การสร้างและการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมสู่การเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวของชาวมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

Creating and Commoditizing Mon Culture to be Tourism Products, Koh Kret, Nonthaburi Province

♦ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์
นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Chatchapon Songsoonthornwong
Ph.D Students (Management) Faculty of Management Science, Silpakorn University,
E-mail: chatchapons5@gmail.com
♦พิทักษ์ ศิริวงศ์
รองศาสตราจารย์ ดร.ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Pitak Siriwong
Associate Professor, Ph.D., of Faculty of Management Science, Silpakorn University,
E-mail: phitak.sir@su.ac.th

Abstract

The purpose of this research is to study how the Mon people at Koh Kret create and commoditize their culture to become tourism products. The process of this qualitative research includes collecting data from existing documents and related research, observations, informal interview and in-depth interview. The Mon people, who provided information consisted of local gurus, restaurant owners, earthenware producers, and the local officers at Koh Kret. The findings demonstrated that the heritage of food and handicrafts has been commoditized to serve the tourism and customers' needs. However, the commoditization was done just sufficient for the family livings. Each has the responsibility in the area of his or her own expertise. Although some cultures and customs may have been modernized, the Mon people preserve the original ones accordingly.

Keywords: Commoditization of Culture, Cultural Tourism, The Mon People at Koh Kret

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการสร้างและการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมของชาวมอญเกาะเกร็ดให้กลายเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร

และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสังเกต การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งเป็นชาวมอญในตำบลเกาะเกร็ด และเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด ผลการวิจัยพบว่า มรดกทางภูมิปัญญาด้านอาหาร ศิลปหัตถกรรม มีการพัฒนาให้เข้ากับการท่องเที่ยวและความต้องการของลูกค้า แต่ยังเป็นการผลิตและจำหน่ายแบบพอเพียง สร้างรายได้ให้ครอบครัวสามารถดำรงชีพอยู่ได้ และมีการแบ่งหน้าที่กันทำตามความชำนาญ ส่วนวัฒนธรรมและประเพณีนั้น ชาวมอญยังคงธำรงรักษาไว้เป็นอย่างดี มีบางประเพณีได้ปรับให้เข้ากับยุคสมัย

คำสำคัญ : การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มอญเกาะเกร็ด

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในยุคโลกาภิวัตน์ เป็นยุคที่นักท่องเที่ยวจะแสวงหาสิ่งที่ตอบสนองความต้องการหรือรสนิยม แนวบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวมักจะมีนัยทางวัฒนธรรม เช่น มีความแปลกใหม่ ปลอดภัย สะดวกสบาย ช่วยเพิ่มพูนประสบการณ์เมื่อได้เดินทางไปสัมผัส ส่วนการครอบครองสินค้าที่ระลึก นักท่องเที่ยวก็มักจะพิจารณาถึงความมีคุณค่า ได้แก่ สินค้าที่ทำด้วยมือ เป็นของเก่าอย่างแท้จริง เป็นต้น (Pitak, 2005)

กระแสหนึ่งที่เกิดตามมาจากความต้องการของเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวคือ การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า (Commoditization of Culture) ซึ่งหมายถึง ปรากฏการณ์ที่ทรัพยากรทางวัฒนธรรมได้ถูกแปรให้เป็นสินค้า ทั้งในรูปของวัตถุ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ของที่ระลึก หรือรูปแบบเหตุการณ์ เช่น เทศกาลประเพณี หรือการแสดง เป็นต้น (Prathom, 2012) วัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่มีคุณค่า เพราะช่วยสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้แก่เจ้าของทรัพยากรหรือชุมชน

ในภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของผู้คน ภาพที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวก็คือ วัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิม ชีวิตประจำวันแบบดั้งเดิมของชาวบ้าน ซึ่งกลายเป็นผลผลิตอย่างหนึ่งทางการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองชีวิตของคนในเมืองหลวงที่รำลึกถึงอดีตและต้องการสัมผัสความเป็นชนบทที่อุดมไปด้วยภาพของชีวิตอันเรียบง่าย ไม่วุ่นวาย และมองว่าเป็นสิ่งที่งดงาม ปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมเช่นนี้เกิดจากกระแสของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีความหลากหลาย เลื่อนไหลและมีสิ่งต่าง ๆ แปรเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา

การพัฒนาและแปรรูปภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้านั้น จำต้องพิจารณาบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปโดยเฉพาะกระแสตลาดโลก กระแสการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี รวมทั้งบทบาทภาครัฐที่เปลี่ยนแปลงไป มิใช่การพิจารณาอย่างรูปแบบที่ตายตัวเปลี่ยนแปลงไม่ได้ ต้องพิจารณาให้เห็นถึงหัวใจ คือ ระบบคุณค่า เห็นความลึกซึ้ง ความหลากหลายทางวัฒนธรรม และความเชื่อมโยงกับภูมิปัญญาของมนุษย์ เพราะวัฒนธรรมเป็นกระบวนการพัฒนาการหรือความก้าวหน้าทางภูมิปัญญา จิตวิญญาณ และสุนทรียภาพของมนุษย์ ที่จะต้องมีการปรับตัวเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับยุคสมัย (Surichai, 2009)

ชุมชนชาวมอญเกาะเกร็ด เป็นชุมชนหนึ่งที่มีการปรับตัวตามยุคสมัย สร้างอัตลักษณ์หรือตัวตนทางวัฒนธรรม แล้วได้นำเอาเรื่องราวของวิถีชีวิตและประเพณีมาสร้างพื้นที่ทางการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก เช่น การรับประทานข้าวแช่ ประเพณีสงกรานต์ รวมถึงการสร้างสรรค์ภูมิปัญญาพื้นบ้าน คือ เครื่องปั้นดินเผา อันเป็นผลงานศิลปวัฒนธรรมที่พัฒนาและแปรรูปให้กลายเป็นสินค้าที่ระลึก

