธยาบนฐาน ศักยภาพ ทรัพยากรชุมชน และ ภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้าง ความสามารถทางการแข่งขัน อย่างยั่งยืน”	เพื่อทำสัญญา รับทุนอุดหนุนการวิจัย ระหว่างนักวิจัยและ มหาวิทยาลัย และ ชี้แจงการเบิกจ่าย งบประมาณของ โครงการ	ทำสัญญา รับทุน 5 โครงการย่อย	1. หน่วยบริหารจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลสุวรรณภูมิ 2. หัวหน้าโครงการย่อย
10	โครงการประเมินความก้าวหน้า ระยะ 5 เดือน	เพื่อติดตาม ความก้าวหน้าระยะ 5 เดือนของโครงการ ย่อย 5 โครงการ	รายงานความก้าวหน้า ระยะ 5 เดือนของ โครงการย่อย 5 โครงการ	1. หน่วยบริหารจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลสุวรรณภูมิ 2. ผู้ทรงคุณวุฒิ 3. หัวหน้าโครงการย่อย
11	กิจกรรมทดลองตลาด	เพื่อทดสอบผลผลิต ของโครงการให้เป็นไป ตามวัตถุประสงค์ และ ทดสอบระบบกลไก การบริหารจัดการว่า สามารถดำเนิน กิจกรรมด้วยชุมชนได้ อย่างมีประสิทธิภาพ	1. ผลการประเมินความ พึงพอใจของเส้นทางการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2. ผลการประเมินระบบ กลไกการบริหารจัดการ 3. ผลการประเมินการ กระจายรายได้ที่เป็น ธรรม	1. หน่วยบริหารจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลสุวรรณภูมิ 2. นายอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3. องค์การบริหารส่วน ตำบลบ้านโพ 4. คณะผู้บริหาร และผู้ ติดตามจากเครือข่าย สถาบันวิจัย 9 มทร. 5. วัฒนธรรมจังหวัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 6. สำนักงานท่องเที่ยวและ

ลำดับ	กิจกรรม	วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรม	ผลผลิตที่ได้	ภาคีเครือข่าย หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
				กีฬา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 7. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 8. บริษัท ประชาธิปไตย สำนั ก คี จั ง ห วั ดพระนครศรีอยุธยา (วิสาหกิจชุมชน) จำกัด 9. อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา 10. ตลาดโก้งโค้ง (บ้านแสงโสม) 11. สสว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 12. หอการค้าจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13. สถาบันอยุธยาศึกษา 14. ผู้ประกอบการท่องเที่ยว 15. คณบดีวิทยาลัย 16. ชาวบ้านในชุมชน
12	โครงการรายงานผลการดำเนินงานระยะ 10 เดือน (ปิดโครงการ)	เพื่อติดตามความก้าวหน้าระยะ 10 เดือนของโครงการย่อย 5 โครงการ	รายงานความก้าวหน้าระยะ 10 เดือนของโครงการย่อย 5 โครงการ	1. หน่วยบริหารจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ 2. ผู้ทรงคุณวุฒิ 3. หัวหน้าโครงการย่อย
13	กิจกรรมคืนข้อมูลสู่ชุมชน	เพื่อประเมินผลลัพธ์ผลกระทบที่เกิดขึ้น อีกทั้งร่วมวางแผนแนวทางการทำงานในระยะต่อไปร่วมกับชุมชน และหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้อง	แนวทางการทำงานในระยะต่อไปร่วมกับชุมชน และหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้อง	1. หน่วยบริหารจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ 2. ปลัดอำเภออาวุโส อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3. การท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ลำดับ	กิจกรรม	วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรม	ผลผลิตที่ได้	ภาคีเครือข่าย หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
				4. วัฒนธรรมจังหวัด พระนครศรีอยุธยา 5. คณะนักวิจัย 6. ชาวบ้านในชุมชน

3.2 ประเด็นการวิจัย และพื้นที่เป้าหมาย

โครงการ “การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาบนฐานศักยภาพทรัพยากรชุมชน และภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน” มีประเด็นการวิจัย และพื้นที่เป้าหมาย ดังนี้

3.2.1 ประเด็นการวิจัย

จากกลไกการบริหารจัดการงานวิจัยในการพัฒนาโจทย์วิจัยด้วยการลงพื้นที่สำรวจบริบทของชุมชนชาติพันธุ์ต่างๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเวทีการพัฒนารอบการวิจัย จึงมีแนวคิดที่จะ **พัฒนาชุมชนชาติพันธุ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน ด้วยการสร้างมูลค่าจากคุณค่าอัตลักษณ์วัฒนธรรมนั้น** ผ่านกระบวนการออกแบบนวัตกรรมเชิงคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญชุมชนบ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้ทุนเดิมของพื้นที่วิจัยเป็นกลไกในการขับเคลื่อน New Value Chain ผ่านประเด็นการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 5 กรอบประเด็นวิจัยจากการลงพื้นที่ และเวทีการพัฒนารอบการวิจัย

กรอบประเด็นการวิจัยที่ 1 การศึกษาอัตลักษณ์มอญ และเอกลักษณ์มอญเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา		
เป้าหมาย	1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ร่วมของชาติพันธุ์มอญ 2. เพื่อศึกษาเอกลักษณ์ของมอญเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3. เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ต้องการ นำเชื่อถือ สามารถนำไปใช้อ้างอิงในหนังสือ ตำรา หรือเอกสารทางวิชาการ ได้ ด้วยกระบวนการตรวจสอบจากนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ และชุมชนเจ้าของพื้นที่	รับผิดชอบโดย : โครงการย่อยที่ 1 การศึกษาอัตลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญเพื่อหนุนเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว
กรอบประเด็นการวิจัยที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการ เพื่อสร้างรายได้ให้ชุมชน		
เป้าหมาย	1. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารชาติพันธุ์มอญที่สะท้อนอัตลักษณ์มอญเสากระโดง 2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหารชาติพันธุ์มอญที่สะท้อนอัตลักษณ์มอญเสากระโดง	รับผิดชอบโดย : โครงการย่อยที่ 2 การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของอาหารชาติพันธุ์มอญจากภูมิปัญญาท้องถิ่น

	3. เพื่อสร้าง โปรแกรม และเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนมอญเสากระโดง 4. เพื่อสร้างผู้ประกอบการในการผลิตผลิตภัณฑ์ในชุมชน	<u>โครงการย่อยที่ 3</u> การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร (Non Food) ชชาติพันธุ์มอญจากภูมิปัญญาท้องถิ่น <u>โครงการที่ 4</u> การบูรณาการอัตลักษณ์ชาติพันธุ์มอญสู่การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
กรอบประเด็นการวิจัยที่ 3 การพัฒนาระบบกลไกการทำงานของชุมชน ร่วมกับการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)		
เป้าหมาย	1. เพื่อพัฒนาระบบกลไกการบริหารจัดการภายในของชุมชน ด้วยการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดการสู่ชุมชน 2. เพื่อพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนมหาวิทยาลัย และหน่วยงานที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทั้งภาครัฐและเอกชน ในการร่วมมือกันขับเคลื่อนผลการวิจัยให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม	รับผิดชอบโดย : - หน่วยบริหารจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ - โครงการวิจัยย่อย 5 โครงการ
กรอบประเด็นการวิจัยที่ 4 เพื่อพัฒนากลไก และถอดบทเรียนการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าใหม่ และประเมินผลลัพธ์และผลกระทบของโครงการวิจัย		
เป้าหมาย	1. เพื่อพัฒนากลไก และถอดบทเรียนการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าใหม่ 2. เพื่อประเมินผลลัพธ์และผลกระทบของโครงการวิจัยอันเป็นผลจากผลการวิจัย	รับผิดชอบโดย : <u>โครงการที่ 5</u> การประเมินผลลัพธ์และผลกระทบของโครงการวิจัย กรณีศึกษาชุมชนมอญบ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.2.2 พื้นที่เป้าหมาย

จากกลไกการบริหารจัดการงานวิจัยในการพัฒนาโจทย์วิจัยด้วยการลงพื้นที่สำรวจบริบทของชุมชนชาติพันธุ์ต่างๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และผลการประเมินศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน พบว่าชุมชนชาติพันธุ์มอญ บ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีศักยภาพมากที่สุด (ตารางที่ 3) ดังนั้นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิจึงเลือกพื้นที่ดังกล่าวเป็น

พื้นที่วิจัย เพื่อเป็นต้นแบบในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในการพัฒนาชุมชนอื่นต่อไปในอนาคต

ชุมชนมอญบ้านเสากรโดงตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 4 และหมู่ที่ 5 ตำบลขนอนหลวง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา จากหลักฐานโบราณสถาน และคำบอกเล่าของบรรพบุรุษที่สืบทอดกันมาคาดว่า ชวามอญกลุ่มนี้อพยพมาจากหงสาวดี โดยเข้ามาทางจังหวัดเชียงใหม่ แล้วเดินทางเข้าโดยเกวียนมาก่อตั้งหมู่บ้านในช่วงสมัยอยุธยาตอนปลาย ถึงกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น ส่วนชื่อเรียกหมู่บ้านนี้ว่าเสากรโดง นั้น มาจากบริเวณที่ตั้งหมู่บ้านในอดีตเป็นด้านขนอน (ด้านเก็บภาษีอากรในสมัยกรุงศรีอยุธยา) มีคำบอกเล่าว่า ในสมัยกรุงศรีอยุธยา มีการใช้เรือสำเภาในการขนส่งสินค้าและเดินทาง ต่อมาเกิดเหตุอัปปางลงเรือพร้อมเสากรโดงลอยมาติดอยู่แถวหมู่บ้านนี้ จนทำให้ผู้คนที่ผ่านมาเรียกหมู่บ้านว่าหมู่บ้านเสากรโดง ในปัจจุบันเสากรโดงได้เก็บรักษาไว้ในบริเวณวัดทองบ่อ เพื่อสัญลักษณ์ของหมู่บ้านเสากรโดง เดิมทีชวามอญในชุมชนนี้มีอาชีพค้าขายทางเรือ โดยล่องเรือแล่นไปไปตามแม่น้ำเจ้าพระยา ผ่านอ่างทอง สิงห์บุรี ชัยนาท ลพบุรี และปากน้ำโพเข้าไปยังแม่น้ำป่าสักถึงเพชรบูรณ์ สินค้าที่ขายเป็นหลักคือ ดับจาก รองลงมาคือเกลือ เนื่องจากในสมัยนั้นการสร้างบ้านนิยมใช้ดับจากในการมุงหลังคา

วัดทองบ่อกลายเป็นแหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรม เมื่อพระครูอาทรพิพัฒนโกศล หรือพระอาจารย์สุทัศน์ ธรรมอุปถัมภ์ เจ้าอาวาส ได้เริ่มก่อตั้งพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านวัดทองบ่อ และศูนย์ศึกษาชุมชนมอญขึ้นที่ศาลาการเปรียญหลังเก่าที่มีอายุมากกว่า 300 ปี ภายในมีการจัดแสดงพระพุทธรูปศิลปะมอญโบราณ พระพุทธรูปหยกอายุ 2,000 ปี ภาพวาดกษัตริย์มอญ สมุดข่อยโบราณที่จารึกบทสวดมนต์ภาษามอญ และคัมภีร์จำข้างจารอักษรภาษามอญโบราณซึ่งเป็นสิ่งที่พระมอญนำติดตัวมาในช่วงอพยพ เป็นต้น นอกจากนี้วัดทองบ่อยังได้อนุรักษ์พื้นฟูประเพณีมอญ เช่น ประเพณีสงกรานต์ การแห่ธงตะขาบ การตักบาตรน้ำผึ้ง การละเล่น เช่น มอญซ่อนผ้า และการส่งเสริมให้เยาวชนได้แต่งกายแบบชวามอญ ในโอกาสงานสำคัญต่างๆ ส่วนประเพณีทางศาสนาที่ยังปรากฏให้เห็นอยู่บ้างคือ งานศพเจ้าอาวาส ที่มีพิธีกรรมเต็มรูปแบบ และการสวดพระอภิธรรมที่ยังเป็นภาษามอญ

3.3 กรอบวิจัย เป้าหมาย และตัวชี้วัด

การพัฒนากรอบการวิจัยของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ทำโดยนำคณะนักวิจัยจึงลงพื้นที่ทำเวทีชุมชน เพื่อศึกษาบริบทของชุมชน และวิเคราะห์ Network Value Chain ของชุมชน ในวันศุกร์ที่ 14 ธันวาคม 2561 โดยได้รับความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) จากหน่วยงานส่วนราชการหลายภาคส่วน เช่น วัฒนธรรมจังหวัด สถาบันอยุธยาศึกษา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และหน่วยงานที่กำกับดูแลชุมชน คือองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโพ และผู้ใหญ่บ้านหมู่ 4 และหมู่ 5 อันเป็นที่ตั้งของชุมชนชวามอญที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเข้าร่วมเวทีการเรียนรู้ ร่วมกับชาวบ้านเชื้อสายมอญมากกว่า 30 คน ที่ให้ข้อมูลบริบทชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต รวมถึงภูมิปัญญา

ท้องถิ่นต่างๆ ผ่านกิจกรรมกลุ่ม 3 รูปแบบคือ 1) ปฏิทินประเพณี วัฒนธรรมวิถีชุมชนชาวมอญ 2) เส้นทางประวัติศาสตร์ชุมชนชาวมอญ และ 3) แผนที่รอบใน รอบนอกชุมชนชาวมอญ (รูปที่ 8)



รูปที่ 8 กิจกรรมการพัฒนากรอบวิจัยร่วมกับชุมชน

ผลการทำเวทีเรียนรู้วิถีชุมชนชาวมอญ บ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าชุมชนมีความเข้มแข็ง ยังมีประเพณี วัฒนธรรมบางอย่างสืบทอดอยู่ เช่น ประเพณีแห่หงส์ – ธงตะขาบ ในเทศกาลสงกรานต์ ประเพณีตักบาตรน้ำผึ้งในวันพระขึ้น 15 ค่ำ เดือน 10 ของทุกปี หรือการสวดบทสวดภาษามอญในการพิธีกรรมทางศาสนา โบราณวัตถุที่ยังคงเก็บรักษาไว้ที่พิพิธภัณฑสถานบ้านวัดทองบ่อและศูนย์ศึกษาชุมชนมอญ อาทิ คัมภีร์งาช้าง อักษรภาษามอญโบราณ สมุดข่อยโบราณ ใบลานที่จารึกบทสวดมนต์ และสรรพวิชาภาษามอญ เป็นของที่พระสงฆ์ชาวมอญได้ถือติดมาด้วยในช่วงอพยพจากเมืองมอญมาที่ประเทศไทย รวมทั้งหม้อ ไหโบราณที่ยังเก็บรักษาไว้ที่พิพิธภัณฑสถาน นอกจากนี้ยังมีภูมิปัญญาท้องถิ่นในการทำอาหารมอญที่ยังคงทำรับประทานกันในครัวเรือน หรือทำในเทศกาลงานบุญ เช่น แกงกระเจี๊ยบ แกงมะตาด และข้าวซีกา เป็นต้น หรือภูมิปัญญาในการทำหัตถกรรม เช่น การปักลายเป็นลวดลายต่างๆ ในผ้าพันคอ มอญ อันเป็นชุดแต่งกายของชาติพันธุ์มอญ ยังมีกลุ่มที่ทำอยู่ แต่อาจเหลือน้อย และมีลวดลายไม่หลากหลายนัก

ตารางที่ 6 กรอบวิจัย เป้าหมาย และตัวชี้วัด

กรอบประเด็นการวิจัยที่ 1 การศึกษาอัตลักษณ์มอญ และเอกลักษณ์มอญเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา		
เป้าหมาย	1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ร่วมของชาติพันธุ์มอญ 2. เพื่อศึกษาเอกลักษณ์ของมอญเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3. เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ต้องการ นำเชื่อถือ สามารถนำไปใช้อ้างอิงในหนังสือ ตำรา หรือเอกสารทางวิชาการได้ ด้วยกระบวนการตรวจสอบจากนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ และชุมชนเจ้าของพื้นที่	ตัวชี้วัด : 1. เอกลักษณ์ลักษณะมอญกรุงศรีที่แท้จริง มีความถูกต้องตามเนื้อหาและประวัติศาสตร์ พร้อมถ่ายทอดให้โครงการอื่นไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต่อไป 2. สื่อสร้างสรรค์คุณค่าวัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญ 3. กลุ่มชุมชนคนรักมอญบ้านเสากระโดง 4. การทวนสอบความถูกต้องของ DNA มอญกรุงศรีที่ได้
กรอบประเด็นการวิจัยที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อสร้างรายได้ให้ชุมชน		
เป้าหมาย	1. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารชาติพันธุ์มอญที่สะท้อนอัตลักษณ์มอญเสากระโดง 2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหารชาติพันธุ์มอญที่สะท้อนอัตลักษณ์มอญเสากระโดง 3. เพื่อสร้าง โปรแกรม และเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนมอญเสากระโดง 4. เพื่อสร้างผู้ประกอบการในการผลิตผลิตภัณฑ์ในชุมชน	ตัวชี้วัด : 1. สำหรับอาหารและผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารชาติพันธุ์มอญ 2. ผลิตภัณฑ์ของใช้/ ของที่ระลึกที่สะท้อนชาติพันธุ์มอญอย่างน้อย 3 ชิ้น 3. กิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวคุณค่าวัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญที่เหมาะสมกับพื้นที่และความต้องการของนักท่องเที่ยว 4. ผู้ประกอบในการผลิตผลิตภัณฑ์ในชุมชน 5. ความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาชาติพันธุ์มอญ
กรอบประเด็นการวิจัยที่ 3 การพัฒนาระบบกลไกการทำงานของชุมชน ร่วมกับการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)		
เป้าหมาย	1. เพื่อพัฒนาระบบกลไกการบริหารจัดการภายในของ	ตัวชี้วัด :

	ชุมชน ด้วยการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดการสู่ชุมชน 2. เพื่อพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน มหาวิทยาลัย และหน่วยงานที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทั้งภาครัฐและเอกชน ในการร่วมมือกันขับเคลื่อนผลการวิจัยให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม	1. ระบบและกลไกการขับเคลื่อน การท่องเที่ยวคุณค่าวัฒนธรรมชาติ พันธุ์มอญ 2. เครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน มหาวิทยาลัย และเครือข่าย
กรอบประเด็นการวิจัยที่ 4 เพื่อพัฒนากลไก และถอดบทเรียนการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าใหม่ และประเมินผลลัพธ์และผลกระทบของโครงการวิจัย		
เป้าหมาย	1. เพื่อพัฒนากลไก และถอดบทเรียนการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าใหม่ 2. เพื่อประเมินผลลัพธ์และผลกระทบของโครงการวิจัย อันเป็นผลจากผลการวิจัย	ตัวชี้วัด: 1. ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุนในโครงการวิจัย 2. ผลตอบแทนและผลประโยชน์ทางสังคมจากการลงทุนในโครงการวิจัย 3 กลไกการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าใหม่

