

การจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน Cultural Knowledge Management for Sustainable Tourism

ทัปทิม เป็งมล¹ สิริลักษณ์ กัลยา² และณัฐวุฒิ วิทา³
Taptim Pengmol¹, Siriluk Kanlaya² and Nattawut Wita³

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิชาการ เรื่อง การจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นพื้นฐานองค์ความรู้ ในการสร้างและการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม อันเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเจริญงอกงามของกลุ่มชน ให้เกิดการดำรงไว้อย่างยั่งยืน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและรวบรวมความรู้ด้านการจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม และเสนอแนวคิดการจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม เพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีเนื้อหาครอบคลุมเรื่องวัฒนธรรม การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การจัดการองค์ความรู้ ผลการศึกษา ได้ความรู้ในการจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม และการจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม เพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยใช้โมเดลเซกิ (SECI Model) (Nonaka และ Takeuchi, 1995) และทฤษฎี อลัน ฟรอสต์ (Alan Frost, 2010) ได้กระบวนการจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 7 ขั้นตอน คือ 1) การระบุความต้องการ 2) การสกัดความรู้ออกจากตัวคน 3) การแสวงหาและสร้างความรู้ 4) การรวบรวมความรู้ 5) การจัดเก็บความรู้ 6) การดึงความรู้มาใช้และแบ่งปัน และ 7) การฝึกฝังความรู้ และวนกลับมาเริ่มต้นทำซ้ำที่กระบวนการแรก เพื่อให้การจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมเกิดความยั่งยืนตลอดไป

คำสำคัญ (Keywords) : การจัดการองค์ความรู้, วัฒนธรรม, การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Abstract

This article discusses the cultural knowledge management for sustainable tourism as a fundamental body knowledge of cultural knowledge construction and transmission which exhibits a human group's prosperity and growth. The goals of this study were to examine, accumulate, and propose the cultural knowledge

¹วิทยาลัยแม่ฮ่องสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่; Maehongson College, Chiang Mai Rajabhat University, Thailand; e-mail : taptimpengmol2014@hotmail.com

²วิทยาลัยแม่ฮ่องสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่; Maehongson College, Chiang Mai Rajabhat University, Thailand; e-mail : sirilukk@hotmail.com

³วิทยาลัยแม่ฮ่องสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่; Maehongson College, Chiang Mai Rajabhat University, Thailand; e-mail : nattawuttourism@hotmail.com

management for sustainable tourism. This study covers the following areas of study: the culture, sustainable tourism, knowledge management, and cultural knowledge management for sustainable tourism. By using SECI Model (Nonaka and Takeuchi, 1995) and Frost's Theory (2010) for data analysis, the study found the seven-step cultural knowledge management process as follows: 1) Identification of Needs, 2) Externalization 3) Acquisition, Creation or Elimination of Knowledge 4) Combination 5) Storing Knowledge 6) Retrieval, Application, and Sharing Knowledge and 7) Internalization. The process repeats itself to develop the knowledge management for cultural sustainability.

Keywords : Knowledge Management, Cultural, Sustainable Tourism

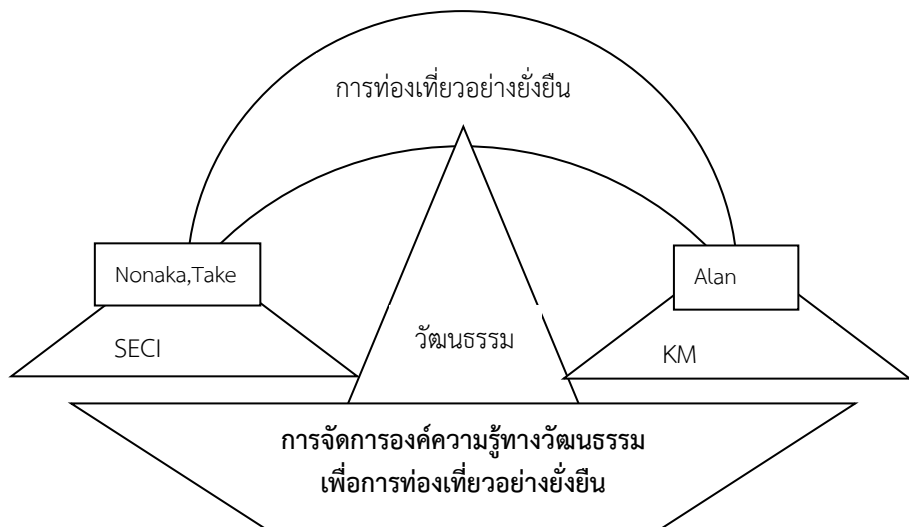
บทนำ (Introduction)

ในปัจจุบัน ปัจจัยที่ส่งผลให้ชุมชนควรมีกระบวนการจัดการความรู้ทางทรัพยากรวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพ คือ โครงสร้างทางสังคมที่เปลี่ยนแปลง การต่อต้านวัฒนธรรมของตนเอง และกระบวนการถ่ายทอดและสืบทอดความรู้ที่อ่อนพลัง (Chuchan, 2009) สิ่งเหล่านี้มีผลต่อการบั่นทอนศักยภาพการคงอยู่ของวัฒนธรรมเดิมแท้ของสังคมที่มีการสืบทอดมาช้านาน และลดคุณภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ที่มีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศชาติอย่างยั่งยืนในอนาคต

การจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม จึงเป็นเครื่องมือในการสร้างและการถ่ายโอนความรู้ทางวัฒนธรรม อันเป็นสมบัติที่มีคุณค่าทางสังคมและเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่แสดงถึงความสำเร็จของงานของกลุ่มชน ให้เกิดการธำรงไว้ได้อย่างยั่งยืนในสังคมไทย ซึ่งเป็นความรู้ทางวัฒนธรรมที่ปรากฏชัดเจนในสังคม (Explicit knowledge) และความรู้ทางวัฒนธรรมที่ฝังตัวอยู่ในตัวผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรม (Tacit knowledge) โดยสามารถประยุกต์ใช้กระบวนการของการจัดการองค์ความรู้ ตามทฤษฎีของ อัลัน ฟรอสต์ (Alan Frost, 2010) มีขั้นตอนกรอบของการจัดการ (KM Framework) ประกอบด้วย การระบุความต้องการ (Identification of needs) การกำหนดแหล่งความรู้ (Identification of knowledge resources) การแสวงหาและสร้างความรู้ (Acquisition, creation or elimination knowledge) การดึงความรู้มาใช้และแบ่งปัน (Retrieval, application and sharing knowledge) และการจัดเก็บความรู้ (Storage of knowledge) (Edible Knowledge Center, 2018) และโมเดลการจัดการความรู้ โมเดลเซกิ (SECI Model) ของโนนากะ กับ ทาเคอุชิ (Nonaka และ Takeuchi, 1995) คือ แผนภาพแสดงความสัมพันธ์การหลอมรวมความรู้ในองค์กรระหว่างความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) กับความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ใน 4 กระบวนการ เพื่อยกระดับความรู้ให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นวัฏจักร เริ่มจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Socialization) การสกัดความรู้ออกจากตัวคน (Externalization) การควบรวม

ความรู้ (Combination) และการผนึกฝังความรู้ (Internalization) และวนกลับมาเริ่มต้นทำซ้ำที่กระบวนการแรก

การประยุกต์ใช้ความรู้ของการจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมที่กล่าวมา โดยอยู่บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะให้ประโยชน์ในการรักษาและคงไว้ซึ่งความสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และป้องกันผลกระทบด้านลบต่อวัฒนธรรม ในสถานการณ์อันมีปัจจัยเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นทุกขณะตามการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เพื่อให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้และสืบทอดวัฒนธรรมที่ดีงาม เป็นกำลังในการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมไทยเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตลอดไป



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการศึกษาเรื่อง การจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วัฒนธรรม

การตีความหมายของวัฒนธรรมในบทความวิชาการนี้ ผู้เขียนขอนำเสนอแนวคิดและทฤษฎีของเกียร์ชเกี่ยวกับวัฒนธรรม จากงานแปลของ Raphiphat (2008 : 71-81) สรุปความหมายไว้ดังนี้

วัฒนธรรม คือ สัญลักษณ์ ที่แฝงด้วยความหมายและที่มาซึ่งมีความแตกต่างกัน จากกระบวนการสร้าง ปลุกฝัง และถ่ายทอดในแต่ละสังคมของมนุษย์ ทำให้วัฒนธรรมแสดงออกมาสู่การปฏิบัติอย่างมีแบบแผนมาจากแก่นของความคิดหรือความเชื่อที่ถ่ายทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น โดยสิ่งเหล่านี้เป็นเครื่องแสดงออกถึงอัตลักษณ์ของตนซึ่งมีความสอดคล้องกับสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มคนที่ดำเนินชีวิต ตามวิถีการดำรงชีวิตทางสังคม สวมใส่การแต่งกายที่สวยงาม รับประทานอาหารเรียบง่าย มีประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อที่ยึดถือปฏิบัติสืบทอดกันมา สิ่งเหล่านี้มีความสัมพันธ์กับมิติของวัฒนธรรมของเกียร์ช ทั้งมิติเกี่ยวกับภววิทยา (Ontology) และมิติที่

เกี่ยวกับญาณวิทยา (Epistemology) ทำให้รู้จักและเข้าใจวัฒนธรรมของตนเองว่าวัฒนธรรมของกลุ่มชนคืออะไร (What culture is) มีความแตกต่างจากวัฒนธรรมของคนกลุ่มอื่นอย่างไร โดยมีการสืบทอดต่อกันมาตามรูปแบบของสัญลักษณ์ที่มีความหมาย เป็นรูปของสัญลักษณ์ซึ่งผู้คนใช้ในการติดต่อสื่อสารเก็บรักษาไว้และพัฒนา เพื่อสร้างความรู้เกี่ยวกับชีวิตและทัศนคติที่มีต่อชีวิตในสังคมของแต่ละชุมชน บนพื้นฐานลักษณะของวัฒนธรรม 6 ประการ ตามที่ Santasombat (1997 : 11) ได้สรุปไว้ คือ

