

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ในช่วงเวลาไม่กี่ปีมานี้ คำที่มีอิทธิพลต่อแนวคิดการบริหารจัดการองค์กรสมัยใหม่ การเปลี่ยนแปลงรูปร่างของผลิตภัณฑ์ และการเปลี่ยนรูปแบบของวัฒนธรรมการบริโภคของสังคม คือคำว่า “Creative” และ “Innovative” ซึ่งหากมองเฉพาะด้านการออกแบบจะพบว่าความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมได้กลายเป็นส่วนสำคัญยิ่งของอุตสาหกรรมการออกแบบและอุตสาหกรรมที่ใช้ปัจจัยด้านการออกแบบเป็นตัวสร้างผลผลิต ด้วยส่วนผสมของความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมนี้เอง ส่งผลให้การออกแบบได้ก้าวข้ามจากสิ่งที่จับต้องได้มาเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และสร้างมูลค่าให้แก่ธุรกิจอย่างมหาศาล (อภิสิทธิ์ ไถ่สัตกุล, 2552)

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นแนวทางหนึ่งของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ปรับโครงสร้างการผลิตให้สมดุลและยั่งยืน ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 - 2554) มีหลักการสำคัญคือ การเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ (Value Creation) โดยใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม ผสมกับจุดแข็งของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นไทย เพื่อเป็นแรงผลักดันในการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและความมั่นคงในการดำรงชีวิต (ณรงค์ชัย อัครเศรณี, 2552)

การนำเอาคุณค่าของวัฒนธรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์นั้นมีองค์ประกอบที่น่าสนใจอยู่ 3 ประการ ได้แก่

- 1) ความเข้าใจในคุณค่าของวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง
- 2) ความสามารถในการรับรู้ความต้องการเบื้องต้นของผู้บริโภค
- 3) ความสามารถในการเชื่อมคุณค่าของความดั้งเดิม ความเป็นตัวตน เข้ากับความทันสมัย

อย่างกลมกลืน (Cosmopolitan Hybrid) (ชัยประนิน วิสุทธิผล, 2552)

อุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry) ที่รัฐบาลให้ความสำคัญปรากฏอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 และจะมีการลงลึกในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) เช่น การพัฒนาด้านศิลปะ วิถีชีวิตและประวัติศาสตร์ ทั้งนี้ รายได้จากการส่งออกของไทยส่วนหนึ่งอยู่ในภาคหัตถกรรมและงานฝีมือ ซึ่งเป็นผลงานของชนชั้นระดับรากหญ้าทั้งสิ้น (ณรงค์ชัย อัครเศรณี, 2552)

ภาคอีสานของประเทศไทย เป็นดินแดนที่มีวัฒนธรรมหลากหลายชนิดซึ่งอยู่อย่างกระจัดกระจายทั่วไป ประชากรประมาณ ร้อยละ 85 เป็นชาวไทยอีสานหรือไทยลาวนอกจากนี้ยังมีกลุ่มชาติพันธุ์อีกหลายกลุ่ม เช่น ย้อ ผู้ไทย โข่ บรู เยอ ฉัยกูร แสก กะเลิง โย้ย พวน ข่า (บุญยงค์ เกศเทศ, 2539 อ้างถึงใน สุภิสรา ประเสริฐ, 2551) ชนกลุ่มดังกล่าวโดยส่วนใหญ่ได้ปรับตัวผสมกลมกลืนกับสังคมท้องถิ่นและสังคมไทยจนแทบไม่เห็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมดั้งเดิมของกลุ่มแล้ว แต่ยังมีบางกลุ่มที่รักษารูปแบบวิถีชีวิตตามครรลองวัฒนธรรมดั้งเดิมของกลุ่มไว้ได้ค่อนข้างมากบางกลุ่มก็ได้รับการสนับสนุนให้ฟื้นฟูชนบทประเพณีขึ้นมาเพื่อประโยชน์ในการศึกษาและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและเป็นการเสริมสร้างสำนึกให้แก่สังคมส่วนรวมของท้องถิ่นและประเทศด้วย โดยปกติแล้วชนกลุ่มน้อยแต่ละกลุ่มมีเอกลักษณ์ที่เด่นชัด ปรากฏให้พบเห็นได้หลายกรณี เช่น ภาษา การแต่งกาย ความเชื่อ ประเพณี พิธีกรรม การประกอบอาชีพ อาหารการกิน ที่อยู่อาศัย การรักษาพยาบาลการเจ็บป่วย นันทนาการการบันเทิงตลอดจนงานศิลปกรรมในแขนงต่าง ๆ วิถีชีวิตโดยปกติของชนกลุ่มน้อยในภาคอีสาน เป็นวิถีชีวิตแบบสังคมชนบทที่เรียบง่าย สมถะ พึ่งพาธรรมชาติ (ทวี ถาวโร, 2540 อ้างถึงในสุภิสรา ประเสริฐ, 2551)

โดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัดนครพนมซึ่งตั้งอยู่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีลักษณะเลียบยาวตามแนวชายฝั่งขวาของแม่น้ำโขงประมาณ 153 กิโลเมตร เป็นเมืองที่สามารถเชื่อมโยงการเดินทางไปใน 3 ประเทศได้แก่ ไทย ลาว และเวียดนาม ซึ่งอยู่ในเส้นทางเชื่อมโยงเศรษฐกิจ North – South Economic Corridor และ East -West Economic Corridor จากการที่จังหวัดนครพนมเป็นจังหวัดที่อยู่ติดกับแม่น้ำโขง จึงทำให้มีความหลากหลายทางลักษณะชาติพันธุ์ ภาษา ศาสนา รวมถึงขนบธรรมเนียม และวัฒนธรรม จนเกิดเป็นพหุสังคม (ธีรภัท ชัยพิพัฒน์, 2551) โดยจังหวัดนครพนมเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ของชนเผ่าต่าง ๆ ทั้ง 7 ชนเผ่า ได้แก่ ชนเผ่าผู้ไทย ไทยกะเลิง ไทยแสก ไทยโส้ ไทยญ้อ ไทยข่า และไทยอีสาน ที่มี การอพยพเข้ามาในจังหวัดนครพนมและอาศัยอยู่ในอำเภอต่าง ๆ (ปรับปรุงจาก แผนพัฒนาจังหวัดนครพนม, 2553)

ในการศึกษาครั้งนี้ได้เลือกพื้นที่ที่มีความโดดเด่นของแต่ละชนเผ่ามาทำการศึกษา เพื่อจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม โดยมีการศึกษาข้อมูลของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนมที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวและประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของแต่ละชนเผ่าเพื่อจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นกระบวนการ “การต่อยอด เพิ่มค่า หาจุดต่าง โดยใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์” กล่าวคือ “ต่อยอด” เป็นการต่อยอดจากฐานทุนเดิมที่มีอยู่ทั้งทุนทางสังคมและวัฒนธรรม “เพิ่มค่า” คือ การเพิ่มมูลค่าและคุณค่าแก่ทรัพยากรการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย “หาจุดต่าง” คือ สร้างและพัฒนา

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่นำไปสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2553) ที่ทางรัฐบาลได้ริเริ่มดำเนินนโยบายตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2552 ที่ผ่านมา โดยจะเน้นการสร้างภาคธุรกิจในด้านเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ให้เข้มแข็ง การสร้างนวัตกรรม และเน้นการนำความหลากหลายของมรดกทางวัฒนธรรมมาเป็นจุดแข็ง (หนังสือพิมพ์แนวหน้า, 2553) ซึ่งจากรายงานการศึกษาเบื้องต้น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า กลุ่มงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation) มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) และสื่อ (Media) เป็นกลุ่มที่มีมูลค่าสูงสุด แสดงให้เห็นถึงจุดแข็งของไทยในการพัฒนาความสามารถเพื่อแข่งขันกับนานาชาติ เนื่องจากประเทศไทยมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีความคิดสร้างสรรค์และมีทักษะทางศิลปะ รวมทั้งมีวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น อันเป็นสิ่งที่เรียกว่า “ประเพณีเชิงศิลปะ” (Aesthetic Tradition) ซึ่งสามารถนำมาสร้างสรรค์เป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ (อภิสิทธิ์ ไส้ตรูไกล, 2552)

