



การจัดการวัฒนธรรมสู่แนวคิดการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์
Cultural Management to the Concept of Creative Cultural Tourism

สุวิมล สมไชย, พิกุล ภูมิแสน, สำเร็จ อัจระจันทร์ และ สนุก สิงห์มาตร

Suvimon Somchai, Pikul Phumsaen, Samrej Arthakun and Sanook Singmart

วิทยาลัยสงฆ์ร้อยเอ็ด มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Roi Et Buddhist college Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand

Email: suvimon252@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-8215-4544>

Email: chounang@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0002-7239-9519>

Email: samret23520@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-8304-2241>

Corresponding author e-mail: thisme31@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2524-2519>

Received 29/10/2023

Revised 29/11/2023

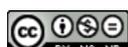
Accepted 07/12/2023

Abstract

Background and aim: The evolution of creative cultural tourism is intricately linked to the adept application of theories, principles, concepts, practices, and knowledge pertinent to a specific subject. The successful implementation of cultural management strategies involves adapting these elements to the contextual nuances of the surroundings. This integration, in turn, catalyzes the advancement of creative cultural tourism—a form of travel intricately tied to the exploration of history, arts, culture, community traditions, and the distinctive attributes of places. It transcends the conventional tourist experience by fostering direct engagement with the custodians of the culture, thereby imparting added value to the historical, artistic, and cultural dimensions of a locale. Unlike ventures solely geared towards community income, creative cultural tourism prioritizes the preservation and celebration of community values. In essence, it serves as a bridge between tourists and the rich tapestry of a community's heritage, contributing not only to economic development but also to the perpetuation of intrinsic cultural worth.

Methodology: This study used document analysis and related research methods. Analyze the content and present it descriptively according to the study objectives.

Results: present cultural management leading to the development of creative cultural tourism, which stakeholders can implement to affect the national economic development at a low cost. The author analyzed 4 issues as follows: (1) rehabilitation issues to deal with lost or degraded cultures so that they can be restored to their original condition, (2) conservation issues to preserve the existing culture, no matter what type of culture, for as



long as possible and be able to use it to the greatest benefit, (3) the issue of promotion and support is to give importance and expand the scope of the project or activity to be of better quality and completeness, (4) the issue of cultural application It is taking something related to existing culture and using it by adapting it appropriately to the current conditions, whether it is changed in culture, traditions, society, ideas or technology.

Conclusion: Cultural management leads to the development of creative cultural tourism that stakeholders can use to influence national economic development. In the analysis, there are 4 important issues: restoration, conservation, promotion, and support. and application of culture It emphasizes preserving, promoting, and adapting existing culture to create benefits and enhance cultural tourism that benefits both the community and the country in the long run.

Keywords: Management; Culture; Creative tourism

บทคัดย่อ

ภูมิหลังและวัตถุประสงค์: วิวัฒนาการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์มีความเชื่อมโยงอย่างซับซ้อนกับการประยุกต์ใช้ทฤษฎี หลักการ แนวคิด แนวปฏิบัติ และความรู้ที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชาเฉพาะอย่าง เชี่ยวชาญ การดำเนินการตามกลยุทธ์การจัดการวัฒนธรรมที่ประสบความสำเร็จนั้นเกี่ยวข้องกับการปรับองค์ประกอบเหล่านี้ให้เข้ากับความแตกต่างตามบริบทของสภาพแวดล้อม การบูรณาการนี้จะช่วยกระตุ้นความก้าวหน้าของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นรูปแบบของการเดินทางที่เชื่อมโยงอย่างซับซ้อนกับการสำรวจประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชน และคุณลักษณะที่โดดเด่นของสถานที่ต่างๆ มันก้าวข้ามประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบเดิม ๆ โดยการส่งเสริมการมีส่วนร่วมโดยตรงกับผู้ดูแลวัฒนธรรม จึงเพิ่มมูลค่าให้กับมิติทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ และวัฒนธรรมของสถานที่นั้นๆ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ต่างจากกิจการที่มุ่งเป้าไปที่รายได้ของชุมชนเพียงอย่างเดียว โดยให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์และการเฉลิมฉลองคุณค่าของชุมชน โดยพื้นฐานแล้ว ที่นี้ทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่างนักท่องเที่ยวกับมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนที่อุดมสมบูรณ์ ซึ่งไม่เพียงแต่มีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังช่วยรักษาคุณค่าทางวัฒนธรรมที่แท้จริงอีกด้วย

ระเบียบวิธีการศึกษา: การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำการวิเคราะห์เนื้อหาแล้วนำเสนอเชิงพรรณนาความตามวัตถุประสงค์การศึกษา

ผลการศึกษา: การบริหารจัดการเกี่ยวกับวัฒนธรรมนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำไปดำเนินการให้เกิดผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติที่มีต้นทุนต่ำที่สุด ผู้เขียนวิเคราะห์ไว้ 4 ประเด็น ดังนี้ (1) ประเด็นการฟื้นฟู คือการดำเนินการกับวัฒนธรรมที่สูญหายหรือเสื่อมโทรมลงให้สามารถฟื้นคืนกลับสู่สภาพเดิมได้อีก (2) ประเด็นการอนุรักษ์ คือการรักษาวัฒนธรรมที่มีอยู่ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมประเภทใดก็ตามไว้ให้นานที่สุดและสามารถนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์มากที่สุด (3) ประเด็นการ

ส่งเสริมและสนับสนุน คือการให้ความสำคัญและการขยายขอบเขตในโครงการหรือกิจกรรมให้ตีมีคุณภาพสมบูรณ์ยิ่งขึ้น (4) ประเด็นการประยุกต์วัฒนธรรม คือการนำบางสิ่งที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมที่มีอยู่แล้วนำมาใช้ประโยชน์โดยปรับใช้อย่างเหมาะสมกับสถานะที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นความเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม ประเพณี สังคม ความคิดหรือเทคโนโลยี

สรุปผล: การบริหารจัดการเกี่ยวกับวัฒนธรรมนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำไปดำเนินการให้เกิดผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติ โดยในการวิเคราะห์ที่มี 4 ประเด็นที่สำคัญคือ การฟื้นฟู การอนุรักษ์ การส่งเสริมและสนับสนุน และการประยุกต์วัฒนธรรม ซึ่งเน้นถึงการรักษา ส่งเสริม และปรับใช้วัฒนธรรมที่มีอยู่เพื่อสร้างประโยชน์และเสริมสร้างท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นประโยชน์ทั้งต่อชุมชนและประเทศในระยะยาว

คำสำคัญ : การจัดการ; วัฒนธรรม; การท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์

