

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ปีพุทธศักราช 2550 การท่องเที่ยวถูกกำหนดให้เป็นวาระแห่งชาตินำเข้าสู่การพิจารณาของคณะรัฐมนตรี (ครม.) เพื่อหามาตรการและแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย อันได้รับผลกระทบจากปัญหาต่างๆ หลายด้านไม่ว่าจะเป็นผลกระทบจากสถานการณ์ทางการเมืองของประเทศ การแพร่ระบาดของโรคติดต่อไข้หวัดสายพันธุ์ใหม่ 2009 วิกฤติเศรษฐกิจโลกอันเกิดจากภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกา การปรับราคาน้ำมัน รวมถึงหลายประเทศทั่วโลกต่างส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวของประเทศตนเอง จึงก่อให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มขึ้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นวาระเร่งด่วนของชาติที่จะต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแข่งขันในปัจจุบัน

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมสมบูรณ์ด้วยสภาพแวดล้อมที่ดี ที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวได้หลากหลาย จากการศึกษาของสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย (มปป.) เปรียบเทียบศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศเอเชียแปซิฟิก พบว่าประเทศไทยได้รับการยกย่องว่ามีศักยภาพสูงกว่าประเทศอื่นๆ ในด้านสิ่งดึงดูดใจของทรัพยากรการท่องเที่ยวถึง 5 ประเภท จากทั้งหมด 12 ประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ กิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อียาศัยของคนไทย อาหาร และชีวิตยามราตรี ซึ่งข้อได้เปรียบดังกล่าวข้างต้นส่วนใหญ่แล้วจะเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเฉพาะที่เรียกว่าการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจากการศึกษาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549, หน้า 121) พบว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจกลับมาเป็นการเดินทางที่มีความเฉพาะตัว หรือมีความสนใจเฉพาะกิจกรรมมากขึ้น โดยประเภทของการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสนใจมากที่สุด ได้แก่ กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น

วัฒนธรรมนอกจากจะถูกนำมาใช้เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว ยังเป็นเครื่องมือและช่องทางที่รัฐบาลคาดหวังว่าจะนำไปสู่การแก้ปัญหาความยากจน โดยใช้เป็นช่องทางให้มีการกระจายรายได้ สร้างงานให้ระบบเศรษฐกิจไหลผ่านลงมาถึงชาวบ้านที่ยากจนในชนบท ในทางการตลาด ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่นของชุมชน ยังสามารถพัฒนาให้เป็นส่วนหนึ่งของสินค้าชุมชน ตามนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งสินค้าทางการท่องเที่ยวจัดเป็นสินค้าในกลุ่มงาน

บริการที่สามารถสร้างงานและรายได้ให้กับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ การพัฒนา เทศกาลงาน ประเพณี ความเชื่อตลอดจนเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้เป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว นอกจากผลดีในแง่เศรษฐกิจแล้วยังก่อให้เกิดผลดีต่อชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่นอีกหลายประการเช่น (จิตติมา สุขพลิน, 2539, หน้า 43-44)

1. ก่อให้เกิดความรักความหวงแหน และจิตสำนึกอนุรักษ์ในมรดกวัฒนธรรม การท่องเที่ยวมีส่วนชี้ให้เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น ทำให้ผู้เป็นเจ้าของเกิดความภาคภูมิใจ ต้องการที่จะค้นคว้า อนุรักษ์ พัฒนา มรดกทางวัฒนธรรมให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของชุมชนและของชาติ ปัจจุบันมีวัฒนธรรมประเพณีหลากหลายที่ได้รับการฟื้นฟูจากการท่องเที่ยว เช่น งานแห่ผ้าขึ้นธาตุ จังหวัดนครศรีธรรมราช งานแห่เทียนพรรษาจังหวัดอุบลราชธานี หรือการฟื้นฟูการกินอาหารพื้นเมืองแบบขันโตกของชาวล้านนา เป็นต้น

2. ทำให้เกิดการสืบทอดงานทางด้านศิลปวัฒนธรรม เมื่อการท่องเที่ยวมีส่วนทำให้เจ้าของวัฒนธรรมเกิดความรักและหวงแหนและต้องการที่อนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของตนเองไว้ เจ้าของวัฒนธรรมก็จะพยายามฟื้นฟูวัฒนธรรมที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว งานทางด้านศิลปวัฒนธรรมต่างๆ จึงได้รับการสืบทอดให้คงอยู่ต่อไป