1. วัฒนธรรมเป็นความคิดร่วม (Shared Ideas) และค่านิยมทางสังคม เป็นสิ่งที่กำหนดมาตรฐานของพฤติกรรมของคนในสังคมเดียวกัน
2. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์เรียนรู้ (Culture is learned) เปรียบเสมือนมรดกทางสังคม ที่ได้รับการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง โดยผ่านกระบวนการถ่ายทอดหรือกระบวนการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม (Enculturation)
3. วัฒนธรรมมีพื้นฐานมาจากการใช้สัญลักษณ์ (Symbol) ซึ่งสัญลักษณ์สำคัญที่มนุษย์ใช้ ก็คือ ภาษา สำหรับเป็นเครื่องสื่อความหมายระหว่างกัน นอกจากนั้นภาษาและระบบสัญลักษณ์อื่นๆ ยังช่วยให้มนุษย์สามารถเก็บรวบรวมความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติ อย่างเป็นระบบ และสามารถถ่ายทอดความรู้นั้นไปยังคนรุ่นหลังต่อไป
4. วัฒนธรรมเป็นองค์รวมของความรู้และปัญญา มีหน้าที่ตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ ช่วยให้มนุษย์สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม และยังเป็นรากฐานของการพัฒนาด้านเทคโนโลยี
5. วัฒนธรรม คือ กระบวนการที่มนุษย์ได้กำหนดนิยามความหมายให้กับชีวิตและสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัว โดยกระบวนการกำหนดนิยามความหมายให้กับชีวิต อาจจะออกมาในรูปของความเชื่อทางศาสนา พิธีกรรม แล้วกลายมาเป็นการสร้าง “แนวความคิด” พื้นฐานของระบบการเมืองการปกครองในสังคมนั้น
6. วัฒนธรรม เป็นสิ่งที่ไม่หยุดนิ่ง มีการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวอยู่ตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมมีสาเหตุหลายประการ เช่นการเปลี่ยนแปลงอาจเป็นผลมาจากการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม (Diffusion) การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี แต่หากเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จนกระทั่งวัฒนธรรมประเพณีไม่อาจเปลี่ยนแปลงได้ทัน ก็อาจส่งผลให้เกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า “วัฒนธรรมล่า” (Culture Lag) ทำให้มนุษย์ในสังคมนั้น เกิดความรู้สึกแปลกแยก (Alienation) หรืออาจมีผลกระทบรุนแรงถึงขั้นทำให้วัฒนธรรมเกิดการแตกแยกและเสื่อมสลายไปในที่สุด

องค์ประกอบของวัฒนธรรม

Suphap (1998 : 99-100) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของวัฒนธรรมว่าประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. องค์วัตถุ คือ วัฒนธรรมที่มีรูปร่าง สามารถสัมผัสจับต้องได้ เช่น โรงภาพยนตร์ เครื่องมือเครื่องใช้ ภาพเขียน เป็นต้น และในส่วนที่ไม่มีรูปร่าง เช่น ภาษา สัญลักษณ์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อความหมาย เป็นต้น

2. องค์การ คือ กลุ่มที่มีการจัดการอย่างเป็นระเบียบ หรือมีโครงสร้างอย่างเป็นทางการ มีการวางกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และวัตถุประสงค์ไว้อย่างแน่นอน เป็นกลุ่มที่มีความสำคัญที่สุดในสังคมที่ซับซ้อน เช่น ครอบครัว วัด สภากาชาด เป็นต้น

3. องค์พิธีการ เป็นขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยอมรับกันโดยทั่วไป เช่น พิธีกรรมต่าง ๆ ตั้งแต่การเกิด การบวช การแต่งงาน การตาย เป็นต้น นอกจากนี้ ยังรวมถึงการแต่งกายในลักษณะต่าง ๆ ในโอกาสต่าง ๆ เป็นต้น

4. องค์คติ คือ ความเข้าใจ ความเชื่อ ความคิดตลอดจนอุดมการณ์ต่าง ๆ เช่น ความเชื่อเรื่องกรรมว่าเป็นตัวชี้เจตนาต่าง ๆ ความเชื่อเรื่องการมีผิวเดียวเมียวเดียว เป็นต้น และยังรวมถึง อุดมการณ์ ทศนคติ การยอมรับถูก หรือยอมรับผิด

องค์ประกอบของวัฒนธรรมทั้ง 4 ข้างต้น จะเป็นสิ่งที่ช่วยให้เข้าใจ คำว่าวัฒนธรรม ได้ดียิ่งขึ้น และสามารถแยกแยะได้ว่า สิ่งใดเป็นวัฒนธรรมและสิ่งใดไม่ใช่วัฒนธรรม โดยอาศัยการสังเกตจากองค์ประกอบดังกล่าว

ประเภทของวัฒนธรรม

จากการศึกษาการวางกรอบการศึกษาข้อมูลของวัฒนธรรมของ Sritapanya (1997 : 17-19) และ การแยกประเภทของวัฒนธรรม องค์การศึกษาวิทยาสาตร์และวัฒนธรรม แห่งสหประชาชาติ (UNESCO) และคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติสรุป ประเภทของวัฒนธรรมเพื่อเป็นพื้นฐานในการสำรวจและรวบรวมข้อมูลองค์ความรู้ทางด้านวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้ดังนี้ คือ