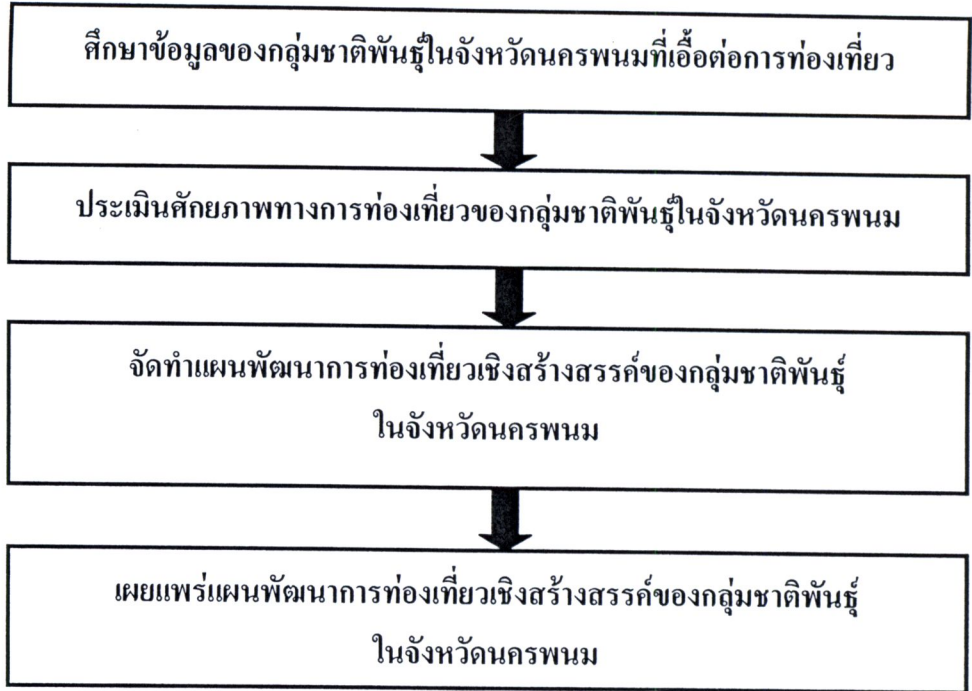
ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนมขึ้น เพื่อให้เกิดการฟื้นฟูวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ผ่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนมตลอดทั้งปี โดยพิจารณาจากศักยภาพทางการท่องเที่ยวของแต่ละชนเผ่าและความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครพนม เพื่อให้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวนี้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการฟื้นฟูและอนุรักษ์วัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ให้คงอยู่อย่างยั่งยืน ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนมที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว
- 1.2.2 เพื่อประเมินศักยภาพทางการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม
- 1.2.3 เพื่อจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม

1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม
มีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.4 ขอบเขตและข้อจำกัดของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ใน จังหวัดนครพนมนี้ มุ่งศึกษาถึงข้อมูลของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนมที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว ซึ่งมีการประเมินศักยภาพเพื่อจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ใน จังหวัดนครพนม

