

การรับรู้เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม ที่มีผลต่อการตระหนักรู้ในผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคม และวัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย

พิมลวรรณ พันธุ์วัน และโสภณทิพย์ สุนทรยาธร
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม มีผลต่อการตระหนักรู้ในผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย กลุ่มตัวอย่าง คือ ชาวไทยเชื้อสายมอญอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเกาะเกร็ดจำนวน 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา โดยทำการเก็บแบบสอบถามบริเวณแหล่งชุมชนชาวมอญในบริเวณเกาะเกร็ด ดังต่อไปนี้ บริเวณวัดของชุมชนมอญ ได้แก่ วัดปรมย์ยิกาวาสวรวิหาร วัดเสาธงทอง วัดไผ่ล้อม วัดฉิมพลีสุทธาวาส และบริเวณตลาดของชุมชนสถานที่ละ 80 ชุด ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างค่าคำถามกับวัตถุประสงค์ พบว่าค่าที่ได้คือ 0.91 และค่าความเที่ยงของแบบสอบถามที่ได้คือ 0.89 เก็บข้อมูลในวันจันทร์-ศุกร์ วันละ 10 ชุด และวันเสาร์และอาทิตย์ วันละ 15 ชุด รวมทั้งสิ้น 5 สัปดาห์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05

ผลการวิจัย เมื่อทดสอบสมมติฐานพบว่า การรับรู้ด้านเอกลักษณ์และด้านอัตลักษณ์ ส่งผลต่อการตระหนักรู้ในผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการรับรู้ด้านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมไม่ส่งผลต่อการตระหนักรู้ในผลกระทบทางการท่องเที่ยว ด้านสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย

สรุปผลการวิจัย การรับรู้ด้านเอกลักษณ์และด้านอัตลักษณ์ ส่งผลต่อการตระหนักรู้ในผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย

คำสำคัญ: เอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ / สัญลักษณ์ / วัฒนธรรมคนมอญ/ ผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรม

PERCEPTION OF CULTURAL IDENTITY, UNIQUENESS AND SYMBOL AFFECTING THE MON'S AWARENESS TOWARDS SOCIO-CULTURAL IMPACTS OF TOURISM IN KO KRET, THAILAND

Pimonwun Phunwoon and Somruthai Soontayatraton

Faculty of Sports Science, Chulalongkorn University

Abstract

Purpose The purpose of this research was to study perception of cultural identity, uniqueness and symbol affecting the Mon's awareness towards socio-cultural impacts of tourism in Ko Kret, Thailand.

Methods The samples used in this study were 400 Thai-Mon aged from 20 year's old living in Ko Kret. This research adopted a quota sampling technique and conducted questionnaires in the following areas: Phamai Yikawas Worawihan Temple, Sao Thong Thong Temple, Phai Lom Temple, Chimphli Sutthawat Temple and the market area (80 questionnaires for each area). Questionnaires were a main method to collect data with IOC of 0.91 and coefficient alpha equal of 0.89. The data were conducted through 10 questionnaires each day from Monday to Friday and 15 questionnaires each day on the weekend, 5 weeks in total. Data were analysed by frequency, percentage,

mean, standard deviation and Multiple Linear Regression testing the hypothesis of this research with statistical significance at 0.05.

Results Hypothesis testing showed that the perception of cultural identity and uniqueness had significantly affected the Mon's awareness towards socio-cultural impacts of tourism in Ko Kret, Thailand at statistical level of 0.05. Contrastingly, the perception of symbol had not affected the Mon's awareness towards socio-cultural impacts of tourism in Ko Kret, Thailand.

Conclusion The perception of cultural identity and uniqueness had significantly affected the Mon's awareness towards socio-cultural impacts of tourism in Ko Kret, Thailand at statistical level of 0.05.

Keywords: Cultural identity/ Uniqueness/ Symbol/ Mon's culture/ Socio-cultural impacts of tourism

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ทำให้เกิดการพัฒนแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ขึ้นมากมาย ผลที่ตามมาจากการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น อาจจะมีทั้งคุณและโทษ เนื่องจากนักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวและเจ้าถิ่นได้เผชิญหน้ากัน มีการพูดจาสนทนาและรู้จักกัน เกิดการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง การปกครองและสิ่งแวดล้อม โดยผู้ที่จะได้รับผลกระทบโดยตรง คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ (Sawasdiyakorn, 1977) ซึ่งผลกระทบจากกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยทั่วไป มักจะมองถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นโดยทันที เช่น ผลกระทบด้านบวก ได้แก่ การเพิ่มรายได้ การสร้างงาน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ฯลฯ ทั้งที่ผลกระทบด้านลบก็มีอยู่ไม่น้อยโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบทางด้านสังคม วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน เช่น การสูญเสียความเป็นเอกลักษณ์และวิถีชีวิตชุมชน การจรรยาบรรณ หรือประเพณีท้องถิ่นดั้งเดิมเลือนหายไป ฯลฯ ซึ่งถือเป็นผลกระทบการท่องเที่ยวด้านสังคมวัฒนธรรม เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจทางการท่องเที่ยวนี้ ส่งผลให้สังคมวัฒนธรรมของชุมชนเปลี่ยนแปลงไป ชุมชนมีรายได้และกำลังซื้อที่มากขึ้น การรับรู้ข่าวสารและการหลั่งไหลของวัฒนธรรมต่างถิ่นที่เข้ามา ซึ่งสามารถก่อให้เกิดผลกระทบได้ทั้งทางบวกและทางลบ ทั้งในด้านการให้คุณค่าของบุคคลและสังคม ด้านพฤติกรรมของบุคคล ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในครอบครัว และสังคม ด้านแบบแผนการดำเนินชีวิตและวิถีชีวิต ด้านศีลธรรม จริยธรรมและคุณธรรม ด้านความปลอดภัย และด้านจารีตประเพณี รวมถึงการเปลี่ยนแปลงด้านองค์ประกอบของชุมชน (Silpakorn University, 2009)