1. สถานที่สำคัญ ได้แก่ โบราณสถาน สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดีที่เกิดของบุคคลสำคัญ

2. บุคคลสำคัญและปราชญ์ชาวบ้าน ได้แก่ พระมหากษัตริย์ วีรบุรุษในประวัติศาสตร์ นักเขียน นักประพันธ์ กวี ผู้นำทางศาสนา ผู้มีความสามารถในการศิลปวิทยาการแขนงต่าง ๆ

3. วิถีชีวิต ได้แก่ ประเพณีท้องถิ่น พิธีกรรมและความเชื่อ ความเป็นอยู่ของชนกลุ่มน้อย

4. ภูมิปัญญา ได้แก่ การเกษตร การดำรงชีวิต เครื่องนุ่งห่ม อาหาร ที่อยู่อาศัย

5. ของดีในท้องถิ่น ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย

6. เอกสารสำคัญ ได้แก่ เอกสาร สมุดข่อย หนังสือбуд ใบลาน หนังสือ นิทาน

พื้นบ้าน

7. ธรรมชาติวิทยาและนิเวศวิทยา ได้แก่ สถานที่สำคัญด้านธรรมชาติวิทยา สมุนไพร พื้นบ้าน สถาปัตยกรรมศาสตร์ และนิเวศวิทยาของพื้นที่ ป่าไม้ แร่ธาตุ การประยุกต์ใช้เป็นอาหาร ท້อยอาศัย เครื่องนุ่งห่ม พืชเศรษฐกิจ สัตว์ที่มีชีวิตอยู่ในท้องถิ่นนั้น

ความสัมพันธ์ของมิติทางวัฒนธรรมกับชุมชนการท่องเที่ยว

วัฒนธรรม คือ ทุกสิ่งทุกอย่างรอบตัวเรา ทั้งที่เป็นรูปธรรมจับต้องได้ และนามธรรมไม่สามารถจับต้องได้ เกิดจากการสร้างของมนุษย์ในแต่ละกลุ่มชน จึงมีความสัมพันธ์กับชุมชนการท่องเที่ยว 2 มิติ คือ มิติแรก วัฒนธรรมเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีมูลค่าในการพัฒนาเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐานของมนุษย์ในสังคม นำมาซึ่งรายได้ และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และการจัดการสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน มิติที่สอง วัฒนธรรมเป็นตัวแทนภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันตามปัจจัยพื้นฐานทางภูมิศาสตร์ที่ส่งผลต่อลักษณะการดำรงชีวิตและก่อเกิดวัฒนธรรมเฉพาะของแต่ละชุมชน มีการรักษาและการสืบทอดเพื่อให้คงอยู่จากรุ่นสู่รุ่นเพื่อแสดงออกถึงความเจริญงอกงามทางสังคมของกลุ่มชนนั้น ๆ มาจนถึงปัจจุบัน

ความโดดเด่นทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนในแต่ละพื้นที่ สามารถเป็นจุดดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว ด้วยเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ที่สามารถตอบสนองความวัตถุประสงค์ทางการท่องเที่ยว เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้สิ่งใหม่และเพิ่มพูนประสบการณ์ความประทับใจในระหว่างการการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีจุดเริ่มต้นจากการที่องค์การสหประชาชาติ (UN) ได้จัดการประชุมสหประชาชาติในปี พ.ศ.2515 และได้ข้อสรุปให้ประเทศสมาชิกหันมาสนใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยมุ่งเน้นการพัฒนาประเทศควบคู่กับการรักษาสิ่งแวดล้อมและชุมชน ทั้งนี้การประชุมครั้งต่อมาในปี พ.ศ.2535 ที่ประชุมได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เนื่องจากเห็นว่าการท่องเที่ยวมีส่วนเกี่ยวข้องกับปัญหาสิ่งแวดล้อม และโครงสร้างชุมชนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น จึงเป็นที่มาของแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Theobald, 1994) ต่อมากรอบแนวคิดนี้ได้ถูกพัฒนาโดย Swarbrooke (1999) เพื่อมุ่งเน้นการรักษาสมดุลของการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งนำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจและการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม โดยแนวคิดนี้อยู่บนคำจำกัดความว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ การท่องเที่ยวซึ่งทำให้เศรษฐกิจงอกงาม แต่ต้องไม่ทำลายทรัพยากรซึ่งเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และต้องไม่ส่งผลเสียต่อมูลค่าทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวนั้น รวมถึงโครงสร้างทางสังคมของพื้นที่ (Saenglimsuwan and Saenglimsuwan, 2012 : 141)

องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) (1998) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงหลัก 5 ประการ คือ การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การวางแผนและจัดการในการพัฒนาการท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ ได้เท่าที่จำเป็นในแหล่ง

ท่องเที่ยว การรักษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและสามารถทำการตลาดได้ และการจัดการผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวให้กระจายไปทั่วทุกภาคส่วนของสังคม