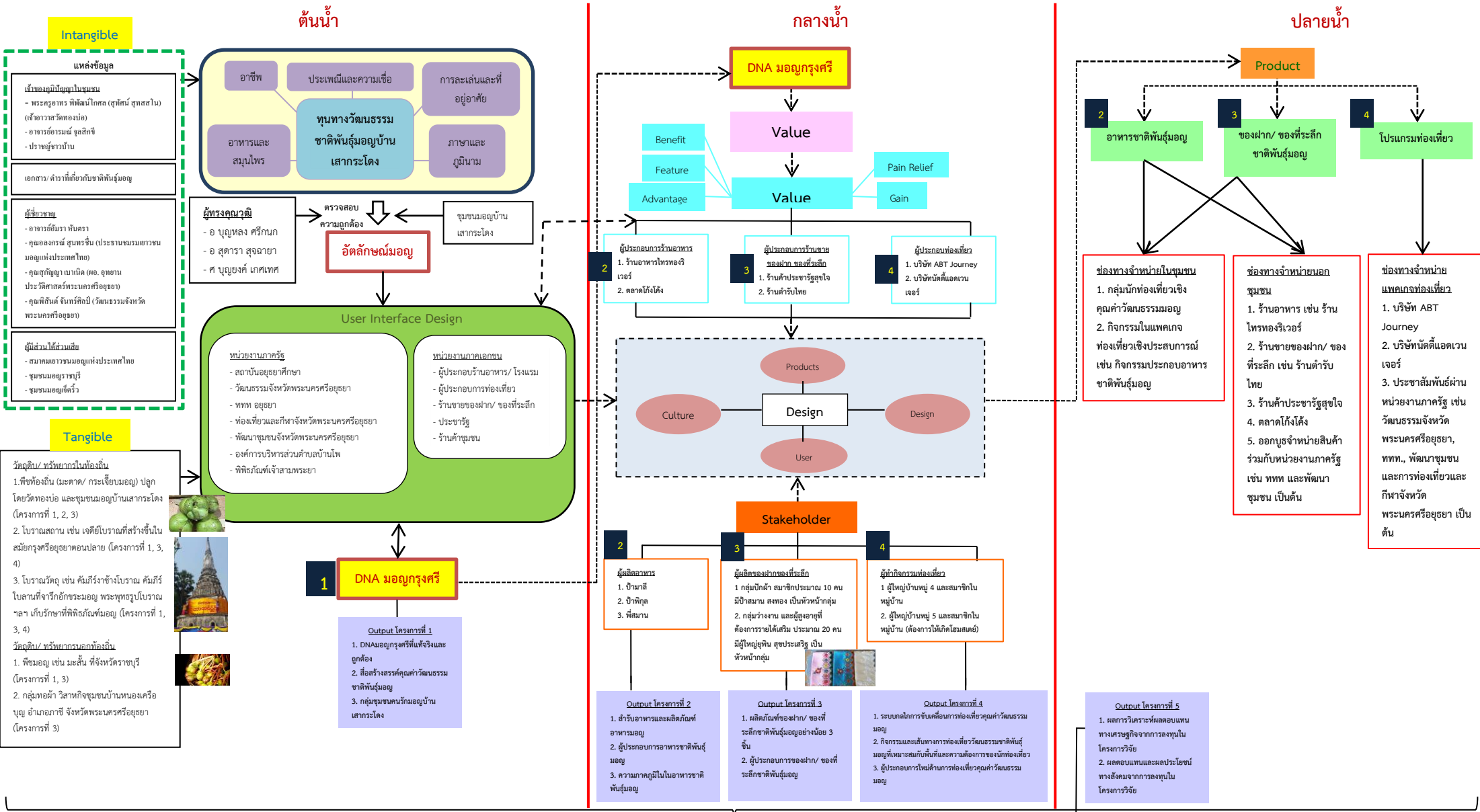
บทที่ 4

ผลการดำเนินงานและข้อเรียนรู้

4.1 ผลการพัฒนากรอบวิจัย และข้อเสนอโครงการ

ผลการดำเนินงานภายใต้โครงการวิจัย “การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาบนฐานศักยภาพ ทรัพยากรชุมชน และภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน” จากกลไกการบริหารจัดการงานวิจัยของหน่วยบริหารจัดการกลางของมหาวิทยาลัย ร่วมกับทีมคณะวิจัย ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญชาติพันธุ์มอญ ภาคีภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ อาทิ สถาบันอยุธยาศึกษา วัฒนธรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อุทยานประวัติศาสตร์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พัฒนาชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโพธิ์ผู้ดูแลพื้นที่ชุมชน และหน่วยงานภาคเอกชน อาทิ ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ โรงแรม ท่องเที่ยว ร้านขายของฝาก/ ของที่ระลึก ประชารัฐ และร้านค้าในชุมชน ทำให้ได้กรอบการวิจัย และข้อเสนอโครงการวิจัยย่อย 5 โครงการ

เมื่อวิเคราะห์ Network Value Chain พบว่าเดิมที่ชุมชนมอญบ้านเสากระโดงยังไม่มีการท่องเที่ยวในชุมชน อาหาร และภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมค่อนข้างสูญหายไปจากชุมชน ไม่ว่าจะเป็นภาษาพูดมอญที่มีแต่ผู้เฒ่าผู้แก่ที่ยังคงใช้สื่อสารในชีวิตประจำวัน แต่เยาวชนรุ่นใหม่ไม่สามารถฟังและพูดได้แล้ว หรือแต่กระทั่งอาหารมอญบางชนิดก็ได้สูญหายไปจากชุมชน ยังคงเหลืออาหารมอญบางชนิดเท่านั้นที่ยังทำกินกันในครัวเรือน หรือตามเทศกาลต่างๆ เช่น แกงมะตาด หรือแกงกระเจียบ เป็นต้น สาเหตุหลักหนึ่งของการสูญหายทางวัฒนธรรมเหล่านี้มาจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วของสังคมเมือง ทำให้เยาวชนรุ่นใหม่ไม่ได้ให้ความสนใจในชุมชนหรือชาติพันธุ์ของตน ไม่เกิดความรู้สึกรักและหวงแหน จึงไม่เกิดการสืบทอดเรียนรู้เพื่อยังคงซึ่งวัฒนธรรมนั้นๆ ไว้ไม่ให้สูญหายไป แต่ปัจจุบันประเพณีบางอย่างก็ได้รับการฟื้นฟูขึ้นมาโดยพระครูอาทรพิพัฒน์โกศล หรือพระอาจารย์สุทัศน์ ธรรมอุบล เจ้าอาวาส ที่ได้อนุรักษ์ฟื้นฟูประเพณีมอญ เช่น ประเพณีสงกรานต์ การแห่ธงตะขาบ การตักบาตรน้ำผึ้ง การละเล่น เช่น มอญซ่อนผ้า และการส่งเสริมให้เยาวชนได้แต่งกายแบบชาวมอญ ในโอกาสงานสำคัญต่างๆ ส่วนประเพณีทางศาสนาที่ยังปรากฏให้เห็นอยู่บ้างคือ งานศพเจ้าอาวาส ที่มีพิธีกรรมเต็มรูปแบบ และการสวดพระอภิธรรมที่ยังเป็นภาษามอญ ดังนั้นแนวคิดการวิจัยผ่านกระบวนการออกแบบนวัตกรรมเชิงคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญชุมชนบ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จึงเป็นกลไกหนึ่งในการร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรม และภูมิปัญญาเหล่านี้ไว้ อีกทั้งยังสามารถเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนผู้เป็นเจ้าของภูมิปัญญานั้นได้อีกด้วย ดังนั้นจึงสามารถกำหนดกรอบวิจัยของโครงการได้ดังนี้



- โครงการย่อยที่ 1 การศึกษาอัตลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญเพื่อหนุนเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว**
- กิจกรรมที่ 1 : ภูมิปัญญาด้านอาหารและสมุนไพร
- กิจกรรมที่ 2 : ภูมิปัญญาด้านอาชีพ
- กิจกรรมที่ 3 : ภูมิปัญญาด้านประเพณีและความเชื่อ
- กิจกรรมที่ 4 : ภูมิปัญญาด้านที่อยู่อาศัยและการละเล่น
- กิจกรรมที่ 5 : ภูมิปัญญาด้านภาษาและภูมิปัญญา
- กิจกรรมที่ 6 : การทดสอบความถูกต้องของ DNA มอญกรุงศรีที่ได้
- โครงการย่อยที่ 2 การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของอาหารชาติพันธุ์มอญจากภูมิปัญญาท้องถิ่น**
- กิจกรรมที่ 1 : การศึกษาและวิเคราะห์คุณค่าอัตลักษณ์วัฒนธรรมอาหารชาติพันธุ์มอญ
- กิจกรรมที่ 2 : การสื่อสารอัตลักษณ์ชาติพันธุ์มอญผ่านสื่ออาหารและผลิตภัณฑ์อาหาร
- กิจกรรมที่ 3 : การออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้อัตลักษณ์อาหารชาติพันธุ์มอญ
- กิจกรรมที่ 4 : การคืนข้อมูลแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- โครงการย่อยที่ 3 การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร (Non-Food) ชาติพันธุ์มอญจากภูมิปัญญาท้องถิ่น**
- กิจกรรมที่ 1 : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร (Non-Food) ชาติพันธุ์มอญของผู้บริโภค
- กิจกรรมที่ 2 : การศึกษาภูมิปัญญาคุณค่าวัฒนธรรมมอญสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์นวัตกรรมให้แก่ผู้ประกอบการชุมชนมอญบ้านเสากระโด
- กิจกรรมที่ 3 : การออกแบบของหัตถ์ศิลปการท่องเที่ยวจากภูมิปัญญา วัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญ
- กิจกรรมที่ 4 : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ธรรมชาติจากพืชท้องถิ่นชุมชนมอญ
- โครงการย่อยที่ 4 การบูรณาการอัตลักษณ์ชาติพันธุ์มอญสู่การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**
- กิจกรรมที่ 1 : ศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญ
- กิจกรรมที่ 2 : การบูรณาการอัตลักษณ์ชาติพันธุ์มอญสู่การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- โครงการย่อยที่ 5 การประเมินผลลัพธ์และผลกระทบของโครงการวิจัยกรณีศึกษา ชุมชนมอญบ้านเสากระโด อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**
- กิจกรรมที่ 1 : ศึกษาสภาพทั่วไปของชุมชนมอญบ้านเสากระโด
- กิจกรรมที่ 2 : ศึกษาประเมินผลลัพธ์และผลกระทบของโครงการวิจัยกรณีศึกษา ชุมชนมอญบ้านเสากระโด

จากกรอบการวิจัยข้างต้น ประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อย 5 โครงการดังนี้

ตารางที่ 7 โครงการทั้งหมดที่แสดงกิจกรรมย่อย ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผลลัพธ์

โครงการ	กิจกรรม	ผู้ที่เกี่ยวข้อง	ผลลัพธ์
โครงการที่ 1 การศึกษาอัตลักษณ์ ทูทางวัฒนธรรมชาติ พันธุ์มอญเพื่อหนุน เสริมศักยภาพการ ท่องเที่ยว	กิจกรรมที่ 1 การศึกษา อัตลักษณ์ ทูทาง วัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญ ด้านประเพณี และความ เชื้อ	- เจ้าของภูมิปัญญามอญ เช่น พระครู อาทร พิพัฒน์โกศล (เจ้าอาวาสวัดทอง บ่อ)/ อาจารย์อารมณ จุลสุขชี/ ปราชญ์ ชาวบ้านในชุมชน - ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น สมาคมเยาวชน มอญแห่งประเทศไทย/ ชุมชนมอญ ราชบุรี/ ชุมชนมอญเจ็ดริ้ว	- DNA มอญกรุงศรีที่ แท้จริง มีความถูก ต้องตามเนื้อหา และ ประวัติศาสตร์ พร้อม ถ่ายทอดให้โครงการ อื่นไปพัฒนาเป็น ผลิตภัณฑ์ต่อไป - สื่อสร้างสรรค์คุณค่า วัฒนธรรมชาติพันธุ์ มอญ - กลุ่มชุมชนคนรัก มอญบ้านเสากระโดง - การทวนสอบความ ถูกต้องของ DNA มอญกรุงศรีที่ได้
	กิจกรรมที่ 2 การศึกษา อัตลักษณ์ ทูทาง วัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญ ด้านอาหาร และสมุนไพร	- ผู้เชี่ยวชาญ เช่น อาจารย์อัมรา หันตรา/ คุณอลงกรณ์ สุนทรชื่น (ประธานชมรมเยาวชนมอญแห่งประเทศไทย)/ คุณสุกัญญา เบาเนต (ผอ. อุทยาน ประวัติศาสตร์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา/ คุณพิสันต์ จันทร์ศิลป์ (วัฒนธรรมจังหวัด พระนครศรีอยุธยา) - ชุมชนมอญบ้านเสากระโดง - หน่วยงานภาครัฐ เช่น สถาบันอยุธยา ศึกษา / วัฒนธรรมจังหวัด พระนครศรีอยุธยา/ ททท. อยุธยา/ ท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัด พระนครศรีอยุธยา/ พัฒนาชุมชน และ อบต. บ้านโพ - หน่วยงานภาคเอกชน เช่น ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ โรงแรม ท่องเที่ยว/ ร้านขายของฝากของที่ระลึก/ ประชารัฐ และร้านค้าในชุมชน - ผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญ เช่น อาจารย์ บุญหลง ศรีกนก/ อาจารย์สุตารา สุข ฉายา และศาสตราจารย์บุญยงค์ เกศเทศ - คณะนักวิจัย	
โครงการที่ 2 การสร้างคุณค่าและ มูลค่าเพิ่มของอาหาร ชาติพันธุ์มอญจากภูมิ	กิจกรรมที่ 1 การศึกษา และวิเคราะห์คุณค่าอัต ลักษณ์วัฒนธรรมอาหาร ชาติพันธุ์มอญ	- ปราชญ์ชาวบ้านด้านปัญญอาหารมอญ เช่น พระครูอาทร พิพัฒน์โกศล (เจ้า อาวาสวัดทองบ่อ)/ ป้าสมปอง/ ป้า สายหยุด/ ป้าสงบ/ ป้าพยนต์ และป้าอิน	- สำหรับอาหารและ ผลิตภัณฑ์อาหารชาติ พันธุ์มอญ - ผู้ประกอบการ

โครงการ	กิจกรรม	ผู้ที่เกี่ยวข้อง	ผลลัพธ์
ปัญหาท้องถิ่น	<u>กิจกรรมที่ 2</u> การสื่อสารอัตลักษณ์ชาติพันธุ์มอญผ่านสำหรับอาหารและผลิตภัณฑ์อาหาร <u>กิจกรรมที่ 3</u> การออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้อัตลักษณ์อาหารชาติพันธุ์มอญ <u>กิจกรรมที่ 4</u> การคืนข้อมูลแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ดา - ผู้ปลูกผักพื้นบ้าน (กระเจี๊ยบ มะตาด) เช่น วัดทองบ่อ ชาวบ้านในชุมชน - ผู้รวบรวมและจำหน่ายผักพื้นบ้าน คือ ร้านค้าติดดาวชุมชนมอญ - ผู้ผลิตอาหาร เช่น ป้ามาลี/ ป้าพิกุล และป้าสมาน - ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ เช่น ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 5 ผู้ใหญ่นิภา - ชุมชนมอญบ้านเสากระโดง - หน่วยงานภาครัฐ เช่น สถาบันอยุธยาศึกษา/ พัฒนาชุมชน และ อบต. บ้านโพ - หน่วยงานภาคเอกชน เช่น ตลาดโก้งโค้ง ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ โรงแรม และร้านค้าในชุมชน - คณะนักวิจัย	อาหารชาติพันธุ์มอญ - ความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาชาติพันธุ์มอญ
<u>โครงการที่ 3</u> การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร (Non Food) ชาติพันธุ์มอญจากภูมิปัญญาท้องถิ่น	<u>กิจกรรมที่ 1</u> ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร (Non Food) ชาติพันธุ์มอญของผู้บริโภค <u>กิจกรรมที่ 2</u> การศึกษาองค์ความรู้ ภูมิปัญญา ลวดลายมอญโบราณสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์พัสดุภัณฑ์ให้กับผู้ประกอบการท้องถิ่น <u>กิจกรรมที่ 3</u> การออกแบบของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวจากภูมิปัญญา วัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญ <u>กิจกรรมที่ 4</u> การพัฒนาผลิตภัณฑ์ธรรมชาติจากพืชท้องถิ่นชุมชนมอญ	- ประชาชนชาวบ้านด้านศิลปะ วัฒนธรรมมอญ เช่น พระครูอาทร พิพัฒน์โกศล (เจ้าอาวาสวัดทองบ่อ)/ ป้าสมปอง/ ป้าสายหยุด/ ป้าสงบ/ ป้าพยนต์ และป้าอินดา - กลุ่มปักผ้าในชุมชน ประมาณ 10 คน โดยมีป้าสมาน สงทอง เป็นผู้นำกลุ่ม - ผู้ปลูกผักพื้นบ้าน (กระเจี๊ยบ มะตาด) เช่น วัดทองบ่อ ชาวบ้านในชุมชน - กลุ่มผู้ปลูกพืชมอญ เช่น มะสั่น ปลูกที่จังหวัดราชบุรี - กลุ่มชาวบ้านที่ต้องการให้มีผลิตภัณฑ์มอญจำหน่ายในชุมชน ประมาณ 20 คน โดยมีผู้ใหญ่บ้านหมู่ 4 คุณยุพิน สุขประเสริฐ เป็นหัวหน้ากลุ่ม - หน่วยงานภาครัฐ เช่น สถาบันอยุธยาศึกษา / วัฒนธรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา/ ททท. อยุธยา/ ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา/ พัฒนาชุมชน และ	- ผลิตภัณฑ์ของใช้/ของที่ระลึกที่สะท้อนของชาติพันธุ์มอญอย่างน้อย 3 ชิ้น - กลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร (Non Food) ชาติพันธุ์มอญในชุมชนมอญบ้านเสากระโดง - ผู้ประกอบการขายผลิตภัณฑ์ไม่ใช่อาหาร (Non Food) ชาติพันธุ์มอญ - ชาวบ้านชุมชนมอญบ้านเสากระโดงมีรายได้เพิ่มขึ้น และเกิดความภาคภูมิใจในชาติพันธุ์ของตน)

โครงการ	กิจกรรม	ผู้ที่เกี่ยวข้อง	ผลลัพธ์
		อบต. บ้านโพ - หน่วยงานภาคเอกชน เช่นผู้ประกอบการร้านอาหาร/ โรงแรมท่องเที่ยว/ ร้านขายของฝากของที่ระลึก/ ประชากร และร้านค้าในชุมชน - ทีมเครือข่ายผลิตภัณฑ์มีอาชีพ บริษัท PR marketing เป็นที่ปรึกษาในการร่วมออกแบบผลิตภัณฑ์ - โปรแกรมท่องเที่ยว (ผลลัพธ์จากโครงการที่ 4) ในการเพิ่มการทำผลิตภัณฑ์มอญเพิ่มในกิจกรรมการท่องเที่ยว - คณะนักวิจัย	
โครงการที่ 4 การบูรณาการอัตลักษณ์ชาติพันธุ์มอญสู่การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	กิจกรรมที่ 1 ศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบเฉพาะ กิจกรรมที่ 2 การบูรณาการอัตลักษณ์ชาติพันธุ์สู่การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	- ประชาชนชาวบ้าน เช่น พระครูอาทรพิพัฒนโกศล (เจ้าอาวาสวัดทองป่อ)/ อาจารย์อารมณ์ จุลสุขชี/ ป้าสมปอง/ ป้าสายหยุด/ ป้าสงบ/ ป้าพยนต์ และป้าอินดา - ผู้นำที่ต้องการทำการท่องเที่ยวในชุมชนโฮมสเตย์ คือ ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 4 และหมู่ 5 - หน่วยงานภาครัฐ เช่น สถาบันอยุธยาศึกษา / วัฒนธรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา/ ททท. อยุธยา/ ท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา/ พัฒนาชุมชน และ อบต. บ้านโพ - หน่วยงานภาคเอกชน เช่นผู้ประกอบการร้านอาหาร/ โรงแรมท่องเที่ยว/ ร้านขายของฝากของที่ระลึก/ ประชากร และร้านค้าในชุมชน	- ระบบและกลไกการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวคุณค่าวัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญ - ผู้ประกอบการใหม่ด้านการการท่องเที่ยวคุณค่าวัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญ - กิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวคุณค่าวัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญที่เหมาะสมกับพื้นที่และความต้องการของนักท่องเที่ยว
โครงการที่ 5 การประเมินผลลัพธ์และผลกระทบของโครงการวิจัยกรณีศึกษา ชุมชนมอญบ้านเสากระโดง	กิจกรรมที่ 1 ศึกษาสภาพทั่วของชุมชนมอญบ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กิจกรรมที่ 2 เพื่อ	- คณะนักวิจัย - หน่วยงานภาครัฐ เช่น สถาบันอยุธยาศึกษา/ วัฒนธรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา/ ททท. อยุธยา/ ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา/ พัฒนาชุมชน และ	- ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุนในโครงการวิจัย - ผลตอบแทนและผลประโยชน์ทาง

โครงการ	กิจกรรม	ผู้ที่เกี่ยวข้อง	ผลลัพธ์
อำเภอบางปะอิน จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	พัฒนากลไก และถอด บทเรียนการขับเคลื่อน ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ กิจกรรมที่ 3 ศึกษา ประเมินผลลัพธ์และ ผลกระทบของ โครงการวิจัย กรณีศึกษา ชุมชนมอญ บ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	อบต. บ้านโพ - หน่วยงานภาคเอกชน เช่น ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ โรงแรม ท่องเที่ยว/ ร้านขายของฝากของที่ระลึก/ ประจักษ์รัฐ และร้านค้าในชุมชน - ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 4 และหมู่ 5 - สมาชิกชุมชนมอญบ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัด พระนครศรีอยุธยา - นักท่องเที่ยว ผู้ใช้บริการโฮมสเตย์	สังคมจากการลงทุน ในโครงการวิจัย - กลไกการขับเคลื่อน ห่วงโซ่คุณค่าใหม่

