

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวในลักษณะ Mass Tourism และการจัดการประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (MICE) ถูกใช้เป็นกลยุทธ์สำคัญในการพัฒนาประเทศในปัจจุบัน หากแต่การท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีมุมมองที่จำแนก ความต้องการ และ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ อีกทั้งโครงการการท่องเที่ยวต่างๆยังถูกจัดตั้ง จัดการ และ ดำเนินงานโดยภาครัฐและ/หรือองค์กรธุรกิจเอกชนเป็นส่วนใหญ่ ทรัพยากรธรรมชาติ และ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ต่างๆได้ถูกนำมาใช้เป็นทุนในการท่องเที่ยวเพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเป็นหลัก โดยที่ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศน์ สังคม และ วัฒนธรรม ได้ถูกพิจารณาเป็นอันดับรองลงไป หรือแทบไม่ได้ถูกพิจารณาเลย

ทรัพยากรดังกล่าวข้างต้นนอกจากเป็นต้นทุนสำหรับการท่องเที่ยวแล้ว ทรัพยากรเดียวกันนี้ยังเป็นมรดกทางสิ่งแวดล้อมและทางวัฒนธรรมที่สำคัญต่อ อัตลักษณ์ การดำรงชีวิต และ วิถีชีวิตของผู้อยู่ในชุมชนที่ตั้งอยู่ในแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ หรือ เป็นเจ้าของทรัพยากรทางวัฒนธรรมนั้นๆ แต่ชุมชนกลับมีส่วนร่วมน้อยในการจัดการทรัพยากรเหล่านั้นเพื่อการท่องเที่ยว หรือ ถูกกล่าวอ้างถึง โดยผู้จัดตั้ง จัดการ และ ดำเนินงาน เพื่อความชอบธรรมของโครงการต่างๆเพื่อการท่องเที่ยว อีกทั้งยังได้รับส่วนแบ่งของผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจในสัดส่วนที่ไม่เป็นธรรม การจัดการทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวทำให้เกิดการต่อต้าน ไม่ให้ความร่วมมือจากชุมชน การใช้ทรัพยากรเกินขีดการรองรับ (Carrying Capacity) หรือ การเปลี่ยนแปลงที่ยอมรับได้ (Limits of Acceptable Changes) (David Weaver, 2008) ตลอดจนการพึ่งพิงองค์กรภายนอกชุมชน (Dependency) (Apostolopoulos, 2005) การต่างๆเหล่านี้ทำให้การท่องเที่ยวเป็นสาเหตุของการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืน และเป็นภัยคุกคามต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นจุดเหวี่ยง (Fulcrum) ที่สำคัญที่จะใช้ทรัพยากรของชุมชนเพื่อการพัฒนาชุมชนโดยใช้การท่องเที่ยว ชุมชนจะเป็นผู้จัดตั้ง จัดการ และ ดำเนินงาน โดยมีองค์กรอื่นๆ เช่นภาครัฐ องค์กรธุรกิจเอกชน นักวิชาการ เป็นภาคีสนับสนุน ซึ่งจะทำให้ชุมชนสามารถกำหนดแนวทางการบริหารจัดการต่างๆได้โดยชุมชนเอง ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะเป็นจุดบรรจบกันของการพัฒนาและการอนุรักษ์ (Shaw & Williams, 2004)

ผ้าพื้นถิ่นเป็นมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) อย่างหนึ่ง ซึ่งมีลักษณะเฉพาะขึ้นอยู่ กับขอบเขตและบริบททางวัฒนธรรม นัยสำคัญทางวัฒนธรรม (Cultural Significance) ของผ้าพื้น

ถิ่นไม่ได้จำกัดอยู่เพียงรูปลักษณ์ที่สัมผัสได้ (Physical Forms) เท่านั้น แต่ยังรวมถึงคุณค่าที่ไร้รูปลักษณ์ (Intangible Values) ต่างๆอีกด้วย เช่น อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น องค์ความรู้ และ ความเชื่อ เป็นต้น ซึ่งผ้าพื้นถิ่นเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่ชุมชนสามารถนำมาปรับใช้เพื่อพัฒนาชุมชนผ่านการท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ ผ้าพื้นถิ่นยังสามารถถูกใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อความหมายเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Interpretation) ได้ในตัวเอง อีกทั้งยังมีความหลากหลายซึ่งสามารถนำมาสร้างนวัตกรรมการได้ กล่าวคือ การนำผ้าพื้นถิ่นมา ปรับปรุง พัฒนา ต่อยอด เพิ่มคุณค่า และ บูรณาการกับองค์ความรู้ด้านอื่นๆได้

