



การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนแม่พระประจักษ์ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี



โดย
นางวรุณธร แฝงประเสริฐ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ ก แบบ ก 2

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2567

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนแม่พระประจักษ์ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัด
สุพรรณบุรี



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แผน ก แบบ ก 2
มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2567
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

CULTURAL TOURISM MANAGEMENT MAE PHRA PRAJAK COMMUNITY SONG
PHI NONG DISTRICT SUPHANBURI PROVINCE.



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Arts TOURISM, HOTEL AND EVENT MANAGEMENT

Academic Year 2024

Copyright of Silpakorn University

หัวข้อ	การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนแม่พระประจักษ์ อำเภอ สองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี
โดย	นางวรรณธร แ่งประเสริฐ
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แผน ก แบบ ก 2
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิตศักดิ์ พุฒจรรย์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

.....คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วันชัย สุธะนันท์)

พิจารณาเห็นชอบโดย

.....ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนภักดิ์ สังข์เฉย)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิตศักดิ์ พุฒจรรย์)

.....ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิมพ์ลักษณ์ พงศกรรังศิลป์)

651220018 : การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แผน ก แบบ ก 2

คำสำคัญ : กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, ชุมชนแม่พระประจักษ์

นาง วรณธร แผงประเสริฐ: การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนแม่พระประจักษ์
อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิตศักดิ์ พุฒजर

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อวิเคราะห์สังคม วัฒนธรรมและบริบทชุมชนแม่พระประจักษ์ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี 2) เพื่อศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนแม่พระประจักษ์อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน สำหรับชุมชนแม่พระประจักษ์ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี ในการศึกษาครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้รูปแบบวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการศึกษาเอกสาร การสำรวจ การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม และการประชุมกลุ่มย่อย โดยวิเคราะห์เนื้อหาตามประเด็นต่าง ๆ

ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนแม่พระประจักษ์มีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่หลากหลายและมีคุณค่า ทั้งในรูปของโบราณสถาน โบราณวัตถุ ตลอดจนมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เช่น ศิลปะการแสดง ขนบธรรมเนียม ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นอันทรงคุณค่า แก่นสาระของงานวิจัยชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะประสบผลสำเร็จอย่างยั่งยืนได้ก็ต่อเมื่อชุมชนมีส่วนร่วมอย่างจริงจังในทุกกระบวนการ ตั้งแต่การกำหนดทิศทาง การวางแผนยุทธศาสตร์ การจัดกิจกรรม การบริหารจัดการรายได้ ตลอดจนการอนุรักษ์ทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ SWOT ระบุว่าจุดแข็งของชุมชนคือความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความเข้มแข็งของเครือข่ายศาสนา จุดอ่อนคือการขาดการจัดการเชิงระบบและช่องทางสื่อสารที่ชัดเจน แนวทางการพัฒนาที่เสนอ ได้แก่ การสร้างการรับรู้ร่วมกันของคนในชุมชน การบูรณาการภาคีเครือข่าย การส่งเสริมการตลาดสร้างสรรค์ และการสร้างความตระหนักรู้เรื่องคุณค่าของวัฒนธรรม

651220018 : Major TOURISM, HOTEL AND EVENT MANAGEMENT

Keyword : Tourism management, cultural tourism, Mae Phra Prajak community

MRS. Warunthorn PANGPRASERT : Cultural Tourism Management Mae Phra Prajak Community Song Phi Nong District Suphanburi Province. Thesis advisor : Jittasak Putjorn

This study aimed to 1) analyze the society, culture and context of Mae Phra Prajak Community, Song Phi Nong District, Suphan Buri Province, 2) study the potential of cultural tourism in Mae Phra Prajak Community, Song Phi Nong District, Suphan Buri Province, and 3) propose guidelines for the development of sustainable cultural tourism management for Mae Phra Prajak Community, Song Phi Nong District, Suphan Buri Province. This study was a qualitative research using participatory action research to collect data through document study, survey, in-depth interview, and focus group interview and focus group meeting by analyzing the content according to various issues.

The research findings revealed that Mae Phra Prachak Community possesses a rich and diverse range of cultural resources, including tangible assets such as historical sites and artifacts, as well as intangible cultural heritage, such as performing arts, customs, traditions, and indigenous knowledge. These elements reflect a unique and valuable local identity. The core insight of this study suggests that successful and sustainable cultural tourism development requires genuine community participation in all stages—from strategic planning, activity implementation, and revenue management to the conservation of cultural and environmental resources.

The SWOT analysis indicated that the community's strengths lie in its cultural diversity and the strength of its religious networks, while weaknesses include the lack of systematic management and effective communication channels. The proposed development strategies include fostering shared awareness within the community, integrating stakeholder networks, promoting creative marketing, and cultivating cultural value awareness.



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลือ และให้คำปรึกษาด้วยความเมตตาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตศักดิ์ พุฒจร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ผู้เป็นแบบอย่างที่ดีของผู้วิจัยได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ รวมทั้งยังเป็นพลังสนับสนุนให้ผู้วิจัยมีความมุ่งมั่นในการตั้งใจพัฒนางานวิจัยให้มีคุณภาพและสำเร็จสมตามปรารถนา ผู้สนับสนุนความสำเร็จ ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะในการพัฒนางานวิจัย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมายังโอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภุต สังข์เฉย ประธานกรรมการ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ที่ให้ความเมตตาและความอนุเคราะห์ในการให้ข้อเสนอแนะ และคำปรึกษาเพิ่มเติมกระบวนการพัฒนางานวิจัยให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนางานวิจัยฉบับนี้ ทั้งผู้ทรงคุณวุฒิในการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ผู้เชี่ยวชาญที่ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ และขอขอบคุณกลุ่มชุมชนแม่พระประจักษ์ทุกคนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในงานวิจัยเล่มนี้

ทั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลต้นตาล และคุณเรือนแก้ว สังขรัตน์ ที่ให้โอกาสผู้วิจัยในหลายมิติ ทั้งในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล การเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ อีกทั้งขอขอบพระคุณกลุ่มชุมชนแม่พระประจักษ์ ร่วมให้ข้อมูลในการสนทนากลุ่มที่เป็นสถานที่เก็บข้อมูลของผู้วิจัย จนสำเร็จเป็นเล่มสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัว ผู้ให้การสนับสนุนการศึกษาของผู้วิจัยตลอดมา อีกทั้งครูบาอาจารย์ผู้มีพระคุณทุกท่านที่คอยให้ความรู้ รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องผู้ที่คอยสนับสนุนในภาคส่วนต่างๆ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่าน ทุกส่วน เป็นอย่างสูง

วรุณธร แผงประเสริฐ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ซ
สารบัญ.....	ซ
รายการอ้างอิง	48
ประวัติผู้เขียน	50



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมสำคัญของเศรษฐกิจไทย สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย 2.99 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 18 ของ GDP ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และก่อให้เกิดการจ้างงาน 8.3 ล้านตำแหน่ง ในปี พ.ศ.2562 โดยระหว่างปี พ.ศ.2558 – 2562 รายได้จากการท่องเที่ยวขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5.6 ต่อปี อย่างไรก็ตามอัตราการใช้จ่ายต่อคนต่อวันลดลง รวมถึงระยะเวลาท่องเที่ยวต่อทริปลดลง ทำให้การท่องเที่ยวต้องเผชิญกับความท้าทายด้านความยั่งยืน รายได้จากการท่องเที่ยวร้อยละ 90 ยังกระจุกอยู่ในเมืองท่องเที่ยวหลัก โควิด-19 ตั้งแต่ปี พ.ศ.2563 ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวลดลงถึงร้อยละ 71 จากปี พ.ศ.2562 เหลือเพียง 0.79 ล้านล้านบาท ในปี พ.ศ.2563 ซึ่งมีแนวโน้มยังคงมีความไม่แน่นอน (คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566)

ศักยภาพของการท่องเที่ยวไทยยังมีข้อได้เปรียบจากประเทศคู่แข่ง ด้วยทำเลที่ตั้งที่เป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาค ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม และความมีอัยาศัยไมตรีของคนไทย ซึ่งการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องคำนึงปัจจัยเสี่ยงทั้งภายในและภายนอก ทั้งนี้หากชุมชนนำ 5F Soft Power มาจัดประเภทการท่องเที่ยวแล้ว พบว่าเทศกาล แฟชั่น อาหาร สามารถนำมาจัดในประเภทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึงการท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายหรือแรงจูงใจเพื่อชม ร่วมกิจกรรม ศึกษาหรือเรียนรู้วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ศิลปะแขนงต่างๆ มรดกภูมิปัญญา หรือเทศกาลประเพณีของท้องถิ่น เพื่อความเพลิดเพลิน หรือเพิ่มพูนทักษะส่วนบุคคลที่อาจแตกต่างกันไปแต่ละคนและแต่ละสถานที่ที่เยี่ยมชม ตามความสนใจของแต่ละบุคคล (ราณี อธิชัยกุล, 2557, น. 285)

จังหวัดสุพรรณบุรีได้พัฒนาเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวเพื่อสอดคล้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กระตุ้นท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้เป็นเมืองน่าเที่ยว เพื่อกระจายโอกาสเชิงพื้นที่และกระจายรายได้ให้กับท้องถิ่น จังหวัดสุพรรณบุรีมีความพร้อมในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการคมนาคมขนส่ง นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆได้สะดวก มีความอุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในชุมชนท้องถิ่น ถือได้ว่ามีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวด้วยความมีเอกลักษณ์ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีคุณค่าอันได้แก่ วิธีการดำเนินชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี โบราณสถาน ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะในศาสตร์ต่างๆ ที่แสดงถึงองค์ความรู้ที่สะสมอย่างยาวนานและความรุ่งเรืองในสมัยอดีตของคนยุคสมัยก่อน ชุมชนบ้านแม่พระประจักษ์ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นชุมชนที่มีวิถีชีวิตเชื้อสายญวน ที่ยังคงอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น ทั้งชุดประจำชาติพันธุ์ของไทย ญวน ผลิตภัณฑ์ OTOP จากภูมิปัญญาที่ส่งสืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษ ประเพณีแม่พระทางสายน้ำที่จัดสืบทอดกันมายาวนานกว่า 100 ปี (ธง คำเกิด และคณะ, 2563)

ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ชุมชนบ้านแม่พระประจักษ์ประกอบไปด้วยการวิเคราะห์สังคม วัฒนธรรมและบริบทชุมชน และศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ให้สอดคล้องต่อความต้องการของชุมชนและการรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต การวิจัยครั้งนี้เพื่อให้ได้หลักการแนวคิด และแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนแม่พระประจักษ์ ที่จะทำรายได้ให้แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยเพิ่มมากขึ้นในอนาคต ซึ่งถือว่าเป็นการกระตุ้นการพัฒนาความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ให้เห็นศักยภาพของนักท่องเที่ยวที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนได้ตลอดทั้งปี ให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวที่มีการพัฒนาคุณค่าด้วยกิจกรรมที่หลากหลายอย่างมีเอกลักษณ์และทำให้เกิดการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน มีความเข้าใจผูกพันเห็นคุณค่าของชุมชน และเกิดประโยชน์สามารถสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อวิเคราะห์สังคม วัฒนธรรมและบริบทชุมชนแม่พระประจักษ์ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี

1.2.2 เพื่อศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนแม่พระประจักษ์ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี

1.2.3 เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน สำหรับชุมชนแม่พระประจักษ์ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

เพื่อให้การดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของงานวิจัยไว้ ดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและทรัพยากรทางธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การศึกษาเกี่ยวกับการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในชุมชนแม่พระประจักษ์ ตำบลต้นตาล อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี

1.3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

ชุมชนแม่พระประจักษ์ ตำบลต้นตาล อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี

1.3.3 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มเป้าหมายในการศึกษานี้ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนแม่พระประจักษ์ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี และผู้ที่มีส่วนได้เสียส่วนเสีย

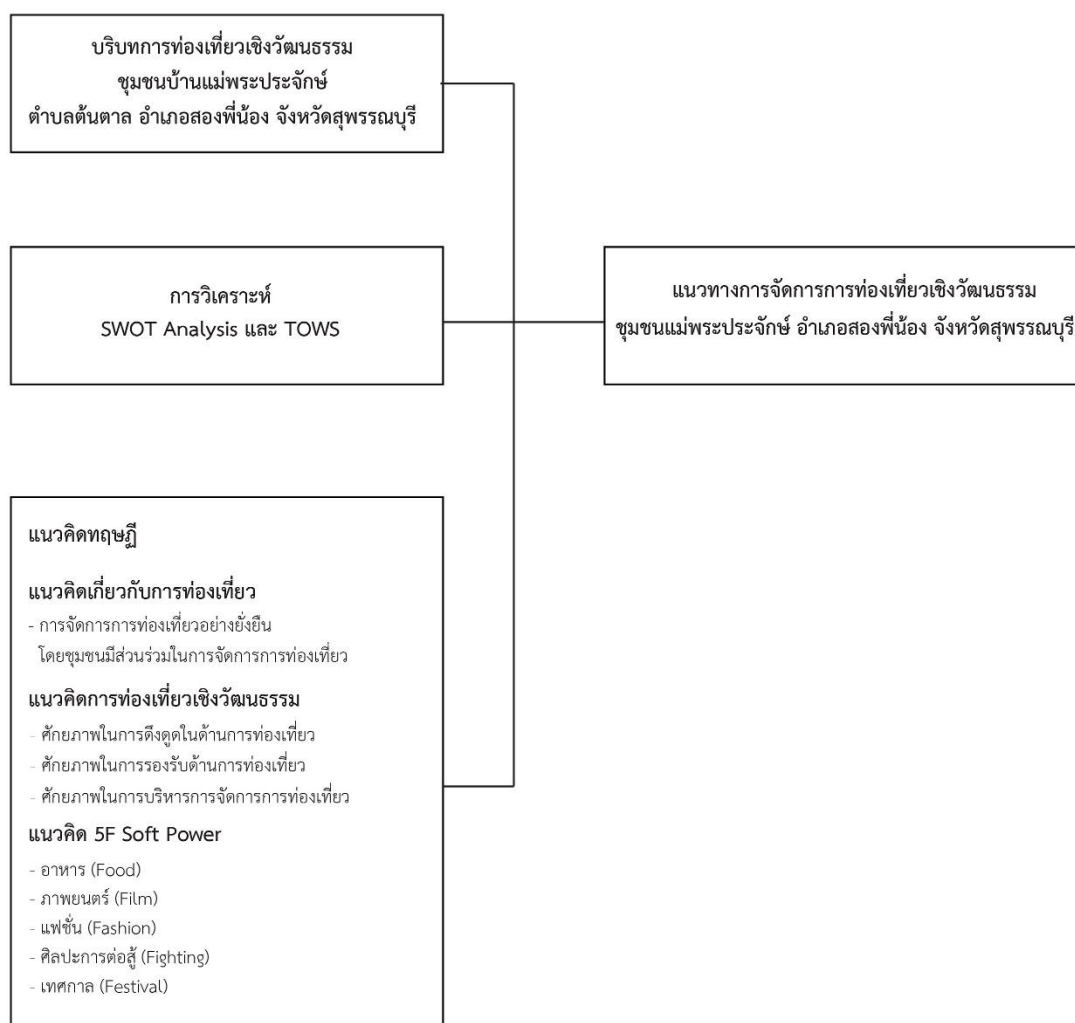
(Stakeholder) กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนแม่พระประจักษ์ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี ดังนี้

- 1) วิเคราะห์สังคม วัฒนธรรมและบริบทชุมชน ได้แก่ ประวัติ ลักษณะทางกายภาพ เศรษฐกิจและสังคม และสภาพปัญหา ของชุมชนแม่พระประจักษ์ในพื้นที่ตำบลต้นตาล อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี
- 2) ศึกษาศักยภาพชุมชนแม่พระประจักษ์ตำบลต้นตาล ที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน 3 ด้าน ประกอบด้วย ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว
- 3) แนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนแม่พระประจักษ์ ตำบลต้นตาล อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี

1.4 กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนแม่พระประจักษ์ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรีในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม เอกสาร และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงมากำหนดกรอบในการวิจัยไว้ดังนี้





ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การวางแผนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน การประกอบอาชีพ ภูมิปัญญาต่างๆ ที่เกิดการประดิษฐ์ คิดสร้างสรรค์ของสมาชิกในชุมชน รวมถึงการนำเสนอโบราณสถาน โบราณวัตถุ ที่เป็นเครื่องหมายบ่งชี้ของชุมชนแม่พระประจักษ์ ตำบลต้นตาล อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี

ศักยภาพเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การกำหนดมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมดังกล่าวข้างต้นทางผู้ศึกษาจึงได้กำหนดองค์ประกอบพื้นฐานสำหรับประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ 3 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว, ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว, ศักยภาพการบริหารจัดการ

ชุมชนแม่พระประจักษ์ หมายถึง ชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ตำบลต้นตาล อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี มีชาวบ้านส่วนใหญ่เป็นชาวคริสต์อพยพมาจากประเทศเวียดนามตั้งแต่ครั้งอาณาจักรแผ่นดินกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานีและสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้นเรียกว่า **“บ้านญวนสามเสน”** เพราะส่วนหนึ่งอพยพมาจากย่านสามเสนริมน้ำเจ้าพระยากรุงรัตนโกสินทร์แล้วมาตั้งบ้านเรือนริมน้ำคลองสองพี่น้องแล้วได้ร่วมกันสร้างโบสถ์คริสต์หรือวัดแม่พระประจักษ์มีโบสถ์เล็กๆ ประจำชุมชนติดริมน้ำคลองสองพี่น้อง

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทราบถึงสังคม วัฒนธรรมและบริบทในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนแม่พระประจักษ์ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี และสามารถนำมาเป็นกรณีศึกษาในการค้นคว้าหาแนวทางการพัฒนา ส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชน

1.6.2 ทราบถึงศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนแม่พระประจักษ์ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี และนำมาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการเพื่อพัฒนาให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและยั่งยืนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1.6.3 ทราบถึงแนวทางในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเป็นข้อมูลเชิงวิชาการของชุมชนแม่พระประจักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี และสามารถต่อยอดในชุมชนอื่นได้



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนแม่พระประจักษ์ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้ศึกษาวิจัยได้ดำเนินการสรุปแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

- 2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 2.1.2 ลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 2.1.3 องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 2.1.4 หลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 2.1.5 แนวคิดการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 2.1.6 ศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม

2.2 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- 2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2.2.2 หลักการสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2.2.3 ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2.2.4 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2.2.5 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2.2.6 การกำหนดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2.2.7 นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.3 แนวคิด Soft Power

- 2.3.1 ความหมายของ Soft Power
- 2.3.2 ศักยภาพของประเทศไทยด้าน Soft Power
- 2.3.3 นโยบาย Soft Power และการดำเนินการขับเคลื่อน
- 2.3.4 การส่งเสริม Soft Power กับการท่องเที่ยวไทย
- 2.3.5 แนวทางการส่งเสริม Soft Power กับการท่องเที่ยวไทย

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- 2.4.1 งานวิจัยในประเทศ
- 2.4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

2.1 แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็วในวงการอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว เป็นรูปแบบที่ถูกคาดหวังว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ช่วยเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวให้กับประเทศ ซึ่งเป็นการมุ่งเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และภาคประชาชนในการบริหารจัดการและสนับสนุน หรืออำนวยความสะดวกในการดำเนินการทุกขั้นตอน สำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนผู้เขียนหลายคนให้คำนิยามเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

ณัฐพัชร มณีโรจน์ (2560) กล่าวว่า การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม ซึ่งมีการกำหนดทิศทางโดยสมาชิกในชุมชน จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนเจ้าของแหล่ง มีบทบาทและเป็นเจ้าของสิทธิในการจัดการดูแล

สุดถนอม ตันเจริญ (2560) ให้คำนิยามการท่องเที่ยวโดยชุมชนไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่ใช้ทรัพยากรทางด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งประชาชนในชุมชนคือ ผู้ดูแลหรือเปรียบเสมือนเจ้าของของทรัพยากรนั้น มีการใช้อย่างยั่งยืนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งการท่องเที่ยวรูปแบบนี้เป็นการท่องเที่ยวที่สร้างความตระหนักถึงขีดจำกัดด้านทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน

นรารดี บัวขวัญ (2559) กล่าวว่า การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง การดำเนินงานด้านท่องเที่ยว ที่คำนึงถึง ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม โดยชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทางในการพัฒนาเพื่อชุมชนและชุมชน มีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน

Oka, Darmayanti, & Sonder (2021) ได้สรุปความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ รูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาพื้นที่อย่างยั่งยืน เนื่องจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกิดจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนและกำหนดทิศทางทางการท่องเที่ยว อันเป็นศูนย์กลางองค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมให้ประชาชนในชุมชนได้รับประโยชน์อย่างสูงสุด

Dangi & Petrick (2021) การท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ กระบวนการทำงานเพิ่มเติมของ “ชุมชน” โดยมีองค์ประกอบ 3 ประการได้แก่ 1) ชุมชนหรือพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ 2) ความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างผู้คน 3) การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมโดยมีวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน คือการพัฒนากระบวนการเศรษฐกิจท้องถิ่น เกิดการแบ่งปันผลประโยชน์ของทางสังคมอย่างเท่าเทียม เกิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมการอนุรักษ์วัฒนธรรมและมรดกในท้องถิ่น

กล่าวโดยสรุปความหมายของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่มีการนำทรัพยากรในชุมชนมาสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ ซึ่งมีประชาชนในชุมชนเป็นผู้ดูแล หรือเป็นเจ้าของทรัพยากรนั้นๆโดยกระบวนการมีส่วนร่วม

ของคนในชุมชน และการใช้สื่อสารผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างประสบการณ์ผ่านประสาทสัมผัสต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว และได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวร่วมกันอย่างเป็นธรรม

2.1.2 ลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

พจนานาสวนศรี (2546) กล่าวว่า สิ่งสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ ผลจากการดำเนินการท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลประโยชน์ตามมาทั้งทางตรงและทางอ้อมนั้นคือทางตรง ก่อให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้กับคนในชุมชน ในทางอ้อมก่อให้เกิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น และก่อให้เกิดการพัฒนาสาธารณประโยชน์ของชุมชน

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2550) กล่าวว่า ลักษณะการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวขนาดเล็ก ที่ให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของผู้คนในท้องถิ่น ในฐานะเจ้าของชุมชน มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและสถานที่ในพื้นที่สิ่งปลูกสร้าง ต้องยึดถือสอดคล้องกับท้องถิ่นเป็นพื้นฐาน และการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นต้องทำให้สิ่งสามัญธรรมดาเป็นสิ่งที่พิเศษสำหรับนักท่องเที่ยว

2.1.3 องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2554) ได้สรุปองค์ประกอบหลักของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีอยู่ 4 ด้านดังนี้

1) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม

1.1) ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และมีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน

1.2) ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

2) ด้านองค์กรชุมชน

2.1) ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน

2.2) มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้และทักษะในเรื่องต่างๆ หลากหลาย

2.3) ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา

3) ด้านการจัดการ

3.1) มีกฎ – กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม และการท่องเที่ยว

3.2) มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้

3.3) มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม

3.4) มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของชุมชนด้านการเรียนรู้

3.5) ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง

3.6) มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน

3.7) สร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมทั้งในส่วนของชาวบ้าน และผู้มาเยือน

4) ด้านการเรียนรู้

4.1) ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง

4.2) มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน

4.3) สร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน

2.1.4 หลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2554) ได้สรุปการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนมีหลักการดังนี้

- 1) ชุมชนเป็นเจ้าของ
- 2) ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ
- 3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง
- 4) ยกระดับคุณภาพชีวิต
- 5) มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม
- 6) คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
- 7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
- 8) เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
- 9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น
- 10) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน

การที่จะให้ชุมชนดำเนินการท่องเที่ยวตามหลักการดังกล่าวข้างต้นมีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อม และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็ต้องรณรงค์กับคนในสังคมให้เห็นความแตกต่างของการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการท่องเที่ยวทั่วไปกระตุ้นให้คนในสังคมเห็นความสำคัญ และเป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจ

การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้มาเยือนนอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มการรับรู้และความเข้าใจในบทบาทของชุมชนท้องถิ่นต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและเป็นการกำลังใจหรือสนับสนุนให้เกิดความต่อเนื่องในการทำงานอนุรักษ์ทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม

บริบทของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

สินธุ์ สโรบล (2547) ได้สรุปถึงบริบทการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในงานวิจัยการท่องเที่ยวโดยชุมชนในมิติของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนไว้ 7 ประการดังนี้

1) การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของพื้นที่แหล่งทรัพยากรอันหลากหลายของชุมชน การพิจารณาการใช้ประโยชน์ในประเด็นนี้ เป็นการเน้นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติเป็นหลัก มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นรวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่ ดังนั้นการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงตั้งอยู่บนฐานคิดที่เน้นให้เห็นถึงความสำคัญของการผสมผสาน จุดมุ่งหมายของการฟื้นฟูและอนุรักษ์สภาพแวดล้อม รวมทั้ง อัตลักษณ์และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ของชุมชนอันมีวิถีชีวิตและจารีตประเพณีแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังมีจุดมุ่งหมายให้คนในชุมชนรู้จักการสร้างสำนึกท้องถิ่นเร่งเร้าความภาคภูมิใจในความเป็นอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และวัฒนธรรมประเพณีของตน รวมทั้งสามารถให้คำอธิบายกับคนนอกหรือนักท่องเที่ยวได้รู้และเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ว่ามีความสวยงาม และมีคุณค่าอย่างไร ตลอดจนการสื่อให้เห็นพัฒนาการของวัฒนธรรมจารีตประเพณีทั้งนี้เพื่อให้คนในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน การเคารพต่อความเชื่อศักดิ์ศรีและสิทธิในการเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ วัฒนธรรมประเพณีและพิธีกรรมของชุมชน

2) การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของการบริหารจัดการโดยชุมชน การพิจารณาการใช้ประโยชน์ ในประเด็นนี้เน้นการจัดการท่องเที่ยวบนเงื่อนไขของการจัดการที่มีความรับผิดชอบที่จะช่วยกันลดผลกระทบต่องานแวดล้อม และสังคมทั้งนี้มุ่งให้มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรการจัดการสิ่งแวดล้อมการป้องกัน และกำจัดมลพิษ การจัดการสมรรถนะของการรองรับในระบบนิเวศ รวมทั้งการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต โดยเน้นภายใต้เงื่อนไขของความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนท้องถิ่นกับธรรมชาติในฐานะเป็นวิถีชีวิตที่เกื้อกูลในระบบนิเวศเดียวกัน ภายใต้หลักการที่ว่าคนที่ดูแลรักษาทรัพยากรย่อมสมควรได้รับประโยชน์จากการดูแลรักษา นั้น นอกจากนี้ยังเป็นการช่วยกันประชาสัมพันธ์และเสนอแนวคิดในการเคลื่อนไหวให้นักท่องเที่ยวได้เป็นผู้เข้าร่วมขบวนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ และการกระจายผลประโยชน์ที่เกื้อหนุนกันระหว่างการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวกับความต้องการพัฒนาของชุมชนท้องถิ่นให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น

3) การท่องเที่ยวโดยชุมชน ในบริบทของกระบวนการเรียนรู้ และกิจกรรมการท่องเที่ยวการพิจารณาการใช้ประโยชน์ประเด็นนี้เป็นการเน้นให้มีการสร้างระบบการท่องเที่ยว

ที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้ โดยมีกิจกรรมการให้การศึกษาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ ระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งการเรียนรู้ในวิถีชีวิตชนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรม อันหลากหลายตลอดจนความเป็นชาติพันธุ์อันเป็นการช่วยเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจและสร้างความตระหนักสร้างจิตสำนึกที่ถูกต้องให้กับนักท่องเที่ยวให้กับประชาชน ท้องถิ่นและผู้ประกอบการทั้งนี้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน อาจนำไปสู่การสร้างกระบวนการทางสังคม ที่ชุมชนท้องถิ่นมีความพยายามในการปรับตัว ภายใต้บริบทของสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่องรวมทั้งการสร้างดุลยภาพ ระหว่างการผลิตในภาคเกษตรกรรมกับการประกอบอาชีพของชาวบ้านที่เชื่อมโยงกับฐานทรัพยากรของชุมชน ตลอดจนการรวมตัวกันเพื่อต่อสู้การเอารัดเอาเปรียบของบริษัทนำเที่ยวจากภายนอก

4) การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อการจัดการตัวเอง การพิจารณาการใช้ประโยชน์จากการวิจัยการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านนี้เป็นการคำนึงถึงความสำคัญในการมีส่วนร่วมของชุมชน และประชาชนตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น และหมายความรวมถึงการกระจายรายได้การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทนโดยมีจุดหมายปลายทางในการกลับมาบำรุงดูแลรักษา และจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติชุมชนท้องถิ่นเองก็สามารถที่จะมีส่วนร่วมในการควบคุม การพัฒนามาตรฐาน และคุณภาพของการท่องเที่ยวของตนเองได้ โดยเริ่มต้นจากชุมชนระดับรากหญ้าจนถึงองค์กรปกครองท้องถิ่นและอาจรวมถึงการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียอีกด้วย

5) การท่องเที่ยวโดยชุมชนในฐานะกลไกการพัฒนาชุมชน การพิจารณาการใช้ประโยชน์ในบริบทนี้เป็นความพยายามจะชี้ให้เห็นถึงบทบาทของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว ต่อการเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กรชุมชนท้องถิ่น ควบคู่กับการอนุรักษ์ฟื้นฟูธรรมชาติอย่างยั่งยืน ดังนั้น การสนับสนุนโครงการวิจัยแบบนี้เป็นความพยายามที่จะชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนถือได้ว่าเป็น "เครื่องมือและกลไกของชุมชนท้องถิ่น" ในฐานะที่เป็นกระบวนการแสวงหาทางเลือก เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของวัฒนธรรมจารีตประเพณีอันหลากหลายของชุมชน และกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ โดยยังให้ความสำคัญต่อความพยายามในการอนุรักษ์ฟื้นฟูธรรมชาติแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่น นอกจากนี้การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความจำเป็นที่จะต้องมองให้เห็นถึงบริบทของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจ การเมือง และสภาพแวดล้อมธรรมชาติ ซึ่งสัมพันธ์กับเงื่อนไขภายนอกในระดับภาคและระดับมหภาค ที่สามารถเชื่อมโยงปรากฏการณ์ในท้องถิ่นกับเงื่อนไขภายนอก และยังช่วยชี้ให้เห็นทิศทางการพัฒนาประเทศที่มีผลต่อวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นอย่างชัดเจน

6) การท่องเที่ยวโดยชุมชนในฐานะของการสร้างมูลค่าเพิ่มของชุมชน การพิจารณาการใช้ประโยชน์ในบริบทนี้เป็นที่ย้อนกลับไปพิจารณาปัญหาของสังคมของชุมชน ซึ่งอาจพบว่าชุมชนท้องถิ่นหลายแห่งกำลังเผชิญหน้ากับปัญหาวิกฤตในด้านของความเสื่อมโทรมของธรรมชาติ และความยากจน ดังนั้น การพิจารณาประเด็นนี้จึงเป็นความพยายามที่จะชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชน

สามารถเป็นคำตอบส่วนหนึ่งในการแก้ปัญหาดังกล่าว โดยพิจารณาการท่องเที่ยวในฐานะของการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชนท้องถิ่นในรูปแบบต่าง ๆ เช่นหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กองทุนชุมชน การพัฒนาอาชีพ และฝีมือแรงงานหัตถกรรมพื้นบ้าน เกษตรปลอดภัยจากสารพิษรวมทั้งการพลิกฟื้นกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนในด้านการเชื่อมต่อภูมิปัญญาท้องถิ่น และการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของทางเลือกใหม่ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชนท้องถิ่นอย่างหลากหลาย

7) การท่องเที่ยวโดยชุมชนในฐานะของการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สภาพความเป็นจริงของการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวก็คือ การที่ภาคเอกชนบางแห่ง บางจังหวัดได้มีบทบาทเข้ามาผูกขาดธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งเน้นการสร้างรายได้และความเจริญเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียว และบางครั้งด้วยความไม่เข้าใจในเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมประเพณี ขนบธรรมเนียมและประวัติศาสตร์ ที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศในพื้นที่ การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวดังกล่าว ได้สร้างผลกระทบต่อการทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้งก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ อันเนื่องจากชุมชนท้องถิ่นขาดอำนาจในการจัดการท่องเที่ยวของตน ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะเข้ามากำหนดบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่นองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ให้เข้ามามีส่วนสำคัญร่วมกับภาคประชาชนในการจัดการและหารูปแบบของการท่องเที่ยว ในบริบทของชุมชนท้องถิ่น อันจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองในระดับล่าง รวมทั้งระบบการจัดการทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมธรรมชาติให้กับชุมชนท้องถิ่นอย่างมากขึ้น

2.1.5 แนวคิดการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ความหมายและความสำคัญของแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยชุมชนมีส่วนร่วม เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีบทบาท ในการศึกษาแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด ความร่วมมือ การตัดสินใจ การแก้ปัญหา และการวางแผนในการดำเนินการท่องเที่ยว

มณีนีรัตน์ อธิพันธุ์ (2562) การมีส่วนร่วมของชุมชนเกิดจากจิตใจของคนในชุมชนที่ต้องการเข้าร่วมในการดำเนินการท่องเที่ยว เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มคนที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตทางสังคม ซึ่งการเราให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมนั้น ผู้เข้าร่วมจะต้องมีความเข้าใจในวิถีการดำเนินชีวิต ค่านิยม ประเพณี และเกิดความสมัครใจเข้าร่วมกิจกรรมในท้ายสุด

วิศรดา สมเกียรติกุลและกมล เรืองเดช (2561) การมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนในทุกขั้นตอนตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ซึ่งผลที่ได้จากการมีส่วนร่วมคือชุมชนเกิดความตระหนัก และเกิดการรับผิดชอบต่อการท่องเที่ยวร่วมกัน

Wiyaboon (2019) การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นกระบวนการที่กลุ่มบุคคลรอบครัว หรือชุมชนพัฒนาตนเองภายใต้ขีดความสามารถของพื้นที่ เพื่อรับผลประโยชน์จากการดำเนินการของการท่องเที่ยว

ซึ่งเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการตัดสินใจไปจนถึงการประเมินผล อีกทั้งกระบวนการมีส่วนร่วมนี้สามารถให้ชุมชนเกิดความรักและหวงแหนท้องถิ่นของตนเอง

Thetsane (2019) การมีส่วนร่วมของชุมชน คือวิธีการศึกษาและพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น ผ่านกระบวนการตัดสินใจร่วมกันของคนในชุมชน เพื่อจัดการ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน สิ่งสำคัญที่สุดคือให้ชุมชนตัดสินใจรูปแบบ และหน้าที่ของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และสามารถควบคุมการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนได้อย่างเต็มที่