การรับรู้ของชุมชนนั้นเปรียบได้กับการรับรู้ทางสังคม ซึ่งเป็นกระบวนการที่จะต้องรู้จักและเข้าใจบุคคลที่อยู่รอบตัวเรา หรือปรากฏการณ์ในสังคมนั้นๆ เพื่อที่จะเข้าใจบุคคลและสังคมของตนเอง (Srisongkarm, Thepprasit, and Pojpatthanapol, 2006) การรับรู้ของชุมชนจึงมีส่วนเกี่ยวข้องและมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อทรัพยากรทางวัฒนธรรมของชุมชน เนื่องจากเป็นส่วนที่ส่งผลให้คนในชุมชนนั้นเกิดความรู้สึกรับรู้ เข้าใจ ตระหนักและวางแผนในทรัพยากรทางวัฒนธรรมของตนเอง อันได้แก่ เอกลักษณ์ อัตลักษณ์และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะถิ่นที่สร้างความเจริญอกงามให้แก่สังคมและชุมชน สามารถสร้างความรู้สึกเป็นพวกพ้องเดียวกันของคนในพื้นที่ จนกลายเป็นลักษณะเฉพาะร่วมกันของชุมชน ไม่ว่าจะเป็น เชื้อชาติ ศาสนา ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่น ฯลฯ ที่ได้แสดงตนให้คนภายนอกได้รับรู้และเข้าใจ โดยที่อัตลักษณ์นั้นเป็นทั้งลักษณะเด่น เป็นจุดขายและเป็นสัญลักษณ์หนึ่งที่ใช้แสดงตนให้เห็นถึงแนวทางที่เรามีอัตลักษณ์ร่วมกับบุคคลบางคนและแยกแยะตัวเราให้ต่างจากกลุ่มคน/สังคมอื่นๆ (Treesawat, 2012) ดังนั้นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมเหล่านี้ จึงเปรียบเสมือนจุดเด่นและเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ที่ก่อให้เกิดการเดินทางของนักท่องเที่ยว เพื่อเข้ามาเยี่ยมชมและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งอาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมและเกิดผลกระทบทางการท่องเที่ยวตามมาในที่สุด

การตระหนักของคนในชุมชนจึงเป็นปัจจัยสำคัญ ที่ช่วยลดผลกระทบด้านลบทางการท่องเที่ยว ซึ่งการตระหนักนั้น เป็นความรู้สึกที่ประจักษ์ชัด รู้ชัดเจน มีความสำนึกต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นต่อตนเอง กลุ่มคน/สังคม และเข้าใจต่อสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมรอบตัว การตระหนักจึงอาจเป็นสิ่งที่สร้างความกังวล

หรือความชื่นชม เพื่อก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคล กลุ่มคน/สังคม ในภายหลัง (Marpraneet and Marpraneet, 2010) ทั้งนี้ การตระหนักของชุมชนท้องถิ่นต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวที่อาจเกิดขึ้น อันสืบเนื่องมาจาก การรับรู้ของชุมชนนั้น จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและแนวคิดในการมองเห็นคุณค่าของทรัพยากร รวมถึงการพร้อมรับมือกับปัญหาทางสังคมวัฒนธรรมที่ทุกคนต้องรับผิดชอบร่วมกัน เพื่อสร้างจิตสำนึกให้ทุกคนในชุมชนเข้าใจ มีความรักและหวงแหนในทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนเอง

ปัจจุบันเกาะเกร็ดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นด้วยเอกลักษณ์ อัตลักษณ์และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวมอญที่มีมาแต่อดีต ซึ่งเป็นชนชาติที่มีประวัติศาสตร์มายาวนาน มีภาษาและวัฒนธรรมเป็นของตนเอง ทั้งเลื่อมใสในพระพุทธศาสนาอย่างเคร่งครัด ชาวมอญมีลักษณะชอบเข้าวัดทำบุญ เกาะเกร็ดจึงเต็มไปด้วยวัดวาอาราม มีสถาปัตยกรรมงดงามเป็นเอกลักษณ์ แม้จะได้อพยพเข้ามาอยู่ในประเทศไทยมานานหลายร้อยปีแล้ว แต่ยังคงมีการสืบสานวัฒนธรรมมอญอย่างต่อเนื่อง ทำให้ปัจจุบันชาวไทยเชื้อสายมอญที่เกาะเกร็ด ยังคงรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีมอญเอาไว้อย่างเหนียวแน่น จากการที่ชุมชนเกาะเกร็ดมีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ที่โดดเด่นนี้เอง ทำให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ซึ่งแตกต่างจากในอดีตที่อาจส่งผลให้ชุมชนได้รับผลกระทบต่อวิถีชีวิต เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรมภายในชุมชน รวมทั้งกระแสการพัฒนาจากภายนอกที่เกิดจากการผสมผสานและการปรับตัว ให้เข้ากับสภาพเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งหากคนในชุมชนมีการรับรู้ต่อเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเอง อันเป็นสิ่งที่

โดดเด่นและถือเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวของชุมชน ก็อาจทำให้เกิดความเข้าใจและหวงแหนในทรัพยากรของตนเอง อันจะก่อให้เกิดการตระหนักรู้ต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคม วัฒนธรรมที่อาจเกิดขึ้นตามมา ส่งผลให้คนในชุมชนได้เกิดจิตสำนึกในการช่วยกันอนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาการรับรู้เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม มีผลต่อการตระหนักรู้ในผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคม วัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ ในพื้นที่เกาะเกร็ด ประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการรับรู้เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม มีผลต่อการตระหนักรู้ในผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย

สมมติฐานของการวิจัย

การรับรู้เอกลักษณ์ อัตลักษณ์และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม มีผลต่อการตระหนักรู้ในผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมวัฒนธรรม

Chatchakun (2011) ได้กล่าวถึง ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมที่ประกอบไปด้วยปัจจัยสามประการ ได้แก่ การเดินทาง การพักค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน โดยเป็นการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่ง นับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทาง นอกจากนั้นแล้ว

