

Received:	06-09-2023
Revised:	28-10-2023
Accepted:	12-12-2023

การพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน
โบสถ์ ศาลเจ้า วัด มัสยิด วิถีชีวิตริมสายน้ำ พื้นที่ชุมชนย่านกะดีจีน

Enhancing Creative Community-Based Tourism Management Based on the Identity
of "Churches, Shrines, Temples, Mosques, and Riverside Lifestyles"
in Kadi Chin Area

สิงห์ สิงห์จอร์^{*1}

Singh Singkhajorn

Singh.si@bsru.ac.th

พนอเนือง สุทัศน์ ณ อยุธยา²

Panornuang Sudasna Na Ayudhya

panor.sudas@gmail.com

เกียรติขร โสภนาภรณ์³

Kiatikhorn Sobhanabhorn

kiatikhorn.so@bsru.ac.th

เอกชัย พุทธิรัณ⁴

Ekachai Phuhirun

ekachai.ph@bsru.ac.th

* Corresponding Author

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

Faculty of Management Science, Bansomdejchaopraya Rajabhat University

² คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

Faculty of Humanities and Social Science, Bansomdejchaopraya Rajabhat University

³ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

Faculty of Science and Technology, Bansomdejchaopraya Rajabhat University

⁴ วิทยาลัยดนตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

College of Music, Bansomdejchaopraya Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ทั้งด้านมูลค่าและคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น 2) ยกระดับช่องทางการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และกระบวนการมีส่วนร่วม ได้แก่ 1) การสำรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) 2) การสัมภาษณ์เชิง ลึก (In – Depth Interview) ผู้ใช้ข้อมูลหลัก คือ ประธานชุมชนย่านกะดีจีนและคณะกรรมการของชุมชน 6 ชุมชน คือ ชุมชนกุฎีขาว ชุมชนกุฎีจีน ชุมชนบุปผาราม ชุมชนวัดประยุรวงศ์ ชุมชนวัดกัลยาณ์ ชุมชนโรงคราม จำนวน 18 คน

ผลการวิจัย พบว่า 1) การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ทั้งด้านมูลค่าและคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น มีการพัฒนาชุดบทเพลงชุมชนกะดีจีน “สันติภาพและภราดรภาพ” 3 ศาสนา 4 ความเชื่อ และ ผลิตภัณฑ์ศิลปประดิษฐ์ที่โยงความเชื่อ 3 ศาสนา 4 ความเชื่อ 2) การพัฒนาช่องทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนการสื่อสารการตลาดโดยการออกแบบตราสินค้าชุมชนย่านกะดีจีน แผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนย่านกะดีจีน และวิดีโอแนะนำเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนย่านกะดีจีน ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทางออนไลน์

คำสำคัญ: พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว, ชุมชนเชิงสร้างสรรค์, ชุมชนย่านกะดีจีน

Abstract

This study aimed to 1) enhance creative community-based tourism products by integrating the unique cultural and historical identities of local communities in Kadi Chin area to increase their tangible and intangible value, and 2) develop effective marketing communication channels to attract target tourists.

A qualitative research methodology was employed, incorporating a participatory approach. Data collection involved two primary methods: 1) documentary research to gather secondary data and 2) in-depth interviews. 18 key informants, including the chairman and committee members of six communities in Kadi Chin area: Kudi Khao, Kudi Chin, Buppharam, Wat Prayurawong, Wat Kalaya, and Rong Kram Communities.

The findings were as follows. 1) The study developed creative tourism products that reflect the cultural identity of the Kadi Chin area and enhanced community-based tourism marketing channels. Key achievements included the creation of the “Peace and Brotherhood” community song series, representing three religions and four beliefs, as well as the production of arts and crafts inspired by these beliefs. 2) Marketing efforts were strengthened through the design of a distinctive community brand, the creation of a map outlining local tourism routes, and the production of a promotional video highlighting the area's attractions, all of which were disseminated via social media platforms to effectively reach target audiences.