ดังนั้น การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือกระบวนการที่เปิดโอกาสให้คนในชุมชนที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดการการท่องเที่ยว ได้มีส่วนร่วมในการคิดร่วมกันวางแผนตัดสินใจ ดำเนินการ และมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ของการท่องเที่ยวร่วมกัน ซึ่งการมีส่วนร่วมนี้เป็นการสร้างความแข็งแกร่งให้กับคนในชุมชนสำหรับการพัฒนาและส่งเสริมท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

องค์ประกอบของการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นแนวทางการพัฒนาชุมชนที่สำคัญที่จะทำให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม และได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว ซึ่งจากการรวบรวมเอกสาร (กิตติภพ สุทนโต และคณะ, 2561; อรรวรรณ เกิดจันทร์, 2557; ณัฐพร ดอกบุญนาคและคณะ, 2556; พจนา สวนศรี, 2546; Tosun, 2006) พบว่า การมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ดีและประสบผลสำเร็จ จะต้องมียุทธศาสตร์ 5 องค์ประกอบดังนี้

1) ชุมชนต้องวางแผนและตัดสินใจร่วมกัน คนในชุมชนจะต้องมีการพูดคุย วางแผน เพื่อค้นหาทรัพยากรและอัตลักษณ์ของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน เมื่อค้นหาทรัพยากรและอัตลักษณ์ของชุมชนได้แล้ว ต้องร่วมกันตัดสินใจเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวในชุมชนที่ชัดเจน อีกทั้งชุมชนต้องเตรียมความพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ สำหรับรองรับนักท่องเที่ยว ร่วมกันประชุมวางแผนการพัฒนาให้กับหน่วยงานในท้องถิ่นและหน่วยงานในท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบ เพื่อขอร่วมมือกันพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ ที่เป็นการรับฟังข้อเสนอแนะจากสมาชิกในชุมชน เช่น การระดมสมอง (Brain storming) การจัดกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) การยกมือเสนอข้อคิดเห็นโดยมีผู้นำชุมชนเป็นประธาน เป็นต้น

2) ชุมชนต้องร่วมกันดำเนินการตามแผน เมื่อชุมชนมีแผนและตัดสินใจร่วมกันในการจัดการท่องเที่ยว แล้วสมาชิกที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันดำเนินการตามแผนที่วางไว้ เพื่อให้แผนบรรลุเป้าหมายของชุมชน ตามหน้าที่และความสามารถที่ได้รับมอบหมาย อาทิ กฎและระเบียบในการให้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน เป็นต้น

3) ชุมชนต้องได้รับประโยชน์ร่วมกัน การดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชน มักจะมีผลประโยชน์ที่เน้นรายได้ทางตรงและทางอ้อม รวมไปถึงที่เป็นคุณค่าทางจิตใจ ฉะนั้นคนในชุมชน

จะต้องได้รับสิทธิประโยชน์ร่วมกัน จะเป็นทางใดทางหนึ่ง หรือทั้งหมดที่เกิดจากการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

4) ชุมชนต้องสามารถติดตาม ประเมินผลและตรวจสอบได้ เมื่อการท่องเที่ยวได้มีการดำเนินการมาแล้ว ชุมชนจะต้องทำการติดตามและประเมินผล เพื่อปรับปรุงและแก้ไขในสิ่งที่บกพร่องร่วมกัน ไม่ใช่แค่คนใดคนหนึ่งในชุมชน แต่จะต้องร่วมกันแก้ไข ทั้งตรวจสอบการจัดการทุกอย่างได้โดยชุมชนเอง โดยปราศจากจากข้อกล่าวหา และสื่อสารปรับปรุงแก้ไขอย่างต่อเนื่องสู่ชุมชนโดยรวม

5) ดำเนินการภายใต้ความยั่งยืนของชุมชน สิ่งสำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การอยู่บนฐานทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน ซึ่งจะต้องคำนึงถึงความยั่งยืน เมื่อมีการท่องเที่ยวเข้ามาแล้ว ผู้ที่มีส่วนร่วมจะต้องคำนึงถึงความยั่งยืนของทรัพยากรเป็นหลัก เนื่องจากคนในชุมชนเป็นทั้งเจ้าของและผู้ใช้ตลอดไป

ดังนั้น องค์ประกอบของการมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเปรียบเสมือนเข็มทิศที่จะชี้แนะให้คนในชุมชนเกิดกระบวนการมีส่วนร่วม อีกทั้งเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่จะให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมเกิดขึ้นในชุมชน ซึ่งจะช่วยพัฒนาชุมชนในเชิงลึกเพื่อการจัดการท่องเที่ยวที่สามารถนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมใหม่ในกระบวนการท่องเที่ยวชุมชน

2.1.6 ศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม

ศักยภาพชุมชน เป็นความสามารถของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยอาศัยปัจจัยที่มีอยู่ภายในชุมชนเป็นสำคัญ ได้แก่ ทรัพยากร ความสัมพันธ์ของคนภายในชุมชนที่อยู่ภายใต้ฐานของทรัพยากรการที่มีอย่างมีอัตลักษณ์ และเกิดความภาคภูมิใจในชุมชนของตนเอง นำไปสู่การเกิดมูลค่าเศรษฐกิจแก่ชุมชน ซึ่งประกอบด้วยศักยภาพ (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2559) ดังต่อไปนี้

1) ศักยภาพด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ศักยภาพที่สำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ สมาชิกในชุมชนร่วมกันจัดตั้งกลุ่มดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนขึ้น มีโครงสร้าง ระบบหน้าที่การทำงาน และผ่านการรับรองจากหน่วยงานทางราชการ ซึ่งการจัดตั้งกลุ่มดังกล่าวจะต้องมีเงื่อนไขที่ระบุอย่างชัดเจน มีเป้าหมาย วิสัยทัศน์ และยุทธศาสตร์ที่ดำเนินงานพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้ความสมดุลใน 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิก เกิดการกระจายรายได้ และแบ่งผลประโยชน์อย่างเท่าเทียมกัน ตลอดจนมีกฎ ระเบียบ และข้อตกลงร่วมกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ความยั่งยืน

2) ศักยภาพด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชุมชน ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องเป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่คนในชุมชนอย่างเท่าเทียมกัน โดยให้ความสำคัญกับเด็ก สตรี คนชรา คนพิการ และคนกลุ่มน้อย

ต่างๆ ให้มีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน อาทิ การใช้สินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในแต่ละกิจกรรมการท่องเที่ยว การสร้างยุวมัคคุเทศก์ในชุมชน การเปิดโอกาสให้กลุ่มคนพิการแสดงความสามารถพิเศษ เป็นต้น

3) ศักยภาพด้านการอนุรักษ์ส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมชุมชน การที่ชุมชนมี จุดดึงดูดหรือคุณค่าทางด้านมรดกและวัฒนธรรม จะสามารถสร้างประสบการณ์และความน่าสนใจกับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเรื่องราวมรดกทางวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่คนในชุมชนสั่งสมกันมาตั้งแต่อดีตมีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น หากชุมชนมีการพัฒนาจัดทำข้อมูลและเผยแพร่เรื่องราวมรดกทางวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว ก็จะเป็นอีกศักยภาพหนึ่งในการพัฒนาที่ดึงดูดในคนมาท่องเที่ยวในชุมชน และเป็นความเพิ่มความหลากหลายให้กับการท่องเที่ยวของชุมชนอีกด้วย

4) ศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบยั่งยืน

2.2 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.2.1 ความหมายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นมรดกแห่งสังคมมีทั้งส่วนจับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เช่น ศิลปะ ขนบธรรมเนียม ประเพณี รูปแบบการดำรงชีวิต การแต่งกาย เครื่องมือเครื่องใช้ อาหารการกิน งานเทศกาล ประเพณี เป็นต้น นอกจากนี้วัฒนธรรมยังเป็นการสั่งสมประสบการณ์ความรู้ความสามารถและภูมิปัญญาทั้งหมดที่ได้ช่วยให้มนุษย์ในสังคมนั้น ๆ อยู่รอดและเจริญสืบต่อไป และเป็นอยู่มาจนถึงปัจจุบัน และสามารถเจริญงอกงามต่อไป

ประเทศไทยมีวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งเป็นจุดดึงดูดสำคัญด้านการท่องเที่ยวแต่การเปิดพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์หรือขาดการจัดการที่ดี ทำให้คุณค่าทางวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมเกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่น จนขาดความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมของพื้นที่ และส่งผลกระทบทางลบต่อการท่องเที่ยวในที่สุด ดังนั้น การกำหนดกรอบหรือเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน สำหรับให้หน่วยงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดูแลแหล่งท่องเที่ยว ได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว เพื่อยกระดับมาตรฐานในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศไทย และยังสามารถใช้เป็นสิ่งบ่งบอกให้นักท่องเที่ยวรับรู้ในคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว และมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการซึ่งหมายถึง การเพิ่มขึ้นของรายได้ทางการท่องเที่ยวด้วย รวมทั้งเป็นการเพิ่มมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2553)

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณี ที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณีวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกายภาษาชนเผ่า เป็นต้น ตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยในประเภทนี้ ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานแสดงของช้างจังหวัดสุรินทร์ งานร่มบ่อสร้าง ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณีวิถีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบัน

ปรัชญาพร พัฒนผล (2554) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวใดๆ ที่ก่อให้เกิดความสำคัญเกี่ยวกับวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวตั้งใจจะเดินทางให้เป็นจุดมุ่งหมายปลายทาง จะทำให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะเรียนรู้วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม รวมถึงกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนท้องถิ่น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะไปท่องเที่ยวและศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ศิลปวัฒนธรรม รวมถึงพิพิธภัณฑสถานทุกประเภท

วรศรา บุญสมเกียรติ (2555) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมหรือสัมผัสศิลปวัฒนธรรมแขนงต่าง ๆ ได้แก่ สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม ภาษาและวรรณกรรม หัตถกรรม นาฏศิลป์และดนตรีรวมทั้งงานเทศกาล ประเพณีจากการศึกษาเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กล่าวสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นั้นเกิดจากความสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของแต่ละถิ่นที่อยู่อาศัย ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนี้จะก่อให้เกิดการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาให้เจริญงอกงาม วิถีชีวิตและพฤติกรรม และสิ่งที่คนในหมู่ผลิตสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากกันและกัน

2.2.2 หลักการสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การศึกษาค้นคว้าเอกสารผลงานวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีนักวิชาการได้ให้อธิบายหลักของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังนี้ (ธฤชวรรณ มาตกุล, 2556) การท่องเที่ยวรูปแบบนี้จัดขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมเกี่ยวกับขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของท้องถิ่นเนื่องในเทศกาลต่างๆ เป็นการสืบทอดและรักษามรดกทางวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นไว้ โดยประชาชนมีส่วนร่วม ในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ของท้องถิ่น ซึ่งมีหลักเกณฑ์ที่สำคัญ คือ

1) เป็นประเพณีหรือวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ที่เด่นของแต่ละท้องถิ่น และสมควรที่จะดำรงรักษาไว้สืบต่อไป

2) เจ้าของพื้นที่ร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งด้านการวางแผน การจัดการและการอนุรักษ์

- 3) มีวิทยากรและมัคคุเทศก์ประจำท้องถิ่น
- 4) มุ่งให้นักท่องเที่ยวได้รับทั้งความรู้ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ความประทับใจ และประสบการณ์ในการดำรงชีวิตในสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากเดิม

จุฬารณีย์ ทองเพ็ญ (2554) ได้กล่าวถึงหลักการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ประกอบด้วย 4 ประการ ดังนี้

- 1) การท่องเที่ยวที่มีการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ รวมถึงคุณค่าของประวัติศาสตร์ ประวัติความเป็นมาทรัพยากรของวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว นั้น เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลต่างเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว นั้น ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีรู้สึก รักวัฒนธรรมท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ
- 2) การท่องเที่ยวที่มีการสร้างหรือส่งเสริมให้คนในชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมของชุมชน ในการพัฒนาหรือจัดการทรัพยากรท้องถิ่นของตนเอง ทั้งยังได้รับผลตอบแทนจากการท่องเที่ยว ในลักษณะต่าง ๆ เช่น การมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นคอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยว การให้บริการที่พัก ที่เป็นแบบโฮมสเตย์ การบริการร้านอาหารที่เป็นอาหารพื้นเมือง เป็นต้น
- 3) การท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรม พร้อมทั้งกระตุ้นจิตสำนึก ในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่อย่างยาวนานและยั่งยืน
- 4) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้าน หรือของชุมชนอื่น ให้เกียรติทุกคนเท่าเทียมกัน

จากการศึกษาเกี่ยวกับหลักของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สรุปได้ว่า หลักเกณฑ์ที่สำคัญ คือ ประเพณีหรือวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ที่เด่นของแต่ละท้องถิ่น และสมควรที่จะดำรงรักษาไว้ เจ้าของพื้นที่ร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งด้านการวางแผน การจัดการและการอนุรักษ์ มีวิทยากร และมัคคุเทศก์ประจำท้องถิ่น มุ่งให้นักท่องเที่ยวได้รับทั้งความรู้ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ความประทับใจ และประสบการณ์ในการดำรงชีวิตในสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากเดิม

2.2.3 ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การศึกษาค้นคว้าเอกสารผลงานวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า มี นักวิชาการได้อธิบาย ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังนี้

อาภาวดี ทับสิริรักษ์ (2555) ได้อธิบายว่า ทุกสังคมต้องมีวัฒนธรรม และวัฒนธรรมของแต่ละสังคม ย่อมมีลักษณะเฉพาะที่แสดงออกให้ปรากฏจนทำให้บางท่านใช้ขอบเขตของวัฒนธรรมเป็นเครื่องแบ่ง อาณาเขตประเทศชาติได้ลักษณะของวัฒนธรรมจะประกอบไปด้วย

- 1) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสิ่งช่วยในการดำเนินชีวิต ทุกสิ่งทุกอย่าง ที่มนุษย์สร้างขึ้นล้วนเป็นวัฒนธรรม
- 2) วัฒนธรรม เป็นผลรวมหลายสิ่งหลายอย่าง เช่น ความรู้ความเชื่อวิถีในการดำเนินชีวิต สิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ
- 3) วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้วัฒนธรรมมิใช่เกิดขึ้นเอง โดยปราศจากการเรียนรู้มาก่อน และลักษณะข้อนี้เองที่ทำให้มนุษย์แตกต่างไปจากสัตว์ กล่าวคือ

พฤติกรรมส่วนใหญ่ของสัตว์เกิดจากการเร้าของสัญชาตญาณ ส่วนมนุษย์นั้นมีสมองอันทรงคุณภาพ จึงสามารถรู้จักคิดถ่ายทอดและเรียนรู้ กระบวนการดังกล่าวเกิดขึ้น จากการที่มีการติดต่อกับบุคคลอื่น ในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคมดังนั้นการเรียนรู้จึงเป็นลักษณะที่สำคัญยิ่งของวัฒนธรรม

4) วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นมรดกของสังคมเป็นผลของการถ่ายทอด การเรียนรู้ และเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการดังกล่าว คือการสื่อสารโดยสัญลักษณ์ ได้แก่การที่มนุษย์มีภาษาใช้ที่แน่นอน ซึ่งมีส่วนช่วยให้มีการถ่ายทอดวัฒนธรรม จากคนรุ่นก่อน ๆ ดำเนินสืบเนื่องกันมาไม่ขาดสาย ดังนั้นวัฒนธรรมจึงมีลักษณะเป็น “มรดกแห่งสังคม”

5) วัฒนธรรมมีลักษณะเป็น Super Organic หมายถึง สิ่งที่เป็นปรากฏการณ์อย่างเดียวกัน ในทางกายภาพหรือทางชีวภาพนั้น อาจเป็นปรากฏการณ์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละของวัฒนธรรม กล่าวคือ ของสิ่งหนึ่งอาจนำมาใช้ในความหมายที่ต่างกัน ออกไปในแต่ละสังคมทั้ง ๆ ที่ก็คือสิ่งเดียวกันนั่นเอง ตัวอย่างเช่น ลิ่นเป็นอวัยวะส่วนหนึ่งของทุกคน ชาวทิเบตนำมาใช้แสดงออกซึ่งความเคารพนับถือ ด้วยการแลบลิ่นส่วนชาวไทยกลับถือเป็นการแสดงที่ไม่สุภาพ เป็นต้น

6) วัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิต หรือแบบแผนการดำรงชีวิตของมนุษย์ นอกจากนี้ วัฒนธรรมเป็นแบบอย่างการดำรงชีวิตของกลุ่ม ซึ่งสมาชิกเรียนรู้การถ่ายทอดไปด้วยการสั่งสอน ทั้งทางตรงและทางอ้อม

7) เป็นผลจากการช่วยกัน สร้างสรรค์ของมนุษย์และได้มีการปรับปรุงดัดแปลง สิ่งใดที่ไม่ดีหรือล้าสมัยก็เลิกใช้ไป สิ่งใดที่ดีก็ยังคงเอาไว้ใช้ต่อไป เช่น การเพาะปลูกเดิมใช้แรงสัตว์ ต่อมาเห็นว่าเป็นวิธีที่ล่าช้า และล้าสมัยจึงประดิษฐ์หรือซื้อเครื่องมือเครื่องจักรมาใช้ในงานเพาะปลูก ทำให้ผลผลิตมากขึ้น

8) วัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลงและมีการปรับตัว

9) วัฒนธรรมมิใช่เป็นของบุคคลใดบุคคลหนึ่งแต่เป็นของส่วนรวมสิ่งที่จะถือว่าเป็นวัฒนธรรมได้จะต้องเป็นสิ่งที่สังคมยอมรับถือปฏิบัติมิใช่เฉพาะคนใดคนหนึ่งยอมรับถือปฏิบัติเท่านั้น

จากการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สรุปได้ว่า ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ เป็นลักษณะพฤติกรรมที่เกิดจากการรวมตัวกันจากหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นหรือเป็นพฤติกรรมที่ส่งผลจากการเรียนรู้ โดยมีทั้งกายภาพหรือทางชีวภาพ และวัฒนธรรมยังสามารถเปลี่ยนแปลงหรือมีการปรับเปลี่ยนได้ตามสภาวะต่าง ๆ โดยอาจจะเป็นในรูปแบบการดำรงชีวิตของสังคมนั้นๆ อีกด้วย

2.2.4 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การศึกษาค้นคว้าเอกสารผลงานวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่ามี นักวิชาการ ได้อธิบายประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนี้

อาภาวดี ทับสิริรักษ์ (2555) ได้เสนอประเภทของวัฒนธรรม โดยแบ่งประเภทของวัฒนธรรมไว้ดังนี้

1) วัฒนธรรมวัตถุ (Material Culture) คือ อุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ เช่นเครื่องใช้ในครัวเรือน ยานพาหนะ เป็นต้น

2) วัฒนธรรมไม่ใช่วัตถุ (NonMaterial Culture) หมายถึง ความเชื่อของท้องถิ่นต่างๆ ประเพณี วัฒนธรรม ค่านิยมของแต่ละพื้นที่ ล้วนเป็นวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ

จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ (2554) กล่าวว่า ได้แบ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ทางประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ทางประวัติศาสตร์ โดยได้รับความรู้และความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่นบนพื้นฐานควบคู่ไปด้วย

2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยว เพื่อไปเรียนรู้ ประเพณี และวัฒนธรรมของชนพื้นเมือง ณ สถานที่นั้น ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความคิด ทศนคติร่วมกัน

3) การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism/ Village Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในหมู่บ้านที่อยู่ห่างไกลความเจริญ ว่ากลุ่มคนเหล่านั้นมีความเป็นอยู่อย่างไร ใช้อะไรบ้างในการดำเนินอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มี และแลกเปลี่ยนความคิด ทศนคติในการใช้ชีวิตกัน

4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวไปยังสถานที่ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬา หรือเพื่อไปชมการแข่งขันการกีฬา โดยกิจกรรมเหล่านั้นเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจ และเกิดความสนุกสนานกับกิจกรรมทางการกีฬา

5) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural Health Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพหรือฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การทางเดินไปรับบรรยากาศดี ๆ นอกเมืองหลวง หรือการเดินทางเพื่อไปรักษาตัวในสถานที่ต่างๆ

2.2.5 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมท่องเที่ยว. (2552) ได้สรุปแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

1) แหล่งความเป็นอยู่และวิถีชีวิต

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทนี้ ผู้มาเยี่ยมชมสามารถสังเกตความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของชุมชนนั้นๆ โดยตนเองมิได้เข้าไปมีส่วนร่วมเช่นชุมชนของชนเผ่าศูนย์วัฒนธรรม คุณค่าต่อส่วนรวมอยู่ที่การช่วยรักษาความหลากหลายของเชื้อชาติ คุณค่าต่อผู้เยี่ยมชมอยู่ที่การได้รับความรู้ วิสัยทัศน์ ความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มชนเผ่าต่างๆ และภูมิปัญญาของชนเผ่า ตัวอย่างเช่น บ้านกะเหรี่ยงทีโปจิ จังหวัดตาก บ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี เป็นต้น

รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท ซึ่งหมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ ดูผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2) แหล่งวัฒนธรรมประเพณีและหัตถกรรมพื้นเมือง

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทนี้ผู้เยี่ยมชมสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณีและซื้อสินค้าของที่ระลึกจากผู้ประกอบการหัตถกรรม คุณค่าต่อส่วนรวมอยู่ที่การรักษาและคงความหลากหลายของวัฒนธรรม คุณค่าต่อผู้เยี่ยมชมอยู่ที่ความพอใจจากการเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณี และการได้ซื้อสิ่งของที่ระลึกที่พอใจ ตัวอย่างเช่น ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

รูปแบบการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้จึงเป็นการท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี ซึ่งหมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้นได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์ เพื่อศึกษาความเชื่อการยอมรับนับถือการเคารพพิธีกรรมต่าง ๆ และได้รับความรู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมมีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรมโดยประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

2.2.6 การกำหนดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมท่องเที่ยว. (2552) ได้สรุปการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนี้

การที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเข้าไปเยี่ยมชมในแหล่งท่องเที่ยวใดนั้นแหล่งท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีความดึงดูดใจ และความน่าสนใจอยู่ในระดับที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้ ซึ่งศักยภาพในการดึงดูดใจสำหรับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประกอบด้วยหลายปัจจัย ได้แก่ คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึง ความปลอดภัยและความสามารถในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากองค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจแล้ว แหล่งท่องเที่ยวควรมีศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวด้วย ไม่ว่าจะเป็นในด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และการสนับสนุนทางด้านการนโยบายด้านงบประมาณ และด้านบุคลากรจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรท้องถิ่น ซึ่งจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามการที่แหล่งท่องเที่ยวจะสามารถดำรงอยู่ได้นั้น การบริหารจัดการเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญ ทั้งในด้านการจัดการ ด้านการอนุรักษ์การฟื้นฟูสภาพของแหล่งท่องเที่ยว การมีมาตรการป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับตัวแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการจัดการด้านการบริการ และการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสม นอกจากนี้จากเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เน้นการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ความเข้าใจต่อวิถีชีวิตภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมถึงการสร้างจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อการรักษาวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวนั้นทำให้การกำหนดเกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวในครั้งนี้จึงให้ความสำคัญต่อการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก รวมทั้งการจัดการ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นด้วย

จากแนวคิดในการกำหนดมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมดังกล่าวข้างต้นทางผู้ศึกษาจึงได้กำหนดองค์ประกอบพื้นฐานสำหรับประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ 3 ด้าน ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว

หมายถึง การที่แหล่งท่องเที่ยวมีจุดดึงดูดความสนใจหรือมีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมซึ่งสามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว เช่นมีความโดดเด่น และมีเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตและภูมิปัญญา มีความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม และจากการที่วัฒนธรรมเป็นมรดกทางสังคมของมนุษย์ที่สั่งสมมาแต่อดีตและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละท้องถิ่นนั้นความสามารถในการสืบทอดทางวัฒนธรรมความต่อเนื่องของการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมความผูกพันต่อท้องถิ่นและความเข้มแข็งในการรักษาวัฒนธรรมจึงมีความสำคัญในการรักษาวัฒนธรรมให้คงอยู่ ซึ่งเป็นจุดเสริมศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ

อีกทั้ง ศักยภาพในทางกายภาพและการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย และความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว ก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวด้วย สำหรับองค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้านได้แก่

ด้านที่ 1 คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมประกอบด้วย 7 ดัชนีชี้วัด ได้แก่

- 1) ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตภูมิปัญญาและองค์ความรู้
- 2) ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี
- 3) ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม
- 4) ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง
- 5) ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมประเพณีที่สืบค้นได้
- 6) ความผูกพันต่อท้องถิ่น
- 7) ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์

ด้านที่ 2 ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัด ได้แก่

- 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
- 2) ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว
- 3) ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว

ศักยภาพในการรองรับด้านท่องเที่ยวหมายถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีส่วนช่วยเสริมแหล่งวัฒนธรรมนั้น ๆ ให้มีความสำคัญมีความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น แหล่งวัฒนธรรมอาจมีความดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวสูง แต่มีข้อจำกัดสูงในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน

ทำให้นักท่องเที่ยวไม่นิยมเข้าไปท่องเที่ยว ทำให้ศักยภาพในการจัดการด้านการท่องเที่ยวลดลงไปด้วย สำหรับศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

ด้านที่ 1 ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน

ด้านที่ 2 ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก

องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการ

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถในการควบคุมดูแล การดำเนินงานการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1) ด้านการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนประกอบด้วยการจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและการจัดการด้านการท่องเที่ยว

2) การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึกโดยพิจารณาจากการดำเนินงานขององค์กรที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ ในการสร้างเสริมจิตสำนึกและการเรียนรู้ในเรื่องคุณค่าของแหล่งวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ดูแลพื้นที่ ผู้ประกอบการและชุมชนท้องถิ่นที่อยู่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว

3) การจัดการด้านเศรษฐกิจและสังคมพิจารณาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการเปิดโอกาสให้ประชาชนหรือชุมชนได้มีส่วนร่วมในการคิด การพิจารณา ตัดสินใจการดำเนินการและร่วมรับผิดชอบในการเรื่องต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อประชาชนหรือชุมชนนั้น ๆ รวมทั้งการกระจายรายได้หรือผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น

เกณฑ์ประเมินด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมี 2 ด้าน ได้แก่

ด้านที่ 1 การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัด ได้แก่

1) การจัดการด้านการรักษาสภาพ และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว

2) การจัดการด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่

3) การจัดการด้านการติดตาม และการประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว

ด้านที่ 2 การจัดการด้านการท่องเที่ยวประกอบด้วย 5 ดัชนีชี้วัด ได้แก่

1) การจัดการด้านการบริการ และสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว

2) การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

3) การจัดการด้านการให้ความรู้ และการสร้างจิตสำนึก

4) ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

5) ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว

2.2.7 นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การศึกษาค้นคว้าเอกสารผลงานวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่ามี นักวิชาการ ได้อธิบายเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนี้

ธฤชวรรณ มาตกุล (2556) ได้กล่าวถึงนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นกลไกซึ่งแยกจากกันท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ออกจากกันท่องเที่ยวทั่วไปได้อย่างชัดเจน ตั้งแต่อาชีพฐานะทางเศรษฐกิจโลกทัศน์รสนิยม และความสนใจก่อนไปทางการศึกษา ทำให้อยากรู้ อยากเห็นความแตกต่างและความหลากหลายทางวัฒนธรรมของสถานที่ที่ไปพบเห็น เพื่อเปรียบเทียบกับบ้านเมืองตน สะท้อนถึงความเป็นนักคิด นักแสวงประสบการณ์เพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตมากกว่าจะสนุกเพียงอย่างเดียว โดยคำนึงถึงผลกระทบอย่างหนึ่งอย่างใดต่อชุมชนหรือประเทศที่ตนเข้าไปเที่ยวนอกจากนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังเป็นผู้พร้อมจ่ายค่าบริการต่างๆ ในอัตราสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่ว ๆ ไป และให้ความสนใจต่อผลกระทบทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของสถานที่ที่เขาเข้าเยี่ยมชมด้วย

1) คุณสมบัติของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพอสรุปได้ดังนี้คือ

- 1.1) เป็นผู้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวยังท้องถิ่นใดแล้ว ก็มีความประสงค์ที่จะสร้างสัมพันธภาพร่วมกัน และเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน กับชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ
- 1.2) เป็นผู้ที่ไม่รู้ไม่เรียน เพื่อเพิ่มคุณค่าทางการท่องเที่ยว เพิ่มพูนคุณภาพชีวิตเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมของผู้คน และระบบนิเวศของท้องถิ่นนั้น ๆ
- 1.3) เป็นผู้มีความประทับใจ ตื่นเต้น ซาบซึ้งและแปลกใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้ไปชม เช่นชมโบราณสถาน การแสดงพื้นบ้าน ดนตรีพื้นบ้าน เรียนรู้การทำอาหาร เป็นต้น
- 1.4) เป็นผู้มีความรักใคร่ มีความต้องการความปลอดภัยต่อการเดินทาง ต้องการที่พักสะอาดต้องการอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ
- 1.5) เป็นผู้ที่มีจิตสำนึกต่อการรักษาคุณค่าคุณภาพสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น อีกทั้งยังมีความห่วงใยต่อการเกิดผลกระทบต่อการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม

2) คุณสมบัติของมัคคุเทศก์ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพอสรุปได้ ดังต่อไปนี้คือ

- 2.1) เป็นผู้มีความรู้ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นอย่างดี
- 2.2) เป็นผู้มีความสามารถในการสื่อความหมายและการสื่อสารที่ดี โดยเฉพาะภาษาต่างประเทศ
- 2.3) เป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพและความประพฤติดี สามารถสร้างความศรัทธา ความประทับใจและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว โดยการแต่งกายการวางตัวการเอาใจใส่และการตรงต่อเวลา อีกทั้งรู้จักหวั่นหาการทักท้วง และมีความสุขแข็งแรง
- 2.4) เป็นผู้ที่ไม่รู้ไม่เรียนไม่รู้ช่างสังเกต และมีความคิดสร้างสรรค์
- 2.5) เป็นผู้รักและรู้คุณค่าศิลปวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีพื้นบ้านของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ

จากการศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้ มีความประสงค์ที่จะสร้างสัมพันธภาพร่วมกัน และเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันกับชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นผู้ที่ไม่รู้ไม่เรียน เพื่อเพิ่มคุณค่าทางการท่องเที่ยว เพิ่มพูนคุณภาพชีวิตเป็นผู้มีความประทับใจ ตื่นเต้น ซาบซึ้งและแปลกใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นผู้มีความรักใคร่ มีความต้องการความปลอดภัยต่อการเดินทาง เป็นผู้ที่มีจิตสำนึกต่อการรักษาคุณค่าคุณภาพสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น

2.3 แนวคิด Soft Power

2.3.1 ความหมายของ Soft Power

Soft Power หมายถึง พลังที่โน้มนำให้ผู้อื่นหรือประเทศอื่นทำในสิ่งที่อีกฝ่ายต้องการ โดยไม่ใช้กำลังบังคับ แต่ใช้ความนุ่มนวลผ่านค่านิยมและวัฒนธรรม คำว่า Soft Power เป็นทฤษฎีด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่นิยามขึ้นมาโดย Joseph S. Nye เมื่อเวลาผ่านไป Soft Power ซึ่งเป็นทฤษฎีด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่หวังผลทางการเมือง ได้ถูกนำมาปรับใช้เพื่อหวังผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากขึ้น เช่นที่สาธารณรัฐเกาหลีหรือประเทศเกาหลีใต้ใช้อุตสาหกรรมบันเทิงในการเผยแพร่ภาพลักษณ์เกาหลีใต้ใหม่ เพื่อโน้มนำคนจากทั่วโลกให้อยากมีอยากกิน อยากเป็นแบบเกาหลีใต้ ทำให้การส่งออกสินค้าและการท่องเที่ยวเกาหลีใต้เติบโตอย่างก้าวกระโดด (THACCA, 2567ข) การที่จะช่วยให้ Soft Power เกิดผลสำเร็จนั้น ต้องมีปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ 1) การสร้างให้เกิดคุณค่า และ 2) ความต่อเนื่อง หากมีปัจจัยสนับสนุนทั้ง 2 ปัจจัยนี้แล้ว เรื่องราวบางอย่างหรือสิ่งของบางชิ้นจะถูกขับเคลื่อนจนกลายเป็น Soft Power ที่จะนำไปสู่ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (สันหัต โพธิสา, 2566) ดังนั้น Soft Power จึงเป็นเครื่องมือที่จะช่วยสร้างความเข้มแข็งในเชิงวัฒนธรรมจนนำไปสู่การสร้างรายได้เชิงเศรษฐกิจ

2.3.2 ศักยภาพของประเทศไทยด้าน Soft Power

Brand Finance บริษัทที่ปรึกษาด้านการประเมินมูลค่าแบรนด์ชั้นนำของโลก และให้คำปรึกษาด้านการพัฒนาแบรนด์ของประเทศ ได้เปิดเผยรายงาน Global Soft Power Index 2024 เพื่อให้แต่ละประเทศใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินนโยบาย เสริมจุดอ่อน สร้างจุดแข็ง และปรับปรุงแบรนด์ของแต่ละประเทศตามที่ต้องการการจัดอันดับของ Brand Finance จะใช้ตัวชี้วัด 3 ด้าน คือ ความคุ้นเคย (Familiarity) ชื่อเสียง (Reputation) และอิทธิพลที่มีต่อประเทศอื่น (Influence) ร่วมกับการวิเคราะห์ผ่าน 8 เสาหลักของ Soft Power ได้แก่ ธุรกิจและการค้า (Business and Trade) การปกครอง (Governance) ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (International Relations) วัฒนธรรมและมรดก (Cultural and Heritage) สื่อและการสื่อสาร (Media and Communication) การศึกษาและวิทยาศาสตร์ (Education and Science) ประชาชนและค่านิยม (People and Values) และอนาคตที่ยั่งยืน (Sustainable Future)

นอกจากนี้ แต่ละเสาหลักยังมีตัวชี้วัดย่อย ๆ อีกมากกว่า 40 ข้อ เช่น ความคล่องตัวในการทำธุรกิจ เสถียรภาพทางการเมือง อิทธิพลทางการทูต ความเป็นมิตรของผู้คน หรือการลงทุนในเทคโนโลยี และพลังงานสะอาด 5 อันดับประเทศด้าน Soft Power ปี ค.ศ. 2024 ได้แก่ 1) สหรัฐอเมริกา 2) สหราชอาณาจักร 3) จีน 4) ญี่ปุ่น และ 5) เยอรมนี ส่วนไทยอยู่ในอันดับ 40 ขยับจากอันดับที่ 41 เมื่อปี ค.ศ. 2023 สำหรับภาพรวมในอาเซียน ไทยอยู่อันดับที่ 3 รองจากสิงคโปร์ที่อยู่ในอันดับที่ 22 และมาเลเซีย อันดับที่ 35 (THACCA, 2567ค)