บทนำ

จากสถานการณ์ในปัจจุบันเป็นที่ทราบกันดีว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวจะเป็นเส้นทางลัดไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศที่กำลังพัฒนาในหลาย ๆ ประเทศ รวมทั้งประเทศสังคมนิยมที่เริ่มเปิดประเทศใหม่ เช่น ในกลุ่มประเทศอินโดจีนและกลุ่มประเทศในยุโรปตะวันออก ต่างมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวเป็นภาคบุกเบิกที่จะนำผลประโยชน์ทั้งหลายมาสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศด้วยการลงทุนที่ไม่สูงนัก โดยหวังว่าการท่องเที่ยวจะดึงดูดเงินตราต่างประเทศ ทำให้คนในท้องถิ่นมีงานทำและมีรายได้ ในขณะที่เดียวกันประเทศไทยก็เคยอาศัยการท่องเที่ยวมาเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้ประเทศไทยประสบความสำเร็จทางการตลาดอย่างงดงาม จนเป็นที่รู้จักในฐานะ “สยามเมืองยิ้ม” และประเทศไทยได้กลายมาเป็นสถานพักผ่อนที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของโลก โดยเฉพาะหลังปี พ.ศ. 2558 เป็นต้นมาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเติบโตในอัตราค่อนข้างสูงมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทางตรงทางการท่องเที่ยว (Tourism Direct GDP : TDGDP) และมีแนวโน้มจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นตลอดเวลา เพียงแต่ช่วงที่เกิดเหตุการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ปี 2563-2565 นั้นส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศอย่างหนัก และในปัจจุบันสถานการณ์ดังกล่าวได้ผ่านพ้นไปแล้ว คาดว่านักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศก็คงจะสามารถเดินทางท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆได้เหมือนก่อนหน้าโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ประเทศไทยของเรามีแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะนี้กระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆของประเทศ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนี้ได้โดยไม่มีวันหยุดและผู้เขียนมองว่าการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้เป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ลงทุนต่ำและสามารถสร้างคุณค่าทางท่องเที่ยวทั้งทางเศรษฐกิจและทางจิตใจด้วย อย่างไรก็ตามในช่วงต้นปี 2563 การท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้ทั่วโลกมีการออกมาตรการจำกัดการเดินทาง โดยในส่วนของประเทศไทย ภาครัฐมีการประกาศล็อกดาวน์เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้ในช่วงไตรมาส 2 และ 3 ของปี 2563 ไม่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และแม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จะมีแนวโน้มที่ดีขึ้นจนทำให้ไตรมาส 4 ปี 2563 ได้มีการอนุญาตให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประเภท Special Tourist VISA (STV) เดินทางเข้าประเทศไทยได้ แต่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาเที่ยวไทยได้เพียง 10,822 คน ส่งผลให้ในปี 2563

มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย 6.7 ล้านคน ลดลงจากปี 2562 ถึงร้อยละ -83.2 ต่อปี และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติเพียง 3.3 แสนล้านบาท ลดลงร้อยละ -82.6 ต่อปี ซึ่งเป็นการหดตัวสูงสุดเป็นประวัติการณ์ และจากที่เคยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติถึง 1.91 ล้านล้านบาทในปี 2562 ซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เศรษฐกิจไทยในปี 2563 หดตัวลงถึงร้อยละ -6.2 ต่อปี สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยในส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2565 เริ่มส่งสัญญาณของการกลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง สะท้อนจากตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (เบื้องต้น) ที่รายงานโดยกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 20 พฤษภาคม 2565 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยแล้วจำนวน 1.1 ล้านคน แม้จะอยู่ในระดับต่ำกว่าช่วงก่อนการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 แต่ถือว่าเป็นตัวเลขที่สูงกว่าทั้งปี 2564 ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเพียง 4.3 แสนคน โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากมาตรการภาครัฐที่เปิดให้ลงทะเบียน Thailand Pass อีกครั้งในวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2565 และในวันที่ 1 พฤษภาคม 2565 ได้มีการยกเลิกมาตรการ Test & Go และผ่อนคลายนโยบายการยื่นขอลงทะเบียน Thailand Pass เช่น การลงทะเบียนขอให้แสดงหลักฐานวัคซีนและประกันภัยเท่านั้น จากเดิมที่ต้องมีการแสดงหลักฐานการตรวจหาเชื้อโควิด-19 การจองห้องพัก และอื่น ๆ รวมทั้งลดวงเงินประกันภัย หรือประกันในรูปแบบอื่น ๆ เหลือ 10,000 USD จากเดิม 20,000 USD รวมทั้งการยกเลิกการตรวจหาเชื้อโควิด-19 แบบวิธี RT-PCR เมื่อมาถึงโดยแนะนำให้ตรวจ Self-ATK ระหว่างพำนักแทน ซึ่งมาตรการเหล่านี้จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องภายในประเทศก็ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง (กาญจนา จันทราชิต และคณะ, 2556)

กระทรวงวัฒนธรรม ได้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ เป้าหมายกระทรวง ตัวชี้วัด กลยุทธ์ มาตรการ แนวทางการดำเนินงานของกระทรวงวัฒนธรรม ปี 2560-2564 ดังนี้ วัฒนธรรมสร้างคนดีสังคมสันติสุข ทูตทางวัฒนธรรมเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจไทยเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมในระดับนานาชาติพันธกิจ 1). เติบโตทางสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และทำนุบำรุงศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรมให้มีการรักษาสืบทอดและพัฒนาอย่างยั่งยืน 2). สร้างจิตสำนึก สร้างค่านิยม และวิถีชีวิตที่ดีงามในสังคมไทย 3). ส่งเสริมการพัฒนาและต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ 4). จัดการศึกษา วิจัย บริหารจัดการองค์ความรู้ และสร้างนวัตกรรมด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม และ 5). ส่งเสริมและพัฒนาความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมกับต่างประเทศเพื่อนำความเป็นไทยสู่สากล นอกจากนี้กระทรวงวัฒนธรรมกำลังมีความพยายามที่จะยกระดับการนำทุนทางวัฒนธรรมมาเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจแล้ว ยังมีประโยชน์ต่อการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศอีกทางหนึ่ง อาทิ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ (สบศ.) ที่มีงานวิจัยมากมาย และสามารถทำวิจัยเกี่ยวกับทำร่ำ หรือการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย ที่ผ่านมาบุคลากรของ สบศ. มีบทบาทในเวทีต่างๆมากมาย ก็สามารถวิเคราะห์ถึงความสนใจของประชาชนหรือการสร้างกระแสและกระตุ้นให้ทั่วโลกสนใจวัฒนธรรมไทยมากยิ่งขึ้น หรือแม้แต่เรื่องการขับเคลื่อนงานวิจัยในด้านความเป็นไทยสู่สากลก็มีความสำคัญมาก ซึ่งกระทรวงวัฒนธรรม จะเตรียมงบประมาณขับเคลื่อนเรื่องดังกล่าว เนื่องจากกระทรวงวัฒนธรรมได้ผลักดันและดำเนินกิจกรรมเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมไทยสู่นานาชาติประเทศ ตามนโยบายของรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังได้มอบหมายให้ทุกหน่วยงานในสังกัดกระทรวง กำหนดกรอบการวิจัยใน 5 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 เพื่อให้ครอบคลุมด้านมูลค่าหรือรายได้จากสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม รวมทั้งมีการรวบรวมข้อมูลและการเก็บสถิติ เพื่อสามารถกำหนดทิศทาง และความเป็นไปได้ของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมในภาพรวม และอุตสาหกรรมวัฒนธรรมในด้านทัศนศิลป์เพื่อศึกษาการสร้างสรรคผลงาน การ