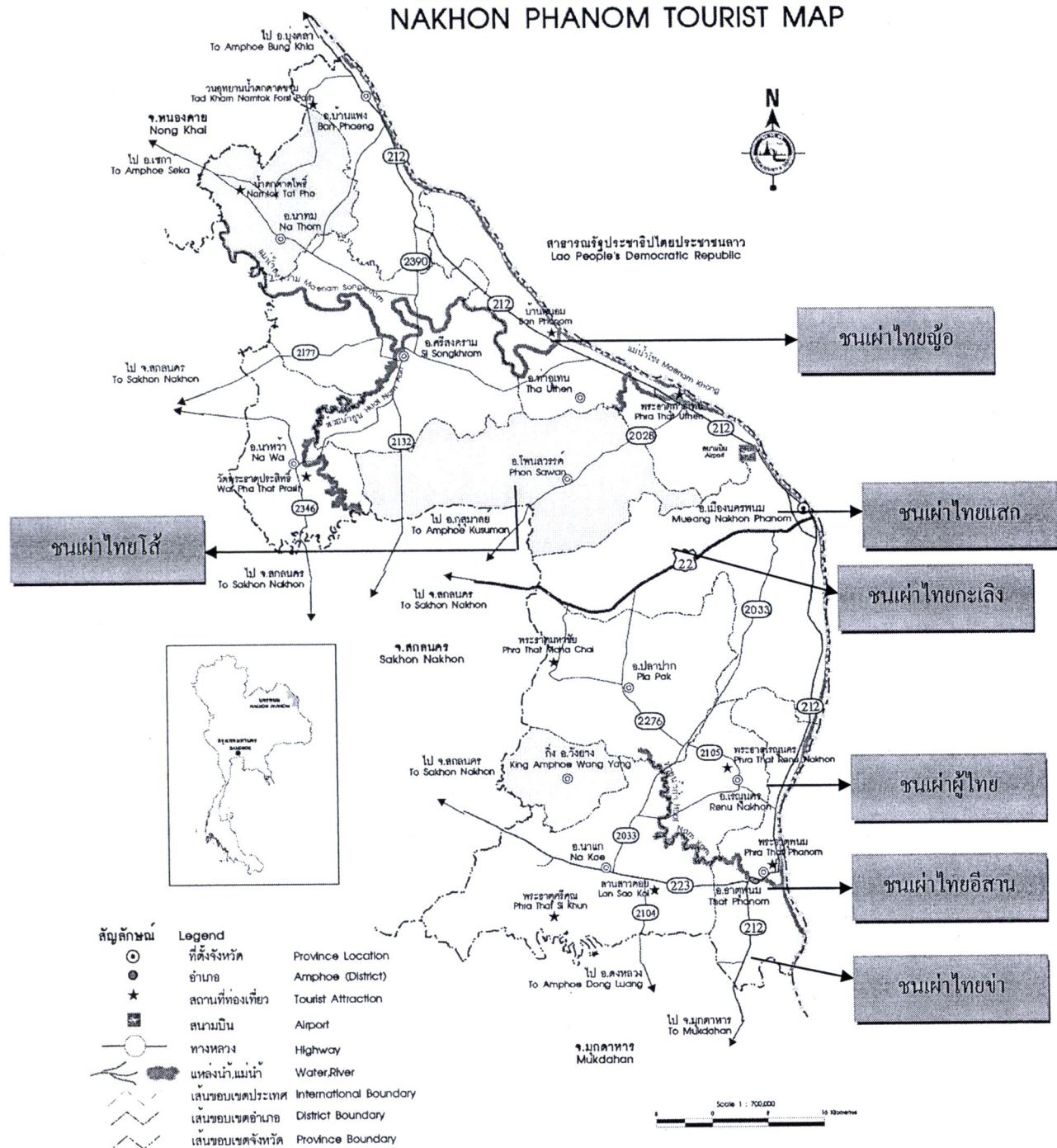
- ชนเผ่าผู้ไทย บ้านเรณู ตำบลเรณู อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม
- ชนเผ่าไทยกะเลิง บ้านกรุก ตำบลกรุก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม
- ชนเผ่าไทยแสก บ้านอาจสามารถ ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม
- ชนเผ่าไทยโส้ บ้านโพนจาน ตำบลโพนจาน อำเภอโพนสวรรค์ จังหวัดนครพนม
- ชนเผ่าไทยญ้อ ตำบลไชยบุรี อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม
- ชนเผ่าไทยข่า บ้านโสกเมว ตำบลอุม้หม้า อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม
- ชนเผ่าไทยอีสาน' ตำบลธาตุพนมเหนือ อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม

1.4.2 ข้อจำกัดของการวิจัย

เนื่องจากชนเผ่าต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนครพนมมีการกระจายตัวไปตามอำเภอต่าง ๆ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกพื้นที่ที่มีความโดดเด่นของแต่ละชนเผ่ามาทำการศึกษา โดยพิจารณาจากข้อมูล ปฐมภูมิและทุติยภูมิที่ได้ทำการศึกษา และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีการศึกษาข้อมูลทั่วไป ของ แต่ละชนเผ่า และเลือกประชากรในพื้นที่ที่โดดเด่นแต่ละชนเผ่ามาทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ดังที่แสดงไว้ข้างต้น

ภาพที่ 1.2 พื้นที่ทำการวิจัย (วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดนครพนม, 2541)

แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม
NAKHON PHANOM TOURIST MAP



ภาพที่ 1.3 แผนที่แสดงพื้นที่ที่ทำการวิจัยแยกตามสถานที่ตั้ง

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 การท่องเที่ยว (Tourism)