Wanthanom (2009) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นเวลาชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ในการพักผ่อน เที่ยวชม เพลิดเพลิน หรือวัตถุประสงค์ใดก็ตามที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพ ดังนั้นการท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากที่พักอาศัยของตนเองไปยังสถานที่อื่นด้วยความสมัครใจของตนเอง เพื่อเป็นการทำกิจกรรมพักผ่อน พักค้างชั่วคราว เยี่ยมญาติ หรือวัตถุประสงค์อื่นใดที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือแสวงหารายได้โดยเด็ดขาด และเมื่อมีการพัฒนาการท่องเที่ยวเกิดขึ้นในชุมชนท้องถิ่น จะทำให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และก่อผลกระทบโดยตรงต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งด้านผลบวกและผลลบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (Jittungwattana and Wongpantanan, 2014) ซึ่งผลกระทบด้านสังคมวัฒนธรรมเป็นผลกระทบด้านหนึ่งที่มีความสำคัญต่อชุมชนท้องถิ่นเป็นอย่างมากเนื่องจากผู้ได้รับผลกระทบโดยตรงคือคนในชุมชนทำให้ส่งผลต่อปัญหาสังคมตามมา ไม่ว่าจะเป็นส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของคนที่ย้ายอยู่ในพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยว ความภาคภูมิใจของคนในชุมชน ความรู้สึกของคนในชุมชน รวมถึงคุณภาพชีวิตของแต่ละบุคคล (Sherwood, 2007)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม

การรับรู้เป็นกระบวนการที่บุคคลมีการเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้น โดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้งห้า ได้แก่ การได้เห็น ได้กลิ่น ได้ยิน ได้รสชาติ และได้รู้สึก เพื่อสร้างภาพที่มีความหมายออกมา (Schiffman and Kanuk, 2007) ในส่วนของเอกลักษณ์นั้น เป็นความต้องการของมนุษย์ที่จะไม่เหมือนคนอื่นและต้องการที่จะแตกต่าง ซึ่งก็แล้วแต่บุคคลในสังคมนั้นๆ ว่าต้องการมีความแตกต่างมากน้อยเพียงใด เช่น หากเป็นผู้หญิงไทย จะต้องมิกิริยามารยาทที่เรียบร้อย นุ่งห่มสไบ เวลาที่จะแสดงเอกลักษณ์

ความเป็นไทยให้คนต่างชาติดู ก็จะใช้สัญลักษณ์เช่น วัดพระแก้ว เรือสุพรรณหงส์ ลายผ้าไหมไทย อาหารไทย มวยไทย รถมอเตอร์ไซด์ เป็นต้น (Office of Art and Culture, 2004) ในทางกลับกัน อัตลักษณ์ชุมชน คือ ลักษณะเฉพาะถิ่นที่เกิดจากการสร้างความรู้สึกเป็นพวกเดียวกันของคนในพื้นที่นั้นๆ จนเกิดเป็นลักษณะเฉพาะร่วมกัน และแสดงให้เห็นภายนอกพื้นที่หรือนอกชุมชนรับรู้ลักษณะเฉพาะเหล่านั้น (Treesawat, 2012) นอกจากนั้นแล้ว สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมนั้นเป็นลักษณะนามธรรม ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ แต่เราสามารถรู้จักวัฒนธรรมผ่านสิ่งซึ่งสะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมได้ เช่น ความคิด ระเบียบ กฎเกณฑ์ และสัญลักษณ์ (Saraya, 2015)

สรุปได้ว่าเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยว หมายถึง ความเหมือนกันหรือสิ่งที่มีร่วมกันของชุมชน ซึ่งมีความแตกต่างจากชุมชนหรือสังคมอื่นๆ โดยปรากฏออกมาด้วยความโดดเด่นแก่ประชาชนทั่วไปให้ได้รับรู้ โดยงานวิจัยนี้ มีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาการรับรู้เอกลักษณ์ของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด เช่น การทำเครื่องปั้นดินเผา หรืออาหารพื้นเมือง รวมถึงวัฒนธรรม ประเพณีที่ได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ซึ่งมีลักษณะเฉพาะถิ่น เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวให้เดินทางไปเยี่ยมชม ส่วนอัตลักษณ์นั้นคือ สิ่งที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลในระดับร่วมของกลุ่ม ซึ่งแสดงออกถึงความเหมือนกันในสังคม เช่น เชื้อชาติ ศาสนา ภาษา วัฒนธรรม เพื่อบ่งบอกให้รู้ว่าเราเป็นใคร แตกต่างจากสังคมอื่นๆอย่างไร เช่นเดียวกับ อัตลักษณ์ชุมชน หมายถึง ลักษณะเฉพาะของบุคคล ชุมชน หรือสังคม ที่มีเหมือนกัน รวมถึงลักษณะสำคัญที่บ่งชี้ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชุมชนหรือสังคม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเป็นหนึ่งเดียวกัน และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม คือ สิ่งที่แสดงออกถึงความโดดเด่นทางวัฒนธรรม ซึ่งทุกคนมองดูแล้ว มีความคิดและเข้าใจไปในทางเดียวกันว่าเป็นสถานที่ใด ซึ่งในงานวิจัยนี้หมายถึง สัญลักษณ์ที่

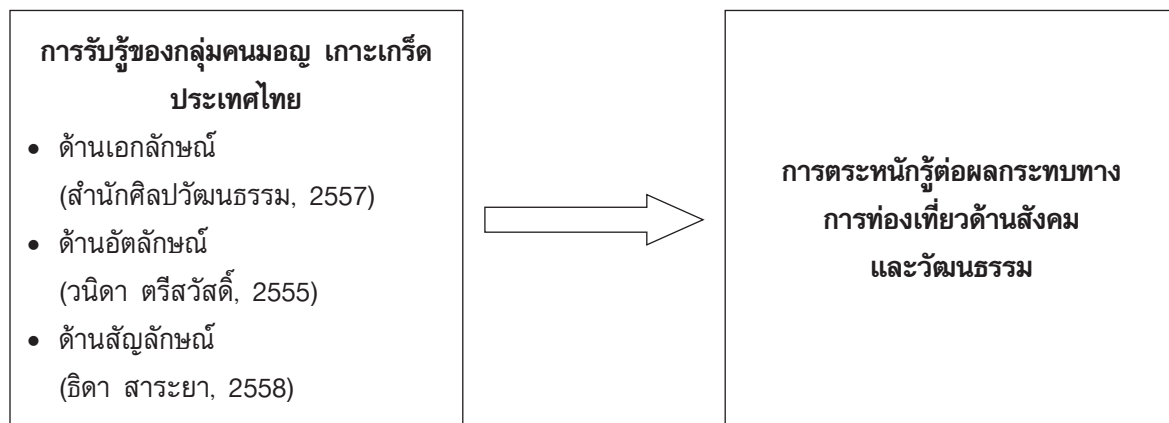
กำหนดเป็นรูปธรรม เป็นวัตถุ หรือโบราณสถาน วิถีชีวิตของคนในชุมชนที่แสดงออกถึงสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ทำให้ผู้คนได้รู้จัก