จัดการในแง่ธุรกิจ สามารถนำข้อมูลเชิงสถิติรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานของทุกหน่วยงานในสังกัดกระทรวงวัฒนธรรม ตลอดจนเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคม แก้ไขปัญหาสังคม และการส่งเสริมด้านคุณธรรม จริยธรรม โดยเสนองานวิจัยที่สอดคล้องกับการดำเนินงานกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพื่อการใช้ประโยชน์จากผลการวิจัยต่อไป และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในการเผยแพร่ให้ความรู้แก่นักเรียน นักศึกษา ประชาชนทั่วไปที่ให้ความสนใจนำไปใช้ประโยชน์ (กรุงเทพฯธุรกิจ. 2558)

ในปัจจุบันที่การท่องเที่ยวขึ้นเป็นประเด็นยุทธศาสตร์หนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศซึ่งนับว่าเป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวถูกบรรจุอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ อันว่าด้วยการพัฒนาในมิติสังคมที่เน้นการสร้างคุณธรรม จริยธรรม ลดความเหลื่อมล้ำในสังคม ที่เชื่อมโยงไปสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ โดยเฉพาะในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ที่ได้มุ่งเน้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้าและบริการโดยอาศัยความได้เปรียบเชิงเทียบ โดยใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อาทิเช่น ประวัติศาสตร์ ประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ผสมผสานกับความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และระดับเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการ รวมทั้งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์เหล่านั้นมีลักษณะเด่นรวมกันคือ ความเป็นเอกลักษณ์ ยากต่อการลอกเลียนแบบ และมักนำเสนอขายต่อนักท่องเที่ยวได้ราคา จึงนับเป็นโอกาสอันดีในการส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือ Creative tourism ให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยต่อไปได้อย่างยั่งยืน (ศลิษา ธีรานนท์ และ ประกาศิต โสภณจรัสกุล, 2559). การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ผ่านมาผู้ประกอบการทั้งที่เป็นตัวแทนท่องเที่ยวหรือผู้ให้บริการนำเที่ยว และสถาบันสนับสนุนการท่องเที่ยวได้พยายามคิดค้นรูปแบบทางธุรกิจท่องเที่ยวใหม่ๆ เช่น ผู้ให้บริการด้านที่พักมีการใช้กลยุทธ์การต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วยการแสดงการเล่นพื้นบ้านและดนตรีไทยผู้ให้บริการนำเที่ยวได้ใช้กลยุทธ์การบรรจุการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรายการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มมูลค่า/คุณค่า (วรวิทย์ อวิรุทธ์วรกุล, 2553 : 21)

บทความทางวิชาการฉบับผู้เขียนจึงมีวัตถุประสงค์ในการอธิบายเชิงวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญของวัฒนธรรมเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพิจารณาที่จะใช้ต้นทุนทางการท่องเที่ยวที่เรียกว่า “วัฒนธรรม” เพื่อเป็นข้อมูลสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้วัฒนธรรมที่มีมาช้านานของชาติไทยเราให้กลายเป็นพลังทางวัฒนธรรม (soft power) สู่การพลิกฟื้นเศรษฐกิจของชาติต่อไป

องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของวัฒนธรรม

สำหรับคำว่า วัฒนธรรม (Culture) ได้มีนักวิชาการจำนวนมากได้ให้ความหมายและผู้เขียนขอเสนอเพื่อเป็นแนวทางการอธิบายพอสังเขปดังต่อไปนี้

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (2535) ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมไว้ว่า วัฒนธรรมคือ ผลรวมของทุกสิ่งซึ่งเป็นความเจริญงอกงามที่สังคมนั้นๆ ได้ทำไว้หรือได้สร้างสมมาจนถึงบัดนี้ วัฒนธรรมคือ ผลงานสร้างสรรค์ทางศิลปะ และพุทธปัญญาทุกแขนง และวัฒนธรรม คือ สิ่งที่มีค่าแสดงรสนิยมของผู้ดี

หรือชนชั้นสูงสูงที่มีการศึกษาและฐานะดีวัฒนธรรมเป็นวิธีการดำเนินชีวิตของสังคม เป็นแบบแผนการประพฤติและการแสดงออก ซึ่งความรู้สึกนึกคิดในสถานการณ์ต่างๆ ที่สมาชิกในสังคมเดียวกันสามารถเข้าใจและซาบซึ้งร่วมกัน มนุษย์สร้างวัฒนธรรมขึ้นมาเพื่อประโยชน์แห่งการดำรงชีวิต และการสืบทอดเผ่าพันธุ์ ส่วนลีปพนนท์ เกตุทัต. (2542). ได้กล่าวว่า วัฒนธรรม หมายถึง วิถีชีวิตของคนในชุมชน และในสังคมโดยส่วนรวม ซึ่งรวมถึงสังคมวัฒนธรรมและศิลปวัฒนธรรม วัฒนธรรมมิใช่เป็นนามธรรม และรูปธรรมที่หยุดนิ่ง แต่เปลี่ยนแปลงมีพลวัตรตลอดเวลาโดยวัฒนธรรมมุ่งความอยู่ดีมีสุข ของคนและสังคมโดยส่วนรวม วัฒนธรรม จึงต้องเชื่อมโยงระหว่างสภาพในอดีตสู่ปัจจุบัน และสู่อนาคต วัฒนธรรมเชื่อมโยงระหว่างคนในสังคม ซึ่งมีวัยต่างกันต้องเชื่อมโยงระหว่างสภาพตนเองต่อครอบครัวชุมชน สังคม และสภาพรอบโลกต้องเชื่อมโยงระหว่างความรู้ด้านต่างๆ ได้ สำหรับ พระธรรมปิฎก (ประยุทธ์ปยุตโต. (2538) เมื่อคราวแสดงปาฐกถาพิเศษ 100 ปี พระยาอนุมานราชชน เรื่อง “วัฒนธรรมกับการพัฒนา” ดังนี้ “วัฒนธรรม” เป็นผลรวมของการสั่งสมสิ่งสร้างสรรค์และภูมิธรรม ภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดสืบต่อกัน มาของสังคมนั้นๆ “วัฒนธรรม” เป็นการสั่งสมประสบการณ์ความรู้ความสามารถ ภูมิธรรม ภูมิปัญญาทั้งหมดที่ได้ช่วยให้มนุษย์ในสังคมนั้นๆ อยู่รอดและเจริญสืบต่อมาได้และเป็นอยู่อย่างที่เป็นไป “วัฒนธรรม” คือผลรวมของทุกสิ่งซึ่งเป็นความเจริญงอกงามที่สังคมนั้นๆ ได้ทำไว้หรือได้สั่งสมมาจนถึงบัดนี้ “วัฒนธรรม” เป็นทั้งสิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามสืบมา และเป็นเนื้อตัวของความเจริญงอกงามที่มีอยู่ซึ่งจะเป็นพื้นฐานของความเจริญงอกงามต่อไป ตลอดจนเป็นเครื่องวัดระดับความเจริญงอกงามของสังคมนั้นๆ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า วัฒนธรรม หมายถึง สรรพสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับ วิถีชีวิตของมนุษย์ ทั้งในส่วนที่เป็นวัตถุและไม่ใช่วัตถุที่เกิดขึ้นในคนรุ่นหนึ่งแล้วถ่ายทอดไปยังอีกรุ่นหนึ่ง โดยอาจมีการปรับเปลี่ยน และพัฒนาไปตามยุคสมัยให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต และบริบทของสังคมของกลุ่มชนยุคนั้นๆ ทั้งนี้เพื่อความอยู่รอดของชีวิต ซึ่งต้องดำเนินไปตามทฤษฎีนิเวศทางวัฒนธรรม และโครงสร้างหน้าที่วัฒนธรรมอาจแบ่งออกได้ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม สามารถที่จะยึดโยงความเป็นชาติ เป็นแผ่นดินได้จากวัฒนธรรม สำหรับสร้างเสริมความสามัคคี กลมเกลียว และความเป็นปึกแผ่นในหมู่ประชาชน วัฒนธรรมจะช่วยชักนำให้คนประพฤติดี ปฏิบัติธรรม และพร้อมที่จะเผชิญชีวิตร่วมกันบนผืนแผ่นดินเดียวกัน ทั้งในยามสุข และยามทุกข์ และเมื่อเราได้ทราบความหมายของวัฒนธรรมแล้ว ผู้เขียนจึงอยากนำเสนอประเภทของวัฒนธรรมในทางวิชาการ ซึ่งจะขออธิบายไว้ ดังนี้