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นเสมือนต้นไม้เรือนยอดสูงสุดที่อำนวยความสะดวกโดยมีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบกับต้นไม้ในระดับต่ำลงมาจนถึงพืชคลุมดินในระบบนิเวศ เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนและควบคุมการจัดการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ ให้มีการดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และเจริญเติบโตอย่างสมดุลในเชิงเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และองค์กร ภายใต้การใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนา บนพื้นฐานของการอนุรักษ์ควบคู่กับการใช้ประโยชน์อย่างรู้คุณค่า และรักษาไว้ซึ่งความยั่งยืนของทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรม

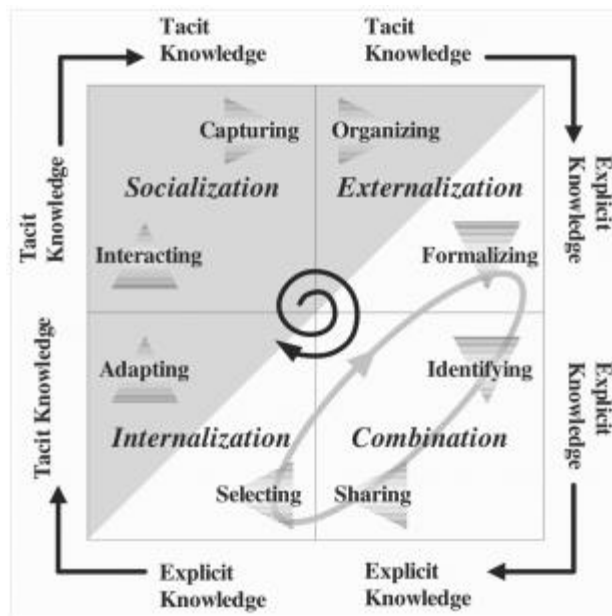
การจัดการองค์ความรู้ตามทฤษฎีของ อัลัน ฟรอสต์ (Alan Frost, 2010) และโมเดลเซกิ (SECI Model) ของโนนากะ กับ ทาเคอุชิ (Nonaka และ Takeuchi, 1995)

ความรู้ (Knowledge) หมายถึง สารระ ข้อมูล แนวคิด หลักการ ที่บุคคลรวบรวมได้จากประสบการณ์ในวิถีชีวิต ความรู้เป็นผลที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคมและเทคโนโลยี บุคคลเรียนรู้จากประสบการณ์ การศึกษา อบรม การรับถ่ายทอดทางวัฒนธรรม การรับรู้ การคิดและการฝึกปฏิบัติ จนสามารถสรุปสาระความรู้และนำไปใช้ประโยชน์ได้ หรือพัฒนาไปสู่ระดับที่สูงขึ้น

การจัดการความรู้ (Knowledge Kanagement : KM) หมายถึง กระบวนการพัฒนาความรู้ของบุคคลและองค์กรเพื่อสร้างคุณภาพและประสิทธิภาพโดยการรวมกลุ่มกัน กำหนดวิสัยทัศน์ร่วมคิดร่วมทำ แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากประสบการณ์ของสมาชิก ผสมผสานกับความรู้จากแหล่งข้อมูลทั่วไป มีการกำหนดเป้าหมาย วิธีการปฏิบัติ การทดลอง การตรวจสอบ การสังเคราะห์ และการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ ในระดับบุคคล การร่วมกระบวนการจัดการความรู้ช่วยเสริมสร้างความตระหนักคุณค่าและความรู้ที่เป็นความรู้ฝังลึกอยู่ในตน เกิดการปรับเปลี่ยนวิธีคิดและการปฏิบัติงานจนประสบความสำเร็จ ในระดับองค์กร กระบวนการจัดการความรู้เน้นการเรียนรู้เป็นเครือข่ายเชื่อมโยงกัน สมาชิกขององค์กรต่างเสริมพลังกันฉันทกัลยาณมิตร ทำให้องค์กรมีความเข้มแข็งและผลงานก้าวหน้า สอดคล้องกับวิสัยทัศน์เกิดเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) (Janprapa, 2018)

โมเดลเซกิ (SECI Model) ของโนนากะ กับ ทาเคอุชิ (Nonaka และ Takeuchi, 1995) ได้ให้ความหมายของการจัดการความรู้ว่า เป็นกระบวนการสร้างความรู้ใหม่อย่างต่อเนื่อง เผยแพร่ความรู้ทั่วทั้งองค์กร และนำไปเป็นส่วนประกอบสำคัญของผลิตภัณฑ์บริหารเทคโนโลยีและระบบใหม่ ๆ ความรู้ทั้งสองประเภทสามารถเปลี่ยนสถานะได้ตลอดเวลาขึ้นอยู่กับสถานการณ์ซึ่งจะทำให้เกิดความรู้ใหม่ และได้สร้างแผนภาพแสดงความสัมพันธ์การหลอมรวมความรู้ในองค์กรระหว่างความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) กับความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ใน 4 กระบวนการเพื่อยกระดับความรู้ให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นวัฏจักร เริ่มจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

(Socialization) การสกัดความรู้ออกจากตัวคน (Externalization) การรวบรวมความรู้ (Combination) และการผนึกฝังความรู้ (Internalization) และวนกลับมาเริ่มต้นทำซ้ำที่กระบวนการแรก เพื่อพัฒนาการจัดการความรู้ให้เป็นงานประจำที่ยั่งยืน



ภาพที่ 2 โมเดลเซกิ (SECI Model) โนนากะ กับ ทาเคอุชิ (Nonaka และ Takeuchi, 1995)
ที่มา : Nonaka's SECI Model (1995)

1. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Socialization) S : Tacit to Tacit

กระบวนการที่ 1 อธิบายความสัมพันธ์ทางสังคมในการส่งต่อระหว่างความรู้ฝังลึก (Tacit knowledge) ด้วยกัน เป็นการแบ่งปันประสบการณ์แบบเผชิญหน้าระหว่างผู้รู้ เช่น การประชุม การระดมสมอง ที่มาจากความรู้ การเรียนรู้ และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล เฉพาะเรื่อง เฉพาะพื้นที่ แล้วนำมาแบ่งปัน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในสภาพแวดล้อมเดียวกัน ที่มีใช้เป็นประจำการอ่าน หนังสือ คู่มือ หรือตำรา

2. การสกัดความรู้ออกจากตัวคน (Externalization) E : Tacit to Explicit

กระบวนการที่ 2 อธิบายความสัมพันธ์กับภายนอกในการส่งต่อระหว่างความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) กับความรู้ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) อาจเป็นการนำเสนอในเวทีวิชาการ หรือ บทความตีพิมพ์ เป็นการพัฒนาองค์ความรู้ที่ถูกฝังอยู่ในความรู้ฝังลึกให้สื่อสารออกไปภายนอก อาจเป็นแนวคิด แผนภาพ แผนภูมิ เอกสารที่สนับสนุนให้เกิดการสื่อสารระหว่างผู้เรียนรู้ด้วยกันที่เข้าใจได้ง่าย ซึ่งความรู้ฝังลึกจะถูกพัฒนาให้ตกผลึกและถูกกลั่นกรอง แล้วนำไปสู่การแบ่งปัน เปลี่ยนเป็น ฐานความรู้ใหม่ที่ถูกนำไปใช้สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ในกระบวนการใหม่

3. การรวบรวมความรู้ (Combination) C : Explicit to Explicit

กระบวนการที่ 3 อธิบายความสัมพันธ์การรวมกันของความรู้ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) ที่ผ่านการจัดระบบ และบูรณาการความรู้ที่ต่างรูปแบบเข้าด้วยกัน เช่น นำความรู้ไปสร้างต้นแบบใหม่ ไปสร้างสรรค์งานใหม่ ได้ความรู้ใหม่ โดยความรู้ชัดแจ้งได้จากการรวบรวมความรู้ภายในหรือภายนอกองค์กร แล้วนำมารวมกัน ปรับปรุง หรือผ่านกระบวนการที่ทำให้เกิดความรู้ใหม่ แล้วความรู้ใหม่จะถูกเผยแพร่แก่สมาชิกในองค์กร

4. การผนึกฝังความรู้ (Internalization) I : Explicit to Tacit

กระบวนการที่ 4 อธิบายความสัมพันธ์ภายในที่มีการส่งต่อความรู้ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) สู่ความรู้ฝังลึก (Tacit knowledge) แล้วมีการนำไปใช้ในระดับบุคคล ครอบคลุมการเรียนรู้และลงมือทำ ซึ่งความรู้ชัดแจ้งถูกเปลี่ยนเป็นความรู้ฝังลึกในระดับบุคคลแล้วกลายเป็นทรัพย์สินขององค์กร

ทฤษฎีของ อัลัน ฟรอสต์ (Alan Frost.2010) มีขั้นตอนกรอบของการจัดการ (KM Framework) ประกอบด้วย การระบุความต้องการ (Identification of needs) การกำหนดแหล่งความรู้ (Identification of Knowledge Resources) การแสวงหาและสร้างความรู้ (Acquisition, Creation or Elimination Knowledge) การดึงความรู้มาใช้และแบ่งปัน (Retrieval, Application and Sharing Knowledge) และการจัดเก็บความรู้ (Storage of Knowledge)

การจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมตามทฤษฎีของ อัลัน ฟรอสต์ (Alan Frost, 2010) และโมเดลเซกิ (SECI Model) ของโนนากะ กับ ทาเคอุชิ (Nonaka and Takeuchi, 1995) เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ควรอยู่บนพื้นฐานหลักการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ การใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปพร้อมกับอนุรักษ์และเกิดผลกระทบด้านลบน้อยที่สุด ไม่ลดหรือบั่นทอนคุณภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวของคนรุ่นต่อไป

บทสรุป (Conclusion)

การจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม เพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีขั้นตอนของการจัดการองค์ความรู้ โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีการจัดการองค์ความรู้ตามทฤษฎีของ อัลัน ฟรอสต์ (Alan Frost, 2010) ตามกรอบของการจัดการ (KM Framework) และโมเดลการจัดการความรู้โมเดลเซกิ (SECI Model) ของโนนากะ กับ ทาเคอุชิ (Nonaka และ Takeuchi, 1995) บนพื้นฐานหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 5 ประการ คือ การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การวางแผนและจัดการในการพัฒนาการท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ ได้เท่าที่จำเป็นในแหล่งท่องเที่ยว การรักษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและสามารถทำการตลาดได้ และการจัดการผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวให้กระจายไปทั่วทุกภาคส่วนของสังคม มีดังนี้