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตระหนักรู้

Arpavate และ Papattha (2011) กล่าวว่า ความตระหนัก หมายถึง การแสดงความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในอันเนื่องมาจากบุคคลเคยมีประสบการณ์ เคยรับรู้สถานการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น โดยอาศัยระยะเวลา ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่ส่งผลให้เกิดความตระหนักต่อสิ่งนั้นๆ ส่วน Marpraneet และ Marpraneet (2010) ได้สรุปความหมายของความตระหนัก หมายถึง การรับรู้และเกิดจิตสำนึกถึง

เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นต่อตนเองต่อกลุ่มคน หรือต่อสังคม อาจเป็นเหตุการณ์ที่สร้างความกังวลหรือความชื่นชม และในที่สุดอาจส่งผลถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคล กลุ่มคน หรือสังคมหรือไม่ก็ได้ ดังนั้นความหมายของการตระหนักรู้ ว่าหมายถึง ความรู้ตัว หรือความรู้สึกสำนึกในสิ่งต่างๆ ที่ได้ประสบพบเจอในสิ่งแวดล้อมที่อาศัย ซึ่งการตระหนักรู้จะแสดงให้บุคคลได้เข้าใจอย่างชัดเจนว่าสิ่งใดควรกระทำ สิ่งใดไม่ควรกระทำ หรือสิ่งใดผิด สิ่งใดถูก อย่างชัดเจน ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่บุคคลและสังคม การตระหนักรู้ จึงมีความลึกซึ้งมากกว่าการรับรู้ เนื่องจากการรับรู้เป็นเพียงความรู้สึกที่ได้รับรู้และตีความเพื่อให้เกิดความเข้าใจต่อสิ่งต่างๆ

กรอบแนวคิด



รูปที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และได้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รับรองเมื่อวันที่ 14 ธันวาคม 2561

กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ชาวไทยเชื้อสายมอญที่อาศัยอยู่ในเกาะเกร็ด มีจำนวนทั้งสิ้น 5,842 คน (Koh-Kred Subdistrict Administration Organization, 2010) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ชาวไทยเชื้อสายมอญอายุ 20 ปีขึ้นไป

ที่อาศัยอยู่ในเกาะเกร็ด การกำหนดกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยครั้งนี้โดยใช้การคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของยามาเน (Yamane, 1973) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 374 คน แต่เพื่อป้องกันการสูญหาย ผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน งานวิจัยชิ้นนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) ทำการเก็บแบบสอบถามบริเวณแหล่งชุมชนชาวมอญในบริเวณเกาะเกร็ด ดังต่อไปนี้ บริเวณวัดของชุมชนมอญ ได้แก่ วัดปรมย์ยิกาวาสวรวิหาร วัดเสาชงทอง วัดไผ่ล้อม วัดฉิมพลีสุทธาวาส และบริเวณตลาดของชุมชน เก็บจำนวน 5 สถานที่ สถานที่ละ 80 คน จนครบ 400 คน โดยมีคุณสมบัติดังนี้

1. เป็นชาวไทยเชื้อสายมอญที่อาศัยอยู่ในเกาะเกร็ด
2. มีอายุ 20 ปีขึ้นไป
3. มีความยินดีและเต็มใจในการตอบแบบสอบถาม
4. สามารถอ่านและเขียนภาษาไทยได้

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ และการตระหนักรู้ต่อผลกระทบทางการเมืองด้านสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย รวมทั้งข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เมื่อทำการสร้างแบบสอบถามเสร็จ นำแบบสอบถามดังกล่าวเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างค่าคำถามกับวัตถุประสงค์ พบว่าค่าที่ได้คือ 0.91 หลังการปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิก่อนนำไปทดลองใช้กับชาวไทยเชื้อสายมอญที่อาศัยอยู่ใน อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ จำนวน 30 คน โดยได้ค่าความเที่ยงของแบบสอบถามที่ได้คือ 0.89

ผู้วิจัยทำการคัดกรองคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามก่อนแจกแบบสอบถามและเก็บแบบสอบถามด้วยตัวเองจำนวน 400 ชุด กับชาวไทยเชื้อสายมอญอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเกาะเกร็ด บริเวณแหล่งชุมชนชาวมอญ ดังต่อไปนี้ บริเวณวัดของชุมชนมอญ ได้แก่ วัดปรมย์ยิกาวาสวรวิหาร วัดเสาชงทอง วัดไผ่ล้อม วัดฉิมพลีสุทธาวาส และบริเวณตลาดของชุมชน โดยจะเก็บข้อมูลจำนวน 5 สถานที่ สถานที่ละ 80 ชุด และใช้เวลาเก็บข้อมูลในวันจันทร์-ศุกร์ แจกแบบสอบถามจำนวน 10 ชุด/วัน แบ่งเป็น ช่วงเช้า 5 ชุด ช่วงบ่าย 5 ชุด และในวันเสาร์และอาทิตย์ แจกแบบสอบถามเป็นจำนวน 15 ชุด/วัน แบ่งเป็น ช่วงเช้า 8 ชุด ช่วงบ่าย 7 ชุด รวมทั้งสิ้น 5 สัปดาห์ จากนั้นรื้อแบบสอบถามกลับทันทีที่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้ว

การวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดทำข้อมูลในงานวิจัยโดยการประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้สถิติพื้นฐานได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติในการทดสอบสมมติฐาน ใช้ค่าสถิติสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05 โดยเกณฑ์การเลือกตอบและให้น้ำหนักคะแนนดังนี้