ประเภทของวัฒนธรรม

พระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2484 ได้แบ่งประเภทของวัฒนธรรมไว้ได้ 4 ประเภท ได้แก่

- 1) คติธรรม คือ วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับหลักในการดำเนินชีวิต ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของจิตใจซึ่งได้เรียนรู้จากศาสนา เป็นวัฒนธรรมทางด้านศีลธรรม เป็นจารีตประเพณีซึ่งถือเป็นหลักของการดำเนินชีวิต ส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากพุทธศาสนาซึ่งสอนในเรื่องของกรรม โดยสอนให้เชื่อในเหตุ และผลความเป็นไปในธรรมชาติมากกว่าความศรัทธา
- 2) เนติธรรม คือ วัฒนธรรมทางกฎหมาย รวมทั้งระเบียบประเพณีที่ยอมรับนับถือกันว่ามีมีความสำคัญ ป็นวัฒนธรรมทางด้านกฎหมาย หรือขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีความสำคัญเสมอด้วยกฎหมายหรือการกระทำบางอย่างที่ไม่มีกฎหมายห้ามไว้ แต่ถ้าใครทำเข้าก็เป็นที่ยึดถือของสังคม เช่นพ่อแม่มีหน้าที่เลี้ยงดูบุตรถ้าพ่อแม่เพิกเฉยละทิ้งหน้าที่ ก็จะถูกกฎหมายลงโทษ แต่เมื่อลูกโตขึ้นไม่เลี้ยงดูพ่อแม่ ไม่ถือว่าผิดกฎหมาย บ้านเมืองจะลงโทษไม่ได้ แต่จะเป็นที่ครหานินทาของสังคม ทั้งนี้เพราะพุทธศาสนาสอนในเรื่องของความกตัญญูต่อบุพการี
- 3) สหธรรม คือ วัฒนธรรมทางสังคมที่เกี่ยวกับหลักการปฏิบัติทางสังคม เช่น มารยาทในงานสังคมต่างๆ และ
- 4) วัตถุธรรม คือ วัฒนธรรมทางวัตถุ ที่สามารถจับต้องได้สัมผัสได้ เช่น บ้านเรือน

อาหาร เครื่องแต่งกาย เครื่องมือ เครื่องใช้ และเครื่องอำนวยความสะดวก เป็นต้น แต่สำหรับ สำราญ ผลดี ,ประเสริฐ บุญมา. (2558 : 13-36). ได้กล่าวว่า วัฒนธรรม แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ประกอบไปด้วย 1) วัฒนธรรมทางวัตถุ คือ เครื่องมือ เครื่องใช้ ที่มนุษย์ใช้ในชีวิตประจำวันเพื่อความสุขทางกาย อันได้แก่ ยานพาหนะ ที่อยู่อาศัย ตลอดจนเครื่องป้องกันตัวให้รอดพ้นจากอันตรายทั้งปวง และ 2) วัฒนธรรมทางจิตใจ เป็นเรื่องเกี่ยวกับเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของมนุษย์ เพื่อให้เกิดปัญหาและมีจิตใจที่งดงาม อันได้แก่ ศาสนา ศิลปกรรม จริยธรรม คติธรรม ตลอดจนศิลปะ วรรณคดี และระเบียบแบบแผนของขนบธรรมเนียมประเพณี

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ในเรื่องนี้มีนักวิชาการที่หลากหลายได้อธิบายไว้ อาทิ Smith (1989) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและมองเห็นถึงวิถีชีวิตของสังคมในอดีตที่ผ่านมา ๆ มาที่ปรากฏให้เห็น เช่น แบบบ้าน งานหัตถกรรมเครื่องมือ เครื่องใช้ในการทำมาหากิน และการแต่งงาน เป็นต้น รวมไปถึง Howell (1993) ก็กล่าวว่า คนเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเพื่อที่จะเรียนรู้หาประสบการณ์และความบันเทิง นักท่องเที่ยวบางกลุ่มเห็นว่า คนท้องถิ่นที่มีวัฒนธรรมที่แปลกและโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ก็สามารถเป็นสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวได้เช่นกัน สิ่งที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้โดดเด่นก็คือ การที่นักท่องเที่ยวสามารถเพิ่มพูนประสบการณ์ ความรู้และมุมมองทางด้านวัฒนธรรมที่กว้างไกล สอดคล้องกับ Pigram (1993) กล่าวว่า สิ่งจูงใจสำคัญของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในเรื่องของความแตกต่างในวิถีชีวิต การแลกเปลี่ยนความรู้และความคิดเห็นซึ่งกันและกัน และ Reisinger, (1994) กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นความสนใจพิเศษในการสืบค้นและแสวงหาประสบการณ์การมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความงาม สติปัญญา อารมณ์และจิตใจ รวมไปถึงงานเขียนของ ชาญ วิทย์ เกษตรศิริ ในโครงการวิถีทรรศน์: วิถีไทยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้ให้ข้อสังเกตว่าลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมก็คือการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ผู้อื่นและย้อนกลับมามองตนเอง อย่างเข้าใจความเกี่ยวพันของสรรพสิ่งในโลกที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้โดยได้กล่าวถึงส่วนประกอบที่สำคัญ 3 ประการสำหรับการท่องเที่ยวแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ดังต่อไปนี้ ประการแรก ต้องเปลี่ยนการท่องเที่ยว (Tourism) เป็นการเดินทาง (Travel) ให้คนกลุ่มเล็กสร้างภูมิปัญญาของกลุ่มไปศึกษา ไปดูตามความสนใจของตนเอง เป็นการเดินทางไปรู้จักการเดินทางต้องเป็นโลกส่วนตัว ไปอย่างเกรงใจ ไปอย่างเคารพ ต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นชุมชน มีความสุขจากการเดินทางเป็นเป้าหมาย ไม่ใช่การไปบุกรุก พิธีกรรมความเชื่อชาวบ้าน และต้องเร่งสร้างบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพรู้เรื่องวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ไม่ใช่รู้เรื่องภาษาอย่างเดียว มีคุณเทศก์ต้องมีความรู้เป็นวิทยากรไม่ใช่คนรับใช้ของนักท่องเที่ยวที่ต้องบริการทุกอย่าง ประการที่สาม ต้องเรียนรู้ที่จะเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้าน ของชุมชนอื่น รวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และผู้คนของเราเองด้วย ต้องมีพื้นฐานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ผู้มาเยือนจะละเมิดมิได้เพราะหากเราไม่เคารพวัฒนธรรมของเรา นักท่องเที่ยวชาติอื่นก็ไม่เคารพเช่นกัน (อ้างถึงใน สุธิดา แจ่มประจักษ์, 2565 : 215-222) ส่วน สมเกียรติ ชัยพิบูลย์. (2551 : 4) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีการนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของสมาชิกชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ หรือการประกอบอาชีพ รวมถึงการนำเสนอโบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนสถานซึ่งเป็นที่เคารพนับถือของชุมชน กล่าวโดยสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับแหล่งวัฒนธรรมในลักษณะต่างๆ ของนักท่องเที่ยวและที่สำคัญคือนักท่องเที่ยวได้สัมผัสและมองเห็นถึงวิถีชีวิตของสังคมในอดีตที่ผ่านมา ๆ นักท่องเที่ยวสามารถเพิ่มพูน

ประสบการณ์ ความรู้และมุมมองทางด้านวัฒนธรรมที่กว้างไกล อันเป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นความสนใจพิเศษในการสืบค้นและแสวงหาประสบการณ์การมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความงาม สติปัญญา อารมณ์และจิตใจ มากกว่าการไปจับจ่ายซื้อของเพียงอย่างเดียว

แนวคิดเศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ปัจจุบันยังไม่มีกำหนดคำนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นทางการขึ้นอยู่กับการนำไปปรับใช้ให้เข้ากับระบบเศรษฐกิจของแต่ละประเทศและองค์กรที่เกี่ยวข้องต่างๆ โดยความหมายอย่างง่ายของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ซึ่งนิยามโดย John Howkins คือ “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์” และสาขาการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จะเรียกว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ซึ่งหมายถึง “กลุ่มกิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์เป็นวัตถุดิบสำคัญ” ทั้งนี้หน่วยงานและรัฐบาลของประเทศต่างๆ ได้ให้คำนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไว้ดังนี้ สหราชอาณาจักรเป็นประเทศต้นแบบที่ได้รับการยอมรับให้เป็น “ศูนย์กลางความสร้างสรรค์ของโลก” (World Creative Hub) ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนี้ “เศรษฐกิจที่ประกอบด้วยอุตสาหกรรมที่มีรากฐานมาจากความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ทักษะความชำนาญ และความสามารถพิเศษ ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความมั่งคั่งและสร้างงาน ให้เกิดขึ้นได้โดยที่สามารถส่งมอบและส่งผ่านจากรุ่นเก่าสู่รุ่นใหม่ด้วยการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา” สำหรับ องค์การยูเนสโก (UNESCO : 2003) เน้นบริบทของทรัพย์สินทางปัญญาว่า “ประกอบไปด้วยอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและศิลปะทั้งหมด ทั้งในรูปแบบสินค้าและบริการที่ต้องอาศัยความพยายามในการสร้างสรรค์งานไม่ว่าจะเป็นการทำขึ้นมาโดยทันทีในขณะนั้นหรือผ่านกระบวนการผลิตมาก่อน และองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก ได้ยึดนิยามที่นำเสนอโดยกระทรวงวัฒนธรรม สื่อ และการกีฬาของสหราชอาณาจักรว่า คือ อุตสาหกรรมที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ความชำนาญและความสามารถที่มีศักยภาพในการสร้างงานและความมั่งคั่ง โดยการผลิตและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา ส่วนองค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและพัฒนา ได้ให้ความหมายในบริบทของการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจไว้ว่า “เป็นแนวความคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์” นอกจากนี้ การประชุมเตรียมการสำหรับการประชุมนานาชาติ. (UNESCO, (2003) อธิบายไว้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การส่งมอบความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่สร้าง “มูลค่าทางเศรษฐกิจ” และ “คุณค่าทางสังคม” ซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดโลกได้หรือพูดง่าย ๆ คือ “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิด” (ที่มา : <https://www.spu.ac.th/commarts/files/2010/09/>)

นอกจากที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว พลอย มัลลิกะมาส. (2554). ยังได้กล่าวว่า สินค้าและบริการที่จัดอยู่ในขอบข่ายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น อาจแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ 1. ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage) อันได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ ไปจนถึงงานหัตถกรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การแพทย์แผนโบราณ และเรื่องของการอาหารการกิน 2. ประเภทศิลปะ (Arts) อันได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมที่สร้างสรรค์สินค้าขึ้นบนพื้นฐานของศิลปะและวัฒนธรรม รวมถึงทั้งงานศิลปะ (Visual Arts) และศิลปะการแสดง (Performing Arts) 3. ประเภทสื่อ (Media) หมายถึง สินค้าและบริการสร้างสรรค์ที่สื่อสารกับคนกลุ่มใหญ่ หมายถึงทั้ง

สื่อสิ่งพิมพ์ (Publishing and Printing Media) และงานโสตทัศน (Audiovisual) 4. ประเภทงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation) อันได้แก่ งานออกแบบ แฟชั่น โฆษณา สถาปัตยกรรม ซอฟต์แวร์ ฯลฯ รวมทั้ง ทัศนศาสตร์ และ สุนันท์ เสนารัตน์ (2561 : 15-24) ยังได้เสนอถึงทุนทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นอีสาน ที่สะท้อนเอกลักษณ์ของความเป็นชาติและลักษณะทางสังคม วิถีชีวิต ทางโลกทัศน์ และการปรับตัวกับระบบนิเวศทางสังคมกับสภาพแวดล้อมโดยนำเสนอวิถีชีวิตของชุมชน ผสมผสานมิติของสังคม วัฒนธรรม ความเชื่อ สิ่งแวดล้อม อาหารพื้นถิ่นของชุมชนอีสาน เพื่อให้เข้าใจศักยภาพองค์ความรู้ที่จะนำไปสู่การประยุกต์ใช้ทุนทางวัฒนธรรมในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นอีสาน ผ่านการพัฒนาแบบองค์ความรู้ย่อมมีระบบวิธีคิดใหม่ที่เชื่อมโยงแบบบูรณาการ เพื่อนำไปสู่การยกระดับสู่การวิเคราะห์ สังเคราะห์ และนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดคุณค่าต่อชุมชน พร้อมทั้งสอดคล้องกับงานวิชาการของ สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2556). อธิบายว่า การท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคมวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมของพื้นที่การท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง โดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม Creative Tourism Thailand :REAL Reciprocating : แลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม, Experiencing : มีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว, Appreciating : ชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่, Lifelong Learning : เรียนรู้สิ่งใหม่เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของตนเองอย่างไม่สิ้นสุด ซึ่งจากการรวบรวมแนวคิดข้างต้นผู้เขียนอาจกล่าวโดยสรุป เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง มีองค์ประกอบรวมของแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ สำนักงานบริหาร และพัฒนาองค์ความรู้ ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทประเทศไทย โดยสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คือ การพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการสร้างและใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคมเทคโนโลยี และนวัตกรรม ในการผลิตสินค้าและบริการใหม่เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

การจัดการวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์

เพื่อให้การบริหารจัดการเกี่ยวกับวัฒนธรรมที่จะนำไปสู่การพัฒนาปลายทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นพลังอำนาจที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของชาติที่มีต้นทุนต่ำที่สุด ผู้เขียนจึงขอวิเคราะห์ประเด็นเกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมและนำเสนอรูปแบบการบริหารจัดการเกี่ยวกับวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ไว้ จำนวน 5 ประเด็นดังต่อไปนี้

1. การฟื้นฟู (rehabilitative) หมายถึง การดำเนินการกับวัฒนธรรมที่สูญหายหรือเสื่อมโทรมลงให้สามารถฟื้นคืนกลับสู่สภาพเดิมได้โดยกระบวนการต่างๆ เพื่อให้วัฒนธรรมที่เคยมีอยู่หรือเคยเกิดขึ้นเหล่านั้นให้กลับฟื้นตัวกลับสู่สภาพเดิมสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีก หรือการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ต่างๆ เช่น การฟื้นฟูแหล่งอารยธรรมเมืองเก่าสมัยกรุงศรีอยุธยา การฟื้นฟูพื้นที่ป่าชายเลน การฟื้นฟูการจัดงานไฟไหม้ของชาวอำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร เป็นต้น

2. การอนุรักษ์ (conservative) หมายถึง การรักษาวัฒนธรรมที่มีอยู่ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมประเภทใดก็ตามไว้ให้นานที่สุด และสามารถนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์มากที่สุด รวมไปถึงการใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่

มีอยู่แล้วของชาติด้วยความฉลาดและใช้อย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อมนุษย์มากที่สุด โดยหลีกเลี่ยงให้เกิดผลเสียต่อวัฒนธรรมเหล่านั้นน้อยที่สุด กระบวนการดำเนินการอนุรักษ์อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ต้องครอบคลุมทั้งปัญหาด้านการทำลายวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมทางทรัพยากรธรรมชาติของวัฒนธรรมต่าง ๆ นั้นจนเกิดความเสื่อมโทรมของแหล่งวัฒนธรรมเหล่านั้นให้น้อยที่สุด เช่น การอนุรักษ์ประเพณีไหลเรือไฟของชาวนครพนม การอนุรักษ์การทอผ้าจากไหมของชาวจังหวัดมหาสารคาม เป็นต้น

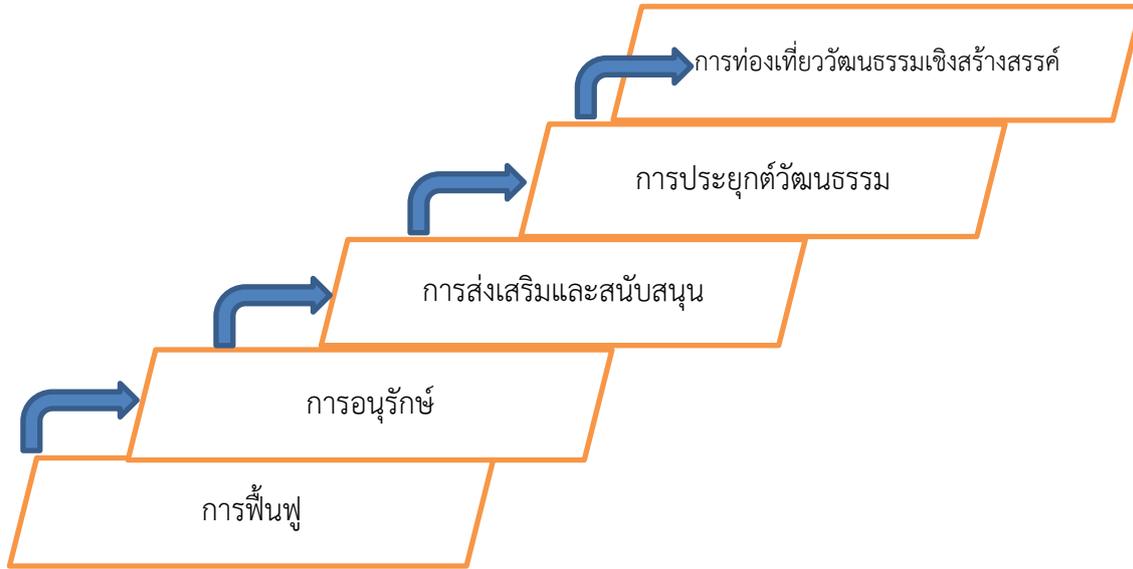
3. การส่งเสริมและสนับสนุน (promotion and support) หมายถึง การให้ความสำคัญและการขยายขอบเขตในโครงการหรือกิจกรรมให้ตีมีคุณภาพสมบูรณ์ขึ้นด้วยปัจจัยต่างๆ เช่น งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ อาคารสถานที่ บุคลากร ความรู้ โอกาส และกำลังใจ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่มีความเป็นไปได้ อย่างเป็นรูปธรรมในการที่จะพัฒนาศิลปวัฒนธรรมของชาติที่มีอยู่แล้วให้สามารถจะดำเนินการต่อยอดการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ดังจะเห็นได้จากการจัดงานประเพณีต่างๆที่เกิดขึ้นในสถานที่ต่างๆที่เห็นได้กันโดยทั่วไปเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) และการจัดงานประเพณีวัฒนธรรมของจังหวัดหรือองค์ปกครองส่วนท้องถิ่นต่าง เช่น ประเพณีชักพระของจังหวัดกระบี่ ประเพณีบุญบั้งไฟของชาวยโสธร ประเพณีวิ่งควายของชาวจังหวัดชลบุรี หรือประเพณีแห่มาลัยข้าวตอกของเขาค้ออำเภอพืชมงคล จังหวัดนครราชสีมา เป็นต้น

4. การประยุกต์วัฒนธรรม (cultural application) การนำบางสิ่งที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมที่มีอยู่แล้วนำมาใช้ประโยชน์โดยปรับใช้อย่างเหมาะสมกับสถานะที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นความเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม ประเพณี สังคมหรือความคิด โดยการใช้ประโยชน์นั้นอาจใช้ในส่วนที่เป็นทฤษฎี หลักการ แนวคิด ความรู้เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งและนำมาใช้ประโยชน์ในภาคปฏิบัติโดยปรับให้เข้ากับบริบทแวดล้อม ที่เป็นอยู่อย่างเหมาะสมในสถานะการณ์นั้นๆ นอกจากนี้ "การประยุกต์วัฒนธรรม" นั้นอาจเป็นวัตถุประสงค์ของที่นำมา นอกเหนือบทบาทหน้าที่เดิมให้เหมาะสมกับบริบทใหม่ การประยุกต์เป็นการนำทฤษฎี หลักการ กฎเกณฑ์ แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ในภาคปฏิบัติได้อย่างเหมาะสมลงตัวกับสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปในบริบทที่แตกต่างกันหรือในบางครั้งอาจต้องใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประกอบการดำเนินการให้เข้ากับยุคสมัยด้วยอีกทางหนึ่ง ตัวอย่างของการประยุกต์วัฒนธรรม เช่น การจัดตั้งโรงเรียนชาวนา ของชาวอำเภอป่าโมกข์ จังหวัดอ่างทอง ที่สอนให้คนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้กระบวนการทำนา หรือโคกหนองนาโมเดล ที่นำเอาแนวคิดเกษตรทฤษฎีใหม่มาประยุกต์การดำเนินการจนเกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การแสดงศิลปะคีตศิลป์ที่มีการใช้แสงสีเสียงหรือเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการแสดงให้เกิดความตื่นตาตื่นใจ หรือวัฒนธรรมด้านอาหารที่มีการพัฒนาวัฒนธรรม การใช้เครื่องจักรกลเข้ามาช่วยในการทอผ้า วัฒนธรรมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนชนบท เป็นต้น สิ่งที่กำลังมาข้างต้นนี้นำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมดังที่นำเสนอในหัวข้อต่อไป

5. การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ เพื่อสร้างประสบการณ์ตรง ร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ ที่ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชน แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนเป็นสำคัญ เกิดจากหลักการที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมของพื้นที่จุดหมาย ซึ่งประสบการณ์ดังกล่าวทำให้นักท่องเที่ยวได้ทำความเข้าใจผ่านประสบการณ์ของตนเอง เกิดปฏิสัมพันธ์อันดีระหว่างเจ้าบ้าน และผู้มาเยือน และยังเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังสามารถใช้ประสบการณ์ที่เรียนรู้ใหม่ มาประยุกต์กับชีวิตการงานของตนหลังจากการท่องเที่ยว มีตัวอย่างการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิง

สร้างสรรค์ในเมืองไทยอยู่มากมาย เช่น ชุมชนออนใต้ อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่, บ้านน้ำเกีฮน อ.ภูเพียง จ.น่าน, บ้านเชียง อ.หนองหาน จ.อุดรธานี, บ้านนาต้นจั่น อ.ศรีสัชชนาลัย จ.สุโขทัย, ชุมชนเกาะเกร็ด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี, ชุมชนประแส อ.แกลง จ.ระยอง เป็นต้น

จากที่ผู้เขียนได้นำเสนอการบริหารจัดการเกี่ยวกับวัฒนธรรมที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ผู้เขียนจึงขอเสนอแผนภาพเพื่อให้สามารถมองเห็นภาพที่ชัดเจนดังแผนภาพต่อไปนี้



แผนภาพที่ 1 รูปแบบการบริหารจัดการวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