4.2 กลไกการทำงานวิจัยระยะ 16 เดือน

ในระยะเวลาทำวิจัยช่วงต้นตามกรอบวิจัย โครงการที่ 1 ได้ศึกษาอัตลักษณ์ร่วมของชาติพันธุ์มอญด้านต่างๆ 6 ด้านคือ ด้านอาหารและสมุนไพร ด้านอาชีพ ด้านที่อยู่อาศัย ด้านการละเล่น ด้านภาษาและภูมินาม ด้านประเพณีและความเชื่อ และบริบทของชุมชนมอญบ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากนั้นตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์มอญ และนักวิชาการมอญศึกษา เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการตรวจสอบส่งมอบให้โครงการที่ 2, 3 และ 4 เพื่อนำไปใส่เอกลักษณ์ของชุมชนมอญบ้านเสากระโดง ด้านต่างๆ ตามโครงการตน เช่น ด้านอาหาร ด้านสิ่งที่ไม่ใช่อาหาร และด้านการท่องเที่ยว ด้วยการใช้การมีส่วนร่วมแบบ User interface ร่วมกับกระบวนการต่างๆ เพื่อให้สินค้า หรือบริการนั้นมีความน่าสนใจ เป็นเอกลักษณ์ และสามารถขายได้จริง ดังรูปที่ 9 ด้วยขั้นตอนดังนี้

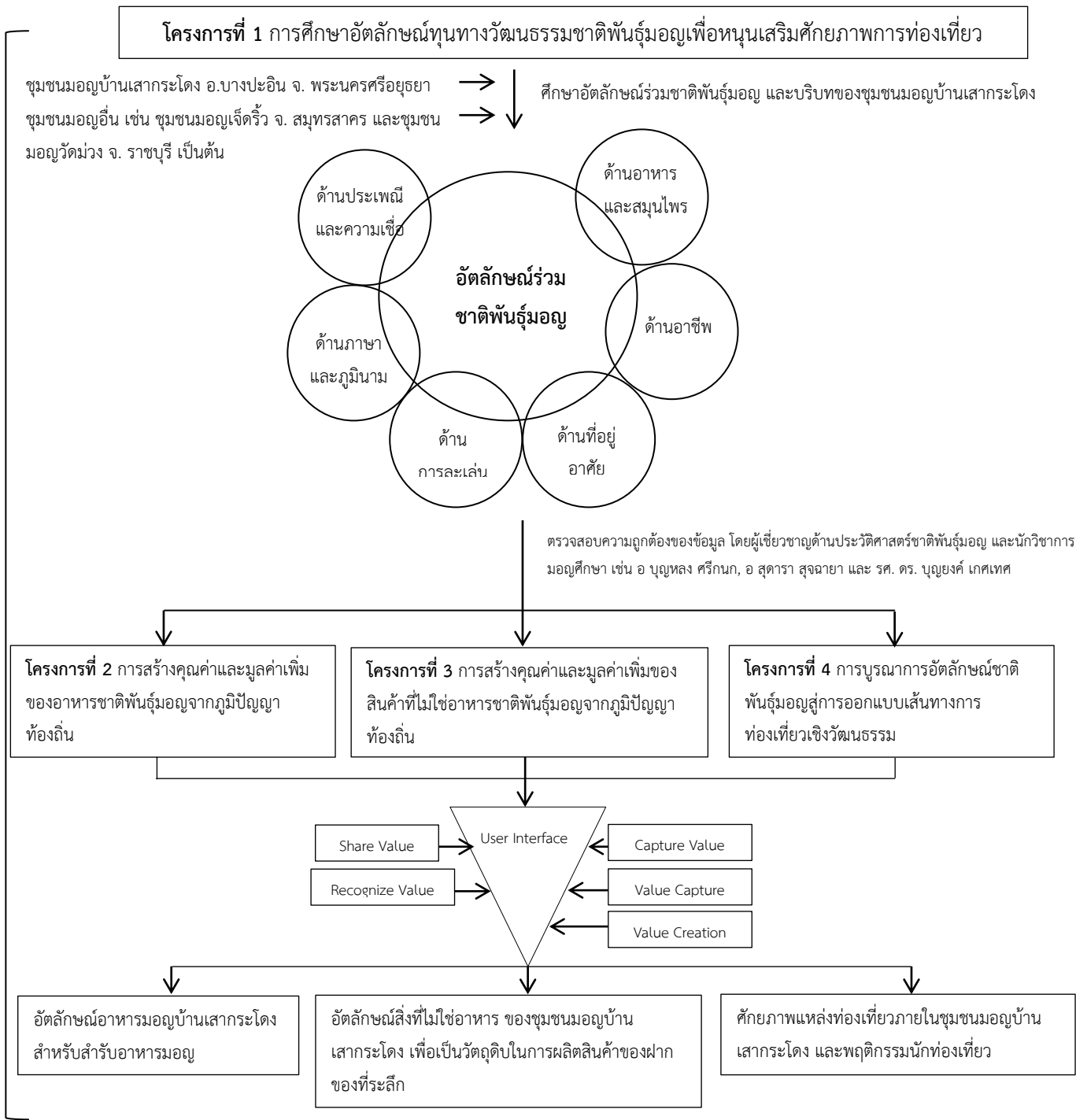
Share Value (inside out) มุมมองจากภายในเรื่องตัวตน อัตลักษณ์ เสน่ห์ ที่คนในมอง

Recognize value (outside in) มุมมองจากคนภายนอก คุณค่าที่คนนอก (นักชิม นักท่องเที่ยว ผู้จัดการท่องเที่ยว) มองเห็น

Capture Value การหาคุณค่าที่สร้างมูลค่าได้ ขายได้ ที่ต้องใช้กระบวนการสกัด (extract) การตีความ แปลความ (translation) และ การส่งมอบถึงคนรับเป้าหมาย (transformation)

Value Capture การกำหนดปัจจัยสำคัญในการกำหนดมูลค่าและอัตรากำไรของกิจการ. ซึ่งจะต้องมีการจัดเก็บมูลค่าระหว่างทางใน 2 มิติ คือ ชุมชนได้ประโยชน์จากมูลค่านั้น และนักท่องเที่ยวคิดว่าคุ้มค่าและได้รับประโยชน์เช่นกัน

Value Creation การสร้างและส่งมอบคุณค่าอันเป็นที่พึงพอใจให้นักท่องเที่ยว



รูปที่ 9 กลไกการทำงานวิจัยระยะ 16 เดือน

4.3 ผลการวิจัยของโครงการวิจัยย่อยระยะ 16 เดือน

จากผลการดำเนินงานวิจัยระยะ 16 เดือนที่ผ่านมา ของโครงการวิจัย 5 โครงการ พบว่าผลการวิจัยเป็นดังตารางที่ 6 ดังนี้

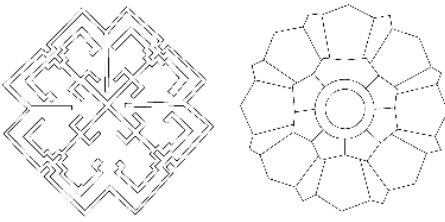
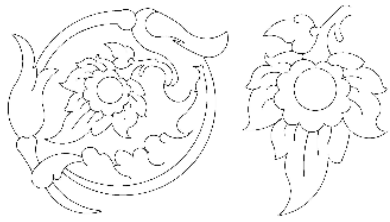
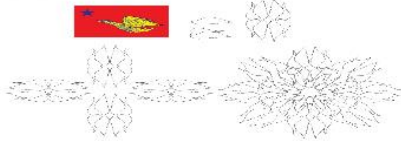
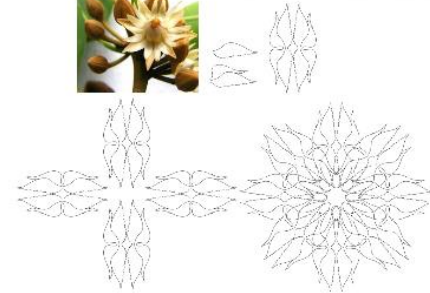
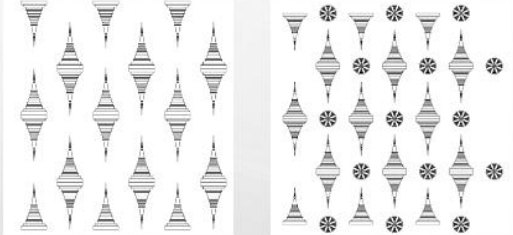
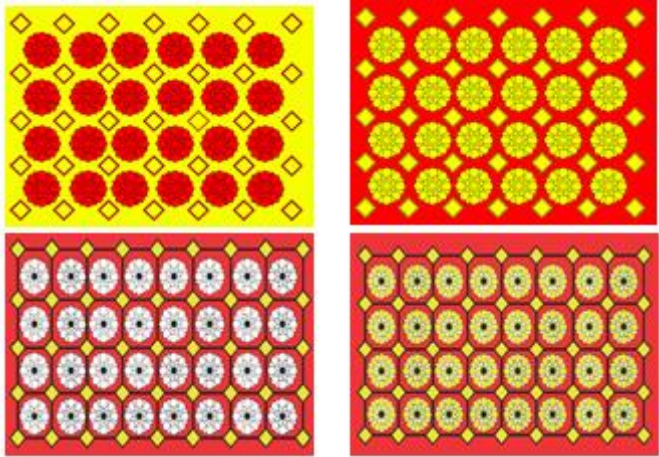
ตารางที่ 8 ผลการวิจัยของโครงการวิจัยย่อยระยะ 16 เดือน

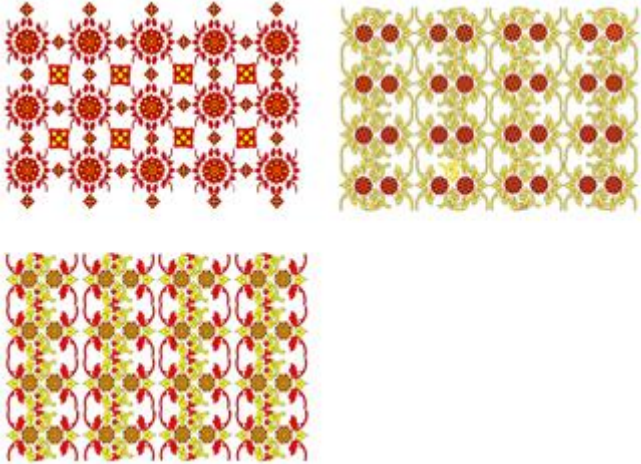
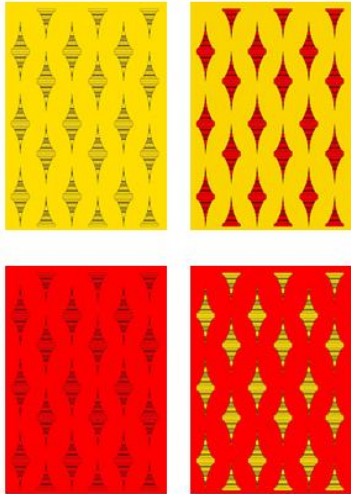
โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลการวิจัย
โครงการที่ 1	ศึกษาอัตลักษณ์ร่วมของมอญ	<u>ด้านอาหารและสมุนไพร</u> คนมอญมีพื้นฐานรสชาติอาหารดั้งเดิม คือ เปรี้ยวนำ เค็ม ไม่เน้นหวาน และไม่นิยมใส่กะทิ โดยพืชมอญที่นิยมปลูกและใช้ในการประกอบอาหาร คือ มะตาด หรือแอปเปิ้ลมอญ (สะเป้ราว) ลูกสั้น (อะลือด) มะขาม ส้มป่อย ซึ่งเป็นพืชให้รสเปรี้ยว และพืชพื้นบ้านที่ปลูกไว้เพื่อรับประทาน เช่น ขนุนอ่อน ยอดฟักทอง มะเขือเปราะ ลูกมะเดื่อ กระจับ และผักปรง เป็นต้น อีกทั้งยังนิยมรับประทานผักดอง เช่น มะเดื่อดอง มะเขือดอง ผักบุงดอง และผักกุ่มดองสำหรับรับประทานกับน้ำพริก นอกจากรสเปรี้ยวแล้ว เกล็ดอีกอย่างของอาหารมอญคือวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหารมักจะมีเมือก เช่น มะตาด มะสั้น กระจับ และผักปรง (นงเยาว์ สอสะอาด, สัมภาษณ์เมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2562)  มะตาด มะสั้น ส้มป่อย  มะเดื่อ ผักกุ่ม ผักปรง <u>ด้านอาชีพ</u> ชาวมอญเมื่ออพยพเข้าประเทศไทย มักจะเลือกตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนที่บริเวณที่ราบลุ่ม ริมแม่น้ำ ทั้งแม่น้ำเจ้าพระยา แม่งลอง และท่าจีน ทำให้คนมอญมีอาชีพดั้งเดิมคือค้าขายทางเรือ เช่น ชุมชนมอญบ้านเสากระโดงมีอาชีพดั้งเดิมคือทำนา เฝ้าอิฐ และค้าขายทางเรือ โดยล่องเรือไปรับเกลือจากสมุทรสาคร และดับจากสำหรับใช้มุงหลังคาจากสมุทรปราการ นำมาขายที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ล่องขึ้นไปถึงลพบุรี อุทัยธานี นครสวรรค์ ไกลถึงดงลาน จังหวัดเลย และนำไปแลกกลับมาขาย โดยเอาใช้ทำออบ จารหนังสือ หรือคัมภีร์ใบลาน (วลัยลักษณ์ ทรงศิริ, 2539) สำหรับการแต่งการของมอญมีเอกลักษณ์คือ สไบมอญ (หยาดไค้ด) ซึ่งมักใช้งานพิธีสำคัญ หรือการเข้าวัด โดยรูปแบบ และลวดลาย เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น สไบมอญของชาวมุทราครมีรูปแบบการปักผ้าขอบหยักเหมือนขันโตก และปักลายดอกไม้ตลอดทั้งผืน เป็นต้น นอกจากนี้การห่มสไบยังบอกถึงกาลเทศะอีกด้วย เช่น การห่มสไบเฉียงเมื่อเข้าวัด หรืองานที่เป็นทางการ การห่มไหล่เดียวให้ความยาวด้านหลังหล่อกว่าด้านหน้า เมื่อใช้แสดง เทศกาลรื่นเริง หรือหมวกกาบหาคลายตะเบงมานใช้ในพิธีรำผี เป็นต้น (อรรณณ เชื้อน้อย, 2556) 

โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลการวิจัย
		<u>ด้านที่อยู่อาศัย</u> ลักษณะบ้านของคนมอญเป็นเรือนไม้เครื่องผูก ยกพื้นสูง หลังคาจั่ว ปันลม แหลม มุงหลังคาด้วยจาก มีระเบียงนอกชาน แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการตั้งเสาเรือน ซึ่งเป็นเสาหลักของบ้านและที่อยู่อาศัยของผีบ้านผีเรือน ต้องตั้งอยู่ทางทิศตะวันออก เพื่อให้เป็นจุดแรกที่รับแสงในตอนเช้า โดยภายในตัวเรือนใหญ่เป็นที่เก็บเครื่องมือเครื่องใช้ มีหีบบรรจุเครื่องมืออื่นได้แก่ แหวนทอง หรือแหวนนาก เสื้อ ผ้าถุง ผ้าโพกศีรษะ ข้าวของเครื่องใช้ของบรรพบุรุษ ซึ่งเป็นตัวแทนของปู่ ย่า ตา ยาย โดยห้องผีเรือนนี้จะไม่ให้บุคคลภายนอกที่ไม่ใช่ญาติเข้าไปหลบนอน ในบริเวณดังกล่าว แม้แต่ลูกสาวที่มีสามีแล้ว หรือเด็กนามสกุลอื่นที่ยังไม่โกนโก๊ะ หากไม่ปฏิบัติตามจะเกิดความเดือดร้อน ภัยพิบัติต่างๆ ต้องรำผีแก้ แต่ปัจจุบันลักษณะบ้านเรือน ได้ปรับเปลี่ยนตามยุคสมัย <u>ด้านการละเล่น</u> การละเล่นของชาวมอญนั้น นอกจากสร้างความสนุกสนานแล้ว ยังเชื่อมความสัมพันธ์อันดีระหว่างคนในชุมชน โดยการละเล่นของมอญที่ยังปรากฏอยู่ คือ การเล่นสะบ้าทอย การเล่นสะบ้าบ่อน และการเล่นผีกระดัง เป็นต้น โดยมักเล่นในช่วงเทศกาลต่างๆ เช่นสงกรานต์ <u>ด้านภาษาและภูมินาม</u> ภาษามอญในตระกูลภาษามอญ-เขมร เป็นภาษาเก่าแก่ประมาณ 3,000-4,000 ปีมาแล้ว (นคร มัชฌมาน, 2550) ตัวอักษรมอญมี 35 ตัว แบ่งเป็นวรรณคดี 5 วรรคๆ ละ 5 ตัว ที่เหลือ 10 ตัว เป็นเศววรรค อักษรมอญเทียบกับไทยได้ 34 ตัว ส่วนสระมี 2 ประเภท คือ อักษรสระ (สระสำเร็จ) มี 12 รูป 12 เสียง และลักษณะอักษร (สระประสม) มี 11 รูป 12 เสียง <u>ด้านประเพณีและความเชื่อ</u> คนมอญมีความศรัทธาในพระพุทธศาสนา มาก สังเกตจากเรื่องเล่าต่างๆ ที่มักเกี่ยวพระพุทธศาสนา เช่น หงส์ ซึ่งถือเป็นสัตว์ศักดิ์สิทธิ์ของมอญ เมื่อคนมอญไปตั้งถิ่นฐานที่ใด จะสร้างวัด และประดับด้วยหงส์โดยรอบบริเวณ โดยประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติมา คือ - สงกรานต์ ถือเป็นประเพณีร่วมของประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมทั้งศรีลังกาและอินเดีย โดยในเทศกาลสงกรานต์ คนมอญจะแห่น้ำ ซึ่งเป็นธงที่ชาวบ้านช่วยกันทำเพื่อบูชาพระพุทธเจ้า และนิยมทำข้าวแช่รับประทาน - การค้าต้นโพธิ์ เป็นความเชื่อว่าการค้าโพธิ์คือการค้าพระพุทธศาสนา มักทำในวันพระขึ้น 15 ค่ำของเดือนเมษายน นอกจากนี้ยังเชื่อว่าเป็นการบรรเทาอาการป่วยให้ทุเลา ต่ออายุให้ยืนยาว - การตักบาตรน้ำผึ้ง ทำในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 10 เป็นประเพณีถวายเภสัชแก่พระภิกษุสงฆ์ โดยมีความเชื่อตามพุทธประวัติที่ว่าเมื่อครั้งเจ้าชายสิทธัตถะทรงเลิกบำเพ็ญทุกขกิริยา พระพลานามัยยังไม่แข็งแรง วันหนึ่งนางสุชาดาได้ถวายข้าวมธุปายาส (ข้าวที่หุงด้วยน้ำนมเจือน้ำผึ้ง) ทำให้พระวรกายฟื้นขึ้นมามีอาการอย่างรวดเร็ว ทำให้มีความเชื่อว่าน้ำผึ้งเป็นโอสถ สามารถรักษาโรค และบำรุงร่างกายได้ จากข้อมูลด้านต่างๆ สามารถสรุปอัตลักษณ์ชุมชนมอญ คือ

โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลการวิจัย
		นามธรรม : คนดี มิตรไมตรี วิถีมอญ รูปธรรม : หงส์ สไบ เจริญ
โครงการที่ 1	บริบทชุมชนมอญ บ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	ชุมชนมอญบ้านเสากระโดงตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา พื้นที่หมู่ 4 และหมู่ 5 ตำบลขนอนหลวง อำเภอบางปะอิน จ.พระนครศรีอยุธยา มีจำนวนประมาณ 160 หลังคาเรือน คาดว่าอพยพเข้าสู่ประเทศไทย ในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์โบราณสถานภายในวัดทองบ่อ คือ เจริญโบราณ บริเวณที่ตั้งหมู่บ้านในอดีต เป็นด่านขนอน (ด่านเก็บภาษีอากรในสมัยกรุงศรีอยุธยา) มีคำบอกเล่าว่า ในสมัยกรุงศรีอยุธยา มีการใช้เรือสำเภา ในการขนส่งสินค้า และเดินทาง เกิดเหตุอัปปางลงเรือพร้อมเสากระโดง ลอยมาติดอยู่แถวหมู่บ้านนี้ จนทำให้ผู้คนผ่านไปมา เรียกหมู่บ้านว่าหมู่บ้านเสากระโดง ชุมชนยังมีความเข้มแข็ง ทางด้านประเพณี วัฒนธรรมบางอย่างสืบทอดอยู่ เช่น ประเพณีแห่หงส์-ธงตะขาบ ในเทศกาลสงกรานต์ ประเพณีตักบาตรน้ำผึ้งในวันพระขึ้น 15 ค่ำ เดือน 10 ของทุกปี หรือการสวดบทสวดภาษามอญในการพิธีกรรมทางศาสนา มีโบราณวัตถุที่ยังคงเก็บรักษาไว้ที่พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านวัดทองบ่อและศูนย์ศึกษาชุมชนมอญ อาทิ คัมภีร์งาช้าง อักษรภาษามอญโบราณ สมุดข่อยโบราณ ใบลานที่จารึกบทสวดมนต์ และสรรพวิชาภาษามอญ ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการทำอาหารมอญที่ยังคงทำรับประทานกันในครัวเรือน หรือทำในเทศกาลงานบุญ เช่น แกงกระเจียบ แกงมะตาด และข้าวซีก้า เป็นต้น ส่วนภูมิปัญญาในการทำหัตถกรรมที่ยังพบเห็นอยู่ เช่น การปักลายเป็นลวดลายต่างๆ ในสไบมอญ
โครงการที่ 2	เอกลักษณ์อาหาร มอญบ้าน เสากระโดง	- อาหารที่ชุมชนยังคงเอกลักษณ์ของมอญไว้คือใช้วัตถุดิบที่มีรสเปรี้ยว (ใบกระเจียบ และมะตาด) และใช้พืชที่มีเมือกในการประกอบอาหาร (ผักกระเจียบเขียว มะตาด ผักปรัง) รสชาติเผ็ดน้อย เปรี้ยวปานกลาง แต่ปัจจุบันมีการปรับรสชาติให้เหมือนอาหารไทย ภาคกลาง เพื่อให้รับประทานได้ง่ายขึ้น - ข้าวแช่มอญของชุมชนมอญบ้านเสากระโดง จะใช้กับข้าวที่ได้ทั่วไปเหมือนข้าวต้มกุ๊ย คือ กระเทียมผัดไข่ หัวไชโป้วผัดไข่ และกับข้าวมอญ คือ ปลาช่อนผัดหวานเค็ม และหมูผัดหวาน - อาหารหวานยังคงเอกลักษณ์ตามความเชื่อในพระพุทธศาสนา เช่น ข้าวตมน้ำผึ้ง เป็นต้น - มีการจัดประกวดอาหารมอญชุมชนมอญบ้านเสากระโดง อาหารคาว 6 ชนิด คือ แกงมะตาด แกงกระเจียบ แกงร้อน แกงซี่เหล็ก ปลาร้ามอญ และแกงบอน และอาหารหวาน 2 ชนิด คือ ขนมเหนียว และข้าวต้มลูกโยน และสำหรับข้าวแช่ เพื่อคัดเลือกอาหารมอญที่มีรสชาติดี เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค เพื่อจัดสำหรับอาหารรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
		  ตัวอย่างสำหรับอาหาร ปลาร้ามอญ

โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลการวิจัย															
		 แกงกระเจียบ  แกงชี้เหล็ก  แกงร้อน  สำหรับข้าวแช่  ข้าวต้มลูกโยน  ขนมเหนียว															
โครงการที่ 3	ศึกษาความต้องการของผู้บริโภค และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหาร	จากผลการศึกษาอัตลักษณ์ร่วมของมอญ และเอกลักษณ์ชุมชนมอญบ้านเสากระโดง จึงนำมาศึกษาความต้องการของผู้บริโภค (นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน) และผู้ประกอบการ (User interface) พบว่า - ผลิตภัณฑ์พัสดราภรณ์ ที่ได้รับคะแนนสูงสุดคือ 1. ผ้าพันคอ 2. สไบ 3. เสื้อ/ สืผลิตภัณฑ์ 1. แดง 2. เหลือง 3. ขาว/ เทคนิคการออกแบบลายผ้า 1. งานปัก 2. งานพิมพ์ 3. งานวาด/ ลวดลาย 1. หงส์ 2. พิกุล 3. เจดีย์มอญ - ประเภทของฝาก/ ของที่ระลึก 1. ของใช้สอย 2. ประดับตกแต่ง 3. วัตถุทางศิลปะ/ วัตถุดิบหลักจากท้องถิ่น 1. ดอกพิกุล 2. ดอกพุดตาน 3. ดอกมะตาด/ การนำไปใช้ 1. ของฝาก ของที่ระลึก 2. ของใช้ส่วนตัว 3. ของชำร่วย - ประเภทผลิตภัณฑ์จากพืชท้องถิ่น 1. สบู่ 2. ยาสระผม 3. ครีมหาผิว/ วัตถุดิบหลักจากท้องถิ่น 1. ดอกพิกุล 2. ดอกมะตาด 3. ดอกกระเจียบ/ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ 1. ผิวกระจ่างใส 2. ผิวชุ่มชื้น 3. ชะลอริ้วรอย จากผลการศึกษาในส่วนนี้ คณะผู้วิจัยนำเสนอ PIKUL Model ขึ้น ซึ่งสามารถสะท้อนความเป็นชาติพันธุ์มอญคือ <table data-bbox="533 1877 938 2110"> <tr> <td>P</td><td>Pacific</td><td>ความรัก</td></tr> <tr> <td>I</td><td>Idea</td><td>ความสงบ</td></tr> <tr> <td>K</td><td>Kind</td><td>ความสงบ</td></tr> <tr> <td>U</td><td>Unity</td><td>ความเมตตา</td></tr> <tr> <td>L</td><td>Lineage</td><td>ความสามัคคี</td></tr> </table>	P	Pacific	ความรัก	I	Idea	ความสงบ	K	Kind	ความสงบ	U	Unity	ความเมตตา	L	Lineage	ความสามัคคี
P	Pacific	ความรัก															
I	Idea	ความสงบ															
K	Kind	ความสงบ															
U	Unity	ความเมตตา															
L	Lineage	ความสามัคคี															

โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลการวิจัย
โครงการที่ 3	ก า ร พั ฒ น า ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่ อาหาร 3 ชนิด	- ผลิตภัณฑ์พัสดราภรณ์ ออกแบบโดยใช้อัตลักษณ์ร่วม และเอกลักษณ์ของชุมชนมอญสามารถออกแบบลายได้ดังนี้ การสังเคราะห์ลวดลาย จากดอกพุดตาน  การสังเคราะห์ลวดลาย ดอกมะตาด  การสังเคราะห์ลวดลายจาก องค์ประกอบปีกหงส์  การถอดลวดลายจากดอกพิกุลต่อยอดจากการถอดลวดลาย องค์ประกอบปีกหงส์  การถอดลวดลายจากเจดีย์ โบราณวัดทองบ่อ    ลายดอกพุดตาน และพื้นหลังนำสีแดง สีขาว สีเหลือง ที่เกิดจากสีของอัตลักษณ์ของชาวมอญเสาะกระโดงมาอยู่ร่วมกัน

โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลการวิจัย
		 ลายดอกพิกุล และพื้นหลังนำสีแดง สีขาว สีเหลือง ที่เกิดจากสีของอัตลักษณ์ของชาวมอญเสากระโดงมาอยู่ร่วมกัน  ลายเจดีย์มอญ วัดทองบ่อ และพื้นหลังนำสีแดง สีขาว สีเหลือง ที่เกิดจากสีของอัตลักษณ์ของชาวมอญเสากระโดงมาอยู่ร่วมกัน จากการออกแบบสวดลายจากเอกลักษณ์ชุมชนมอญเสากระโดงร่วมกับกระบวนการออกแบบ ร่วมกับชุมชน พบว่า สวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนมอญเสากระโดง มีลายดอกพิกุล ลอยตัว ลายดอกมะตาด และลายเจดีย์  ลายปักดอกพิกุลลอยตัว  ลายปักดอกมะตาด  ลายปักเจดีย์

โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลการวิจัย
		คู่มือวิธีการปักผ้าสไบมอญดอกกลอยตัว - ของฝาก ของที่ระลึก พัฒนาเป็นยาสมุนไพรที่มีส่วนผสมของดอกพิกุล และออกแบบให้ประดับด้วยดินปั้นรูปดอกไม้มงคล ที่มีความหมายอันเป็นมงคล เช่น ดอกพิกุล ดอกกุหลาบ มอญ ดอกมะตาด และดอกตะแบก ภายใต้ชื่อว่า “ไม้เมืองมอญ” - ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติจากพืชท้องถิ่น ได้ศึกษาพืชท้องถิ่นมอญ โดยนำไปวิเคราะห์คุณสมบัติทางเคมี และฤทธิ์ทางชีวภาพ พบว่า พืชท้องถิ่นมอญ 3 ชนิด ที่มีประสิทธิภาพในการนำสารสกัดมาผลิตเป็นสบู่ คือ 1. สบู่สารสกัดดอกพิกุล มีฤทธิ์สามารถยับยั้งการทำงานของเอนไซม์ไทโรซิเนส ซึ่งเป็นสาเหตุของผิวหมองคล้ำ จุดด่างดำ จึงนำสารสกัดพิกุลมาพัฒนาเป็นสบู่สกัดเย็น เพื่อบำรุงผิวให้ขาวดูกระจ่างใส 2. สบู่สารสกัดกระเจี๊ยบมอญ มีความสามารถในการต้านอนุมูลอิสระสูง และอุดมไปด้วยสารในกลุ่มฟลาโวนอยด์ (Flavonoid) และฟีนอล (Phenol) จึงมีคุณสมบัติในการลดเลือนริ้วรอย ให้ผิวดูอ่อนเยาว์ 3. สบู่สารสกัดกระเจี๊ยบแดง มีฤทธิ์ยับยั้งการเติบโตของเชื้อแบคทีเรียอันเป็นสาเหตุของการเกิดสิว อีกทั้งสารในกลุ่มแอนโทไซยานิน (Anthocyanin) ยังช่วยลดอาหารอักเสบ และลดรอยด่างที่เกิดจากสิวได้ดีอีกด้วย
โครงการที่ 4	ศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	ผลการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว แบบมีส่วนร่วมกับชุมชน รวมถึงผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยว พบว่าจุดเด่นของชุมชนมีพื้นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดึงดูด และมีเสน่ห์ เช่น

โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลการวิจัย
		อาหารพื้นถิ่น แหล่งท่องเที่ยว ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความเชื่อ อาชีพ ของที่ระลึก การแต่งกาย ที่อยู่อาศัย ภาษา เป็นต้น
โครงการที่ 4	ความต้องการของนักท่องเที่ยว	1. ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว คือ การแต่งกายชุดมอญของชุมชน 2. ด้านราคา คือ มีความเหมาะสมของราคากับคุณภาพในการบริการของกิจกรรมต่างๆ 3. ด้านสถานที่ คือมีช่องทางการเดินทางที่หลากหลาย สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย 4. ด้านส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือท่องเที่ยว เว็บไซต์ แผ่นพับ 5. ด้านกระบวนการบริการ คือ การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส และเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ อย่างใกล้ชิด 6. ด้านบุคลากร คือ การแต่งกายชุดมอญให้สอดคล้องกับชุมชน 7. ด้านกายภาพ คือ การมีป้าย หรือสัญลักษณ์ที่บอกรายละเอียดสถานที่ท่องเที่ยวอย่างชัดเจน และเพียงพอ
โครงการที่ 5	ศึกษาบริบทชุมชนด้านเศรษฐศาสตร์และสังคม	- ผลการศึกษาบริบทชุมชนด้านสังคมพบว่า ชุมชนมอญบ้านเสากระโดงยังสามารถรักษาประเพณี วัฒนธรรมบางส่วนได้ได้ ด้วยการฟื้นฟูจากพระครูอาทรพิพัฒนโกศล เจ้าอาวาสวัดทองบ่อปัจจุบัน ที่ต้องการสืบทอดประเพณี วัฒนธรรมชาวมอญให้ต่อไปยังรุ่นลูกหลาน เช่น การสวดมนต์ภาษามอญในช่วงทำวัตรเย็นทุกวัน และในพิธีกรรมทางศาสนาอื่นๆ หรือการฟื้นฟูโน้ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ในการบูชาพระพุทธรูป เป็นต้น และยังเก็บรักษาโบราณวัตถุ อาทิ คัมภีร์ งาช้าง ใบลานจารึกบทสวดมนต์อักษรมอญ 100 ปี สมุดข่อยโบราณ และสรรพวิชาภาษามอญ ไว้ที่พิพิธภัณฑสถานบ้านวัดทองบ่อและศูนย์ศึกษาชุมชนมอญ อีกทั้งชุมชนนี้ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงบริเวณชุมชน พระราชวังบางปะอิน สถานีรถไฟบางปะอิน ที่เปิดใช้ตั้งแต่รัชกาลที่ 5 จนถึงปัจจุบัน และตลาดแก้งไค้ง ตลาดโบราณย้อนยุค ด้วย ส่วนบริบทด้านเศรษฐกิจนั้น คนในวัยทำงานประกอบอาชีพรับราชการ บริษัท โดยส่วนใหญ่จะทำงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมต่างๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รายได้เฉลี่ยประมาณวันละ 350 บาท แต่สมาชิกในครอบครัวที่สูงอายุ หรือร่างกายผิปกติ ไม่สามารถออกไปทำงานได้ มักอยู่บ้านเฉยๆ ดังนั้นการเข้าไปส่งเสริมอาชีพ เช่น การประกอบอาหารต้อนรับนักท่องเที่ยว หรือการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหาร จะเป็นช่องทางหนึ่งในการช่วยเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน อีกทั้งยังสามารถสร้างความภาคภูมิใจในชาติพันธุ์ของตนอีกด้วย   เอกสารโบราณที่เก็บไว้ที่วัดทองบ่อ คัมภีร์ใบลานโบราณ - ผลกระทบทางด้านสังคม พบว่าชุมชนเกิดความตระหนัก รัก ห่วงแหน และภาคภูมิใจในชาติพันธุ์ของตนเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน เห็นได้จากการรวมกลุ่มตั้งชมรมคนรักชมมอญเสากระโดง และชมรมชาวมอญที่เข้ามาเรียนรู้ภาษา วัฒนธรรม ประเพณี เช่น การรាំมอญ เป็นต้น อีกทั้งโครงการวิจัยนี้ ยังสามารถสร้างความรัก สามัคคีให้เกิดในชุมชน จากเดิมที่ชาวบ้านไม่มีกิจกรรมในการทำงานร่วมกัน ก็เกิดการรวมกลุ่มเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแบ่งงานตาม

โครงการ	วัตถุประสงค์	ผลการวิจัย
		กลไกที่วางไว้ในชุมชน ร่วมกับการทำงานประสานกับหน่วยงานภายนอกชุมชน เช่น บริษัทท่องเที่ยว และองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโปะอย่างเป็นระบบ - ผลกระทบทางเศรษฐกิจ พบว่าโครงการวิจัยนี้สามารถสร้างรายได้เสริมให้กับคนในชุมชนจากการรวมกลุ่มเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น ผลิตภัณฑ์สำหรับอาหาร อาหารแปรรูป และของฝากของที่ระลึก เป็นต้น (รายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อ 4.4) - กลไกการขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่าใหม่ ในประเด็นการสร้างมูลค่าจากคุณค่าทางวัฒนธรรม (รายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อ 4.5)

4.4 ผลกระทบของโครงการวิจัยต่อชุมชน (ผลการวิจัยของโครงการย่อยที่ 5, ธนาธร จงศิริรัฐศักดิ์, 2563)

จากการศึกษาชุดโครงการวิจัย “การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาบนฐานศักยภาพ ทรัพยากรชุมชน และภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน” ที่ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยเพื่อวิจัยและพัฒนาผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของเครือข่ายมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล 8 แห่ง ได้ข้อมูลพื้นฐานของโครงการวิจัย เช่น ลักษณะของงานวิจัย ประเด็นการวิจัย วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ขอบเขตการวิจัย ผลผลิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้น และแผนดำเนินงาน และทำการวิเคราะห์ว่าผลผลิตจากงานวิจัยที่เป็นองค์ความรู้นั้นได้มีการพัฒนาไปสู่การเป็นเทคโนโลยีใหม่ หรือนวัตกรรมใหม่ ในลักษณะใด นอกจากนี้ได้ประชุมร่วมกับหัวหน้าโครงการวิจัย นำมาสู่การวิเคราะห์เส้นทางสู่ผลกระทบจากงานวิจัยก่อนการมีงานโครงการวิจัย (Ex-ante or Predicted Impact Pathway) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

4.4.1 เส้นทางสู่ผลกระทบของโครงการวิจัย

4.4.1.1 ปัจจัยนำเข้า (Inputs) ของแผนงานวิจัย

ปัจจัยนำเข้าชุดโครงการวิจัย “การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา บนฐานศักยภาพ ทรัพยากรชุมชน และภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน” มีหัวหน้าโครงการวิจัยจำนวน 5 ท่าน ดังนี้ คณะเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร จำนวน 1 ท่าน ได้แก่ ดร.วิจิตรา เหลียวตระกูล คณะวิทยาศาสตร์ จำนวน 1 ท่าน ได้แก่ ดร.พิชญ์ ตั้งสมบัติวิจิตร คณะศิลปศาสตร์ จำนวน 2 ท่าน ได้แก่ ดร.บุญสมหญิง พลเมืองดี และอาจารย์สุขุม คงดิษฐ์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 1 ท่าน ได้แก่ อาจารย์ธนธร จงศิริรัฐศักดิ์ โดยมีระยะเวลาการทำวิจัย 15 เดือน (เดือน 15 มกราคม พ.ศ.2562 – เดือน 14 มกราคม พ.ศ.2563) ซึ่งได้รับงบประมาณสนับสนุน การวิจัย จำนวน 5 เรื่อง งบประมาณทั้งสิ้น 3,200,000 บาท

4.4.1.2 กิจกรรม (Activities) ของแผนงานวิจัย

โครงการวิจัย “การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาบนฐานศักยภาพ ทรัพยากรชุมชน และภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน” โดยเน้นกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน (Participatory Action Research : PAR) ประกอบด้วย 5 โครงการย่อย

4.4.1.3 ผลผลิตที่คาดว่าจะได้รับ การออกแบบโจทย์วิจัยในโครงการย่อย มีเป้าหมายร่วมกัน คือ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการเชิงวัฒนธรรม และการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม โดยผลจากการดำเนินกิจกรรมของโครงการย่อยต่างๆ ในแผนงานวิจัยได้ก่อให้เกิดผลผลิตที่คาดว่าจะได้รับที่สำคัญ คือ

ผลผลิตในกระบวนการต้นน้ำ ได้แก่ อัตลักษณ์ร่วมของมอญ สื่อสร้างสรรค์คุณค่าวัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญ และกลุ่มคนรักชมรมคนรักมอญเสากระโดง

ผลผลิตในกระบวนการกลางน้ำ ได้แก่ เกิดพื้นที่ Cultural Space ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ สำหรับอาหารและผลิตภัณฑ์ สบู่ ยาดมไม้เมืองมอญ และสบู่

ผลผลิตในกระบวนการปลายน้ำ ได้แก่ ระบบและกลไกการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวคุณค่าวัฒนธรรมมอญ กิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการใหม่ด้านการท่องเที่ยวคุณค่าวัฒนธรรมมอญ ผลการประเมินผลลัพธ์และผลกระทบจากโครงการวิจัย และองค์ความรู้จากกระบวนการทำงานโครงการวิจัย

4.4.1.4 ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ

เมื่อผลผลิตของแผนงานวิจัยได้นำไปใช้โดยภาคีเป้าหมายที่ได้มีส่วนร่วมกับการดำเนินงานวิจัยก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ซึ่งผู้ประเมินได้ดำเนินการวิเคราะห์จาก Network Value Chain ของแผนงาน และการสัมภาษณ์หัวหน้าโครงการวิจัย นำมาซึ่งผลลัพธ์ที่คาดหวัง ดังนี้