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นส่วนหนึ่งของแผนงานวิจัย “แนวทางการประยุกต์ผ้าพื้นถิ่นสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์” พื้นที่การศึกษาทั่วประเทศไทย โดยภาคเหนือมีเอกลักษณ์โดดเด่นด้านผ้าทอผ้าไหมยกดอก ภาคกลาง นิยมการทอผ้าในกลุ่มชาติพันธุ์ ใช้เทคนิคจก และขีด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือขึ้นชื่อในเรื่องของผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าขิด และผ้าไหมหางกระรอก ส่วนภาคใต้ นิยมฝ้ายกดินเงินดินทอง สำหรับชนชั้นสูง (ปรับปรุงจาก www.kanchanapisek.or.th) แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัวของภูมิปัญญาคนไทย หากแต่เมื่อไปสืบค้นข้อมูลในฐานข้อมูลมรดกวัฒนธรรมนามธรรม (Intangible Heritage) ในระดับสากลของ UNESCO, 2007 กลับไม่พบการสืบสานมรดกภูมิปัญญาอันล้ำค่าของไทยนี้ปรากฏอยู่ การศึกษาทำความเข้าใจถึงการสื่อความหมายที่แตกต่างของผ้าพื้นถิ่นในประเทศไทย สู่การประยุกต์ใช้อย่างรู้คุณค่า ซึ่งกลุ่มเป้าหมายสำคัญคือนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวถือเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ที่สำคัญ หากเปรียบเทียบในแง่ของมุมมองทางด้านเศรษฐกิจ จากงานวิจัยของยุพิน ป้องศิริ (2546) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย นิยมซื้อสินค้าของที่ระลึก ในลักษณะผ้าที่เป็นผ้าผืน และชาวต่างชาตินิยมผ้าที่มีการแปรรูปแล้ว เช่น ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ เป็นต้น สำหรับผ้าฝ้าย ทำให้เห็นได้ว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความแตกต่างกัน การนำไปปรับใช้ให้เจาะกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยใช้หลักการตลาด ในการเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ที่มีศักยภาพ จะช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ทางเศรษฐกิจสู่ชุมชนก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจในทางรูปธรรม (Tangible Economic Values)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้จัดทำงานวิจัย “แนวทางการปรับใช้ผ้าพื้นถิ่นในประเทศไทย สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเฉพาะกลุ่มธุรกิจ MICE” เพื่อเป็นการเผยแพร่ภูมิปัญญาด้านมรดกวัฒนธรรมของไทยถ่ายทอดผ่านการสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติเฉพาะกลุ่มธุรกิจ MICE ด้วยความเข้าใจอย่างถ่องแท้ และปรับประยุกต์ใช้วัฒนธรรมเพื่อก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพและคุณสมบัติของผ้าพื้นถิ่น โดยการสื่อความหมาย
อย่างรู้คุณค่ามาถ่ายทอดสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

1.2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติเฉพาะกลุ่มธุรกิจ MICE ต่อ
แนวทางการปรับใช้ผ้าพื้นถิ่นในประเทศไทย

1.2.3 เพื่อเสนอแนวทางนวัตกรรมการปรับใช้ผ้าพื้นถิ่นในประเทศไทย สำหรับนักท่องเที่ยว
ชาวไทย และชาวต่างชาติเฉพาะกลุ่มธุรกิจ MICE

1.3 ปัญหาการวิจัย

1.3.1 ลักษณะทางกายภาพและคุณสมบัติของผ้าพื้นถิ่นที่ต่างกันมีผลต่อการสื่อความหมาย
ต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันหรือไม่

1.3.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติเฉพาะกลุ่มธุรกิจ MICE มีความ
แตกต่างกันในการนำผ้าพื้นถิ่นในประเทศไทยไปใช้อย่างไร

1.3.3 การนำลักษณะทางกายภาพและคุณสมบัติของผ้าพื้นถิ่นที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจ
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติเฉพาะกลุ่มธุรกิจ MICE ที่จะนำนวัตกรรมการปรับใช้ผ้าพื้น
ถิ่นไปใช้อย่างไร