Keywords: Creative community-based tourism, Cultural identity, Kadi Chin area

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สังคมพหุลักษณะหรือพหุสังคม [Plural Society] หมายถึงกลุ่มสังคมที่แยกย่อยออกเป็นกลุ่มภาษา กลุ่มชาติพันธุ์ กลุ่มศาสนา หรือเชื้อชาติต่างๆ และกลุ่มชุมชน ซึ่งเป็นคำเดียวกับ Multicultural society หรือ สังคมหลากหลายวัฒนธรรมที่นำมาใช้กับรัฐที่มีความแตกต่างหลากหลายอย่างในสหรัฐอเมริกา ซึ่งแนวคิดแบบ Multiculturalism นี้เป็นการมองความหลากหลายด้านวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ในสังคมเป็นเกณฑ์ โดยพหุนิยม หรือ Pluralism คือ แนวคิดที่มองในเรื่องความหลากหลายทั้งกลุ่มคน และวัฒนธรรม ความหลากหลายทางสังคมของชนชั้น อาชีพ ความคิด อุดมคติ วิถีชีวิต เกิดความแตกต่างหลากหลายของผู้คนในสังคม ให้ความสำคัญกับความแตกต่างมากมาย เช่น ทางอุดมคติความคิด การเรียกร้องของกลุ่มสิทธิต่างๆ กลุ่มสตรี กลุ่มอนุรักษ์สภาพแวดล้อม ความต่างทางอาหาร ความต่างทางอาชีพ พหุนิยมในระดับปัจเจก การเปิดเผยตัวของกลุ่มเกย์ เลสเบี้ยน การอยู่ก่อนแต่ง การยอมรับความเท่าเทียมของสตรี ความเป็นตัวตนของวัยรุ่น (Nakseethong, & Puttichot, 2014) การปกครองแบบพหุนิยม หรือ Pluralism คือแนวคิดในการจัดสรรอำนาจให้กับกลุ่มหรือองค์กรย่อยหลายกลุ่ม ซึ่งตรงกันข้ามกับการปกครองแบบ รัฐเดี่ยว ในระบบการเมืองแบบประชาธิปไตยเสรีนิยมสมัยใหม่ที่ประกอบด้วยกลุ่มผลประโยชน์หรือกลุ่มอำนาจหลายกลุ่มจะมีการจัดสรรผลอำนาจเหล่านั้นหรือมีการช่วงชิงอำนาจกันอยู่ตลอดเวลาและการกระจายอำนาจก็มักจะเกิดความไม่เป็นธรรมอยู่เสมอ (Kottak, 2000) จึงต้องปรับเปลี่ยนวิธีการมองแต่ประโยชน์เรื่อง “วัฒนธรรมเดียว” และรัฐเดี่ยว มาเป็น “พหุนิยมทางวัฒนธรรม” โดยจำเป็นต้องมองว่า ไม่มีต้นแบบวัฒนธรรมเพียงอย่างเดียว เช่น ไม่มีแต่วัฒนธรรมไทยที่เป็นวัฒนธรรมหลวงเป็นหลักเพียงอย่างเดียว แต่มีความหลากหลายมากมายอยู่ร่วมกันด้วย

สังคมที่เคารพในความแตกต่างอย่างหลากหลายนี้ว่า “พหุสังคม” ซึ่งมักจะเกิดขึ้นได้อย่างแท้จริงเมื่อสังคมนั้นๆ ได้พัฒนาความเป็นประชาธิปไตยมากขึ้นแล้ว ซึ่งทำให้แนวคิดพหุนิยมแตกต่างจากแนวคิดรวมเข้าสู่ศูนย์กลาง เพราะแนวคิดพหุนิยมเชื่อว่าสมาชิกในสังคมสามารถอยู่ร่วมกันได้หากมีการเจรจาอย่างสันติ ปัญหาความขัดแย้งทางด้านเชื้อชาติในรูปแบบต่างๆ ทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกัน การเหยียดหยาม การใช้ความรุนแรงโดยอำนาจรัฐหรือในระบบยุติธรรม จึงควรคงสิทธิในระดับและรูปแบบต่างๆ ของพลเมืองไว้ คือ สิทธิในการปกครองตนเองในระดับต่างๆ เคารพสิทธิทางวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดการเข้าร่วมและมีโอกาสได้รับความสำเร็จทางเศรษฐกิจ การเมืองในสังคมใหญ่เพื่อนำไปสู่การบูรณาการผสมผสาน สู่สังคมใหญ่ในที่สุดและสิทธิการมีตัวแทนพิเศษของกลุ่มย่อยที่

มักจะไร้โอกาสหรือถูกละเลยเสมอ (Parekh, 2002) อย่างในประเทศ เมียนมาร์หรืออินโดนีเซียซึ่งมีกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย ซึ่งไม่เป็น แต่เพียงผู้ที่มีรากเหง้าทางวัฒนธรรมที่ต่างกันแต่รวมถึงความหลากหลายของสถาบันที่เป็นทางการในระบบเครือญาติ ศาสนา การศึกษา การผลิตซ้ำและทางเศรษฐกิจ กลุ่มต่างๆ เหล่านี้ เมื่อพบปะหรือแลกเปลี่ยนสินค้ากันมักจะเกิดการแข่งขันหรือมุ่งหาประโยชน์จากกลุ่ม อื่นมากกว่าจะมีอุดมการณ์ร่วมกัน จึงต้องมีการกำหนดกลไกทางสังคมเพื่อป้องกันความวุ่นวายในการอยู่ร่วมกัน ในยุคที่มีเทคโนโลยี สารสนเทศเป็นเครื่องมือแพร่กระจายไปทั่วโลกอย่างรวดเร็วไม่ว่าจะเป็นเรื่องใดๆ ก็ตามทำให้เกิดลักษณะของการเชื่อมโยงทางสังคมละ วัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน เชื่อมโลกทั้งโลกเข้าไว้ด้วยกัน (Jensantikul, 2015) กลายเป็นแรงผลักดันให้คนในสังคมหันกลับมาแสวงหา อัตลักษณ์ หรือ Identity เพื่อใช้ยึดเหนี่ยวมากขึ้น อัตลักษณ์แบบใหม่จากรากเหง้าเดิมทั้งทางชาติพันธุ์ สังคม วัฒนธรรมและการเมือง จะผสมผสานทั้งในรูปแบบเดิมและในแบบสังคมหลังสมัยใหม่ที่ซับซ้อน เป็นการผสมผสานระหว่าง ศิลปะวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ ในอดีตและปัจจุบันในสังคมที่ซับซ้อน (Fontefrancesco, 2012) การย้อนกลับไปหาอัตลักษณ์เดิมของตนเอง จึงเกิดแนวคิด เรื่องพหุสังคม พหุวัฒนธรรม อย่างแพร่หลาย

ความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Multiculturalism) ไม่ว่าจะเป็นพรมแดนประเทศใดประเทศหนึ่ง ซึ่งความหลากหลายที่ เกิดขึ้นเป็นสิ่งที่รับรู้กันทั่วไปและเป็นเรื่องปกติ สังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมจะแตกต่างจากสังคมที่มีการหลอมรวมทาง วัฒนธรรม กล่าวคือ สังคมที่มีการหลอมรวมวัฒนธรรมจะมีวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยที่ถูกครอบงำหรือถูกบดบังจากวัฒนธรรมที่มี อำนาจเหนือกว่า และส่งผลทำให้วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยเลือนหายไป หรือสูญเสียความเป็นตัวเอง ส่วนสังคมที่มีความหลากหลาย ทางวัฒนธรรม คือสังคมที่ประกอบด้วยวัฒนธรรมของคนกลุ่มต่างๆซึ่งยังมีพลังในตัวเอง ไม่ถูกทำลาย หรือตกอยู่ใต้อิทธิพลของ วัฒนธรรมอื่น สังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมจึงมีวัฒนธรรมย่อยๆมากมาย คนแต่ละกลุ่มที่อาศัยอยู่ในประเทศเดียวกันจึงอาจ มีวัฒนธรรมบางอย่างร่วมกัน แต่คนเหล่านั้นก็ยังมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตัวเอง สังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม จะ ทำ ให้คนในสังคมนั้นตระหนักว่าอะไรคือเอกลักษณ์เฉพาะของวัฒนธรรมต่างๆ กลุ่มคนแต่ละกลุ่มจะมองหาเอกลักษณ์ของตัวเอง ใน ขณะเดียวกันคนกลุ่มต่างๆก็เรียนรู้ที่จะเข้าใจวัฒนธรรมอื่นและอยู่ร่วมกับคนอื่น (Singkhajorn, Sudasna Na Ayudhya, & Dulyadaweesid, 2020) พลวัตของเครือข่ายความสัมพันธ์ที่มนุษย์มีไว้เพื่อสร้างความหมาย ดังนั้น การศึกษาความหลากหลายทาง วัฒนธรรมจึงมีใช้การแสวงหารากเหง้าแก่นแท้ของวัฒนธรรมที่ตายตัว หากแต่ต้องทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมของคนกลุ่มต่างๆมีการแลกเปลี่ยนไปมาและถูกสร้างใหม่อย่างต่อเนื่อง ทำให้ไม่สามารถระบุชี้ชัดได้ว่าใครเป็นเจ้าของ วัฒนธรรม การออกมาเรียกร้องอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของคนกลุ่มต่างๆในสังคมจึงเป็นวิธีการเชิงการเมืองในสังคมสมัยใหม่ที่ ขับเคลื่อนด้วยอุดมการณ์สิทธิเสรีภาพ ซึ่งเป็นการผลิตซ้ำวาทกรรมของวัฒนธรรมที่มีแก่นแท้ขึ้นมาอีกครั้ง

ย่านกุฎีจีน หรือกะตี่จีน เป็นย่านประวัติศาสตร์ที่มีความเก่าแก่แห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานคร ในบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยา ประกอบด้วย 6 ชุมชน คือ ชุมชนวัดกัลยาณ์ ชุมชนกุฎีจีน ชุมชนวัดประยุรวงค์ ชุมชนบุปผาราม ชุมชนกุฎีขาว และชุมชนโรงคราม มีความหลากหลายทางมรดกวัฒนธรรมของ 3 ศาสนา 4 ความเชื่อ อันประกอบด้วย พุทธเถรวาท พุทธมหายาน คริสต์ และมุสลิม ชุมชน แห่งนี้นับเป็นแหล่งวัฒนธรรม แหล่งเรียนรู้ พื้นที่บริเวณย่านกุฎีจีนเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมสูง ทั้งทางด้านกลุ่มชาติ พันธุ์ ได้แก่ ไทย โปรตุเกส จีน วิถีชีวิต ความเชื่อ และประเพณี เป็นสถานที่ที่มีการกลมกลืนของผู้คนหลายเชื้อชาติหลายศาสนาอยู่ ร่วมกันเป็นชุมชนขนาดใหญ่