1. การระบุความต้องการ (Identification of Needs) การระบุความต้องการของเป้าหมายของการจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมของชุมชนให้เกิดความยั่งยืน ควรมาจากความต้องการและความคิดเห็นคนในชุมชนเจ้าของวัฒนธรรม

2. การสกัดความรู้ออกจากตัวคน (Externalization) เพื่อให้ได้องค์ความรู้ทางวัฒนธรรมจากผู้รู้จริงที่อาจไม่มีเพียงคนเดียวนั้น เพื่อการเปรียบเทียบข้อมูลให้ตรงกับข้อเท็จจริงมากที่สุด โดยใช้ “เวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้(Socialization)” และใช้วิธีเล่าเรื่อง เป็นเครื่องมือ

3. การแสวงหาและสร้างความรู้ (Acquisition, Creation or Elimination Knowledge) นอกจากองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมจากชุมชนแล้ว เราควรที่จะศึกษาข้อมูลทางวัฒนธรรมที่มีการบันทึกไว้ก่อนหน้านี้ อาทิ ตำรา เอกสาร งานวิจัย ที่มีข้อมูลทางวัฒนธรรมที่สัมพันธ์กัน เพื่อเป็นข้อมูลประกอบให้เกิดความน่าเชื่อถือ

4. การรวบรวมความรู้ (Combination) การรวมองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมทั้งหมดของชุมชน ต้องมีการตรวจสอบองค์ความรู้อีกครั้ง โดยการนำองค์ความรู้ที่ได้ทั้งหมด นำเสนอให้คนชุมชนได้รับฟัง ได้ช่วยกันตรวจสอบความถูกต้องเป็นครั้งสุดท้าย

5. การจัดเก็บความรู้ (Storage of Knowledge) การจัดเก็บองค์ความรู้นั้น ต้องมีการบันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ทั้งตัวหนังสือ ภาพ ภาพเคลื่อนไหว เก็บไว้ได้หลายรูปแบบ อาทิ หนังสือ สร้างศูนย์ข้อมูลองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมของชุมชน และสื่อออนไลน์ เว็บไซต์ของชุมชน เพื่อให้ง่ายต่อการสืบค้น แก๊ซ เผยแพร่สู่ลูกหลาน และผู้ที่สนใจ

6. การดึงความรู้มาใช้และแบ่งปัน (Retrieval, Application and Sharing Knowledge) เพื่อให้องค์ความรู้ทางวัฒนธรรมเคียงคู่อยู่กับชุมชนอย่างยั่งยืน การดึงความรู้มาใช้และถ่ายทอดสู่ลูกหลานตลอดจนการแบ่งปันองค์ความรู้ให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมอันทรงคุณค่าของชุมชน เป็นวิธีการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชนเป็นอย่างดี

7. การผนึกฝังความรู้ (Internalization) การปลูกฝังองค์ความรู้ให้กับคนรุ่นต่อไปนั้น ต้องอาศัยวิธีการในการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมที่ถูกต้อง ให้กับคนรุ่นต่อไปโดยเริ่มจากสถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษาในชุมชน ปลูกฝังในขณะที่เขายังเป็นเด็ก ให้เขาได้ร่วมเรียนรู้ร่วมปฏิบัติกิจกรรมทางวัฒนธรรม ให้เขามีใจรักและภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเองก่อน ชุมชนในฐานะเจ้าของวัฒนธรรมควรเห็นความสำคัญในการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน ควรมีศูนย์กลางข้อมูลทางวัฒนธรรมชุมชน เป็นสถานที่ในการขับเคลื่อนกิจกรรมสืบสานวัฒนธรรมชุมชนอย่างต่อเนื่อง การผนึกฝังความรู้ทางวัฒนธรรมชุมชนจึงจะเกิดความยั่งยืน

การจัดการความรู้ทางวัฒนธรรมชุมชน เพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น ควรมีความเข้าใจในบริบทวิถีชุมชนอย่างแท้จริงก่อนเสมอ และควรทำบนพื้นฐานองค์ความรู้เดิม ชุมชนต้องเฝ้าระวังปัจจัยเสี่ยงจากภายนอก มีการขับเคลื่อนกิจกรรมทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อทบทวนตัวเองอยู่เสมอ ติดตามสถานการณ์และปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลา เน้นการมีส่วนร่วมทางความคิดและการปฏิบัติ และนำความรู้ขึ้นมาใช้อย่างต่อเนื่องให้วัฒนธรรมคงอยู่และต่อยอดเป็นองค์ความรู้ใหม่ ทั้งนี้ยังจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพของเจ้าของวัฒนธรรมอยู่เสมอโดยมีพี่เลี้ยงจาก