ระดับ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ระดับ 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ระดับ 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้นดังนี้ (Katsing, 1995) สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 แสดงว่าระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 แสดงว่าระดับเห็นด้วยเห็นน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 แสดงว่าระดับเห็นด้วยปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 แสดงว่าระดับเห็นด้วยมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 แสดงว่าระดับเห็นด้วยมากที่สุด

ผลการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้มีผลการวิจัยดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60 มีอายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 มีอาชีพหลักคือ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.75 และมีระยะเวลาการอยู่อาศัยมากกว่า 20 ปี จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย มีดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ด้านเอกลักษณ์ของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย

ด้านเอกลักษณ์ (n = 400)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการรับรู้
เมื่อนึกถึงชุมชนมอญ มักนึกถึงเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งเป็นสินค้าขึ้นชื่อของเกาะเกร็ด มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น โดยเฉพาะหม้อน้ำลายวิจิตร อันปรากฏบนตราประจำจังหวัดนนทบุรี	4.50	0.84	มากที่สุด
เครื่องปั้นดินเผาที่ปั้นโดยฝีมือชาวมอญมีลักษณะเฉพาะถิ่นไม่เหมือนเครื่องปั้นที่ใด โดยจะมีเนื้อสีแดงส้ม เผาโดยไม่มีการเคลือบน้ำยา แกะสลักและฉลุลายประณีตสวยงาม	4.42	0.82	มากที่สุด
อาหารขึ้นชื่อของกลุ่มคนมอญ จนเป็นเอกลักษณ์ของเกาะเกร็ด ได้แก่ ข้าวแช่ หมี่กรอบ ทอดมันหน่อกล้วย และขนมหวานโบราณ เช่น ทองเอก จ้ำมงกุฏ หันตรา	4.27	0.88	มากที่สุด
ประเพณีทำบุญสงกรานต์ของกลุ่มคนมอญที่เกาะเกร็ด มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใคร โดยมีประเพณีการแห่น้ำหวาน การแห่ข้าวแช่ การแห่หงส์ธิดะชาบ ตามความเชื่อของกลุ่มคนมอญ ในช่วงเทศกาลสงกรานต์	4.59	2.99	มากที่สุด
รวม	4.45	1.01	มากที่สุด

ตารางที่ 1 แสดงผลค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ด้านเอกลักษณ์ของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า คนไทยเชื้อสายมอญที่อาศัยอยู่ในเกาะเกร็ด มีการรับรู้ด้านเอกลักษณ์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.45$, S.D. = 1.01) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการรับรู้ด้านเอกลักษณ์อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 4 ข้อ คือ ประเพณีทำบุญสงกรานต์ของกลุ่มคนมอญที่เกาะเกร็ด มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใคร โดยมีประเพณีการแห่น้ำหวาน การแห่ข้าวแช่ การแห่หงส์ธงตะขาบ ตามความเชื่อของกลุ่มคนมอญ ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ ($\bar{x} = 4.59$, S.D. = 2.99) เมื่อนึกถึงชุมชนมอญ

มักนึกถึงเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งเป็นสินค้าขึ้นชื่อของเกาะเกร็ด มีผลกลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น โดยเฉพาะหมอน้ำลายวิจิตร อันปรากฏบนตราประจำจังหวัดนนทบุรี ($\bar{x} = 4.50$, S.D. = 0.84) เครื่องปั้นดินเผาที่ปั้นโดยฝีมือชาวมอญมีลักษณะเฉพาะถิ่นไม่เหมือนเครื่องปั้นที่ใด โดยจะมีเนื้อสีแดงส้ม เผาโดยไม่มีการเคลือบน้ำยา แกะสลักและฉลุลายประณีตสวยงาม ($\bar{x} = 4.42$, S.D. = 0.82) และอาหารขึ้นชื่อของกลุ่มคนมอญ จนเป็นเอกลักษณ์ของเกาะเกร็ด ได้แก่ ข้าวแช่ หมี่กรอบทอดมันหน่อกล้วย และขนมหวานโบราณ เช่น ทองเอกจำมงกุฏ หันตรา ($\bar{x} = 4.27$, S.D. = 0.89) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ด้านอัตลักษณ์ของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย

ด้านอัตลักษณ์ (n = 400)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการรับรู้
เชื้อชาติมอญเป็นลักษณะเฉพาะบ่งชี้แสดงถึงความเป็นมอญ	4.27	0.89	มากที่สุด
ภาษามอญแสดงถึงความเป็นตัวตนของกลุ่มคนมอญ	4.24	0.95	มากที่สุด
กลุ่มคนมอญมีความเลื่อมใสศรัทธาพระพุทธศาสนา มีการปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนาและทำบุญในวันสำคัญทางศาสนาเป็นประจำ	4.37	0.88	มากที่สุด
วัฒนธรรมมอญ เช่น ดนตรีปี่พาทย์ นาฏศิลป์ มีความเป็นลักษณะเฉพาะ โดยเฉพาะการรำมอญซึ่งถือเป็นนาฏศิลป์ที่มีความเก่าแก่ของคนมอญ และยังคงอนุรักษ์รักษาไว้	4.37	0.80	มากที่สุด
รวม	4.31	0.78	มากที่สุด

ตารางที่ 2 แสดงผลค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ด้านอัตลักษณ์ของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า คนไทยเชื้อสายมอญที่อาศัยอยู่ในเกาะเกร็ด มีการรับรู้ด้านอัตลักษณ์อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 4 ข้อ คือ กลุ่มคนมอญมีความเลื่อมใสศรัทธาพระพุทธศาสนา มีการปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนาและทำบุญในวันสำคัญทางศาสนาเป็นประจำ ($\bar{x} = 4.37$, S.D. = 0.88) วัฒนธรรม

โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการรับรู้ด้านอัตลักษณ์อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 4 ข้อ คือ กลุ่มคนมอญมีความเลื่อมใสศรัทธาพระพุทธศาสนา มีการปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนาและทำบุญในวันสำคัญทางศาสนาเป็นประจำ ($\bar{x} = 4.37$, S.D. = 0.88) วัฒนธรรม