กลุ่มผู้ประกอบการภายในชุมชน ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ สำหรับอาหารและผลิตภัณฑ์ สบู่ ยาดมไม้เมืองมอญ และสบู่ ผู้ประกอบการใหม่ด้านการท่องเที่ยวคุณค่าวัฒนธรรมมอญ เกิดการเปลี่ยนแปลงรายได้ที่เพิ่มขึ้น และเกิดการทำงานร่วมกันภายในชุมชน

ชุมชนเป้าหมาย ได้แก่ ชุมชนบ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่มาขึ้น มีชื่อเสียงมากขึ้น และเกิดการทำงานร่วมกันภายในชุมชน

กลุ่มผู้ประกอบการภายนอกชุมชน ได้แก่ ร้านค้าจำหน่ายสินค้า ตลาดโก้งโค้ง บริษัท ABT Journey บริษัท นัคดีแอดเวนเจอร์ เกิดการเปลี่ยนแปลงรายได้ที่เพิ่มขึ้น

หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ วัฒนธรรมจังหวัด ททท. ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด พัฒนาชุมชนจังหวัดเกิดการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการทำงาน และนโยบายด้านการท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรม

ผู้นำชุมชนและองค์การบริหารส่วนตำบล ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้านชุมชนบ้านเสากระโดง องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโพ อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเกิดการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงาน และเกิดการยอมรับและความไว้วางใจจากภายนอกทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

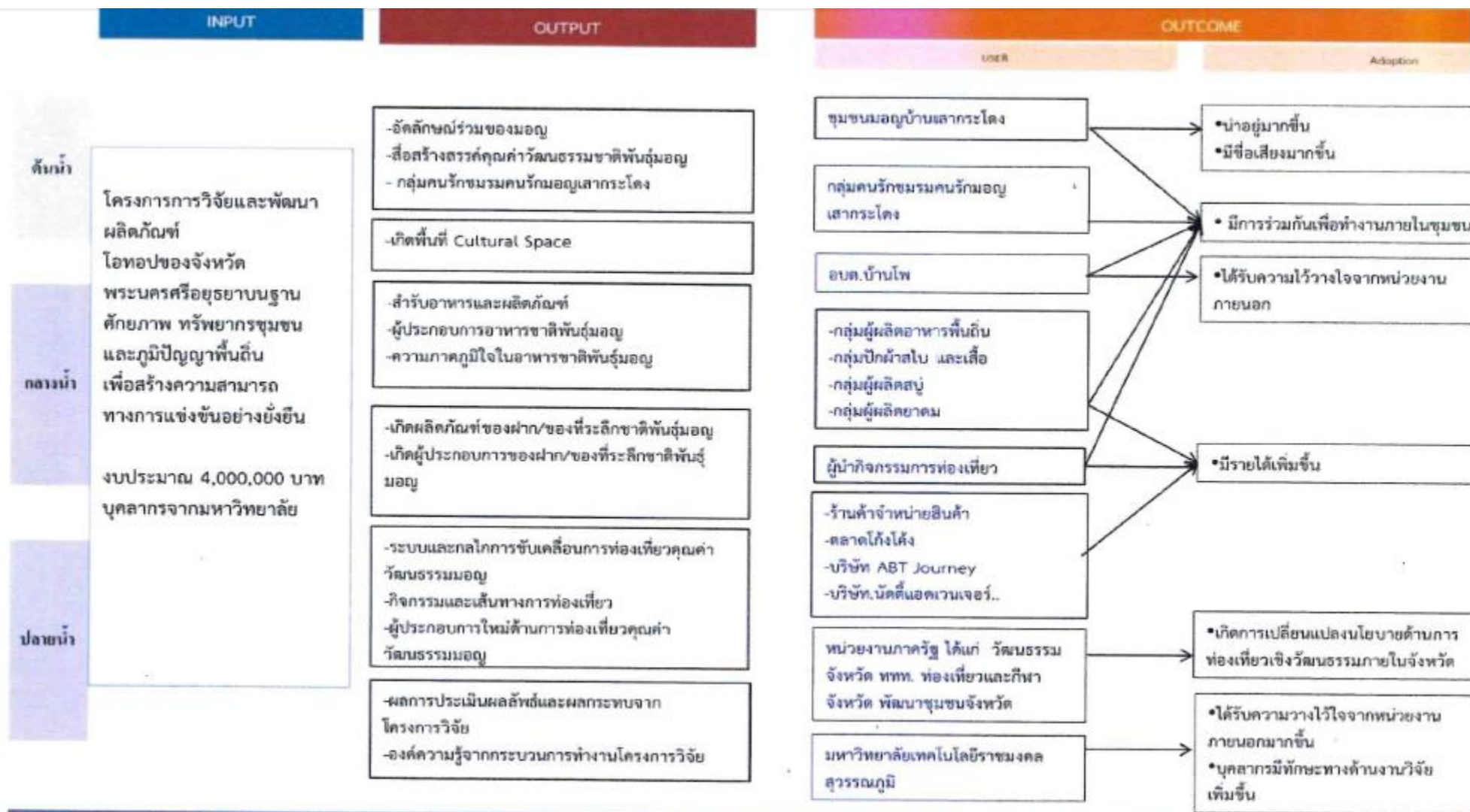
สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ผลงานวิจัยเกิดการยอมรับและความไว้วางใจจากภายนอกทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เกิดการพัฒนาความสามารถและความเชี่ยวชาญด้านวิชาการและวิชาชีพของบุคลากร

4.4.1.5 ผลกระทบที่คาดว่าจะได้รับ

ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจที่คาดว่าจะได้รับ ได้แก่ เกิดมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์และบริการ และการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม

ผลกระทบทางด้านสังคมที่คาดว่าจะได้รับ ได้แก่ ชุมชนเข้มแข็ง และเกิดความภาคภูมิใจใน อัตลักษณ์ชาติพันธุ์มอญ

ทั้งนี้สามารถอธิบายได้โดยแผนภาพ Ex-ante or Predicted Impact Pathway ดังภาพที่ 10



ภาพที่ 10 Ex-ante or Predicted Impact Pathway ของโครงการวิจัย

4.4.2 ผลผลิตที่เกิดขึ้นจากงานวิจัย (ภายหลังจากการมีงานวิจัย)

จากการสัมภาษณ์นักวิจัย ชุมชนกลุ่มเป้าหมาย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สามารถสรุปผลจากการดำเนินกิจกรรมของโครงการย่อยต่างๆ ในแผนงานวิจัย ก่อให้เกิดผลผลิตสำคัญ ดังนี้ (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 9 ผลผลิตที่ได้รับจากแผนงานวิจัย

รายการ	จำนวน
1. กลุ่มคณะกรรมการทำงาน (กลุ่ม)	1
2. กลุ่มผู้ประกอบการสำหรับอาหารเชิงวัฒนธรรม (กลุ่ม)	1
3. กลุ่มผู้ประกอบการสบู่ (กลุ่ม)	1
4. กลุ่มผู้ประกอบการสบู่รายใหม่ (กลุ่ม)	1
5. กลุ่มผู้ประกอบการยาต้มไม้เมืองมอญ (กลุ่ม)	1
6. ชุดองค์ความรู้ (เล่ม)	6
7. สื่อสร้างสรรค์ (ชุด)	1
8. สำหรับข้าวแช่ (สำหรับ)	1
9. สำหรับอาหารมอญบ้านเสากระโดง (สำหรับ)	1
10. ผลิตภัณฑ์น้ำมันมะตาด (ชนิด)	1
11. สบู่ (สูตร)	3
12. สบู่ลายใหม่	3
13. ยาต้มไม้เมืองมอญ (รูปแบบ)	4
14. กิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยว	1

4.4.3 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากงานวิจัย (ภายหลังจากการมีงานวิจัย)

จากการวิเคราะห์ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง ทำให้ได้ผลลัพธ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของแผนงานวิจัย อย่างไรก็ตาม ในการวัดการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั้นจำเป็นต้องกำหนดตัวชี้วัดการเปลี่ยนแปลง ของผลลัพธ์ (Outcomes Incidence) เพื่อวัดการเปลี่ยนแปลงของผลลัพธ์โดยเปรียบเทียบกับกรณีที่ไม่มี แผนงานวิจัย โดยรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแผนงานวิจัย การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดผลลัพธ์ (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 10 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการดำเนินงานของแผนงานวิจัย

รายการ	จำนวน
1. ผู้ประกอบการสำหรับอาหารเชิงวัฒนธรรม (คน)	14
2. กลุ่มผู้ประกอบการสบู่ (กลุ่ม)	1
3. ผู้ประกอบการสบู่รายใหม่ที่ปิดภายใต้เกิดจากแผนงานวิจัย (กลุ่ม)	1
4. ผู้ประกอบการยาต้มไม้เมืองมอญ (กลุ่ม)	1

รายการ	จำนวน
5. วัดทองบ่อ (แห่ง)	1
6.องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโพ อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (องค์การ)	1

จากการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงผลลัพธ์ทางสังคมและ/หรือผลตอบแทนทางสังคมเป็นการพยากรณ์ผลลัพธ์ไปในอนาคต (Projection) โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ สามารถสรุปผลลัพธ์ หรือการเปลี่ยนแปลงสำคัญที่เกิดขึ้นในแต่ละกลุ่มได้ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 11 การเปลี่ยนแปลงสำคัญที่เกิดขึ้นในแต่ละกลุ่ม

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผลลัพธ์	ตัวชี้วัดผลลัพธ์
1.ผู้ประกอบการสำหรับอาหาร เชิงวัฒนธรรม	มีรายได้เพิ่มขึ้น	กำไรที่เพิ่มขึ้น (บาทต่อกลุ่มต่อปี)
2.ผู้ประกอบการสบู่	มีรายได้เพิ่มขึ้น	กำไรที่เพิ่มขึ้น (บาทต่อกลุ่มต่อปี)
3.ผู้ประกอบการสไบ	มีรายได้เพิ่มขึ้น	กำไรที่เพิ่มขึ้น (บาทต่อกลุ่มต่อปี)
4.ผู้ประกอบการยาดมไม้เมือง มอญ	มีรายได้เพิ่มขึ้น	กำไรที่เพิ่มขึ้น (บาทต่อกลุ่มต่อปี)

และเมื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจและ/หรือผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นการคาดการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตระยะ 10 ปี (พ.ศ. 2563-2573) พบว่ามูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์สุทธิ (NPV) = 2,592,065 บาท โดยโครงการวิจัยนี้ให้ค่าอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (BCR) = 1.65 แสดงว่าเงินลงทุน 1 บาท ได้ผลตอบแทนคืนมา 1.65 บาท และอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) = ร้อยละ 13.31 (ตารางที่ 10) ซึ่งเป็นค่าที่สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยในท้องตลาด ดังนั้นจึงสามารถคาดการณ์ได้ว่าโครงการวิจัยนี้คุ้มค่าต่อการลงทุน

ตารางที่ 12 การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจจากงานวิจัย

เกณฑ์การประเมิน	ผลการประเมิน
มูลค่าปัจจุบันผลประโยชน์สุทธิ (NPV)	2,592,065
อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (BCR)	1.65
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	13.31
อัตราการคิดลด	ร้อยละ 3.05

4.5 กลไกการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าใหม่ (ผลการวิจัยของโครงการย่อยที่ 5, ธนาธร จงศิริวิฑิตศักดิ์, 2563)

จากการถอดบทเรียนการทำงานของแผนงานวิจัย ร่วมกับโครงการย่อย และได้รับองค์ความรู้จากผู้ทรงคุณวุฒิผู้เชี่ยวชาญ ผศ. ดร.บัณฑิต อินดวงศ์ ในการทำแผนที่วงกลมอันนำไปสู่ผลลัพธ์ ร่วมกับนำแนวคิด Impact pathway มาสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลไกการทำงานของภายในชุมชน และนอกชุมชน พบว่ามีปัจจัยป้อนเข้า และผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบที่คาดหวัง ดังนี้

ปัจจัยป้อนเข้า

- ทุนอัตลักษณ์ของชุมชนมอญ ได้แก่ ด้านกายภาพ ชุมชนเสาะกระโดง วัดทองบ่อ (Cultural Space) และ พิพิธภัณฑสถานบ้านวัดทองบ่อและศูนย์ศึกษาชาวมอญ ด้านชีวภาพ มะตาด กระเจี๊ยบ (อาหาร) พิกุล (เครื่องหอม) และ ด้านศิลปวัฒนธรรม การแต่งกาย (สไบ) ตักบาตรน้ำผึ้ง สงกรานต์ การละเล่น

- Stake Holder ที่เป็นกลไกภายใน และมีบทบาทสำคัญ ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโพธิ์ใหญ่บ้านผู้นำชุมชน เจ้าอาวาส และกลุ่มอาหาร กลุ่มปักผ้า กลุ่มสบู่ กลุ่มเครื่องหอม

- Stake Holder ที่เป็นกลไกภายนอก และมีบทบาทสำคัญ ได้แก่ พัฒนาชุมชนจังหวัด ท้องเที่ยวกีฬาจังหวัด ท้องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัททัวร์ บริษัทประชารัฐสามัคคี และร้านค้าประชารัฐ ตลาดโก้งโค้ง

ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลลัพธ์ที่คาดหวัง

- ผลผลิต (Output) ของโครงการย่อย ได้แก่ ทุนอัตลักษณ์ของชุมชนมอญที่ผ่านการตรวจสอบ ผลิตภัณฑ์อาหาร ตำหรับ และสำหรับอาหารมอญ ผลิตภัณฑ์ไม้เชื้ออาหาร และบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการจัดการทุนวัฒนธรรม (คุณค่าและมูลค่า)

- ผลลัพธ์ (Outcome) ได้แก่ รายได้ของชุมชนเพิ่มขึ้น การกระจายรายได้ที่เป็นธรรม และกลไกการขับเคลื่อนต่อเพื่อความยั่งยืน

- ผลกระทบ (Impact) ได้แก่ ผลกระทบทางเศรษฐกิจการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก และผลกระทบทางสังคม เช่น การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น

ผลจากการถอดบทเรียนการทำงานในระยะ 16 เดือนที่ผ่านมาสามารถสร้างแผนที่วงกลมนำไปสู่ผลกระทบ “การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน” ดังรูปที่ 10 โดยแผนที่วงกลมดังกล่าวแสดงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ปัจจุบัน สามารถจำแนกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 หน่วยงานภาครัฐ ประกอบด้วย

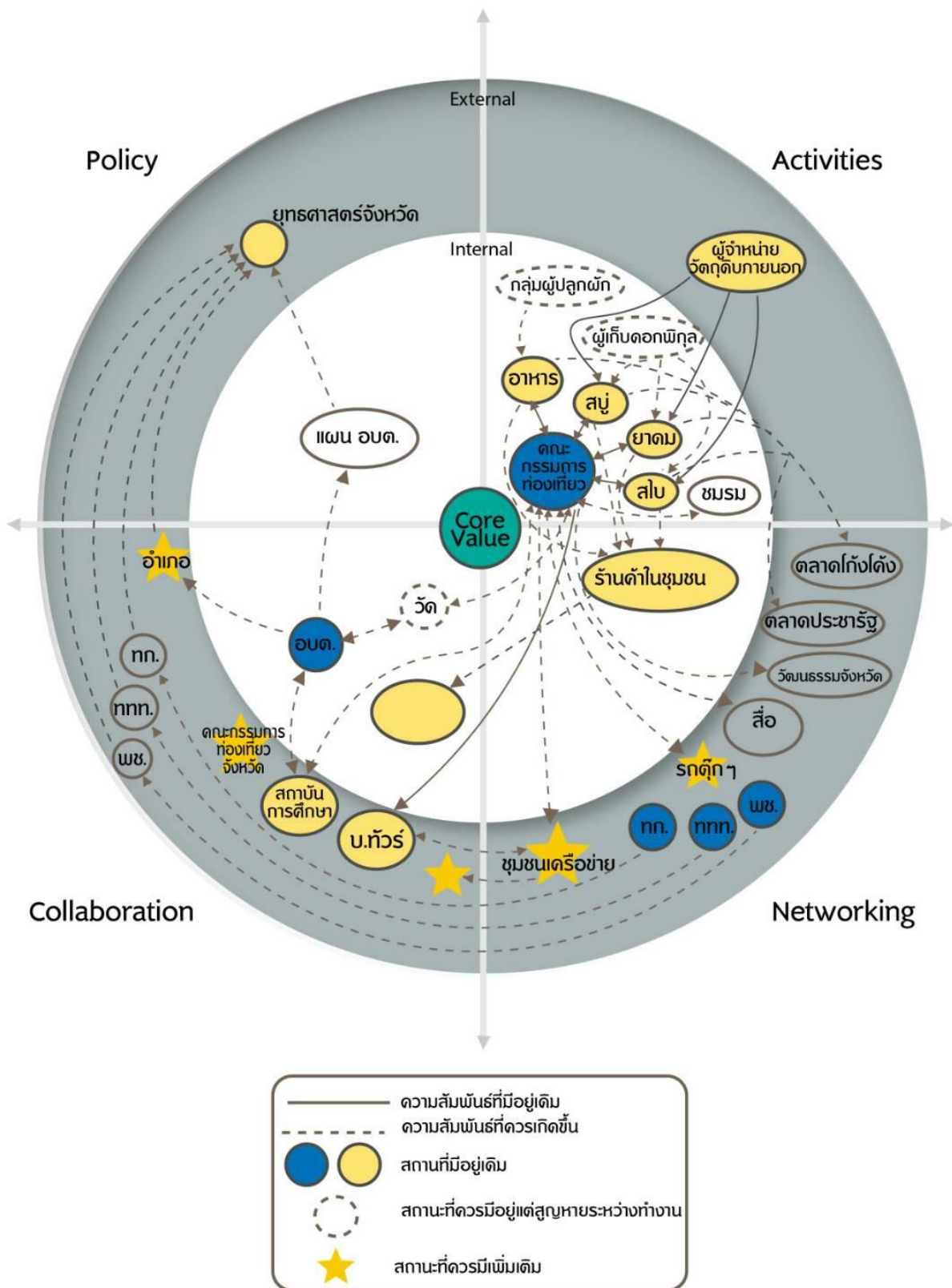
1. วัฒนธรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานพระนครศรีอยุธยา
3. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
4. สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
5. คณะกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
6. อำเภอบางปะอิน
7. องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโพ
8. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

องค์ประกอบที่ 2 หน่วยงานเอกชน ประกอบด้วย

1. ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบจากภายนอก
2. ร้านค้าในชุมชน
3. ตลาดท้องถิ่น
4. สื่อมวลชน
5. รถขนส่งมวลชนขนาดเล็ก
6. บริษัทนำเที่ยว (บริษัททัวร์)

องค์ประกอบที่ 3 หน่วยงานชุมชน ประกอบด้วย

1. ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน (สำหรับอาหาร และอาหารแปรรูป/ สบู่/ ยาสมุนไพร และสไป)
2. กลุ่มผู้ปลูกผัก
3. กลุ่มผู้เก็บดอกพิกุล
4. คณะทำงานขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชนมอญเสากระโดง
5. ชมรมคนรักมอญเสากระโดง
6. วัดทองบ่อ



รูปที่ 10 แผนที่วงกลมนำไปสู่ผลกระทบ “การสร้างมูลค่าเพิ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม”