ภายนอกเข้าไปเอื้อให้เกิดเวทีเรียนรู้ โดยการสร้างบรรยากาศแห่งการเรียนรู้ที่สามารถส่งเสริมการปลูกฝังความรู้ทางวัฒนธรรมแบบค่อยเป็นค่อยไปอย่างเป็นธรรมชาติ ดังนั้นองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบาย หรือวิธีการศึกษาและจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมจำเป็นต้องมีความเข้าใจสภาวะทางทรัพยากรวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง เข้าใจถึงปัญหาอย่างชัดเจน เพื่อนำไปสู่การวางนโยบายด้านต่าง ๆ ให้เหมาะสม สมดุล ต่อวิถีชีวิตด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านเศรษฐกิจ จึงจะเป็นการพัฒนาชุมชนการท่องเที่ยว ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการจัดการความรู้ทางวัฒนธรรมภายในชุมชนไปพร้อมกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างแท้จริง อันจะส่งผลให้เกิดความยั่งยืนของวัฒนธรรมอันเป็นทรัพยากรของการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวมีความยั่งยืนตลอดไป

เอกสารอ้างอิง (References)

- กนกวรรณ ชูชาญ. (2552). **การจัดการความรู้ทางวัฒนธรรมโดยผู้นำชุมชน เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านผาหมอน ดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารงานวัฒนธรรม วิทยาลัยนวัตกรรมการบริหารมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กรองทิพย์ ศรีตะปัญญะ. (2540). **การประเมินการเข้าถึงฐานข้อมูลวัฒนธรรมไทยที่ใช้ระบบดรรชนีไฮเพอลิงค์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แสงลี้มสุวรรณ และศรัณยา แสงลี้มสุวรรณ. (2555). “การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน. **วารสารนักรับ**. 32(4) : 139-146.
- จำเรียง จันทรประภา. (2561). “body of knowledge – knowledge – knowledge Management (km)”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.royin.go.th/?Knowledges=body-of-knowledge-knowledge-knowledge-management-km>. สืบค้น 12 มีนาคม 2561.
- ยศ สันตสมบัติ. (2540). **มนุษย์กับวัฒนธรรม**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุพัตรา สุภาพ. (2541). **สังคมและวัฒนธรรมไทย ค่านิยม ครอบครัวยุคใหม่ ศาสนา ประเพณี**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์.
- ศูนย์ความรู้กินได้. (2561). “การจัดการองค์ความรู้ (KM) คือ อะไร จำเป็นแค่ไหนต้องใช้ K”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : www.okmd.or.th/upload/pdf/chapter1_kc.pdf. สืบค้น 12 มีนาคม 2561.
- อคิน ระพีพัฒน์. (2551). **วัฒนธรรม คือ ความหมาย ทฤษฎีและวิธีการของคลิฟฟอร์ดเกียร์ซ**. กรุงเทพฯ : บริษัทโอ.เอส.พรินติ้งเฮาส์ จำกัด.

- Nonaka, I. and Takeuchi, H.. (1995). **The knowledge creating company: how Japanese companies create the dynamics of innovation**, New York: Oxford University Press.
- Nonaka and Takeuchi. (1995). “โมเดลเซกิ (SECI Model)”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://aminaghazadeh.edublogs.org/2010/08/30/nonakas-seci-model/>. สืบค้น 12 มีนาคม 2561.
- Sworbook, J. (1999). **Sustainable Tourism Management**. London : CABI.
- Theobald, W.F. (1994). **Global tourism: The next decade**. Oxford : Butterworth-Heinemann.
- World Tourism Organization (1998). **Guide for local Authorities on Development Sustainable Tourism**. Madrid : Author.

Translated Thai References

- Chuchan, K. (2009). **Cultural knowledge management by community leaders For tourism in Ban Pha Mon community, Doi Inthanon, Chiang Mai province**. Master of Arts thesis in Cultural Administration, College of Innovation Thammasat University. [In Thai]
- Edible Knowledge Center. (2018). "What is knowledge management (KM)? Need to use K". [Online] Accessible: www.okmd.or.th/upload/pdf/chapter1_kc.pdf. Retrieved March 12, 2018. [In Thai]
- Janprapa, J. (2018). "Body of knowledge - knowledge - knowledge Management (km)". [Online]. Accessible: <http://www.royin.go.th/?Knowledges=body-of-knowledge-knowledge-knowledge-management-km>. Retrieved March 12, 2018. [In Thai]
- Raphiphat, A. (2008). **Culture is the meaning, theory and method of Clifford Gears**. Bangkok: OS Printing House Company Limited. [In Thai]
- Saenglimsuwan, K. and Saenglimsuwan, S. (2012). "Sustainable cultural heritage tourism. **Executive Journal**. 32 (4): 139-146. [In Thai]
- Santasombat, Y. (1997). **Man and culture**. 9th ed. Bangkok: Thammasat University Press. [In Thai]
- Sritapanya, K. (1997). **Assessment of access to Thai culture database using hyperlink index system**. Master of Arts Thesis, Chulalongkorn University. [In Thai]

Suphap, S. (1998). **Thai Society and Culture, Family Values, Religion, Traditions.**
Bangkok: Thai Wattana Panich Press. [In Thai]