มอญ เช่น ดนตรีปี่พาทย์ นาฏศิลป์ มีความเป็นลักษณะเฉพาะ โดยเฉพาะการรำมอญซึ่งถือเป็นนาฏศิลป์ที่มีความเก่าแก่ของคนมอญ และยังคงอนุรักษ์รักษาไว้ ($\bar{x} = 4.37$, S.D. = 0.80) เชื้อชาติมอญเป็นลักษณะ

เฉพาะบ่งชี้แสดงถึงความเป็นมอญ ($\bar{x} = 4.27$, S.D. = 0.89) และภาษามอญแสดงถึงความเป็นตัวตนของกลุ่มคนมอญ ($\bar{x} = 4.24$, S.D. = 0.95) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ด้านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย

ด้านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม (n = 400)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการรับรู้
พระเจดีย์มูเตาหรือเจดีย์เอียง เป็นโบราณสถานที่สำคัญ และเป็นสัญลักษณ์ของชุมชนมอญเกาะเกร็ด	4.76	0.57	มากที่สุด
วัดปรมย์ยิกาวาส เป็นวัดที่มีความสำคัญต่อชุมชนชาวมอญ เป็นศูนย์รวมจิตใจของกลุ่มคนมอญ และถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของเกาะเกร็ด	4.61	0.64	มากที่สุด
บ้านกวานอาม่าน (พิพิธภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา) เป็นศูนย์วัฒนธรรมพื้นบ้านของชาวมอญ จัดแสดงเครื่องปั้นดินเผาโมญลายโบราณที่เกิดจากฝีมือช่างปั้นโดยกลุ่มคนมอญในเกาะเกร็ด นับเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านเก่าแก่ที่สุดในจังหวัดนนทบุรี	4.08	0.95	มาก
รวม	4.48	0.60	มากที่สุด

ตารางที่ 3 แสดงผลค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ด้านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า คนไทยเชื้อสายมอญที่อาศัยอยู่ในเกาะเกร็ดมีการรับรู้ด้านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.48$, S.D. = 0.60) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการรับรู้ด้านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ คือ พระเจดีย์มูเตาหรือเจดีย์เอียง เป็นโบราณสถานที่สำคัญ และเป็นสัญลักษณ์ของชุมชนมอญเกาะเกร็ด ($\bar{x} = 4.76$, S.D.

= 0.57) วัดปรมย์ยิกาวาส เป็นวัดที่มีความสำคัญต่อชุมชนชาวมอญ เป็นศูนย์รวมจิตใจของกลุ่มคนมอญ และถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของเกาะเกร็ด ($\bar{x} = 4.61$, S.D. = 0.64) ตามลำดับ อยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ข้อ คือบ้านกวานอาม่าน (พิพิธภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา) เป็นศูนย์วัฒนธรรมพื้นบ้านของชาวมอญ จัดแสดงเครื่องปั้นดินเผาโมญลายโบราณที่เกิดจากฝีมือช่างปั้นโดยกลุ่มคนมอญในเกาะเกร็ด นับเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านเก่าแก่ที่สุดในจังหวัดนนทบุรี ($\bar{x} = 4.08$, S.D. = 0.95)

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตระหนักรู้ต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยว ด้านสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย

ผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรม (n = 400)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการตระหนักรู้
ผลกระทบทางบวก	4.21	0.74	มากที่สุด
ผลกระทบทางลบ	3.01	0.98	ปานกลาง
รวม	3.61	0.60	มาก

ตารางที่ 4 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตระหนักรู้ต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย โดยรวม ผลการวิจัยพบว่า คนไทยเชื้อสายมอญ ที่อาศัยอยู่ในเกาะเกร็ด มีการตระหนักรู้ต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรม โดยรวมทั้ง 2 ด้าน อยู่ในระดับมาก

($\bar{x} = 3.61$, S.D. = 0.6) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การตระหนักรู้ผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรมทางบวก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.21$, S.D. = 0.74) การตระหนักรู้ผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรมทางลบ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.01$, S.D. = 0.98)

ตารางที่ 5 แสดงผลทดสอบการรับรู้เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมมีผลต่อการตระหนักรู้ต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมวัฒนธรรม ของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย

การรับรู้	Beta	t	p
ด้านเอกลักษณ์	0.124	2.340	0.020*
ด้านอัตลักษณ์	0.433	7.082	0.000*
ด้านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม	- 0.71	- 1.270	0.205

$R^2 = 0.223$, F-Value = 37.948, n = 400

*p ≤ 0.05

จากตารางที่ 5 แสดงผลทดสอบสมมติฐานการรับรู้เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมมีผลต่อการตระหนักรู้ต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยว ด้านสังคมวัฒนธรรม ของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย โดยใช้สถิติสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ

(Multiple Linear Regression) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ (R^2) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระ คือ การรับรู้เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม ที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ การตระหนักรู้ต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรม

ของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย มีค่าเท่ากับ 0.223 และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ด้านเอกลักษณ์ และด้านอัตลักษณ์ ส่งผลต่อการตระหนักรู้ต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการรับรู้ด้านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมไม่ส่งผลต่อการตระหนักรู้ต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย

อภิปรายผลการวิจัย

เมื่อทดสอบปัจจัยด้านการรับรู้เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมมีผลต่อการตระหนักรู้ต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมวัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย พบว่า

การรับรู้ด้านเอกลักษณ์ มีผลต่อการตระหนักรู้ต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย เป็นเพราะว่า กลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ดนั้น มีการรับรู้เอกลักษณ์ของตนเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็น การรับรู้ถึงประเพณีทำบุญ สงกรานต์ของกลุ่มคนมอญ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ไม่เหมือนใคร โดยมีประเพณีการแห่น้ำหวาน การแห่ข้าวแช่ การแห่หงส์ลงตะขาบ ตามความเชื่อของกลุ่มคนมอญ ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ อันเกิดจากการสั่งสมของวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีมาเป็นเวลาช้านาน ซึ่งมีความแตกต่างออกไปจากสังคมอื่น ทั้งนี้ กลุ่มคนมอญเกาะเกร็ดยังให้ความสำคัญกับประเพณีสงกรานต์ในฐานะวันขึ้นปีใหม่ ซึ่งจะมีการทำบุญเฉลิมฉลองอย่างใหญ่โต และใช้ระยะเวลาในการจัดเทศกาลสงกรานต์เป็นระยะเวลาหลายวัน ตั้งแต่วันที่ 13 เดือนเมษายน ถึงเดือนพฤษภาคมของทุกปี ประกอบกับมีประเพณีที่หลากหลายเกิดขึ้นในช่วงเทศกาลสงกรานต์ รวมถึงมีการแสดงศิลปวัฒนธรรมประจำปีของแต่ละ