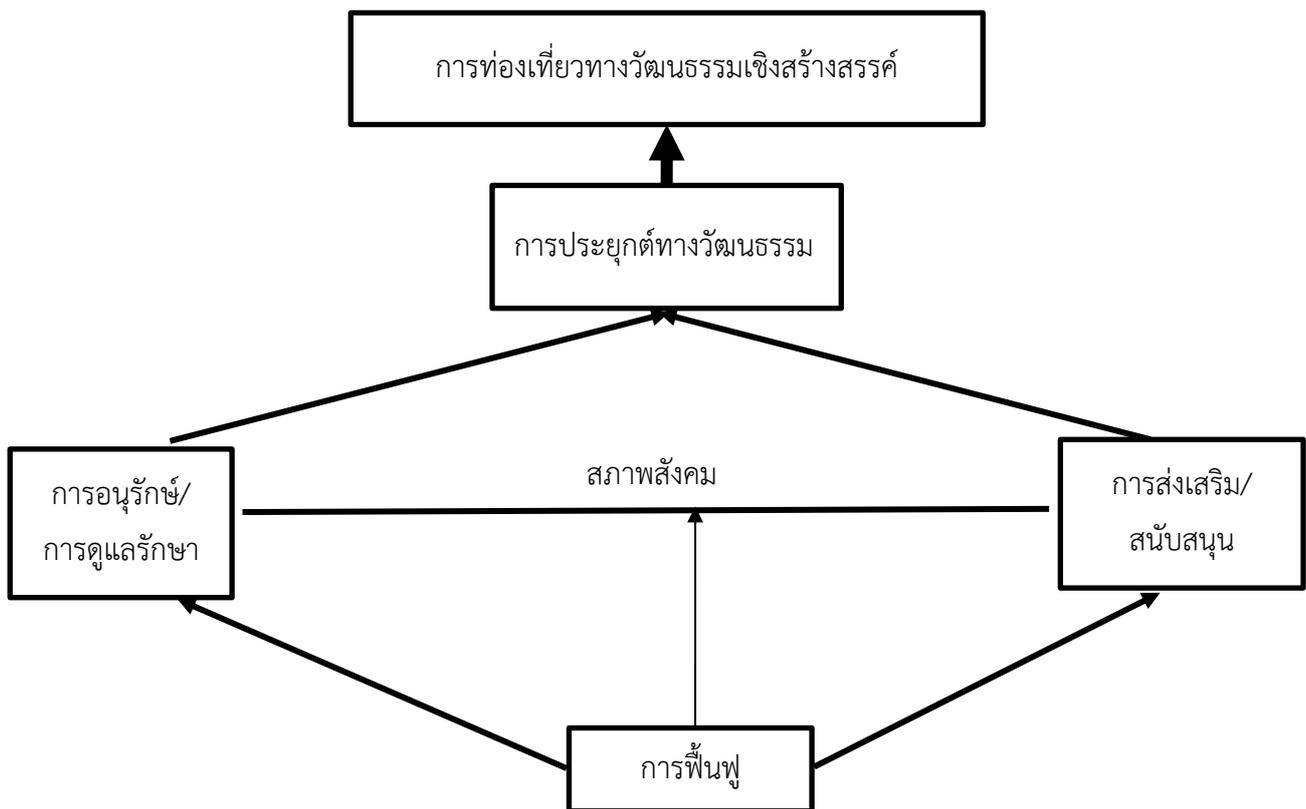
บทสรุป

การบริหารจัดการศิลปวัฒนธรรมนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของชาติซึ่งถือว่าการลงทุนที่มีต้นทุนต่ำที่สุดนั้น ผู้เขียนจึงขอวิเคราะห์ประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการวัฒนธรรมและนำเสนอรูปแบบการบริหารจัดการเกี่ยวกับวัฒนธรรมไว้ จำนวน 4 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นการฟื้นฟู คือ การดำเนินการกับวัฒนธรรมที่สูญหายหรือเสื่อมโทรมให้สามารถฟื้นคืนกลับสู่สภาพเดิมได้โดยกระบวนการต่างๆ เพื่อให้วัฒนธรรมที่เคยมีอยู่หรือเคยเกิดขึ้นเหล่านั้นให้กลับฟื้นตัวกลับสู่สภาพเดิมสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีก หรือการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ต่างๆ ให้กลับมาอยู่ในสภาพเดิมหรือใกล้เคียง, ประเด็นการอนุรักษ์ คือ การรักษาวัฒนธรรมที่มีอยู่ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมประเภทใดก็ตามไว้ให้นานที่สุด และสามารถนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์มากที่สุด รวมไปถึงการใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีอยู่แล้วของชาติด้วยความฉลาดและใช้อย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อมนุษย์มากที่สุด, ประเด็นการส่งเสริมและสนับสนุน คือ การให้ความสำคัญและการขยายขอบเขตในโครงการหรือกิจกรรมให้ตีมีคุณภาพสมบูรณ์ขึ้นด้วยปัจจัยต่างๆ เช่น งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ อาคารสถานที่ บุคลากร ความรู้ โอกาส และกำลังใจ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่มีความเป็นไปได้และเป็นรูปธรรมในการที่จะพัฒนาศิลปวัฒนธรรมของชาติที่มีอยู่แล้วให้สามารถจะดำเนินการต่อยอดสู่การท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจได้

อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน, ประเด็นการประยุกต์วัฒนธรรม คือ การนำบางสิ่งที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมที่มีอยู่แล้วนำมาใช้ประโยชน์โดยปรับใช้อย่างเหมาะสมกับสถานะที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นความเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม ประเพณี สังคม ความคิดหรือเทคโนโลยี โดยการใช้ประโยชน์นั้นอาจใช้ในส่วนที่เป็นทฤษฎี หลักการ แนวคิด ความรู้เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งและนำมาใช้ประโยชน์ในภาคปฏิบัติโดยปรับให้เข้ากับบริบทแวดล้อมที่เป็นอยู่อย่างเหมาะสมในสถานะการณ่นั้นๆ นำไปสู่การท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ คือการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรง ร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ ที่ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชน แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนเป็นสำคัญ

องค์ความรู้ใหม่

จากที่นำเสนอมาข้างต้นผู้เขียนจึงขอสรุปนำเสนอเป็นองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นในบทความฉบับนี้ในรูปแบบของแผนภาพพร้อมคำอธิบาย ดังที่นำเสนอในแผนภาพที่ 2 ดังนี้



แผนภาพที่ 2 รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์

จากแผนภาพที่ 2 สามารถอธิบายความได้ว่าผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการวัฒนธรรมทั้งภาครัฐและเอกชน หรือภาคประชาชนต้องดำเนินการในลักษณะต่างๆ กล่าวคือ การฟื้นฟูคือการดำเนินการกับวัฒนธรรม

ที่สูญหายหรือเสื่อมโทรมให้สามารถฟื้นให้กลับฟื้นตัวกลับสู่สภาพเดิมสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีก สำหรับวัฒนธรรมที่มีอยู่ในสภาพสังคมปัจจุบันอยู่แล้วก็ต้องอนุรักษ์หรือดูแลรักษาให้ดียิ่งขึ้นอีก จากนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องส่งเสริมให้วัฒนธรรมนั้นมีคุณค่าหรือมูลค่าทั้งทางเศรษฐกิจและทางจิตใจสังคม จิตวิญญาณของชุมชนให้เกิดความรักและหวงแหนวัฒนธรรมของตนเอง ภาครัฐเองต้องทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนด้วยการประยุกต์วัฒนธรรมที่มีอยู่ให้เข้ากับยุคสมัยด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยผ่านการบริหารจัดการที่ทันสมัยเช่นกันเพื่อพัฒนาให้วัฒนธรรมเหล่านั้นเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ตอบสนองความพอใจของเจ้าของวัฒนธรรมเหล่านั้น

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพมหานคร. (2558). *วัฒนธรรมกรุงเทพมหานครวิจัยทุนทางวัฒนธรรมต่อยอดสู่การพัฒนาประเทศ*. Retrieved 28 November 2015 from : www.mculture.go.th/ewtadmin/ewt/.../article_fileattach_20170119144708.doc
- กาญจนา จันทร์ชิต. (2556). *การท่องเที่ยวไทยฟื้นตัวแล้วหรือยัง?*. Retrieved on 12 January 2023, from : <http://www.fpojourn.com/tag>
- ทิต ทาหอม และ สุนันท์ เสนารัตน์. (2561). การประยุกต์ใช้ทุนทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นอีสาน. *วารสารวรมันของแหกรพุทธศาสตร์ปริทรรศน์*. 5 (1), 15-24.
- พระธรรมปิฎก (ประยุทธ์ ปยุตโต). (2538). *การพัฒนาที่ยั่งยืน*. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มูลนิธิโกมลคีมทอง.
- พลอย มัลลิกะมาส. (2554). *แปรรูปวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างไรให้ได้เงินล้าน*. Retrieved on 13 June 2022 from: www.tcdconnect.com.
- วรวิทย์ อวิรุทธ์วรกุล. (2553). เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจพอเพียง : ชัดแย้งหรือสอดคล้อง?. *วารสารเศรษฐกิจและสังคม*. 47(4), 20-35.
- ศลิษา ธีรานนท์ และประกาศิต โสภณจรัสกุล. (2559). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ทางเลือก-ทางรอดของการท่องเที่ยวไทย, *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยปทุมธานี*. 8(2), 206-215.
- สมเกียรติ ชัยพิบูลย์. (2551). *การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร*. วิจัยจากงบประมาณแผ่นดินประจำปีงบประมาณ 2550, มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. (2535). *วัฒนธรรมกับการเปลี่ยนแปลง*. กรุงเทพฯ : อัมรินทร์พรินติ้งกรุ๊ป.
- สำราญ ผลดี, ประเสริฐ บุญมา. (2558). การมีส่วนร่วมของนักศึกษาต่อกิจกรรมด้านการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยธนบุรี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 9 (18), 13-26.



- ลิปพนนท์ เกตุทัต. (2542). การพัฒนาการวิจัย : สร้างสรรค์ปัญญาเพื่อพัฒนาประเทศ. *วารสารประชาคมวิจัย*, 2542, 23-26.
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์. (2556). *องค์ความรู้ว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : คู่มือและแนวทางปฏิบัติ*. คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุธิดา แจ้งประจักษ์. (2565). การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน. *วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 6 (2), 215-222.
- Howell, D.W. (1993). *Passport: An introduction to the travel and tourism industry*. 2nd edition. South Western Publishing Co.
- Pigram, J. (1993). *Planning for tourism in rural areas: bridging the policy implementation gap*. In Pearce and Butler (Eds.). *Tourism Research: Critiques and Challenges* London: Routledge.
- Resinger, Y. (1994). Tour - Host contact as part of cultural tourism. *World Leisure and Recreation*. 36, 24 -28.
- Smith, V. (1989). *Host and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- UNESCO. (2003). *1993-2003. International Flows of Selected Cultural Goods and Services* World Intellectual Property Organization. 22/10/2008. Retrieved from http://www.wipo.int/treaties/en/ShowResults.jsp?lang=en&treaty_id=15