หมายถึง การเดินทางไปยังจังหวัดนครพนม เป็นการชั่วคราวเพื่อวัตถุประสงค์ในการพักผ่อนหย่อนใจ การประชุม สัมมนา หรือด้วยวัตถุประสงค์อื่น ๆ ที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพหารายได้

1.5.2 เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy)

หมายถึง เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เป็นระบบเศรษฐกิจที่มีการนำองค์ความรู้ทางด้านความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และศิลปวัฒนธรรม มาผสมผสานกัน โดยเน้นการคิดที่แตกต่างเพื่อสร้างธุรกิจในรูปแบบใหม่ด้วยการใช้สินทรัพย์ที่เป็นตัวเงิน (Capital Assets) ในปริมาณที่น้อย แต่ใช้สินทรัพย์ทางความคิด (Intellectual Assets) ในปริมาณที่มาก (ปรับปรุงจาก John Howkins (2008))

1.5.3 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสัมผัสวัฒนธรรมหรือประวัติศาสตร์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม มีการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าเป็นคนในชนเผ่า ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นต้องมีการเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมนั้น ๆ กับนักท่องเที่ยวผ่านการเรียนรู้ที่เกิดขึ้น (ปรับปรุงจาก UNESCO, 2006) ซึ่งขึ้นอยู่กับ ประสบการณ์ การมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ ที่ไม่เพียงแค่สังเกตการณ์เพียงอย่างเดียวแต่ยังต้องทำกิจกรรม ณ แหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ด้วย (ปรับปรุงจาก Pine and Gilmore (1999 อ้างถึงใน Ohridska-Olson, 2010))

1.5.4 กลุ่มชาติพันธุ์ (Ethnic Groups)

หมายถึง ชนเผ่าต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนครพนม ได้แก่ ชนเผ่าผู้ไทย ไทยกะเลิง ไทยแสก ไทยโส้ ไทยญ้อ ไทยข่า และไทยอีสาน

1.5.5 ศักยภาพทางการท่องเที่ยว (Tourism Potential)

หมายถึง ชัดความสามารถของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวภายในชนเผ่า เป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการชี้วัดทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ก่อนที่จะหุ้มเทการวางแผนพัฒนาหรือส่งเสริมใด ๆ เพื่อให้ดำเนินงานนั้นบรรลุวัตถุประสงค์และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งแบ่งการพิจารณาศักยภาพออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ คุณค่าด้านมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของกลุ่มชาติพันธุ์ ด้านกายภาพของพื้นที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยว ด้านความนิยมต่อแหล่งท่องเที่ยว และด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่

1.5.6 วัฒนธรรม (Culture)

หมายถึง แบบอย่างหรือวิธีการดำเนินชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนมแต่ละกลุ่ม เพื่อเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมกรอยู่ร่วมกันอย่างปกติสุขในสังคมนั้น ๆ โดยวัฒนธรรมจะเป็นสิ่งที่กำหนดรูปแบบของชีวิต และกำหนดลักษณะบรรทัดฐานที่เหมาะสมในสังคม ซึ่งสามารถพิจารณาวัฒนธรรมอย่างกว้าง ๆ ได้ 2 ชนิด ได้แก่ วัฒนธรรมทางวัตถุ (Material Culture) คือ สิ่งของวัตถุที่เกิดจากความคิด การประดิษฐ์คิดค้นของมนุษย์ และวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ (Non-material culture) หมายถึง สิ่งที่แสดงออกในด้านความคิด ประเพณีขนบธรรมเนียม แบบแผนของพฤติกรรมต่าง ๆ ที่ประพฤติปฏิบัติสืบต่อกันมาและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มชนของคนว่าเป็นสิ่งที่ดีงามเหมาะสม วัฒนธรรมชนิดนี้ก็มีลักษณะเป็นนามธรรม แต่สามารถก่อให้เกิดวัฒนธรรมในทางวัตถุและอาจพัฒนาจนเป็นอารยธรรม (Civilization) ก็ได้ (ปรับปรุงจาก สามพร ณีไมตรีจิต, 2533)

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เป็นฐานข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนมที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว

1.6.2 ศักยภาพทางการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม

1.6.3 ผลงานวิจัยใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนมได้

1.6.4 หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครพนม สามารถนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนมไปใช้ประโยชน์ได้