หมู่บ้าน ประเพณีสงกรานต์นี้จึงก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ และความสามัคคีในการจัดกิจกรรมร่วมกัน สอดคล้องกับ Songsoonthornwong และ Siri Wong (2017) ได้ศึกษาเรื่องการสร้างและการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมสู่การเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวของชาวมอญ เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า ประเพณีสงกรานต์ของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด เป็นกิจกรรมที่มีคุณค่าทางจิตใจ แสดงให้เห็นถึงการช่วยเหลือร่วมแรงร่วมใจกันทำให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันภายในชุมชน และยังคงธำรงรักษาไว้ไม่เปลี่ยนแปลงจากในอดีตมากนัก

การรับรู้ด้านอัตลักษณ์ มีผลต่อการตระหนักรู้ต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย เป็นเพราะว่า เชื้อชาติมอญ เป็นลักษณะที่บ่งชี้แสดงถึงความเป็นมอญ เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนาน มีอัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นโดยตนเอง ผ่านทางเชื้อชาติ ศาสนา ภาษา และวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงเรื่องราว ความเชื่อ เหตุการณ์ประวัติศาสตร์ต่างๆที่กลุ่มคนมอญมีส่วนร่วม และยึดถือปฏิบัติตามกันมาเป็นกฎเกณฑ์ เกิดเป็นวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตที่มีลักษณะเฉพาะ ซึ่งสอดคล้องกับ Yingnuek (2012) กล่าวว่าอัตลักษณ์คือคุณลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของบุคคล สังคม ชุมชน เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่น ศาสนา ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่เหมือนทั่วไปกับสังคมอื่นๆ ทั้งนี้ภาษามอญก็ได้แสดงถึงความเป็นตัวตนของกลุ่มคนมอญ เนื่องจากว่าภาษามอญ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่า กลุ่มคนมอญนั้นแตกต่างจากคนไทยหรือกลุ่มอื่นอย่างไร ในสมัยแรก ที่กลุ่มชาวมอญย้ายเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่ที่เกาะเกร็ดนั้น ยังสามารถรักษาเอกลักษณ์ทางภาษาเอาไว้ได้ เพราะอยู่รวมกันเป็นพวกเดียวกันสามารถใช้ภาษามอญในการสื่อสารแก่กัน และยังคงสอดคล้องกับ Treesawat (2012) กล่าวว่า อัตลักษณ์ชุมชนเป็นลักษณะที่เกิดจากการสร้าง

ความรู้สึกเป็นพวกเดียวกันของคนในพื้นที่นั้นๆ จนเกิดเป็นลักษณะเฉพาะร่วมกันและแสดงให้คนภายนอกพื้นที่รับรู้ลักษณะเฉพาะเหล่านั้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Piromvong (2009) ที่ได้ศึกษาอัตลักษณ์และการท่องเที่ยว : ศึกษากรณี ผู้ไทบ้านภู ตำบลบ้านเป้า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร พบว่าอัตลักษณ์ของผู้ไทบ้านภู คือการพูดภาษาผู้ไท ซึ่งมีการแสดงออกทางอัตลักษณ์ที่แตกต่างไปในแต่ละบริบทโดยพูดภาษาผู้ไทกับคนในหมู่บ้านเดียวกัน เมื่อมีคนจากที่อื่นหรือมีนักท่องเที่ยวเข้ามาจะไม่ได้พูดภาษาผู้ไทแต่ยังคงแสดงอัตลักษณ์ในความเป็นผู้ไท

การรับรู้ด้านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม ไม่ส่งผลกระทบต่อการตระหนักรู้ต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า พระเจดีย์มูเตาหรือเจดีย์เอียงเป็นโบราณสถานที่สำคัญ และเป็นสัญลักษณ์ของชุมชนมอญเกาะเกร็ด ได้แสดงออกถึงศิลปะมอญและสื่อความหมายให้แก่มุมมองนักท่องเที่ยวได้จดจำภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ดเป็นอย่างดี แต่ทั้งนี้ สถานที่ดังกล่าวอาจไม่ได้มีความสัมพันธ์ทางบริบทของตัวบุคคลต่อชุมชนชาวมอญ เหมือนกับทางด้านเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ ไม่ว่าจะเป็น ภาษามอญ วัฒนธรรมประเพณี และความเลื่อมใสศรัทธาในพระพุทธศาสนา ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่กลุ่มคนมอญเกาะเกร็ดนั้น แสดงออกมาจากแนวความคิด ความเชื่อ และสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีผ่านบรรพบุรุษของชาวมอญ ซึ่งถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ แต่เป็นสิ่งใกล้ตัวและปฏิบัติในชีวิตประจำวันอยู่อย่างสม่ำเสมอ จึงทำให้เกิดการรับรู้และส่งผลต่อการตระหนักรู้ที่จะอนุรักษ์ในเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของชุมชนให้ยังคงอยู่ แต่สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมนั้น ถึงแม้จะเป็นโบราณสถานที่จับต้องได้ แสดงออกถึงความโดดเด่นทางวัฒนธรรม แต่ก็เป็นเรื่องใกล้ตัวบุคคล และไม่ได้เกิด