4.6 การเปรียบเทียบผลการดำเนินงานตามแผนกับผลที่ปฏิบัติได้จริง

ตารางที่ 13 เปรียบเทียบผลการดำเนินงานตามแผนกับผลที่ปฏิบัติได้จริง

แผนกิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ผลที่ปฏิบัติได้จริง
1. ดำเนินการส่วนต้นน้ำเพื่อสกัดโจทย์วิจัยที่แท้จริง 1.1 ศึกษาข้อมูลเชิงบริบทของพื้นที่ทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิ 1.2 ลงสำรวจพื้นที่ชุมชนชาติพันธุ์ต่างๆ 8 ชาติพันธุ์ 9 ชุมชน 1.3 ประสานงานติดต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่จะเข้ามาเป็น Stakeholders	1. ข้อมูลเชิงบริบทของพื้นที่เพื่อเลือกเป้าหมาย 2. Network Value Chain ที่มี Stakeholders ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนกลไกห่วงโซ่คุณค่าใหม่	1. ข้อมูลเชิงบริบทของพื้นที่เพื่อเลือกเป้าหมาย และเลือกพื้นที่เป้าหมายคือชุมชนมอญเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2. ได้ New Network Value Chain เนื่องจากพื้นที่เดิมไม่มี Network Value Chain เดิม กระบวนการวิจัยจึงเข้าไปสร้างใหม่
2. ลงพื้นที่สำรวจชุมชนเป้าหมายร่วมกับทีมคณะผู้วิจัย เพื่อหาทุนเดิมของชุมชนทั้งทางด้านสังคม วัฒนธรรม พื้นที่ และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อจัดทำกรอบการวิจัยให้ได้ซึ่งโครงการย่อยต่างๆ	1. ข้อมูลเชิงบริบทพื้นที่ของชุมชนเป้าหมาย (ชุมชนมอญบ้านเสากระโดง) 2. กรอบวิจัยของโครงการ 3. โครงการย่อย	1. ข้อมูลโครงสร้างพื้นฐานทางสังคมและข้อมูลทางเศรษฐกิจของชุมชน 2. กรอบวิจัยของโครงการ 3. โครงการย่อย 5 โครงการ
3.ศึกษาอัตลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญ เพื่อให้ได้ DNA มอญกรุงศรีที่แท้จริง 3.1 ด้านภูมิปัญญาอาหารและสมุนไพร 3.2 ด้านอาชีพ 3.3 ด้านประเพณีและความเชื่อ 3.4 ดานที่อยู่อาศัยและการละเล่น 3.5 ด้านภาษาและภูมินาม	1. DNA มอญกรุงศรีที่แท้จริงและถูกต้อง 2. สื่อสร้างสรรค์คุณค่าวัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญ 3. กลุ่มชุมชนคนรักมอญบ้านเสากระโดง	1. ชุดองค์ความรู้ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมมอญ 5 ชุดองค์ความรู้ 2. อัตลักษณ์ร่วมของมอญ และเอกลักษณ์มอญเสากระโดง 3. สื่อสร้างสรรค์คุณค่าวัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญ 4. กลุ่มชุมชนคนรักมอญบ้านเสากระโดง และกลุ่มเยาวชนที่เข้ามาเรียนรู้ภาษา วัฒนธรรม ประเพณีมอญ
4. สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของอาหารชาติพันธุ์มอญจากภูมิปัญญาท้องถิ่น 4.1 การศึกษาและวิเคราะห์คุณค่าอัตลักษณ์วัฒนธรรมอาหารชาติพันธุ์มอญ 4.2 การสื่อสารอัตลักษณ์ชาติพันธุ์มอญผ่านสำหรับอาหารและผลิตภัณฑ์อาหาร 4.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้อัตลักษณ์อาหารชาติพันธุ์มอญ 4.4 การคืนข้อมูลแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	1. สำหรับอาหารและผลิตภัณฑ์อาหารมอญ 2. ผู้ประกอบการอาหารชาติพันธุ์มอญ 3. ความภาคภูมิใจในอาหารชาติพันธุ์มอญ	1. อัตลักษณ์อาหารชาติพันธุ์มอญเสากระโดง 2. แผนที่ทรัพยากรชุมชน (วัตถุดิบในการปรุงอาหาร) 3. สำหรับอาหารมอญบ้านเสากระโดง 1 สำหรับ (8 รายการอาหาร) และสำหรับข้าวแช่ 1 สำหรับ 4. ผลิตภัณฑ์แปรรูป 5 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ชารมัญญ 4 ชนิด (ชาพิกุล ใบกระเจียวเขียว ใบกระเจียวแดง ดอกกระเจียวแดง) และน้ำมะตาดผสมน้ำผึ้งเข้มข้น 5. การสร้างโอกาสการเป็น

แผนกิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ผลที่ปฏิบัติได้จริง
		ผู้ประกอบการผลิตสำหรับอาหาร และอาหารแปรรูปในชุมชน 6. ตราสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ที่สื่อถึงชาติพันธุ์มอญเสากระโดง 7. ความตระหนักและรับรู้ของชุมชนมอญเสากระโดงในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของอาหารชาติพันธุ์มอญ
5. การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร (Non-Food) ชาติพันธุ์มอญ จากภูมิปัญญาท้องถิ่น 5.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร (Non-Food) ชาติพันธุ์มอญของผู้บริโภค 5.2 การศึกษาภูมิปัญญาลวดลายวัฒนธรรมมอญสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์พัสดราภรณ์ให้แก่ผู้ประกอบการชุมชนมอญบ้านเสากระโดง 5.3 การออกแบบของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวจากภูมิปัญญา วัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญ 5.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ธรรมชาติจากพืชท้องถิ่นชุมชนมอญ	1. ผลิตภัณฑ์ของฝาก/ ของที่ระลึกชาติพันธุ์มอญอย่างน้อย 3 ชิ้น 2. ผู้ประกอบการของฝาก/ ของที่ระลึกชาติพันธุ์มอญ	1. ทราบความต้องการของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของฝาก ของที่ระลึกด้วยกระบวนการ User interface 2. ได้ลวดลาย/ อัตลักษณ์ที่สื่อถึงมอญเสากระโดง จากกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน 3. ได้ผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก 3 ชนิด - สไปป์ลวดลายมอญกรุงศรี (3 ลวดลาย คือ ลายดอกพิกุลลอยตัว ลายดอกมะตาด และลายเจดีย์) - สบู่จากสารสกัดพืชท้องถิ่น (3 สูตร คือ ดอกพิกุล กระเจี๊ยบแดง และกระเจี๊ยบมอญ) - ยาต้มสมุนไพรไม้เมืองมอญ จากงานดินปั้นดอกไม้มงคลของมอญ (ดอกพิกุล ดอกมะตาด ดอกกุหลาบมอญ และดอกตะแบก) 4. การสร้างโอกาสการเป็นผู้ประกอบการผลิตของฝากของที่ระลึก 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ 5. ความภาคภูมิใจในชาติพันธุ์ของตน
6. การบูรณาการอัตลักษณ์ชาติพันธุ์มอญสู่การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 6.1 ศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญ 6.2 การบูรณาการอัตลักษณ์ชาติพันธุ์มอญสู่การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	1. ระบบกลไกการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวคุณค่าวัฒนธรรมมอญ 2. กิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญที่เหมาะสมกับพื้นที่และความต้องการของนักท่องเที่ยว 3. ผู้ประกอบการใหม่ด้านการท่องเที่ยวคุณค่าวัฒนธรรมมอญ	1. ระบบกลไกการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวคุณค่าวัฒนธรรมมอญ ผ่านการทำงานของชุมชน ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐที่กำกับดูแลคือ องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโพ และหน่วยงานเอกชนคือ บริษัทผู้ประกอบการท่องเที่ยว (บริษัท นัตตี้ส์ แอดเวนเจอร์ และบริษัท ABT Journey จำกัด) 2. กิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวที่สามารถออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม

แผนกิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ผลที่ปฏิบัติได้จริง
		โดยสามารถออกแบบร่วมกับชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้ 3. กลุ่มการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน ผ่านผู้นำชมรมคนรักชมมอญ เสากะโดง ทำหน้าที่ดูแล และประสานงานทั้งภายใน และนอกชุมชน
7. การประเมินผลลัพธ์และผลกระทบของโครงการวิจัย กรณีศึกษา ชุมชนมอญบ้านเสากะโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 7.1 ศึกษาสภาพทั่วไปของชุมชนมอญบ้านเสากะโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 7.2 พัฒนากลไก และถอดบทเรียนการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าใหม่ 7.3 ศึกษาประเมินผลลัพธ์และผลกระทบของโครงการวิจัย กรณีศึกษาชุมชนมอญบ้านเสากะโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	1. ได้ระบบกลไกการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าใหม่ และถอดบทเรียนเพื่อเรียนรู้ร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัย นักวิจัย ชุมชน รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน 2. ได้ทราบผลการประเมินผลลัพธ์และผลกระทบของโครงการวิจัยทั้งทางเศรษฐกิจ และสังคม	1. กลไกการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าใหม่ ในประเด็นการสร้างมูลค่าจากคุณค่าทางวัฒนธรรม 2. ผลกระทบทางด้านสังคม พบว่าชุมชนเกิดความตระหนัก รัก ห่วงแหน และภาคภูมิใจในชาติพันธุ์ของตน เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน เห็นได้จากการรวมกลุ่มตั้งชมรมคนรักชมมอญ เสากะโดง และชมรมเยาวชนมอญที่เข้ามาเรียนรู้ภาษา วัฒนธรรม ประเพณี เช่น การรำมอญ เป็นต้น อีกทั้งโครงการวิจัยนี้ ยังสามารถสร้างความรักสามัคคีให้เกิดในชุมชน จากเดิมที่ชาวบ้านไม่มีกิจกรรมในการทำงานร่วมกัน ก็เกิดการรวมกลุ่มเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแบ่งงานตามกลไกที่วางไว้ในชุมชน ร่วมกับการทำงานประสานกับหน่วยงานภายนอกชุมชน เช่น บริษัทท่องเที่ยว และองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโพธิ์อย่างเป็นระบบ 3. ผลกระทบทางเศรษฐกิจ พบว่าโครงการวิจัยนี้สามารถสร้างรายได้เสริมให้กับคนในชุมชน จากการรวมกลุ่มเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น ผลิตภัณฑ์สำหรับอาหาร อาหารแปรรูป และของฝากของที่ระลึก เป็นต้น
8. ทดลองตลาดเพื่อยกระดับกลไกการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าใหม่ทั้งระบบ	1. กลไกการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าใหม่ทั้งระบบ	1. ผลการประเมินเส้นทางการท่องเที่ยว 2. ผลประเมินกลไกการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าใหม่ 3. ผลการประเมินการกระจายรายได้ที่เป็นธรรม

4.7 การใช้จ่ายงบประมาณ

ในการดำเนินงานระยะต้นน้ำ (4 เดือน) และระยะวิจัย 5 เดือน หน่วยบริหารจัดการกลางของมหาวิทยาลัยได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อพัฒนากลไกการบริหารจัดการงานวิจัยพาณิชย์เชิงพื้นที่ที่มีผลกระทบสูง และพัฒนาข้อเสนอโครงการวิจัยไปแล้วทั้งสิ้น 522,050 (ห้าแสนสองหมื่นสองพันห้าสิบบาทถ้วน) รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 14 รายละเอียดค่าใช้จ่าย

หมวดค่าใช้จ่าย	จำนวนเงิน (บาท)	หมายเหตุ
ระยะต้นน้ำ (4 เดือน)		
1. ค่าเดินทางลงพื้นที่และประชุมทีมของนักวิจัยและหน่วยจัดการ	16,363	
2. การเก็บข้อมูล OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	93,700	
3. การจัดโครงการสร้างความรู้ความเข้าใจในการยกระดับ OTOP	27,450	
4. การจัดแสดงนิทรรศการเรื่อง “ความหลากหลายของอาหารชาติพันธุ์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา”	100,000	
5. การจัดเวทีออกแบบนวัตกรรมเชิงคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์วัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	16,245	
6. ค่าตอบแทนผู้ทรงคุณวุฒิ	20,000	
รวมระยะต้นน้ำ	273,758	
งบบริหารจัดการ		
1. ค่าจ้าง	76,800	
2. ค่าเช่าเล่มรายงาน	1,928	
3. กิจกรรมลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือด้านงานวิจัยเชิงพื้นที่	27,700	
4. กิจกรรมถอดบทเรียนการทำงานระยะ 2 เดือน	1,105	
5. ค่าใช้จ่ายเข้าร่วมหลักสูตร การบริหารจัดการงานวิจัยแนวใหม่ รุ่นที่ 5	21,960	
6. กิจกรรมเตรียมความพร้อมการรายงานความก้าวหน้าระยะ 5 เดือน	7,750	
7. โครงการการพัฒนากระบวนการวิจัยและสร้างนวัตกรรมที่มีผลกระทบสูงให้สัมฤทธิ์ผล	19,800	
8. กิจกรรมแสดงผลการดำเนินงานระยะ 5 เดือน	91,249	
9. กิจกรรมทดลองตลาดครั้งที่ 1	32,200	
10. กิจกรรมรายงานผลการดำเนินงานระยะ 10 เดือน	68,698	
11. กิจกรรมคืนข้อมูล	12,650	
12. กิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย	1,365	
รวมงบบริหารจัดการ	363,205	
รวมค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น	636,963	

4.8 ข้อเรียนรู้/ ข้อค้นพบ

4.8.1 บุคลากรของมหาวิทยาลัยยังขาดความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในการทำงานวิจัยเชิงพื้นที่แบบบูรณาการร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ผู้ประกอบการ และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นโครงการวิจัยนี้จึงเป็นการเรียนรู้ในการทำงานพันธกิจมหาวิทยาลัยเพื่อชุมชนได้อย่างดี

4.8.2 เนื่องจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิมีการเปลี่ยนแปลงหัวหน้าโครงการ จึงทำให้แผนการทำงานล่าช้า อีกทั้งยังต้องระงับการใช้งบประมาณทุนสนับสนุนการวิจัย ทำให้กลไกในการทำงานติดขัด แต่เมื่อได้รับการขยายเวลาการทำงานเพื่อวิเคราะห์การดำเนินงานส่วนต้นน้ำ ทำให้ข้อเสนอโครงการมีความชัดเจนขึ้น อีกทั้งยังได้รับการหนุนเสริมเพื่อเพิ่มทักษะการบริหารงานวิจัยจากหน่วยให้ทุน จึงทำให้โครงการวิจัยสามารถดำเนินการต่อไปได้

4.8.3 จากการรายงานความก้าวหน้าระยะ 5 เดือนที่ผ่านมา ในวันที่ 18 มิถุนายน 2562 พบว่าผลการดำเนินการของโครงการที่ 1 และ 5 ไม่เป็นไปตามแผนการทำงาน โดยผู้ทรงคุณวุฒิจากได้ห้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงโครงการ เพื่อให้แผนการทำงานของโครงการวิจัยในภาพรวมสามารถสัมฤทธิ์ผล ทางหน่วยบริหารจัดการกลางกลางของมหาวิทยาลัยได้ดำเนินการตามข้อเสนอแนะ ดังนี้

- โครงการที่ 1 ให้สังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาอัตลักษณ์ร่วมของมอญในระยะ 5 เดือน โดยส่งข้อมูลทั้งหมดให้หน่วยบริหารจัดการกลางของมหาวิทยาลัย โดยต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านชาติพันธุ์มอญเสียก่อน ส่วนการทำงานในระยะต่อไป ซึ่งเป็นส่วนการนำข้อมูลอัตลักษณ์ร่วมของมอญมาผนวกกับเอกลักษณ์ชุมชนมอญบ้านเสากระโดง และการทดลองตลาดเพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชนผู้เป็นเจ้าของภูมิปัญญาอย่างเป็นธรรมนั้น ทางหน่วยบริหารจัดการจะดำเนินการให้นักวิจัยซึ่งมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเข้ามาร่วมวิจัย เช่น การพัฒนาทรัพยากรบุคคลในพื้นที่ให้สามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน มอบหมายให้นักวิจัยผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการการท่องเที่ยว หรือการสร้าง Cultural Space มอบหมายให้นักวิจัยผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิสถาปัตยกรรมมาช่วยออกแบบพื้นที่ เป็นต้น

- โครงการที่ 5 ต้องมีการปรับตัวประสงค์ของโครงการ โดยให้ประเมินภาพรวมการดำเนินงานของโครงการ การถอดองค์ความรู้ในเชิงการบริหารจัดการ รวมถึงการประเมินผลทางเศรษฐกิจและสังคม โดยต้องวิเคราะห์ Network Value Chain ของชุดโครงการ และโครงการย่อย เพื่อวิเคราะห์แต่ละข้อของห่วงโซ่ โดยให้เวลาในการปรับโครงการให้เป็นไปตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำ 1 เดือน หากไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ อาจต้องระงับโครงการดังกล่าว

4.8.4 การทำงานวิจัยเชิงพื้นที่ให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรมนั้น นอกจากผลการวิจัยที่ช่วยสนับสนุนส่งเสริมแล้ว ปัจจัยสำคัญที่สุดของกระบวนการผู้นำไปใช้จริง และผู้มีอำนาจ บทบาทในการสนับสนุนพื้นที่ที่แท้จริง โดยโครงการวิจัยนี้ได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนอย่างดียิ่ง ชุมชนมอญบ้านเสากระโดงให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล การเข้าร่วมกิจกรรม และการร่วมสร้างผลจากการวิจัยให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม อีกทั้งภาคีภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ และเอกชนเข้ามาสนับสนุนผลงานวิจัยนี้อย่างเต็มที่ โดยในวันที่ 18 มิถุนายน 2562 การรายงานความก้าวหน้าระยะ 5 เดือน ได้รับความสนใจในการร่วมเข้าฟัง และให้ข้อเสนอแนะอย่างล้นหลาม อันเป็นประโยชน์ต่อการนำไปพัฒนางานของนักวิจัยในระยะต่อไป อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนให้โครงการสามารถต่อยอดในอนาคต เช่น ผู้อำนวยการกลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้ข้อเสนอแนะว่า

โครงการวิจัยนี้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัด โดยจะนำแผนงานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่นนี้ลงในยุทธศาสตร์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมอบให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการต่อไป

4.8.5 โครงการ การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาบนฐานศักยภาพทรัพยากรชุมชน และภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน นี้ สามารถสร้างนักวิจัยรุ่นใหม่ในการทำงานเชิงพื้นที่ (น้อยกว่า 3 ปี) จำนวน 13 คน ให้มีประสบการณ์ อันเป็นการสร้างนักวิจัยที่สามารถทำงานวิจัยเพื่อไปใช้ประโยชน์ ตรงกับยุทธศาสตร์ และอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยที่ต้องการสร้างผลงานวิจัยที่เกิดประโยชน์ต่อชุมชน หรือผู้ประกอบการได้อย่างเป็นรูปธรรม

4.9 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

4.9.1 การทำงานร่วมกับหน่วยงานระดับจังหวัดที่มีการแลกเปลี่ยนโยกย้ายประจำปี (ช่วงเดือนตุลาคม) ทำให้การทำงานอาจไม่ต่อเนื่อง และอาจประสานไม่ติดกับผู้มารับหน้าที่ใหม่ เนื่องจากไม่ได้ร่วมพัฒนาโครงการร่วมกันมาตั้งแต่ต้น ดังนั้นจึงควรประสานงานระดับหัวหน้าหน่วยงานราชการผู้ทำหน้าที่กำกับดูแล และมีอำนาจตัดสินใจ และประสานงานในระดับผู้ปฏิบัติการที่ปฏิบัติหน้าที่จริง เพื่อให้การทำงานดำเนินได้อย่างต่อเนื่อง

บทที่ 5 บทสรุปและถอดบทเรียน

5.1 บทสรุปปฏิบัติการบริหารจัดการ

ผลการดำเนินงานของหน่วยบริหารจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ สามารถแบ่งการจัดการได้เป็น 3 ระยะ คือ

- **การจัดการต้นทาง** เป็นการจัดการเพื่อให้ได้ข้อเสนอการวิจัยที่มีคุณภาพ เริ่มจากการพัฒนากรอบและประเด็นการวิจัย เพื่อตอบโจทย์สำคัญของการพัฒนาพื้นที่ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การพัฒนาข้อเสนอโครงการวิจัย ย่อยให้มีการบูรณาการการทำงานร่วมกัน เพื่อสามารถส่งผลกระทบสูงเชิงพาณิชย์ต่อพื้นที่
- **การจัดการกลางทาง** เป็นการจัดการเพื่อให้ นักวิจัยทำงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ และสัมฤทธิ์ผลตามแผนงานวิจัย เริ่มจากเมื่อนักวิจัยทำสัญญารับทุนอุดหนุนการวิจัยและเริ่มดำเนินการ มีการติดตาม ช่วยเหลือ ปล่อย ประเมินผลการดำเนินงานของนักวิจัยเป็นระยะ อีกทั้งส่งเสริม พัฒนาศักยภาพนักวิจัยด้านต่างๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลงานวิจัยที่มีคุณภาพ มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง
- **การจัดการปลายทาง** ทำโดยรวบรวม วิเคราะห์ และสังเคราะห์ผลงานวิจัย และกลไกการทำงานร่วมกับภาคีเครือข่าย ถอดเป็นบทเรียนในการทำงานเพื่อต่อแนวทางในการทำงานต่อไป อีกทั้งยังต้องส่งเสริม ผลักดันให้ผลงานวิจัยนั้นสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ทั้งเชิงนโยบาย พาณิชย์ และวิชาการ

5.2 บทสรุปมิติผลการวิจัย

โครงการ “การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาบนฐานศักยภาพ ทรัพยากร ชุมชน และภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน” และโครงการย่อย สามารถดำเนินการได้ตามวัตถุประสงค์ และผลที่คาดว่าจะได้รับ ดังตารางที่ Z

ตารางที่ 15 บทสรุปมิติผลการวิจัย

แผนกิจกรรม	ผลที่ปฏิบัติได้จริง
1. ดำเนินการส่วนต้นน้ำเพื่อสกัดโจทย์วิจัยที่แท้จริง 1.1 ศึกษาข้อมูลเชิงบริบทของพื้นที่ทั้งปฐมภูมิและหัตถภูมิ 1.2 ลงสำรวจพื้นที่ชุมชนชาติพันธุ์ต่างๆ 8 ชาติพันธุ์ 9 ชุมชน 1.3 ประสานงานติดต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่จะเข้ามาเป็น Stakeholders	1. ข้อมูลเชิงบริบทของพื้นที่เพื่อเลือกเป้าหมาย และเลือกพื้นที่เป้าหมายคือ ชุมชนมอญเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2. ได้ New Network Value Chain เนื่องจากพื้นที่เดิมไม่มี Network Value Chain เดิม กระบวนการวิจัยจึงเข้าไปสร้างใหม่
2. ลงพื้นที่สำรวจชุมชนเป้าหมายร่วมกับทีมคณะผู้วิจัย เพื่อหาทุนเดิมของชุมชนทั้งทางด้านสังคม วัฒนธรรม พื้นที่ และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อจัดทำกรอบการวิจัยให้ได้ซึ่งโครงการย่อยต่างๆ	1. ข้อมูลโครงสร้างพื้นฐานทางสังคม และข้อมูลทางเศรษฐกิจของชุมชน 2. กรอบวิจัยของโครงการ 3. โครงการย่อย 5 โครงการ
3.ศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญ เพื่อให้ได้ DNA มอญกรุงศรีที่แท้จริง	1. ชุดองค์ความรู้ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมมอญ 5 ชุดองค์ความรู้

แผนกิจกรรม	ผลที่ปฏิบัติได้จริง
3.1 ด้านภูมิปัญญาอาหารและสมุนไพร 3.2 ด้านอาชีพ 3.3 ด้านประเพณีและความเชื่อ 3.4 ดานที่อยู่อาศัยและการละเล่น 3.5 ด้านภาษาและภูมินาม	2. อัตลักษณ์ร่วมของมอญ และเอกลักษณ์มอญเสากระโดง 3. สื่อสร้างสรรค์คุณค่าวัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญ 4. กลุ่มชุมชนคนรักมอญบ้านเสากระโดง และกลุ่มเยาวชนที่เข้ามาเรียนรู้ภาษา วัฒนธรรม ประเพณีมอญ
4. สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของอาหารชาติพันธุ์มอญจากภูมิปัญญาท้องถิ่น 4.1 การศึกษาและวิเคราะห์คุณค่าอัตลักษณ์วัฒนธรรมอาหารชาติพันธุ์มอญ 4.2 การสื่อสารอัตลักษณ์ชาติพันธุ์มอญผ่านสำหรับอาหารและผลิตภัณฑ์อาหาร 4.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้อัตลักษณ์อาหารชาติพันธุ์มอญ 4.4 การคืนข้อมูลแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	1. อัตลักษณ์อาหารชาติพันธุ์มอญเสากระโดง 2. แผนที่ทรัพยากรชุมชน (วัตถุดิบในการปรุงอาหาร) 3. สำหรับอาหารมอญบ้านเสากระโดง 1 สำหรับ (8 รายการอาหาร) และสำหรับข้าวแช่ 1 สำหรับ 4. ผลิตภัณฑ์แปรรูป 5 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ชารามัญ 4 ชนิด (ชาพิกุล ใบกระเจียวเขียว ใบกระเจียวแดง ดอกกระเจียวแดง) และน้ำมะตาดผสมน้ำผึ้งเข้มข้น 5. การสร้างโอกาสการเป็นผู้ประกอบการผลิตสำหรับอาหารและอาหารแปรรูปในชุมชน 6. ตราสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ที่สื่อถึงชาติพันธุ์มอญเสากระโดง 7. ความตระหนักและรับรู้ของชุมชนมอญเสากระโดงในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของอาหารชาติพันธุ์มอญ
5. การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร (Non-Food) ชาติพันธุ์มอญ จากภูมิปัญญาท้องถิ่น 5.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร (Non-Food) ชาติพันธุ์มอญของผู้บริโภค 5.2 การศึกษาภูมิปัญญาลวดลายวัฒนธรรมมอญสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์พัสดุภัณฑ์ให้แก่ผู้ประกอบการชุมชนมอญบ้านเสากระโดง 5.3 การออกแบบของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวจากภูมิปัญญาวัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญ 5.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ธรรมชาติจากพืชท้องถิ่นชุมชนมอญ	1. ทราบความต้องการของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของฝาก ของที่ระลึกด้วยกระบวนการ User interface 2. ได้ลวดลาย/ อัตลักษณ์ที่สื่อถึงมอญเสากระโดง จากกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน 3. ได้ผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก 3 ชนิด - สไปปักลวดลายมอญกรุงศรี (3 ลวดลาย คือ ลายดอกพิกุล ลอยตัว ลายดอกมะตาด และลายเจดีย์) - สบูจากสารสกัดพืชท้องถิ่น (3 สูตร คือ ดอกพิกุล กระเจียวแดง และกระเจียวมอญ) - ยาดมสมุนไพรไม้เมืองมอญ จากงานดินปั้นดอกไม้มงคลของมอญ (ดอกพิกุล ดอกมะตาด ดอกกุหลาบมอญ และดอกตะแบก) 4. การสร้างโอกาสการเป็นผู้ประกอบการผลิตของฝากของที่ระลึก 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ 5. ความภาคภูมิใจในชาติพันธุ์ของตน
6. การบูรณาการอัตลักษณ์ชาติพันธุ์มอญสู่การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 6.1 ศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญ 6.2 การบูรณาการอัตลักษณ์ชาติพันธุ์มอญสู่การออกแบบ	1. ระบบกลไกการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวคุณค่าวัฒนธรรมมอญ ผ่านการทำงานของชุมชน ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐที่กำกับดูแลคือ องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโพ และหน่วยงานเอกชน คือ บริษัทผู้ประกอบการท่องเที่ยว (บริษัท นัตตี้ส์ แอดเวนเจอร์ และบริษัท ABT Journey จำกัด)

แผนกิจกรรม	ผลที่ปฏิบัติได้จริง
เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	2. กิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวที่สามารถออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม โดยสามารถออกแบบร่วมกับชุมชน และผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้ 3. กลุ่มการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน ผ่านผู้นำชมรมคนรักชมมอญเสากระโดง ทำหน้าที่ดูแล และประสานงานทั้งภายใน และนอกชุมชน
7. การประเมินผลลัพธ์และผลกระทบของโครงการวิจัยกรณีศึกษา ชุมชนมอญบ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 7.1 ศึกษาสภาพทั่วไปของชุมชนมอญบ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 7.2 พัฒนากลไก และถอดบทเรียนการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าใหม่ 7.3 ศึกษาประเมินผลลัพธ์และผลกระทบของโครงการวิจัยกรณีศึกษา ชุมชนมอญบ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	1. กลไกการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าใหม่ ในประเด็นการสร้างมูลค่าจากคุณค่าทางวัฒนธรรม 2. ผลกระทบทางด้านสังคม พบว่าชุมชนเกิดความตระหนัก รักหวงแหน และภาคภูมิใจในชาติพันธุ์ของตนเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน เห็นได้จากการรวมกลุ่มตั้งชมรมคนรักชมมอญเสากระโดง และชมรมเยาวชนมอญที่เข้ามาเรียนรู้ภาษาวัฒนธรรม ประเพณี เช่น การรำมอญ เป็นต้น อีกทั้งโครงการวิจัยนี้ ยังสามารถสร้างความรัก สามัคคีให้เกิดในชุมชน จากเดิมที่ชาวบ้านไม่มีกิจกรรมในการทำงานร่วมกัน ก็เกิดการรวมกลุ่มเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยแบ่งงานตามกลไกที่วางไว้ในชุมชน ร่วมกับการทำงานประสานกับหน่วยงานภายนอกชุมชน เช่น บริษัทท่องเที่ยว และองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโพธิ์อย่างเป็นระบบ 3. ผลกระทบทางเศรษฐกิจ พบว่าโครงการวิจัยนี้สามารถสร้างรายได้เสริมให้กับคนในชุมชน จากการรวมกลุ่มเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น ผลิตภัณฑ์สำหรับอาหาร อาหารแปรรูป และของฝากของที่ระลึก เป็นต้น
8. ทดลองตลาดเพื่อยกระดับกลไกการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าใหม่ทั้งระบบ	1. ผลการประเมินเส้นทางท่องเที่ยว 2. ผลประเมินกลไกการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าใหม่ 3. ผลการประเมินการกระจายรายได้ที่เป็นธรรม

5.4 การถอดบทเรียนจากวัตถุประสงค์ของโครงการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ชื่อโครงการ : การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาบนฐานศักยภาพ ทรัพยากรชุมชน และภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์	สถานการณ์/ที่มาของปัญหา ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (Before)	การดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์	การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (After)	อภิปรายผลด้วยหลักวิชาการ (Content analysis/Discussion)
1. เพื่อพัฒนากลไกการขับเคลื่อน ห่วงโซ่คุณค่า และยกระดับ ผลิตภัณฑ์เป้าหมายอย่างเป็น รูปธรรม	จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็น จังหวัดท่องเที่ยว สร้างรายได้ จากการท่องเที่ยวมากกว่าปี ละ 12,000 ล้านบาทต่อปี แต่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเข้า มา เยี่ยม ชม อุ ท ย า น ป ร ะ วั ต ศ าส ต ร พระนครศรีอยุธยา ซึ่งตั้ง บริเวณเกาะเมือง จึงเกิด ปัญหานักท่องเที่ยวกระจุกตัว สร้างปัญหาการกระทบทาง สภาพแวดล้อมเช่น ปัญหา ขยะมูลฝอย หรือการจราจร ติดขัด อีกทั้งรายได้ส่วนใหญ่ ตกอยู่กับผู้ประกอบการ ท่องเที่ยวเท่านั้น ดังนั้น	ศึกษาบริบทชุมชนวัฒนธรรมในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา โดยพบว่าในจังหวัด พระนครศรีอยุธยามีความเป็นสังคมพหุ วัฒนธรรมมาตั้งแต่สมัยยังเป็นกรุงศรี อยุธยา ราชธานี จวบจนปัจจุบันยังมี ชุมชนชาติพันธุ์ที่ยังคงสืบทอดภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีของชาติพันธุ์ตนอยู่ อาทิ ชาติพันธุ์แขกตานี แขกปาตานี แขก เปอร์เซีย ลาวเวียง ญวน และมอญ เมื่อ ประเมินความพร้อมด้านศักยภาพการเป็น ชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน พบว่าชุมชนมอญ บ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มี ศักยภาพมากที่สุด ดังนั้นจึงเลือกใช้พื้นที่ ดังกล่าวในการดำเนินกิจกรรมวิจัย เพื่อ สร้างต้นแบบหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิง	เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งด้าน สังคม และเศรษฐกิจเกิดขึ้นใน ชุมชนเป็นอย่างมาก ชุมชน เกิดความตระหนัก รัก และ ภาคภูมิใจในชาติพันธุ์ตนมาก ขึ้น เกิดการฟื้นฟูวัฒนธรรม ประเพณี ต่างๆ ที่ได้สูญ หายไปจากชุมชนกลับมา เกิด การรวมกลุ่มของคนในชุมชน อย่างเป็นรูปธรรม อีกทั้งยัง สามารถทำให้เยาวชนในชุมชน สนใจเข้ามาเรียนรู้ และสืบทอด ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีต่อไป ส่วนการ เปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ เกิดจากการรวมกลุ่มของคนใน	การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ เป็นกระบวนการ ที่สำคัญในกระบวนการวิจัย โดยใช้ห่วงโซ่นั้นคลี่ เพื่อวิเคราะห์สภาพปัญหาสถานการณ์ปัจจุบัน ให้ พบช่องว่างที่เป็น gap จากนั้นนำนวัตกรรม เทคโนโลยีเข้าไปแก้ไข พัฒนา ปรับปรุง ข้อต่อแต่ ละข้อของห่วงโซ่คุณค่านั้น ให้เกิดเป็นห่วงโซ่ที่ สมบูรณ์ สามารถนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ ผลลัพธ์ และผลกระทบที่ตั้งไว้ได้ หรืออาจเป็น การสร้างห่วงโซ่คุณค่าใหม่ให้เกิดขึ้น จากการ วิเคราะห์ข้อมูลที่มีอยู่ ดังกรณีการเข้าไปพัฒนา พื้นที่ชุมชนมอญเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน จากแนวคิดที่ต้องการนำ คุณค่าทางวัฒนธรรมนั้น สู่อการสร้างมูลค่า เพื่อ สร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์	สถานการณ์/ที่มาของปัญหา ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (Before)	การดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์	การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (After)	อภิปรายผลด้วยหลักวิชาการ (Content analysis/Discussion)
	แนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนจึงเป็นแนวทางหนึ่งในการลดปัญหาดังกล่าว อีกทั้งยังสามารถกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้ตกลงสู่ชุมชนอย่างแท้จริง	วัฒนธรรม ในการพัฒนาต่อไป	ชุมชนสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์มอญเสากระโดงออกมาจำหน่าย ทั้งผลิตภัณฑ์อาหาร ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหาร และเส้นทางการท่องเที่ยว	
2. เพื่อให้ได้ห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มผลิตภัณฑ์เป้าหมาย	เดิมที ชุมชนมอญเสากระโดงนั้น ยังไม่เคยมีการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ใดๆ ในชุมชนห่วงโซ่คุณค่าเดิม จึงเป็นแค่ภูมิปัญญาด้านต่างๆ เช่น ด้านอาหาร ด้านการปักผ้าสไบเพื่ออุปโภค บริโภคเองในครัวเรือนเท่านั้น	พัฒนาห่วงโซ่คุณค่าใหม่ให้เกิดขึ้น ตามกรอบการวิจัยที่ประกอบด้วยโครงการย่อย 5 โครงการ ประกอบด้วยโครงการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ดังนี้ <u>โครงการย่อยที่ 1</u> การศึกษาอัตลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์มอญเพื่อหนุนเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว <u>โครงการย่อยที่ 2</u> การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของอาหารชาติพันธุ์มอญจากภูมิปัญญาท้องถิ่น <u>โครงการย่อยที่ 3</u> การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร (Non Food) ชาติพันธุ์มอญจากภูมิปัญญาท้องถิ่น <u>โครงการย่อยที่ 4</u> การบูรณาการอัตลักษณ์	ได้ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ที่เป็นกลไกในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน ซึ่งถือเป็นแนวทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อันจะเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้ลงสู่ชุมชนอย่างแท้จริง และยังช่วยลดปัญหาความแออัดของนักท่องเที่ยวที่กระจุกตัวอยู่บริเวณอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา แหล่งมรดกโลกอีกด้วย	การได้ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ (New value chain) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนนี้ จะสามารถเป็นต้นแบบในการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ ให้กับชุมชนชาติพันธุ์ต่างๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ยังคงสืบทอดภูมิปัญญาวัฒนธรรม ประเพณีของชาติพันธุ์ตนอยู่ อีกทั้งยังสามารถพัฒนาเชื่อมโยงเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาต่อไปอีกด้วย

วัตถุประสงค์	สถานการณ์/ที่มาของปัญหา ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (Before)	การดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์	การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (After)	อภิปรายผลด้วยหลักวิชาการ (Content analysis/Discussion)
		ชาติพันธุ์มอญสู่การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม <u>โครงการย่อยที่ 5</u> การประเมินผลลัพธ์และผลกระทบของโครงการวิจัย กรณีศึกษา ชุมชนมอญบ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา		
3. เพื่อพัฒนาระบบและกลไกการจัดการงานวิจัยของมหาวิทยาลัย ในการพัฒนางานวิจัยพหุวิชาชีพเชิงพื้นที่ที่มีผลกระทบสูง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ มีประสบการณ์การทำงานเชิงพื้นที่จากโครงการ ABC จึงนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนดำเนินโครงการ เพื่อจัดการระบบภายในของมหาวิทยาลัย	การบริหารงานโครงการมหาวิทยาลัยได้มีระบบ และกลไกในการดำเนินโครงการผ่านกิจกรรมต่างๆ ดังต่อไปนี้ - แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินโครงการ "การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาบนฐานศักยภาพทรัพยากรชุมชน และภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน" เพื่อทำหน้าที่ควบคุม และกำหนดทิศทางการดำเนินงานโครงการ - จัดประชุมร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ที่มี ส่วน ได้ ส่วน เสีย (Stakeholders) ที่เกี่ยวข้อง เพื่อระดมความคิดเห็นในการพัฒนารอบการวิจัย และกลไกการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าใหม่ - จัดนิทรรศการอาหารชาติพันธุ์ในจังหวัด	มีระบบ และกลไกการจัดการงานวิจัยภายในมหาวิทยาลัยที่สามารถขับเคลื่อนกลไกการทำงานทั้งระบบให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้อีกทั้งยังสามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนระบบการจัดงานงานวิจัยอื่นๆ ต่อไป	ระบบและกลไกการจัดการเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนโครงการวิจัยให้ดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ อีกทั้งยังช่วยป้องกันแก้ไข และพัฒนากระบวนการทำงานของมหาวิทยาลัยทั้งระบบภายใน และกลไกการทำงานร่วมกับภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องภายนอกในการมีส่วนร่วมช่วยขับเคลื่อนโครงการวิจัย ให้ประสบผลสำเร็จ บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการอย่างเป็นรูปธรรม อีกทั้งภาคีเครือข่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการกำกับ ดูแล พื้นที่วิจัยนั้น ยังสามารถพัฒนาผลงานดำเนินงานวิจัยนั้น ได้อย่างต่อเนื่องอีกด้วย

วัตถุประสงค	สถานการณ์/ที่มาของปัญหา ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค (Before)	การดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค	การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (After)	อภิปรายผลด้วยหลักวิชาการ (Content analysis/Discussion)
		พระนครศรีอยุธยา เพื่อเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยสู่สังคม อีกทั้งยังเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างภาคีความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัย ส่วนงานราชการภาครัฐ และเอกชน - เวทีเรียนรู้วิถีชุมชนบ้านเสากระโดง ณ พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านวัดทองบ่อและศูนย์ศึกษาชุมชนมอญ วัดทองบ่อ อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อทราบบริบทของชุมชน และวิเคราะห์ปัญหาที่แท้จริงของชุมชน ในการนำมาพัฒนารอบการวิจัย - กิจกรรมลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือด้านงานวิจัยเชิงพื้นที่ และการลงนามสัญญารับทุนอุดหนุนการวิจัย ภายใต้ชุดโครงการ “การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาบนฐานศักยภาพทรัพยากรชุมชน และภูมิปัญญาพื้นถิ่นเพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน” ระหว่างมหาวิทยาลัย		

วัตถุประสงค์	สถานการณ์/ที่มาของปัญหา ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (Before)	การดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์	การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (After)	อภิปรายผลด้วยหลักวิชาการ (Content analysis/Discussion)
		เทคโนโลยีราชชมงคลสุวรรณภูมิ และภาคีเครือข่าย 8 แห่ง คือ วัฒนธรรมจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงาน พระนครศรีอยุธยา สถาบันอยุธยาศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโพ บริษัท ประชาธิปไตยสามัคคีพระนครศรีอยุธยา (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด ตลาดโก้งโค้ง (บ้านแสงโสม) และอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา - กิจกรรมรายงานความก้าวหน้าระยะ 5 เดือน เพื่อติดตาม และประเมิน ความก้าวหน้าของโครงการย่อยให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และผลสัมฤทธิ์ที่ตั้งไว้ - กิจกรรมรายงานผลการดำเนินงานระยะ 10 เดือน (ปิดโครงการ) เพื่อประเมินผลการดำเนินงานของโครงการย่อยว่าบรรลุ วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และเกิดผลลัพธ์ ผลกระทบต่อชุมชน อันมีผลมาจากงานวิจัยอย่างไร		