2.3.3 นโยบาย Soft Power และการดำเนินการขับเคลื่อน

คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power

คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีชุดที่นายกรัฐมนตรี เศรษฐา ทวีสิน เป็นนายกรัฐมนตรี แถลงต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ 11 กันยายน พ.ศ. 2566 นั้น ได้มีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power สรุปได้ดังนี้ รัฐบาลมีนโยบาย สนับสนุนการสร้างพลังสร้างสรรค์ หรือ Soft Power ของประเทศ เพื่อยกระดับและพัฒนา ความสามารถด้านความรู้ ความสามารถ และความคิดสร้างสรรค์ของคนไทยให้สร้างมูลค่าและสร้างรายได้ รวมทั้งการอนุรักษ์ฟื้นฟู และพัฒนาต่อยอดศิลปะ วัฒนธรรม และส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อนำมาต่อยอดในการสร้างมูลค่าเพิ่ม นอกจากนี้ รัฐบาลจะสร้างงานสร้างรายได้ผ่านการส่งเสริม 1 ครอบครัว 1 ทักษะ Soft Power(สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2566)

2.3.3.1 คณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ

รัฐบาลมีนโยบายที่จะสนับสนุนการสร้างพลังสร้างสรรค์หรือ Soft Power ของประเทศ เพื่อเป็นแนวทางยกระดับพัฒนาความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ของคนไทยในการสร้างมูลค่า และสร้างรายได้พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ส่งเสริมบทบาทความเป็นผู้นำ ของประเทศไทยในเวทีโลกซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศ จึงได้มีคำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรี ที่ 230/2566 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ ลงวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2566 โดยมีนายกรัฐมนตรี เป็นประธานกรรมการ มีหน้าที่และอำนาจที่สำคัญ ได้แก่ กำหนดยุทธศาสตร์ Soft Power ของประเทศ จัดทำนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วย ยุทธศาสตร์ Soft Power ของประเทศเสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อกำหนดนโยบายและทิศทางการเงิน การคลัง การลงทุน รวมทั้งมาตรการและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power ของประเทศ เสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีในการจัดให้มีกฎหมายหรือแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง กับยุทธศาสตร์ Soft Power ของประเทศเสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับการดำเนินงาน ตามนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยยุทธศาสตร์ Soft Power ของประเทศ รวมทั้งมาตรการ เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือและประสานงานระหว่างส่วนราชการหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ ภาคเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ และองค์กรระหว่างประเทศในการส่งเสริม Soft Power ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รายงานคณะรัฐมนตรีเพื่อทราบและพิจารณามิติดีเกี่ยวกับการ ดำเนินการของหน่วยงานเพื่อให้เป็นไปตามนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยยุทธศาสตร์ Soft Power ของประเทศ (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2566)

การขับเคลื่อน Soft Power ประเทศไทยให้มีศักยภาพไปสู่เป้าหมาย คณะกรรมการ ยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติได้มีแนวทางแบ่งขั้นตอนการดำเนินการออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การพัฒนาคนผ่านกระบวนการส่งเสริมบ่มเพาะศักยภาพ โดยสรรหาผู้ที่มีความฝัน และอยากทำความฝันนั้นให้เป็นจริง ไม่ว่าจะเป็นเด็ก ผู้ใหญ่ หรือผู้สูงอายุ จำนวน 20 ล้านคน จาก 20 ล้านครัวเรือน โดยให้แจ้งลงทะเบียนกับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง เพื่อบ่มเพาะผ่านศูนย์บ่มเพาะ

ทักษะสร้างสรรค์ทั้งด้านทำอาหาร ผักมว้ยไทย วาดภาพศิลปะ ผึกการแสดง ร้องเพลง ออกแบบ แฟชั่น ผึกแข่งอีสปอร์ต และอื่นๆโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

2. การพัฒนาอุตสาหกรรม Soft Power สาขาต่าง ๆ ภายในประเทศ 11 สาขา ได้แก่ อาหาร กีฬา เฟสตีวัล ท่องเที่ยว ดนตรี หนังสือ ภาพยนตร์ เกม ศิลปะ การออกแบบ และ แฟชั่น โดยกำหนดให้เป็นหน้าที่ของ THACCA โดยจะดำเนินการปรับแก้กฎหมาย ระเบียบ และ ข้อบังคับต่าง ๆ ที่ไม่สอดคล้องกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป พร้อมสนับสนุนเงินทุนวิจัยและพัฒนา สร้าง แรงจูงใจด้านภาษี ให้เสรีภาพแก่ความคิดสร้างสรรค์สามารถแสดงผลงานได้อย่างไร้ขีดจำกัด รวมทั้งจะมีการจัดตั้งศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบหรือ TCDC ในทุกจังหวัด เพิ่มพื้นที่สำหรับ Co-Working Space ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เพื่อส่งเสริมบรรยากาศการเรียนรู้ และ ต่อยอด Soft Power อย่างมั่นคงตั้งแต่ระดับภูมิภาคจนถึงระดับประเทศ

3. การนำอุตสาหกรรม Soft Power รุกสู่เวทีโลก ผ่านการเดินหน้านำผลักดัน Soft Power ไทย สู่ระดับสากลด้วยการทูตเชิงวัฒนธรรม โดยให้หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องร่วมมือกับภาคเอกชนนำ Soft Power ไทยเผยแพร่สู่ตลาดโลก ผ่านยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนด้วยการวิจัยข้อมูลเชิงพฤติกรรม กลยุทธ์การ สื่อสาร และการร่วมจัดกิจกรรมในระดับภูมิภาคและระดับโลก ซึ่งสามารถทำได้ทั้งที่เป็นกิจกรรม ระดับโลกที่จัดภายในประเทศและการนำ Soft Power ที่มีศักยภาพสูงของไทยเข้าร่วมกิจกรรม ระดับโลกในต่างประเทศ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566)

2.3.3.2 คณะกรรมการพัฒนาซอฟต์แวร์แห่งชาติ

ภายหลังจากรัฐมนตรีมีคำสั่งนายกรัฐมนตรีเรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ Soft Power แห่งชาติแล้วรัฐบาลได้มีคำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรี ที่ 268/2566 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนา Soft Power แห่งชาติลงวันที่ 6 ตุลาคม พ.ศ. 2566 โดยมีนางสาวแพทองธาร ชินวัตร เป็นประธานกรรมการ มีหน้าที่และอำนาจที่สำคัญ ได้แก่ จัดทำแผนเฉพาะด้านพร้อมทั้งแผนงาน โครงการ มาตรการสิทธิประโยชน์ การแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายและระเบียบให้อำนาจต่อการส่งเสริมและพัฒนา Soft Power กำกับ การดำเนินการตามแผนปฏิบัติการและแผนงานเฉพาะด้านของหน่วยงานของรัฐในการส่งเสริมและพัฒนา Soft Power ของประเทศเสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีในการจัดให้มีกฎหมายหรือแก้ไขเพิ่มเติม กฎหมายและระเบียบหรือมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนา Soft Power ของประเทศ เสนอแนะต่อคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติเกี่ยวกับการดำเนินงานตามนโยบาย และแผนระดับชาติว่าด้วยยุทธศาสตร์ Soft Power ของประเทศ รวมทั้งเสนอมาตรการ ในการดำเนินการ และแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติตามนโยบายและแผนระดับชาติ ติดตาม และประเมินผลการดำเนินการตามนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยยุทธศาสตร์ Soft Power ของประเทศ แล้วรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2566ข)

จากนั้นคณะกรรมการพัฒนา Soft Power แห่งชาติได้มีคำสั่งแต่งตั้งคณะอนุกรรมการ พัฒนา Soft Power แห่งชาติออกเป็น 14 คณะ เพื่อดำเนินการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

กับ Soft Power ในแต่ละด้าน จัดการประชุมนานาชาติด้าน Soft Power และจัดทำร่างกฎหมายว่าด้วยการพัฒนา Soft Power ดังนี้

1. คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านหนังสือ
2. คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านเฟสติวัล
3. คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านอาหาร
4. คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยว
5. คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านดนตรี
6. คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านเกม
7. คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านกีฬา
8. คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านศิลปะ
9. คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านการออกแบบ
10. คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านภาพยนตร์
11. คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านละครและซีรีส์
12. คณะอนุกรรมการอำนวยการจัดการประชุมนานาชาติด้านซอฟต์แวร์
13. คณะอนุกรรมการจัดทำร่างกฎหมายว่าด้วยการพัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อเศรษฐกิจและสังคม
14. คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านแฟชั่น (สำนักงาน ป.ย.ป., 2567)

2.3.3.3 THACCA

THACCA (Thailand Creative Culture Agency) เป็นหน่วยงานที่รวบรวมงบประมาณและภารกิจที่เคยใช้สนับสนุนอุตสาหกรรม Soft Power ไว้ที่เดียวไม่ให้กระจาย และมีการวางแผนงานร่วมกันทั้งหน่วยงานรัฐและเอกชนอย่างมียุทธศาสตร์ เพื่อให้การสนับสนุนอุตสาหกรรม Soft Power ของประเทศไทยเป็นไปอย่างเต็มประสิทธิภาพ

THACCA ได้เตรียมความพร้อมในการสนับสนุน Soft Power โดยจัดทำแผนและมีการดำเนินการสนับสนุนอุตสาหกรรม Soft Power ดังนี้

1. จัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนการทำงาน

สนับสนุนทุกอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ให้ไปในทิศทางเดียวกัน ต่อเนื่อง ชัดเจน ไม่ซ้ำซ้อน

2. สนับสนุนด้านการเงิน

ตั้งกองทุนเพื่อการพัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการ รวมถึงกำหนดสิทธิประโยชน์ทางภาษีเพื่อสนับสนุนทุกอุตสาหกรรม

3. สนับสนุนองค์ความรู้

รวบรวมข้อมูลเชิงลึกด้านการตลาดทั้งในไทยและต่างประเทศ รวมถึงเผยแพร่และสนับสนุนทุนวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับซอฟต์แวร์

4. สร้างผู้ประกอบการหน้าใหม่และส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขัน

คุ้มครองลิขสิทธิ์ ทรัพย์สินทางปัญญา รับรองมาตรฐานอาชีพ ให้คำปรึกษาทางธุรกิจแก่ผู้ประกอบการและกำหนดมาตรการส่งเสริมการค้าอย่างเสรีและเป็นธรรม

5. เป็นศูนย์อำนวยความสะดวกเบ็ดเสร็จ (One Stop Service)

ให้เอกชนสามารถติดต่อประสานงานหรือขออนุญาตจากหน่วยงานรัฐในการทำงานของอุตสาหกรรม Soft Power แบบครบวงจรจบในที่เดียว

นอกจากนี้ THACCA ยังได้สนับสนุนอุตสาหกรรม Soft Power ทั้ง 11 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านหนังสือ 2) ด้านเทศกาล (เทศกาล) 3) ด้านอาหาร 4) ด้านการท่องเที่ยว 5) ด้านดนตรี 6) ด้านเกม 7) ด้านกีฬา 8) ด้านศิลปะ 9) ด้านการออกแบบ 10) ด้านภาพยนตร์ ละครและซีรีส์ และ 11) ด้านแฟชั่น (THACCA, 2567ก) ซึ่งเป็นไปตามการดำเนินงานของคณะกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม Soft Power ด้านต่าง ๆ ที่คณะกรรมการพัฒนาซอฟต์แวร์แห่งชาติแต่งตั้ง

2.3.3.4 5F Soft Power

5F เป็นวัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพ 5 ด้านที่รัฐบาลมุ่งมั่นจะดำเนินการ ส่งเสริมสนับสนุนและประชาสัมพันธ์เป็น Soft Power ประกอบด้วย ดังนี้

1. อาหาร (Food)

อาหารไทยที่มีชื่อเสียง มีความเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับในแต่ละจังหวัดของพื้นที่ในประเทศไทย เช่น ต้มยำกุ้งในภาคกลาง ข้าวซอยในภาคเหนือ ส้มตำในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แกงส้มในภาคใต้ นอกจากนี้ยังมีผัดไทย ผัดกะเพราที่เป็นที่นิยมอยู่ทั่วประเทศ

2. ภาพยนตร์ (Film)

ภาพยนตร์และวีดิทัศน์รวมถึงซีรีส์ที่มีเนื้อหาแสดงให้เห็นถึงความสวยงามของประเทศไทย สร้างภาพลักษณ์ ทำให้รู้สึกหลงรักสถานที่ ฉาก เรื่องราว บทเพลงหรือวัฒนธรรมในแต่ละจังหวัดของพื้นที่ในประเทศไทย และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเกิดความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยสื่อภาพยนตร์และวีดิทัศน์ เช่น ภาพยนตร์สัปเหร่อที่มีการถ่ายทอเนื้อหาวิถีชีวิต ความเชื่อ และวัฒนธรรมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือสู่คนรุ่นใหม่

3. แฟชั่น (Fashion)

การออกแบบเครื่องประดับที่ใช้เป็นของตกแต่งและใช้สำหรับสวมใส่ เช่น เครื่องเงิน เครื่องถม รวมไปถึงเครื่องรางและของมงคล เช่น จตุคามรามเทพ หัวนะโม การออกแบบเครื่องแต่งกายต่าง ๆ เช่น เสื้อผ้าจากผ้าไหมไทยที่มีลวดลายสวยงามมีความเป็นเอกลักษณ์

4. ศิลปะการต่อสู้ (Fighting)

มวยไทย มรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญของประเทศ เป็นศิลปะการต่อสู้และกีฬาที่นิยมกันอย่างแพร่หลายภายในประเทศ รวมไปถึงกีฬาประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากมวยไทยที่มีความโดดเด่นเป็นที่นิยม เช่น ฟุตบอลและวอลเลย์บอล

5. เทศกาล (Festival)

เอกลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรมที่เป็นส่วนหนึ่งของงานเทศกาล งานประเพณีที่สืบทอดต่อกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เช่น ประเพณีที่สำคัญ การทำบุญไหว้พระขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ งานแสดงนาฏศิลป์ไทย ความเก่าแก่ของโบราณสถาน (มูลนิธิ แก้วสียา, 2566)

2.3.4 การส่งเสริม Soft Power ด้วยการท่องเที่ยวไทย

หากนำ 5F Soft Power มาจัดประเภทการท่องเที่ยวแล้ว พบว่า เทศกาล ศิลปะการต่อสู้ ภาพยนตร์ และแฟชั่น สามารถนำมาจัดในประเภทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมายถึง การท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายหรือแรงจูงใจเพื่อชม ร่วมกิจกรรม ศึกษาหรือเรียนรู้วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ศิลปะแขนงต่าง ๆ มรดกภูมิปัญญา หรือเทศกาลประเพณีของท้องถิ่น เพื่อความเพลิดเพลิน หรือเพิ่มพูนทักษะส่วนบุคคลที่อาจแตกต่างกันไปแต่ละคนและแต่ละสถานที่ที่เยี่ยมชม ตามความสนใจของแต่ละบุคคล (ราณี อิลิชัยกุล, 2557, น. 285) ในขณะที่อาหารสามารถนำมาจัดในประเภทการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหารหมายถึง การท่องเที่ยวเฉพาะที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อประกอบกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งนักท่องเที่ยวอาจทำกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นควบคู่ไปด้วยการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ เพราะนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปจ่ายค่าอาหารประมาณร้อยละ 40 ของค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว (ราณี อิลิชัยกุล, 2557, น. 377-378) เมื่อจัด 5F Soft Power อยู่ในประเภทการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้นแล้ว จะทำให้เข้าใจภาพรวมของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย และการส่งเสริมการตลาดได้ดีอีกด้วย

ที่ผ่านมามาภาครัฐได้ทำการส่งเสริมการตลาด 5F Soft Power ดังนี้

1. อาหาร (Food)

มีการจัดทำคู่มือมิชลิน ไกด์ ประเทศไทย (The Michelin Guide Thailand) โดยคัดเลือกและรวบรวมรายชื่อร้านอาหารที่อยู่ในระดับมาตรฐานของมิชลิน ซึ่งในคู่มือไม่ได้มีแต่อาหารระดับหรูหราและราคาสูงแต่ยังมี Street Food ที่น่าสนใจและน่ารับประทานอีกจำนวนมาก เช่น ร้านสำหรับสำหรับไทย กรุงเทพมหานครร้านบ้านเทพา กรุงเทพมหานคร ร้านอั้งโล่ บาย ย่างแรก กรุงเทพมหานคร ร้านเปลว กว๊านเตี้ยต้มยำโบราณจังหวัดนครปฐม ร้านข้าวเปียกอุดร จังหวัดอุดรธานี ร้านต้นมะยม จังหวัดภูเก็ต

นอกจากนี้ ยังสนับสนุนผู้ประกอบการในการทำตลาด ส่งออกวัตถุดิบที่ใช้ปรุงอาหารจากประเทศไทย รวมถึงสนับสนุนการเปิดร้านอาหารไทยในต่างประเทศ และการยกระดับคุณภาพร้านอาหารไทยในต่างประเทศให้มีมาตรฐาน

2. ภาพยนตร์ (Film)

ได้ติดต่อเจรจากับศูนย์วัฒนธรรมเกาหลีที่เป็นผู้ผลิต Soft Power ด้านภาพยนตร์ระดับโลก เพื่อศึกษาแนวทางความเป็นไปได้ในการผลิตภาพยนตร์หรือซีรีส์ร่วมกัน มีภาพยนตร์หรือซีรีส์วาย ซึ่งเป็นอีกตลาดกลุ่มเป้าหมาย ช่วยสร้างกระแสความสนใจต่ออุตสาหกรรมบันเทิงของประเทศไทย ให้ผู้สนใจและนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศรู้จักประเทศไทยและสนใจเดินทางมาท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงานภาพยนตร์ในต่างประเทศ มีโครงการส่งเสริมการผลิตคอนเทนต์เข้าสู่ตลาดโลก และมาตรการคืนเงินแถมกองถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ

3. แฟชั่น (Fashion)