ความสัมพันธ์ในด้านการปฏิบัติและสืบทอดวัฒนธรรมประเพณี จึงทำให้ไม่ส่งผลต่อการตระหนักรู้ต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับ Takulthongjaroen (2014) ที่ได้ศึกษาความตระหนักในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม กรณีศึกษา : หมู่บ้านศาลาแดงเหนือ เชียงรายน้อย ผลการวิจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ และมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ พบว่า มรดกทางวัฒนธรรม 2 ประเภทนี้มีหลักการปฏิบัติโดยยึดหลักพระพุทธศาสนาหรือเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทางศาสนาเป็นแกนกลางนำไปสู่การเชื่อมโยงระหว่างกันของสถานที่ (วัด) กับประเพณี กล่าวคือเมื่อมีการจัดกิจกรรมประเพณีต่างๆ มีพิธีกรรมหลักๆ จัดขึ้นที่วัดเป็นส่วนมาก และชาวบ้านศาลาแดงมีการดำเนินชีวิตตามหลักพระพุทธศาสนาอ้างอิงไว้ซึ่งประเพณีเก่าแก่ที่บรรพบุรุษกระทำสืบทอดกันมาควบคู่กับการให้ความสำคัญและดูแลศาสนสถานเป็นอย่างดี

สรุปผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-29 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท มีอาชีพหลักคือ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และมีระยะเวลาการอยู่อาศัยมากกว่า 20 ปี ซึ่งคนไทยเชื้อสายมอญที่อาศัยอยู่ในเกาะเกร็ด มีการรับรู้ด้านเอกลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.45$, S.D. = 1.01) มีการรับรู้ด้านอัตลักษณ์โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.31$, S.D. = 0.78) และมีการรับรู้ด้านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.48$, S.D. = 0.60) นอกจากนั้นแล้ว คนไทยเชื้อสายมอญที่อาศัยอยู่ในเกาะเกร็ด มีการตระหนักรู้ต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมทั้ง 2 ด้าน อยู่ใน

ระดับมาก ($\bar{x} = 3.61$, S.D. = 0.6) และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ด้านเอกลักษณ์ และด้านอัตลักษณ์ ส่งผลต่อการตระหนักรู้ต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการรับรู้ด้านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม ไม่ส่งผลต่อการตระหนักรู้ต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ด ประเทศไทย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ภาครัฐและผู้นำชุมชนควรร่วมมือกันในการวางแผนการเสริมสร้างความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากรให้แก่กลุ่มคนมอญ เกาะเกร็ดได้รับรู้ และสิ่งสำคัญคือเพื่อรักษาวัฒนธรรมประเพณีให้คงอยู่อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะการรับรู้ด้านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งภาครัฐควรจัดทำป้ายสื่อความหมายเพิ่มเติมให้กับสถานที่ต่างๆ บนเกาะเกร็ดอันเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม ว่ามีประวัติความเป็นมาอย่างไร มีความเกี่ยวข้องกับชุมชนมอญ เกาะเกร็ดอย่างไร เช่น เจดีย์เอียง วัดปรหมัยยิกาวาส วัดไผ่ล้อม วัดฉิมพลีสุทธาวาส เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่กลุ่มคนมอญรุ่นใหม่ๆ ได้รับรู้ถึงโบราณสถานต่างๆ ที่เกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ที่ยังคงอยู่ในปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

- Arpavate, W. and Papattha, C. (2011). *Awareness, Knowledge, Attitude, and Behavior on Global Warming of Residents in Bangkok Metropolitan Region*. Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon.
- Chatchakun, N. (2011). *Tourism Industry*. (3rd ed.). Bangkok: Chulalongkorn University.
- Jittungwattana, B. and Wongpantanan, P. (2014). *Tourism Service Psychology and Quality*. Nonthaburi: Fernkhalaung Printing and Publishing.
- Katsing, W. (1995). *Principles of Creation and Research Instruments Analysis*. Bangkok : Thai Watanapanich.
- Koh-Kred Subdistrict Administration Organization. (2010). *Koh-Kred Attraction*. (Online). Retrieved July 20, 2018, from Koh-Kred Subdistrict Administration Organization. From website:http://www.kohkredsao.go.th/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=39&Itemid=53
- Marpraneet, H. and Marpraneet, B. (2010). *Local leaders' participation in safeguarding the intangible cultural heritage*. Faculty of Social Science. Srinakharinwirot University. Bangkok.
- Office of Art and Culture, Bansomdejchaopraya Rajabhat University. (2004). Mon Koh-Kred Story: Cultural Communication. *Journal of Thithat Watthanatham*. 3, 63-64.
- Piromvong, P. (2009). *Identity and Tourism : A Case Study of PhuThai at BanPhu, Tambon Banpao, Amphor NongSong, Mukdahan*. Master's Thesis, Faculty of Political Science. Chulalongkorn University.
- Saraya, T. (2015). *Thai Civilization*. (7th ed.). Bangkok: Faculty of Arts, Chulalongkorn University.

- Sawasdiyakorn, C. (1977). *Principles and Methods of Social Research*. Bangkok: Suwannabhumi.
- Schiffman, L.G. and Kanuk, L.L. (2007). *Consumer behavior* (9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Sherwood, P. (2007). *A triple bottom line evaluation of the impact of special events: The development of indicators*. Doctoral Dissertation, Victoria University, Centre for Hospitality and Tourism Research
- Silpakorn University. (2009). *Sustainable Tourism Development*. Bangkok: Knowledge Network Institute Of Thailand.
- Songsoonthornwong, C. and Siriwong, P. (2017). *Creating and Commoditizing Mon Culture to be Tourism Product, Koh Kret, Nonthaburi Province*. Faculty of Management Science, Silpakorn University.
- Srisongkarn, W., Theprasit, P. and Pojpattanapol, R. (2006). *General Psychology*. Bangkok: Triple Group.
- Takulthongjaroen, P. (2014). *The Awareness of Cultural Heritage Conservation Through the Participatory Process: A Case Study of Saladaeng Nue Village, Chiang Rak Noi*. Master's Thesis, Faculty of Interior Architecture. Bangkok University.
- Treesawat, W. (2012). Community Management: Social Identity and Culture. *Romphruek Journal*. 30(2), 20-21.
- Wanthanom, C. (2009). *Tourism Industry*. Bangkok: Samlada.
- Yamane, T. (1973) *Mathematics for economists: An elementary survey*. (2nd ed). New York: Prentice Hall.
- Yingnuek, S. (2012). *The similarities and differences of Uniqueness Identity*. (Online). Retrieved July 20, 2018. From website: <https://www.gotoknow.org/posts/450615>