วัตถุประสงค์	สถานการณ์/ที่มาของปัญหา ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (Before)	การดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์	การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (After)	อภิปรายผลด้วยหลักวิชาการ (Content analysis/Discussion)
4. เพื่อพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยี และองค์ความรู้หนุนเสริมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	เดิมที ชุมชนมอญเสาะกระโดงยังเป็นชุมชนที่มีการประกอบอาหาร หรือหัตถกรรมการปักผ้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่ออุปโภค บริโภคในชุมชนเท่านั้น ซึ่งเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ยังไม่มีการใช้เทคโนโลยี หรือนวัตกรรมใดในการพัฒนา	จากกรอบวิจัยของโครงการ ที่ประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อย 5 โครงการ โดยมีโครงการระยะต้นน้ำ คือโครงการย่อยที่ 1 ที่เข้าไปศึกษาอัตลักษณ์ร่วมของชาติพันธุ์มอญ และเอกลักษณ์ของมอญกรุงศรี ชุมชนเสาะกระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากนั้น นำอัตลักษณ์ และเอกลักษณ์นั้นส่งมอบให้โครงการย่อยที่ 2-4 เพื่อนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหาร และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยโครงการเหล่านี้ มีการใช้นวัตกรรม เทคโนโลยี และองค์ความรู้แต่ละด้าน เข้าไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำมะตาดผสมน้ำผึ้ง ซึ่งเดิมทีใช้ผลมะตาดในการแถมมะตาดเท่านั้น/ การวิจัยลดลวดลายปักสไบมอญที่สะท้อนเอกลักษณ์มอญกรุงศรี/ การวิเคราะห์สารสกัดพืชท้องถิ่นมอญ เช่น พิกุล กระเจี๊ยบมอญ และกระเจี๊ยบเขียว ในการผลิตสบู่ เป็นต้น	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆ อีกทั้งพัฒนาให้เกิดผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เกิดขึ้นในชุมชน เป็นผลให้สร้างรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เหล่านั้น โดย ทั้ง กล ใ ก ก ร พ า นักท่องเที่ยวเข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์ในชุมชน ผ่านบริษัทการท่องเที่ยวที่เข้ามาร่วมเป็นภาคีเครือข่ายกับมหาวิทยาลัย และการนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายนอกชุมชน ผ่านเครือข่ายชุมชนมอญ เช่น มอญเกาะเกร็ด หรือผ่านภาคีเครือข่ายของมหาวิทยาลัยเช่น บริษัทประชารัฐรักสามัคคี จำกัด หรือตลาดโก้งโค้ง เป็นต้น	กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ่านกระบวนการวิจัย ที่ใช้นวัตกรรม เทคโนโลยี และองค์ความรู้นั้น หากต้องการให้ผลิตภัณฑ์นั้นสามารถขายได้จริงอย่างยั่งยืนนั้น ต้องผ่านกระบวนการค้นหาอัตลักษณ์ เพื่อนำคุณค่ามาเปลี่ยนเป็นมูลค่า พัฒนาร่วมกับการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรม และความเชี่ยวชาญของนักวิจัยเฉพาะด้าน อีกทั้งยังต้องทราบความต้องการที่แท้จริงจากผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวด้วย ผ่านกระบวนการ User interface ร่วมกับกระบวนการ Value Capture และ Value Creation เพื่อใช้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์นั้นให้มีอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

5.4 การถอดบทเรียนด้วยเทคนิค Knowledge management (KM)
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ชื่อโครงการ : การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาบนฐานศักยภาพ ทรัพยากรชุมชน และภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์	ความสำเร็จ/ความล้มเหลวที่เกิดขึ้น	ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จที่เกิดขึ้น Key Success Factors (KSF)	ปัจจัยที่นำไปสู่ความล้มเหลวที่เกิดขึ้น Key Failure Factors (KFF)	อภิปรายผลด้วยหลักวิชาการ (Content analysis/Discussion)
1. เพื่อพัฒนากลไกการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่า และยกระดับผลิตภัณฑ์เป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรม	การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอ ท อ ป ข อ ง จั ง ห วั ดพระนครศรีอยุธยาบนฐานศักยภาพ ทรัพยากรชุมชน และภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน สามารถเข้าไปพัฒนาชุมชนมอญเสากระโดงให้เกิดเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยชุมชน สร้างผลกระทบทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม	ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของโครงการวิจัยนี้ ตามหลักการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง มีดังนี้ 1. M-Man เป็นการใชุบุคลากร หรือนักวิจัยที่มีคุณภาพ ในการร่วมวิจัยในโครงการ โดยโครงการวิจัยนี้ เป็นการคัดเลือกนักวิจัยตามความเชี่ยวชาญแบบเฉพาะเจาะจง ดังนั้นจึงได้ทีมวิจัยที่ความรู้ ความสามารถ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการทำงานสำเร็จ 2. M-Money งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนแบบ Matching Funds ระหว่าง สกสว. และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ทั้งสิ้น 4 ล้านบาท ซึ่งได้แบ่งเป็นงบบริหารจัดการโครงการ 800,000 บาท และงบวิจัย 3,200,000 บาท นั้น เพียงพอต่อการวิจัย และการใช้บริหารจัดการ อีกทั้งพัฒนาศักยภาพของนักวิจัยด้วย 3. M-Material ในที่นี้คือวัตถุดิบ หรือภูมิปัญญา วัฒนธรรม และประเพณีที่มีในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นส่วน Tangible เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัด เจดีย์ต่างๆ และ Intangible	จาก KSF ที่ประกอบด้วย 5M 1E นั้น หากขาดส่วนใดส่วนหนึ่งไป อาจเป็นสาเหตุทำให้โครงการนี้ไม่ประสบความสำเร็จได้แต่ถึงอย่างไร ในกระบวนการทำงาน ก็มีข้อผิดพลาดเพื่อเป็นข้อเรียนรู้ของหน่วยบริหารจัดการนำไปเป็นข้อมูล เพื่อป้องกัน แก้ไขการเกิดปัญหานั้น อีกในอนาคต	ปัจจัยในการทำงานให้ประสบความสำเร็จนั้น มีหลายปัจจัยดังที่กล่าวมา หากขาดปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งไป งานอาจไม่ประสบความสำเร็จ หรือได้ไม่เท่าที่ควร ดังนั้นการบริหารจัดการจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการบริหาร ปัจจัยต่างๆ ให้ถูกต้อง เหมาะสม จึงเป็นแนวทางในการทำงานให้สำเร็จ

วัตถุประสงค์	ความสำเร็จ/ความล้มเหลวที่เกิดขึ้น	ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จที่เกิดขึ้น Key Success Factors (KSF)	ปัจจัยที่นำไปสู่ความล้มเหลวที่เกิดขึ้น Key Failure Factors (KFF)	อภิปรายผลด้วยหลักวิชาการ (Content analysis/Discussion)
		เช่น ประเพณีแห่งท้องทะเล ประเพณีตักบาตรน้ำผึ้ง การทำอาหารมอญ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ล้วนเป็นวัตถุดิบที่ทรงคุณค่า สามารถสร้างมูลค่าจากสิ่งเหล่านี้ผ่านกระบวนการวิจัยได้ 4. M-Management คือกลไกการทำงานของหน่วยบริหารจัดการ ที่ต้องสนับสนุน ช่วยเหลือ ควบคุม ดูแล อีกทั้งยังต้องพัฒนานักวิจัยให้สามารถดำเนินการได้ตามแผนงาน บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ 5. Moral คือการสร้างกำลังใจในการทำงาน สร้างบรรยากาศเชิงบวก ทั้งการประสานงานนักวิจัย การลงชุมชน การสื่อสารกับชาวบ้าน ให้เกิดความรู้สึกอันดีต่อกัน จึงเกิดการร่วมมือร่วมใจทำงาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญหนึ่งของการทำงานวิจัยเชิงพื้นที่ 6. E-Education การทำงานวิจัยเชิงพื้นที่กับชุมชน หากไม่สร้างกลไก หรือความรู้ให้กับชาวบ้าน เมื่อมหาวิทยาลัยดำเนินการวิจัยเสร็จสิ้น ชาวบ้านจะไม่สามารถดำเนินการต่อได้ด้วยตนเอง ดังนั้นการวางกลไกการทำงาน และถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับชุมชน จึงเป็นการบริหารจัดการหนึ่งที่จะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนได้		
2. เพื่อให้ได้ห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มผลิตภัณฑ์เป้าหมาย	เกิดห่วงโซ่คุณค่าใหม่ ด้านการพัฒนาชุมชนชาติพันธุ์ในจังหวัด	1. นักวิจัยมีประสบการณ์ในการทำงานเชิงพื้นที่ และมีความรู้ความเข้าใจในสาขาความเชี่ยวชาญ	เนื่องจากพื้นที่เป้าหมาย คือชุมชนมอญนี้ ไม่มีห่วงโซ่เดิม ดังนั้นจึง	การได้ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ (New value chain) ด้านการท่องเที่ยวเชิง

วัตถุประสงค์	ความสำเร็จ/ความล้มเหลวที่เกิดขึ้น	ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จที่เกิดขึ้น Key Success Factors (KSF)	ปัจจัยที่นำไปสู่ความล้มเหลวที่เกิดขึ้น Key Failure Factors (KFF)	อภิปรายผลด้วยหลักวิชาการ (Content analysis/Discussion)
	พระนครศรีอยุธยาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน กรณีศึกษาชุมชนมอญบ้านเสากระโดง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	2. ความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัย ชุมชน และหน่วยงานภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ในการร่วมสนับสนุนโครงการให้ขับเคลื่อนได้อย่างเป็นรูปธรรม 3. การทำงานของหน่วยบริหารจัดการที่เข้าไปสนับสนุนกิจกรรมที่ขับเคลื่อนโครงการ ให้เกิดห่วงโซ่คุณค่าใหม่	สามารถเปรียบเทียบกระบวนการทำงานได้ แต่เมื่อเลือกชุมชนที่พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนอื่นขึ้นมาเพื่อประเมินเปรียบเทียบ พบว่า บริบทแต่ละพื้นที่ไม่เหมือน จึงนำมาเปรียบเทียบได้ยาก	วัฒนธรรมโดยชุมชนนี้ จะสามารถเป็นต้นแบบในการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ ให้กับชุมชนชาติพันธุ์ต่าง ๆ ใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ยังคงสืบทอดภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีของชาติพันธุ์ตนอยู่ อีกทั้งยังสามารถพัฒนาเชื่อมโยงเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาต่อไปอีกด้วย
3. เพื่อพัฒนาระบบและกลไกการจัดการงานวิจัยของมหาวิทยาลัยในการพัฒนางานวิจัยพาณิชย์เชิงพื้นที่ที่มีผลกระทบสูง	เกิดการเรียนรู้ระบบและกลไกการจัดการงานวิจัยของมหาวิทยาลัยในการพัฒนางานวิจัยพาณิชย์เชิงพื้นที่ที่มีผลกระทบสูง	1. การให้การสนับสนุนจากผู้บริหาร และความร่วมมือร่วมใจของคณะนักวิจัย 2. ความร่วมมือของหน่วยงานภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง	ระบบการทำงานภายในของมหาวิทยาลัยที่อาจทำให้การทำงานบางอย่างล่าช้า	ระบบและกลไกการจัดการงานวิจัยเป็นพื้นฐานของการตัดสินใจของผู้กำหนดนโยบาย หรือช่วยในการกำหนดเป้าหมายของกลยุทธ์ กลวิธีที่เหมาะสม ทำให้สามารถบริหารงานวิจัยให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน และประเทศ
4. เพื่อพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยี และองค์ความรู้หนุนเสริมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	มีการใช้นวัตกรรม เทคโนโลยี และองค์ความรู้ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน	1. ความรู้ความเชี่ยวชาญในแต่ละสาขาของนักวิจัย 2. ความพร้อมของเครื่องมือของมหาวิทยาลัย 3. งบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ความไม่พร้อมของชุมชนในการรับนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีนั้น จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับชุมชน	การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีนั้น ต้องเหมาะสมกับบริบทของชุมชน อีกทั้งยังต้องถ่ายทอดองค์ความรู้ และวางระบบกลไกการทำงานให้กับชุมชน ไม่เช่นนั้น หาก

วัตถุประสงค์	ความสำเร็จ/ความล้มเหลวที่เกิดขึ้น	ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จที่เกิดขึ้น Key Success Factors (KSF)	ปัจจัยที่นำไปสู่ความล้มเหลวที่เกิดขึ้น Key Failure Factors (KFF)	อภิปรายผลด้วยหลักวิชาการ (Content analysis/Discussion)
				การวิจัยเสร็จสิ้นลง ชุมชนจะไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้ การสร้างองค์ความรู้ให้กับคนในชุมชน จึงเป็นการทำให้ชุมชนสามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืนต่อไป

ภาคผนวก ก

(ร่าง) คำสั่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ที่ ๑๑๙/๒๕๖๒

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานโครงการ “การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
บนฐานศักยภาพ ทรัพยากรชุมชน และภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน”



คำสั่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ที่ /๒๕๖๒

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานโครงการ “การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาบนฐานศักยภาพ ทรัพยากรชุมชน และภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน”

ตามที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยเพื่อวิจัยและพัฒนาผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของเครือข่ายมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ๘ แห่ง ภายใต้โครงการ “การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาบนฐานศักยภาพ ทรัพยากรชุมชน และภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน” โดยมีสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นผู้บริหารทุน มีเป้าหมายเพื่อพัฒนากลไกการบริหารจัดการงานวิจัย และนักวิจัยของมหาวิทยาลัย ให้สามารถขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มผลิตภัณฑ์เป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรม พัฒนานวัตกรรม เทคโนโลยี และองค์ความรู้หนุนเสริมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้สามารถยกระดับผลิตภัณฑ์ โดยใช้ฐานทุนทางทรัพยากรชุมชนและภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์เป้าหมายสู่ตลาดการแข่งขันอย่างยั่งยืน ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานของโครงการเป็นไปด้วยความเรียบร้อย และบรรลุวัตถุประสงค์ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการ ดังรายนามต่อไปนี้

๑. อธิการบดี	ที่ปรึกษา
๒. นางอัมรา หันตรา	ที่ปรึกษา
๓. นายอลงกรณ์ สุนทรขึ้น	ที่ปรึกษา
๔. นางสาวสุกัญญา เบาเนต	ที่ปรึกษา
๕. นายพิสันต์ จันทร์ศิลป์	ที่ปรึกษา
๖. รองอธิการบดี (รศ.ดร.กิตติ บุญเลิศนิรันดร์)	ประธานกรรมการ
๗. ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา	รองประธานกรรมการ
๘. ดร.วิจิตรา เหลียวตระกูล	กรรมการ
๙. ดร.ธารณี นวสนธิ์	กรรมการ
๑๐. ดร.บุญสมหญิง พลเมืองดี	กรรมการ
๑๑. นางสาวจินดาพร คงเดช	กรรมการ
๑๒. นายสุขุม คงดิษฐ์	กรรมการ

๑๓. รองผู้อำนวยการ...

๑๓. รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา กลุ่มวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี	กรรมการและเลขานุการ
๑๔. หัวหน้ากลุ่มวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี สถาบันวิจัยและพัฒนา	ผู้ช่วยเลขานุการ
๑๕. นางสาวพรพิมล เขียรพิมาย	ผู้ช่วยเลขานุการ
๑๖. นายณัฐพงษ์ เลี้ยงประยูร	ผู้ช่วยเลขานุการ

- มีหน้าที่**
๑. วางแผนบริหารจัดการเพื่อพัฒนากลไกการบริหารจัดการงานวิจัย และนักวิจัยของมหาวิทยาลัย ให้สามารถขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มผลิตภัณฑ์เป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรม
 ๒. ประสานงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง และชุมชนเพื่อพัฒนาข้อเสนอโครงการวิจัยที่ตอบสนองความต้องการของพื้นที่
 ๓. ส่งเสริม สนับสนุนให้เกิดการทำงานวิจัยด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมตามพันธกิจสัมพันธ์มหาวิทยาลัยกับสังคม เพื่อสามารถยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์โดยใช้ฐานทุนทางทรัพยากรชุมชนและภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์เป้าหมายสู่ตลาดการแข่งขันอย่างยั่งยืน
 ๔. สนับสนุนการขับเคลื่อนกลไกห่วงโซ่คุณค่าทั้งระบบเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ ผลผลิตและผลกระทบอย่างเป็นรูปธรรม
 ๕. ติดตามและจัดทำรายงานผลดำเนินงาน และข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานวิจัยของมหาวิทยาลัยบนความร่วมมือกับเครือข่าย และภาคีที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสนอแหล่งทุนและมหาวิทยาลัย

สั่ง ณ วันที่ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๒

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพศาล บุรินทร์วัฒนา)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ภาคผนวก ข

ประมวลภาพกิจกรรมดำเนินงานที่ผ่านมา

ภาพการลงพื้นที่เก็บข้อมูลชุมชนชาติพันธุ์ต่างๆ



จัดประชุมร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) เพื่อระดมความคิดเห็นในการ
พัฒนารอบการวิจัย และกลไกการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าใหม่
(วันที่ 5 พฤศจิกายน 2561)



นิทรรศการเรื่อง “ความหลากหลายของอาหารชาติพันธุ์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา”

ระหว่างวันที่ 28 พฤศจิกายน 2561 ถึง 2 ธันวาคม 2561

งาน Food and Beverage Trade Fair 2018 ณ Ayutthaya City Park จังหวัดพระนครศรีอยุธยา



เวทีเรียนรู้วิถีชุมชนบ้านเสากระโดง
วันที่ 14 ธันวาคม 2561 เวลา 09.00 น.
ณ พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านวัดทองบ่อและศูนย์ศึกษาชุมชนมอญ วัดทองบ่อ อำเภอบางปะอิน
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา



ประชุมคณะกรรมการ และทีมวิจัยเพื่อร่วมกันพัฒนากรอบการวิจัย และข้อเสนอโครงการย่อย



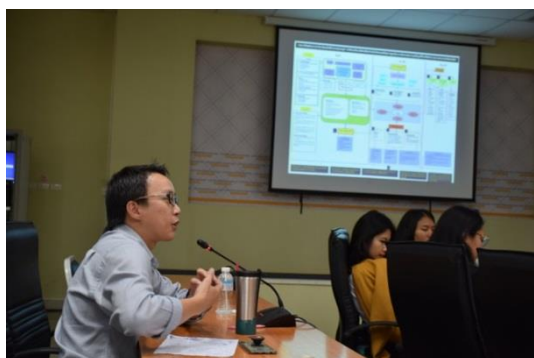
กิจกรรมลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือด้านงานวิจัยเชิงพื้นที่ และการลงนามสัญญาเงินทุนอุดหนุนการวิจัย
ภายใต้ชุดโครงการ“การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาบนฐานศักยภาพ
ทรัพยากรชุมชน และภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน”
วันพุธที่ 27 กุมภาพันธ์ 2562



กิจกรรมเตรียมความพร้อมในการรายงานความก้าวหน้าระยะ 5 เดือน

กิจกรรมครั้งที่ 1 วันพุธที่ 22 พฤษภาคม 2562

กิจกรรมครั้งที่ 2 วันอังคารที่ 4 มิถุนายน 2562



กิจกรรมรายงานความก้าวหน้าระยะ 5 เดือน โครงการ“การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัด
พระนครศรีอยุธยาบนฐานศักยภาพ ทรัพยากรชุมชน และภูมิปัญญาพื้นถิ่น
เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน”
วันอังคารที่ 18 มิถุนายน 2562

ภาพบรรยากาศการรายงานผล



กิจกรรมรายงานความก้าวหน้าระยะ 5 เดือน โครงการ“การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัด
พระนครศรีอยุธยาบนฐานศักยภาพ ทรัพยากรชุมชน และภูมิปัญญาพื้นถิ่น
เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน”
วันอังคารที่ 18 มิถุนายน 2562

ภาพบรรยากาศการลงพื้นที่ชุมชนมอญบ้านเสากระโดง



กิจกรรมตลาดนัด โครงการ“การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาบนฐาน
ศักยภาพ ทรัพยากรชุมชน และภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน”
วันพฤหัสบดีที่ 14 พฤศจิกายน 2562



ภาพการจำหน่ายสินค้าประชารัฐ ณ ศูนย์การค้า อยูทธยาซิตี้ปาร์ค