ผลักดันผ้าไทยและเครื่องประดับไทยสู่ระดับนานาชาติ รวมถึงผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นพื้นบ้าน เช่น งานหัตถกรรมจักสาน นอกจากนี้ ยังส่งเสริมและพัฒนาการออกแบบของผลิตภัณฑ์ผ้าไทยให้ร่วมสมัย ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

4. ศิลปะการต่อสู้ (Fighting)

มวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ที่ได้รับความนิยม และมีชื่อเสียงในเวทีนานาชาติ ใช้การประชาสัมพันธ์และเปิดหลักสูตร เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ศิลปะการต่อสู้

5. เทศกาล (Festival)

ประเทศไทยมีเทศกาลที่เป็นที่รู้จักในระดับโลก ใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวได้ เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลลอยกระทง (รัฐบาลไทย, 2566; กรมประชาสัมพันธ์, 2566)

แนวทางการส่งเสริม Soft Power กับการท่องเที่ยวไทย

แนวทางการส่งเสริม Soft Power กับการท่องเที่ยวไทย ผู้ศึกษามีตัวอย่างแนวทางในการส่งเสริม ดังนี้

1. อาหาร

นำเสนอวัฒนธรรมอาหารไทย อาหารไทยที่มีชื่อเสียงระดับโลก และอาหารไทยประจำท้องถิ่น ในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทยให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรับรู้ โดยจัดงานมหกรรมเกี่ยวกับอาหารไทย ส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการร้านอาหาร สร้างหลักสูตรผลิตเชฟที่มีคุณภาพมาตรฐาน

2. ภาพยนตร์

นำเสนอวัฒนธรรมภาพยนตร์ วิดีทัศน์ และละครซีรีส์ไทยเผยแพร่สู่สากล เพื่อให้เกิดกระแสตอบรับจากชาวต่างชาติที่มีต่อภาพยนตร์ไทย ให้ชาวต่างชาติรับรู้สถานที่แหล่งท่องเที่ยวและเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยว จัดงานเทศกาลภาพยนตร์ไทยและนานาชาติ สนับสนุนการส่งภาพยนตร์ไทยไปเข้าร่วมงานเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ สนับสนุนงบประมาณสำหรับเดินทางเข้าร่วมงานเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ ผลักดันบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่มีขีดความสามารถให้เติบโตในระดับโลก แก้ไขกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการถ่ายทำภาพยนตร์ ดึงดูดให้มีการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยมากขึ้น

3. แฟชั่น

นำเสนอวัฒนธรรมการแต่งกายของประเทศไทย ลายผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ในแต่ละภูมิภาค เสื้อผ้าประจำท้องถิ่น รวมทั้งผ้าไหมไทยที่ทั่วโลกให้การยอมรับสู่สายตาชาวโลก สนับสนุนการตลาดรองรับในการขายสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ สนับสนุนจัดงานแฟชั่นโชว์และงานแสดงผ้าไทย

4. ศิลปะการต่อสู้

นำเสนอศิลปะการต่อสู้มวยไทยให้ชาวต่างชาติได้รับรู้ ส่งเสริมมวยไทยให้กระจายไปทั่วโลก พัฒนาศักยภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย สนับสนุนการตั้งค่ายมวยเพื่อฝึกซ้อมและออกกำลังกายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับมวยไทย

5. เทศกาล

นำเสนอวัฒนธรรมเทศกาลและประเพณีไทยเผยแพร่สู่นานาชาติให้รับรู้ถึงคุณค่าเทศกาลและประเพณีเห็นภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวและเข้าร่วมงานเทศกาลและประเพณี ส่งเสริมเทศกาลประเพณีสงกรานต์ไทยซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมระดับมนุษยชาติใน พ.ศ. 2566 ให้เป็นเทศกาลระดับโลกเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ สร้างรายได้การท่องเที่ยวให้กับประเทศ

6. ดนตรี

สนับสนุนการจัดคอนเสิร์ตให้กับศิลปินไทยและศิลปินระดับโลก แก้ไขปัญหาการจัดเก็บลิขสิทธิ์เพลงเพื่อความสะดวกในการขอใช้ลิขสิทธิ์

7. กีฬา

สร้างและปรับปรุงสนามกีฬาให้ประชาชนเข้าใช้บริการได้อย่างทั่วถึง พัฒนากีฬาอย่างเป็นระบบส่งเสริมและสนับสนุนนักกีฬาไทยไปแข่งขันในต่างประเทศ

8. หนังสือ

สนับสนุนการจัดงานมหกรรมหนังสือในประเทศ สนับสนุนการจัดบุทหนังสือและจัดกิจกรรมอื่นๆในงานมหกรรมหนังสือในต่างประเทศ

9. การท่องเที่ยว

ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวภูมิภาค ส่งเสริมการเที่ยวเมืองรองมาตรการยกเว้นการตรวจลงตราเพื่อการท่องเที่ยว จัดกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวตามช่วงเทศกาล พัฒนา Soft Power สนับสนุนศิลปวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสู่การเป็นต้นแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศไทยให้เป็นเมืองน่าเที่ยวและน่าอยู่ จัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ Soft Power และการท่องเที่ยวไทยให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยว

Soft Power กับการท่องเที่ยวล้วนมีความสัมพันธ์กัน หากมีการส่งเสริม Soft Power ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายและดำเนินการขับเคลื่อนพัฒนาอุตสาหกรรม Soft Power อย่างจริงจังและยั่งยืนแล้ว จะส่งผลให้การท่องเที่ยวไทยได้รับผลดีไปด้วย เพราะ Soft Power จะช่วยให้คนรับรู้มากขึ้น เกิดความสนใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ และเมื่ออุตสาหกรรม Soft Power แต่ละด้านมีการเติบโตมากขึ้น จะช่วยส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพสูงด้าน Soft Power นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ช่วยให้ประเทศมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากขึ้น

บทสรุปและข้อเสนอแนะของผู้ศึกษา

Soft Power เป็นพลังที่โน้มนำให้ผู้อื่นหรือประเทศอื่นทำในสิ่งที่อีกฝ่ายต้องการ โดยไม่ใช้กำลังบังคับแต่ใช้ความนุ่มนวลผ่านค่านิยมและวัฒนธรรม และเป็นเครื่องมือที่จะช่วยสร้างความเข้มแข็งในเชิงวัฒนธรรมจนนำไปสู่การสร้างรายได้เชิงเศรษฐกิจที่ผ่านมามีภาครัฐได้นำวัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพ 5 ด้านหรือที่เรียกว่า 5F ประกอบด้วย อาหาร(Food) ภาพยนตร์ (Film) แฟชั่น (Fashion) ศิลปะการต่อสู้ (Fighting) และเทศกาล (Festival) มาเป็น Soft Power และทำการส่งเสริม Soft Power ทั้ง 5 ด้าน ต่อมารัฐบาลได้นำ Soft Power มาเป็นประเด็นหนึ่งในคำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีที่ได้แถลงต่อรัฐสภา โดยมีนโยบายที่จะสนับสนุน Soft Power ของประเทศ จึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ มีหน้าที่และอำนาจในการกำหนดยุทธศาสตร์นโยบาย จัดทำแผน Soft Power จัดให้มีกฎหมายหรือแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power นอกจากนี้ยังได้แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ มีหน้าที่และอำนาจในการจัดทำแผน Soft Power เฉพาะด้าน กำกับการดำเนินการตามแผนงานเฉพาะด้านของหน่วยงานของรัฐในการส่งเสริมและพัฒนา Soft Power ของประเทศ ซึ่งคณะกรรมการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติได้แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติหลายคณะ เพื่อดำเนินการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power ในแต่ละด้าน จัดการประชุมนานาชาติด้าน Soft Power และจัดทำร่างกฎหมายว่าด้วยการพัฒนา Soft Power อีกด้วย

ต่อมารัฐบาลได้ทำการจัดตั้ง THACCA (Thailand Creative Culture Agency) เป็นหน่วยงานรวบรวมงบประมาณและภารกิจที่เคยใช้สนับสนุนอุตสาหกรรม Soft Power เพื่อให้การ

สนับสนุนอุตสาหกรรม Soft Power ของประเทศไทยเป็นไปอย่างเต็มประสิทธิภาพ ซึ่ง THACCA ได้สนับสนุนอุตสาหกรรม Soft Power โดยจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนการทำงาน สนับสนุนด้านการเงิน สนับสนุนองค์ความรู้ สร้างผู้ประกอบการหน้าใหม่และส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขัน และเป็นศูนย์อำนวยความสะดวกเบ็ดเสร็จ (One Stop Service)

จากการดำเนินการด้าน Soft Power นั้น Brand Finance ได้ทำการจัดอันดับประเทศที่มีศักยภาพด้าน Soft Power โดยในปี ค.ศ. 2024 ประเทศไทยได้อันดับที่ 40 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพด้าน Soft Power ที่ดี หากพิจารณาเกี่ยวกับ Soft Power แล้ว พบว่า Soft Power กับการท่องเที่ยวล้วนมีความสัมพันธ์กัน หากมีการส่งเสริม Soft Power ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายและดำเนินการขับเคลื่อนพัฒนาอุตสาหกรรม Soft Power อย่างจริงจังและยั่งยืนแล้ว จะส่งผลให้การท่องเที่ยวไทยได้รับผลดีไปด้วยผู้ศึกษาได้มีแนวทางการส่งเสริม Soft Power กับการท่องเที่ยวไทย ได้แก่ นำเสนออาหารไทยที่มีชื่อเสียงอาหารไทยประจำท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติรับรู้ โดยจัดงานมหกรรมเกี่ยวกับอาหารไทย แก้ไขกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการถ่ายทำภาพยนตร์ ดึงดูดให้มีการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยมากขึ้น นำเสนอเสื้อผ้าประจำท้องถิ่น สนับสนุนจัดงานแฟชั่นโชว์และงานแสดงผ้าไทย นำเสนอศิลปะการต่อสู้มวยไทยให้ชาวต่างชาติได้รับรู้ ส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับมวยไทย นำเสนอวัฒนธรรมเทศกาลและประเพณีไทยเผยแพร่สู่นานาชาติ ส่งเสริมเทศกาลประเพณีสงกรานต์ไทยซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมระดับมนุษยชาติให้เป็นเทศกาลระดับโลก สนับสนุนการจัดงานมหกรรมหนังสือในประเทศ สนับสนุนการจัดบูทหนังสือและจัดกิจกรรมอื่น ๆ ในงานมหกรรมหนังสือในต่างประเทศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวภูมิภาค ยกเว้นการตรวจลงตราเพื่อการท่องเที่ยว จัดกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวตามช่วงเทศกาล พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสู่การเป็นต้นแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ Soft Power และการท่องเที่ยวไทยให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะของผู้ศึกษามีดังนี้

1. รัฐบาลจะต้องกำหนดทิศทางเกี่ยวกับ Soft Power ที่ชัดเจนและดำเนินการขับเคลื่อนอย่างจริงจัง
2. ภาครัฐควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายที่ช่วยในการส่งเสริมอุตสาหกรรม Soft Power ในแต่ละด้านเช่น ด้านภาพยนตร์ ควรปรับปรุงกฎหมายว่าด้วยภาพยนตร์เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการจัดประเภทภาพยนตร์
3. ภาครัฐจะต้องมีแผนเกี่ยวกับการพัฒนาและการดำเนินการ Soft Power ที่มีเป้าหมายชัดเจนสามารถนำไปปฏิบัติได้ และแก้ไขปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์

4. ภาครัฐอาจยังขาดประสบการณ์ในการสร้างสรรค์บางอย่างที่จะกำหนดให้เป็น Soft Power จึงควรให้ภาคเอกชนหรือประชาชนที่เข้าใจวิถีชีวิตและวัฒนธรรมนั้นทำหน้าที่สร้างสรรค์และพัฒนาสิ่งเหล่านั้นแทนภาครัฐควรสนับสนุนงบประมาณและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างจริงจังมากกว่าที่จะมาสร้างสรรค์ ซึ่งที่ผ่านมาคณะกรรมการพัฒนาซอฟต์แวร์แห่งชาติได้เห็นชอบแผนงานโครงการ Soft Power ในเบื้องต้นแล้วจำนวนประมาณ 5,000 ล้านบาท

เพื่อให้ประเทศไทยมีศักยภาพสูงด้าน Soft Power มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับนานาชาติภาครัฐจะต้องส่งเสริม Soft Power ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ให้เป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวเทศกาล และ Soft Power ด้านอื่น ๆ ที่เป็นที่ยอมรับแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติทำให้ประเทศไทยได้จากการท่องเที่ยวมากขึ้น อันเป็นการยกระดับการท่องเที่ยวไทยให้ดีขึ้นต่อไป

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4.1 งานวิจัยในประเทศ

รุ่งภัสสรณ์ ศรีทราชนพัฒน์ (2566) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวชุมชนตลาดพิเศษชัยชาญจังหวัดอ่างทอง บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวชุมชนตลาดพิเศษชัยชาญ 2) เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาวชุมชนตลาดพิเศษชัยชาญ และ 3) เพื่อนำเสนอรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวชุมชนตลาดพิเศษชัยชาญ ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยแบบกรณีศึกษา (Case Study Method) ซึ่งเน้นให้ความสำคัญกับการศึกษาเฉพาะกรณี (Unique Case Orientation) เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก จากนั้นนำเสนอผลการวิเคราะห์แบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) รวมจำนวน 23 คนผลการศึกษาพบว่า 1) อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวชุมชนตลาดพิเศษชัยชาญ ได้แก่ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมด้านวิถีชีวิต อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมด้านการค้าขายและอัตลักษณ์ทางด้านพหุวัฒนธรรม 2) ศักยภาพการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาวชุมชนตลาดพิเศษชัยชาญในภาพรวม มีศักยภาพ 3 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวและศักยภาพในการบริหารจัดการ 3) รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวชุมชนตลาดพิเศษชัยชาญที่ผู้วิจัยนำเสนอ คือ “CODI MODEL” มี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) 2) การจัดการตลาดเชิงรุก (Offensive Marketing) 3) การอนุรักษ์วัฒนธรรมเชิงพัฒนา (Developmental Conservation) และ 4) การเสริมสร้างเครือข่ายเชิงบูรณาการ (Integrated Networking) และผลการประเมินรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวชุมชนตลาดพิเศษชัยชาญมีมาตรฐานการใช้ประโยชน์ทั่วไป มาตรฐานความเป็นไปได้ มาตรฐานความถูกต้อง และมาตรฐานความละเอียดครอบคลุมชัดเจน

กุลชลี พวงเพ็ชร์ และชวลิต ศุภศักดิ์อึ้ง (2565) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนไทยพวนถนนใหญ่ จังหวัดลพบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทุนทางปัญญาและทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนไทยพวนถนนใหญ่ จังหวัดลพบุรี และ 2) เสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนไทยพวนถนนใหญ่ จังหวัดลพบุรีกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้บริหารหน่วยงานและนักวิชาการ ผู้นำชุมชนจำนวน และประชาชนชาวตำบลถนนใหญ่เทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ การค้นคว้าจากเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการจัดเวทีชุมชน โดยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา เรื่องทุนทางปัญญา และทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนไทยพวนถนนใหญ่จังหวัดลพบุรีผลการวิจัยพบว่าชาวไทยพวนถนนใหญ่มีเอกลักษณ์ในการดำรงวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม มีภาษาพูดของตนเอง ยึดมั่นในพระพุทธศาสนา มีสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ไว้เคารพบูชา คือ วัดศาลตาศาลายาย มีประเพณีวัฒนธรรม และภูมิปัญญาของตนเอง นอกจากนี้ตำบลถนนใหญ่ ยังมีจุดเด่น คือ การมีผืนดินที่สามารถผลิตเป็นดินสอพองคุณภาพดีอย่างไรก็ตามวิถีการดำรงชีวิตหลายประการถูกกลืนเข้ากับความทันสมัย ทายาทไทยพวนขาดความตระหนักไม่ให้ความสำคัญกับประเพณีของชุมชน และยังไม่มีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีรูปแบบ ขาดการประชาสัมพันธ์และการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐ ส่วนแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนไทยพวนถนนใหญ่ ได้แก่ ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงานอย่างจริงจังโดยภาครัฐ มีการสนับสนุนงบประมาณอย่างเพียงพอ ทำ การปรับปรุงพิพิธภัณฑ์และสถานที่ กำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย กำหนดเส้นทาง การท่องเที่ยวที่เป็นระบบ ปรับปรุงการประชาสัมพันธ์และพัฒนาศักยภาพการบริการแก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว

ประสารโชค ฐานะนุติ และชนิด ผ่องแผ้ว (2565) ปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในตำบลบางขุนไทร อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรีการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2) ศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในตำบลบางขุนไทร อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรีเป็นการวิจัยเชิงสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลบางขุนไทร อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรีจำนวน 379 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.981 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในตำบลบางขุนไทร โดยรวมและรายด้านมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ด้านการบริหารจัดการชุมชน ($\bar{X} = 4.03$) ด้านผู้นำชุมชน ($\bar{X} = 3.99$) ด้านการมีส่วนร่วม ($\bar{X} = 3.96$) ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมชุมชน ($\bar{X} = 3.95$) และด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและองค์กรเอกชน ($\bar{X} = 3.94$) ตามลำดับ 2) ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในตำบลบางขุนไทร โดยรวมและรายด้านมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$)

เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ด้านกิจกรรม ($\bar{X} = 4.08$) ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.07$) ด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{X} = 4.02$) ด้านความสามารถในการเข้าถึง ($\bar{X} = 3.95$) ด้านความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.94$) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 3.92$) ตามลำดับ และ3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในตำบลบางขุนไทร ได้แก่ด้านการมีส่วนร่วม (X2) ด้านผู้นำชุมชน (X1) และด้านการบริหารจัดการชุมชน (X3) มีประสิทธิภาพในการทำนาย (R) ร้อยละ 44.90

เจตน์สฤทธิ อังศุกาญจนกุล (2561) ทำการศึกษาเกี่ยวกับตัวแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำชุมชนอย่างยั่งยืนในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความเป็นมาของตลาดน้ำชุมชนในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำชุมชนในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 3) เพื่อสร้างตัวแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำชุมชนอย่างยั่งยืนในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง วิธีการศึกษาเป็นการวิจัยแบบผสมวิธีทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนร่วม ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 24 ราย ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณได้ดำเนินการโดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 306 ราย จากกลุ่มผู้ประกอบการในตลาดน้ำชุมชน 4 แห่ง เครื่องมือการวิจัยคือแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนาคือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณถูกนำมาวิเคราะห์โดยการตรวจสอบสามเส้าชนิดต่างวิธีผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้ 1) ความเป็นมาของตลาดน้ำชุมชนในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างพบว่าตลาดน้ำชุมชนเป็นชุมชนที่ตั้งอยู่มานาน และอยู่ริมน้ำ อาศัยการคมนาคมทางน้ำเป็นหลัก มีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับแม่น้ำ ต่อมาได้รับผลกระทบจากการพัฒนาการคมนาคมทางบก ส่งผลให้กิจกรรมตลาดน้ำแบบดั้งเดิมลดน้อยถอยลงซึ่งกระทบต่อความเป็นอยู่ของชุมชน ดังนั้นชุมชนต้องแก้ไขปัญหาโดยการรวมตัวกันพัฒนาตลาดน้ำชุมชนขึ้นมาใหม่เพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของตลาดน้ำชุมชนอันเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมอย่างแท้จริง 2) การบริหารจัดการตลาดน้ำชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง พบว่ามีการบริหารจัดการในรูปแบบของคณะกรรมการชุมชนโดยมีกลุ่มผู้นำชุมชน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม มีการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐโดยให้บริการสถานที่จำหน่ายสินค้า อาหาร ขนม ของที่ระลึก บริการล่องเรือ บริการที่จอดรถ ห้องน้ำ การรักษาความปลอดภัย ภายใต้เงื่อนไขของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำคือควรอยู่ใกล้กรุงเทพฯ หรือแหล่งท่องเที่ยวหลัก มีทรัพยากรธรรมชาติ สังคมฐานวัฒนธรรมที่เป็นจุดขายโดดเด่น 3) ตัวแบบการบริหารจัดการตลาดน้ำชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้ข้อสรุปจากการทบทวนเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นผู้ประกอบการ โดยตัวแบบประกอบด้วย ปัจจัยบริบทชุมชน ปัจจัยการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ภาครัฐและภาคเอกชน และปัจจัยการบริหารโดยคณะกรรมการ คุณลักษณะสำคัญของตัวแบบคือการบูรณาการบริหารจัดการของไตรภาคีที่ประกอบด้วยภาคประชาชนในท้องถิ่น ภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งไตรภาคีต้องเป็นศูนย์กลางของระบบการบริหารจัดการที่เชื่อมโยงกับบริบทของชุมชน และการบริหารแบบ

คณะกรรมการ ผลลัพธ์ของตัวแบบคือการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำชุมชนอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงคุณสมบัติของเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นโดยชุมชนตระหนักในบทบาทหน้าที่ของตนในการอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่น และมุ่งเน้นการพึ่งพาตนเองได้เป็นสำคัญ

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย และปิยะพร ธรรมชาติ (2559) ได้ศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสุขภาพของจังหวัดปราจีนบุรีเพื่อพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสุขภาพในการพัฒนาเครือข่ายชุมชนของจังหวัดปราจีนบุรี และศึกษาระดับการสนับสนุนของภาครัฐและภาคเอกชนที่ส่งผลต่อการพัฒนาให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาเครือข่ายชุมชน รวมทั้งศึกษาและเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสุขภาพของจังหวัดปราจีนบุรี ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มชุมชนและตัวแทนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่กลุ่มปลูกและแปรรูปสมุนไพร มีความสนใจและเข้าใจรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ชุมชนมีศักยภาพเพียงพอต่อการรวมกลุ่มในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวดังกล่าว จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน โดยทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนเริ่มตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ ซึ่งทำให้เกิดความเข้มแข็งด้านเครือข่ายและทำให้เกิดศักยภาพด้านการท่องเที่ยวชุมชนรวมถึงการเชื่อมโยงเครือข่ายของธุรกิจชุมชน อันนำมาซึ่งการพัฒนาเครือข่ายชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

ทิพย์สุตา พุฒจรร (2556) ได้ศึกษาเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนสลักคอก จังหวัดตราด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผลการดำเนินงานพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนและพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อพัฒนาชุมชนสลักคอกอย่างยั่งยืน พบว่าชมรมนำเที่ยวพื้นบ้านสลักคอกมีการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในรูปแบบสหกรณ์ สมาชิกซึ่งเป็นคนในชุมชน ชื้อหั่นและได้รับเงินปันผลรายปีจากสัดส่วนร้อยละ 35 จากรายได้ทั้งหมดของกิจกรรมพายเรือคายัค นั่งเรือมาด และนั่งเรือมาดพร้อมรับประทานอาหารค่ำ และร้อยละ 65 จัดสรรเพื่อการบริหารจัดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การสาธารณสุข ประโยชน์ และการจัดสวัสดิการสังคม ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน คณะกรรมการบริหารชมรมเป็นกลุ่มผู้นำในชุมชน มีผู้จัดการชมรมทำหน้าที่ดูแลการท่องเที่ยวแทนสมาชิกชมรม ชมรมขาดคนรุ่นใหม่เข้ามาเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยว หน่วยงานภายนอกให้การสนับสนุนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และการขยายตัวการพัฒนาเกาะช้างส่งผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่าศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาความเป็นวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น อันได้แก่ ความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรม ความหลากหลายด้านกลุ่มชาติพันธุ์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในชุมชน การประกอบอาชีพของบรรพบุรุษตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันจนก่อให้เกิดการยอมรับและปฏิบัติสืบต่อกันมาจนกลายเป็นมรดกทางสังคม และถ่ายทอดมาจนถึงปัจจุบัน การได้ศึกษา

ประวัติศาสตร์ ประเพณี ความเชื่อ สถาปัตยกรรม ศิลปะ ศาสนสถาน โบราณสถาน ภูมิปัญญาพื้นบ้าน และกิจกรรมชุมชน จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยปัจจัยต่างๆ ในหลายๆ ด้านเข้ามาสนับสนุน เช่น ความพร้อมระบบสาธนาอุปโภคพื้นฐานที่เพียงพอแก่การรองรับนักท่องเที่ยว ความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว การบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว การโฆษณา ประชาสัมพันธ์เผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เด่นชัด ความร่วมมือ ในการรับผิดชอบสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวในทุกๆ ด้าน

จากการศึกษางานวิจัยที่ผู้ศึกษาวิจัยได้ทบทวนที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญของการจัดการทางด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนา และทำให้ทราบข้อมูลการยืนยันทางปัจจัยที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการพัฒนา การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จะนำไปสู่โดยบทที่ 3 จะนำเสนอระเบียบวิธีวิจัยของการวิจัยนี้เป็นลำดับต่อไป

2.4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Frédéric Ponsignon and Maud Derbaix (2020) บทความวิจัยเรื่องผลกระทบของเทคโนโลยีเชิงโต้ตอบต่อประสบการณ์ทางสังคม: การศึกษาเชิงประจักษ์ในบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจผลกระทบของประสบการณ์สี่ประเภท ได้แก่ การศึกษา ความบันเทิง การพักผ่อน และสุนทรีภาพ - เสนอโดย Pine และ Gilmore (1999) ในประสบการณ์โดยรวมของเทคโนโลยีเชิงโต้ตอบที่หลากหลายในแหล่งท่องเที่ยวที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีชั้นนำ ผลการวิจัยพบว่าเทคโนโลยีเชิงโต้ตอบและเชิงรุกมีผลกระทบต่อประสบการณ์ทางสังคมของผู้เข้าชมที่แตกต่างกัน เทคโนโลยีที่ต้องการการมีส่วนร่วมของผู้เยี่ยมชมทำให้เกิดโอกาสในการโต้ตอบทางวาจาและทางกายภาพกับผู้เยี่ยมชมรายอื่น ในทางตรงกันข้ามเทคโนโลยีแบบพาสซีฟที่ให้เนื้อหาด้านสันทนการและศิลปะแก่ผู้เยี่ยมชมโดยที่พวกเขาไม่ต้องโต้ตอบกับเทคโนโลยี มีแนวโน้มที่จะกีดขวางการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม งานวิจัยนี้มีส่วนช่วยในวรรณกรรมที่กล่าวถึงปรากฏการณ์ประสบการณ์ทางสังคมในบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังให้ความหมายที่สำคัญสำหรับผู้จัดการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและการจัดการประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี

Morar, C., Grama, V., Stupariu, I.M., Nagy, G., Boros, L., Tiba, Al., Gozner, M. and Szabo-Alexi, S. (2020) งานวิจัยเรื่องมุมมองท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่แหล่งมรดกกรณศึกษาป้อมอราเดีย (โรมาเนีย) ได้นำเสนอป้อมปราการแห่งอราเดียเป็นหนึ่งในตัวแทนมากที่สุดที่ทรานซิลเวเนีย ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของเมือง ขณะเดียวกันก็เปลี่ยนการตั้งถิ่นฐานให้กลายเป็นศูนย์กลางทางวัฒนธรรมและความหลากหลายทางชาติพันธุ์ โดยมีผลกระทบต่อสถาปัตยกรรมของเมือง จุดมุ่งหมายหลักของบทความนี้คือการอธิบายความสำคัญของคุณค่าทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และสถาปัตยกรรมของป้อมปราการจากมุมมองของท้องถิ่นในการศึกษานี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสอบถาม ศึกษามแบบสอบถามเพิ่มเติม ผลลัพธ์ที่เน้น

ความสำคัญทางประวัติศาสตร์และความถูกต้องถูกสร้างขึ้น ปัญหาเหล่านี้ก่อให้เกิดหน้าที่ แสดงให้เห็นถึงบทบาทที่มีอำนาจเหนือพื้นผิวเมืองของ Oradea โดยต้องมีการวางแผนเชิงบูรณาการและมาตรการนโยบายพิเศษสำหรับการคุ้มครองมรดกในเวลาเดียวกันในบริบทการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยรวม

Mohammad Abu Horaira and Aparna Devi (2021) งานวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในบังคลาเทศ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและลึกซึ้ง: การพัฒนารูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในบังคลาเทศ บทความนี้ได้พยายามเน้นไปที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของบังคลาเทศโดยจัดสรรข้อเท็จจริงของวัฒนธรรมทางประวัติศาสตร์และประเพณีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวโน้มกลยุทธ์การพัฒนา ฯลฯ นอกจากนี้ข้อกังวลของผู้เขียนคือการอภิปรายโดยละเอียดเกี่ยวกับคุณลักษณะทางวัฒนธรรมหลักสำหรับนักท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของบังคลาเทศ วิธีการวิจัยการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมการบริโภคเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในบังคลาเทศ นักวิจัยยังได้พยายามค้นหาศักยภาพของวัฒนธรรมบังคลาเทศ ซึ่งเป็นสถานการณ์จำลองของ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การเชื่อมโยงข้ามวัฒนธรรม ฯลฯ บทความวิจัยนี้เป็นการสำรวจเติมรูปแบบเฉพาะภาคการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของบังคลาเทศเท่านั้น ข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดได้รับแล้วรวบรวมจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิที่มีอยู่และผู้เขียนบทความนี้พยายามที่จะทบทวนบทบาททั้งหมดของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในบังคลาเทศ

Zhou, Q.; Zhu, K.Kang and L.Dávid, L.D. (2023) งานวิจัยเรื่องการรับรู้การท่องเที่ยววัฒนธรรม: การศึกษาความสอดคล้องระหว่างความสำคัญและประสิทธิภาพ นำเสนอการท่องเที่ยววัฒนธรรมว่าเป็นผลผลิตของการผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหลังจากช่วงโควิด-19 สินค้าชิ้นนี้ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ ประสิทธิภาพการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในดัชนีสำคัญในการวัดระดับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการวิจัยด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการท่องเที่ยวเป็นวิธีสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพสูงของการท่องเที่ยววัฒนธรรม การใช้เมืองท่องเที่ยวชาวหูซันเป็นกรณีศึกษา 452 มีผลใช้ได้โดยใช้แบบสอบถามเป็นข้อมูลการวิจัย วิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ จับคู่ตัวอย่างที่-ทดสอบ และใช้การวิเคราะห์ IPA ผลการวิจัยพบว่า (1) ผลการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็นส่วนใหญ่ 5 มิติ และ 22 ตัวชี้วัดเฉพาะ ได้แก่ คุณภาพการบริการ สภาพแวดล้อมของทรัพยากร การท่องเที่ยว การคมนาคม สิ่งอำนวยความสะดวก สดวกสนับสนุนการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (2) มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างระดับความสำคัญและประสิทธิภาพของผู้เข้าชมแต่ละตัวบ่งชี้ และประสิทธิภาพการท่องเที่ยวโดยรวมของสถานที่เกิดเหตุอยู่ในระดับเฉลี่ย (3) บริการที่สะดวกอย่างมืออาชีพการบริการ การจัดการธุรกิจ การจราจรในสวนสาธารณะ สภาพที่จอดรถ การออกแบบสิ่งแวดล้อม การซื้อตั๋ว สิ่งอำนวยความสะดวก คุณภาพ และลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมชาเป็นปัจจัยที่เป็นประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้น และ “บริการด้วยรอยยิ้ม” การเข้าถึง ผังเส้นทาง ภาพรวม คุณภาพอากาศ ทิวทัศน์ธรรมชาติ การสื่อสารผ่านเครือข่าย ห้องน้ำสาธารณะ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขอนามัย ศูนย์บริการ นักท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทางและของที่ระลึกการท่องเที่ยวเป็นพื้นที่ที่ต้องปรับปรุง

Gunawan Prayitno, Aidha Auliah, Ismu Rini Dwi Ari, Achmad Effendi, Ainul Hayat, Ahmad Delisa, Enock Siankwilimba and Jacqueline Hiddlestone-Mumford (2024) งานวิจัยเรื่องทุนทางสังคมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนการพัฒนาในประเทศอินโดนีเซีย นำเสนอการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถใช้ประโยชน์จากทุนทางสังคมของสังคมได้ ส่งเสริมการพัฒนา เครือข่ายทางสังคม บรรทัดฐาน และความไว้วางใจที่ชุมชนสร้างขึ้นสะท้อนถึงทุนทางสังคมอันจะมีความสำคัญต่อการสนับสนุนและตอบสนองต่อความยั่งยืนการท่องเที่ยว หมู่บ้านตั้งอยู่ในเขตโคโนซารี อำเภอมาลัง ซึ่งมีชื่อเสียง สำหรับศักยภาพหมู่บ้านท่องเที่ยว ได้แก่ หมู่บ้านบังเกล้น หมู่บ้านท่องเที่ยวแห่งนี้ใช้ ศักยภาพและทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน พื้นที่เพาะปลูก และฟาร์มแพะเป็นแหล่งท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว จึงสร้างประโยชน์อันดีให้กับชุมชนหมู่บ้าน การศึกษาครั้งนี้มีสมมติฐาน H1: บรรทัดฐาน เครือข่ายทางสังคม และความไว้วางใจมีอิทธิพลสำคัญต่อสังคมทุน และสมมติฐาน H2: การมีอยู่ของทุนทางสังคมมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ชุมชนหมู่บ้านบังเกล้นด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล SEM-PLS (การสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้าง) ผลการศึกษาแสดงว่าสมมติฐาน H1 และ H2 มีค่ามีนัยสำคัญและเป็นค่าบวก ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าเครือข่ายทางสังคม บรรทัดฐาน และความไว้วางใจสามารถสร้างทุนทางสังคมของชุมชนได้ และมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนหมู่บ้านท่องเที่ยวบางเกล้น

Ozgur Gocer , Didem Boyacioglu , Ebru Ergoz Karahan , Pranita Shrestha (2024)

การตั้งถิ่นฐานของมรดกในชนบทต้องเผชิญกับความท้าทายและความเสี่ยงมากมายอันเนื่องมาจากวิวัฒนาการอย่างรวดเร็วของวัฒนธรรมเศรษฐกิจการท่องเที่ยว เช่น การเปลี่ยนแปลงด้านประชากรศาสตร์ ความแออัด ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และความหลากหลายทางชีวภาพการสูญเสีย การอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและสังคมวัฒนธรรมของการตั้งถิ่นฐานในชนบทเหล่านี้ และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ความยืดหยุ่นของความสัมพันธ์ได้รับการพิจารณาว่าขาดไม่ได้ในการพัฒนาที่ยั่งยืนระดับโลก งานวิจัยที่กำลังเติบโตได้ตรวจสอบผลกระทบต่อการเติบโตความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมในวงกว้างผ่านบทเรียนที่ได้รับจากการตั้งถิ่นฐานในท้องถิ่นในชนบทเหล่านี้ อย่างไรก็ตาม การอภิปรายเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงขับเคลื่อนโดยการท่องเที่ยวและความยืดหยุ่นทางสังคมวัฒนธรรมในบริบทชนบทได้รับความสนใจอย่างจำกัด มีส่วนร่วมในการนี้ช่องว่างในวรรณกรรม ขึ้นอยู่กับการศึกษาสำรวจระยะยาว (ช่วงปี 2000 ถึง 2022) ที่ดำเนินการใน Beh-ramkale (หมู่บ้านชนบทในTürkiye) บทความนี้สำรวจกลยุทธ์การฟื้นฟูชุมชนในชนบทนำมาใช้โดยผู้อยู่อาศัยเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่นำโดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการอนุรักษ์มรดกอย่างเข้มงวดข้อจำกัด ผลการศึกษพบว่า พื้นที่พัฒนาใหม่ (นิคมใหม่) ของหมู่บ้านทำหน้าที่เป็นพื้นที่โครงสร้างพื้นฐานของการตั้งถิ่นฐานเก่า โดยอาศัยบ้านของผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่น และทรัพยากรทางเศรษฐกิจสำหรับหมู่บ้าน. การจัดตั้งนิคมใหม่ขัดขวางการพลัดถิ่นของผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่นในระดับหนึ่งและเป็นการสืบสานเศรษฐกิจชนบทแบบดั้งเดิมของหมู่บ้าน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่าศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาความเป็นวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น อันได้แก่ ความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรม ความหลากหลายด้านกลุ่มชาติพันธุ์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในชุมชน การประกอบอาชีพของบรรพบุรุษตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันจนก่อให้เกิดการยอมรับ และปฏิบัติสืบต่อกันมาจนกลายเป็นมรดกทางสังคม และถ่ายทอดมาจนถึงปัจจุบัน การได้ศึกษาประวัติศาสตร์ ประเพณี ความเชื่อ สถาปัตยกรรม ศิลปะ ศาสนสถาน โบราณสถาน ภูมิปัญญาพื้นบ้าน และกิจกรรมชุมชน จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยปัจจัยต่างๆ ในหลายๆด้านเข้ามาสนับสนุน เช่น ความพร้อมระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่เพียงพอแก่การรองรับนักท่องเที่ยว ความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว การบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว การโฆษณา ประชาสัมพันธ์เผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เด่นชัด ความร่วมมือในการรับผิดชอบสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวในทุกๆ ด้าน



บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนแม่พระประจักษ์ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี” โดยการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และศึกษาวิจัยเชิงปริมาณร่วมด้วยเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ชัดเจนเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจในเนื้อหา ทางผู้วิจัยจึงมีขั้นตอนและวิธีการดำเนินการดังต่อไปนี้

- 3.1 ระเบียบการวิจัย
- 3.2 รูปแบบงานวิจัย
- 3.3 พื้นที่การศึกษา
- 3.4 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล
- 3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.7 การตรวจสอบข้อมูล
- 3.8 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ
- 3.9 การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูลและบทบาทผู้วิจัย

3.1 ระเบียบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และได้ทำการศึกษาวินิจฉัยเชิงปริมาณร่วมด้วย โดยที่ผู้วิจัยเลือกการใช้ แนวทางการศึกษาในการวิจัยทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory Study) เป็นปฏิบัติการเชิง คุณภาพอย่างเป็นระบบของการรวบรวมข้อมูลการจำแนกข้อมูลออกเป็นหมวด (categories/ themes) และการเชื่อมโยงหมวดต่างๆ เพื่อนำเสนอเป็นทฤษฎี (theory) ที่เป็นกรอบแนวคิดกว้างๆ อธิบายกระบวนการของเหตุการณ์ (events) กิจกรรม (activities) การกระทำ (actions) หรือการมี ปฏิสัมพันธ์ (interactions) ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่ต้องการศึกษาสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้น มุมมอง วิธีคิดและวิธีการแก้ไขปัญหา รวมทั้งความรู้สึกรู้สึกต่างๆ โดยอาศัยการพูดคุย การสัมภาษณ์ โดยอาศัยประสบการณ์ตรงของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล เพื่อให้ได้เข้าใจถึงความหมายรายละเอียดต่างๆ ของผู้ที่รับประสบการณ์นั้นๆ โดยทั้งนี้ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และลงพื้นที่จริงในการศึกษาค้นคว้าข้อมูล โดยใช้การสัมภาษณ์แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เป็นรายบุคคล และใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรค สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอนาคตให้มีประสิทธิภาพและสามารถเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในอนาคต โดยที่กำหนดประเด็นที่น่าสนใจในการสัมภาษณ์ เพื่อสอบถามหน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง

ทั้งยังศึกษาค้นคว้าเอกสาร ข้อมูลทางวิชาการ เพื่อให้ได้ถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์มากที่สุดของงานวิจัยในครั้งนี้

3.2 รูปแบบงานวิจัย

การวิจัยแบ่งการศึกษาข้อมูลออกเป็น 2 ลักษณะดังนี้

3.2.1 ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยว ชนบธรรมเนียม ประเพณี แนวคิดและวรรณกรรมต่างๆ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เอกสารวิชาการ บทความทางวิชาการ เว็บไซต์สถิติ รวมทั้งจากข้อมูลที่เคยมีการตีพิมพ์แก่สาธารณชน ที่เกี่ยวข้องชุมชนแม่พระประจักษ์ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี

3.2.2 ข้อมูลปฐมภูมิ

เป็นการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถเก็บข้อมูลให้ได้ อย่างถี่ถ้วนและชัดเจนครอบคลุมทุกวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา โดยการวิจัยครั้งนี้จะประกอบด้วยการพูดคุย การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อให้ทราบถึงจุดมุ่งหมายการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องและเป็นไปตามธรรมชาติมากที่สุด

3.3 พื้นที่การศึกษา

ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่เพื่อการศึกษา คือพื้นที่ชุมชนแม่พระประจักษ์ ตำบลต้นตาล อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี

3.4 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ประชากรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยประชากร 3 กลุ่ม คือกลุ่มแรกสมาชิกของกลุ่มรัฐวิสาหกิจชุมชนแม่พระประจักษ์ กลุ่มที่สอง เจ้าหน้าที่บุคลากรของรัฐและกลุ่มสุดท้าย องค์การภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้แก่ชุมชน และการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงนี้ได้พิจารณาจากกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้อง และมีความเชี่ยวชาญในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง เพื่อการได้มาซึ่งข้อมูลที่ชัดเจน และสามารถนำคำตอบมาวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎี แนวคิด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยมีกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

ผู้วิจัยได้แยกการกลุ่มประชากรตัวอย่างเป็น 3 กลุ่ม รวมจำนวน 60 คน มีรายละเอียดดังนี้

3.4.1 กลุ่มรัฐวิสาหกิจชุมชนแม่พระประจักษ์ จำนวน 20 คน ประกอบด้วย

- | | |
|---|-------|
| - ประธานกลุ่มรัฐวิสาหกิจชุมชนแม่พระประจักษ์ | 1 คน |
| - รองประธานกลุ่มรัฐวิสาหกิจชุมชนแม่พระประจักษ์ | 1 คน |
| - เหนียวญิกกลุ่มรัฐวิสาหกิจชุมชนแม่พระประจักษ์ | 1 คน |
| - คณะกรรมการกลุ่มรัฐวิสาหกิจชุมชนแม่พระประจักษ์ | 17 คน |

3.4.2 เจ้าหน้าที่บุคลากรของรัฐ จำนวน 10 คน ประกอบด้วย

- นายกองค์การบริหารส่วนตำบลต้นตาล 1 คน
- เจ้าหน้าที่องค์การบริหารตำบลต้นตาล 8 คน
- เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนอำเภอสองพี่น้อง 1 คน

3.4.3 องค์การภาคเอกชน จำนวน 30 ราย ประกอบด้วย

- ผู้ประกอบการร้านค้า 10 คน
- ร้านขายของที่ระลึก 10 คน
- ที่พักโฮมสเตย์ 10 คน

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ในส่วนของประชากรและกลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่บุคลากรของรัฐและองค์การภาคเอกชน โดยกำหนดประเด็นแนวคำถามในแบบสัมภาษณ์ออกเป็น 6 ตอน ดังนี้ คือ

- 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์
- 2) ข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน
- 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับมุมมอง จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรคและโอกาสของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในชุมชนแม่พระประจักษ์ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี
- 4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับมุมมองของการตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวชุมชนแม่พระประจักษ์ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี
- 5) ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- 6) ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับประเด็นที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะใช้อุปกรณ์การอัดเสียงสำหรับเก็บบันทึกข้อมูลตลอดจนการถ่ายภาพระหว่างการสัมภาษณ์ และจัดบันทึกข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมทุกประเด็นตามที่ได้กล่าวมาข้างต้น ในส่วนของประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยวจะใช้การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ โดยมีลักษณะการพูดคุยกับผู้ประกอบการและประชาชนในท้องถิ่นเป็นหลัก เพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวชมชุมชนแม่พระประจักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยอิงจากแนวคำถามเดียวกัน

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บข้อมูลเอง ซึ่งมีข้อมูลหลายด้านที่ต้องทำการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบกัน เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลซึ่งแบ่งเป็น 5 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง เนื่องจากผู้วิจัยต้องการข้อมูลแบบเจาะลึก ดังนั้นเมื่อผู้วิจัยเข้าพื้นที่ทุกครั้งจึงต้องทำความรู้จักกับผู้ให้ข้อมูลให้มากที่สุดเพื่อสะดวกต่อการสนทนาและการนัดหมายในครั้งต่อไปอีกทั้งเข้าไปสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน

ในแต่ละครั้งจะทำการรวบรวมข้อมูลด้านบริบทชุมชนในด้านต่างๆ ตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยการสนทนา การสังเกต การสัมภาษณ์ และจดบันทึกข้อมูล

ระยะที่ 2 การสำรวจ เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อศึกษาสภาพทั่วไป ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน สถานการณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ความคิดเห็นทางด้านสภาพปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยวและความคาดหวังในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ความต้องการการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และข้อเสนอแนะต่าง ๆ โดยผู้วิจัยทำการออกสำรวจ และสอบถามกลุ่มตัวอย่างในชุมชน

ระยะที่ 3 การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) ที่ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นไว้ก่อน

ระยะที่ 4 การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) หรือการจัดเวทีชาวบ้านดำเนินการโดยผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการสนทนา (Moderator) ร่วมกับกลุ่มผู้รู้ (Key Informants) ได้แก่ กลุ่มผู้นำอย่างเป็นทางการ คือผู้ใหญ่บ้าน กลุ่มผู้นำอย่างไม่เป็นทางการ คือตัวแทนจากกลุ่มอาชีพ ตัวแทนจากสมาชิกในชุมชน ตัวแทนจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ สำนักงานเทศบาล องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มละ 1 คน ในประเด็นที่สำคัญของข้อมูลที่ได้จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกันในประเด็นที่ผู้วิจัยมีทั้งความคิดเห็นที่สอดคล้อง และความคิดเห็นที่โต้แย้งกันทำให้ผู้วิจัยทราบถึงสาเหตุเบื้องหลังของพฤติกรรมต่าง ๆ โดยผู้เข้าร่วมสนทนาไม่รู้ตัว ส่วนการสังเกต การจดบันทึกในระหว่างการสนทนา (การจัดเวทีชุมชน) มีกลุ่มผู้ช่วยนักวิจัยเข้าร่วมเป็นผู้ช่วยในการดำเนินการ

ระยะที่ 5 ผู้วิจัยจะเข้าไปในพื้นที่ศึกษา เพื่อตรวจสอบข้อมูลและความถูกต้องของข้อมูลที่รวบรวมมาในแต่ละครั้ง อีกทั้งเก็บข้อมูลในส่วนที่ตกค้างและไม่ครบตามประเด็นที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปรายงานการวิจัย

3.7 การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยได้มีกระบวนการตรวจสอบข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ โดยเลือกการใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อใช้พิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่และมีความน่าเชื่อถือของข้อมูล อรุณี อ่อนสวัสดิ์ (2551) โดยใช้การตรวจสอบด้านข้อมูล (Data Triangulation) ในการตรวจสอบแหล่งของข้อมูล ซึ่งพิจารณาในการตรวจสอบ ได้แก่ แหล่งเวลา คือ ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ แหล่งสถานที่ คือ ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กันจะเหมือนกัน หรือไม่ และแหล่งบุคคล คือ ถ้าบุคคลผู้เกี่ยวข้องที่ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ ผู้วิจัยได้ใช้การตรวจสอบข้อมูลด้วยการจำแนกออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

รูปแบบที่หนึ่ง ผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์จากกลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่ม ได้แก่ เจ้าหน้าที่บุคลากรของรัฐ องค์การภาคเอกชน ประชาชนในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้ในแต่ละกลุ่มเป้าหมายจะถูกนำมาเชื่อมโยงเพื่อวิเคราะห์ ประมวลผลว่ามีความสอดคล้องหรือมีความขัดแย้งกันทั้งภายในและภายนอกของกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ ถ้ามีข้อมูลใดที่มีการขัดแย้งกันทางผู้วิจัยจะดำเนินการสัมภาษณ์เพิ่มเติมถึงประเด็นดังกล่าว เพื่อให้ได้ถึงความถูกต้องของข้อมูลให้ได้มากที่สุด

รูปแบบที่สอง ผู้วิจัยได้ใช้การศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ อันได้แก่ การศึกษาค้นคว้าเอกสารงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ปัญหา และอุปสรรค เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และรวบรวมมาวิเคราะห์และเปรียบเทียบกับข้อมูลปฐมภูมิที่ได้ จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อตรวจสอบเพิ่มเติมและยืนยันให้เกิดความชัดเจนและความถูกต้องน่าเชื่อถือของข้อมูล

3.8 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (การวิเคราะห์แก่นสาระ)

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยนี้ใช้กระบวนการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic analysis) 6 ขั้นตอนคือ (1) การทำความเข้าใจข้อมูล (2) การทำให้เกิดข้อมูลเบื้องต้น (3) การค้นหาแก่นสาระ (4) การตรวจสอบซ้ำแก่นสาระ (5) การระบุและตั้งชื่อแก่นสาระ (6) การจัดทำรายงาน (Braun & Clarke. 2006) อย่างไรก็ตามกระบวนการวิเคราะห์แก่น สาระนั้นมีอยู่ด้วยกันหลายแบบและยังคงไม่มีข้อสรุปการดำเนินการที่ชัดเจนแต่กระบวนการ 6 ขั้นตอนดังกล่าว มีความเหมาะสมกับงานวิจัยนี้เพราะเป็นกระบวนการเชิงปฏิบัติของการวิเคราะห์และรายงานแก่นสาระจากข้อมูลที่มีและยังช่วยให้สามารถบริหารจัดการและอธิบายข้อมูลที่มีได้อย่างละเอียด (Braun & Clarke. 2006) นอกจากนี้ยังมีการวิเคราะห์ เอกสาร (Document analysis) ซึ่งได้ถูกใช้ในการวิเคราะห์เอกสารพยานประกอบที่เกี่ยวข้องในงานวิจัยนี้ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ NVIVO9 ในการวิเคราะห์ข้อมูลกล่าวโดย สรุปงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและการรวบรวมเอกสารพยานประกอบในการเก็บข้อมูล และใช้การวิเคราะห์แก่นสาระและการวิเคราะห์เอกสารเพื่อช่วยทำการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกัน

3.9 การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูลและบทบาทผู้วิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ทางผู้วิจัยเป็นเครื่องมือสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูลเนื่องจากการเป็นการสัมภาษณ์ที่จะต้องใกล้ชิดกับผู้ให้ข้อมูล ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคำนึงถึงจรรยาบรรณของผู้วิจัยและการพิทักษ์สิทธิของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลตั้งแต่เริ่มกระบวนการเริ่มต้นเก็บข้อมูลจนถึงผลการวิจัยมีความครบถ้วนสมบูรณ์และมีความถูกต้องสมบูรณ์ โดยมีการดำเนินการดังต่อไปนี้

1) ก่อนเริ่มการสัมภาษณ์ในแต่ละครั้งผู้วิจัยต้องแนะนำตัวเอง อธิบายวัตถุประสงค์ รวมทั้งขั้นตอน รายละเอียดในการเก็บรวบรวมข้อมูล แนวคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์ และขออนุญาตใช้เครื่องบันทึกเสียงตลอดการสัมภาษณ์ เพื่อความถูกต้องในการบันทึกข้อมูล รวมทั้งบอกเวลาคร่าวๆ ที่จะใช้ในการสัมภาษณ์ให้แก่ผู้ให้ข้อมูล

2) ก่อนเริ่มการสัมภาษณ์ในแต่ละครั้ง ผู้วิจัยต้องอธิบายให้ทราบว่าผู้ให้ข้อมูลมีสิทธิในการตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัยหรือไม่ก็ได้ และถ้าหากตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัยสามารถออกจากการวิจัยได้ตลอดเวลา โดยไม่มีผลต่อผู้ให้ข้อมูลแต่อย่างใด และเมื่อผู้ให้ข้อมูลสมัครใจเข้าร่วมการวิจัย ผู้วิจัยจึงเริ่มดำเนินการเก็บข้อมูล

3) ก่อนเริ่มการสัมภาษณ์ต้องบอกผู้ให้ข้อมูลทราบว่า ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะนำไปใช้เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ ตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาการท่องเที่ยว

โรงแรมและอินเทอร์เน็ตเท่านั้น และในการนำเสนอข้อมูล การเขียนรายงานการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้นามสมมติเพื่อเป็นการรักษา ความลับของผู้ให้ข้อมูล และนำเสนอในภาพรวมโดยไม่เฉพาะเจาะจงผู้ใด



รายการอ้างอิง





ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นางวรรณธร แฝ่งประเสริฐ

วุฒิการศึกษา

พ.ศ.2548 สำเร็จการศึกษา ศิลปศาสตรบัณฑิต

สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

พ.ศ.2565 ศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาการจัดการการ

ท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แผน ก แบบ ก 2

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผลงานตีพิมพ์

การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนแม่พระประจักษ์ อำเภอสองพี่น้อง
จังหวัดสุพรรณบุรี