ดังนั้นการนำเอาประเพณีวัฒนธรรมชุมชนขึ้นมาเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ถึงมีคุณประโยชน์ในการพัฒนา และเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นระบบเศรษฐกิจของชุมชนได้ หากพิจารณาถึงเอกลักษณ์และความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมแล้ว พบว่าสังคมไทยเป็นสังคมที่ประกอบไปด้วยกลุ่มคนหลายเชื้อชาติผสมผสานอยู่ด้วยกัน กลุ่มเชื้อชาติที่ผสมผสานอยู่ในสังคมไทย บางครั้งเรียกว่า กลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดราชบุรี ประกอบด้วยกลุ่มชาติพันธุ์ 8 กลุ่มชาติพันธุ์ ได้แก่ คนไทยภาคกลางพื้นถิ่น ชาวไทยจีน ชาวไทยวน ชาวไทยมอญ ชาวไทยลาวโซ่ง ชาวไทยลาวใต้ ชาวไทยเขมร และชาวไทยกะเหรี่ยง กลุ่มชาติพันธุ์เหล่านี้ล้วนมีประวัติ การอพยพจากถิ่นฐานเดิม เข้ามาตั้งรกรากในพื้นที่ต่างมีขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มที่ ผิดแผกไปจากคนพื้นเมืองดั้งเดิม ความหลากหลายของชาติพันธุ์เหล่านี้จุดประกายให้ผู้วิจัยสนใจที่จะ ศึกษาเพื่อหาแนวทางการนำวัฒนธรรม 8 ชาติพันธุ์จังหวัดราชบุรีมาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งผลงานวิจัยนี้จะได้อะไรท้องถิ่น แนวทางการดำเนินการให้กับองค์กร และหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดใช้ประกอบการตัดสินใจ อีกทั้งแนวคิดการดำเนินการท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมนี้ยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การวิจัยในประเด็นด้านการท่องเที่ยวของชาติ (กองทุน สนับสนุนการวิจัย, 2552, หน้า 11) ซึ่งได้กำหนดกรอบการวิจัยและแผนงานวิจัยปีงบประมาณ 2553 เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้ว่าควรเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และ วัฒนธรรม โดยเน้นการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยววัฒนธรรมท้องถิ่น

สร้างรูปแบบการประยุกต์ และรังสรรค์วัฒนธรรมท้องถิ่นสู่การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน

วัตถุประสงค์หลักของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคงอยู่ของวัฒนธรรม 8 ชชาติพันธุ์จังหวัดราชบุรี ได้แก่ วัฒนธรรมคนไทยภาคกลางพื้นถิ่น ชาวไทยจีน ชาวไทยวน ชาวไทยมอญ ชาวไทยลาวโซ่ง ชาวไทยลาวตี้ ชาวไทยเขมร และชาวไทยกะเหรี่ยง
2. เพื่อศึกษาแนวทางการนำวัฒนธรรม 8 ชชาติพันธุ์จังหวัดราชบุรี ได้แก่ วัฒนธรรมคนไทยภาคกลางพื้นถิ่น ชาวไทยจีน ชาวไทยวน ชาวไทยมอญ ชาวไทยลาวโซ่ง ชาวไทยลาวตี้ ชาวไทยเขมร และชาวไทยกะเหรี่ยงมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่องแนวทางการนำวัฒนธรรม 8 ชชาติพันธุ์จังหวัดราชบุรี มาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตทางด้านพื้นที่ศึกษาวัฒนธรรม 8 ชชาติพันธุ์ ได้แก่ คนไทยภาคกลางพื้นถิ่น ชาวไทยจีน ชาวไทยวน ชาวไทยมอญ ชาวไทยลาวโซ่ง ชาวไทยลาวตี้ ชาวไทยเขมร และชาวไทยกะเหรี่ยงที่อาศัยอยู่ในจังหวัดราชบุรีเท่านั้น
2. ขอบเขตทางด้านเนื้อหา แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้
 - 2.1 ศึกษาเฉพาะสภาพปัจจุบันของการดำรงอยู่ของวัฒนธรรม 8 ชชาติพันธุ์ ได้แก่ คนไทยภาคกลางพื้นถิ่น ชาวไทยจีน ชาวไทยวน ชาวไทยมอญ ชาวไทยลาวโซ่ง ชาวไทยลาวตี้ ชาวไทยเขมร และชาวไทยกะเหรี่ยง
 - 2.2 ศึกษาแนวทางการนำวัฒนธรรม 8 ชชาติพันธุ์จังหวัดราชบุรี มาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจากการมีส่วนร่วมของชุมชน
3. ขอบเขตทางด้านประชากร เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย คนในท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่ทำการศึกษา กลุ่มผู้นำชุมชนอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ และเจ้าหน้าที่ของรัฐ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้องค์ความรู้ท้องถิ่นด้านการท่องเที่ยวสำหรับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอันจะเป็นฐานข้อมูลให้ชุมชนท้องถิ่น จังหวัด หรือกับผู้สนใจในแหล่งท่องเที่ยว
2. ได้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ อันจะเป็นข้อมูลให้กับหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวใช้ในการวางแผนงาน
3. ผู้วิจัย และผู้ร่วมวิจัยได้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากการดำเนินงานวิจัยร่วมกัน