จากเหตุผลที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว ด้วยการเลือกชุมชนชาวมอญเกาะเกร็ดหมู่ที่ 1 บ้านลัดเกร็ด หมู่ที่ 6 บ้านเสาธงทอง และหมู่ที่ 7 บ้านโอ่งอ่าง เป็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งทั้งสามหมู่บ้านนี้มีประชากรเชื้อสายมอญรวมกันคิดเป็นร้อยละ 35 ของประชากรทั้งตำบล (The local office at Koh Kret, 2016) และเป็นหมู่บ้านผลิตภัณฑ์ OTOP เครื่องปั้นดินเผาต้นแบบบ้านมอญ เป็นแหล่งอาหารเลิศรส เช่น ทอดมันหน่อกะลา หมี่กรอบ ขนมหันตรา ขนมผักกาด ทองเอก จ่ามงกุฎ ทองหยอด ฝอยทอง ฯลฯ (Phisan, 2010: 24) ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยนี้จะทำให้ทราบถึงการสร้างและปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมสู่การผลิตเพื่อการท่องเที่ยว และสามารถนำองค์ความรู้จากการวิจัยขยายผลไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนนทบุรีต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาถึงการสร้างและการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมของชาวมอญเกาะเกร็ดให้กลายเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาถึงการสร้างและการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมของชาวมอญเกาะเกร็ดว่า การสร้างและการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมดังกล่าวเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างไร ใช้วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory Study) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ได้จากการศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคม ผลที่ได้มาจากการเก็บข้อมูลภาคสนามมากกว่าการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย นำข้อมูลที่ได้มาสร้างมโนทัศน์ (concept) และหาความเชื่อมโยงจากมโนทัศน์ต่าง ๆ ให้ได้ข้อสรุปเชิงทฤษฎีเพื่ออธิบายและทำความเข้าใจปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น (Chai, 2009) งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากเอกสารและข้อมูลภาคสนามด้วยการสังเกต การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ประกอบการ (ร้านอาหาร และโรงงานผลิตเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งเป็นชาวมอญในตำบลเกาะเกร็ด) และเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด รวมทั้งสิ้น 11 คน ใช้ระยะเวลาการศึกษาทั้งสิ้น 1 ปี เก็บข้อมูลภาคสนามระหว่างเดือนเมษายน - กันยายน 2559 ข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบและจัดหมวดหมู่เรียบร้อยแล้วจะนำมาพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

1. การแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า (Commoditization of Culture)

การทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า เป็นการทำให้วัฒนธรรมมีราคา เป็นที่ต้องการของตลาด เป็นการกระตุ้นการผลิต สิ่งสำคัญที่จะทำให้วัฒนธรรมเป็นสินค้าก็คือ เศรษฐกิจแบบทุนนิยม ที่ผลักดันให้วัฒนธรรมเป็นสินค้าและออกสู่ตลาด ในขณะเดียวกันตลาดก็เป็นปัจจัยสำคัญ ในการกำหนดราคาของวัฒนธรรม ซึ่งจะผันผวนไปตามระบบกลไกลตลาด และความต้องการของตลาด รวมถึงอรรถประโยชน์ที่ผู้ซื้อพึงได้

MacCannell (1973) เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในปัจจุบัน พยายามใช้วัฒนธรรมของตนเป็นจุดขายทางการตลาด และแสดงอัตลักษณ์ของท้องถิ่น หรือแม้กระทั่งการใช้วัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่นเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่แสวงหาความแปลกใหม่ในชีวิต หรือเสาะหาสิ่งที่พวกเขาไม่มีหรือไม่สามารถหาได้ในประเทศของตน และเพื่อที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวในชุมชนของตนนั้น คนท้องถิ่นในบางชุมชนถึงกับคิดค้นกิจกรรมและพิธีกรรมใหม่ ๆ ขึ้นมาดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังท้องถิ่นของตน

Cohen (1988) กล่าวว่า ในบริบทของการค้า Commoditization หมายถึง กระบวนการการประเมินมูลค่าของสิ่งของและกิจกรรม หลังจากนั้นสิ่งของและกิจกรรมดังกล่าวจะกลายเป็นสินค้าและบริการและท้ายที่สุดกระบวนการดังกล่าวจะนำสินค้าหรือบริการเข้าไปสู่วงจรของการแลกเปลี่ยนและซื้อขาย Commoditization จัดเป็นการแพร่หลายของความคิดในระบบทุนนิยมและมีความเกี่ยวข้องกับขั้นตอนการผลิต และการแลกเปลี่ยนสินค้าอุปโภคและบริโภค การจัดการสินค้าและการกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงรสนิยมและประสบการณ์ของผู้บริโภคด้วย

ดังนั้น ในบริบทของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว Commoditization หมายถึง กระบวนการของการปรับเปลี่ยนขนาด รูปแบบ รูปลักษณ์ ประโยชน์ใช้สอย รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงความหมายที่แท้จริงของกิจกรรม การแสดง พิธีกรรม สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่แสดงออกถึงศิลปะและวัฒนธรรมของท้องถิ่นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Cohen, 1988; MacCannell, 1976; Meethan, 2001; Paradee, 2011)

2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Timothy (2011) กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า เป็นการเที่ยวชมวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่ยังคงมีอยู่ รวมถึงการสัมผัสวัฒนธรรมใหม่ เช่น ศิลปะ ดนตรีร่วมสมัย หรือการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการศึกษาและตอบสนองความต้องการทางวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ด้วยการชมอาคารสถานที่ ที่เป็นมรดกทางสถาปัตยกรรม ศิลปะการแสดง และวัฒนธรรมที่ยังคงมีอยู่

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports, 2013) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่แสดงถึงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม

การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อมุมมอง ความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม สถานที่ดังกล่าวจะมีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดยสามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี นอกเหนือจากสถานที่ เทศกาลและงานฉลองแล้ว ยังรวมไปถึงสินค้าพื้นเมืองในพื้นที่ต่าง ๆ (Kanchana and Saranya, 2012: 140)

ประเภทของสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

The European Center for Traditional and Regional Cultures: ECTARC ได้กล่าวถึงประเภทของสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่ามี 8 ประเภท คือ (Richards, 1996: 23)

1. แหล่งโบราณคดี และพิพิธภัณฑ์สถานต่าง ๆ
2. สถาปัตยกรรม (ซากปรักหักพัง โบราณสถาน ผังเมืองต่าง ๆ)
3. ศิลปะ ประติมากรรม งานหัตถกรรม แกลเลอรี่ เทศกาล กิจกรรมต่าง ๆ
4. การแสดงดนตรีและเต้นรำ (ในรูปแบบดนตรีคลาสสิก ดนตรีพื้นบ้าน หรือดนตรีร่วมสมัย)
5. การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่าง ๆ
6. ภาษาและวรรณคดีศึกษา (การเที่ยวชมสถานที่หรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับงานวรรณกรรม)
7. เทศกาลทางศาสนา การแสวงบุญตามความเชื่อทางศาสนา
8. วัฒนธรรมเก่าแก่ วัฒนธรรมพื้นบ้าน หรือวัฒนธรรมย่อย

ราณี อิสิชัยกุล (Ranee, 2014) ได้กล่าวว่า การที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่น เกิดจากการได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

1. การเที่ยวชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว ได้ความรู้และความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์ โบราณคดีและสถาปัตยกรรมในท้องถิ่น เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ โบราณสถาน พระราชวัง วัด โบสถ์ เป็นต้น

2. การเที่ยวชมหรือสัมผัสศิลปวัฒนธรรมแขนงต่าง ๆ ในพิพิธภัณฑ์ โบราณสถาน อาคารบ้านเรือน วัดวาอาราม เช่น สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม หัตถกรรม เป็นต้น

3. การร่วมงานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ ที่จัดขึ้นตลอดทั้งปีในท้องถิ่นต่าง ๆ ตามประเพณีที่เคยปฏิบัติกันมา

4. การชมการแสดงบนเวที นาฏศิลป์ ดนตรี ที่แสดงในโรงละครต่าง ๆ ในหลายพื้นที่ท่องเที่ยว

5. การเข้ารับการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับศิลปกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การอบรมการประกอบอาหาร การนวดแผนโบราณ เป็นต้น

6. การพักแรมในโฮมสเตย์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น เช่น ชาวเขา ชนกลุ่มน้อย ตลอดจนการร่วมพิธีกรรมต่าง ๆ ในท้องถิ่น เป็นต้น

ประเภทของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Bywater (1993) ได้ศึกษาประเภทของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามระดับความสนใจของวัฒนธรรมต่อการท่องเที่ยว ทำให้จำแนกนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยวที่จูงใจด้วยวัฒนธรรม (Culturally Motivated Tourist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลทางวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรม และมักจะพักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นระยะเวลานาน

2. นักท่องเที่ยวที่บันดาลใจจากวัฒนธรรม (Culturally Inspired Tourist) หมายถึง ผู้ที่ถูกดึงดูดด้วยศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอันเป็นที่รู้จักหรือได้รับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ รูปภาพ นักท่องเที่ยวจะใช้ระยะเวลาพักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวน้อยกว่าประเภทแรก แต่มีโอกาสที่จะเดินทางกลับมายังสถานที่ท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต

3. นักท่องเที่ยวที่ดึงดูดจากวัฒนธรรม (Culturally Attracted Tourist) หมายถึง ผู้ที่มีความสนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น นักท่องเที่ยวจะมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวน้อย เป็นในลักษณะเยี่ยมชมมากกว่าการพักแรม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ได้ทราบถึงวิธีการสร้างและการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมของชาวมอญเกาะเกร็ดให้กลายเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว

2. ผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการเป็นข้อเสนอแนะด้านการพัฒนา ส่งเสริม และอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เกิดความสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนชาวมอญเกาะเกร็ด

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ชาวมอญในชุมชนหมู่ที่ 1, 6 และ 7 ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ตามกลุ่มตัวอย่างที่แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ **กลุ่มที่ 1** ปราชญ์ชาวบ้านที่มีความรู้เรื่องศิลปวัฒนธรรมมอญ 3 คน **กลุ่มที่ 2** ผู้ประกอบการ แยกเป็นผู้ประกอบการร้านอาหาร (ข้าวแช่) 4 คน ผู้ประกอบการโรงงานผลิตเครื่องปั้นดินเผา 3 คน ซึ่งปราชญ์ชาวบ้านเป็นผู้แนะนำให้ไปพูดคุย **กลุ่มที่ 3** เจ้าหน้าที่ของรัฐ (ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด) 1 คน รวมทั้งสิ้น 11 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1) รวมรวมข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2) การรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ด้วยวิธีการต่าง ๆ ดังนี้

(1) การสังเกต (Observation) เป็นการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม กล่าวคือ เป็นการลงพื้นที่เพื่อดูสภาพทั่วไปของพื้นที่ชุมชนหมู่ 1, 6 และ 7 สังเกตปรากฏการณ์สังคมที่เกิดขึ้น ดูปฏิสัมพันธ์ของคนในชุมชนและปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยทำการบันทึกข้อมูลไว้ เช่น สภาพบ้านเรือน ร้านค้า โรงงาน การพูดคุยของชาวบ้านกับนักท่องเที่ยว อัธยาศัยไมตรี การให้บริการด้วยไมตรีจิต

(2) การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) สัมภาษณ์เพื่อทำความรู้จักคุ้นเคยกับผู้ให้ข้อมูล และเก็บข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) เช่น อัตลักษณ์ของชาวมอญ กิจกรรมต่าง ๆ ในเกาะเกร็ด คุณค่าของกิจกรรมที่ผู้ให้สัมภาษณ์ทำที่มีต่อครอบครัว ชุมชน สังคม และการท่องเที่ยว

(3) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เพื่อหาข้อมูลในเชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key-Informants) โดยใช้การสัมภาษณ์และทำการบันทึกข้อมูลด้วยเทปบันทึกเสียง เช่น กระบวนการในการทำข้าวแช่ การจำหน่ายข้าวแช่ทั้งในอดีตและปัจจุบัน กระบวนการในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา การจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาทั้งในอดีตและปัจจุบัน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่สำคัญของชาวมอญและช่วงเวลาของการจัดงาน

(4) ระยะเวลาการศึกษา ใช้ระยะเวลาการศึกษาทั้งสิ้น 1 ปี เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามระหว่างเดือนเมษายน - กันยายน 2559

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1) ผู้วิจัย สร้างความรู้จักคุ้นเคยกับผู้ให้ข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริง การเก็บข้อมูลจะใช้การสัมภาษณ์รวมทั้งการสังเกตสิ่งแวดล้อมและกริยาของผู้ให้ข้อมูล

2) แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง เป็นแบบสัมภาษณ์ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดหัวข้อที่จะทำการศึกษาไว้อย่างกว้าง ๆ ล่วงหน้า มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิดที่ผู้วิจัยใช้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก

3) กล้องถ่ายรูปและเครื่องบันทึกเสียง เพื่อบันทึกภาพและเสียง ช่วยในการทำความเข้าใจในการนำเสนอและวิเคราะห์ข้อมูลในบางกรณี

4) เครื่องมือจดบันทึกข้อมูลภาคสนาม ได้แก่ สมุด ปากกา ดินสอ

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยใช้เทคนิคหลายวิธีที่ต่างกันในการเก็บรวบรวมข้อมูลในเรื่องเดียวกัน ซึ่งการศึกษาวิจัยนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกต การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ถ้าข้อมูลที่ได้จากเทคนิควิธีต่าง ๆ มีความแตกต่างหรือขัดแย้ง

กัน ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมซ้ำอีก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกัน จนกระทั่งได้ข้อมูลที่ตรวจสอบแล้วว่าเหมือนกันและมีความเชื่อถือได้ จึงจะถือว่าเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง (Suphat, 1996; Sudjai, 2008)

ผลการวิจัย

การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลชาวมอญในชุมชนหมู่ที่ 1, 6 และ 7 ตำบลเกาะเกร็ดพบว่า มรดกทางภูมิปัญญาในพื้นที่วิจัยมีการสร้างและปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคสมัย มีรายละเอียดดังนี้

1. ภูมิปัญญาด้านอาหาร

แต่เดิมชาวมอญนิยมทำข้าวแช่กันในช่วงเทศกาลสงกรานต์ เพื่อนำไปถวายพระสงฆ์ เพราะถือว่าเป็นสิริมงคลแก่ผู้ที่ถวาย คนมอญเรียกข้าวแช่ว่า “เปิงด้าจก์” แปลว่า “ข้าวน้ำ” (เปิง หมายถึง ข้าว ด้าจก์ หมายถึง น้ำ) ข้าวแช่ถือว่าเป็นภูมิปัญญาอย่างหนึ่งของคนมอญ เพราะในช่วงเดือนเมษายนอากาศจะร้อน การกินอาหารที่มีน้ำเป็นองค์ประกอบมาก ๆ จะคลายร้อน ช่วยลดอุณหภูมิในร่างกาย ทำให้ย่อยง่าย การหุงข้าวสารมีความพิถีพิถันตั้งแต่การเลือกชนิดของข้าว โดยคัดเลือกข้าวสารเม็ดสวย ไม่แตกหัก (นิยมใช้ข้าวขาวตาแห้ง ไม่ใช้ข้าวหอมมะลิ) นำมาซาวด้วยน้ำฝนหรือน้ำสะอาด 7 ครั้ง ตามประเพณีที่ปฏิบัติกันแต่เดิมการหุงข้าวจะต้องทำกันกลางแจ้งนอกชายคาบ้าน เพราะเชื่อกันว่าเทวดาจงลงมาช่วยหุง เมื่อหุงจนสุกแล้วก็นำไปซาวน้ำอีกครั้ง โดยขัดถูเบามือในภาชนะที่มีผิวสาก เพื่อให้ยางข้าวที่มีอยู่ออกหมด แล้วผึ่งข้าวไว้ให้สะเด็ดน้ำ หากขัดข้าวไม่ดีจะทำให้น้ำที่แช่ข้าวขุ่นไม่น่ารับประทาน น้ำที่จะนำมาแช่ข้าวนั้น เตรียมโดยนำน้ำสะอาดต้มสุก เทลงหม้อดินอบควันเทียนและดอกไม้หอม ซึ่งโดยทั่วไปนิยมใช้ดอกมะลิ ชมนาด กระดังงาทิ้งไว้หนึ่งคืน ข้าวแช่ที่ทำเสร็จแล้วนอกจากจะนำไปถวายพระ นำไปให้พ่อแม่ ปู่ย่าตายาย และไหว้ผีเรือนแล้ว ยังนำไปเลี้ยงรับนางสงกรานต์ที่ศาลเพียงตาซึ่งสร้างไว้หน้าบ้าน มีการกางร่มและประดับศาลด้วยดอกคูนหรือดอกสงกรานต์

ในปัจจุบันการทำข้าวแช่ได้ถูกปรับเปลี่ยนไปจากสมัยก่อน กล่าวคือ ชาวมอญไม่ได้ทำข้าวแช่ถวายพระและเลี้ยงแขกที่มาเยือนเฉพาะช่วงสงกรานต์ เนื่องจากมีการทำข้าวแช่ขายให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวเกาะเกร็ดในวันหยุดราชการ สร้างรายได้ให้กับครอบครัวและชุมชนตลอดทั้งปี ธรรมเนียมการหุงข้าวซึ่งเคยยึดถือกันแต่เดิมว่าจะต้องหุงกันบริเวณกลางแจ้งก็มีการปรับเปลี่ยนไปตามสภาพและความสะดวกของผู้หุง รวมถึงไม่ได้เคร่งครัดเรื่องการแบ่งข้าวแช่ไปบูชานางสงกรานต์ที่ศาลเพียงตาเหมือนในช่วงเทศกาลสงกรานต์ แต่ชาวมอญที่ทำข้าวแช่ขายยังคงยึดหลักการเลือกวัตถุดิบ การซาวข้าว การขัดข้าว และการอบควันเทียนตามตำหรับเดิม

ส่วนกับข้าวที่รับประทานกับข้าวแช่ในเทศกาลสงกรานต์ที่เกาะเกร็ดมีหลายอย่าง เช่น กระเทียมดองผัดไข่ ยำถั่วฝักยาวกับมะม่วง-มะพร้าวคั่ว ยำขนุนอ่อน ยำผักบุ้ง กะปิทอด หมูหวาน พริกหยวกสอดไส้หมูหรือกุ้ง หัวหอมสอดไส้หมู หัวไชโป๊วผัดหวาน ข้าวแช่ที่นิยมทำขายกันในเกาะเกร็ดจะหลีกเลี่ยงของที่บูดเสียง่าย เก็บได้ไม่นาน และของที่มีต้นทุนสูงเกินไป กับข้าวที่ขายจึงมักมี 5 อย่าง ได้แก่ กะปิทอด หมูหวาน พริกหยวกสอดไส้หมูหรือกุ้ง หัวหอมสอดไส้หมู หัวไชโป๊วผัดหวาน ในชุมชนหมู่ที่ 7 มีร้านจำหน่ายข้าวแช่อยู่

ด้วยกันหลายร้าน มีทั้งที่นั่งรับประทานกันริมน้ำ หรือไม่ติดริมน้ำ นักท่องเที่ยวสามารถซื้อข้าวแช่กลับไปรับประทานที่บ้านได้

รสชาติของข้าวแช่แต่ละร้านมีความแตกต่างกัน ซึ่งการเข้าถึงรสชาติของข้าวแช่นั้น จะต้องกินกับก่อนแล้วตามด้วยข้าว หรือกินข้าวก่อนแล้วตามด้วยกับ ร้านขายข้าวแช่บางร้านจะเพิ่มมูลค่าของสินค้าด้วยการใส่สีจากพืชลงไปในข้าวให้มีสีสันสวยงามชวนรับประทาน เช่น สีม่วงของดอกอัญชัน และจะห่อข้าวและกับข้าวในภาชนะที่สวยงาม แยกน้ำที่แช่ข้าวบรรจุลงในขวดเพ็ท เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า





ภาพที่ 1 ร้านขายข้าวแช่ที่ชุมชนหมู่ 7 มีกับข้าว 5 อย่าง

2. ภูมิปัญญาด้านหัตถกรรม

แต่เดิมเครื่องปั้นดินเผาของเกาะเกร็ดมีการผลิตกันอยู่ 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ เครื่องใช้ (โอ่ง อ่าง ครก กระปุก) และของสวยงาม ที่เรียกกันว่า เครื่องปั้นลายวิจิตร ได้แก่ หม้อน้ำซึ่งเน้นความสวยงามของรูปทรงและการแกะสลัก เกาะเกร็ดเป็นแหล่งผลิตโอ่งแดง และครกที่มีชื่อเสียง เป็นศูนย์กลางการค้าเครื่องปั้นดินเผาที่ใหญ่แห่งหนึ่งของประเทศ ที่แห่งนี้เริ่มทำเครื่องปั้นดินเผามาตั้งแต่สมัยกรุงธนบุรี ช่างปั้นเป็นคนไทยเชื้อสายมอญที่มีฝีมือและความชำนาญสูง สามารถปั้นเครื่องปั้นดินเผาที่สวยงาม มีคุณภาพดี และมีขนาดใหญ่กว่าเครื่องปั้นดินเผาในแหล่งอื่น ๆ เครื่องปั้นดินเผาของเกาะเกร็ด เป็นเครื่องปั้นชนิดไม่เคลือบ เมื่อเผาสุกแล้วจะมีสีแดงอมส้ม มีความพรุนตัว น้ำระเหยได้ง่าย เมื่อนำไปใส่น้ำดื่มจะมีความเย็นชวนดื่ม จึงเป็นที่ต้องการของตลาดมาก อย่างไรก็ดี เมื่อภาชนะพลาสติกเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น ทำให้ความนิยมใช้เครื่องปั้นดินเผาลดลง ท่าเรือที่เคยมีพ่อค้ามารอรับเครื่องปั้นดินเผาไปขายกันอย่างคึกคักเริ่มเงียบเหงา ซบเซาจนหมดสภาพเดิมที่เคยมีมาในอดีต กอปรกับการเกิดน้ำท่วมใหญ่ที่เกาะเกร็ด ใน พ.ศ. 2554 ทำให้เตาเผาหลายแห่งได้รับความเสียหาย ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาจึงเลิกการประกอบอาชีพผลิตเครื่องปั้นดินเผาไปหลายราย ผู้ประกอบการที่เหลืออยู่จึงเป็นผู้ที่ผลิตเครื่องปั้นดินเผากันแบบพอเพียง มีเตาเผาเพียง 1-2 เตา ดังนั้น รูปแบบการผลิตเครื่องปั้นดินเผาในปัจจุบันจึงปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการของตลาด รับผลิตงานในจำนวนที่จำกัด งานส่วนใหญ่ที่ผลิตออกมาจำหน่ายจะเป็นสินค้าขนาดเล็กลงหรือผลิตสินค้าที่ระลึกจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชม โดยเน้นรูปลักษณ์ให้ดูกะทัดรัดสวยงาม เช่น หม้อน้ำลายวิจิตร

กระถาง กระปุกอะโรมา แก้วกาแฟพร้อมฝาปิด หม้อน้ำฉลุลายทำเป็นโคมไฟ ถ้วยชามที่ใช้ในโรงแรม คนรุ่นใหม่ซึ่งเป็นลูกหลานของผู้ประกอบการจะเขียนแบบหรือออกแบบลวดลายเครื่องปั้นเอง แล้วบอกให้ช่างทำตามแบบเหล่านั้น

โรงงานผลิตเครื่องปั้นดินเผาจะมีช่างปั้นประจำอยู่ 1 คน นอกนั้นจะจ้างช่างปั้นฝีมือในเกาะเกร็ดมาทำงาน 3-4 คน ให้ปั้นขึ้นรูปเป็นชิ้นงานเท่านั้น โดยสลับกันมาสัปดาห์ละ 3 วัน การปั้นงานชิ้นใหญ่ และชิ้นเล็กจะแยกคนปั้น ไม่เรียกมาปั้นในวันเดียวกัน และจะสั่งให้ปั้นเป็นงาน ๆ ไป ส่วนการแกะสลัก การฉลุ และตกแต่งลวดลายจะทำทุกวัน โดยเจ้าของโรงงานและคนในครอบครัวจะทำกันเอง เป็นการแบ่งงานกันทำตามความชำนาญ มุ่งความสนใจไปที่จุดเดียว เรียนรู้ฝึกฝนจนเกิดความรู้ความชำนาญ เพื่อให้งานมีความต่อเนื่องตลอดทั้งกระบวนการ ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตได้อย่างมาก



ภาพที่ 2 เครื่องปั้นดินเผาหม้อน้ำลายวิจิตรของเกาะเกร็ดมีการพัฒนาให้เข้ากับความต้องการของนักท่องเที่ยว

3. ประเพณี

จากเอกสารข้อมูลที่พบในวัดปรมัยยิกาวาสและการสนทนากับผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งเป็นปราชญ์ชาวบ้านได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเพณีสำคัญของเกาะเกร็ดและมีความเกี่ยวข้องกับคนมอญ ดังนี้

3.1 ประเพณีตักบาตรน้ำผึ้ง เป็นประเพณีที่ปฏิบัติกันมาช้านาน ซึ่งตรงกับวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 10 โดยเริ่มกันในตอนเช้า พระสงฆ์จะออกบิณฑบาตตามปกติ คนมอญจะนำข้าว น้ำผึ้ง และข้าวต้มลูกโยนที่เตรียมไว้มาใส่บาตร

3.2 ประเพณีออกพรรษา ชาวเกาะเกร็ดจะทำบุญออกพรรษากัน 3 วัน คือ วันขึ้น 14 ค่ำ 15 ค่ำ และวันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 ชาวบ้านจะเริ่มกวนกระยาสารท ทำขนมจีนน้ำพริกน้ำยา แกงเผ็ดต่าง ๆ ตั้งแต่ก่อนวันออกพรรษาและเมื่อถึงวันขึ้น 14 ค่ำ ประเพณีนี้ก็จะเริ่มขึ้นตั้งแต่ประเพณีตักบาตรขนมจีนและตักบาตรกล้วยไข่กระยาสารท ชาวบ้านจะทำขนมจีนน้ำพริกน้ำยา หรือแกงเผ็ด รวมทั้งกระยาสารทและกล้วยไข่ออกจากบ้านแต่เช้ามืดไปที่วัด ใส่บาตรถวายพระ เมื่อทำบุญเสร็จแล้วจะกลับบ้านเพื่อให้ทาน คือ การนำอาหารที่ทำไว้ไปแบ่งปันเพื่อนบ้านและผู้ที่เคารพนับถือ

3.3 ประเพณีซอนธูป ทำกันในวันออกพรรษา คือ ขึ้น 5 ค่ำ เดือน 11 หลังพระฉันเพลที่ศาลาแล้ว พระจะลงจากศาลา เดินเข้าพระอุโบสถ เพื่อปวารณาออกพรรษา ตามเส้นทางจากศาลาถึงพระอุโบสถนั้น ชาวบ้านจะนั่งเรียงรายเป็นแถว เตรียมดอกไม้ ธูป เทียนมาใส่บาตร จุดประสงค์ของประเพณีนี้เพื่อให้วัดมีธูปเทียนไว้บริการผู้มีจิตศรัทธาที่จะมาทำบุญในวันแรม 3 ค่ำ เดือน 11 ซึ่งเป็นวันปิดทองพระนอนประจำปีที่วัดปรมัยยิกาวาส

3.4 ประเพณีสงกรานต์ (ปัจจะห์ตะห์) เป็นเทศกาลสำคัญประจำปีของคนมอญมีการทำบุญฉลองเหมือนคนไทย แต่เทศกาลของชาวมอญใช้เวลาหลายวัน เริ่มตั้งแต่วันที่ 13 เมษายน ไปจนถึงต้นเดือนพฤษภาคมของทุก ๆ ปี พิธีจะเริ่มจากการทำบุญสงกรานต์ ทำบุญกลางบ้าน และรำประจำปีของแต่ละหมู่บ้าน เทศกาลสงกรานต์ถือเป็นการขึ้นศักราชใหม่ เพื่อบูชาพระรัตนตรัย และนางสงกรานต์ ก่อนวันสงกรานต์ชาวบ้านจะเตรียมกวนกาละแม ข้าวเหนียวแดง ข้าวเหนียวแก้ว ซึ่งเป็นขนมสำหรับทำบุญ ในเทศกาลนี้จะมีการทำ “คะนอมจิน” หรือขนมจีนซึ่งเป็นอาหารของมอญแต่โบราณ เพื่อเตรียมทำบุญ รวมทั้งข้าวแช่ ซึ่งเรียกว่า “เปิงฮงกราบ” สำหรับใช้ทำบุญในวันสงกรานต์ ชาวบ้านจะนำข้าวแช่ไปถวายพระสงฆ์ในวันที่ 13 เมษายน ตั้งแต่เช้า โดยนิยมใส่ในหม้อดินเผาที่เรียกว่าหม้อใส่ข้าวแช่ เพราะจะทำให้ข้าวเย็นและมีกลิ่นหอมน่ารับประทาน ในสำรับจะมีอาหารที่รับประทานกับข้าวแช่ บ้านจะทำพิธีบูชานางสงกรานต์ที่เรียกว่า “มิ๊ห์ชงกราน” ด้วยการสร้างศาลเพียงตาหน้าบ้าน โดยนำข้าวแช่พร้อมเครื่องบูชามาวางไว้ ในตอนเย็นจะมีการละเล่นตามหมู่บ้านต่าง ๆ ส่วนมากจะเป็นการเล่นสะบ้ามอญ ในหมู่บ้านหนึ่ง ๆ อาจมีการเล่นสะบ้ามอญหลายแห่งก็ได้ ที่เล่นสะบ้ามอญแต่ละแห่งจะมีอาหาร เครื่องดื่ม เช่น น้ำแข็ง น้ำหวาน เม็ดแมงลัก น้ำกะทิ ข้าวแกง ขนมจีน ซึ่งชาวบ้านจะร่วมบริจาคและช่วยกันทำ ตั้งเป็นโรงทาน มีอาหารและเครื่องดื่มบริการตลอดงาน

3.5 ประเพณีแห่น้ำหวาน เป็นประเพณีที่ทำกันเฉพาะคนไทยเชื้อสายมอญที่เกาะเกร็ดเท่านั้น จัดขึ้นหลังจากวันสงกรานต์ประมาณหนึ่งสัปดาห์ ชาวบ้านจะมาร่วมกันทำบุญด้วยการจัดขบวนแห่น้ำหวานบรรจุขวด เพื่อถวายพระไว้ฉันเวลากระหายน้ำหรือคลายร้อน เมื่อขบวนแห่ถึงวัดใดก็นำน้ำหวานที่จัดไว้ถวายพระสงฆ์และสามเณรทุกรูป ตามเส้นทางที่ขบวนผ่านจะมีโรงทานตั้งอยู่เป็นระยะ ๆ มีน้ำดื่ม ขนมและของว่างบริการฟรีแก่ผู้ร่วมขบวนและผู้ร่วมงาน นอกจากนี้ขบวนแห่น้ำหวานจะมีการนำนกและปลาไปปล่อยตามวัดต่าง ๆ ด้วย

3.6 ประเพณีตักบาตรทางน้ำ บ้างเรียกว่าประเพณีตักบาตรทางเรือ ชาวเกาะเกร็ดทำพิธีตักบาตรทางเรือในเทศกาลออกพรรษากัน 3 วัน คือ ขึ้น 14 ค่ำ ขึ้น 15 ค่ำ และวันแรม 1 ค่ำ เวลาช่วงเช้าประมาณ 07.30-08.00 น. ชาวบ้านซึ่งมักเป็นวัยหนุ่มจะนำเรือใหญ่ที่ประดับประดาตกแต่งให้สวยงามทั้งลำ ออกมารับพระที่ท่าวัด ลำละ 1 รูป มักจะเป็นพระหนุ่มเช่นกัน เมื่อนิมนต์พระลงเรือแล้วก็จะพายไปเทียบหัวบันไดท่าน้ำบ้านต่าง ๆ หรือตามท่าเรือซึ่งมีญาติโยมคอยใส่บาตรอยู่ เรือส่วนใหญ่จะพาพระมาส่งให้ฉันเพลที่วัดญาติโยมบางคนอาจพายเรือมาเทียบใส่บาตร การตักบาตรทางเรือเป็นกิจกรรมที่คนแก่คนเฒ่าได้ทำบุญ คนหนุ่มสาวและเด็ก ๆ ได้รับความสนุกสนาน ร้องเพลงโต้ตอบกันและทำความรู้จักมักคุ้นกัน เจ้าของเรือที่

ไปรับพระ ส่วนใหญ่มักเป็นผู้ที่มีอาชีพใช้เรือในการทำมาหากิน การนำเรือออกไปรับใช้พระ จึงมีนัยของการทำบุญเรือเพื่อความเป็นสิริมงคลด้วย

ประเพณีที่กล่าวมา มีปฏิทินการทำกิจกรรมเริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคมเป็นต้นไป มีการธำรงรักษาประเพณีไว้เป็นอย่างดี บางประเพณี เช่น ประเพณีแห่น้ำหวาน มีการปรับเปลี่ยนเล็กน้อยเพื่อให้เข้ากับยุคสมัย เรื่องราวของประเพณีเกี่ยวข้องผูกพันกับการทำบุญ การทำนุบำรุงพุทธศาสนา การจัดเลี้ยง การเฉลิมฉลอง ความรื่นเริง สนุกสนาน โดยเฉพาะประเพณีสงกรานต์ซึ่งมีกิจกรรมต่าง ๆ หลายวัน สะท้อนให้เห็นถึง อัตลักษณ์ อัธยาศัยไมตรี ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และความเป็นมิตรของชาวมอญเกาะเกร็ดได้เป็นอย่างดี

การดำเนินชีวิตของชาวมอญเกาะเกร็ด เป็นการดำเนินชีวิตที่มีแบบแผน มีการสั่งสมความรู้ และวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ แสดงให้เห็นถึงความเฉลียวฉลาดของบุคคล ภูมิปัญญาพื้นบ้านของชาวมอญเกาะเกร็ดในปัจจุบัน สะท้อนออกมาในรูปแบบของการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย เช่น ข้าวแช่ และเครื่องปั้นดินเผา โดยปรับให้เข้ากับความต้องการของนักท่องเที่ยว ส่วนวิถีชีวิตชาวบ้าน เช่น ประเพณีตักบาตร ประเพณีออกพรรษา ประเพณีสงกรานต์ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีคุณค่าทางจิตใจ แสดงให้เห็นถึงการช่วยเหลือหรือร่วมแรงร่วมใจกัน ทำให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันภายในชุมชน ยังคงธำรงรักษาไว้ไม่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตมากนัก

การอภิปรายผล

การศึกษาภูมิปัญญา การสร้างและการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมสู่การเป็นสินค้าของชาวมอญเกาะเกร็ด ผู้วิจัยขออภิปรายเป็นรายด้าน ดังนี้

1. **อาหาร** ผู้ประกอบการร้านอาหารที่เกาะเกร็ดใช้วัฒนธรรมของคนมอญในเรื่องการทำข้าวแช่และวิธีการรับประทานข้าวแช่มาเป็นช่องทางการหารายได้เข้าครอบครัว โดยเฉพาะในวันเสาร์และวันอาทิตย์ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเกาะเกร็ดเป็นจำนวนมาก โดยไม่ต้องรอช่วงเทศกาลสงกรานต์ ชุมชนสามารถจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเชิงของการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาลองชิมอาหาร (ข้าวแช่) มีการปรับตำหรับข้าวแช่ให้ขายได้ง่าย ขายได้เร็ว เลือกชนิดกับข้าวที่ไม่บูดเสียง่าย ใช้ภาชนะเครื่องปั้นดินเผาที่ผลิตในเกาะเกร็ดมาใส่อาหารบริการลูกค้าภายในร้าน วัฒนธรรมการกินเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวสนใจและผู้ประกอบการในชุมชนสามารถที่จะขายได้ ชุมชนจึงควรยึดแนวคิดที่จะแปลง “คุณค่า” ไปสู่ “มูลค่า” กล่าวคือ มูลค่าใช้สอยของข้าวแช่สามารถตอบสนองความต้องการบริโภคของนักท่องเที่ยว และสามารถนำไปแลกเปลี่ยนเป็นเงินตราหรือสร้างรายได้ให้ครอบครัว

2. **งานหัตถกรรม** เกาะเกร็ดเคยเป็นแหล่งผลิตภาชนะเครื่องปั้นดินเผาที่ใช้ในชีวิตประจำวันป้อนให้กับผู้ใช้ที่อยู่ในภาคกลาง ซึ่งเป็นยุคก่อนที่พลาสติกและสินค้าอุตสาหกรรมจะเฟื่องฟู ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาหลายอย่างเลิกผลิตกันไป เพราะไม่อาจสู้กับสินค้าอุตสาหกรรมได้ สอดคล้องกับที่เอ็ด ภิรมย์ (Ed, 2005) ได้กล่าวว่า ปัจจุบันความต้องการของตลาดเปลี่ยนไป การผลิตเครื่องปั้นดินเผาจะเน้นงานประเภทของที่ระลึกชิ้นเล็ก ๆ และของตกแต่งบ้านกันเป็นส่วนใหญ่ เพราะเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว จึงทำให้โรงงานผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่เหลืออยู่ปรับรูปแบบการผลิตไปตามความต้องการของตลาด รองรับกลุ่ม

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จีน ไต้หวัน ซึ่งมีบริษัทนำเที่ยวพามาเกาะเกร็ดสัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง แต่หลังจากเกิดน้ำท่วมใหญ่ที่เกาะเกร็ดใน พ.ศ. 2554 ทำให้เตาเผาหลายแห่งได้รับความเสียหาย การซ่อมแซมหรือบูรณะเตาเหล่านี้ต้องใช้เงินจำนวนมาก ลูกหลานไม่คิดที่จะรับช่วงต่อ ขาดคนทำเครื่องปั้นดินเผา จึงเหลือผู้ประกอบการเพียงไม่กี่ราย ประกอบกับร้านอาหารชื่อดังบนเกาะเกร็ดและร้านขนมหวานได้เลิกกิจการกันไป เรือท่องเที่ยวจึงไม่พากลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวที่เกาะเกร็ดอีก

อย่างไรก็ดี การปรับเปลี่ยนการผลิตของผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่มีการแบ่งงานกันทำตามความชำนาญ ช่วยให้การทำงานง่ายขึ้น ช่วยเพิ่มผลผลิตจากแรงงาน และยังมีส่วนทำให้เกิดการยกระดับอุตสาหกรรม รวมถึงการพัฒนาปรับปรุงให้ดีขึ้นจากการพัฒนาฝีมือแรงงาน คุณภาพงานจากการแบ่งงานกันทำทำให้แรงงานมีทักษะในการทำงานมากขึ้น และพบข้อแตกต่างจากการทำงานแบบเดิม คือ 1) ความคล่องตัวในการทำงานเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดคุณภาพในการทำงานและคนงานมีทักษะในการทำงานเพิ่มขึ้น 2) เวลาที่ใช้ในการทำงานลดลงจากการทำงานเฉพาะส่วนของตน โดยไม่ยุ่งกับงานส่วนอื่น (Shafritz and Steven, 2001: 37-41)

3. ประเพณี ชาวมอญเกาะเกร็ดมีความผูกพันกับประเพณีทำบุญตักบาตร ประเพณีออกพรรษา ประเพณีสงกรานต์ ซึ่งมีเอกลักษณ์การปฏิบัติที่แตกต่างจากที่อื่น ผู้คนในชุมชนต่าง ๆ บนเกาะเกร็ดมีความศรัทธาและมีความตั้งใจเข้าร่วมประเพณีต่าง ๆ กันอย่างมาก เช่น ประเพณีตักบาตรทางน้ำ เหตุที่การตักบาตรทางน้ำในละแวกปากเกร็ด เป็นประเพณีที่ชาวบ้านตั้งใจทำกันมากก็เพราะชาวมอญในแถบนี้แต่ก่อนมักจะค้าขายเครื่องปั้นดินเผาหรือสินค้าอื่น ๆ ซึ่งต้องใช้เรือเป็นพาหนะส่งลำเลียงสินค้า เรือจึงเป็นสิ่งที่อยู่คู่กับชีวิตประจำวันอย่างแยกไม่ออก โดยเฉพาะชาวเกาะเกร็ดที่จะต้องไปทำธุระด้วยเรือ การทำบุญทางน้ำจึงมีความหมายต่อชาวเกาะเกร็ดเป็นอย่างยิ่ง ประเพณีบางอย่างมีการปรับให้เข้ากับยุคสมัย เช่น ประเพณีแห่น้ำหวาน เปลี่ยนมาใช้น้ำหวานเฮลซ์บลูบอย (Hale's Blue Boy) แทนน้ำผึ้ง ซึ่งน้ำหวานเป็นของที่หาซื้อได้ง่ายตามท้องตลาด

จะเห็นได้ว่า การปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมของชาวมอญมีทั้งที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของชุมชน **ปัจจัยภายใน** เช่น ความไม่เข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นดั้งเดิม ทำให้ยากต่อการปฏิบัติและขาดความกล้าในการปฏิบัติตามวัฒนธรรม เช่น การแต่งกาย การใช้ภาษามอญ ซึ่งค่อย ๆ เลือนหายไปจากเกาะเกร็ด การที่องค์การบริหารส่วนตำบลมีการวางแผนพัฒนาโครงการต่าง ๆ ทำให้ท้องถิ่นเกิดความเจริญมีความสะดวกสบายในด้านต่าง ๆ วิถีชีวิตเก่า ๆ เดิม ๆ จึงหายไป ส่วน**ปัจจัยภายนอก** ได้แก่ ความเจริญทางเทคโนโลยีที่เข้ามา เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ทำให้ชุมชนได้รับรู้ข่าวสารเรื่องราวต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว เกิดการเรียนรู้ ยอมรับและปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เข้ากับยุคสมัย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำผลการวิจัยไปใช้

1) ผลจากการศึกษาพบว่าชาวมอญเกาะเกร็ดสามารถสืบสานและธำรงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนไว้ได้หลายอย่าง สามารถสร้างและปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมของชาวมอญให้เป็นสินค้าจำหน่ายแก่

นักท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องข้าวแช่ ผู้เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ควรขยายความสำเร็จไปสู่อาหารชนิดอื่น ๆ โดยชูขึ้นมาเป็นจุดขายให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายเทียบเท่าข้าวแช่

2) จากการศึกษาข้อมูลของผู้ประกอบการงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาพบว่า การแบ่งงานกันทำจะทำให้งานสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย จึงควรใช้หลักการแบ่งงานกันทำมาช่วยให้การบริหารจัดการธุรกิจของชาวมอญในเกาะเกร็ดเติบโตอย่างต่อเนื่อง

3) ความเจริญในด้านการสื่อสาร และการคมนาคมที่สะดวกและรวดเร็ว ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับสังคมอื่นอย่างกว้างขวาง วัฒนธรรมบางอย่างของชาวมอญเกาะเกร็ดก็มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับความเจริญ จึงควรจะใช้การสื่อสารสมัยใหม่สร้างความรู้ความเข้าใจหรือกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักประเพณีของชาวมอญเกาะเกร็ดมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) การศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบว่าวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวมอญด้านอาหารการกิน งานหัตถกรรม ยังคงขายได้เป็นอย่างดี แต่ชาวมอญเกาะเกร็ดยังไม่ได้มีการสร้างลักษณะความเป็นมอญบางอย่างในบริบทของการท่องเที่ยว เช่น การแต่งกาย ซึ่งชาวบ้านไม่ได้แต่งกายในแบบที่ใช้สวมใส่เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวในชีวิตประจำวันของตน ซึ่งเคยมีการรณรงค์ส่งเสริมให้สวมใส่กันอยู่ช่วงระยะเวลาหนึ่ง แต่ก็ได้เลิกสวมใส่กันไป โดยไม่ทราบสาเหตุ งานวิจัยนี้ไม่ได้ศึกษาเชิงลึกในเรื่องการแต่งกายของชาวมอญ ดังนั้นการแต่งกายแบบมอญเป็นสิ่งที่น่าจะรื้อฟื้นกลับคืนมาหรือไม่ จึงน่าจะทำการวิจัยเกี่ยวกับการสร้างและรักษาอัตลักษณ์การแต่งกายของชาวมอญเกาะเกร็ดในเชิงของการท่องเที่ยว

2) หลักสำคัญของการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเกาะเกร็ดให้เติบโตอย่างยั่งยืน คือ การรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม และการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งจะต้องอาศัยความร่วมมือกันจากทุกภาคส่วนทั้งคนในชุมชน ภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรอิสระ ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวอาจเกิดผลกระทบบางอย่างดังนั้นจึงควรทำการศึกษาด้านการวางแผนการใช้พื้นที่ การประเมินผลกระทบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเกาะเกร็ด

Reference

Bywater, M. (1993). “The Market for Cultural Tourism in Europe.” *Travel and Tourism Analyst*, 6, 30-46.

Chai Pothisita. (2009). *Science and Art of Qualitative Research*. 4th ed., Bangkok: Amarin Printing & Publishing Public Company Limited.

Cohen, E. (1988). “Authenticity and Commoditization in Tourism.” *Annals of Tourism Research* 15(3): 371-386.

Department of Tourism. (2013). *Guide to quality assessment of cultural sites*. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports.

Ed Pirom. (2005). *Koh Kret*. 2nd ed., Nonthaburi: Screen Printing Co., Ltd.

Kanchana Saen Limsuwan and Saranya Saeng Limsuwan. (2012). "Sustainable Heritage Tourism." *Journal of Management*. 32(4): 139-146.

MacCannell, D. (1973). "Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings." *American Journal of Sociology*. 79(3): 589-603.

_____ . (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. London: Macmillan.

Meethan, K. (2001). *Tourism in Global Society: Place, Culture, Consumption*. Hampshire: Palgrave.

Paradee Yasothornsrikul. (2011). "Tourism and Commoditization." *University of the thai Chamber of Commerce Journal*. 31(4): 136-148.

Phisan Boonrung. (2010). *Pakkred Stories Uncovered*. Modification # 1. Nonthaburi: The Office of Documentation and Information, Sukhothai Thammathirat Open University.

Pitak Noywangklang. (2005). *The process of doing culture as a tourism product in the Northeast*. Office National Cultural Commission, Ministry of Culture.

Prathom Hongsuwan. (2012). Editorial "When the e-san culture...becomes a commodity" In *Newsletters Isan Institute of Art and Culture Mahasarakrm University*. 1(3) March – April 2012, 2.

Ranee Esichaikul. (2014). *Niche Tourism Management*. Nonthaburi: The Office of the University Press, Sukhothai Thammathirat Open University.

Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. CAB International, UK: Wallingford.

Shafritz, Jay M., J. Steven Ott. (2001). "Of the Division of Labour." *Classics of Organization Theory*. 5thed., USA: Thomson Learning.

Sudjai Kaewwaew. (2008). A Comparison of the Songkran Tradition of the Mon Community at Jedrew Sub-District, Ban Phaeo District, Samul Sakhon and the Mon Community at Ko Kret Sub-District, Pak Kret District, Nonthaburi. *A thesis for the Degree of Master of Arts in Thai Studies, School of Liberal Arts*, Sukhothai Thammathirat Open University.

Suphat Chantavanich. (1996). *Qualitative Research Methodology*. 6thed., Bangkok: Chulalongkorn University Press.

Surichai Wankeaw. (2009). *Contemporary art and culture on diversity and confusion*. Bangkok: Asian Institute Study Chulalongkorn University.

The local office at Koh Kret. (2016). *A briefing document of the local office at Koh Kret, Amphoe Pak kret, Nonthaburi Province*. Copy-book binding.

Timothy, Dallebn J. (2011). *Cultural Heritage Tourism: An Introduction*. Bristol: Channel View Publications.



Chatchapon Songsoonthornwong received his Master's degree in Environmental Science from Kasetsart University, Ph.D. Students (Management) Faculty of Management Science, Silpakorn University, He is currently an Assistant Professor of the School of Management Science at Sukhothai Thammathirat Open University.



Associate Professor Pitak Siriwong, Ph.D., He received his Doctoral degree (Ph.D.) in Development Education from Srinakharinwirot University. He is currently the Dr. of the Faculty of Management Science and Acting Vice President for Student Affairs at Silpakorn University.