รายชื่อชุมชน	สถาปัตยกรรม	ศาสนา
ชุมชนกุฎีขาว	มัสยิดบางหลวง	อิสลาม
ชุมชนกุฎีจีน	โบสถ์ซางตาครู้ส (วัดกุฎีจีน) พิพิธภัณฑสถานกุฎีจีน เรือนจันทนภาพ	คริสต์
ชุมชนบุปผาราม	-วัดบุปผารามวรวิหาร	พุทธ
ชุมชนวัดประยุรวงศ์	-พระบรมธาตุมหาเจดีย์ วัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร -เขมอ วัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร	พุทธ
ชุมชนวัดกัลยาณ	ศาลเจ้าเกียงอันกง พระวิหาร วัดกัลยาณมิตรวรมหาวิหาร หอระฆัง วัดกัลยาณมิตรวรมหาวิหาร	พุทธ
ชุมชนโรงคราม	เรือนพระยาราชานุประดิษฐ์	พุทธ

ภาพที่ 1 ตารางแสดงรายชื่อชุมชน สถาปัตยกรรม และศาสนา ในชุมชนย่านกุฎีจีน หรือกะตี่จีน

จากต้นทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่จึงทำให้เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวที่สามารถสะท้อนความเป็นมาและอัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน มีเรื่องราวที่น่าสนใจ (Euamornwanich, & Singkhajorn, 2018) สอดคล้องกับบริบททางนิเวศและวัฒนธรรมของพื้นที่ ได้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากฐานความรู้เดิมหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น และการต่อยอดและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องความสนใจของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว คือ ชุดบทเพลงชุมชนกะตี่จีนที่ ผลิตภัณฑ์ศิลปประดิษฐ์ที่โยงความเชื่อ 3 ศาสนา 4 ความเชื่อที่อยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข การออกแบบตราสินค้าของชุมชนกะตี่จีน การสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวในย่านกะตี่จีน การยกระดับผลิตภัณฑ์ขนมฝรั่งกุฎีจีนให้ได้มาตรฐาน และช่องทางการสื่อสารตลาดออนไลน์ ซึ่งจะทำให้ชุมชนพื้นที่ย่านกะตี่จีนได้รับการพัฒนาการยกระดับการท่องเที่ยวย่านกะตี่จีนอย่างต่อเนื่องยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ทั้งด้านมูลค่าและคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น
2. เพื่อยกระดับช่องทางการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

นิยามศัพท์

พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หมายถึง ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ทั้งด้านมูลค่าและคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น ชุมชนย่านกะตี่จีน

ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง ชุมชนที่สามารถนำเสนออัตลักษณ์ของชุมชนในความหลากหลายทางวัฒนธรรมและสามารถเพิ่มมูลค่าได้

ชุมชนย่านกะตี่จีน หมายถึง 6 ชุมชน ชุมชนกุฎีขาว ชุมชนกุฎีจีน ชุมชนบุปผาราม ชุมชนวัดประยุรวงศ์ ชุมชนวัดกัลยาณ ชุมชนโรงคราม

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ชุดบทเพลงชุมชนกะตึจัน สันติภาพและภราดรภาพ ผลิตภัณฑ์ศิลปะประดิษฐ์ จาก 3 ศาสนา 4 ความเชื่อ โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ทั้งด้านมูลค่าและคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์ของชุมชนย่านกะตึจัน
2. การสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อออนไลน์

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้แก่ 1) การสำรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In – Depth Interview) ผู้ใช้ข้อมูลหลัก คือ ประธานชุมชนย่านกะตึจันและคณะกรรมการของชุมชน 6 ชุมชน คือ ชุมชนกุฎีขาว ชุมชนกุฎีจีน ชุมชนบุปผาราม ชุมชนวัดประยุรวงศ์ ชุมชนวัดกัลยาณ์ ชุมชนโรงคราม จำนวน 18 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบวิเคราะห์เนื้อหา และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้กรอบแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ผลการวิจัย

การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ทั้งด้านมูลค่าและคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น ชุมชนย่านกะตึจัน เป็นการรวม 6 ชุมชน คือ ชุมชนกุฎีขาว ชุมชนกุฎีจีน ชุมชนบุปผาราม ชุมชนวัดประยุรวงศ์ ชุมชนวัดกัลยาณ์ ชุมชนโรงคราม ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Multiculturalism) โดยมีการพัฒนาชุดบทเพลงชุมชนกะตึจัน “สันติภาพและภราดรภาพ” 3 ศาสนา 4 ความเชื่อ และ ผลิตภัณฑ์ศิลปะประดิษฐ์ที่โยงความเชื่อ 3 ศาสนา 4 ความเชื่อ ชุดบทเพลงชุมชนกะตึจัน “สันติภาพและภราดรภาพ” 3 ศาสนา 4 ความเชื่อ

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทบทเพลง มี 4 บทเพลงได้แก่ 1) บทเพลง บนหนทางแห่งรัก เรียบเรียงสำหรับวงออร์เคสตรา บทเพลง บนหนทางแห่งรัก เป็นเพลงประกอบในพิธีของชาวคริสต์ นิกายโรมันคาทอลิก จะเป็นเพลงร้องสรรเสริญ ผู้เรียบเรียงได้นำมาเรียบเรียงใหม่เป็นเพลงสำหรับวงออร์เคสตรา เป็นรูปแบบที่แสดงถึงความรู้สึกที่ยิ่งใหญ่ถ่ายทอดผ่านศิลปะดนตรีที่เป็น classical music หรือ cultivated music หรือ serious music ซึ่งเป็นดนตรีตะวันตกแบบมาตรฐานของยุโรปและชาวคริสต์

บนหนทางแห่งรัก สำหรับวงออร์เคสตรา



ภาพที่ 2 ตัวอย่างโน้ตเพลงหน้าแรกของบทเพลงหมายเลข 1 บนหนทางแห่งรัก สำหรับวงออร์เคสตรา

2) บทเพลง ประกอบบทสวดเจ้าแม่กวนอิม (ศาลเจ้าเกี้ยอันเก้ง) ในรูปแบบดนตรี Electronic dance music (EDM) เพลงแดนซ์อิเล็กทรอนิกส์ (EDM) หรือที่รู้จักในชื่อเพลงแดนซ์ เป็นแนวเพลงอิเล็กทรอนิกส์ประเภท โดยทั่วไปแล้วจะผลิตขึ้นสำหรับการเต้น โดยดีเจ โดยเครื่องผสมเสียงของดีเจ หรือเรียกว่ามิกซ์ดีเจ เหมาะกับการแสดงดนตรีสดในคอนเสิร์ตหรือสถานที่จัดงานเทศกาลต่างๆ ซึ่งบางครั้งเรียกว่าไลฟ์พีเอ ผู้ประพันธ์ได้นำดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นดนตรีสมัยนิยมประเภทหนึ่งที่มีความนิยมและมีการเผยแพร่อย่างกว้างขวาง มาประกอบบทสวดสรรเสริญเจ้าแม่กวนอิมในความเชื่อของนิยายมหายาน ซึ่งเน้นการเคารพบูชาและเข้าถึงหนทางของพระโพธิสัตว์ การผสมดนตรีประเภทนี้เข้ากับบทสวดสรรเสริญก็เพื่อการเข้าถึงกลุ่มคนสมัยใหม่ได้ดียิ่งขึ้น

บทสวดบูชาเจ้าแม่กวนอิม

นำโม รัตนา ตายายะ นะโม อาริยะ จานะ สักการา เปลอ จานะ ยูธารา จายา
 ตะทากาคะยา อะรา ฮาเต ชำ ยา ชำ พุทธายะ นะโม สวา ตะถาคะเตเป อะรา ฮาตะเป
 ชำ ยา ชำ พุทธะเป นะโม อะริยะ อวโลกิเต สวารายา
 พุทิสัตตะวายะ มหาสัตตะวายะ มหาการุณิตะยะ ตะติยา ทา โอม ธารา ธารา ธีรี ธีรี ฐู ฐู
 อิติเว อิติ จาเร จาเร ปุราจาเร ปุราจาเร กุสุเม กุสุมา วาเร อิติ มิตร จิตติ
 จาลามะ ปานะ ยะ ไชวฮา

3) บทเพลง ประกอบคาถาบูชาหลวงพ่อดำ วัดกัลยาณมิตร เพื่อสร้างความตั้งมั่นในการนอบน้อมพระพุทธรูป โดยนำเสียงต้นแบบมาจากกลองใหญ่ (กลองเพล) ระฆังและโหม่งในโบสถ์วัดกัลยาณมิตร มาสร้าง Ambient music ซึ่งเป็นรูปแบบของดนตรีที่เน้นบรรยากาศแวดล้อม ผสมกับโครงสร้างหรือจังหวะดนตรีแบบเดิมที่มีทำนองของบทสวดคาถาบูชาหลวงพ่อดำ วัดกัลยาณมิตร มีรูปแบบของดนตรีที่กระตุ้นให้เกิดความสงบหรือการไตร่ตรอง กล่าวกันว่าประเภทดังกล่าวทำให้เกิดคุณภาพ "บรรยากาศ" "ภาพ" หรือ "ไม่สร้างความรำคาญ" ประกอบด้วยเสียงธรรมชาติแวดล้อม และเสียงของเครื่องดนตรีที่อยู่ในโบสถ์ คือ ระฆัง และฆ้องที่สร้างเสียงค้ำยาว (Drone) จากการที่ก้องกังวานเป็นบรรยากาศ มีเสียงกลองใหญ่ (กลองเพล) และฆ้องเป็น Attack (จุดเน้น) ที่หัวห้องที่สำคัญ มีระบบการมิกซ์เสียงจำลองระบบเสียงเซอร์ราวด์ 7.1 ซึ่งเป็นการเรียกระบบเสียงเซอร์ราวด์แบบ 8 ช่องสัญญาณที่ใช้กันทั่วไปในการกำหนดค่าโฮมเธียเตอร์ ใช้การกำหนดค่าลำโพงด้านหน้าซ้ายและขวา กลาง และ LFE (ซับวูฟเฟอร์) แบบมาตรฐาน ระบบเสียงรอบทิศทาง 7.1 จะแยกข้อมูลช่องสัญญาณเสียงรอบทิศทางและช่องด้านหลังออกเป็น 4 ช่องสัญญาณที่แตกต่างกัน ซึ่งเอฟเฟกต์เสียงจะถูกส่งไปยังช่องสัญญาณเสียงรอบทิศทางด้านซ้ายและขวา บวกกับช่องสัญญาณเสียงรอบทิศทางด้านหลังอีกสองช่อง โดยมีการเพิ่มลำโพงอีก 2 ตัวจากระบบเสียง 6 ช่อง (5.1) แบบธรรมดาเช่นเดียวกับเสียงเซอร์ราวด์ 5.1

4) บทเพลงเพื่อสร้างความสงบของจิตวิญญาณ จากสำเนียงของชาวมุสลิมและทำนองที่ช่วยสร้างสมาธิประกอบด้วยเครื่องดนตรีที่เป็นอัตลักษณ์ของชาวอาหรับ บทเพลงนี้ได้นำวลีที่ชาวมุสลิมท่องและระลึกถึงอยู่เสมอตลอดเวลา คือ ลา-อิ-ลา-ฮะ-ฮิล-ลัล-ลอฮ. ตามที่อ้างอิงในหนังสือ ความหมายของ “ลาอิลาฮะฮิลลัลลอฮ.” และผลสะท้อนต่อวิถีชีวิตมุสลิมและสังคม ผู้เขียน เชค/ศอและห์ บิน เฟาซาน ผู้แปล นัศรุลลอฮ. ต่อยิบ ผู้ประพันธ์ได้นำทำนองของวลีนี้มาถอดเป็นโน้ตดนตรีทั้งด้านจังหวะและระดับเสียงและสร้างเป็นบทเพลงเพื่อสร้างดนตรีประกอบ

บทเพลงหมายเลข 3
(คาถาบูชาพระพุทธรูปรัตนนายก)

♩=75 ♩=65 ♩=85 ♩=45

หน้า 3 รวม

บทเพลงหมายเลข #4

♩=45

ภาพที่ 3 คาถาบูชาพระพุทธรูปรัตนนายก หลวงพ่อโต วัดกัลยาณมิตร และตัวอย่างแนวทำนองจากบทเพลงหมายเลข 4 ที่ถอดระดับเสียงและจังหวะมาจากกลัคดีลีลธิ์ “ลา-อึ-ลา-ฮะ-อึ-ลัล-ลอลย.”

ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวประเภทศิลปะประดิษฐ์โดยการออกแบบและพัฒนาในการยกระดับต่อยอดผลิตภัณฑ์ด้วยการจัดชุดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกย่านกะดีจีนเป็นชุดหมูกระดาศและมีการสวมใส่ชุดที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ดังนี้ หมูกระดาศอัตลักษณ์ชุดโปรตุเกส ชุมชนกุฎีจีน หมูกระดาศอัตลักษณ์ชุดไทย ชุมชนวัดประยุรวงศ์ สัญลักษณ์ดาวเดือน ชุมชนกุฎีขาว หมูกระดาศอัตลักษณ์ชุดจีน ชุมชนวัดกัลยาณ หมูกระดาศอัตลักษณ์ชุดผ้าขาวม้า ชุมชนบุปผาราม และหมูกระดาศชุดผ้ามีด้อยม ชุมชนโรงคราม โดยผลิตภัณฑ์หมูกระดาศบ้านน้อย ตั้งอยู่ที่ชุมชนวัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร แขวงวัดกัลยาณ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร เลขที่ 44 ถ.เทศบาลสาย2 วัดกัลยาณ ธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600 มีการสืบทอดจากบรรพบุรุษร่วมกว่า 100 ปี เป็นผลิตภัณฑ์จากการทำด้วยมือทุกขั้นตอนและมีประสบการณ์การทำอย่างยาวนาน



ภาพที่ 4 หมูกระดาศและมีการสวมใส่ชุดที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

2. การยกระดับช่องทางการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เป็นการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างการยอมรับ สร้างความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยมุ่งหวังให้เกิดพฤติกรรมในการเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนย่านกะดีจีน และการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว การกำหนดผู้รับข่าวสารจะช่วยให้การกำหนดเครื่องมือสื่อสารการตลาดเหมาะสมและหาวิธีการสื่อสารให้เหมาะสมกับผู้รับสารแต่ละกลุ่ม มีการเลือกรับสาร (Select the Target Audience) ผ่านช่องทางการสื่อสารใด

การสื่อสารการตลาดในการทำการตลาดให้กลุ่มเป้าหมายสนใจและเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนกุฎีจีน การสร้างสรรค์เนื้อหา ข้อความต้องเข้าใจง่าย กระชับ ชัดเจน ผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ การสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีประโยชน์ การนำเสนอเนื้อหาประเภทนี้ควรนำสิ่งที่เกี่ยวข้องใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายมานำเสนอ การสร้างสรรค์เนื้อหาในรูปแบบเรื่องเล่า (Storytelling) เป็นรูปแบบการเล่าเรื่องแบบหนึ่ง (Ruenrom, 2013) ที่ใช้กระบวนการเล่าเหมือนนิทาน และสร้างอารมณ์ร่วมให้คนสนใจ ให้จดจำเรื่องราวเหล่านั้นขึ้นมา การยกระดับช่องทางการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายของชุมชนย่านกะดีจีน มีการพัฒนาตราสินค้าของชุมชนย่านกะดีจีน การพัฒนาแผนที่โปรแกรมการท่องเที่ยวของชุมชนย่านกะดีจีน และการพัฒนาวิดีโอแนะนำเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนย่านกะดีจีนผ่านสื่อสังคมออนไลน์

การพัฒนาตราสินค้าของชุมชนย่านกะดีจีน รูปกับการสื่อความหมาย การสื่อสารถึงอารมณ์ความรู้สึก ลักษณะของภาพที่เป็นสัญลักษณ์แทนความรู้สึกที่แตกต่างกัน ระดับการสื่อความหมาย ระดับการสื่อความหมาย โดยมีอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง มีการกำหนดความหมายของสีเดียวกันแตกต่างกันไปตามวัฒนธรรม ตราสินค้ามีลักษณะเฉพาะ ความหมาย สื่ออารมณ์ มีลักษณะเฉพาะเป็นไปตามพื้นที่ (Sukhamphee, 2007) เข้าใจง่าย สามารถจดจำได้ง่าย จะต้องสามารถสื่อความหมายให้สะท้อนกับตัวตนของตราสินค้าของชุมชนย่านกะดีจีนออกมาได้อย่างชัดเจน ความโดดเด่นที่มีอยู่ สามารถสื่อสารให้เข้าใจได้อย่างชัดเจน



ภาพที่ 5 ตราสินค้าของชุมชนย่านกะดีจีน

การพัฒนาแผนที่โปรแกรมการท่องเที่ยวของชุมชนย่านกะดีจีน โดยมีการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวที่มีเป็นจุดเด่นของชุมชนย่านกะดีจีน โดยเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเริ่มจาก พระบรมธาตุมหาเจดีย์ และเขมอ วัดประยูรวงศาวาสวรวิหาร เดินเท้าบนทางเดินริมแม่น้ำเจ้าพระยาไปยังโบสถ์ช่างตาครุส และพิพิธภัณฑสถานกุฎีจีน ต่อด้วยการเดินเท้าบนทางเดินริมแม่น้ำเจ้าพระยาไปยังศาลเจ้าเกียงอันกง และวัดกัลยาณมิตรวรมหาวิหาร เดินข้ามถนนมายังมัสยิดบางหลวงที่เป็นมัสยิดแบบสถาปัตยกรรมทางไทย และเดินมายังจุดสุดท้ายคือวัดบุปผารามวรวิหาร



ภาพที่ 6 แผนที่โปรแกรมการการท่องเที่ยวของชุมชนย่านกะดีจีน

การพัฒนาวิดีโอแนะนำเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนย่านกะดีจีนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีเป็นจุดเด่นของชุมชนย่านกะดีจีน โดยเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวเริ่มจากวัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร เดินเท้าบนทางเดินริมแม่น้ำเจ้าพระยาไปยังโบสถ์ซางตาครู้ส ต่อด้วยศาลเจ้าเกียกอังเก วัดกัลยาณมิตรรวมหวหาร มัสยิดบางหลวงที่เป็นมัสยิดแบบสถาปัตยกรรมทางไทย และบุปผารามวรวิหาร ต่อด้วยอาหารขึ้นชื่อของทั้ง 6 ชุมชนย่านกะดีจีน



ภาพที่ 7 ภาพจากวิดีโอแนะนำเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนย่านกะดีจีน

อภิปรายผล

การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ทั้งด้านมูลค่าและคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น ชุมชนย่านกะดีจีน เป็นการรวม 6 ชุมชน คือ ชุมชนกุฎีขาว ชุมชนกุฎีจีน ชุมชนบุปผาราม ชุมชนวัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร ชุมชนวัดกัลยาณมิตร ชุมชนโรงคราม ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Multiculturalism) โดยมีการพัฒนาชุดบทเพลงชุมชนกะดีจีน “สันติภาพและภราดรภาพ” 3 ศาสนา 4 ความเชื่อ และ ผลิตภัณฑ์ศิลปะประดิษฐ์ที่โยงความเชื่อ 3 ศาสนา 4 ความเชื่อ ชุดบทเพลงชุมชนกะดีจีน “สันติภาพและภราดรภาพ” 3 ศาสนา 4 ความเชื่อ สอดคล้องกับ Phewdaeng (2016) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ความเดิมแท้และอัตลักษณ์เหล่านี้ยังสืบทอดวิถีชีวิตและความเป็นมาของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ ทั้ง

ทางด้านสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยีด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นเมื่อครั้งยังอาศัยในพื้นที่ ของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์นั้นๆ ได้เป็นอย่างดีซึ่งกิจกรรมที่ชุมชนได้ร่วมกันคิดและกำหนดรายละเอียด ต่างๆ ขึ้นมา ยังเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรม ประเพณีและสิ่งอื่นๆ ที่ได้ร่วมกันสืบทอดมาอย่างช้านาน โดยการเข้าใจซึ่งกันและกัน เข้าถึงซึ่งกันและกันและร่วมกันพัฒนาไปทีละขั้นในการพัฒนา

การยกระดับช่องทางการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เป็นการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างการยอมรับ สร้างความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยมุ่งหวังให้เกิดพฤติกรรมในการเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนย่านกะดีจีน และการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวชุมชนย่านกะดีจีน สอดคล้องกับ Boon-um, Panasapsuk, Singkhajorn, Thianthanom, and Praditsong (2020) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาตราสินค้าผลิตภัณฑ์สินค้าน้ำมะนาวแท้ ไร่ภูมินทร์ ตราสินค้ามีลักษณะเฉพาะ ความหมาย สื่ออารมณ์ ของน้ำมะนาวแท้ ไร่ภูมินทร์ มีลักษณะเฉพาะเป็นไปตามพื้นที่ เข้าใจง่าย สามารถจดจำได้ง่าย จะต้องสามารถสื่อความหมายให้สะท้อนกับตัวตนของสินค้าออกมาได้อย่างชัดเจน ความโดดเด่นที่มีอยู่ของสินค้า และสามารถสื่อถึงอารมณ์ความรู้สึก อบอุ่น เป็นกันเอง ตราสินค้า สามารถสื่อสารให้เข้าใจได้อย่างชัดเจนของสินค้า

ข้อเสนอแนะ

1. เสนอให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีการผลักดันให้เกิดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ทั้งด้านมูลค่าและคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น
2. เสนอให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีการผลักดันให้การยกระดับช่องทางการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย
3. เสนอให้ทำการศึกษาวิจัย การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ทั้งด้านมูลค่าและคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นในพื้นที่พหุวัฒนธรรมในบริบทที่เป็นสังคมชนบท

บรรณานุกรม

- Boon-um, R., Panasapsuk, P., Singkhajorn, S., Thianthanom, R., & Praditsong, D. (2020). Marketing Communication Planning for Rai Phumin Real Lemonade Products. in *Documents from the National Academic Conference and International Management Science Bansomdejchaopraya Rajabhat University* (pp. 198-207). Bangkok: Bansomdejchaopraya Rajabhat.
- Euamornwanich, P., & Singkhajorn, S. (2018). Communication and Adaptation Amidst Cultural Differences. *Television Culture Journal*, 17(2), 167-178.
- Fontefrancesco, M.F. (2012). *Thirty Years of Multiculturalism and Anthropology*. *Anthropological Notebooks*, 18(3), 59-62.
- Jensantikul, N. (2015). Ethnic Diversity with ASEAN Community: Problems and Considerations. *Executive Journal*, 35(2), 33-45.
- Kottak, C.P. (2000). *Anthropology the Exploration of Human Diversity*. New York: McGrawhill.
- Nakseethong, P., & Puttichot, A. (2014). The Dynamics of the Pluralist Society and Diverse Cultures of the People in Koh Lanta, Krabi Province (1979- 2010). *Journal of Thai Studies*, 10(2), 117-253.
- Parekh, B. (2002). *Rethinking Multiculturalism: Cultural Diversity and Political Theory*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Phewdaeng, S. (2016). *Developing the Potential of Creative Community Tourism Mekong Basin Ethnic Groups Project Set for Developing Ethnic Tourism in the Mekong Basin on the Basis of Authenticity to Respond to the Tourism Plans of ASEAN*. Bangkok: National Research Council of Thailand (NRCT).
- Ruenrom, G. (2013). *Corporate Brand Success Valuation*. Bangkok: Cyber Print.
- Singkhajorn, S., Sudasna Na Ayudhya, P., & Dulyadaweesid, N. (2020) Integration of Creating Shared Value with Thailand Sustainable Development. *Sustainable Community Development Journal*, 1, 23-26
- Sukhamphee, N. (2007). Using Knowledge Brand Image in Creating Brand Value Leading Cosmetic Products in Thailand (Master' s thesis). Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University. Bangkok.