1.4 ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเชิงปริมาณ – นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติเฉพาะกลุ่มธุรกิจ MICE
ขอบเขตเชิงคุณภาพ – ศึกษาลักษณะและคุณสมบัติของผ้าพื้นถิ่นในประเทศไทย โดยการวิเคราะห์
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติเฉพาะกลุ่มธุรกิจ MICE เพื่อการสื่อความหมาย
นวัตกรรมการท่องเที่ยวมรดกวัฒนธรรม และเสนอแนวทางการปรับใช้ผ้าพื้นถิ่นที่เหมาะสม

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ประโยชน์ที่เกิดต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง

1.5.1.1 เกิดความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมที่ถูกต้อง

1.5.1.2 มีแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงมรดกวัฒนธรรมและ
กระบวนการอนุรักษ์การท่องเที่ยววัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

1.5.1.3 สามารถนำแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมมา
ประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเป้าหมาย พื้นที่ และหน่วยงานที่มีส่วน
เกี่ยวข้องได้

- 1.5.1.4 เกิดการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนโดยยึดหลักแนวคิดการอนุรักษ์ควบคู่กับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทย
- 1.5.1.5 สามารถสร้างงาน สร้างอาชีพ และแก้ไขปัญหาความยากจน ในประเทศไทย เป็นศูนย์กลางการพัฒนาแนวคิด เพื่อการเชื่อมโยงเป็นแหล่งท่องเที่ยวเดียว (One Destination)
- 1.5.1.6 แก้ไขปัญหาและพัฒนาที่เกิดจากรากหญ้าอย่างแท้จริง โดยศึกษาถึงกระบวนการภูมิปัญญาของท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง
- 1.5.1.7 เกิดความหวงแหนและการอนุรักษ์วัฒนธรรม
- 1.5.1.8 สร้างจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกภาคส่วน

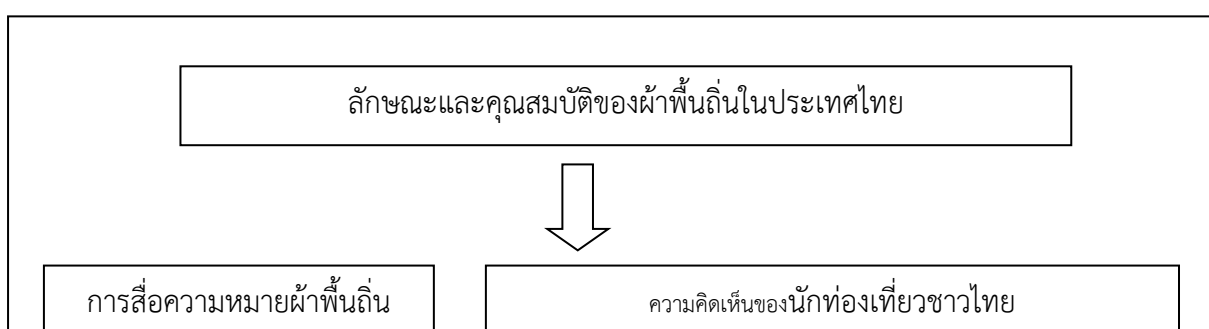
1.5.2 ประโยชน์ทางวิชาการ

- 1.5.2.1 เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในลักษณะของการบูรณาการวิชาการหลากหลายสาขาวิชา
- 1.5.2.2 เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่สามารถนำมาต่อยอดในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป เพื่อการเชื่อมโยงการพัฒนาพื้นที่ในแถบอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงและเป็นต้นแบบในการประยุกต์ใช้สำหรับพื้นที่ที่มีลักษณะใกล้เคียง
- 1.5.2.3 บริการวิชาการที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น ซึ่งจะสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีใหม่เกิดขึ้นได้เป็นฐานข้อมูลวิชาการ

1.5.3 หน่วยงานที่ใช้ประโยชน์จากผลการวิจัย

- 1.5.3.1. พื้นที่ผ้่าพื้นถิ่นในจังหวัดต่างๆของประเทศไทย
- 1.5.3.2 Asian Development Bank
- 1.5.3.3. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- 1.5.3.4. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- 1.5.3.5. กระทรวงวัฒนธรรม
- 1.5.3.6. ประชาชนในพื้นที่

1.6 กรอบแนวความคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย