

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาประเพณีสงกรานต์ของชาวไทยพลัดถิ่นจังหวัด ราชบุรีเพื่อยกระดับสู่การท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมา องค์ประกอบและขั้นตอนของประเพณีสงกรานต์ชาวไทยพลัดถิ่นจังหวัดราชบุรี และเพื่อศึกษาแนวทางการยกระดับประเพณีสงกรานต์ชาวไทยพลัดถิ่นจังหวัดราชบุรี อันได้แก่ ชาวไทยพื้นถิ่น ชาวไทยจีน ชาวไทยวน ชาวไทยมอญ ชาวไทยลาวโซ่ง ชาวไทยลาวเวียง ชาวไทยเขมร และชาวไทยกะเหรี่ยง มาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์จากการมีส่วนร่วมของชุมชนใช้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นฐานในการวิจัย

แนวทางการพัฒนา“การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” คำว่า “ความสร้างสรรค์” หรือ “ความคิดสร้างสรรค์” มีบทบาทในสังคมไทยเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งถูกจัดเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่จะช่วยสร้างรายได้ให้กับประเทศ แต่ทั้งนี้ความสร้างสรรค์สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้นไม่ได้จำกัดอยู่แต่เพียงการออกแบบรูปลักษณ์สินค้าหรือบริการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพียงเท่านั้น แต่หากกล่าวถึงความสร้างสรรค์ในแบบ “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” แล้วนั้น ยังหมายรวมถึงวิธีการเที่ยวของนักท่องเที่ยวอีกด้วย รายละเอียดของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ความหมาย แนวคิด และการใช้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์กับการพัฒนา ตลอดจนตัวอย่างและกรณีศึกษาจะได้นำเสนอตามลำดับต่อไป

ความหมายและความเป็นมาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

มีนักวิชาการและหน่วยงานที่ให้คำนิยามหรือความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้พอสมควร ดังนี้

ยูเนสโก (UNESCO, 2006) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสัมผัสวัฒนธรรมหรือประวัติศาสตร์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าเป็นคนในท้องถิ่นนั้น ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นต้องมีการเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมนั้น ๆ กับนักท่องเที่ยวผ่านการเรียนรู้ที่เกิดขึ้น

ยูเนสโก (UNESCO, 2008) ได้กำหนดนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในการประชุมนานาชาติเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ณ เมืองซานตาเฟ รัฐนิวเม็กซิโก สหรัฐอเมริกา หมายถึง การท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม เอกลักษณ์ของสถานที่ผ่านประสบการณ์ตรง และการมีส่วนร่วม กับผู้คนเจ้าของวัฒนธรรม

ริชาร์ด แอนด์ เรย์มอน (Richards and Raymond, 2000) ได้นิยามความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้พัฒนาศักยภาพผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมและประสบการณ์การเรียนรู้อย่างจริงจังที่สอดคล้องกับลักษณะของจุดหมายปลายทางที่ไปเยือน การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะต้องจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ ที่มีความเชื่อมโยงกับพื้นที่ด้วย ต่อมาริชาร์ดและวิลสัน (Richards and Wilson, 2006) ได้เพิ่มคำนิยามในแง่ของกระบวนการดึงเอาทักษะ (Skill) ความเชี่ยวชาญ (Expertise) ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี (Traditions) และนำเสนอในรูปแบบประสบการณ์การเรียนรู้การพัฒนาตนเอง และการเปลี่ยนแปลงจากภายในให้นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จุดเน้น คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับทักษะ ความเชี่ยวชาญ ขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น และศักยภาพอันโดดเด่นของสถานที่ที่ไปเยือนมากขึ้น

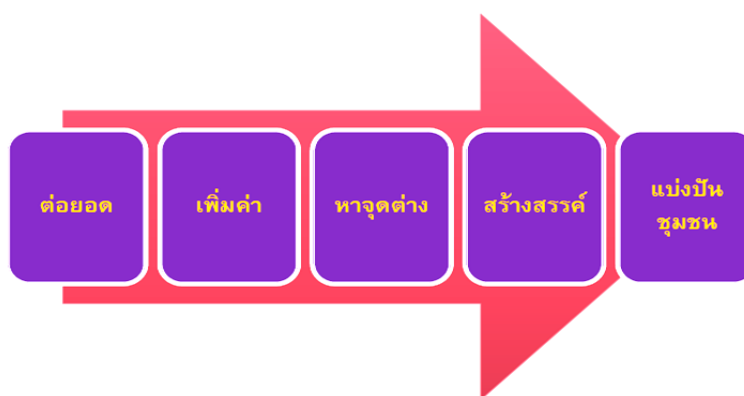
โรสสิตา โอริดสกา โอลสัน และสแตนิสเลฟ อีวานอฟ (Rossitza Ohridska-Olson and Stanislav Ivanov, 2010) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มุ่งเน้นที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความสนใจเฉพาะ (Niche Interests) และให้ความสำคัญกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมและการเรียนรู้เป็นสิ่งสำคัญ

บริหารพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หรือ อพท. (2012) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เมื่ออ้างอิงจากความหมายของการท่องเที่ยวในรูปแบบที่มีมาก่อน แต่เดิมการท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพียงเพื่อเป็นการใช้เวลาในการพักผ่อนหย่อนใจ แสวงหาความสุขและความเพลิดเพลินที่รับจากการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ แม้ต่อมาการท่องเที่ยวได้เพิ่มรูปแบบให้มีการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์หรือเชิงวัฒนธรรม โดยจะเน้นรูปแบบของการท่องเที่ยวไปยังพิพิธภัณฑ์ หรือโบราณสถานต่างๆ แต่ก็ยังไม่มีมิติของการพัฒนาและสร้างความสมดุลในชุมชน โดยการใช้การท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (2553) กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นกระบวนการ “การต่อยอด เพิ่มค่า หาจุดต่าง โดยใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์” กล่าวคือ “ต่อยอด” เป็นการต่อยอดจากฐานทุนเดิมที่มีอยู่ ทั้งทุนทางสังคมและวัฒนธรรม “เพิ่มค่า” คือ การเพิ่มมูลค่าและคุณค่าแก่ทรัพยากรการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย “หาจุดต่าง” คือ สร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับศักยภาพการแข่งขัน

ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่นำไปสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่ทางรัฐบาลได้ริเริ่มดำเนินนโยบายตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2552

สุดสันต์ สุทธิพิศาล (2555) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวในเอกสารการบรรยายนักศึกษาระดับปริญญาเอกสาขาการจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ประจำวันที่ 17 มีนาคม 2555 โดยนำแนวคิดของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยมาต่อยอดเพื่ออธิบายถึงความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า เป็นกระบวนการจัดการท่องเที่ยวที่มีการต่อยอด เพิ่มค่า หาจุดต่าง สร้างสรรค์ และแบ่งปันชุมชน ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 แสดงกระบวนการของการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

ที่มา : สุดสันต์ สุทธิพิศาล, 2555

จากภาพที่ 2.1 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีคำสำคัญ (Keyword) ของกระบวนการ คือ ต่อ ยอด เพิ่ม ค่า หา จุด ต่าง สร้าง สร้างสรรค์ และแบ่ง ปัน ชุมชน พบว่าจุดเริ่มต้นของกระบวนการ คือ การต่อยอด อันจะนำไปสู่การเพิ่มค่าและหาจุดต่างนั้น ผู้เขียนขอแสดงความคิดเห็นยกตัวอย่างเพื่ออธิบายเพิ่มเติม เช่น กรณีการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เน้นการนำเสนอวัฒนธรรม วิถีชีวิตคนในท้องถิ่น ในรูปแบบ One way เป็นการนำเสนอจากชุมชนหรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทางเดียวนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว เป็นเพียงผู้เฝ้ามองวิถีชีวิต-วัฒนธรรม ของผู้คนในสังคมหรือชุมชนเท่านั้น อย่างนี้ไม่ถือว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่หากในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนั้น นักท่องเที่ยวได้รับคุณค่าเพิ่ม ในเชิงประสบการณ์ที่ได้มาจากการท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นหรือชุมชนหนึ่ง ซึ่งเป็นประสบการณ์หรือคุณค่าที่เกิดจากการสร้างสรรค์ร่วมกัน (Co creation) ระหว่างผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมี “ส่วนร่วม” ในการเรียนรู้ ศึกษาวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น ตลอดจนมีปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชน การสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับ

การท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าว เรียกว่า “Creative Tourism” ที่สร้างความแตกต่างให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย และเป็นการต่อยอดจาก การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หรือการท่องเที่ยวทางจิตวิญญาณ โดยเพิ่มกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวและชุมชนได้แบ่งปัน และเรียนรู้ประสบการณ์ไปพร้อม ๆ กันนั่นเอง สอดคล้องกับแนวคิดของ Charles Landry (อ้างถึงในบริษัท อินฟอร์เมชัน โพรไวเดอร์ แอนด์ คอนซัลแตนท์, 2556, หน้า 1-6) ซึ่งกล่าวว่า การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสทำความรู้จักกับตัวเองมากขึ้นจากการได้เห็นสิ่งแปลกใหม่รอบตัว แต่การท่องเที่ยวในบางรูปแบบก็ได้ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสดังกล่าวมานักโดยเฉพาะการท่องเที่ยวแบบเร่งรีบทำให้นักท่องเที่ยวไม่มีเวลามากพอในการซึมซับหรือเรียนรู้ประเพณี วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของสถานที่ที่ไปเยือน อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นไม่จำเป็นต้องเป็นกิจกรรมที่ตื่นเต้น หรือหวือหวา โดยพบว่าการเฝ้ามองวิถีชีวิตประจำวันหรือกิจกรรมทั่วไปของชุมชนที่ไปเยือน เช่น การเข้าคิวขึ้นรถ การซื้ออาหาร การทักทาย พูดคุยกันของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ ก็ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ได้ และนักท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นผู้ท่องเที่ยวแบบสร้างสรรค์ ยังสามารถเข้าไปช่วยสร้างประสบการณ์ดี ๆ กับผู้คนในท้องถิ่นและมีโอกาสที่จะทดแทนสิ่งดี ๆ ให้กับถิ่นที่เยือนได้

จากความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดังกล่าวมาข้างต้นพบว่าการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีการเข้าไปเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้กล่าวถึงความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีปัจจัยพื้นฐานแตกต่างจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ขณะที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบเก่าจะขึ้นอยู่กับ การเห็น การรับรู้ การไตร่ตรอง เช่น เข้าชมพิพิธภัณฑ์ หอศิลป์ คอนเสิร์ต เป็นต้น ส่วนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นจะขึ้นอยู่กับ ประสบการณ์ การมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ ที่ไม่เพียงแต่สังเกตการณ์เพียงอย่างเดียว แต่ยังต้องทำกิจกรรม ณ แหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ด้วย

ความเป็นมาของแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) จัดเป็นกระบวนทัศน์ใหม่ของทิศทางการท่องเที่ยว และกระบวนในการพัฒนาการท่องเที่ยว โครงการต้นแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (DASTA, 2555, หน้า 1-16) ได้อธิบายถึงพัฒนาและความเป็นมาของกระบวนทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า คำว่า Creative tourism สร้างขึ้นโดยคริสปิน เรย์มอนด์ (Crispin Raymond) และเกร็ก ริชาร์ด (Greg Richards) ซึ่งเกิดมาจากแรงบันดาลใจที่ได้จากประสบการณ์ การท่องเที่ยวในเอเชีย คือ ประเทศไทย อินโดนีเซีย และออสเตรเลีย ในช่วงปี พ.ศ. 2542-2543 ของนักท่องเที่ยวผู้หนึ่งซึ่งเป็นลูกสาวของ (Crispin Raymond) เธอได้เขียนเล่าประสบการณ์อันน่าประทับใจของตนขณะที่มาท่องเที่ยว เมื่อเธอได้เข้าไปเรียนการนวด

แผนที่จังหวัดเชียงใหม่หลายสัปดาห์ก่อนจะเข้าเรียนรู้การทำอาหารมังสวิรัตที่บาหลี่ อินโดนีเซีย แล้วไปอบรมช่วงสั้น ๆ เกี่ยวกับการเป็นผู้ดูแลฝูงแกะและปศุสัตว์ (Jillaroo) ในออสเตรเลีย

คริส핀 เรย์มอนด์ และเกร็ก ริชาร์ด (Crispin Raymand and Greg Richards) ร่วมกันกำหนดและอธิบายให้คำนิยามการท่องเที่ยวแนวใหม่นี้ว่า Creative tourism (การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์) ซึ่งหมายถึงการท่องเที่ยวที่มอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพ การสร้างสรรค์งานของตนเอง ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ ด้วยประสบการณ์จริง ที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่ เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว จากจุดเริ่มต้นนี้นับว่าเป็นบ่อเกิดของคำว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ต่อมาในปี พ.ศ. 2544 (ค.ศ. 2001) องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) มีความตกลงว่าด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรม (The UNESCO Universal Declaration of Culture Diversity) เพื่อยอมรับให้มีการกำหนดมาตรฐานนานาชาติเพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการพิทักษ์รักษาและส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการสนทนาระหว่างวัฒนธรรม โดยในปีต่อมา UNESCO ได้ริเริ่มโครงการพันธมิตรระดับโลกเพื่อความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Global alliance for cultural Diversity) เพื่อให้การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรมได้เกิดขึ้นจริงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ปี พ.ศ. 2547 (ค.ศ. 2004) เพื่อดำเนินการสนับสนุนนโยบายส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมของโลก UNESCO จึงเสนอโครงการ “เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์” (The creative Cities Network) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ที่จะนำไปสู่รูปแบบใหม่ของความร่วมมือระดับนานาชาติในภาคประชาชน เอกชน สาธารณะและประชาคม เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO มีทั้งหมด 7 กลุ่ม ประกอบด้วย วรรณกรรม (Literature) งานหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Crafts and folk art) งานออกแบบ (Design) ดนตรี (Music) อาหาร (Gastronomy) ภาพยนตร์ (Cinema) และสื่อศิลปะ (Media arts) เมืองหนึ่งเมืองใดที่จะเข้าร่วมเป็นเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) ภายใต้การประกาศรับรองโดย UNESCO จะต้องเลือกเสนอตนเองได้เพียงประเภทเดียวเท่านั้น โครงการเมืองสร้างสรรค์นี้นอกจากจะมีเป้าหมายที่จะสนับสนุนความร่วมมือเพื่อการพัฒนาในระดับนานาชาติและเพื่อตั้งหลักตอบรับกับผลกระทบในระดับโลกโดยความพยายามที่จะเชื่อมโยงเมืองต่าง ๆ เข้าด้วยกันแล้ว ยังได้กล่าวถึงความเป็นไปได้ในการสร้างการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (Creating New Tourism Opportunities) ที่นักท่องเที่ยวจะสามารถรับและเข้าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมเมืองนั้น ๆ ทั้งวัฒนธรรมในลักษณะที่จับต้องได้และที่เป็นนามธรรม (Tangible and Intangible Cultural) โดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเอง ทั้งโครงการเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวแนวใหม่ของ UNESCO จึงเน้นความผูกพัน (Engaged) ความจริงแท้ผ่านประสบการณ์ (Authentic Experience) ซึ่งเป็นการส่งเสริมกิจกรรมที่

จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ในลักษณะทางวัฒนธรรมของเมืองที่ไปเยือน (Active understanding of the specific cultural features of a place)

ภายหลังจากการนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับ Creative Tourism ขึ้นเป็นครั้งแรกโดย คริสปิน เรย์มอนด์ และเกร็ก ริชาร์ด (Crispin Raymond and Greg Richards) ในปี พ.ศ. 2543 และโครงการ เมืองสร้างสรรค์ (Creative Cities) ของ UNESCO ในปี พ.ศ.2547 ได้นำไปสู่การจัดประชุมนานาชาติ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นครั้งแรกระหว่างวันที่ 28 กันยายน ถึง 2 ตุลาคม พ.ศ. 2551 ณ เมืองซานตาเฟ ประเทศสหรัฐอเมริกา (Santa Fe International Conference on Creative Tourism) โดยเชื่อมั่นว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเป็นสะพานเชื่อมโยงคุณสมบัติทางวัฒนธรรม ของเมืองสร้างสรรค์ทั้ง 7 ประเภทเข้าด้วยกัน เมืองซานตาเฟ เป็นเมืองแรกของประเทศสหรัฐอเมริกา ที่ได้รับการประกาศให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านงานหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Crafts and Folk Art) ในการประชุมครั้งนั้นประกอบด้วยผู้แทนจากสมาชิกของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO คือ เมือง อัสวาน ประเทศอียิปต์ (Folk Art) เมืองโบโลญญา ประเทศอิตาลี (Music) กรุงเบอร์ลิน ประเทศเยอรมนี (Design) กรุงบัวโนสไอเรส ประเทศอาร์เจนตินา (Design) เมืองมอลทรีฮอล ประเทศแคนาดา (Design) เมืองโปปายัน ประเทศโคลอมเบีย (Gastronomy) และเมืองเซวิญา ประเทศสเปน (Music) ร่วมกับตัวแทนจากไนจีเรีย บาฮามาส สเปน จีน ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เม็กซิโก แคนาดา ปากีสถาน รัสเซีย สกอตแลนด์ ออสเตรเลีย ฝรั่งเศส อียิปต์ เยอรมนี อิตาลี และ สหรัฐอเมริกา หลังจากการจัดประชุมนานาชาติครั้งแรกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้มีการ จัดประชุมอีกสองครั้งในระหว่างวันที่ 9-10 ธันวาคม พ.ศ.2553 ณ เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน (Creative tourism Network) และวันที่ 20 ตุลาคม พ.ศ. 2554 ณ St.Denis กรุงปารีส ประเทศ ฝรั่งเศส (Tourism: New Needs, New Opportunities) ผลจากการประชุมการประชุมนานาชาติ ทำให้กระบวนการเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ก่อตัวเป็นรูปร่างที่ชัดเจนขึ้น คุณสมบัติ ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

1. ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน (Each engaging the other)
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (Cross-cultural engagement/Cultural experience)
3. มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว (spirit of place/deep meaning/understanding of the specific cultural of the place)
4. ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (Hands-on experience)
5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ส่งผ่าน-ส่งต่อประสบการณ์ (Exchange information/ transformation and transformation experiences)
6. เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม (More participate than observe)

7. นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Co-creating tourism experience)

8. ความจริงแท้ทั้งในกระบวนการผลิต และผลิตภัณฑ์, ประสบการณ์จริง (Authentic both process and product/genuine experience)

9. จดจำประทับใจ เข้าใจ (Memorable/hear and forget, I see and remember, I do and I understand.)

10. การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง (Trailer-made-approach)

ภูริวัจน์ เดชอุ่ม (2556, หน้า 334-340) กล่าวถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่ามีสาเหตุมาจากปัจจัยหลักที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. กระแสโลกาภิวัตน์และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ โลกาภิวัตน์ (Globalization) หรือโลกไร้พรมแดน (Borderless world) เป็นกระแสหลักของโลกในยุคปัจจุบันซึ่งเกิดจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นสำคัญ ส่งผลให้เกิดความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการเมืองผ่านการเผยแพร่องค์ความรู้ต่างๆ สังคมโลกจึงมีลักษณะเป็น “สังคมฐานความรู้” (Knowledge-based society) ซึ่งผู้คนสามารถเข้าถึงแหล่งสารสนเทศต่างๆ ได้ง่ายและมีข้อมูลประกอบการพิจารณาตัดสินใจเป็นจำนวนมาก ผู้บริโภคปัจจุบันจึงมีความต้องการที่หลากหลายและซับซ้อน โดยเฉพาะสินค้าและบริการที่บ่งบอกถึงตัวตนและความสามารถที่ตอบสนองความต้องการทางจิตใจมากขึ้น ผลจากการประชุมขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (PATA) ในปี พ.ศ. 2549 ระบุว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหลักในการหาข้อมูลและตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ประกอบกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลจึงเกิดการลอกเลียนแบบได้ง่ายและทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวแข่งขันกันอย่างรุนแรง ซึ่งนำไปสู่การถดถอยของราคาและคุณภาพ สถานการณ์และพฤติกรรมผู้บริโภคดังกล่าวนี้เป็นตัวแปรหลักที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนผ่านจากสังคมฐานความรู้ไปสู่ “สังคมความคิดสร้างสรรค์” (Creative society) กล่าวคือ ผู้บริโภคมีแนวโน้มความต้องการตอบสนองที่มีลักษณะเฉพาะตัว (Search for meaning) รวมถึงความคาดหวังที่จะได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากมุมมองหรือวิถีคิดใหม่ ๆ มากยิ่งขึ้น ฉะนั้นนักท่องเที่ยวยุคใหม่จึงมีพฤติกรรมผู้บริโภคที่เน้นองค์ประกอบเชิงอารมณ์ในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น นอกเหนือจากองค์ประกอบทางกายภาพหรือคุณสมบัติทั่วไปที่พึงจะได้รับสังคมความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวผลักดันให้เกิดระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่เรียกว่า “เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์” (Creative economy) หรือ “เศรษฐกิจประสบการณ์” (Experience economy) ซึ่งมีสาระสำคัญคือการบูรณาการวัฒนธรรมเข้ากับธุรกิจหรือการแปลงวัฒนธรรมเพื่อประโยชน์ทางการค้า (Cultural commodification) โดยผลผลิตที่ได้คือผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม (Cultural products) ซึ่งมีต้นทุนต่ำ แต่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้เช่นเดียวกับสินค้าและ

บริการอื่น ๆ ดังจะเห็นได้จากกรณีความสำเร็จของประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้ที่ส่งเสริมวัฒนธรรมเกาหลีด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดจนก่อให้เกิดการแพร่หลายของวัฒนธรรมเกาหลี (Korea wave หรือ K-pop) ไปทั่วโลก การท่องเที่ยวถือเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ผลการวิเคราะห์ปัจจัยขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในระดับโลก เป็นที่ประจักษ์ชัดว่าการขยายตัวของการท่องเที่ยวทั่วโลกเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมได้มากยิ่งขึ้น และส่งผลให้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ในทางกลับกันการพัฒนาการท่องเที่ยวก็สามารถนำแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์มาประยุกต์เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มที่ก่อให้เกิดคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจในระยะยาวได้ ดังนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกับระบบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์จึงถือเป็นจุดเริ่มต้นของแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั่นเอง

2. ความคิดเชิงสร้างสรรค์กับการกำหนดนโยบายสาธารณะ ความคิดเชิงสร้างสรรค์เป็นทางเลือกที่น่าสนใจไม่น้อยสำหรับการกำหนดนโยบายสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมืองและภูมิภาคทั้งในด้านการเติบโตเศรษฐกิจ สภาพสังคม และชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมให้มีเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ตราสินค้าระดับโลก ได้แก่ บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ (The creative person) ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ (The creative product) และสิ่งแวดล้อมเชิงสร้างสรรค์ (The Creative press/environment) โดยอาจจะปรากฏในรูปของฉากหลัง (Background) หรือบรรยากาศ (Atmosphere) ที่เสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวก็ได้ นอกจากนี้ความคิดสร้างสรรค์ (Creative content) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการตอบสนองความต้องการทางจิตใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้นการกำหนดนโยบายสาธารณะที่มีความคิดสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐจึงปรากฏอย่างแพร่หลายในปัจจุบันและมักจะเกี่ยวข้องกับการพัฒนา 3 ด้านที่สำคัญ คือ

2.1 พื้นที่เชิงสร้างสรรค์ (Creative space) หรืออีกนัยหนึ่ง คือ เมืองสร้างสรรค์ (Creative city) เป็นการนำความคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้ในการแก้ไขปัญหาของเมือง รวมถึงการออกแบบเมือง (Urban design) ให้มีบรรยากาศของสังคมแห่งการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ด้วยการจัดให้มีพื้นที่และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ นอกเหนือจากการเรียนในชั้นเรียน และเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่า ความคิดเชิงสร้างสรรค์ไม่จำเป็นต้องเรียนรู้จากการศึกษาแบบทางการได้อีกด้วย โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ผ่านการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบ เช่น ลานกิจกรรม การแสดงดนตรีสำหรับเยาวชน สถานที่ผลิตงานศิลปะ และงานประดิษฐ์ เป็นต้น รวมถึง การมีพื้นที่สำหรับกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับบุคคลทั่วไป เช่น การขึ้นชมงานศิลปะ การชมนิทรรศการหรือหอศิลป์ ศูนย์การเรียนรู้ในชุมชน เป็นต้น นอกจากนี้พื้นที่เชิงสร้างสรรค์ยังช่วยเสริมสร้างจุดสัมผัสที่ละเอียดอ่อนให้กับพื้นที่ทางวัฒนธรรม (Cultural area) เพื่อนำไปสู่เข้าใจและความรัก ความหวงแหนวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นๆ ในปี พ.ศ. 2547 องค์การ

การศึกษา วิทยาศาสตร์แห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้จัดโครงการ “เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์” (The creative cities network) โดยแบ่งประเภทเมืองสร้างสรรค์ออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ วรรณกรรม งานหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน งานออกแบบ ดนตรี อาหาร ภาพยนตร์ และสื่อศิลปะ การสร้างเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกจะมีเป้าหมายในการพัฒนาทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของกลุ่มเมืองที่เชื่อมโยงกันทั่วโลก โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองสร้างสรรค์ด้วยการผลักดันให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ควบคู่กันเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจ คุณค่าวัฒนธรรมของเมืองที่ไปเยือนอย่างลึกซึ้ง

2.2 กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative spectates) เป็นการนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่าง “เวลา” (Time) และ “พื้นที่” (Space) ในรูปของงานเทศกาล (Festival) พิธีกรรม (Rite) และกิจกรรมพิเศษ (Special event) ต่าง ๆ การจัดเทศกาลบนพื้นที่สาธารณะของเมืองเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างชีวิตชีวาให้กับเมืองโดยในมุมมองของนักออกแบบชุมชนเมืองและภูมิสถาปนิกมักจะไม่ได้มองแค่การพัฒนาเชิงกายภาพ แต่ยังมองไปถึงการพัฒนาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของมนุษย์ด้วย ดังนั้น เมืองขนาดใหญ่ที่มีการบริหารจัดการที่ดีหรือเมืองน่าอยู่จึงมักจะจัดงานเทศกาลหลากหลายรูปแบบในพื้นที่สาธารณะของเมือง เช่น สวนสาธารณะ ลานคนเมือง เป็นต้น การสร้างภูมิทัศน์วัฒนธรรมด้วยการจัดงานเทศกาลจึงเริ่มมีบทบาทมากขึ้น ไม่เพียงแต่เป็นส่วนที่เสริมสร้างคุณภาพชีวิตในระดับที่ดีกว่ามาตรฐานแล้ว ยังเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีสู่อารยะประเทศในด้านความน่าเชื่อถือด้านการลงทุน การท่องเที่ยว ละครยกระดับดัชนีชี้วัดการเติบโตทางด้านสังคมและเศรษฐกิจในทางอ้อมดังจะเห็นได้จากการเสนอขอเป็นเจ้าภาพจัดงานระดับนานาชาติเป็นเรื่องสำคัญในอันดับต้น ๆ ที่มักจะได้รับการกำหนดเป็นนโยบายการพัฒนาภาพลักษณ์ของเมืองนั้น ๆ นอกจากนี้การจัดงานเทศกาลยังเป็นกลไกในการผลักดันให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่มีส่วนร่วมในการรักษาและฟื้นฟูภาพทางวัฒนธรรมของเมืองเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ให้แก่ผู้มาเยือนโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวตลาดกลุ่มเฉพาะ (Niche market) ที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจงานเทศกาลศิลปะ เทศกาลดนตรี เป็นต้น

2.3 กลุ่มผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ (Creative cluster) หรืออุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative industry) เป็นหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนระบบ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมการพัฒนาระบบการผลิตที่ก่อให้เกิดนวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ในแต่ละสาขา ปัจจุบันยังไม่มีกรอบประเภทธุรกิจที่จัดในอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์อย่างชัดเจน แต่หากพิจารณาภาพรวมของการแบ่งประเภทตามแนวคิดที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติแล้ว จะประกอบไปด้วยธุรกิจที่จัดอยู่ในอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์อย่างชัดเจน ประกอบด้วยธุรกิจทางการออกแบบ งานสถาปัตยกรรม งานศิลปหัตถกรรม ดนตรี ศิลปะการแสดง งานโฆษณา สื่อและสิ่งพิมพ์ แฟชั่น และเครื่องนุ่งห่ม ตลอดจนแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม ในบางกรณีอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์จะ

ครอบคลุมถึงธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งมีบทบาทในการสนับสนุนและเชื่อมโยงอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์สาขาอื่น ๆ ในแง่ของการเข้าถึงผู้บริโภค ในทางกลับกัน ธุรกิจหรือผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์สามารถมีส่วนสนับสนุนการท่องเที่ยวในฐานะผู้จัดส่งปัจจัยการผลิตและผู้สร้างสรรค์บรรยากาศ (Atmosphere) ที่เป็นแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourists) และบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative people) ได้ ความท้าทายของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ (High aesthetic) และสามารถสื่อเนื้อหาสาระในเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic content) โดยใช้อัตลักษณ์และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้นได้อย่างกลมกลืน รวมถึงการประกอบธุรกิจที่สร้างผลกระทบเชิงบวกให้แก่สังคมหรือชุมชนในท้องถิ่นด้วย

การใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ผ่านการกำหนดนโยบายสาธารณะในสามประเด็นข้างต้น ก่อให้เกิดปรากฏการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้โดยปริยาย เนื่องจากมีแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยือนและได้รับประสบการณ์อย่างมีส่วนร่วมมากกว่ารูปแบบการท่องเที่ยวในอดีต นอกจากนี้การท่องเที่ยวยุคใหม่ยังได้เปลี่ยนบทบาทไปสู่การเป็นพื้นที่สร้างสรรค์ (Creative arena) ที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวและการแสดงออกเชิงสร้างสรรค์ของคนในท้องถิ่นที่เป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวอีกด้วย

3. การเปลี่ยนแปลงชั้นทางสังคมกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ในทางสังคมวิทยาระดับชั้นทางสังคม (Social class) บ่งชี้ให้เห็นความแตกต่างของพฤติกรรมการบริโภค การศึกษาในประเด็นชั้นทางสังคมในปัจจุบันมีหลากหลายแนวคิด แนวคิดหนึ่งที่มีความน่าสนใจและเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านอุปสงค์ คือแนวคิดชนชั้นสร้างสรรค์ (Creative class) กลุ่มบุคคลนี้ทำงานในสาขาวิชาชีพที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creative oriented occupation) โดยจะต้องประยุกต์ความรู้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ตัดสินใจและสื่อสารโต้ตอบภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างดี ในประเทศสหรัฐอเมริกา กลุ่มคนที่ทำงานลักษณะนี้มีถึงร้อยละ 30 ของจำนวนแรงงานทั้งหมด และมีแนวโน้มเติบโตขึ้นเป็นร้อยละ 50 ในอีก 10 ปีข้างหน้า แม้ว่าเศรษฐกิจจะถดถอยหรือเข้าสู่ภาวะวิกฤตก็ตาม ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะงานที่มีความอ่อนไหวน้อยกว่างานที่มีลักษณะเป็นกิจวัตร (Routine-oriented job) ข้อสังเกตที่สำคัญประการหนึ่ง คือลักษณะของแรงงานที่ใช้ความคิด เชิงสร้างสรรค์มีลักษณะสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ 1) ทักษะการวิเคราะห์ขั้นสูง เช่น แพทย์ วิศวกรชีวภาพ เป็นต้น และ 2) ทักษะความฉลาดทางสังคม เช่น นักจิตเวช ผู้ให้บริการ นักบริหารจัดการ เป็นต้น ลักษณะของทักษะทั้งสองประการบ่งชี้ให้เห็นถึงภูมิหลังทางการศึกษาของผู้คนในยุคปัจจุบันที่ปรับตัวไปสู่ระดับที่สูงขึ้น ส่งผลให้รายได้ กำลังซื้อ และการเลื่อนระดับชั้นทางสังคมปรับตัวดีขึ้นในทิศทางเดียวกัน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงไปสู่ความเป็นเมือง (Urbanization) ที่เพิ่มมากขึ้น ชนชั้นกลางเหล่านี้มีลักษณะโดยทั่วไปคือ มีความต้องการความหลากหลายและซับซ้อน มีความละเอียดอ่อนในการบริโภคเนื่องจากต้องการชีวิตและ

ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยให้ความสำคัญกับประสบการณ์ นอกจากนี้ยังมักจะตัดสินใจเลือกใช้สินค้าและบริการโดยใช้อารมณ์ควบคู่กับเหตุผล กล่าวคือ มีการประเมินคุณสมบัติ ความจำเป็น ความคุ้มค่า ในขณะเดียวกันก็มีความต้องการด้านรสนิยมที่สอดแทรกในสินค้าและบริการด้วย ดังนั้นเพื่อให้เกิดความกระจ่างชัดในการระบุคุณลักษณะที่สำคัญต่อไป จึงอาจจะเรียกนักท่องเที่ยวที่เป็นชนชั้นกลางหรือชนชั้นสร้างสรรค์ในที่นี่ว่า “นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” (Creative tourists) ซึ่งมีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Tradition cultural tourists) ที่มักต้องการเพียงแค่การเที่ยวชมปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมอย่างผิวเผิน ๆ เท่านั้น

โดยสรุปการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกิดขึ้นจากปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลทางตรงและทางอ้อม ประเด็นพิจารณาที่สำคัญ คือ การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างถ่วงน้ำหนักหาโอกาสและตีกรอบแนวคิดในการพัฒนาที่มีความเหมาะสมโดยพิจารณาเชื่อมโยงกับศักยภาพ จุดแข็ง และทุนทางสังคม และวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม ดังนั้นรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ ยกตัวอย่างเช่น ประเทศนิวซีแลนด์มีความเชี่ยวชาญในด้านศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านและชนเผ่าเมารี การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศนิวซีแลนด์จึงเน้นการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (workshop) โดยมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมเป็นกลุ่มเล็กๆ กลุ่มละประมาณ 12 คน ในขณะที่เขตการปกครองพิเศษฮ่องกงและประเทศสิงคโปร์ซึ่งมีเนื้อที่ขนาดเล็ก และมีทรัพยากรไม่หลากหลายมากนัก จะเน้นการพัฒนาเมืองควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตสำหรับคนในประเทศและดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงในทางอ้อม เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ภาครัฐในฐานะผู้กำหนด นโยบายและชุมชนในฐานะเจ้าของวัฒนธรรมท้องถิ่นจะต้องทำความเข้าใจแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งในมิติการผลิต (Production) และมิติการบริโภค (Consumption) ควบคู่กัน รวมถึงรู้จักการใช้ประโยชน์จากกระแสโลกาภิวัตน์ในมุมกลับเพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพ

รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

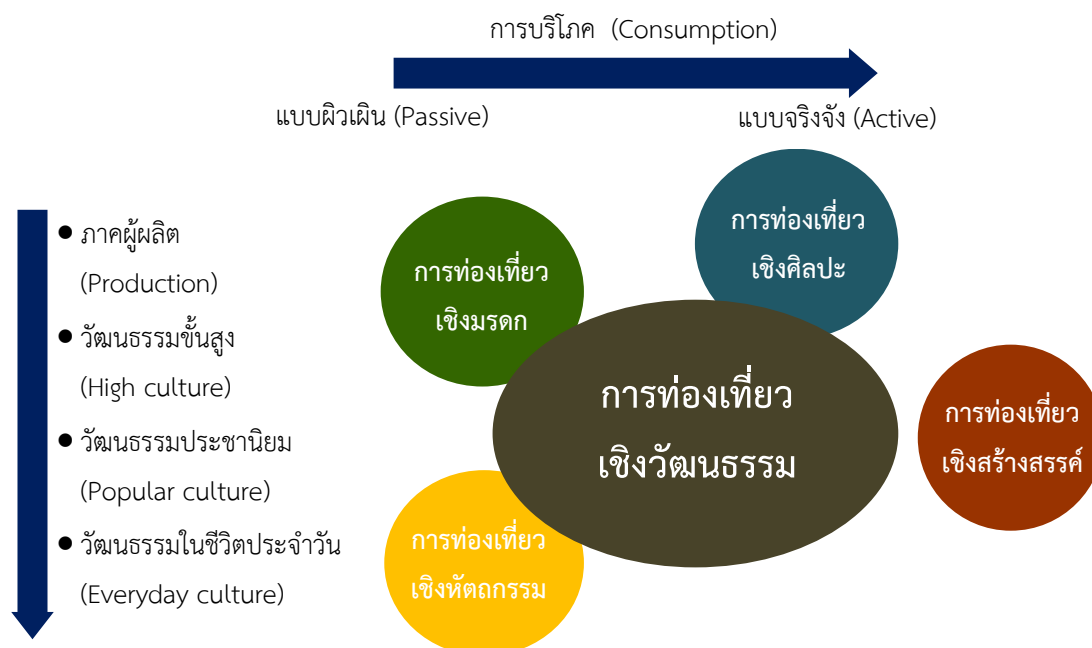
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ถูกนำมาใช้มากขึ้นเป็นส่วนขยายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของสถานที่ผ่านประสบการณ์ตรงและการมีส่วนร่วมกับผู้คนเจ้าของวัฒนธรรม อีกทั้งเป็นรูปแบบที่จะสร้างให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้มาเยือนและผู้ถูกเยือน ระหว่างแขกและเจ้าบ้าน ที่สามารถซึมซับความคิด อารมณ์ ความรู้สึก และมีปฏิสัมพันธ์กับสถานที่ วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของชุมชนพื้นที่ได้ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเสมือนว่าเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่นั้น ๆ และจัดเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ที่พัฒนาต่อยอดจากการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทำให้เจ้าของพื้นที่ท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในการค้นหาและนำเสนอทรัพยากรสินหรือทรัพยากรทางวัฒนธรรมบนฐานทรัพยากรที่แท้จริงให้มีความน่าสนใจต่อนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนโดยการเชื่อมโยงสู่วัฒนธรรมหรือเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ และเปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนเข้าไปมีส่วนร่วมและสัมผัสวัฒนธรรมหรือหรือเอกลักษณ์ของสถานที่หรือชุมชนที่ไปเยือนที่สามารถจะตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวได้ทั้งตัว ด้วยจิตใจ หัวใจ และจิตวิญญาณ โดยตรง และแม้เมื่อเดินทางกลับไปแล้วยังนำประสบการณ์และความประทับใจติดตัวกลับไปด้วย เกร็ก ริชาร์ด (Greg Richards, 2009) กล่าวว่า รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการปรับเปลี่ยนไปจากการท่องเที่ยวแบบเดิมที่นานวันเข้ายิ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพต่ำลงเนื่องจากการท่องเที่ยวที่มวลชนใช้เวลาในการเข้าไปชมและถ่ายภาพตามสถานที่ที่น่าสนใจและมีความสำคัญในทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นหาดทราย มรดกทางวัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์อนุสรณ์สถาน แต่นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่มีความปรารถนาที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ตนเองเดินทางไปเที่ยว เกร็ก ริชาร์ด (Greg Richards, 2009) อธิบายลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมิติของการผลิตและการบริโภค โดยชี้ให้เห็นว่า ในมิติการผลิตนั้นมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงไปสู่การนำเสนอสถานที่หาชมได้ยาก ยังไม่ค่อยมีผู้ใดได้มีโอกาสไปเยี่ยมชม (Unseen destination) และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมชีวิตประจำวัน (Everyday life culture) ของผู้คนในท้องถิ่นมากขึ้น ซึ่งแตกต่างจากการผลิตในลักษณะเดิมที่เน้นการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวที่ “จำต้องไปชม” และมักมีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมชั้นสูง (High culture) เช่น พระราชวัง พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ โบราณสถาน อาคารแสดงผลงานศิลปะ ประติมากรรมอนุสาวรีย์ เป็นต้น แต่นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่มีความปรารถนาที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ตนเองไปเที่ยว หรือในอัตลักษณ์ของพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ในภาพรวมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีความสนใจเลื่อนไปจากเดิมคือจากวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural resources) ไปสู่ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม (Intangible Culture resources) การเลื่อนไหลของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวจากแบบเดิมไปสู่แบบใหม่ ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 แสดงการเลื่อนไหลของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวจากแบบเดิมสู่แบบใหม่ จากวัฒนธรรมชั้นสูงไปสู่การสัมผัสวัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน
ที่มา : Greg Richards, 2009.

การเปลี่ยนผ่านจากการท่องเที่ยววัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในภาคผู้ผลิต (Production) และผู้บริโภค (Consumption) ดังแสดงในภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 การเปลี่ยนผ่านจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ที่มา : Greg Richards, 2009.

จากภาพที่ 2.3 เกร็ก ริชาร์ด (Greg Richard) ได้ชี้ให้เห็นถึงรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ได้ปรับเปลี่ยนจากการท่องเที่ยวแบบเดิมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมิติของภาคการผลิต (Production) และภาคการบริโภค (Consumption) ดังนี้

1. ภาคการผลิต (Production) จากเดิมการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเน้นวัฒนธรรมชั้นสูง (High culture) อาทิ ปราสาท ราชวัง หอศิลป์ พิพิธภัณฑ์ และอนุสรณ์สถาน เป็นต้น มาสู่สถานที่ท่องเที่ยวที่หายากและยังไม่มีใครเคยพบเห็นหรือขึ้นชมนานัก (Unseen destination) ตลอดจนสถานที่ที่ผู้คนท้องถิ่นใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งรวมถึงร้านอาหารพื้นถิ่น ตลาด บ้านเรือน และวิถีชีวิตชุมชนในพื้นที่ ทั้งนี้เป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมวิถีชีวิตสามัญ (Everyday culture) ของคนในพื้นที่มากขึ้น

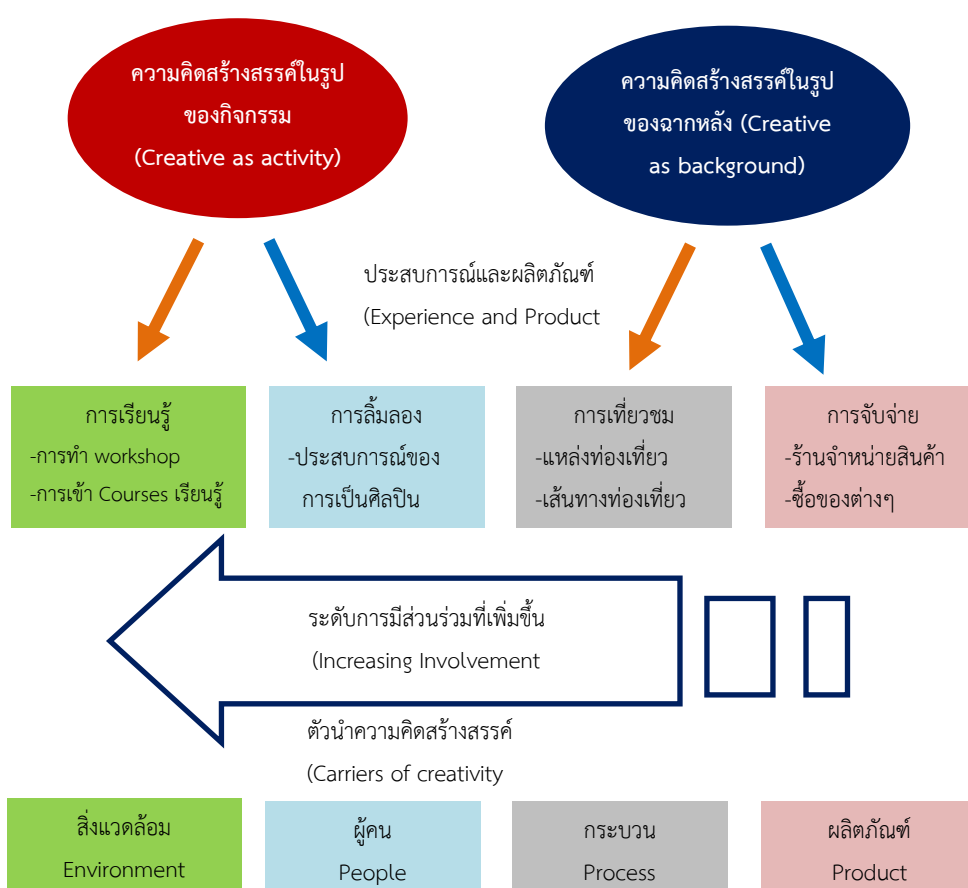
2. ภาคการบริโภค (Consumption) ความสนใจของนักท่องเที่ยวที่เคยสนใจการเยี่ยมชมสิ่งก่อสร้างมรดกทางวัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์ อนุสรณ์สถาน หาดทรายหรือภูเขา หันไปให้ความสนใจกับภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ วิถีชีวิต บรรยายภาค เรื่องเล่า การสร้างสรรค์และสื่อ ความสนใจเดิมที่เคยให้คุณค่ากับวัฒนธรรมชั้นสูง (High culture) ลดน้อยลง ขณะที่ความสนใจกับวิถีชีวิตสามัญ (Everyday culture) เพิ่มขึ้น และยังต้องการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ที่ตนไปเยี่ยมชม (Active consumption) มากกว่าที่จะเป็นเพียงนักสังเกตการณ์ซึ่งขาดการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ (Passive Consumption)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบใหม่ที่ต้องอาศัยวัฒนธรรมเป็นฐาน (Culture-based-tourism) และใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวนำ (Creativity-led Tourism) ซึ่งชี้ให้เห็นความแตกต่างของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional Cultural Tourism) อย่างชัดเจน การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถือเป็นการขยายขอบเขตและระดับความเข้มข้นของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ภุริวัจน์ เดชอุ่ม, 2556, หน้า 343) แบ่งขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ออกเป็น 2 แนวทาง ได้แก่

1. ขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแนวกว้าง ขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแนวกว้างชี้ให้เห็นถึงความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหรือเรียกว่า “คุณสมบัติเชิงพื้นที่” กล่าวคือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมจะเน้นการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Tourism Resources) เป็นหลักในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะให้ความสำคัญกับทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้หรือเป็นนามธรรม (Intangible Tourism Resources) เช่น แหล่งวัฒนธรรมมีชีวิต (Living Culture) วัฒนธรรมชีวิต รวมถึงกิจกรรมทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม หรือสร้างสรรค์ขึ้นใหม่โดยใช้แหล่งท่องเที่ยวเป็น “ฉากวัฒนธรรม” (Cultural Scene) เช่น การจัดเทศกาลศิลปะในย่านเมืองเก่าหรือชุมชนเก่า การจัดแสดง แสงสีเสียงใน

แหล่งโบราณสถานเพื่อบอกเล่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในท้องถิ่นเป็นต้น นอกจากนี้ยังชี้ให้เห็นถึงการปรับตัวของชุมชนที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรมท้องถิ่นในการนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะ (Characteristic Experiences) โดยคำนึงถึงความเชื่อมโยงกับภูมิสังคมและคุณค่าทางวัฒนธรรมทั้งนี้ การใช้ความคิดสร้างสรรค์อาจจะปรากฏในลักษณะผสมผสานความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) สินทรัพย์ทางกายภาพ (Physical Assets) ทุนทางสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural Capital) ตลอดจนบรรยากาศ (Atmosphere) ให้เข้ากันอย่างกลมกลืนเพื่อสร้างแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยือนและได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่

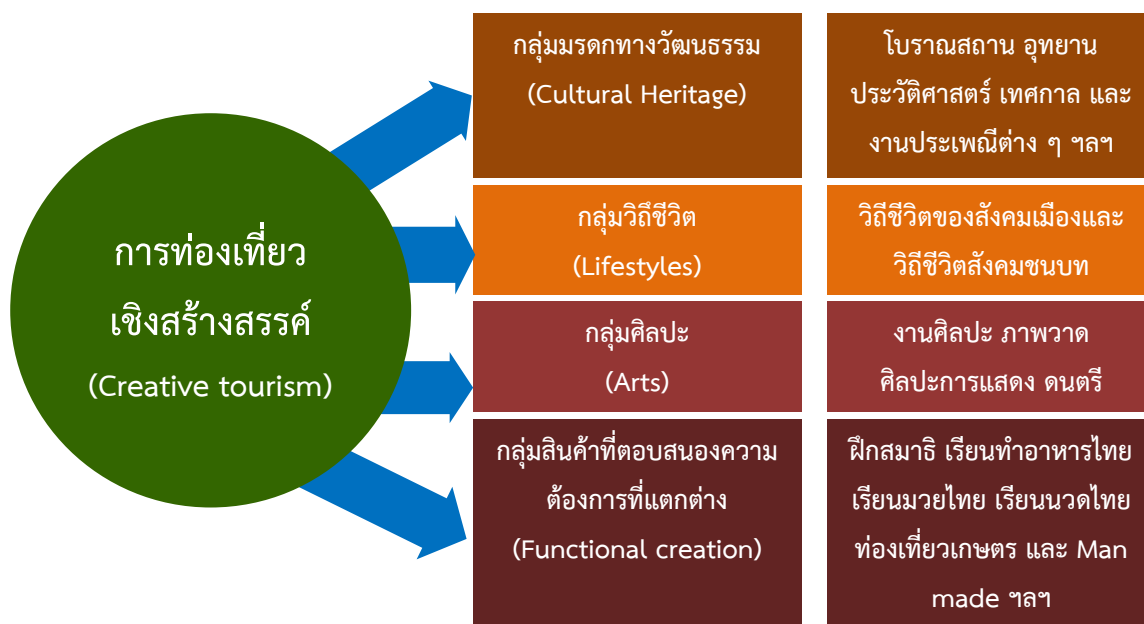
รูปแบบของประสบการณ์ที่จะนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่จะเข้าร่วมนับตั้งแต่การซื้อผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ในพื้นที่ไปจนถึงการเข้าชม-ชิม หรือเรียนรู้ทักษะบางด้านในพื้นที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังแสดงในรูปภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 แสดงรูปแบบประสบการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ที่มา : Greg Richards, 2011.

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อาจจะเริ่มจากกิจกรรมธรรมดาโดยทั่วไป เช่น การเฝ้ามองผู้คนในท้องถิ่นทำงาน การเข้าคิวขึ้นรถโดยสาร การยืนอยู่ด้านนอกอาคารเพื่อสูบบุหรี่ การซื้อเครื่องดื่ม แชนวิช การพูดสนทนาพูดคุยกันริมบาทวิถี ไปจนถึงการเข้าคอร์สเรียนรู้กิจกรรมต่าง ๆ ในพื้นที่ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องคำนึงถึงภาคอุปสงค์และภาคอุปทานไปพร้อมกัน นั่นคือต้องให้ความสำคัญกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ตนเองไปเยือนมากขึ้น ต้องหาวิธีนำเสนอและสร้างโอกาสให้ผู้มาเยือนได้เข้าไปมีส่วนร่วมและสัมผัสกับวัฒนธรรมของสถานที่หรือชุมชนที่ไปเยือนโดยตรง ขณะเดียวกันต้องให้การสนับสนุนชุมชนเพื่อรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของตนเอง พร้อมทั้งสรรหาวิธีการในการนำเสนอเอกลักษณ์ของชุมชนให้มีความน่าสนใจต่อนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน โดยการเชื่อมโยงสู่วัฒนธรรมหรืออัตลักษณ์ของชุมชนนั้นๆ เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว ไม่ใช่เพียงการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวให้ผู้มาเยือนเพียงแค่อ่านชมแล้วจากไป นับเป็นการช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวนั้นอย่างยั่งยืนอีกด้วย สินค้าและบริการในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีลักษณะพิเศษคือเอกลักษณ์ความเป็นไทย (Thainess) ที่สะท้อนความเป็นไทยในทุกสินค้าและบริการ ทั้งนี้สามารถแบ่งประเภทสินค้าและบริการในธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ได้เป็น 4 กลุ่ม



ภาพที่ 2.5 แสดงประเภทสินค้าและบริการในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ที่มา : บริษัทอิมพอร์ตเมชั่น โพรไวเดอร์ แอนด์ คอลลัสมันท์ จำกัด, 2556, หน้า 1-11

สินค้าและบริการในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 4 ประเภท มีองค์ประกอบ และรายละเอียดในแต่ละประเภท ดังนี้ (บริษัทอิมพอร์ตเมชั่น โพรไวเดอร์ แอนด์ คอลแล็บอเรชั่น จำกัด, 2556, หน้า 1-12)

1. กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural heritage) กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความเกี่ยวเนื่องกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ และสภาพสังคมสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ

1.1 กลุ่มแสดงออกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional cultural expression) เช่น พิธีกรรม ความเชื่อ เทศกาล และงานประเพณีต่างๆ เป็นต้น

1.2 กลุ่มที่ตั้งทางวัฒนธรรม (Cultural sites) เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ และพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น

2. กลุ่มวิถีชีวิต (Life styles) กลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ การดำรงชีวิตหรือวิถีการประกอบอาชีพของคนท้องถิ่นหรือชาวพื้นเมือง หรือวิถีชีวิตเฉพาะกลุ่มของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ

2.1 วิถีชีวิตของสังคมเมือง เช่น ย่านการค้าโบราณ ย่านสำเพ็ง ย่านเยาวราช ย่านบางลำพู ย่านเมืองเก่าเก่า และย่านเมืองเก่าแปดริ้ว เป็นต้น

2.2 วิถีชีวิตสังคมชนบท เช่น หมู่บ้านช้างตากกลาง อ.ท่าตูม จ.สุรินทร์ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จ.ราชบุรี ตลาดน้ำอัมพวา จ.สมุทรสงคราม การเลี้ยงนกเขา อ.จะนะ จ.สงขลา การทำนา การทอผ้า และการทำเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

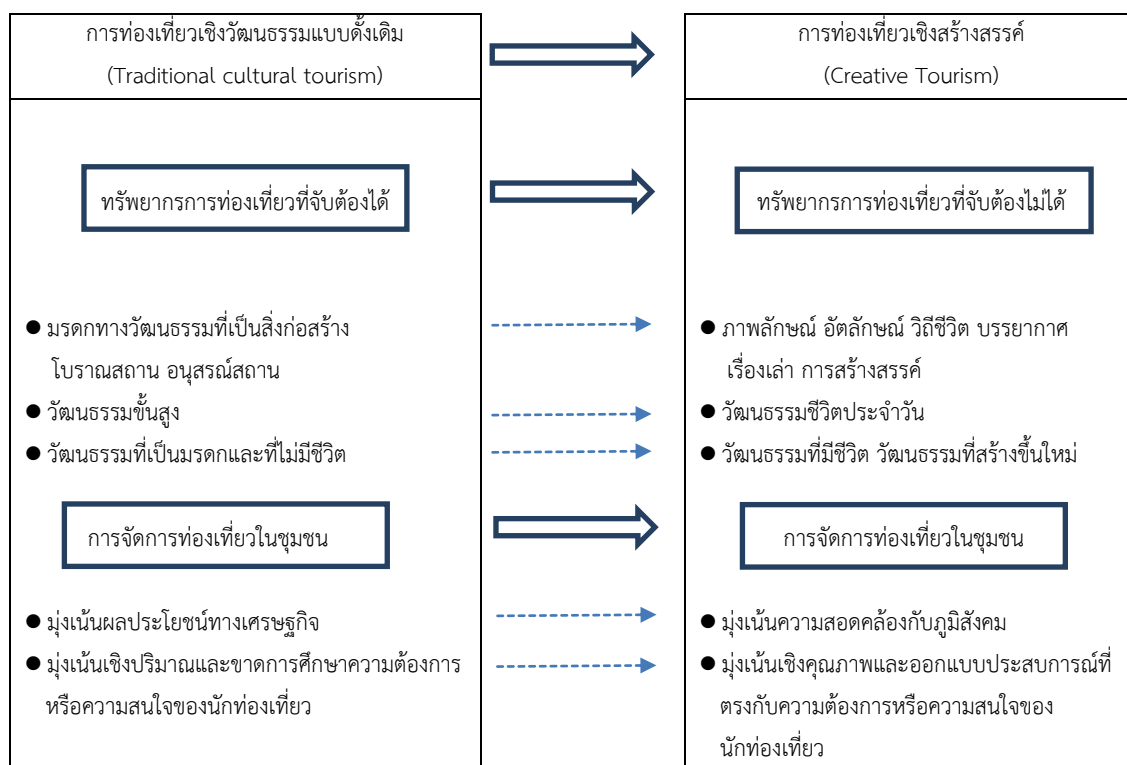
3. กลุ่มศิลปะ (Arts) กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลปวัฒนธรรมสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ

3.1 งานศิลปะ (Visual Arts) เช่น การวาดภาพ รูปปั้น และวัตถุโบราณ เป็นต้น

3.2 ศิลปะการแสดง (Performing Arts) เช่น การแสดงดนตรีพื้นบ้าน การแสดงนาฏศิลป์ การแสดงละคร เป็นต้น

4. กลุ่มสินค้าที่ตอบสนองความต้องการที่แตกต่าง (Functional creation) กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างสรรค์สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการแตกต่างกัน เน้นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ จากประสบการณ์โดยมีการจัดการไว้ล่วงหน้า มีครูผู้สอนที่ชำนาญ และมีการฝึกปฏิบัติ (Workshop) เช่น การฝึกสมาธิ การเรียนทำอาหาร การเรียนมวยไทย และการเรียนนวดแผนไทย เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (man made) เป็นการจำลองแหล่งท่องเที่ยวขึ้นมาใหม่ โดยการสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวผนวกกับทุนทางวัฒนธรรมหรืออัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

5. ขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเชิงลึก ให้ความสำคัญกับความเข้มข้นของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับผ่าน “คุณสมบัติเชิงกระบวนการ” ซึ่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาตนเอง ทั้งในแง่ “การรู้ตนเอง” (Self-realization) และการแสดงความเป็นตัวของตัวเอง (Self-expression) และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมโดยใช้กระบวนการจัดการการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Active form) แทนการเรียนรู้แบบเป็นผู้รับ (Passive form) เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจในพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งส่งผลดีในแง่ของการธำรงรักษาคุณค่าของชุมชน และนำไปสู่ความสมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นนั้น ๆ ด้วย อย่างไรก็ตามความเข้มข้นของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับขึ้นอยู่กับระดับการมีส่วนร่วม (Involvement) หรือการปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวเป็นสำคัญ ได้แก่ สิ่งแวดล้อม ผู้คน กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมจะให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนบทบาทไปสู่การเป็นผู้ร่วมผลิต (Prosumer) หรือผู้ร่วมสร้างสรรค์ (Co-creator) อีกด้วย นอกจากนี้ ภูมิวิจน์ เดชอ้อม (2556, หน้า 344) ได้นำเสนอขอบเขตของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแนวทาง ดังแสดงในภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.6 แสดงขอบเขตการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแนวกว้าง
ที่มา : ภูมิวิจน์ เดชอุ่ม, 2556, หน้า 344

หัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การได้รับประสบการณ์จริง (Authentic experience) จากการเดินทางท่องเที่ยว โดยกระบวนการผลิตและการบริโภคเป็นส่วนสำคัญที่หล่อหลอมนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยว ประเด็นสำคัญที่ควรพิจารณา คือ ทำอย่างไรจึงจะส่งมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ภูมิวิจน์ เดชอุ่ม (2556, หน้า 349-358) ได้นำเสนอองค์ประกอบของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย ดังนี้

1. องค์ประกอบในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้บรรลุตามแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นักวางแผนและพัฒนาควรทราบองค์ประกอบย่อย ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปสู่การกำหนดวัตถุประสงค์และแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสม บ่อยครั้งที่องค์กรได้นำแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ไปใช้แต่ในทางปฏิบัติกลับพบว่าหลายองค์กรมีความคิดเห็นและกำหนดแนวทางการดำเนินงานที่ไม่สอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าว จึงส่งผลเสียไม่ทางใดทางหนึ่ง องค์ประกอบในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี 2 ด้านที่สำคัญ ดังนี้

1.1 นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourists) เป็นผู้ที่มีความหลากหลายมากที่สุด เนื่องจากเป็นผู้ได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวและแสดงพฤติกรรมการบริโภคในลักษณะต่าง ๆ ที่ผ่านมายังไม่ผลงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่ระบุคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้อย่างชัดเจน พบว่ามีเพียงการตั้งสมมุติฐานจากการวิเคราะห์คำนิยาม ความหมาย และการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งสามารถระบุคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยสรุป ดังนี้

1.1.1 มีความเต็มใจที่ก้าวออกมาจากวิถีแห่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม

1.1.2 ค้นหาทางเลือกใหม่

1.1.3 มองหาประสบการณ์จริงในวันหยุดพักผ่อนที่สร้างสัมพันธภาพ การมีส่วนร่วม การเรียนรู้ และการเปลี่ยนแปลงจากภายใน

1.1.4 ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาทักษะของตนเอง

1.1.5 คาดหวังประสบการณ์ที่เปิดโอกาสให้มีปฏิสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับชุมชนในท้องถิ่น

1.1.6 ใช้ประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง

จากคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในข้างต้น จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะมุ่งเน้นการได้รับประสบการณ์เนื่องจากมีความพร้อมในการเปิดรับความแปลกใหม่จากการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบกับการดำรงชีวิตท่ามกลางความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในปัจจุบัน ทำให้นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับวัฒนธรรมต่างถิ่นและวัฒนธรรมย่อย (Subculture) ของชุมชนในท้องถิ่นต่าง ๆ มากพอสมควร ดังนั้นนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นนักท่องเที่ยวที่การรับรู้หรือตระหนักรู้ที่เชื่อมโยงกับความเป็นตัวของตัวเอง สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีสัมพันธภาพกับผู้คนในท้องถิ่นอย่างแนบแน่น และแสดงบทบาทเป็นผู้มีส่วนร่วมสร้างประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญมากกว่า อย่างไรก็ตามสมาคมการศึกษาด้านการท่องเที่ยวและการพักผ่อน (Association for Tourism and Leisure Education : ATLAS) ได้ระบุข้อค้นพบว่ามีนักท่องเที่ยวเพียง ร้อยละ 5 เท่านั้นที่มีมุมมองต่อการใช้ชีวิตในวันหยุดในลักษณะการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ข้อค้นพบดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่ระบุชี้ชัดได้ยาก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม ยังคงมองว่าตนเองเป็นนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural tourists) อยู่ดีทั้งอาจเป็นเพราะคำว่า “ความคิดสร้างสรรค์” ไม่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร แต่เหมาะสำหรับการใช้ในเชิงวิชาการและการกำหนดนโยบายมากกว่า ในบางกรณียังคงมองว่าการ

ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเพียงตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) และเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยซ้ำไป

1.2 มิติและปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแง่ของการเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวได้แบ่งออกเป็น 3 ด้าน และมีปัจจัยสนับสนุน 6 ประการ ดังนี้

1.2.1 มิติที่ 1 : พื้นที่ (Space) พื้นที่ที่เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ก่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วยเมือง ชุมชนที่มีศักยภาพ ความโดดเด่น และมีแรงดึงดูดใจนักท่องเที่ยว รวมถึงเอกลักษณ์และลักษณะที่สะท้อนภาพการเปลี่ยนแปลงในเชิงการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

1) ปัจจัยเมืองและชุมชน (City and Community) ครอบคลุมตั้งแต่ผังเมืองในเชิงสัณฐานวิทยา (Urban morphology) ลักษณะทางสถาปัตยกรรมทั้งในเชิงกายภาพและเชิงพื้นที่ วิถีชีวิตในชุมชนทั้งเมือง ชนบท โดยพัฒนาควบคู่กับปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในเชิงบูรณาการไม่ว่าจะเป็นประวัติศาสตร์ สังคมวิทยา จิตวิทยา ฯลฯ

2) ปัจจัยอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ (Identity and Uniqueness) อัตลักษณ์และเอกลักษณ์เป็นกลุ่มข้อมูลที่สะท้อนความเป็นจริง และการเปลี่ยนแปลงสภาพของพื้นที่กายภาพและพื้นที่ในโลกเสมือนจริง โดยที่อัตลักษณ์คือสิ่งที่สะท้อนตัวตนที่แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายและพลวัตเชิงความหมายที่ไม่หยุดนิ่ง ในขณะที่เอกลักษณ์คือลักษณะที่เป็นหนึ่งเดียวและเป็นพื้นฐานในการสร้างจุดขาย (Unique Selling Point) และภาพลักษณ์ (Image) ของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ทั้งนี้ปัจจัยอัตลักษณ์และเอกลักษณ์เป็นตัวบ่งชี้คุณภาพและความแตกต่างของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว

1.2.2 มิติที่ 2 : การปฏิสัมพันธ์ (Interaction) การปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับจุดหมายปลายทางเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มิติการปฏิสัมพันธ์ประกอบด้วยปัจจัยวัฒนธรรมที่มีชีวิต (Living culture) ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนการสร้างประสบการณ์จริง (Authentic experience) ให้แก่นักท่องเที่ยว

1) ปัจจัยวัฒนธรรมที่มีชีวิต (Living culture) วัฒนธรรมที่มีชีวิตในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง วัฒนธรรมที่มีการสืบสานมาแต่เดิม และวัฒนธรรมที่ถูกสร้างใหม่ซึ่งสามารถผสมผสานกับวัฒนธรรมร่วมสมัย วัฒนธรรมระดับชาติ วัฒนธรรมสมัยนิยม และวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างกลมกลืน

2) ปัจจัยประสบการณ์จริง (Authentic experience) ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ ระดับปัจเจก (Intra-personal experience) และระดับระหว่างปัจเจก (Inter-personal experience) การได้รับประสบการณ์จริงทำให้นักท่องเที่ยวหลุดพ้น

จากกรอบโครงสร้างการจัดการชีวิต และสามารถสร้างพื้นที่สำหรับประสบการณ์ใหม่ตามความสนใจของตัวเองได้

1.2.3 มิติที่ 3 : ตัวกลาง (Agents) ตัวกลางหมายถึง แนวร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วยปัจจัย ผู้มีความคิดสร้างสรรค์ ในแต่ละสถานที่ (Creative people in residence) และปัจจัยกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Participative learning process)

1) ปัจจัยผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในแต่ละพื้นที่ (Creative people in residence) หมายถึง คนในชุมชนหรือท้องถิ่นซึ่งได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญา มีทักษะและความสามารถในการดัดแปลงหรือประยุกต์ให้เข้ากับบริบทปัจจุบัน

2) ปัจจัยกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Participative learning process) เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่างชุมชนที่เป็นเจ้าบ้าน (Host community) กับนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourists) หรือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม การพิจารณาองค์ประกอบในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะช่วยให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับที่มาที่ไปของ “ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์” (Creative Experience) ที่นักท่องเที่ยวได้รับในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวเกิดจากปฏิสัมพันธ์จากภายนอก (Outer Interaction) กับผลสะท้อนจากภายใน (Inner Reflection) โดยที่การปฏิสัมพันธ์กับสิ่งต่าง ๆ รอบตัว (ผู้คน สิ่งแวดล้อม รวมถึงกระบวนการบริการ) ล้วนมีส่วนสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น นอกจากนี้ยังพบว่าการรับรู้หรือการตระหนักรู้ (Awareness or consciousness) เป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของการเกิดประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวอีกด้วย ชุมชนในฐานะผู้จัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงไม่ควรละเลยการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ผ่านกลยุทธ์การสื่อสารสมัยใหม่ โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสมัยใหม่ที่สามารถสร้างแรงจูงใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจคล้ายคลึงได้เป็นอย่างดี การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ประสบความสำเร็จอย่างแท้จริงนั้นจะต้องมีกลไกขับเคลื่อนสู่การปฏิบัติในระดับประชาชนและชุมชนในท้องถิ่น โดยจะต้องอาศัยการบูรณาการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ที่เกี่ยวข้องเพื่อกระจายผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจเข้าสู่ชุมชนอย่างทั่วถึงเป็นอันดับแรก จากนั้นจึงค่อยสร้างเครือข่ายชุมชนที่เป็นแนวร่วมในการฟื้นฟูและรักษาทุนทางสังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่นให้คงอยู่อย่างยั่งยืนต่อไป

2. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกิดขึ้นในประเทศไทยหลังจากการส่งเสริมนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative economy) ผ่านโครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” หรือ OTOP (one tambol one product) และมีการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นแหล่งผลิต

งานศิลปหัตถกรรมที่เรียกว่า “หมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อป” (OTOP Tourism village) ซึ่งเป็นรากฐานของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเวลาต่อมา อย่างไรก็ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ไม่ได้กล่าวถึงแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์โดยตรง แต่ได้กล่าวถึงการนำภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่นไปสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการกลุ่มต่าง ๆ เช่นเดียวกับแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2550-2554 ที่กล่าวถึงเพียงแค่แนวทางการแก้ไขปัญหาพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวและการดำเนินงานที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโลก คือการสร้างคุณค่าให้สินค้าและบริการ (Value creation) บนฐานความรู้ และความเป็นไทย จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2551 รัฐบาลได้กล่าวถึงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์อย่างชัดเจนผ่านการแถลงนโยบายต่อรัฐสภา โดยการท่องเที่ยวถือเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ประเภทการสืบทอดทางวัฒนธรรม จึงถือได้ว่าแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้เกิดขึ้นในประเทศไทยอย่างเป็นทางการตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา

2.1 สถานการณ์ปัจจุบันและทิศทางในอนาคต การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทยในปัจจุบันอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาเป็นหลัก โดยมีหน่วยงานในสังกัดและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องรับผิดชอบการดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมนิทรรศการ (องค์การมหาชน) เป็นต้น แต่ด้วยเหตุผลที่ประเทศไทยมีหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จึงทำให้การทำงานระดับนโยบายไม่บูรณาการกันเท่าที่ควร นอกจากนี้การขับเคลื่อนนโยบายยังคงจำกัดอยู่ในโครงสร้างระดับบนเท่านั้น ยังขาดการแปรนโยบายไปสู่ระดับการปฏิบัติอย่างจริงจัง ประชาชนและชุมชนในท้องถิ่นยังไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์เท่าที่ควร ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยจึงตกอยู่ในสภาพที่ขาดพลังแห่งความร่วมมือทั้งจากหน่วยงานภาครัฐด้วยกันเอง และหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมที่ได้รับความนิยมเป็นลำดับที่ 5 ของโลก แสดงให้เห็นศักยภาพของทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นอย่างดี แต่จากสภาพปัจจุบันกลับพบว่าประเทศไทยยังใช้ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวไม่เต็มศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงจำกัดการใช้ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมเฉพาะงานศิลปกรรมเพื่อตกแต่งสถานที่หรือจำลองบรรยากาศความเป็นไทยอย่างที่เรียกว่า “ความจริงแท้แบบจัดแสดง (Stages Authenticity)” ในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องอาศัยความจริงแท้จากการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ (Existential authenticity) ในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวของไทยโดยรวมยังขาดความแตกต่างในเชิงคุณภาพหรือคุณลักษณะซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยขาดความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมหรือภูมิสังคม รวมถึงการ

ลอกเลียนแบบ สภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยจึงมีลักษณะเป็นผิวเผิน และยังไม่ลึกซึ้งเท่าที่ควร ในแง่ของการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น พบว่าการท่องเที่ยวของไทยในปัจจุบันมีรูปแบบที่ตายตัวไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้ โดยบริษัทจัดนำเที่ยวของไทยมักจะเน้นที่การนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวหรือร้านขายสินค้าที่ระลึกเดิมๆ ซึ่งแตกต่างจากการท่องเที่ยวในประเทศยุโรป บางประเทศที่ริเริ่มการจัดนำเที่ยวแบบอิสระด้วยการนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่แปลกใหม่ และอยู่นอกโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบปกติ เช่น ตรอก หรือซอยในชุมชนที่มีความน่าสนใจ เป็นต้น อย่างไรก็ตามทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยเริ่มมีแนวโน้มปรากฏภาพชัดเจนขึ้น แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนในท้องถิ่นหลายแห่งเริ่มนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปปรับใช้แม้ว่าจะอยู่ในขั้นเริ่มต้นหรือใช้อย่างผิวเผินก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของไทยมีจุดอ่อนในด้านปัจจัยเมืองและชุมชน (ในมิติพื้นที่) และปัจจัยกระบวนการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วม (ในมิติตัวกลาง) ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังมีลักษณะไม่ครบถ้วนหรือเต็มรูปแบบแต่ก็ถือได้ว่ามีแนวโน้มที่จะพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เต็มรูปแบบได้ในอนาคต

2.2 บทวิเคราะห์และข้อเสนอแนะการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย

แม้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในระดับโลกจะถูกมองว่าเป็นนโยบายเร่งรัด ซึ่งเกิดจากการเชื่อถือผู้รู้ที่เกี่ยวข้องจนก่อให้เกิดกระแสนิยมการลอกเลียนแบบนโยบาย แทนที่จะเป็น นโยบายที่ใช้หลักฐานเชิงประจักษ์เป็นฐาน เมื่อพิจารณาจากพัฒนาการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยจะพบว่านโยบายสาธารณะและยุทธศาสตร์การพัฒนาต่าง ๆ ได้รับการพัฒนาและขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบ มีลักษณะเป็นนโยบายจากบนลงล่าง (Top down policy) โดยเริ่มต้นจากอุปทาน (Supply driven) ในลักษณะของการส่งเสริมการผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรมจากภูมิปัญญาในท้องถิ่น จากนั้นขยายขอบเขตมาสู่การท่องเที่ยวในรูปแบบ “หมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อป (OTOP Tourism Village) ควบคู่กับการรณรงค์ให้ประชาชนเห็นความสำคัญของความคิดเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์ในตลาดผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนั้นนโยบายแบบบนลงล่างอย่างเช่นในกรณีของประเทศไทยจึงจำเป็นสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในระยะแรกแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีแนวทางการพัฒนา 2 รูปแบบที่สำคัญ คือ

2.2.1 การพัฒนาเชิงพาณิชย์ เป็นรูปแบบที่ใช้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชนิดหนึ่ง มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายรวมถึงพัฒนาตลาดผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างเป็นระบบ การพัฒนารูปแบบนี้เป็นการพัฒนาจากแรงผลักดันของภาคอุปสงค์ซึ่งเหมาะกับผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวที่มีความต้องการจะนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ให้นักท่องเที่ยว

2.2.2 การพัฒนาเครือข่ายชุมชน เป็นรูปแบบการพัฒนาจากแรงผลักดันของภาคอุปทานซึ่งเหมาะกับชุมชนที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์เชิงความคิดสร้างสรรค์ด้วยการนำเสนอทักษะ ฝีมือ ภูมิปัญญา ตลอดจนมรดกทางวัฒนธรรมผ่านการจัดกิจกรรมหรือบรรยากาศเชิงสร้างสรรค์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์รูปแบบใดรูปแบบหนึ่งขึ้นอยู่กับเงื่อนไขและความสอดคล้องกับปัจจัยแวดล้อมทั้งในระดับมหภาคและจุลภาค หากวิเคราะห์ในเชิงลึกพบว่าการท่องเที่ยวของประเทศไทยประสบปัญหาภาคอุปทานมากกว่าภาคอุปสงค์ โดยเฉพาะผลกระทบจากระบบทุนนิยมโลกาภิวัตน์ได้ก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการกระจายรายได้ทางการท่องเที่ยว โดยรายได้จากการท่องเที่ยวมักจะกระจุกอยู่ที่ผู้นำชุมชน ผู้มีรายได้สูง และบุคคลภายนอกที่เข้ามาจัดการท่องเที่ยวในชุมชน รวมถึงสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวที่อยู่ในชุมชนมีเพียงร้อยละ 12-16 ของรายได้ทั้งหมด ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในระยะเริ่มต้นจึงอาจจะต้องใช้แนวทางการพัฒนารูปแบบที่ 2 กล่าวคือ เน้นการสร้างเครือข่ายภายในชุมชน เพื่อกระจายโอกาสอย่างเท่าเทียมกันก่อนแล้วจึงผลักดันให้แต่ละครัวเรือนนำแนวทางการพัฒนารูปแบบที่ 1 มาใช้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยการเสริมสร้างคุณค่าให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงทักษะ ฝีมือ และความเชี่ยวชาญที่ตนเองมีอยู่ ทั้งนี้ภาครัฐอาจจะสนับสนุนให้ท้องถิ่นพัฒนากลไกเชิงสถาบันมารองรับอยู่เป็นรูปธรรม พัฒนาคอนกรีตการนำร่องการเพื่อพัฒนาต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชน รวมถึงการออกมาตราการจูงใจเพื่อผลักดันให้ท้องถิ่นสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้มีศักยภาพสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง การดำเนินนโยบายแบบบนลงล่างคงไม่อาจใช้ได้ในระยะยาว เมื่อชุมชนเริ่มมีความเข้าใจและมีประสบการณ์ในระดับหนึ่ง การดำเนินนโยบายย่อมจะต้องแปรไปสู่นโยบายแบบล่างขึ้นบน (Bottom-up-policy) หรือนโยบายสาธารณะแบบมีส่วนร่วม (Participatory public policy) กล่าวคือ ประชาชนในท้องถิ่นซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการกำหนดปัญหาและเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาหรือการบริหารจัดการจากความรู้ทางตรง (Firsthand Knowledge) การมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดนโยบายจะช่วยให้เกิดทุนทางสังคม (Social capital) เพิ่มขึ้นจากทุนทางสังคมที่เป็นมรดกตกทอดและทำให้กลไกการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เข้มแข็งมากยิ่งขึ้น กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

1) ขั้นตอนที่ 1 การค้นหาอัตลักษณ์และทำความเข้าใจคุณค่าของวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อาศัยทุนทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นปัจจัยหลัก ดังนั้นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นการค้นหาอัตลักษณ์ (Identity) หรือการเรียนรู้ตนเองซึ่งครอบคลุมการวิเคราะห์ฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต ศิลปะ ประเพณี ภูมิปัญญา ตลอดจนความหลากหลายทางธรรมชาติ การสร้างความตระหนักและความภาคภูมิใจใน

คุณค่าของวัฒนธรรมเปรียบเสมือนการสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งและจุดยืนที่มั่นคงของสังคม โดยเชื่อมโยงกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ เป็นอย่างดี เช่น ฮ่องกงได้วิจัยอัตลักษณ์ระดับเมืองพบว่าฮ่องกงมีคุณลักษณะห้าประการที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นฮ่องกง ได้แก่ การพัฒนาความอิสระเสรี ความมั่นคง การเปิดโอกาส คุณภาพในการทำงานและการดำรงชีวิต สำหรับคุณลักษณะที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชาวฮ่องกง ได้แก่ ความหลากหลายด้านเชื้อชาติ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี การติดต่อสื่อสารที่เชื่อมโยงโลก การเปิดกว้างเสรีทางการค้า และความเป็นผู้นำ การค้นพบอัตลักษณ์สามารถนำไปใช้ในการวางกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดอย่างมีส่วนร่วมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ระดับโลก รวมถึงการพัฒนาเชิงกายภาพไปสู่เมืองสร้างสรรค์เพื่อดึงดูดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น โครงการ “The Knowloon Cultural District” ทั้งนี้วิธีการค้นหาอัตลักษณ์และการทำความเข้าใจคุณค่าทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นสามารถนำระเบียบวิธีวิจัยแบบมีส่วนร่วม (participatory research) มาประยุกต์รวมถึงการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมในชุมชนเพื่อกระตุ้นจิตสำนึกของผู้คนในชุมชน ยกตัวอย่างเช่น การจัดงานเทศกาลทางวัฒนธรรมประจำปีของย่านกุ๊กจิ้น คลองสาน กรุงเทพมหานคร เป็นต้น

2) การค้นหาความโดดเด่นและสร้างความแตกต่าง แม้ว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจะไม่มีสิ่งใดมาทดแทนได้อย่างสมบูรณ์ แต่มีข้อเสียคือสามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย ดังจะเห็นได้จากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันซึ่งสามารถพบเห็นได้ทั่วไป อาทิ รายการน้ำเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวประเภทตลาดน้ำหรือตลาดบกที่สร้างขึ้นใหม่ สินค้าที่ระลึก ดังนั้นการค้นหาความโดดเด่นหรือการสร้างเอกลักษณ์ (Uniqueness) รวมถึงการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) จึงเป็นการป้องกันการถูกลอกเลียนแบบและทำให้นักท่องเที่ยวจำแนกลักษณะเฉพาะของแต่ละชุมชนได้ เช่น ประเทศญี่ปุ่นมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์สูงทั้งในแง่ศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ตลอดจนวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนญี่ปุ่น ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของประเทศญี่ปุ่นโดยรวมจะมีราคาสูงเมื่อเปรียบเทียบกับจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวอื่น ๆ ในภูมิภาคเอเชีย แต่นักท่องเที่ยวคุณภาพก็ยังตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น และพร้อมจะมีส่วนร่วมกับกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลายนอกเหนือจากการชื่นชมเพียงอย่างเดียว โดยมีข้อสังเกตว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะกลับไปเยือนประเทศญี่ปุ่นซ้ำหลายครั้ง (Repeat Visit) เพื่อแสวงหาประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบเจาะลึกมากยิ่งขึ้น แสดงให้เห็นว่าการสร้างหรือรักษาอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไว้อย่างดีนั้น นอกจากจะช่วยป้องกันการถูกเลียนแบบแล้วยังก่อให้เกิดความยั่งยืนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาพรวมอีกด้วย

3) ขั้นตอนที่ 3 การหยั่งรู้ความต้องการของตลาดในเชิงลึก การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หลีกเลี่ยงที่จะหยิบบัญชีแนวคิดทางด้านการตลาดมาประยุกต์ไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปสู่ตลาดแบบแยกเป็น

ส่วนเล็ก ๆ (Fragmented market) ความต้องการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีองค์ประกอบเชิงอารมณ์ในสัดส่วนสูง รวมถึงความต้องการของผู้บริโภคที่มีลักษณะเป็นปัจเจกนิยมมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ผู้บริโภคยุคใหม่มักจะปิดบังอำพรางความรู้สึกนึกคิด โดยเฉพาะการพูดนั้นจะไม่ถือเป็นสิ่งที่บ่งชี้ความต้องการที่แท้จริง ดังนั้นการวิเคราะห์หรือทำความเข้าใจตลาดยุคใหม่จึงไม่สามารถใช้วิธีการทั่วไป (การใช้แบบสอบถามหรือการสัมภาษณ์) ได้อีกต่อไป การทำความเข้าใจตลาดการท่องเที่ยวยุคใหม่ จึงปรับเปลี่ยนไปสู่การทำความเข้าใจเชิงลึก หรือการหยั่งรู้ เพื่อค้นหาความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว (Customer Insight) โดยการหยั่งรู้ความต้องการเชิงลึกจะใช้วิธีการสังเกตการณ์เชิงบริบท (Contextual Observation) เช่น การสังเกตลักษณะใช้ชีวิต (Lifestyle) พฤติกรรมการบริโภค (Consumption behavior) ปฏิกริยาตอบสนอง (Interaction) เป็นต้น จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้อามาตีความและสร้างกรอบความคิดใหม่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการได้อย่างแท้จริง

4) ขั้นตอนที่ 4 การเสริมสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว คำว่า “คุณค่า (Value) ถูกนำมาใช้ในบริบททางการบริการจัดการตั้งแต่สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่เรียกว่า “การจัดการคุณค่า Value management” การวิเคราะห์คุณค่า (Value Analysis) และเป็นที่มาของ “วิศวกรรมคุณค่า Value Engineering” แนวคิดวิศวกรรมคุณค่ามีวัตถุประสงค์หลัก คือ การเพิ่มองค์ประกอบที่สามารถสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ารู้สึกถึงมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ลดต้นทุนการผลิตลงด้วย โดยทั่วไปการเสริมสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจะใช้การออกแบบ (Design) โดยเริ่มต้นตั้งแต่การออกแบบแนวคิด (Concept Design) การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ (Product and Packaging Design) การออกแบบบริการ (Service Design) รวมถึงการออกแบบประสบการณ์ (Experience Design) ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เช่น งานศิลปหัตถกรรมไทยแขนงต่าง ๆ ที่พัฒนาให้เป็นสินค้าประจำท้องถิ่นหากจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวแบบมุงขายเพียงอย่างเดียว นักท่องเที่ยวมักจะต่อราคาสินค้าให้ถูกลงเนื่องจากขาดความเข้าใจในมิติเชิงคุณค่า ดังนั้นจึงควรจัดให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสชมการสาธิตกระบวนการผลิตเพื่อสร้างการรับรู้ หรือความตระหนักที่นำไปสู่ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งรวมถึงมีส่วนร่วมในการผลิตสินค้าที่ระลึกที่แสดงความเป็นตัวตนเพื่อนำไปสู่โอกาสในการขายสินค้าที่ระลึกด้วยมูลค่าที่สูงขึ้น

5) ขั้นตอนที่ 5 การปรับเปลี่ยนกลวิธีการพัฒนาตลาด กลวิธีการพัฒนาตลาดในปัจจุบันเปลี่ยนจากการมุงขายผลิตภัณฑ์แบบมวลชน (Mass Product) มาสู่การส่งมอบคุณค่าด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีความจำเพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น ที่เรียกว่า “การตลาดที่ใช้คุณค่าเป็นฐาน” Value-based Marketing) เมื่อนำกลวิธีในการพัฒนาตลาดลักษณะนี้ประยุกต์กับการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะหมายถึงการเชื่อมคุณค่าของความดั้งเดิมและความเป็นตัวตนเข้ากับ

ความทันสมัยอย่างกลมกลืน และก่อให้เกิดแก่นคุณค่าที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ เช่น การปรับปรุงบ้านหรืออาคารเก่าในชุมชนให้เป็นที่พักนาคย่อมสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น จากนั้นจึงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายรับรู้/ตระหนักถึงคุณค่าที่สอดแทรกอยู่ในตัวผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เช่น การเล่าเรื่อง (Story to tell) การใช้แนวคิดผลิตภัณฑ์มีจำกัด ไม่ผลิตซ้ำ (Limited edition concept) การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เป็นต้น การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คงจะไม่สัมฤทธิ์ผลหากปราศจากการบูรณาการความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและภาวะผู้นำของผู้บริหารชุมชนในแต่ละระดับ ข้อควรระวังที่สำคัญ คือ เมื่อการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีผลอย่างสมบูรณ์ การแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้จะมี ความรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากหลายประเทศในภูมิภาคอาเซียนมีพื้นฐานทรัพยากรท่องเที่ยวที่ คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะประเทศเวียดนาม ประเทศมาเลเซีย ประเทศเมียนมาร์ ประเทศลาว ประเทศกัมพูชาที่มีสภาพสังคม และวัฒนธรรมคล้ายคลึงกับประเทศไทยประกอบกับประเทศต่าง ๆ เหล่านี้ต่างพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ อย่างรวดเร็วโดยอาศัยความช่วยเหลือจากประเทศที่พัฒนา ในขณะที่ประเทศไทยก็ยังคงมีอุปสรรคในการขับเคลื่อนนโยบายที่มีความล่าช้า และจำกัดอยู่ใน โครงสร้างหน่วยงานภาครัฐ ระดับบนแม้ว่าจะปรับปรุงแบบขับเคลื่อนนโยบายเป็นแบบตามวาระ พิเศษ (Agenda-based approach) หรือแบบตามพื้นที่ (Area-based approach) บ้างแล้ว นอกจากนี้ยังต้องอาศัยกลไกการจัดการความรู้จากการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน ทั้งที่ประสบความสำเร็จ และล้มเหลวเพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ไปสู่ชุมชนอื่น ๆ ที่มีศักยภาพและความพร้อมรวมถึงใช้เป็นเครื่องมือในการกำหนดนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ สอดคล้องกับพื้นที่ต่อไป

จากแนวคิดดังกล่าวมานี้สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบที่มีการจัดการให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสมีปฏิสัมพันธ์และเข้าร่วมในกิจกรรมทาง วัฒนธรรม หรืองานประเพณีกับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวโดยใกล้ชิด การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นส่วนขยายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์สามารถใช้ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาจัดการให้เป็น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ ขั้นตอนที่สำคัญประการหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์คือการค้นหาอัตลักษณ์และทำความเข้าใจคุณค่าของวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ ฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต ศิลปะ ประเพณี และภูมิปัญญา ตลอดจนการค้นห าคความโดดเด่นและสร้างความแตกต่างบนฐานวัฒนธรรมของชุมชน ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษา การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้งานประเพณีสงกรานต์ของชาวไทยพลัดถิ่นจังหวัดราชบุรี โดยกำหนดวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมา องค์ประกอบ และขั้นตอนของ ประเพณีสงกรานต์ชาวไทยพลัดถิ่นจังหวัดราชบุรี อันจะนำไปสู่การวิเคราะห์งานประเพณีในฐานะเป็น สื่อประเพณีเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนต่อไปในอนาคต

การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ : เครื่องมือในการรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ และการพัฒนา

การท่องเที่ยวเป็นการหยิบยกเอาธรรมชาติที่มีอยู่มาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม และมวลมนุษยชาติ ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่ไม่เคยหยุดนิ่ง และจะต้องพบกับการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาจึงทำให้เกิดคำถามขึ้นในสังคมของมวลมนุษยชาติว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นงานสร้างสรรค์หรือทำลาย หรือเป็นกลไกที่สำคัญอย่างหนึ่งในการขับเคลื่อนพัฒนาประเทศ เนื้อหาในส่วนนี้ผู้เขียนมุ่งนำเสนอแนวคิดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในฐานะของการเป็นเครื่องมือในการรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนา อนุรักษ์ และรักษาสมดุล

พัฒนาการของการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์นั้นมอบความท้าทายรูปแบบใหม่ให้ทั้งนักท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยว เจตนาที่สำคัญอย่างหนึ่งในการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ คือ การทำให้สถานที่ท่องเที่ยวจะต้องมีความสร้างสรรค์เพื่อที่จะสามารถพัฒนาทรัพยากรทางด้านวัฒนธรรมที่ไม่อาจจับต้องได้ ซึ่งเป็นหนึ่งในลักษณะพิเศษของที่หมาย เช่น ประเพณีพื้นบ้านหรือความสามารถพิเศษของคนพื้นเมืองให้กลายเป็นประสบการณ์ที่สร้างสรรค์กับนักท่องเที่ยว ปัญหาไม่ใช่แค่การให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสเอาตัวเองเข้าไปร่วมในกิจกรรมสร้างสรรค์ต่าง ๆ แต่เป็นการสร้างระบบการอยู่ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ใช้กับผู้ผลิตจากสถานที่หมาย จากตัวอย่างกรณีของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ฉายภาพให้เห็นว่าการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการบูรณาการระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ และการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยมีตัวแปรร่วมที่เป็นต้นทุนสำคัญ คือ ภูมิสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นหมายความว่าความสามารถนำการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ไปใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญก้าวหน้าได้ ในส่วนของการอนุรักษ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ และฟื้นฟูวัฒนธรรมให้คงอยู่ หรือสืบทอดมรดกของวัฒนธรรมที่กำลังเลือนหายโดยการต่อยอดเพิ่มค่าในเชิงการท่องเที่ยวให้วัฒนธรรมเหล่านั้น กลับมาผลิตซ้ำและคงอยู่กับสังคมไทยต่อไป ดังรายละเอียดที่จะอธิบายเพิ่มเติมต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในฐานะเครื่องมือของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปัจจุบันยังไม่มีกำหนดคำนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เป็นหนึ่งเดียวขึ้นอยู่กับการนำไปปรับใช้ให้เข้ากับระบบเศรษฐกิจของแต่ละประเทศและองค์กรที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ โดยความหมายอย่างง่ายของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ซึ่งนิยามโดย จอห์น ฮาวกินส (John Howkins) คือ การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์สำหรับสาขาการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จะเรียกว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ซึ่งหมายถึง กลุ่มกิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพา ความคิดสร้างสรรค์ เป็นวัตถุดิบสำคัญ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” มีองค์ประกอบร่วมของแนวคิดการ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่

ในขณะที่องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (ม.ป.ป.) (UNCTAD) กล่าวว่า เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ คือ การมาประสานบรรจบเชื่อมโยงกันของโครงสร้างสรรค์ วัฒนธรรมอันหลากหลาย ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การพัฒนาเศรษฐกิจ และการพัฒนาสังคมหากสังคมใดสิ่งเหล่านี้ผสมผสานกันอย่างลงตัวก็จะเป็น “เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์” ขึ้นมา การเชื่อมต่อกันของโครงสร้างสรรค์ วัฒนธรรม เศรษฐศาสตร์ และเทคโนโลยี แล้วสำแดงออกมาในรูปของความสามารถที่จะสร้างสรรค์และเกิดการไหลเวียนของทุนทางปัญญา ก่อให้เกิดศักยภาพที่จะเกิดการสร้างงานสร้างรายได้และการส่งออก ในขณะเดียวกันก็จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในสังคมเกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรมและส่งเสริมการพัฒนามนุษย์ แนวคิดที่มีวิวัฒนาการมาจากแนวคิดเศรษฐกิจบนฐานความรู้ โดยเศรษฐกิจเช่นนี้มีปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญมาจาก “สินทรัพย์ที่สร้างสรรค์” (Creative assets) ซึ่งมีศักยภาพในอันที่จะก่อให้เกิดความเจริญเติบโตและการพัฒนาเศรษฐกิจ เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ก่อให้เกิดการสร้างรายได้ การสร้างงานและการมีรายได้จากการส่งออก ในขณะเดียวกันก็จะก่อให้เกิดโอกาสการมีส่วนร่วมทางสังคมเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งเหนียวแน่นทางสังคม ความเคารพใน ความหลากหลายทางวัฒนธรรม และการพัฒนามนุษย์เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์จะครอบคลุมหลายแง่มุมทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม อีกทั้งยังมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการพัฒนาเทคโนโลยี ทรัพย์สินทางปัญญาและเป้าประสงค์ด้านการท่องเที่ยว จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเป็นระบบเศรษฐกิจที่มีการนำองค์ความรู้ทางด้านความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และศิลปวัฒนธรรมมาผสมผสานกัน โดยเน้นการคิดที่แตกต่างเพื่อสร้างธุรกิจในรูปแบบใหม่ที่ใช้เงินทุนในการลงทุนน้อยกว่า แต่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดมูลค่าที่มากกว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ มีนักวิชาการ เช่น ยุติ นีรัตน์ตระกูล (2554, หน้า 3) ได้กล่าวถึง การนำแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์มาปรับใช้กับภาคการท่องเที่ยวและบริการผ่านทางแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ เพื่อวัตถุประสงค์ในการเพิ่มคุณค่าและมูลค่า ควรเป็นการนำปัจจัย 4 ประการ คือ “ทุน” มาบวกกับ “ความคิดสร้างสรรค์” และผสมเข้ากับ “สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม” และ “ทักษะเฉพาะตัว” มาสร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวโดยมีขั้นตอน กระบวนการที่ผลักดันแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การสำรวจสังคมและตัวตน ครอบคลุมเรื่องฐานทรัพยากร Natural/Cultural Assets) เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ (Identity) ภูมิปัญญา (Wisdom) เพื่อค้นหาความโดดเด่น ความแตกต่าง ความเฉพาะตัว ลักษณะพิเศษ (Differentiation for Value) แล้วจึงเติมความคิดสร้างสรรค์ (Value Creation) หรือตีความใหม่เพื่อให้เข้ากับตลาด (Redefine for Marketing) สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขององค์กรยูเนสโก (UNESCO) ที่ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า (DASTA, 2554) การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่

มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาให้ชุมชนนั้น ๆ เกิดความยั่งยืนโดยมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตในชุมชนในเชิงการเรียนรู้และการทดลองให้ได้มาซึ่งประสบการณ์ที่เป็นอยู่จริงในชุมชน นอกจากนี้ชุมชนจะต้องสามารถใช้การจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชนและผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ ทั้งในรูปแบบที่เป็นผลประโยชน์ตอบแทนอิงตามระบอบทุนนิยมและความยั่งยืนของการพัฒนาในชุมชน นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นี้สอดคล้องและเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับแนวคิดการพัฒนาชุมชนและเมืองสร้างสรรค์เป็นการดำเนินการเพื่อสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้แก่เมือง อันจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่น เมื่อการท่องเที่ยวไปสนับสนุนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นเครื่องมือพัฒนาที่ก่อให้เกิดการสร้างรายได้ การสร้างงานและการมีรายได้จากการส่งออกในขณะเดียวกันก็จะก่อให้เกิดโอกาสการมีส่วนร่วมทางสังคมเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งเหนียวแน่นทางสังคม ความเคารพในความหลากหลายทางวัฒนธรรม และการพัฒนามนุษย์เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์จะครอบคลุมหลายแง่มุมทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม อีกทั้งยังมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการพัฒนาเทคโนโลยี ทรัพยากรทางปัญญาและเป้าประสงค์ด้านการท่องเที่ยว

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเป็นระบบเศรษฐกิจที่มีการนำองค์ความรู้ทางด้านความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และศิลปวัฒนธรรมมาผสมผสานกัน โดยเน้นการคิดที่แตกต่างเพื่อสร้างธุรกิจในรูปแบบใหม่ที่ใช้เงินทุนในการลงทุนน้อยกว่า แต่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดมูลค่าที่มากกว่า การท่องเที่ยวสร้างสรรค์นอกจากเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์แล้ว เมื่อชุมชนท้องถิ่นได้มีการท่องเที่ยวเกิดขึ้น ย่อมก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างอื่นตามมา อาทิ ความสะดวกสบายจากกิจการสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว เมื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวคนในท้องถิ่นย่อมได้รับผลประโยชน์จากสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ถนนหนทาง ไฟฟ้าประปา โทรศัพท์ รถโดยสาร ซึ่งจะส่งผลต่อต่อสภาพความเป็นอยู่ และการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการพัฒนาในรูปแบบต่าง ๆ ได้ ดังนี้ (บุญเลิศ ตั้งจิตตังวัฒนา, 2542, หน้า 195-212)

1. การท่องเที่ยวสร้างสรรค์สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในอันที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่น กล่าวคือ ในระยะแรกยังไม่มีการท่องเที่ยวเกิดขึ้นในชุมชนท้องถิ่นโครงสร้างการผลิตของชุมชนท้องถิ่นจะเป็นเศรษฐกิจการเกษตร ครั้นชุมชนท้องถิ่นเกิดการท่องเที่ยวขึ้นก็จะมีการลงทุนผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่นจากเศรษฐกิจการเกษตรไปสู่เศรษฐกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

2. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่น กล่าวคือ เมื่อชุมชนท้องถิ่นได้เปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจการผลิตจากเศรษฐกิจการเกษตรสู่เศรษฐกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวย่อมก่อให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่นมากขึ้น เพื่อให้สามารถสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ

3. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการสร้างอาชีพและการจ้างงานแก่ชุมชนท้องถิ่น กล่าวคือ เมื่อชุมชนท้องถิ่นเกิดการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ย่อมก่อให้เกิดการสร้างอาชีพและการจ้างงานในชุมชนท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย เพราะธุรกิจท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่ต้องใช้แรงงานมาก (Labor intensive) จึงเปิดโอกาสให้เกิดการจ้างงานภายในชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังช่วยกระตุ้นให้เกิดการคิดค้นนำทรัพยากรที่ยังไม่เกิดมูลค่ามาประดิษฐ์เป็นสินค้าที่ระลึกจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวนับเป็นการสร้างอาชีพและการจ้างงานให้แก่ชุมชนท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น

4. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการนำรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น กล่าวคือเมื่อชุมชนท้องถิ่นมีการสร้างอาชีพและการจ้างงานจากการท่องเที่ยวย่อมก่อให้เกิดรายได้สู่ชนบทท้องถิ่น เนื่องจากนักท่องเที่ยวได้นำเงินไปใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวจากชุมชนท้องถิ่น ทำให้มีรายได้เข้ามาสู่ชุมชนท้องถิ่น

5. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการกระจายรายได้สู่ภูมิภาค กล่าวคือ เมื่อชุมชนท้องถิ่นมีรายได้จากการท่องเที่ยว นั้นย่อมหมายถึงการกระจายรายได้สู่ภูมิภาคอันจะก่อให้เกิดการพัฒนาสร้างความเจริญแก่ชุมชนท้องถิ่นในภูมิภาคได้

6. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการเพิ่มรายได้ต่อหัวของชุมชนท้องถิ่น กล่าวคือ เมื่อมีการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นในภูมิภาคจากการท่องเที่ยวย่อมทำให้รายได้ต่อหัวของประชาชนในท้องถิ่นเพิ่มสูงขึ้น อันเป็นเครื่องชี้สถานะทางเศรษฐกิจของประชาชนในท้องถิ่นว่ามีความอยู่ดีกินดีมากขึ้น

7. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการกระตุ้นการผลิตด้านอื่นๆ ของชุมชนท้องถิ่น กล่าวคือ เมื่อชุมชนท้องถิ่นมีรายได้ต่อหัวของประชากรสูงขึ้น ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นสามารถนำรายได้ไปใช้จ่ายมากขึ้น ก่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่นกระตุ้นให้เกิดการผลิตด้านอื่น ๆ และนำทรัพยากรของชุมชนมาใช้ประโยชน์มากขึ้นซึ่งตามทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จะสามารถกระตุ้นได้มากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับผลของตัวทวีคูณ สำหรับประเทศไทยผลของตัวทวีคูณมีค่าประมาณ 3.5 เท่าของค่าใช้จ่ายในรอบแรกยิ่งทำให้รายได้ต่อหัวของประชากรเพิ่มสูงขึ้นอีก

8. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการช่วยแก้ปัญหาดุลการชำระเงินของประเทศโดยรวม กล่าวคือ เมื่อชุมชนท้องถิ่นมีรายได้ต่อหัวเพิ่มสูงขึ้นจากตัวกระตุ้นการผลิตตัวทวีคูณทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่นเพิ่มสูงขึ้น ถ้านำรายได้จากการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่นทุกแห่ง

มารวมกันเข้าเป็นรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศโดยรวมก็จะมีรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ซึ่งสามารถนำไปช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศให้น้อยลง หรืออาจทำให้เกิดการเกินดุลชำระเงินระหว่างประเทศได้ อันเป็นการส่งผลให้ประเทศนั้นเกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจ

9. การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในฐานะเครื่องมือในการอนุรักษ์ ศิริวรรณ สนั่นเอื้อ (2553, หน้า 6-7) ได้ให้ความหมายของการอนุรักษ์ หมายถึง การใช้อย่างสมเหตุสมผลเพื่อการมีใช้ตลอดไป เป็นคำนิยามง่าย ๆ แต่เป็นการเน้น “การใช้” ทรัพยากรเป็นพื้นฐาน อีกทั้งยังมีแนวทางใช้ตลอดไป ซึ่งก็หมายถึงว่าจะใช้ทรัพยากรอย่างไร จึงจะทำให้มีทรัพยากรเป็นต้นทุน ที่สามารถมีให้ตลอดไปได้ อย่างไรก็ตาม “การใช้” นี้มิได้หมายถึงเฉพาะการนำมาบริโภค ต้ม กิน หรือสัมผัสเท่านั้น แต่จะหมายรวมถึงการเก็บเอาไว้เชยชม ฟันฟู หรือพัฒนาสิ่งอื่นให้ดีขึ้นก็ได้ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือการใช้นั้น อาจต้องดำเนินการเก็บกัก การรักษา ซ่อมแซม การฟื้นฟู การป้องกัน การสงวน หรือการแบ่งเขตที่จะสงวนไว้ก็ได้ ความหมายของคำว่า “การอนุรักษ์” พอสรุปความหมายสั้น ๆ ได้ว่าเป็นการใช้ตามความต้องการ และประหยัดไว้เพื่อใช้ในอนาคต ถ้าจะอธิบายประเด็นหนึ่งก็อาจจะพูดได้ว่า “การอนุรักษ์” หมายถึง การใช้ประโยชน์อย่างมีเหตุผล และมีการสร้างสรรค์ อันเป็นการอนุรักษ์เป็นคำที่ใช้เปรียบเทียบกับเหมือนเหมือนพุทธบัญญัติหรือคัมภีร์ไบเบิลที่แนะนำให้มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในแนวทางดังกล่าวทั้งสิ้นส่วนการปฏิบัติจะมีประสิทธิภาพย่อมขึ้นอยู่กับกำลังคน เงิน เวลา และโอกาสของงานนั้นๆ จากความหมายดังกล่าวคำว่าอนุรักษ์จึงมีความหมายครอบคลุมในประเด็น การสงวนรักษาคุณภาพของทรัพยากรให้มีคุณค่าต่อชีวิตที่ดี รู้วิธีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ปรับปรุง บำรุงให้เกิดประโยชน์ได้นานเพิ่มพูนและเสริมสร้างไว้ให้มากเพียงพอต่อการใช้ในการดำรงชีวิตอย่างเหมาะสม และหมายรวมถึงการปรับปรุงและฟื้นฟูทรัพยากร ต้องคงความเป็นเอกลักษณ์อย่างดั้งเดิมไว้ให้มากที่สุดเกิดผลกระทบอันเป็นผลเสียน้อยที่สุด โดยการใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านประยุกต์กับเทคโนโลยีแบบใหม่การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด และเหมาะสมนั้นจะเป็นแนวทางให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยาวนาน

โดยทั่วไปแล้วทรัพยากรทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเป็นหลักฐานที่สำคัญที่ทำให้คนสมัยปัจจุบันได้ทราบถึงความเป็นมาและพัฒนาการในอดีตของบ้านเมืองในสถานการณ์ปัจจุบันยังได้ถูกนำมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสังคม และเศรษฐกิจตลอดจนการเมืองด้วย หลายประเทศมีรายได้จากการใช้มรดกดังกล่าวเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นผลให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ผู้ประกอบการอาชีพต่าง ๆ วัฒนธรรมเหล่านั้นไม่ได้มีประโยชน์ในทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียวสิ่งสำคัญอย่างแท้จริงคือทรัพยากรเหล่านั้นเป็นองค์ประกอบที่สร้างความมั่นคงทางจิตใจแสดงให้เห็นว่าสังคมที่ตนร่วมอยู่ด้วยนั้นไม่ใช่สังคมหลักลอยทางวัฒนธรรม แต่มีการพัฒนาต่อเนื่องกันมาอย่างยาวนาน ขณะเดียวกันยังเป็นการช่วยสร้างเอกภาพทางวัฒนธรรมให้เกิดขึ้นในระดับภูมิภาค และระดับประเทศ

สินชัย กระบวนแสง (2550, หน้า 254-259) ได้กล่าวถึงแนวคิดในการอนุรักษ์ฟื้นฟูและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ดังนี้

1. แนวคิดในการอนุรักษ์ การอนุรักษ์คือการดูแล รักษาเพื่อให้สิ่งนั้นๆ คงคุณค่าไว้โดยใช้วิธีการต่าง ๆ จึงหมายรวมถึงการป้องกัน การสงวนรักษา การปฏิสังขรณ์และการบูรณะ จึงเห็นได้ว่าการอนุรักษ์มีระดับแตกต่างกันไปตามความจำเป็น และเป็นไปตามสภาพของแหล่งนั้น ตามแนวทางดังนี้

1.1 การป้องกัน (Prevention) เป็นการใช้มาตรการต่างที่เหมาะสมเพื่อปกป้องคุ้มครองสภาพทางการกายภาพของสถานที่ให้พ้นจากการเสื่อมสภาพ เสี่ยงต่อการสูญหาย หรือถูกทำลาย เช่น การทำอุปกรณ์ค้ำยันสิ่งก่อสร้าง เพื่อป้องกันไม่ให้ตัวสิ่งก่อสร้างหักพัง เป็นต้น โดยทั่วไปเป็นวิธีการนี้เป็นการกระทำที่ไม่ถาวร เป็นการกระทำเพื่อรอการปฏิบัติการในขั้นตอนไป

1.2 การสงวนรักษา (Conservation) เป็นการดูแลรักษามรดกนั้น ๆ ไว้ตามสภาพเดิมเท่าที่เป็นอยู่ และป้องกันไม่ให้เสียหายหรือเสื่อมสภาพต่อไป

1.3 การปฏิสังขรณ์ (Preservation) เป็นการกระทำตามกระบวนการที่เหมาะสมโดยใช้วิทยาการสาขาต่าง ๆ ที่จะทำให้อาคาร หรือรายละเอียดต่าง ๆ ของสถานที่นั้น รวมทั้งสภาพแวดล้อมของแหล่งที่ตั้งให้เป็นเช่นเดิมเหมือนกับอดีตให้มากที่สุด วิธีการปฏิบัติอาจมีผู้สร้างต่อเติมขึ้นภายหลังออกให้เหลือแต่เฉพาะสิ่งที่สร้างขึ้นในครั้งแรกหรืออาจเสริมส่วนดั้งเดิมที่สำคัญซึ่งขาดหายไปก็ได้ตามความเหมาะสม

1.4 การบูรณะ (Restoration) เป็นการซ่อมแซมและปรับปรุงสถานที่นั้นให้คงลักษณะเหมือนของเดิมที่สุดเท่าที่จะทำได้ ในกรณีที่จำเป็นต้องเสริมบางส่วนที่ขาดหายไปและต้องแสดงให้เห็นความแตกต่างของสิ่งที่เสริมขึ้นมาให้ชัดเจนแตกต่างจากของเดิม

1.5 การสร้างขึ้นใหม่ (Reconstruction) เป็นการสร้างสิ่งก่อสร้างขึ้นใหม่ทดแทนของเดิมที่ถูกทำลายไปแล้ว สิ่งก่อสร้างนั้นยังคงเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจของสังคมโดยรวม และมีผลต่อจิตใจสูง การสร้างขึ้นใหม่จึงต้องทำตามแบบเดิมโดยให้มีรายละเอียดต่าง ๆ เช่นเดียวกับของเดิมด้วยความหมายของการสร้างขึ้นใหม่ยังรวมไปถึงการสร้างเลียนแบบแม้เพียงบางส่วนของโบราณสถาน เช่น กรณีขององค์พระธาตุพนม ซึ่งหักพังลงมาอันเนื่องจากภัยธรรมชาติ เมื่อ พ.ศ. 2518 และได้สร้างขึ้นใหม่ทันทีตามรูปแบบเดิมจนเสร็จสิ้น ใน พ.ศ. 2522 เป็นต้น

ทรัพยากรทางศิลปะและวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในด้านต่างได้ ทั้งในด้านการเป็นแหล่งเรียนรู้ ประวัติศาสตร์ อารยธรรม ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม เป็นส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและเป็นส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจด้วย แนวทางในการอนุรักษ์จึงมีการผสมผสาน วัตถุประสงค์ของการอนุรักษ์คือการรักษาไว้เพื่อให้เป็นเกียรติประวัติของชาติ และแสดงถึงความสามารถของบรรพชนในอดีต การอนุรักษ์จึงมุ่งถึงความคงอยู่เป็นเรื่องสำคัญ แต่ใน

ความคิดของนานาชาติปัจจุบันเห็นว่าทรัพยากรเหล่านั้นเป็นเรื่องของการสร้างสรรค์ของมนุษยชาติ เป็นทรัพยากรที่อาจนำมาใช้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ ได้ แนวทางในการอนุรักษ์จึงมีการผสมผสาน จากวัตถุประสงค์เดิมคือมุ่งเน้นทางวิชาการ ประกอบเข้ากับการนำมาใช้งานในด้านการพักผ่อน และการท่องเที่ยว โดยมีระบบจัดการภูมิทัศน์การเผยแพร่ความรู้ รวมทั้งองค์ประกอบทางพื้นฐานของการท่องเที่ยวลงไปพร้อมกันด้วย ทั้งนี้เพื่อให้ปรับเข้าได้กับลักษณะการใช้งาน แต่ทั้งนี้ต้องเคารพ หลักฐานเดิมและไม่ขัดต่อระเบียบวิธีการในการอนุรักษ์ตามแนวทางสากล สำหรับวัฒนธรรมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ ศาสนา ประเพณี และการฉลอง ซึ่งพื้นฐานของการแสดงออก และสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเท่านั้น การแสดงออกของกลุ่มชนในเรื่องดังกล่าวเป็นไปโดยบริสุทธิ์ใจ นำเอาภูมิปัญญา ที่ตนมีผนวกกับทรัพยากรรอบข้างมาประกอบพิธีกรรมหรือการรื่นเริงนั้น โดยทุกคนมีส่วนร่วม ทำเทียมกัน แต่เมื่อรูปแบบของการดำรงชีวิตของแต่ละสังคมเปลี่ยนไปองค์ประกอบของการแสดงออก ย่อมเปลี่ยนไปด้วย คงอยู่เพียงเนื้อหาหรือเรื่องที่ต้องการแสดงออกเท่านั้น บางกลุ่มชนไม่มีความหมาย ขององค์ประกอบพิธี ทำให้ความสำคัญลดลง การอนุรักษ์จึงเป็นไปทั้งการให้คำแนะนำ ส่งเสริมให้มีการแสดงออกตามที่เคยปฏิบัติ และให้ความรู้เกี่ยวกับความหมายขององค์ประกอบดั้งเดิมเพื่อความ เป็นเอกภาพของกลุ่มเป็นสำคัญ แต่เนื่องจากการแสดงออกเป็นเรื่องที่น่าสนใจของคนกลุ่มอื่น จึงมีผล เกี่ยวกับการท่องเที่ยวสืบเนื่องตามมา ผลดังกล่าวคงก่อให้เกิดผลกระทบในการดัดแปลงการแสดงออก ทางวัฒนธรรมให้หมดคุณค่าไปด้วยเช่นกัน

2. หลักในการอนุรักษ์ แนวคิดทั่วไปของการอนุรักษ์งานทุกประเภทมาจากการศึกษา หลักฐานของการเกิดวัฒนธรรม จุดมุ่งหมาย กระบวนการ เพื่อหาความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งควรค้นพบว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงเกิดจากเหตุผลใด และแนวโน้ม การเปลี่ยนแปลงในอนาคต การอนุรักษ์มีการดำเนินการ ดังนี้

2.1 คงความเชื่อดั้งเดิม ความเชื่อถือเป็นแนวความคิดดั้งเดิมของวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับ ศาสนา ความเชื่อ ประเพณี และการเล่น การฉลอง ควรส่งเสริมให้คงความเชื่อถือดั้งเดิมไว้ หรือเผยแพร่ความเชื่อถือดั้งเดิมของงานดังกล่าวให้กว้างขวางออกไป เพื่อให้ทราบลักษณะสังคม สภาพแวดล้อมของแหล่งกำเนิดวัฒนธรรมย้อนหลัง การทำลายความเชื่อถือดั้งเดิมเป็นเสมือนการทำลายวัฒนธรรม และความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มชนออกจากกันทำให้การปฏิบัติตามที่เคยปฏิบัติกัน มาสิ้นสุดลง

2.2 คงความรู้ทางภูมิปัญญาของท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นประสบการณ์ที่สั่งสมมา เป็นเวลานานด้วยภูมิปัญญาชาวบ้านในท้องถิ่นใช้สิ่งที่อยู่รอบตัวเข้าแก้ปัญหาและเสริมสร้าง องค์ประกอบเพื่อสนองความต้องการทางร่างกายและจิตใจ การคงความรู้ดังกล่าวของท้องถิ่นไว้ จึงเป็นการยกย่องให้ชาวบ้านซึ่งเป็นเจ้าของวัฒนธรรมนั้นเป็นผู้ดำเนินการหรือเป็นผู้มีส่วนร่วมที่ สำคัญของวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่เป็นทรัพยากรในการท่องเที่ยว การดัดแปลงหรือแก้ไขเนื้อหาโดยคน

นอกเป็นการทำลายและกีดกันไม่ให้เจ้าของวัฒนธรรมเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งมักจะพบเสมอในการส่งเสริมที่มองในด้านเศรษฐกิจ ขาดความจริงใจ ขาดปฏิสัมพันธ์กับเจ้าของวัฒนธรรมโดยสิ้นเชิง รวมทั้งขาดเหตุผลของความเป็นจริงในสังคมด้วย

2.3 คงความเป็นลักษณะพิเศษของกลุ่มชนไว้ กลุ่มชนแต่ละกลุ่มมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างกัน การแสดงออกทางวัฒนธรรมที่เป็นทรัพยากรในการท่องเที่ยว มีความริสสุทธ์จริงใจตามลักษณะพิเศษนั้น การอนุรักษ์จึงควรคงความเป็นลักษณะพิเศษเหล่านี้ไว้เพื่อให้การแสดงออกเป็นไปตามธรรมชาติตรงตามความมุ่งหมายของแบบความเชื่อและค่านิยมเดิมของท้องถิ่น

2.4 เผยแพร่ลักษณะของวัฒนธรรมให้กว้างขวาง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงการแสดงออก บทเพลง บทสวด พฤติกรรมของเรื่องนั้น ๆ เพื่อไม่ให้เกิดการดูถูกทางวัฒนธรรมเกิดขึ้น ทั้งนี้เพราะการแสดงออกของวัฒนธรรมในกลุ่มชนหนึ่งซึ่งเห็นว่ามีค่าและควรปฏิบัติ อาจไม่เป็นที่ยอมรับในกลุ่มชนอีกกลุ่มหนึ่ง หากมีการเผยแพร่ให้เกิดความเข้าใจ กลุ่มผู้ที่แสดงออกในแต่ละวัฒนธรรม ย่อมมีความหวงแหนและพยายามอนุรักษ์วัฒนธรรมของตนไว้

3. การฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิธีการฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวทาง (สินชัย กระบวนแสง, 2550, หน้า 289) ได้กล่าวถึง แนวคิดในการฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมว่า การประดิษฐ์ คิดค้น และนำเอาทรัพยากรที่หาได้ในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ตอบสนองความต้องการทางร่างกายและจิตใจ เป็นภูมิปัญญาที่ทรงคุณค่าของคนแต่ละท้องถิ่น ซึ่งจะต้องผ่านการสังเกต ทดลอง ปรับปรุง สร้างสรรค์เพื่อให้เกิดประโยชน์ตามต้องการ แต่เมื่อวิธีการทางอุตสาหกรรมเข้ามามีส่วนสำคัญในกระบวนการตอบสนองทำให้ภูมิปัญญาและวิธีการแก้ปัญหาของคนในแต่ละท้องถิ่นโดยปัญญา และประสบการณ์ของท้องถิ่นนั้น ๆ ถูกกลืนเลว ขณะเดียวกันก็เกิดค่านิยมว่าการใช้หรือปฏิบัติตามวิธีการเดิมเป็นคนล้าหลังไม่ทันสมัยสมกับความจริงที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา แม้ว่าในความเป็นจริงแล้ววัฒนธรรมย่อมต้องมีการเปลี่ยนแปลงไปตามเงื่อนไขของสังคมและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปก็ตาม แต่วัฒนธรรมที่เป็นหลักในการดำรงชีวิตจะมีการเปลี่ยนแปลงน้อยกว่า แต่ก็อาจถูกกลืนเลวหรือยกเลิกกิจกรรมที่เคยทำสืบเนื่องกันมาเสียก็ได้ เนื่องจากไม่เข้าใจว่าความมุ่งหมายของกิจกรรมแต่เดิมเป็นอย่างไร สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงและยกเลิกกิจกรรมทางวัฒนธรรมเนื่องมาจากสาเหตุที่สำคัญ ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงทางสังคม สังคมไทยแต่เดิมเป็นสังคมที่พึ่งพาตนเองโดยอาศัยธรรมชาติเป็นหลัก มีลักษณะของการผลิตเพื่อยังชีพรวมทั้งแลกเปลี่ยนผลผลิตต่อกันบ้าง ระบบสังคมไม่ซับซ้อนเป็นสังคมเกษตรกรรม ทุกคนมีความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมรอบตน ทั้งได้อาศัยทรัพยากรรอบข้างประกอบกับการคิดค้น และภูมิปัญญา สร้างสิ่งประดิษฐ์ที่เป็นเครื่องมือเครื่องใช้ อาหารการกิน ยารักษาโรค เครื่องนุ่งห่ม รวมทั้งการพักผ่อนหย่อนใจตามสภาพแวดล้อมที่อยู่รอบตน

2. ความไม่เข้าใจวัฒนธรรมของชุมชน วัฒนธรรมของชุมชนเป็นสิ่งที่เกิดจากความคิดและประสบการณ์ที่สั่งสมกันเป็นเวลานาน เพื่อตอบสนองความต้องการในการยกระดับการดำรงชีวิตโดยทั่วไปแล้วมีทั้งเรื่องของการสนองความต้องการทางร่างกาย เช่น อาหารการกิน เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัย เป็นต้น กับเรื่องของการตอบสนองทางจิตใจ เช่น ความเชื่อ ประเพณีต่างๆ ศิลปะทุกแขนง และการละเล่นต่างๆ เป็นต้น วัฒนธรรมเหล่านี้สอดคล้องกับสภาพภูมิศาสตร์ การดำรงชีวิตและทรัพยากรของท้องถิ่น เป็นสิ่งที่ยึดถือกันว่าเป็นสิ่งดีงาม เมื่อสังคมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เป็นไปในการพึ่งพาซึ่งกันและกันมาเป็นสังคมที่มีการแข่งขัน เกิดการอพยพ ย้ายถิ่นฐาน มีการขยายตัวของชุมชน การเปลี่ยนแปลงการผลิตโดยใช้เทคโนโลยีเข้าช่วย รวมทั้งระบบการทำงาน การอยู่อาศัย และอาหารการกิน ทำให้วัฒนธรรมของชุมชนถูกละเลย เห็นเป็นเรื่องลำสมัย ไม่มีประโยชน์ อับอายที่จะดำรงวัฒนธรรมของตน ขณะเดียวกันการศึกษามีได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความเข้าใจ สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับสังคมโดยรวมของประเทศได้ จึงทำให้วัฒนธรรมของตนถูกละเลย ไม่มีคุณค่าสำหรับสังคมปัจจุบัน จากความไม่เข้าใจในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมของชุมชน มีผลให้เกิดการดูถูกทางวัฒนธรรมเกิดขึ้น ซึ่งมักมีต้นเหตุจากสังคมที่มีความเจริญทางเทคโนโลยีต่ำ มีลักษณะทางวัฒนธรรมที่ล้าหลังผลที่ตามมา คือ เกิดการดูถูกทางวัฒนธรรม ความไม่เท่าเทียมกันทางสังคม เกิดการแตกแยกแบ่งกลุ่ม ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาที่รุนแรงตามมา

ประเทศไทยนับว่าเป็นประเทศที่มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทางวัฒนธรรมมากที่สุดประเทศหนึ่ง โดยมีประชากรส่วนใหญ่เป็นชนเผ่าไทย มีภาษาพูดเหมือนกัน แม้จะมีความแตกต่างสำเนียงบ้างก็ตาม วัฒนธรรมที่เป็นส่วนย่อยที่มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของตนเองนั้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นหรือภูมิภาคนั้น มีความงามมีความหมายเฉพาะควรที่จะต้องฟื้นฟูขึ้นเพื่อให้สังคมของตนตระหนักถึงความเป็นมาดั้งเดิม ให้เกิดความหวงแหนและภูมิใจในวัฒนธรรมของตน รวมทั้งสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในทางเศรษฐกิจชุมชนได้ กลุ่มของวัฒนธรรมที่สามารถนำมาฟื้นฟูให้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่

1. วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับความเชื่อ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของความเชื่อในสิ่งที่เหนือธรรมชาติที่คนในสมัยหนึ่งไม่สามารถหาเหตุผลมาอธิบายได้ ทำให้เกิดความกลัว มีการปฏิบัติเพื่อเป็นการเอาใจสิ่งเหนือธรรมชาตินั้น เช่น การแห่นางแมว บุญบั้งไฟ ไหลเรือไฟ ลอยกระทง เป็นต้น

2. วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับวันสำคัญทางศาสนาที่จัดขึ้นสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น เช่น แห่เทียนพรรษา เทศน์มหาชาติ ชักพระ ตักบาตรเทโว เป็นต้น

3. วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับฤดูกาล เป็นวัฒนธรรมตามสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น เช่น แข่งเรือ วิ่งควาย ลอยกระทง เป็นต้น

4. วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการกินอยู่ เป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิต ซึ่งเป็นไปตามสภาพแวดล้อม และทรัพยากรของท้องถิ่น เช่น การจับปลาบึก อาหารท้องถิ่น เครื่องนุ่งห่ม เครื่องจักสาน เครื่องดินเผา เป็นต้น

5. วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับประวัติ ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับกับโบราณสถาน ศาสนสถาน แหล่งโบราณคดีและประวัติศาสตร์ที่มีความสำคัญต่อท้องถิ่นและประวัติศาสตร์ของประเทศ

6. วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการแสดง การแสดงทั้งที่เป็นรูปแบบของท้องถิ่นหรือเมืองหลวง เป็นสิ่งที่มีคุณค่าทั้งทางด้านศิลปะและภูมิปัญญา มีการปรับปรุงไปตามสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป อยู่เสมอจนเข้ามาสู่ยุคอุตสาหกรรมที่เทคโนโลยีมีบทบาทในสังคมมากขึ้น การแสดงจึงคลายความนิยมลงไป จนน่าเป็นห่วงว่าอาจจะไม่มีการสืบทอดในระดับพื้นบ้านต่อไป เช่น ลิเก โขน และละครประเภทต่าง ๆ เป็นต้น

วิธีการฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญที่สุดนั้นต้องมีความเข้าใจลักษณะของวัฒนธรรมและที่มาของการคิดค้นทั้งเหตุและผลอย่างถ่องแท้ ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อจนเกิดเป็นประเพณีวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา หรือวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ทั้งเจ้าของวัฒนธรรมหรือผู้มีส่วนร่วมในวัฒนธรรมนั้น มีความเข้าใจ ยินยอม การฟื้นฟูไม่ได้หมายความว่าต้องดึงระบบสังคมที่เป็นอยู่ให้ย้อนกลับไปสู่รูปเดิมแต่เป็นการรักษาและประยุกต์วัฒนธรรมให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ขณะเดียวกันก็ให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของตนในอดีตที่สืบทอดมาจนปัจจุบันด้วย รวมทั้งสามารถนำมาใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น ดังนั้นวิธีการฟื้นฟูวัฒนธรรมจึงควรทำด้วยการสร้างความเข้าใจเหตุผลความสำคัญของการสืบทอดต่อเนื่องมีการปรับปรุงขั้นตอนหรือรูปแบบให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและสังคมปัจจุบัน แต่ไม่ทิ้งเนื้อหาและเอกลักษณ์เดิม ทั้งไม่แก้ไขหรือปรับปรุงใหม่มาจนดูเหมือนสร้างขึ้นใหม่กับต้องไม่รื้อถอนหรือขัดกับความเชื่อดั้งเดิม และต้องให้เจ้าของวัฒนธรรมเป็นผู้มีส่วนร่วมหรือเห็นชอบในการฟื้นฟู ไม่ใช่เป็นการคิดแทน ทำแทน เจ้าของวัฒนธรรมเพียงฝ่ายเดียวเท่านั้น วิธีการฟื้นฟูสามารถทำได้ ดังนี้

1. ฟื้นฟูโดยการส่งเสริม เป็นการส่งเสริมให้วัฒนธรรมนั้นมีความสำคัญและสามารถนำมาใช้ประโยชน์แก่ท้องถิ่นได้ด้วย แบ่งได้ตามลักษณะกว้างๆ ดังนี้

1.1 ประเภทงานประเพณี โดยธรรมชาติของวัฒนธรรมแล้วย่อมมีการเปลี่ยนแปลงไปตามลักษณะของสังคม สิ่งแวดล้อม และวิถีชีวิต อยู่ตลอดเวลา รูปแบบของการเปลี่ยนแปลงอาจเป็นไปทางเชิงปรับให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ หรือถูกกลืนเลือนหายไปก็ได้ ดังนั้นวัฒนธรรมในส่วนที่ยังคงปฏิบัติกันอยู่ แต่ได้ปรับขั้นตอนหรือองค์ประกอบทางพิธีกรรมลง แสดงให้เห็นว่าผู้มีส่วนร่วมจำนวนมากยังคงต้องการให้คงอยู่ ส่วนใหญ่มักจะเป็นวัฒนธรรมทางศาสนา ความเชื่อ และประเพณี วัฒนธรรมประเภทนี้มีศักยภาพที่จะนำมาส่งเสริมให้มีการปฏิบัติเป็นประจำ

โดยทำตามรูปแบบเดิมหรือปรับปรุงให้เข้ากับสภาพสังคมปัจจุบันโดยผู้มีส่วนร่วมเห็นว่าไม่ก่อให้เกิดความเสียหายซึ่งอาจจะเป็นการรักษารูปแบบของประเพณีไว้แล้ว ยังสามารถนำมาใช้ประโยชน์ทางด้านการท่องเที่ยวได้อีกด้วย

1.2 ประเภทประวัติศาสตร์ ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์ทั้งที่เป็นเรื่องของท้องถิ่นหรือของชาติ เช่น เมืองโบราณ โบราณสถาน ศาสนาสถาน สถานที่ที่เคยเกิดเหตุการณ์สำคัญมักถูกทำลายถูกรื้อทำลาย เป็นส่วนมาก เนื่องจากขาดสำนึกในการมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นการเร่งให้ทรัพยากรเสื่อมสภาพเร็วยิ่งขึ้น นอกจากนี้มักถูกละเลยปล่อยให้เป็นที่รกร้าง ไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์ให้สัมพันธ์กับชุมชน ควรได้รับการส่งเสริมให้นำมาใช้ประโยชน์ทั้งทางด้านแหล่งเรียนรู้และสถานที่ท่องเที่ยว ด้วยการจัดให้มีความสะดวก ปรับปรุงภูมิทัศน์ จัดให้มีความสะดวก หรือบริการตามสมควร แก่สภาพของพื้นที่ ทั้งนี้โดยต้องคำนึงถึงลักษณะเด่นของทรัพยากรแต่ละแห่งเป็นหลัก

1.3 ประเภทที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ได้แก่ วิถีชีวิต และสภาพแวดล้อมที่สามารถใช้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ เช่น วิถีชีวิตของคนที่มีความสัมพันธ์กับช้างที่จังหวัดสุรินทร์ หรือจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้มีการส่งเสริมให้เกิดงานแสดงของช้างในรูปแบบต่าง ๆ หุ่นจำลองที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนหรือทุ่งทานตะวันที่จังหวัดลพบุรี เป็นต้น การส่งเสริมให้เกิดประโยชน์ทางด้านการท่องเที่ยวและก่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตแหล่งใหม่ ๆ ขึ้นได้

การส่งเสริมอาจมีการเผยแพร่ในวงกว้างได้ ปัจจุบันการเผยแพร่ความรู้ทุกชนิดผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ สามารถสร้างความเข้าใจเห็นภาพของแหล่งทรัพยากรและสภาพแวดล้อมได้เป็นอย่างดี การเผยแพร่อาจทำได้โดยหนังสือ แผ่นพับ วิดีทัศน์ ซีดี-รอม เว็บไซต์ ซึ่งจะได้ประโยชน์ในมุมกว้าง นอกจากนี้อาจมีการจัดการแสดงให้มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมตามประเพณีที่เคยมีอยู่แล้ว ในส่วนของการส่งเสริมที่มีส่วนสร้างความเข้าใจกิจกรรมทางวัฒนธรรมและมีประโยชน์ในด้านการเป็นแหล่งข้อมูลและแหล่งศึกษา อาจทำได้โดยการจัดตั้งองค์กร ชมรมหรือให้มีสถานศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมในการศึกษาค้นคว้า เป็นต้น

1. การฟื้นฟูโดยการศึกษาสืบทอด การฟื้นฟูที่มีความสำคัญยิ่งอย่างหนึ่ง คือ การศึกษาสืบทอด เพื่อให้เกิดความเข้าใจ ความร่วมมือ และเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมที่ตนมีส่วนร่วมก่อให้เกิดความภูมิใจในวัฒนธรรมของตน ได้แก่

2. ศึกษาให้เกิดความเข้าใจอย่างแท้จริง ความเข้าใจอย่างแท้จริงคือ การเข้าใจเหตุผล และสภาพแวดล้อมที่ก่อให้เกิดสิ่งเหล่านั้นขึ้น เช่น วัฒนธรรมทางความเชื่อที่ปฏิบัติกันมานั้นเป็นการแก้ปัญหาของชุมชนอย่างไร มีวัตถุประสงค์อย่างไร เป็นต้น ความเข้าใจอย่างแท้จริงทำให้สามารถฟื้นฟูฟื้นคืน เนื่องจากผู้มีส่วนร่วมมีความภูมิใจในภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่คิดค้นวิธีการแก้ปัญหา ไม่มีความคิดว่าสิ่งนั้นเป็นความล้าสมัยไม่ทันสมัยในสังคมปัจจุบัน

3. การศึกษาสืบทอด การสืบทอดเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้วัฒนธรรมคงอยู่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมด้านความเชื่อ ศาสนาและประเพณี ซึ่งปฏิบัติกันมาเป็นเวลาช้านาน ติดต่อกันมา และอาจลดความสำคัญลงได้บ้างนั้น ส่วนใหญ่เนื่องจากผู้มีส่วนร่วมไม่สนใจในการสืบทอด เนื่องจากเห็นว่าไม่เหมาะสมกับยุคสมัยรวมทั้งขาดความเข้าใจอย่างถ่องแท้ การศึกษาสืบทอดโดยผู้รู้ในท้องถิ่นแล้วนำมาปรับปรุงให้เกิดคุณค่า จะทำให้ผู้มีส่วนร่วมเห็นคุณค่าและร่วมมือในการฟื้นฟู

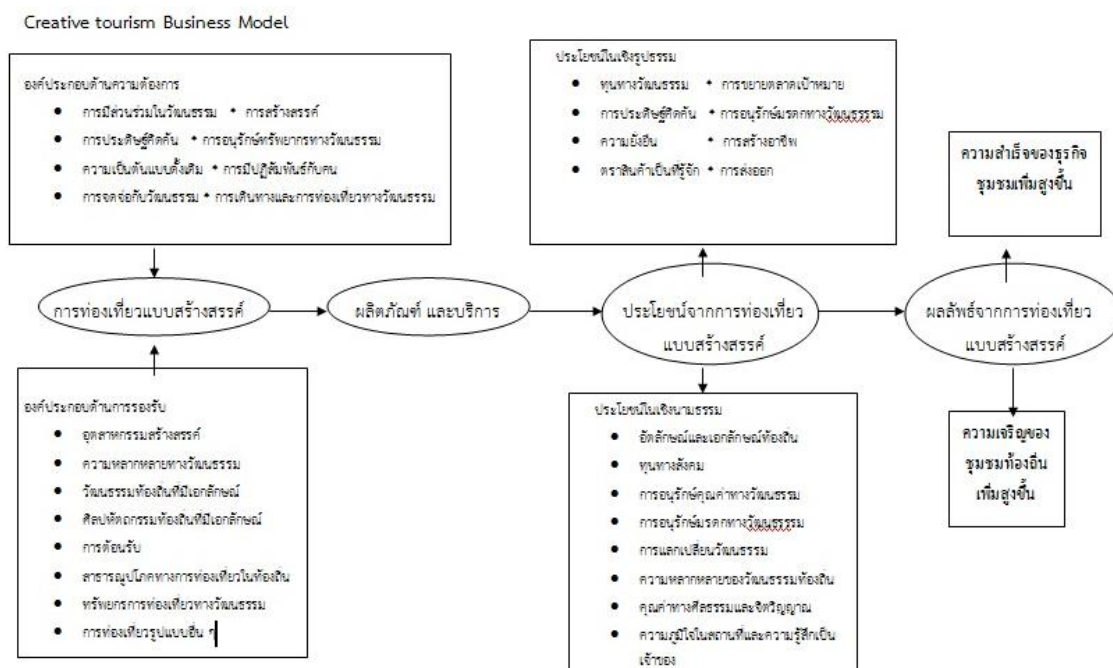
4. จัดให้มีศูนย์วัฒนธรรมหรือพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น การจัดให้มีศูนย์วัฒนธรรมและพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นก็เพื่อส่งเสริมให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นได้รับความสนใจจากผู้มีส่วนร่วมและผู้เข้าชมได้ทราบถึงความสำคัญ ความเป็นมาของวัฒนธรรมทุกแขนงของท้องถิ่น ทั้งยังช่วยกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นมีความหวงแหนอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรที่ตนมีส่วนร่วมให้เกิดประโยชน์ด้วย

5. การจัดตั้งกองทุนฟื้นฟู กองทุนฟื้นฟูมีวัตถุประสงค์ที่จะฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ควรเป็นกองทุนที่ได้รับความร่วมมือจากผู้มีส่วนร่วม เช่น การจัดกิจกรรมที่สัมพันธ์กับทรัพยากรโดยมีรายได้เข้าสู่กองทุนบางส่วนสำหรับฟื้นฟูสภาพ หรือจัดการวิธีใดวิธีหนึ่งที่เหมาะสมจากหัวข้อที่กล่าวมาแล้วข้างต้น เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อไป

จากแนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์ดังกล่าวข้างต้น จะเห็นว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์สามารถนำมาใช้ในการฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวได้เพราะวัฒนธรรมเป็นต้นทุน และเป็นแหล่งที่มาของรายได้ เมื่อชุมชนเกิดความตระหนักและรับรู้ถึงคุณค่าของวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดรายได้ จะทำให้มีการท่องเที่ยวสร้างสรรค์สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการช่วยฟื้นฟูอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น กล่าวคือเมื่อเกิดการท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่นก็จะเป็นตัวเร่งในการชักจูงใจประชาชนท้องถิ่นฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีของตนที่เสื่อมเลือนให้กลับคืนมา และพัฒนาวัฒนธรรมประเพณีที่มีอยู่ปัจจุบันให้ยิ่งใหญ่ไพโรจน์ขึ้น เพื่อเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมในขณะเดียวกันก็จะร่วมมือร่วมใจช่วยกันอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีของชุมชนท้องถิ่นอย่างพร้อมเพรียงกันด้วย ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานวัฒนธรรมจึงเป็นเครื่องมือที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในการสร้างความรัก ความหวงแหนและความภาคภูมิใจของวัฒนธรรมแก่ชุมชนท้องถิ่น เมื่อมีนักท่องเที่ยวเกิดขึ้นอันเนื่องมาจากวัฒนธรรมประเพณีของชุมชนท้องถิ่นเป็นตัวดึงดูดใจที่สำคัญ ย่อมทำให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความตระหนักในคุณค่าทางวัฒนธรรม ประเพณีของตนเองเป็นเหตุให้เกิดความรัก ความหวงแหน และความภาคภูมิใจในสิ่งที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น อันจะนำมาซึ่งความร่วมมือร่วมใจในการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีของชุมชนท้องถิ่นอย่างพร้อมเพรียงกัน เช่น มีการร่วมมือก่อตั้งชมรม อนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นในด้านต่าง ๆ เป็นต้น

การใช้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เครื่องมือในการรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ และการพัฒนานั้น พันเอก ดร.นาฬิกอติภัค แสงสนิท (2012) ผู้อำนวยการ อพท. กล่าวว่าจะต้องอยู่บนฐานคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้นคือต้องมีการสร้างสมดุลของชุมชนใน 3 ส่วน คือ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม หากมุ่งเน้นในการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากเพื่อสร้างรายได้ในระยะสั้นมากจนเกินไป อาจทำให้ละเลยการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม อาจละเลยการดูแลสุขภาพความเป็นอยู่และทำให้เสน่ห์ของชุมชนหายไป กลายเป็นการทำลายแหล่งท่องเที่ยวโดยไม่รู้ตัว แต่หากมุ่งเน้นในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมหรือศิลปวัฒนธรรมมากจนเกินไปและไม่มีการปรับตัวเพื่อเปิดรับนักท่องเที่ยวก็อาจจะทำให้ประชาชนในชุมชนขาดรายได้หรือมีรายได้ไม่เพียงพอในการยังชีพก็เป็นได้ การพัฒนาการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงทั้ง 3 ส่วน เพื่อให้ชุมชนมีความสมดุลและสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

มีผลการศึกษาของ Rossitza Ohridska-Olson and Stanislav Ivanov (2010, p.2-5) ซึ่งได้ศึกษารูปแบบการนำการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ไปประยุกต์ใช้ในประเทศบัลแกเรีย และประเทศขนาดเล็ก โดยได้พัฒนาตัวแบบจำลองธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ว่าประกอบไปด้วย องค์ประกอบสำคัญอยู่ 5 ประการ ได้แก่ (1) องค์ประกอบด้านอุปสงค์ (Demand factors) (2) องค์ประกอบด้านอุปทาน (Supply factors) (3) ประโยชน์ในเชิงรูปธรรม (Tangible benefits) (4) ประโยชน์ในเชิงนามธรรม (Intangible benefits) และ (5) ผลตอบแทนทางการเงินต่อชุมชน (Financial results for the destination) ภายใต้แบบจำลองนี้อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สามารถนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยให้ความเห็นว่า ประเด็นสำคัญประการหนึ่งในการบริโภคการท่องเที่ยว ซึ่งรวมไปถึงการท่องเที่ยวแบบสร้างสรรค์ด้วย คือการได้รับประสบการณ์ที่แท้จริง (Authentic experience) ที่แหล่งท่องเที่ยว ณ ปลายทางสามารถให้กับนักท่องเที่ยวได้ การท่องเที่ยวแบบสร้างสรรค์จำเป็นต้องมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ และยังเป็นรูปแบบหนึ่งของการพัฒนาชุมชนแบบสร้างสรรค์ด้วยการกระตุ้นอุตสาหกรรมแบบสร้างสรรค์จากภายนอก และทำให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้นมากกว่าประโยชน์จากการท่องเที่ยวเองอีกด้วย แบบจำลองธุรกิจการท่องเที่ยวแบบสร้างสรรค์ดังแสดงในภาพที่ 2.7



ภาพที่ 2.7 แสดงแบบจำลองธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ที่มา : Ohridska-Olson, 2010, p.3

จากภาพที่ 2.7 โรสสิตา โอริดสกา โอลสัน และสแตนนิสเลฟ อีวานอฟ (Rossitza Ohridska-Olson and Stanislav Ivanov, 2010) ทำการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการประยุกต์ใช้ในบัลแกเรีย ซึ่งวัตถุประสงค์ของการศึกษาค้างนี้ เพื่อวิเคราะห์กรอบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งแตกต่างจากหลักสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกจากนี้ได้มีการวิเคราะห์รูปแบบของธุรกิจที่สามารถประยุกต์ใช้กับเมืองขนาดเล็ก และเมืองอื่นๆ ที่อยู่ในประเทศบัลแกเรีย ผ่านการใช้ความคิดสร้างสรรค์และการศึกษาศักยภาพมรดกทางวัฒนธรรม จากการศึกษาดังกล่าวสามารถชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน และนำประโยชน์มาสู่ประเทศได้ สอดคล้องกับเจเน็ต และซินด์ (Jeanette D Snowball and Sinead Courtney, 2010, p. 567) ซึ่งกล่าวว่า การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นสามารถเข้ามาดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นการให้บริการที่พัก การจำหน่ายของที่ระลึกพื้นเมือง หรือการขายอาหารท้องถิ่น หรือจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ กระตุ้นให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน ด้วยการนำวัฒนธรรมเป็นมาเป็นฐานมุ่งหวังที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยวอันจะนำมาซึ่งผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสร้างรายได้ในส่วนของการอนุรักษ์ การนำวัฒนธรรม หรือโบราณสถานที่ยังไม่เป็นที่รู้จักมาใช้ในการท่องเที่ยว

โดยเชื่อมโยงกับเส้นทางการท่องเที่ยวหลัก จะมีผลทำให้โบราณสถานนั้นได้รับความสนใจในแง่ของการอนุรักษ์และพัฒนา

จากแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะเห็นว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง โดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่ หรือเจ้าของวัฒนธรรม ประเด็นสำคัญของการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องมีคุณสมบัติทั้งในเชิงพื้นที่และเชิงกระบวนการในเชิงพื้นที่ กิจกรรมนั้น ๆ จะต้องมีความหลากหลาย และโดดเด่นทางวัฒนธรรมหรือธรรมชาติ และชุมชนในฐานะเจ้าของวัฒนธรรมจะต้องมีความตระหนักในศักยภาพดังกล่าว ในเชิงกระบวนการกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องนำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม เปิดโอกาสให้มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการนำไปสู่การทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ท่องเที่ยว และด้วยทิศทางนี้ จะนำไปสู่การรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนา

แนวคิดเกี่ยวกับประเพณีสงกรานต์

ประเพณีสงกรานต์

ส.พลายน้อย (2547) ได้กล่าวถึงประเพณีสงกรานต์ ทั้งในด้านตำนาน ปราภาตสงกรานต์ การเริ่มทำปฏิทิน และประเพณีความเชื่อในหนังสือ “ตรุษสงกรานต์ ประมวลความเป็นมาของปีใหม่ไทยในสมัยต่าง ๆ ไว้ ดังนี้

1. ตำนานประเพณีสงกรานต์ การนับวันเดือนปีของไทยมีหลายแบบ แรกเริ่มทีเดียวไทยนับเดือนอ้ายเป็นต้นปี พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงอธิบายว่า “คนโบราณนับเอาข้างแรมเป็นต้นเดือนเขานับเดือนอ้ายตั้งแต่แรมค่ำ” เมื่อเป็นเช่นนี้วันสิ้นเดือนก็ตรงกับวันขึ้น 15 ค่ำ และวันสิ้นปีก็จะตรงกับวันเพ็ญเดือน 12 วันขึ้นปีใหม่ (ชวด ฉลู ขาล ฯลฯ) ก็จะต้องเป็นวันแรม 1 ค่ำ เดือนอายนั่นเอง (ในปัจจุบันนี้ปฏิทินก็ขึ้นปีใหม่ตามปักษ์ตรในเดือนอ้าย แต่ถือเอาวันขึ้น 1 ค่ำ เดือนอ้ายเป็นวันขึ้นปีนักษัตรใหม่ เช่น กำหนดว่าวันขึ้น 1 ค่ำ เดือนอ้าย ตรงกับวันที่ 14 ธันวาคม 2536 เป็นวันขึ้นปีจอ เป็นต้น)

ครั้นต่อมาไทยเปลี่ยนการนับปีตามแบบจุลศักราช ซึ่งตามตำนานกล่าวว่า จุลศักราชเริ่มต้นใช้เมื่อรุ่งเช้าวันอาทิตย์ ขึ้น 1 ค่ำ เดือน 5 ปีกุน เอกศก ตรงกับพุทธศักราช 1182 ฉะนั้นวันขึ้นปีใหม่ตามแบบจุลศักราชจึงถือเอาวันขึ้น 1 ค่ำ เดือน 5 ของทุกปีเป็นวันขึ้นต้นปีนักษัตรใหม่ เช่น เปลี่ยนจากปีวอกเป็นปีระกา เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้เกิดความยุ่งยากในสมัยต่อมา พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ทรงพระราชนิพนธ์ไว้ในหนังสือพระราชพิธีสิบสองเดือนตอนหนึ่งว่า “เพราะเหตุที่ชื่อปีเปลี่ยนเอาต้นเดือนห้าเป็นประมาณเพื่อให้จำง่ายหรือเป็นของนับกันมา

เก่าแก่ก่อนที่จะใช้ศักราชซึ่งตัดเอาพระอาทิตย์ขึ้นราศีเมษเป็นเปลี่ยนปี อันเลื่อนไปเลื่อนมาไม่ใคร่คงที่ เพราะสงกรานต์คือเปลี่ยนศักราชนับตามสุริยคติ ปี เดือน นับตามจันทรคติคลาดเคลื่อนกัน จึงต้องเป็นปีใหม่สองหนต่อมา”

ที่ว่าเป็นปีใหม่สองหนนั้น ก็เพราะหนแรกเปลี่ยนปีนักษัตร (ชวด ฉลู ฯลฯ ดูเรื่องพิสดารในหนังสือ “สิบสองนักษัตร” ของผู้เขียน) ในวันขึ้น 1 ค่ำ เดือน 5 ดังกล่าวแล้วหนหนึ่ง ครั้นเมื่อดวงอาทิตย์ ยกขึ้นสู่ราศีเมษแล้ว ซึ่งเรียกกันว่าวันมหาสงกรานต์ ในปัจจุบันอยู่ในราววันที่ 13 เมษายน และหลังจากนั้น 2 วันก็เป็นวันเถลิงศกเปลี่ยนจุลศักราชใหม่ ซึ่งจะสังเกตได้จากประกาศสงกรานต์หรือปฏิทินแบบเก่า เช่น เมื่อปีวอก พ.ศ. 2535 ในปฏิทินบอกไว้ว่า “ปีวอกยังเป็นตรีศก จุลศักราช 1353 ไปจนถึงวันที่ 14 เมษายน 2535” และจะไปเปลี่ยนเป็น “ปีวอก จัตวาศก จุลศักราช 1354 ตั้งแต่วันที่ 15 เมษายน 2535” แสดงว่าการนับปีแบบจุลศักราชนั้นเปลี่ยนปีนักษัตรก่อน ส่วนปีจุลศักราชเปลี่ยนภายหลังวันสงกรานต์

ดังนั้นจะเห็นว่าในปีนักษัตรเดียวกันก็อาจไม่ได้อยู่ในปีจุลศักราชเดียวกัน คือ เหลื่อมกันอยู่ระยะหนึ่งตามที่กล่าวมาข้างต้นนั้นก็ได้ เป็นความยุ่งยากอย่างหนึ่งของผู้ที่ไม่มีปฏิทินจะตรวจสอบ และตามพระราชนิพนธ์ที่กล่าวมาข้างต้นว่า “พระอาทิตย์ขึ้นราศีเมษเป็นเปลี่ยนปี อันเลื่อนไปเลื่อนมาไม่ใคร่คงที่” นั้นเป็นความจริง เพราะได้ตรวจดูตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 เป็นต้นมา วันมหาสงกรานต์ก็ไม่ค่อยตรงกัน เช่น ในปี พ.ศ. 2400 วันมหาสงกรานต์ตรงกับวันที่ 11 เมษายน ปี พ.ศ. 2402 วันมหาสงกรานต์ตรงกับวันที่ 12 เมษายน ปี พ.ศ. 2404 วันมหาสงกรานต์ตรงกับวันที่ 11 เมษายน ดังนั้นจะเห็นว่าวันสงกรานต์ไม่แน่นอน และยังตรวจสอบสูงขึ้นไปอีก เช่น ที่กล่าวไว้ในพระราชพงศาวดารว่ากรุงศรีอยุธยาแตก “ณ วันอังคาร ขึ้น 9 ค่ำ เดือน 5 วันเนาสงกรานต์วันกลาง” วันกรุงแตกนี้นักประวัติศาสตร์เห็นพ้องต้องกันว่าตรงกับวันที่ 7 เมษายน ฉะนั้นวันสงกรานต์ตรงกับวันที่ 6 เมษายน และวันเถลิงศกเป็นวันที่ 8 เมษายน (ขึ้นจุลศักราชใหม่)

ในสมัยโบราณใครต้องคำนวณหาวันสงกรานต์ล่วงหน้าทุกปี เพื่อประกาศให้ประชาชนทราบ ต่อมาทางราชการเห็นว่าวันสงกรานต์มักจะตกอยู่ระหว่างวันที่ 12 หรือ 13 เมษายน จึงได้กำหนดว่าวันที่ 13 เมษายน เป็นวันสงกรานต์แน่นอน เพื่อสะดวกในการกำหนดวันหยุดราชการ

ในปัจจุบันเมื่อกล่าวถึงคำว่า “สงกรานต์” ก็เข้าใจกันว่าหมายถึงวันสงกรานต์ วันที่ 13 เมษายน แต่ตามความจริงในสมัยที่ขึ้นปีใหม่ในเดือนอ้ายก็เคยใช้มาก่อนแล้ว เช่น ในศิลาจารึกอักษรขอมที่ปราสาทวัดพนมวัน จังหวัดนครราชสีมา จารึกไว้เมื่อมหาศักราช 1004 (พ.ศ. 1625) คำว่า “สงกรานต์” เป็นภาษาสันสกฤต แปลว่า การย่างขึ้น หมายถึง ดวงอาทิตย์ย่างขึ้นสู่ราศีหนึ่ง ก็เรียกว่าวันสงกรานต์ แต่ถ้าดวงอาทิตย์ย้ายจากราศีมีนขึ้นสู่ราศีเมษ เป็นการขึ้นปีใหม่ก็มีชื่อเรียกเป็นพิเศษว่า “มหาสงกรานต์” เนื่องจากคำว่า “สงกรานต์” มีความหมายดังกล่าวนั่นเอง ในบางถิ่นของอินเดียจึงมีสงกรานต์แทบทุกเดือน เช่น ในปัญจาบมีสงกรานต์เดือนไพศายะ ซึ่งเป็นเดือนที่สองของปี (นับเดือน

5 เป็นต้นไป) หรือในอินเดียมีมกรสงกรานต์ ซึ่งตรงกับเดือนมกราคม (ราววันที่ 12-13 มกราคม) ถือกันว่าเป็นวันเริ่มต้นกลางวันของเทวดาและเริ่มต้นกลางคืนของปีศาจ มกรสงกรานต์นี้บางทีก็เรียกว่า ดิลสงกรานต์ คือ วันงา เพราะในวันนี้เขาเอางามาบาดทาตัวบูชาไฟและให้พราหมณ์ ในเรื่องนักขัตฤกษ์ของชาวฮินดูกล่าวว่า “ในนักขัตฤกษ์มกรสงกรานต์นี้ ชาวฮินดูทั้งหลายอาบน้ำชำระกายพร้อมด้วยพวกพราหมณ์ และเอาเมล็ดงามาถั่วตัวเชื้อเชิญพวกพราหมณ์มาเอาไม้ธูปธูปไปด้วยเมล็ดงาและของสิ่งอื่น ๆ มอบให้แก่พราหมณ์นั้น ชาวฮินดูทั้งหลายนุ่งห่มผ้าใหม่ และตกแต่งเครื่องประดับแล้วเอาเมล็ดงาคลุกกับน้ำตาลทรายจ่ายแจกกัน”

ทางตอนใต้ของภูเขาหิมาลัยเมื่อมีสงกรานต์ (มีนาคม-เมษายน) มีการเอาข้าวมาล้อมสี่ เช่น สรวงภูตปีศาจ มีสงกรานต์ทำในระยะเวลาอันใกล้เคียงกับสงกรานต์ของไทยที่กล่าวมาทั้งหมดนั้นเพื่อเป็นตัวอย่างให้เห็นว่า คำ “สงกรานต์” หมายถึง การเคลื่อนย้ายของดวงอาทิตย์จากราศีหนึ่งไปอีกราศีหนึ่ง เรียกว่า สงกรานต์เดือน ส่วนตำนานมหาสงกรานต์ที่ทราบกันแพร่หลายในเมืองไทยเป็นตำนานที่พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดให้จารึกไว้ที่วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (จารึกไว้ในแผ่นศิลารวม 7 แผ่น ติดไว้ที่คอสองในศาลาล้อมพระมณฑปทิศเหนือ ในปัจจุบันบางแผ่นหายไป) จะขอคัดมาเพื่อประกอบการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. “เรื่องมหาสงกรานต์นี้ มีพระบาลีฝ่ายรามัญว่าเมื่อต้นภัทรกับอันนี้ มีเศรษฐีคน 1 หาบุตรมิได้ อยู่บ้านใกล้กับนักเลงสุรา นักเลงสุรานั้นมีบุตร 2 คน มีผิวเนื้อดุจทอง วันหนึ่งนักเลงสุรานั้นเข้าไปสู่บ้านเศรษฐี กล่าวคำหยาบเข้าแก่เศรษฐีต่างๆ เศรษฐีได้ฟังจึงกล่าวว่า เรามีสมบัติเป็นอันมากไหนท่านจึงหมิ่นเรา นักเลงสุราจึงกล่าวว่า ท่านมีสมบัติมากก็จริงแต่หาบุตรไม่ ถ้าท่านถึงแก่ความตายแล้วสมบัติก็จะเสื่อมสูญเปล่า เรามีบุตรชาย 2 คน มีผิวพรรณดุจทอง เห็นว่าประเสริฐกว่าท่าน เศรษฐีได้ฟังก็มีความละอาย จึงบวงสรวงแก่พระจันทร์ พระอาทิตย์ตั้งอธิษฐานขอบุตรถึง 3 ปี ก็ได้บุตร

2. แผ่น 2 ว่า เมื่อเศรษฐีขอบุตรแก่พระจันทร์ พระอาทิตย์มิได้แล้ว วันหนึ่งเป็นคืนจันทร์ฤดูเจตมาศ คนทั้งหลายเล่นนักขัตฤกษ์ต้นปีใหม่ชมพุ่มพุ่ม คือ พระอาทิตย์ก็จากราศีมีนประเวศสู่เมษราศีโลกสมมติว่า วันมหาสงกรานต์ ขณะนั้นเศรษฐีจึงรีบพาบริวารไปยังต้นไทรริมฝั่งน้ำอันเป็นที่อยู่แห่งปักษีชาติทั้งหลาย จึงเอาข้าวสารล้างน้ำ 7 ครั้ง แล้วหุงขึ้นบูชารุกขพระไทรพร้อมด้วยสุบพยุชนาหารพระโคมดุริยางคดนตรี ตั้งอธิษฐานขอบุตรแก่รุกขพระไทรๆ ก็มีความกรุณาเหาะไปขอบุตรแก่พระอินทร์ เพื่อจะให้แก่เศรษฐี

3. แผ่น 3 ว่ารุกขพระไทรขอบุตรแก่พระอินทร์ๆ จึงให้ธรรมบาลเทวบุตรลงมาปฏิสนธิในครรภ์ภรรยาเศรษฐี ครั้นถ้วนไตรมาสก็คลอดจากครรภ์ บิดามารดาให้ชื่อ ธรรมบุตรกุมาร แล้วจึงปลูกปราสาท 7 ชั้น ให้กุมารอยู่ที่ใต้ต้นไทรริมฝั่งน้ำนั้น ครั้นกุมารเจริญขึ้นก็รู้ภาษานกแล้วเรียนไตรเพทจบเมื่ออายุ 7 ขวบ ก็ได้เป็นอาจารย์บอกมงคลการต่างๆ แก่มนุษย์ทั้งปวงชาวชมพุ่มพุ่ม ขณะนั้นโลกทั้งหลายนับถือท้าวมหาพรหม และกบิลพรหมองค์ 1 ได้สำแดงแก่มนุษย์ทั้งปวง

4. แผ่น 4 ว่า เมื่อกบิลพรหมแจ้งเหตุขึ้น จึงลงมาถามปัญหา 3 ข้อแก่ธรรมาบาลกุมารว่า ถ้าท่านแก้ได้เราจะตัดศีรษะเราบูชาท่านเสีย ธรรมาบาลกุมารขอผิด 7 วันกบิลพรหมก็ไปยังพรหมโลก ฝ่ายธรรมาบาลกุมารพิจารณาปัญหานั้นล่องไปได้ 6 วันแล้วยังไม่เห็นอุบาย จึงคิดว่าวันพรุ่งนี้เราจะตาย ด้วยอาชญาทำวกบิลพรหมนั้นหาต้องการไม่ จะจำหนึ่ไปซุกซ่อนตายเสียดีกว่า คิดแล้วก็ลงจากปราสาทเที่ยวไปนอนอยู่ใต้ต้นตาลสองต้นมีนกอินทรีสองตัวผิวเมียทำรังนกอยู่บนต้นตาลนั้น

5. แผ่น 5 ว่านางนกอินทรีเมียจึงถามว่าพรุ่งนี้เราจะไปหาอาหารที่ไหน นกอินทรีตัวตอบว่า พรุ่งนี้ครบ 7 วันที่ทำวกบิลพรหมถามปัญหาธรรมาบาลกุมาร ธรรมาบาลแก้ไม่ได้ ทำวกบิลพรหมจะตัดศีรษะเสีย เราจะได้กินเนื้อมนุษย์เป็นอาหาร นางนกอินทรีเมียถามว่าเจ้ารู้จักปัญหานั้นหรือไม่ นกอินทรีตัวตอบว่ารู้ แล้วก็เล่าให้นกอินทรีตัวเมียฟังแต่ต้นจนปลายว่า ข้อหนึ่งเวลาเช้าศรีอยู่ที่หน้ามนุษย์ทั้งหลายจึงเอนน้ำล้างหน้า ข้อหนึ่งเวลาเที่ยงศรีอยู่ที่อก มนุษย์ทั้งหลายจึงเอนเครื่องหอมประพรมที่อก ข้อหนึ่งเวลาอัสดงศรีอยู่ที่เท้า มนุษย์ทั้งหลายจึงเอนน้ำล้างเท้า ธรรมาบาลกุมารนอนอยู่ที่ใต้ต้นไม้ไผ่ยืนก็จำได้ มีความโสมนัสเป็นอันมากจึงกลับมาสู่เรือนของตน

6. แผ่น 6 ว่าครั้นวารเป็นคารบ 7 ทำวกบิลพรหมจึงลงมาถามปัญหา 3 ข้อแก่พระธรรมาบาลกุมาร ก็วิเศษนาปัญหาตามนกอินทรีกล่าวนั้น ทำวกบิลพรหมก็ตรัสเรียกเทวดาทั้ง 7 อันเป็นบริวาริกาพระอินทร์ คือ นางทงษ 1 นางรากษส 1 นางโคระ 1 นางมณฑากิณี 1 นางมณฑา 1 นางมิศระ นางมโหธร 1 อันโลกสมมติว่าเป็นองค์มหาสงกรานต์กับเทพบรรพชั้มาพร้อมกันแล้ว ทำวกบิลพรหมก็บอกว่าพระเศียรเรานี้จะตัดออกบูชาธรรมาบาลกุมารบัดนี้ ถ้าจะตั้งไว้ยังแผ่นดินก็เป็นไฟไหม้ทั่วโลกธาตุ ถ้าจะทิ้งขึ้นไปบนอากาศฝนก็จะแล้ง ถ้าจะทิ้งไปในมหาสมุทรน้ำก็จะแห้ง เจ้าทั้ง 7 จงเอาพานมารับเศียรบิดา แล้วทำวกบิลพรหมก็ตัดพระเศียรส่งให้นางทงษบุตรผู้ใหญ่ ในขณะนั้นโลกธาตุก็เกิดโกลาหลยั้งนัก

7. แผ่น 7 ว่าเมื่อนางทงษมหาสงกรานต์เอาพานมารับพระเศียรทำวกบิลพรหมบิดาแล้วให้เทพบรรพชั้แห่ประทักษิณเวียนรอบเขาพระสุเมรุราชแล้วก็เชิญเข้าประดิษฐานในมณฑป ณ ถ้ำคันธฤดี เขาไกรลาส กระทำบูชาด้วยเครื่องทิพต่าง ๆ แล้วพระเวศกรรมกัณณมิติโรงแล้วด้วยแก้ว 7 ประการ ชื่อภักควดีให้เทพดาและนางฟ้านั่งแล้วเทพดาก็นำมาซึ่งเถาฉนุมนาตลงล่างน้ำในโนดาตสระ 7 ครั้ง แล้วแจกกันสังเวททุกๆพระองค์ ครั้นถึงวารกำหนดครบ 365 วัน โลกสมมติว่าปี 1 เป็นวันสงกรานต์ นางเทวดาทั้ง 7 องค์ ก็ทรงเทพพาหนะต่าง ๆ ผลัดเวรกันมาเชิญพระเศียรทำวกบิลพรหมออกแห่กับด้วยเทพบรรพชั้แสนโกฏิประทักษิณเขาพระสุเมรุราชบรรพตทุกปีแล้วก็กลับไปเทวโลก

ตำนานมาสงกรานต์ข้างต้นนั้น จะเป็นของมอญเองหรือได้มาจากที่อื่นอีกต่อหนึ่งก็ไม่ทราบ พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ทรงพระราชวิจารณ์ว่าไม่มีเค้ามูลอันใด “ถ้าเป็นเรื่องสัพเพเหระเช่นนี้ก็มักจะใช้เปรียญมอญ เปรียญลาว เปรียญเขมร ครั้งหนึ่งเปรียญรามัญถวายเทศน์เรื่องสุวรรณเศียร เรียกชื่อว่าสุวรรณเขียน ท่านก็ทรงล้อเรื่องหนังสือรามัญเป็นเขียนไปทั้งนั้นว่าที่สุด

จนเรื่องเงาะกับนางรจนาก็มีในบาลีฝ่ายรามัญเช่นนี้ ก็ได้ถวายเทศน์ในท้องพระโรงเหมือนกัน แต่ไม่ทรงเชื่อถืออันใด เป็นเหมือนหมาเล่นิทาน แล้วด่ารัสลอๆ เล่น คำที่ว่ารามัญท้ายคำบาลีนั้น ถ้าจะแปลตามสำนวนทุกวันนี้ก็ตรงกับคำซึ่งเถอะ ซึ่งโปรดให้ไปเขียนไว้ที่ตามศาลาข้างหลังวัด ก็เพราะทรงเห็นว่าเป็นเรื่องที่คนรู้ซึมทราบทั่วถึงกัน พอจะได้ไปอ่านเอออออกันให้เป็นที่สนุกรื่นเริงของผู้ที่ไปมาเที่ยวเตร่ในวัดเท่านั้น”

ดังนี้แสดงว่านิทานทำนองนี้ได้มีเล่ากันมาช้านานแล้ว แต่รามัญเอาไปเขียนขึ้น จึงเป็นพระบาลีฝ่ายรามัญไป อนึ่งเป็นสิ่งที่น่าสังเกตว่าในตำนานของพม่าก็มีเรื่องทำนองนี้เช่นเดียวกัน แต่มีอะไรบางอย่างต่างออกไปบ้าง บางทีพม่าอาจเอาไปจากมอญก็ได้ เพราะประเพณีพม่ารับไปจากมอญเป็นส่วนมาก จะขอนำมาเล่าเป็นการเปรียบเทียบ ดังนี้ (ชื่อเขียนตามฉบับภาษาอังกฤษ อาจออกเสียงเพี้ยนไปจากภาษาพม่าบ้าง)

ครั้นหนึ่งสักยามินเกิดโต้เถียงกับอสิพรหมถึงเรื่องสัปดาหหนึ่งมีกวัน ข้างสักยามินว่ามีเจ็ดวัน ส่วนอสิพรหมว่ามีแปดวัน เมื่อถกเถียงไม่ตกลงกัน ก็พากันลงมาให้หมอดูกะวาลาเมียงตัดสิน โดยมีสัญญาว่าถ้าฝ่ายใดแพ้ ฝ่ายนั้นจะต้องถูกตัดศีรษะ เมื่อทำสัญญากันแล้วก็ให้กะวาลาเมียงตัดสินว่าใครถูกใครผิด ปรากฏว่าสักยามินเป็นฝ่ายชนะ สักยามินก็บันดาลสายฟ้าตัดศีรษะอสิพรหมขาดและสักยามินรับจับศีรษะอสิพรหมถือไว้ไม่ยอมปล่อยให้หล่นลงบนพื้นดินเพราะจะทำให้ทุกสิ่งบนโลกมนุษย์มอดไหม้ไปในไม่กันาที และถ้าโยนขึ้นไปในอากาศเบื้องบนฝนก็จะแล้ง ถ้าทิ้งลงในมหาสมุทรน้ำในมหาสมุทรและลำคลองก็จะแห้ง ทั้งนี้ก็เนื่องจากศีรษะของอสิพรหมร้อนจัด ผู้ที่จะถือศีรษะไว้ได้ต้องเป็นเทวดาเท่านั้น

อย่างไรก็ตามสักยามินไม่อาจปล่อยให้อสิพรหมตายได้จะต้องช่วยชีวิตไว้ สักยามินจึงส่งพระขรรค์ทองของพระองค์ให้หมอดูแล้วสั่งให้ไปทางทิศเหนือให้ตัดเอาหัวของสัตว์ตัวแรกที่พบมาหมอดูถือพระขรรค์ไปพบข้างเป็นตัวแรกที่ตัดหัวมา สักยามินจึงเอาหัวข้างมาต่อเข้ากับร่างของอสิพรหม ตั้งแต่นั้นอสิพรหมก็มีศีรษะเป็นข้างเรียกชื่อใหม่ว่า มหาเปนเน

เมื่อสักยามินได้ชุบชีวิตอสิพรหมขึ้นมาแล้ว ก็หาผู้ที่จะมาถือศีรษะของอสิพรหมแทนสักยามิน จึงตรัสเรียกเทพธิดาเจ็ดนางลงมายังโลกมนุษย์ มอบหน้าที่ให้เทพธิดาเหล่านั้นผลัดเปลี่ยนกันรักษาศีรษะของอสิพรหมนางละปีด้วยเหตุนี้พอถึงวาระที่จะขึ้นปีใหม่ เทพธิดาองค์เก่าก็จะมอบศีรษะอสิพรหมให้นางเทพธิดาใหม่มารับหน้าที่ถือแทนต่อไป เวียนกันจนครบ 7 นาง

ตามเรื่องที่เล่ามานี้จะเห็นว่าตำนานของพม่ามีอะไรปน ๆ กันอยู่บางตอนคล้ายประวัติพระคเณศ ในหนังสือบางเล่มเล่าว่า สักยามินหรือพระอินทร์ กับอสิพรหม โต้เถียงกันถึงปัญหาในพระพุทธศาสนา ไม่สามารถตกลงกันได้ จึงให้กะวาลาเมียงหรือกะลาไมเองเป็นผู้ตัดสิน มีข้อตกลงพินันตัดศีรษะแบบเดียวกัน และอสิพรหมแพ้ถูกตัดศีรษะ ต้องให้นางฟ้าเจ็ดนางผลัดเปลี่ยนกันมาถือศีรษะปีละคน

และให้เปลี่ยนในวันปีใหม่ ก่อนจะเปลี่ยนเวอร์ให้เอาศิระขอสิพรหมไปสร่งน้ำเสียก่อน จึงได้เกิดมีประเพณีสร่งน้ำหรือเล่นสาดน้ำในวันสงกรานต์ขึ้น

ตำนานสงกรานต์ที่เล่ามาข้างต้นนั้นมีเค้าเรื่องคล้าย ๆ กันอยู่บ้าง แต่มีเรื่องของไทยสิบสองปันนาเล่าแปลกออกไป คือ เขาเล่าว่านานมาแล้วมียักษ์ตนหนึ่งได้สั่งให้หมู่บ้านต่าง ๆ ส่งสาวสวยให้ตนทุกปี ถ้าไม่ยอมส่งยักษ์จะทำลายหมู่บ้านนั้นเสีย ใกล้กับแม่น้ำล้านช้างมีสาวงามนางหนึ่งชื่อยูยาง หล่อนจะต้องถูกส่งให้แก่งยักษ์ แต่หล่อนก็ไม่เกรงกลัว เมื่อไปอยู่กับยักษ์ก็ปรนนิบัติยักษ์อย่างดี วันหนึ่งนางได้มอมเหล่ายักษ์ แล้วลวงถามความลับว่าเมื่ออาวรุตต่าง ๆ ไม่อาจทำร้ายยักษ์ได้ แล้วยักษ์จะตายได้อย่างไร ยักษ์กำลังเมาก็ขยายความลับให้ฟังว่ามีสิ่งเดียวเท่านั้นที่จะทำให้ตายได้ คือ ใช้ผมบนหัวของยักษ์เพียงเส้นเดียวพันรอบคอกก็ตาย พอยักษ์หลับยูยางก็ดึงผมยักษ์ออกมาพันรอบคอกยักษ์ คอยักษ์ก็ขาด พอหัวยักษ์หล่นลงพื้นก็กลายเป็นลูกไฟ ไหม้กระจายออกไป ยูยางตัดสินใจหนีหัวยักษ์ ยกชูขึ้นไฟก็ดับ แต่กลับมีเลือดไหลออกมาจากหัวยักษ์เประเฉือนไปหมด พวกชาวบ้านเห็นเช่นนั้นก็ช่วยกันเอาน้ำสาดล้างเลือดให้ยูยาง ทำให้นางดูสดสวยขึ้นอีก

เขาวาดังแต่นั้นเป็นต้นมาก็กำหนดเอวันนั้นเป็นวันสาดน้ำประจำปี ซึ่งตรงกับวันขึ้นปีใหม่หรือวันสงกรานต์ นิทานของสิบสองปันนาคงประสงคจะเล่าถึงเหตุที่มีการสาดน้ำในวันสงกรานต์เท่านั้น ยังมีตำนานของไทยลื้ออีกเรื่องหนึ่งคล้าย ๆ กับที่เล่ามาแล้ว ตำนานไทยลื้อเล่าว่ามีพระพรหมองค์หนึ่งมีธิดาอยู่ 12 นาง ต่อมาพระพรหมองค์นี้ถูกตัดเศียรขาด ตามเรื่องไม่บอกว่าเพราะเหตุใดเศียรของพระพรหมองค์นี้มีฤทธิ์เช่นเดียวกับเศียรท้าวกบิลพรหม คือ ตกบนแผ่นดินก็เป็นไฟ ตกในทะเลน้ำก็แห้ง ที่นี้ก็ร้อนถึงนางทั้ง 12 นั้น ต้องมีหน้าที่เชิญพานรับเศียรของบิดา นางละปีเวียนกันไป

เรื่องการเชิญพระเศียรของไทยลื้อผิดกับของมอญ เพราะมอญกำหนดว่า ถ้าปีใดพระอาทิตย์ยกขึ้นสู่ราศีเมษตรงกับวันอาทิตย์เป็นหน้าที่ของนางทุงชะ เวียนกันไปจนครบ 7 วัน แต่ของไทยลื้อมีถึง 12 นาง จะกำหนดอย่างนั้นไม่ได้ เขาถึงต้องกำหนดไว้ตามลำดับปี คือ อยู่ตรงกับปีใดคนปีนั้นก็ต้องเป็นคนเชิญดังนี้ เป็นต้น

นางทั้ง 12 ของไทยลื้อนั้น เขากำหนดให้นั่งบนหลังสัตว์ต่าง ๆ กัน คือ ให้อยู่บนหลังหนู วัว เสือ กระต่าย พญานาค งูเล็ก ม้า แพะ ลิง ไก่ สุนัข หมู ซึ่งตรงกับปีสิบสองนักษัตรของไทย

ประกาศสงกรานต์

คนแต่ก่อนไม่อาจรู้วันสงกรานต์ล่วงหน้า ๆ เพราะไม่มีปฏิทินให้ดู ต้องรอให้ใครคำนวณหาวันสงกรานต์แล้วประกาศให้ทราบเป็นปี ๆ ไป ทั้งนี้ก็เพราะวันสงกรานต์ไม่แน่นอนดังได้กล่าวมาแล้วในตอนต้น สิ่งที่คนโบราณอยากดูอยากรู้กันมาก คือ รูปร่างสงกรานต์ เพราะรูปร่างสงกรานต์เป็นเครื่องบอกเหตุการณ์อันเป็นความเชื่ออย่างหนึ่งในสมัยนั้น

นางสงกรานต์ทั้ง 7 มีตำรากำหนดลักษณะการแต่งกายไว้อย่างละเอียด เช่น ดอกไม้ที่ใช้ทัดหู เครื่องประดับ ภัักษาหาร อาวุธ และพาหนะ นอกจากนี้ยังกำหนดไว้แน่นอนว่าวันสงกรานต์ตรงกับวันอะไร นางสงกรานต์จะต้องชื่ออะไร ได้จัดระเบียบไว้ ดังนี้

วันอาทิตย์ นางสงกรานต์ชื่อนางทงษะ ทัดดอกทับทิม เครื่องประดับปัทมราค (ปัทมราชพลอยสีแดงทับทิม) ภัักษาหารผลมะเดื่อ อาวุธขวากจักร ช้ายสังข์ พาหนะครุฑ

วันจันทร์ นางสงกรานต์ชื่อนางโคระคะ ทัดดอกปีป เครื่องประดับมุกดา ภัักษาหารน้ำมัน อาวุธขวาพระขรรค์ ช้ายไม้เท้า พาหนะเสือ

วันอังคาร นางสงกรานต์ชื่อนางรากษส ทัดดอกบัว เครื่องประดับโมรา ภัักษาหารโลหิต อาวุธขวาตรีศูล ช้ายธนู พาหนะสุกร

วันพุธ นางสงกรานต์ชื่อนางมณฑา ทัดดอกจำปา เครื่องประดับไพฑูรย์ ภัักษาหารถั่วงา อาวุธขวาขอ ช้ายปืน พาหนะช้าง

วันพฤหัสบดี นางสงกรานต์ชื่อ นางอิริณี ทัดดอกมณฑา เครื่องประดับมรกต ภัักษาหารถั่วงา หัตถ์ขวาถือขอช้าง หัตถ์ซ้ายถือปืน ช้างเป็นพาหนะ

วันศุกร์ นางสงกรานต์ชื่อนางกิมิทา ทัดดอกจงกลณี เครื่องประดับบุษราคัม ภัักษาหารกล้วยน้ำว้า อาวุธขวาพระขรรค์ ช้ายพิณ พาหนะกระบือ

วันเสาร์ นางสงกรานต์ชื่อนางมโหธร ทัดดอกสามหาว เครื่องประดับนิลรัตน์ ภัักษาหารเนื้อทราย อาวุธขวากจักร ช้ายตรีศูล พาหนะนกยูง

ชื่อนางสงกรานต์ในตำราดังกล่าวข้างต้น ชื่อไม่ตรงกับที่จารึกไว้ในตำนานมหาสงกรานต์ที่ยกมาในตอนต้นบางชื่อ จะเป็นเพราะได้ตำราคนละแห่งหรือคัดมาผิดก็ไม่ทราบที่ต่างกันอีกอย่างหนึ่ง คือ ในตำนานมหาสงกรานต์ลำดับเทวธิดาไว้ ดังต่อไปนี้ นางทงษะ นางรากษส นางโคระ นางมณฑากิณี นางมณฑา นางมิสระ และนางมโหธร แต่นางสงกรานต์ข้างต้นจัดนางโคระคะไปอยู่หน้านางรากษส ที่ต่างกันมากคือนางอิริณีกับนางกิมิทาและนางมิสระ กล่าวไว้เพื่อเป็นที่สังเกต

นอกจากจะกำหนดเวรนางสงกรานต์ การแต่งกาย ตลอดจนพาหนะแล้ว ยังมีกำหนดทำที่ที่นางสงกรานต์ขี่พาหนะผิดกันถึง 4 ท่า โดยกำหนดเอาเวลาที่พระอาทิตย์ยกขึ้นสู่ราศีเมษเป็นเกณฑ์ คือ

1. ถ้าพระอาทิตย์ยกในระหว่างเวลารุ่งเช้าจนถึงเที่ยง นางสงกรานต์ยืนบนพาหนะ
2. ถ้าพระอาทิตย์ยกในระหว่างเที่ยงจนถึงค่ำ นางสงกรานต์นั่งบนพาหนะ
3. ถ้าพระอาทิตย์ยกในระหว่างค่ำไปจนถึงเที่ยงคืน นางสงกรานต์นอนล้มดาบนพาหนะ
4. ถ้าพระอาทิตย์ยกในระหว่างเที่ยงคืนไปจนถึงรุ่งเช้า นางสงกรานต์นอนหลับดาบนพาหนะ

เมื่อได้กล่าวถึงอิริยาบถของนางสงกรานต์แล้ว ก็ควรกล่าวถึงความเชื่อเกี่ยวกับอิริยาบถต่าง ๆ ไว้ดังนี้

1. ถ้านางสงกรานต์ยืนมา จะเกิดความเดือดร้อนเจ็บไข้
2. ถ้านางสงกรานต์นั่งมา จะเกิดความเจ็บไข้ ผู้คนล้มตาย และเกิดเหตุเภทภัยต่าง ๆ
3. ถ้านางสงกรานต์นอนล้มตา ประชาชนจะอยู่เย็นเป็นสุข
4. ถ้านางสงกรานต์นอนหลับตา พระมหากษัตริย์จะเจริญรุ่งเรืองดี

นอกจากนี้ยังมีคำทำนายเกี่ยวกับวันสงกรานต์ วันเนา และวันเถลิงศกไว้ดังต่อไปนี้

1. ถ้าวันอาทิตย์เป็นวันมหาสงกรานต์ ปีนี้นพืชพันธุ์ธัญญาหารไม่สู้จะงอกงามนัก
2. ถ้าวันจันทร์เป็นวันมหาสงกรานต์ ข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ตลอดจนคุณหญิงคุณนายทั้งหลาย

จะเรื่องอำนาจ

3. ถ้าวันอังคารและเสาร์เป็นวันมหาสงกรานต์ โจรผู้ร้ายจะชุกชุม จะเกิดการเจ็บไข้ร้ายแรง
4. ถ้าวันพุธเป็นวันมหาสงกรานต์ ข้าราชการชั้นผู้ใหญ่จะได้รับการยกย่องจากต่างประเทศ
5. ถ้าวันพฤหัสบดีเป็นวันมหาสงกรานต์ ผู้น้อยจะแพ้ผู้เป็นใหญ่และเจ้านาย
6. ถ้าวันศุกร์เป็นวันมหาสงกรานต์ พืชพันธุ์ธัญญาหารจะอุดมสมบูรณ์ ฝนชุกพายุพัดแรง

ผู้คนจะเป็นโรคตาและเจ็บไข้กันมาก

หลังวันสงกรานต์ซึ่งเป็นวันเนา มีคำทำนายดังต่อไปนี้

1. ถ้าวันอาทิตย์เป็นวันเนา ข้าวจะตายฝอย คนต่างด้าวจะเข้าเมืองมาก ท้าวพระยาจะร้อนใจ
2. ถ้าวันจันทร์เป็นวันเนา มักเกิดความไข้ต่าง ๆ และเกลือกจะแพง นางพญาจะร้อนใจ
3. ถ้าวันอังคารเป็นวันเนา ผลหมากรากไม้จะแพง
4. ถ้าวันพุธเป็นวันเนา ข้าวปลาอาหารจะแพง แม่หม้ายจะพลัดที่อยู่
5. ถ้าวันพฤหัสบดีเป็นวันเนา ผลไม้จะแพง ราชตระกูลจะมีความร้อนใจ
6. ถ้าวันศุกร์เป็นวันเนา พริกจะแพง แร้งกา จะเป็นโรค สัตว์ป่าจะเป็นอันตราย แม่หม้ายจะ

มีลาภ

7. ถ้าวันเสาร์เป็นวันเนา ข้าวปลาจะแพง ข้าวจะได้น้อย ผลไม้จะแพง น้ำน้อย จะเกิดเพลิง

กลางกรุง ขุนนางจะต้องโทษ

ส่วนวันเถลิงศกขึ้นจุลศักราชใหม่นั้นมีคำทำนาย ดังต่อไปนี้

1. ถ้าวันเถลิงศกเป็นวันอาทิตย์ พระมหากษัตริย์จะมีพระบรมเดชานุภาพปราบศัตรูได้ทั่ว

ทุกทิศ

2. ถ้าวันเถลิงศกเป็นวันจันทร์ พระราชินีและท้าวนางฝ่ายในจะมีความสุขสำราญ
3. ถ้าวันเถลิงศกเป็นวันอังคาร ข้าราชการทุกหมู่เหล่าจะมีความสุข มีชัยชนะแก่ศัตรูหมู่พาล
4. ถ้าวันเถลิงศกเป็นวันพุธ บรรดานักปราชญ์ราชบัณฑิตจะมีความสุขสำราญ
5. ถ้าวันเถลิงศกเป็นวันพฤหัสบดี สมณะชีพรามณ์จะปฏิบัติกรณียกิจอันงาม
6. ถ้าวันเถลิงศกเป็นวันศุกร์ พ่อค้าคหบดีจะทำมาค้าขึ้น มีผลกำไรมาก

7. ถ้าวันเถลิงศกเป็นวันเสาร์ บรรดาทหารทั้งปวงจะมีชัย ชนแ่ก่ข้าศึกศัตรู

นาคให้น้ำ

เรื่องนาคให้น้ำเป็นเรื่องที่ชาวนาในสมัยโบราณสนใจกันมากเพราะน้ำมีความสำคัญต่อการทำนา ถ้าฝนไม่ตกน้ำไม่มีก็ทำนาไม่ได้ แต่ถ้าตกมากไปน้ำท่วมนามากข้าวก็เสีย ฉะนั้นเมื่อประกาศสงครามก็ต้องแจ้งเรื่องนาคให้น้ำด้วย

ตามโบราณกำหนดไว้ชัดเจนว่าปีใดนาคให้น้ำกี่ตัว และปีนั้นน้ำจะมากจะน้อย ดีหรือไม่ดีอย่างไร แต่ในปัจจุบันนี้โหรคิดคำนวณอีกอย่างหนึ่ง ซึ่งไม่ตรงกันเพื่อให้เห็นแบบอย่างโบราณจึงขอนำมารวมไว้ด้วย เมื่อสนใจจะได้เปรียบเทียบกับประกาศสงครามในปัจจุบันได้ นาคน้ำตามแบบโบราณ มีดังต่อไปนี้

ปีชวด	นาคราชให้น้ำ	3 ตัว	ฝนแรกน้อย	กลางปีงาม	ปลายปีมาก
ปีฉลู	นาคราชให้น้ำ	5 ตัว	ฝนต้น	กลาง	ปลายเสมอกัน
ปีขาล	นาคราชให้น้ำ	3 ตัว	ฝนแรกงาม	กลางปีน้อย	ปลายปีมาก
ปีเถาะ	นาคราชให้น้ำ	2 ตัว	ฝนแรกงาม	กลางปีงาม	ปลายปีงาม
ปีมะโรง	นาคราชให้น้ำ	3 ตัว	ฝนแรกงาม	กลางปีงาม	ปลายปีน้อย
ปีมะเส็ง	นาคราชให้น้ำ	1 ตัว	ฝนแรกงาม	กลางปีงาม	ปลายปีน้อย
ปีมะเมีย	นาคราชให้น้ำ	5 ตัว	ฝนแรกงาม	กลางปีงาม	ปลายปีงาม
ปีมะแม	นาคราชให้น้ำ	3 ตัว	ฝนต้น	กลาง	ปลายเสมอกัน
ปีวอก	นาคราชให้น้ำ	2 ตัว	ฝนแรกน้อย	กลางปีงาม	ปลายปีมาก
ปีระกา	นาคราชให้น้ำ	4 ตัว	ฝนแรกน้อย	กลางปีงาม	ปลายปีมาก
ปีจอ	นาคราชให้น้ำ	7 ตัว	ฝนแรกน้อย	กลางปีงาม	ปลายปีมาก
ปีกุน	นาคราชให้น้ำ	5 ตัว	ฝนแรกงาม	กลางปีน้อย	ปลายปีมาก

การที่ชาวบ้านชาวเมืองโดยเฉพาะชาวนา ต้องการรู้ชื่อนางสงครามต์ รู้วันเนา วันเถลิงศก และนาคให้น้ำก็เพื่อจะได้ทราบถึงคำทำนายว่าในปีนั้นน้ำจะน้อยจะมาก ข้าวปลาอาหารจะดีหรือไม่ดีอย่างไรเป็นความเชื่อที่ยึดถือมาแต่โบราณ แต่ในปัจจุบันดินฟ้าอากาศฤดูกาลเปลี่ยนไป คำทำนายหรือพยากรณ์ดังกล่าวอาจไม่ถูกต้อง

ประกาศสงครามในสมัยโบราณไม่ใช่ของที่จะหาดูได้ง่ายๆ เพราะยังไม่มีการตีพิมพ์ประกาศสงครามในปฏิทิน ในสมัยรัชกาลที่ 4 พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดให้เขียนรูปนางสงครามต์ปิดไว้ที่ประตูพระบรมมหาราชวัง ใครที่ต้องการดูรูปนางสงครามต์ก็เข้าไปดูได้ ส่วนคนที่อยากรู้เรื่องวันสงครามต์ก็ต้องดูจากคำประกาศวันสงครามต์ ผู้ที่จะอ่านคำประกาศสงครามต์เข้าใจ ต้องรู้ความหมายของภาษาที่ใช้ ซึ่งจะมีชื่อของวันอยู่ 3 วัน คือ วันมหาสงครามต์ วันเนา และวันเถลิงศก พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงพระราชนิพนธ์ไว้ในเรื่องพระราชพิธีสิบสองเดือน

ตอนหนึ่งว่า “การซึ่งแบ่งชื่อวันสงกรานต์ออกเป็นสามอย่าง คือ วันมหาสงกรานต์ วันเนา และวันเถลิงศก อันที่จริงก็จะเป็นสามอย่างไทย ๆ พอใจกำหนดการทั้งปวง เช่น ตรุษสามวัน สารทสามวัน เป็นต้น แต่ที่มีแบบคายนี้อีกชนิดหนึ่งที่รอเถลิงศกขึ้นศักราชใหม่ไปไว้วันที่สาม ด้วยวันที่หนึ่ง วันที่สอง คือวันสงกรานต์และวันเนาว่าพระอาทิตย์พึงจะเยี่ยมขึ้นสู่ราศียังไม่ถึงที่เจ้าพระยาทิพากรวงศ์ได้เปรียบไว้ในหนังสือแสดงกิจจานุกิจว่า “เหมือนบุคคลจะขึ้นเรือน วันสงกรานต์นั้นเหมือนขึ้นไปเพียงบันได วันเนาเหมือนขึ้นไปถึงนอกชาน วันเถลิงศกคือพระยาวันเหมือนเข้าถึงในเรือน” คำอุปมาของท่านนี้ก็เพื่อจะให้เข้าใจซึ้งทราบง่าย ๆ ก็ดูเหมือนจะพออยู่แล้ว แต่อุปมานี้ว่าด้วยสงกรานต์สามวัน คือ พระอาทิตย์ยกก่อนเวลาเที่ยงคืน นับวันต้นเป็นวันมหาสงกรานต์ วันที่สองเป็นวันเนา วันที่สามเป็นวันเถลิงศก ถ้าจะอุปมาสงกรานต์สี่วันเห็นจะต้องว่าวันแรกมาถึงเชิงบันไดหรือก้าวขึ้นไปได้ขั้นหนึ่งหรือสองขั้น วันเนาที่หนึ่งถึงยอดบันได วันเนาที่สองถึงนอกชาน วันเถลิงศกคือพระยาวันถึงในเรือน”

การประกาศวันสงกรานต์ในสมัยโบราณจะใช้วิธีอย่างไรไม่ทราบ เข้าใจว่าวัดจะมีความสำคัญอยู่มาก เพราะพระจะต้องแจ้งให้ประชาชนชาวบ้านรู้ว่าเขาจะทำบุญตักบาตรในวันสงกรานต์ ไมเช่นนั้นใครหลวงก็จะต้องแจ้งแก่ข้าราชการเพื่อให้ทราบกำหนดการถือน้ำในวันปีใหม่แล้วข้าราชการก็แพร่ข่าวนี้ต่อไป แต่ตามหลักฐานที่พบในสมัยรัตนโกสินทร์ ปรากฏว่าในสมัยรัชกาลที่ 3 เมื่อปีจอ พ.ศ. 2393 มีการถวายพยากรณ์สงกรานต์ คือ ใครต้องทำนายนถวายพระเจ้าแผ่นดินให้ทรงทราบ

ไทยเริ่มทำปฏิทิน

ที่กล่าวมาตอนต้นว่ารัชกาลที่ 4 โปรดให้เขียนรูปมหาสงกรานต์นั้น จะได้เริ่มมาแต่เมื่อไหร่ ไม่พบหลักฐานแต่มีกล่าวถึงในประกาศว่าด้วยวันสงกรานต์พุทธศักราช 2402 ตอนหนึ่งว่า “เมื่อวันสุดท้ายสิ้นสงกรานต์มาสามวันแล้ว มักได้ถามว่าวันสงกรานต์ปีนี้จะชื่ออะไร ถืออะไร นังนอนอย่างไร กินอะไร เรื่องอย่างนี้จะบอกมาให้แจ้งก็ได้แต่หาเป็นประโยชน์ไม่ ถ้าจะใคร่รู้ให้มากอดรูปมหาสงกรานต์ซึ่งเขียนแขวนไว้ที่หน้าพระที่นั่งอมรินทรวินิจฉัยในวันถือน้ำพระพิพัฒน์สัตยาแล้วนั้นเถิด” ครั้นต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 5 ก็คงถือตามรัชกาลที่ 4 “ใครจะใคร่ทราบก็จงมาดูรูปเขียนที่แขวนไว้ในพระบรมมหาราชวังเถอ” ในสมัยรัชกาลที่ 4 นั้นเอง ไทยเริ่มมีปฏิทินขึ้นใช้แต่เรียกว่า “ประณินทิน” ได้ลงในหนังสือพิมพ์ “จดหมายเหตุบางกอกรีคอร์เดอร์” แต่ไม่ใช่ปฏิทินบอกวันเดือนปี เป็นปฏิทินบอกโมงและทุ่มในวันข้างขึ้นข้างแรมในแต่ละเดือน คือ บอกดวงอาทิตย์ขึ้นในวันนั้น ก็โมงตกตอนก็โมง ซึ่งเป็นของใหม่ที่เกิดขึ้นเมื่อเดือน 12 ขึ้น 15 ค่ำ จุลศักราช 1227 (วันที่ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2408) แล้วต่อมาภายหลังได้มีปฏิทินบอกวัน เดือน ปี ในหนังสือพิมพ์ “มิวเซียม” หรือชื่อไทยว่า “รัตนโกษา” ออกเมื่อ จ.ศ. 1239 (พ.ศ. 2420) ตอนต้นรัชกาลที่ 5 แต่เห็นจะพิมพ์ออกภายหลังสงกรานต์ เพราะออกตัวว่า “อนึ่ง ข้าพเจ้าได้สัญญาไว้แก่ท่านทั้งหลายว่าหนังสือรวมเรื่องเล่นใหญ่นี้

จะออกให้ทันในสงกรานต์หาไม่นั้นคือค้างข้าวอยู่ด้วยหนังสือปฏิทินต้องทำยากแลติดสงกรานต์ผู้ที่ทำการพิมพ์ก็หยุดไปทำการสงกรานต์ตามธรรมเนียมอยู่บ้าง หนังสือจึงค้างเข้าไปออกหาทันสงกรานต์ไม่”

ผู้ที่ทำปฏิทินให้หนังสือพิมพ์มีวชิรเมธีนั้นก็คือพระองค์เจ้าเทวัญอุไทยวงศ์ (สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระยาเทวะวงศ์วโรปการ) ท่านพระองค์นี้มีความชำนาญในวิชาโหราศาสตร์เป็นอย่างมาก ได้ทรงคิดวิธีทำปฏิทินไทยใช้ตามสุริยคติกาลขึ้นทูลเกล้าฯถวายพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และโปรดให้ใช้เป็นประเพณีของบ้านเมืองเมื่อ พ.ศ. 2432 กับโปรดให้พิมพ์ปฏิทินแบบใหม่นี้แจกในวันสงกรานต์ด้วย

ในสมัยโบราณไทยกำหนดวันเดือนตามแบบจันทรคติ อาศัยการโคจรของดวงจันทร์เป็นหลัก คือนับจำนวนวันตามดวงจันทร์ เริ่มแต่ดวงจันทร์มีแสงสว่างน้อยๆไปจนถึงสว่างเต็มดวง ระยะเวลาเรียกว่า ข้างขึ้น หรือเดือนหงาย เพราะรูปดวงจันทร์มีลักษณะหงายขึ้นจนกระทั่งโตเต็มดวง เริ่มนับแต่ขึ้น 1 ค่ำ ไปจนถึงขึ้น 15 ค่ำ ซึ่งเรียกว่า จันทรเพ็ญ

ภายหลังจากนั้นดวงจันทร์ก็เริ่มแหว่งมีแสงน้อยลงตามลำดับ ระยะนี้รูปดวงจันทร์ดูเหมือนค้ำ มีลักษณะเป็นเสี้ยวเล็กลงตามลำดับจนดับมืดดวงเรียกว่า ข้างแรม เริ่มนับแต่แรม 1 ค่ำเรื่อยไปจนถึงแรม 14 ค่ำ และแรม 15 ค่ำ เพราะเดือนหนึ่งจะมี 29 วันบ้าง 30 วันบ้างแล้วแต่เดือนขาดเดือนเต็ม (เดือนขาดคือมี 29 วัน มีเพียงวันแรม 14 ค่ำ จะมีในเดือนอ้าย เดือน 3 5 7 9 และ 11)

นอกจากการนับวันแบบขึ้นแรมแล้ว ไทยได้แบบอย่างการเรียกวันทั้ง 7 มาจากตำราอินเดียแต่คิดดัดแปลงให้เหมาะสมกับการเรียกของคนไทย คือตามแบบอินเดียเรียกวันทั้ง 7 ว่า

รวิวาร	ไทยเรียก วันอาทิตย์
โสमवार	ไทยเรียก วันจันทร์
मंगलवार	ไทยเรียก วันอังคาร
बुधवार	ไทยเรียก วันพุธ
गुह्यसप्तवार	ไทยเรียก วันพฤหัสบดี
शुक्रवार	ไทยเรียก วันศุกร์
ศนิवार	ไทยเรียก วันเสาร์

ไทยนำแบบอย่างมาแต่เปลี่ยนเรียกให้เหมาะสมกับนามเทวดานพเคราะห์ที่ใช้เรียกในเมืองไทย แต่ในบรรดาโหรก็เรียกใช้แปลกออกไปก็มี เช่น เรียกวันพฤหัสบดีว่าศุกรวาร หมายถึงวันครู เพราะพฤหัสบดีเป็นครูของเทวดา การเรียกชื่อวันดังกล่าวมีมาช้านานแล้วมีหลักฐานปรากฏในศิลาจารึกมากแห่งด้วย

ส่วนการเรียกชื่อเดือนนั้น เราไม่ใช้แบบของอินเดียซึ่งเขาเริ่มต้นที่เดือนจัตรามาส (เดือน 5) ไพศามาส (เดือน 6) เชษฐมาส (เดือน 7) อาษาฒมาส (เดือน 8) ศราวณมาส (เดือน 9) ภัทรพทมาส (เดือน 10) อัสวินมาส (เดือน 11) กัตติกมาส (เดือน 12) มาศสิรมาส (เดือนอ้าย) บุษยมาส (เดือนยี่) มาฆมาส (เดือน 3) ภาลคุณมาส (เดือน 4) ซึ่งใช้ในวรรณคดีและใช้ในตำราพระพุทธศาสนาเท่านั้น

ไทยแต่เดิมเรียกเดือนแรกของปีว่าเดือนอ้าย เดือนที่สองว่าเดือนยี่ เดือนสาม เดือนสี่ ไปตามลำดับ แต่ต่อมาภายหลังเราจะเปลี่ยนไปใช้เดือน 5 เป็นเดือนแรกของปีตามแบบจุลศักราช เราก็ยังเรียกชื่อตามเดิมดังได้กล่าวมาแล้วในตอนต้น

ครั้นถึงสมัยรัชกาลที่ 5 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวมีพระราชดำริว่า การใช้วันเดือนตามแบบจันทรคติไม่สะดวกไม่เหมาะสมกับความเป็นไปของบ้านเมืองที่ต้องมีความสัมพันธ์กับชาวต่างประเทศที่เขานับวันเดือนตามแบบสุริยคติ (กำหนดว่าเมื่อโลกโคจรไปรอบดวงอาทิตย์ครั้งหนึ่งเป็นเวลาปีหนึ่ง มีจำนวน 365 วันเศษ แบ่งเป็น 12 เดือน ส่วนจันทรคติกำหนดว่าดวงจันทร์โคจรไปรอบดวงอาทิตย์ครั้งหนึ่งเป็นเวลาหนึ่งปี มีจำนวนเพียง 354 วันเศษ) จึงหาจังหวะที่จะเปลี่ยนวิธีนับวันและเรียกชื่อเดือนเสียใหม่ เพื่อใช้เรียกและกำหนดจดจำได้ง่ายขึ้น ทั้งชาวต่างประเทศก็อาจเข้าใจได้

ครั้นถึงปีฉลู จ.ศ. 1251 (พ.ศ. 2432) มีวันประจวบเหมาะ คือ ในเดือน 5 ขึ้น 1 ค่ำ ซึ่งเป็นวันขึ้นปีใหม่ เปลี่ยนปีนักษัตรตามปกตินั้นมาตรงกับวันที่ 1 ตามปฏิทินสุริยคติพอดี คือ เป็นวันที่ 1 ในเดือน 5 แต่จะใช้ว่าวันที่ 1 เดือน 5 หรือเดือนเจตรเดือนจัตราตามแบบอินเดียก็ไม่เหมาะ จึงต้องคิดชื่อเดือนขึ้นใหม่โดยอาศัยหลักโหราศาสตร์ที่ว่าเมื่อพระอาทิตย์โคจรสู่ราศีเมษที่เรียกว่าเป็นวันสงกรานต์ขึ้นปีใหม่ จึงเอาชื่อราศีเมษมาเป็นชื่อเดือน ราศีถัดไป คือ ราศีพฤษภ ราศีมิถุน ราศีกรกฎ ราศีสิงห์ ราศีกันย์ ราศีตุล ราศีพุศจิก ราศีธนู ราศีมกร ราศีกุมภ และราศีมีน (ชื่อราศีเหล่านี้ตามตำราของอินเดีย) เมื่อนำเอาราศีมาใช้เป็นชื่อเดือน เราก็เปลี่ยนแปลงรูปเสียคำแบบใหม่ คือ นำเอาคำ อายน และอาคม มาสนธิต่อท้ายคำเดิม เช่น เมษก็เป็นเมษายน (เมษ+อายน) พฤษภเป็นพฤษภาคม (พฤษภ+อาคม) เป็นต้น คำว่า อายน และอาคม มีความหมายอย่างเดียวกันว่า “การมาถึง” คือ ดวงอาทิตย์มาถึงราศีนั้นก็หมายเอาว่าขึ้นเดือนนั้น จึงเรียกชื่อเดือนว่าเช่นนั้น ได้แบ่งเดือนที่มี 30 วัน ให้ใช้ “อายน” เดือนที่มี 31 วัน ใช้ “อาคม” มีพิเศษอยู่เดือนหนึ่งมี 28 วัน ให้ใช้กุมภาพันธ์ (กุมภ+อาพันธ์ คำว่า อาพันธ์ หมายถึง ผูก ก็หมายอย่างเดียวกันคือ อาทิตย์มาถึงราศีกุมภ)

นักปราชญ์ของไทยเราท่านเข้าใจดัดแปลงเอาชื่อราศีของอินเดียมาใช้เป็นชื่อเดือนได้อย่างเหมาะสมแก่ผู้ที่มีหน้าที่คิดชื่ออะไรต่าง ๆ ในสมัยนั้นก็มีพระยาศรีสุนทรโวหาร (น้อย อาจารยางกูร) เป็นหลักอยู่คงจะได้ร่วมคิดกับพระองค์เจ้าเทวัญอุไทยวงศ์ดังกล่าวแล้วข้างต้น จึงได้เกิดชื่อเดือนเหล่านี้ขึ้น

การเปลี่ยนแปลงใช้วันที่และเดือนตามแบบสุริยคติในสมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งถือเป็นแบบแผนที่ใช้ในราชการดังกล่าวมีหลักฐานเป็นพระบรมราชโองการเรียกว่า “ประกาศให้ใช้วันอย่างใหม่” เมื่อวันพฤหัสบดี เดือนสี่ แรมสิบสองค่ำ ปีชวดสัมฤทธิ์ศก จุลศักราช 1250 ตรงกับวันที่ 28 มีนาคม 2431 มีข้อความกล่าวถึงคติทางดาราศาสตร์มากมายจะคัดมาทั้งหมดก็ยืดยาวไป จะกล่าวเฉพาะที่ตราเป็นพระราชบัญญัติมาพอให้เห็นความสำคัญ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ให้ตั้งวิธีนับปีเดือนตามสุริยคติกาลดังต่อไปนี้เป็นปีปรกติ 365 วัน ปีอธิกสุรทิน 366 วัน ให้ใช้ศักราชตามปี ตั้งแต่ตั้งกรุงเทพมหานครบรรพรัตนโกสินทรมหินทรายุทธยาบรมราชธานีนั้นเรียกว่า รัตนโกสินทรศก ใช้เลขปีในรัชกาลทับหลังศกด้วย

ข้อ 2 ปีหนึ่ง 12 เดือน มีชื่อตามราศีที่เดือนนั้นเกี่ยวข้องอยู่มีลำดับ ได้แก่ เดือนที่ 1 ชื่อเมษายน มี 30 วัน... วันในเดือนหนึ่งนั้นให้เรียกว่าวันที่ 1 วันที่ 2...

ข้อ 3 ให้นับใช้วิธีนี้ในราชการแลการสารบาญชีทั้งปวง ตั้งแต่วัน 2 เดือน 5 ขึ้น 1 ค่ำ ปีฉลูยังเป็นสัมฤทธิ์ศก จุลศักราช 1250 นั้น เป็นวันที่ 1 เมษายน รัตนโกสินทรศก 108 ต่อไป แต่วิธีนับวันเดือนปีตามจันทรคติซึ่งเคยใช้มาในการกำหนดพระราชพิธีประจำเดือนต่าง ๆ ก็ดี แลใช้สังเกตเป็นวันกำหนดหยุดทำการก็ดีให้คงใช้ตามเดิมนั้น ฯลฯ

ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 6 การกำหนดวันตามจันทรคติลดน้อยลง และวันหยุดราชการก็เปลี่ยนมาเป็นวันอาทิตย์ และทรงพระราชดำริว่า วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ วันตรุษ วันเถลิงศก ล้วนมีวันใกล้เคียงกัน ควรจะรวมเข้าเป็นพระราชพิธีเดียวกัน พระราชทานนามว่า “พระราชพิธีตรุษสงกรานต์” ให้เริ่มทำตั้งแต่วันที่ 28 มีนาคม ถึงวันที่ 30 มีนาคม ตอน 1 ตั้งแต่วันที่ 31 มีนาคม ถึงวันที่ 1 เมษายน ตอน 2 ตั้งแต่วันที่ 2 ถึงวันที่ 3 เมษายน อีกตอน 1 พระราชพิธีตรุษสงกรานต์จึงเป็นพิธีรวมมาตั้งแต่ พ.ศ. 2456 และในทางราชการไม่กล่าวถึงวันสงกรานต์ (วันที่พระอาทิตย์เข้าสู่ราศีเมษ) อีกเลย

หลังจากที่รัชกาลที่ 5 ได้ทรงกำหนดวันขึ้นปีใหม่เป็นวันที่ 1 เมษายนแล้ว ปฏิทินตามแบบสุริยคติที่ใช้วันที่ก็เริ่มมีมากขึ้น

ประเพณี-ความเชื่อ

ตามประเพณีทั่ว ๆ ไป ในเทศกาลสงกรานต์ 3 วันนี้ จะมีทำบุญที่วัด จัดอาหารหวานคาวเป็นพิเศษ ขนมประจำเทศกาลในสมัยโบราณ ได้แก่ ข้าวเหนียวแดง นอกนั้นแล้วแต่จะจัดหาไปอย่างในเรื่องขุนช้างขุนแผน นางพิมไปตักบาตรที่วัดป่าเลไลยก์วัน พระยาอนุมาราชชน (2500, หน้า 116-117) ได้กล่าวถึงการทำบุญตักบาตรในวันสงกรานต์ว่าสงกรานต์วันต้นหรือวันมหาสงกรานต์ชาวบ้านลุกขึ้นแต่ไก่ขัน ขมิ้นมันหุงข้าวอุ่นแกงแต่งอาหาร เพื่อเตรียมไปตักบาตรถวายพระ พุ่มอรุณเห็นแสงเงินแสงทอง หุงหาอาหารเสร็จก็จัดเตรียมอาหารและสิ่งของถวายพระ บรรจุลงภาชนะมีถ้วยโอชามอย่างดีแล้วแต่จะมี แล้วเอาเรียงลงในถาด โต๊ะโตกหรือกระบุงอย่างอื่น ๆ ที่นิยมใน

ท้องถิ่น เพื่อนำไปทำบุญตักบาตรและเลี้ยงพระที่วัดประจำหมู่บ้านของตน ซึ่งตามปกติในท้องถิ่นชนบท แต่ละหมู่บ้านมักมีวัดเดียว หรือถ้ามีวัดมากกว่าหนึ่ง ก็ถือเอาวัดใดวัดหนึ่งวัดใดเป็นวัดประจำตำบลหรือหมู่บ้านของตน และมักเรียกชื่อหมู่บ้านหรือตำบลตามชื่อวัด ทางภาคอีสานเรียกว่าคุ้ม เมื่อมีงานทำบุญก็รวมกันทำที่วัดของตน ไม่แยกย้ายกระจ่ายกันไปทำบุญหรือเหมือนในกรุง ซึ่งมีวัดจำนวนมาก แม้ในตำบลเดียวกันเหตุฉะนั้นการทำบุญของเขาจึงไม่บกพร่อง เพราะรวมกันอยู่เป็นหมู่บ้าน ถัดหมู่บ้านออกไปก็เป็นทุ่งนาเป็นนาเป็นป่าเป็นเขาที่ทำเป็นสวนก็มีบ้าง แต่โดยมากเป็นชนิดสวนครัว ปลูกพืชพรรณเองพอใช้สอยสำหรับครอบครัวเท่านั้น และแต่ละหมู่บ้านก็ไม่ได้อยู่ติดกันเป็นหมู่บ้านใหญ่ เหมือนหมู่บ้านในกรุงในเมืองวัดตามปกติหมู่บ้านหนึ่งก็มีวัดเดียว เป็นสถานที่ย่านกลางของหมู่บ้านสำหรับไปชุมนุมกันทำบุญและเป็นสถานที่เล่าเรียน และอบรมของหมู่บ้านนั้น ถ้าไม่มีวัดของหมู่บ้านชาวบ้านก็จะรำบาก ด้วยจะต้องไปทำบุญไกลจากหมู่บ้าน พระสงฆ์ที่มีประจำวัดหมู่บ้านก็เป็นชาวบ้านในที่นั้นเป็นส่วนมากยกเว้นสมภารเจ้าอาวาส อาจเป็นพระสงฆ์นิมนต์มาจากที่อื่นก็ได้ การไปทำบุญตักบาตรชาวบ้านจะแต่งตัวด้วยเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มใหม่ ซึ่งเตรียมหาไว้ก่อนหน้าวันสงกรานต์ การตักบาตรจะ ตักข้าวในบาตรพระพุทธรูปก่อน แล้วจึงตักบาตรอื่น ๆ ที่อยู่ถัดมาส่วนของคาวของหวานและส้มสุกผลไม้ไว้ที่ฝาบาตร ของตักบาตรมีมากมาย เต็มบาตรเต็มฝา ลูกศิษย์ต้องถ่ายลงกระบุงบ่อย ๆ ตักบาตรเสร็จแล้ว มีเลี้ยงพระฉันท์เช้าที่ศาลาการเปรียญ หรือปะรำซึ่งสร้างขึ้นเพื่องานนั้น มักหายกเป็นผู้จัดการเรื่องปูเสื่อสาดอาสนะ ของที่เลี้ยงพระนั้นมากมายมีหลายเหลื่อถาดกองเยาะเยะ เพียงพระหยิบฉันท์สำหรับละคำก็อิ่ม เพราะของทำบุญมากกว่าพระ มากจนพระฉันท์ไม่ไหวคดไม่ไหวถ้าจะเลี้ยงดูหมู่บ้านด้วยก็ไม่หมดเปลืองไปเขาไม่ว่า เพราะเป็นของทำบุญ เวลาพระกำลังฉันท์ ใครมีปี่พาทย์ราดตะโพน ก็เอาไปบรรเลงตะโคม เพื่อให้ครึกครื้นและเอาบุญ เรียกตามภาษาปี่พาทย์ว่าทำเพลงฉันท์ แสดงว่าบรรเลงเพลงอย่างนี้พระฟังได้ไม่เป็นอาบัติ ถ้าหมู่บ้านไหนไม่มีปี่พาทย์ก็แล้วกันไป ตรงนี้จะเห็นว่าดนตรีมีความสำคัญมากแก่ชีวิตเพียงไร แม้แต่พระฉันท์ยังทำเพลงเพราะ ๆ ให้ท่านฟังท่านจะฟังหรือไม่ฟังก็ช่างท่านปะไร เราทำด้วยศรัทธาเราคิดว่าเพลงเพราะ ๆ จับใจท่าน คงฉันท์อร่อยได้มาก ๆ และเราก็ได้บุญมากขึ้นเพราะถือเป็นคนคิดว่าพระฉันท์ได้มากชาวบ้านดีใจตอนนี้ผู้เฒ่าผู้แก่ที่เป็นผู้ชายเข้าไปคอยปฏิบัติพระ คอยดูว่าเครื่องขบฉันอย่างไหนบกพร่องจะได้เอามาเพิ่มเติม พระฉันท์เสร็จ ยถาสัพพีอนุโมทนาแล้ว ชาวบ้านก็กลับบ้านแต่พวกหนุ่มๆ เมื่อกลับบ้านแล้วก็รีบกินข้าวและแต่งตัวด้วยเสื้อผ้าสำหรับใหม่

ประเพณีในวันสงกรานต์มีต่าง ๆ กัน และเรียกชื่อวันไม่เหมือนกัน ดังกรณีของภาคเหนือมีการแบ่งวัน ดังนี้

1. วันต้นของสงกรานต์เรียกว่า “วันสังขารล่อง” ในสมัยก่อนเวลาเช้าทุกบ้านยิงปืนจุดประทัดดังสนั่นหวั่นไหวไปทั้งเมือง สายหน่อยไปจ่ายกับข้าวของกินเตรียมไว้ทำบุญ ต่อจากนั้นก็กวาดบ้านเรือน เก็บขยะมูลฝอยเผาไฟ เสร็จธุระแล้วอาบน้ำชำระร่างกายดำหัวสระผมให้สะอาดหมดจด

2. วันที่สองของวันสงกรานต์เรียกว่า “วันเนา” (คือวันเนาในภาคกลาง) วันนี้บางทีก็ถือเป็นวันจ่ายด้วยถ้าวันสังขารล่องจ่ายไม่ทัน แต่พิธีของวันเนานี้เป็นวันเตรียมทำกับข้าวของกินสำหรับเอาไปทำบุญที่วัดในวันรุ่งขึ้น ในวันนี้จะเตรียมซื้ของเป็น ๆ ปลาเป็น ๆ ไข่ปล่อย เตรียมหาซื้อผัก ผลไม้ ขมิ้น ส้มป่อย น้ำอบ น้ำหอม ไปรดน้ำผู้ใหญ่ เวลาเย็นพากันไปขนทรายเข้าวัด มีการสาดน้ำกันบ้างเล็กน้อย

3. วันที่สามเรียกว่า “พญาวัน” (ภาคกลางเรียกว่าวันเถลิงศก) วันนี้ชาวบ้านนำกับข้าวของกินไปทำบุญตักบาตร เป็นการฉลองพระทราย เสร็จจากการทำบุญตักบาตรก็ปล่อยนกปล่อยปลา ต่อจากนั้นจัดพิธีสงฆ์พระประธานวิหารด้วยน้ำขมิ้นส้มป่อย น้ำอบน้ำหอมหมั่นผ้าใหม่ แล้วเอาไม้ไปค้ำกิ่งโพธิ์ มีการบังสุกุลให้แก่ผู้ที่ล่วงลับไป เมื่อเสร็จพิธีต่างๆดังกล่าวแล้วก็มีการสาดน้ำข้างนอกวัด ไม่รดไม่สาดกันในวัด แต่ก็มีเพียงเล็กน้อยไม่มากมายอะไรนัก

4. วันที่สี่เรียกว่า “วันปากปีปากเดือน” เป็นวันที่ชาวบ้านพากันไปขมาผู้ใหญ่ถือขันข้าวตอกดอกไม้ น้ำขมิ้นส้มป่อย และผลไม้ต่าง ๆ มีผักแพงแตงกวา ซึ่งเป็นผลไม้ที่มีในขณะนี้ บางทีก็มีเสื้อผ้าของชำร่วยเดินเป็นขบวนไปตามถนน วันนี้เป็นวันที่ชาวเมืองเว้นความถือตัว จะเล่นสาดน้ำกันอย่างไรก็ได้ตามใจชอบ เป็นวันที่สนุกสนานที่สุดของวันปีใหม่

เฉพาะวันปากปีปากเดือนนี้ บางทีก็แยกเป็นสองวัน คือ วันที่สี่เป็นวันปากปี วันที่ห้าเป็นวันปากเดือน ทั้งสองวันนี้มีการทำพิธีสะเดาะเคราะห์ด้วยในส่วนวันเนาคือวันที่สองนั้น ตามธรรมเนียมชาวเหนือเขาถือกันว่าไม่ให้พูดสิ่งที่ไม่เป็นมงคลต่าง ๆ เช่น การดำทอ สบถสาบาน หรือทะเลาะวิวาท การห้ามพูดในสิ่งที่ไม่เป็นมงคลนั้นก็เห็นจะเป็นความเข้าใจของคนทั่ว ๆ ไปว่าขึ้นปีใหม่แล้วก็ควรพูดควรทำแต่สิ่งที่ดีจะได้เป็นสิริมงคลแก่ตนเองไปตลอดทั้งปี ตามประเพณีสงกรานต์ของชาวเหนือมีการดำหัวอีกอย่างหนึ่ง การดำหัวตามประเพณีเก่านี้มีเป็นสองอย่าง คือ การดำหัวของวัดและการดำหัวของชาวบ้าน การดำหัวของวัดนั้นหมายความว่าพระสงฆ์วัดหนึ่งชักชวนชาวบ้านไปดำหัวพระสงฆ์ผู้ใหญ่ตามวัดอื่น ๆ โดยจัดขบวนแห่ มีฆ้องกลองเครื่องดนตรีพื้นเมืองบรรเลงไปตลอดทางเมื่อขบวนไปถึงวัดใดก็จัดแบ่งเครื่องดำหัว มีน้ำหอม น้ำส้มป่อย มะพร้าว แตงกวา กล้วย อ้อย ผลไม้ต่าง ๆ ไปถวายพระที่ตั้งใจจะมาดำหัว เมื่อพระกล่าววโหสิกรรมและให้พรเป็นภาษาพื้นเมืองแล้วทั้งหมดที่ร่วมขบวนไปนั้นก็ยกมือสาธุขึ้นพร้อมกัน ต่อจากนั้นก็ยกขบวนแห่ไปยังวัดอื่นต่อไปส่วนการดำหัวของชาวบ้านนั้นก็คล้าย ๆ กับการดำหัวของวัด คือ แทนที่จะเป็นพระก็เป็นบิดามารดา ปู่ย่า ตายาย หรือผู้ใหญ่ที่เคารพนับถือ เครื่องดำหัวโดยมากมีผ้าฮา คือ ผ้าขาวทอดด้วยมือ ผ้าขาวม้า ผ้าเช็ดตัว เสื้อผ้าอย่างอื่น มะพร้าว กล้วย อ้อย ดอกไม้ รูป เทียน น้ำขมิ้น ส้มป่อย หมากพลู เมื่อบุตรหลานเอาสิ่งของมาดำหัวเจ้าของบ้านก็จะรับมานั่งขัดสมาธิคอยรอรับ บุตรหลานก็จะนำเครื่องดำหัวมาวางตรงหน้า แล้วนั่งพับเพียบพนมมือ เจ้าของบ้านก็จะกล่าวคำอวยพรและอโหสิกรรมในสิ่งที่ลูกหลานได้ล่วงเกินมาในตอนต้น ๆ ผู้ที่ได้รับพรก็จะยกมือพนมขึ้นเหนือศีรษะ

คำว่า ดำหัว นี่เป็นคำที่มีความหมายเฉพาะ ถ้าฟังเดิน ๆ ก็จะเหมือนว่าเป็นการดำน้ำหรือเอา ศีรษะดำลงไปใต้น้ำ ตามที่ผู้เฒ่าผู้แก่ชาวเหนืออธิบายว่า ผู้ที่ไปดำหัวไม่ได้เอาน้ำไปรดน้ำให้ผู้ใหญ่ เป็นแต่ผู้ใหญ่อรับเอาน้ำส้อมป่อยหรือน้ำอบที่เตรียมไปนั้น ประพรมลงบนศีรษะเพียงเล็กน้อยเท่านั้น คือ ทำพอเป็นพิธีเป็นกิริยาว่าได้ดำน้ำสระหัวแล้ว การดำหัวทางภาคเหนือจึงต่างกับการรดน้ำผู้ใหญ่วางภาคกลาง ทางเหนือผู้ใหญ่อทำเอง แต่ทางภาคกลางผู้น้อยหรือลูกหลานไปรดน้ำใส่ฝ่ามือหรืออาบให้ท่าน การดำหัวนิยมทำในวันพฤหัสบดี (วันเถลิงศก)

การเรียกชื่อวันทั้ง 3 ในทางภาคใต้สมัยโบราณออกจะแปลกกว่าเพื่อน ทางเมืองนครศรีธรรมราช เรียกวันมหาสงกรานต์ว่า “วันเจ้าเมืองเก่าหรือวันส่งเจ้าเมืองเก่า” เรียกวันกลางว่า “วันว่าง” เรียกวันเถลิงศกว่า “วันเจ้าเมืองใหม่หรือวันรับเจ้าเมืองใหม่” วันส่งเจ้าเมืองเก่า มีการส่งน้ำพระ (รดน้ำผู้ใหญ่และเล่นสาดน้ำวันสุดท้าย) ในวันว่างนั้นถือว่าเป็นวันที่เทวดาขึ้นสวรรค์ไปรายงานเหตุการณ์ของมนุษย์

เรื่องความเชื่อเกี่ยวกับสงกรานต์มีต่างกันตามธรรมเนียมพม่าเขาว่า ในระยะต้นหรือก่อน สงกรานต์สองสามวัน สักยามิน (พระอินทร์) จะเสด็จลงมาในโลกมนุษย์ เพื่อสำรวจดูความประพฤติ ในระหว่างที่พระอินทร์ลงมาอยู่ในโลกมนุษย์นี้พวกเด็ก ๆ มักจะถูกเตือนให้ระมัดระวังตัวให้ดี คือ ให้ประพฤติตัวเรียบร้อย เพราะเชื่อกันว่าพระอินทร์จะนำสมุดเล่มใหญ่ลงมาสองเล่ม เล่มหนึ่งเป็นหนังสือ อีกเล่มหนึ่งเป็นแผ่นทอง พระอินทร์จะจดบันทึกความประพฤติของพวกมนุษย์ลงในสมุดสองเล่มนี้โดยแยกประเภทไว้พวกละเล่ม พวกที่ทำชั่วไม่ประพฤติตามระเบียบแบบแผนอันดีงามก็จะถูกจดลงในสมุดหนังสือ พวกที่ทำดีประพฤติชอบอยู่ในศีลธรรมอันดีก็จดลงในสมุดทอง ความเชื่อเรื่องสมุดบันทึกความดีความชั่วของมนุษย์นี้แปลกที่มีความเชื่อคล้าย ๆ กันหลายชาติ ไทยเราก็มองว่า เทวดาคอยจดบันทึกความดีความชั่วของมนุษย์เหมือนกัน ในหนังสือไตรภูมิพระร่วงกล่าวว่ามีเทวดา 4 องค์ ถือสมุดบัญชีบุญและบาปของมนุษย์ “ผู้ใดกระทำความดีอันใดได้ เทพยดานั้นเขียนชื่อผู้นั้นในแผ่นทองสุก แล้วทูลใส่เหนือหัวไปถึงพระญายมราช... ผู้ใดกระทำความชั่ว เทวดาก็ตราบาปชี้ ลงในแผ่นหนังสือ” เมื่อตายไปก็เอาสมุดบัญชีมาคิดกันว่าควรจะตกนรกหรือขึ้นสวรรค์ สมุดประวัติแบบนี้ พวกยิวหรือชาวอิสราเอลเขาก็มีเหมือนกันแต่เขามีถึงสามเล่ม ในวันปีใหม่ของเขาพระเจ้าจะเปิดสมุดเหล่านี้ดูเล่มหนึ่งสำหรับคนชั่วร้าย เล่มสองสำหรับคนดี เล่มสามสำหรับคนกึ่งดีกึ่งชั่ว เขาอธิบายว่าคนดีจะได้รับการจารึกชื่อลงในสมุดแห่งชีวิต คนชั่วร้ายก็就会被จารึกชื่อในสมุดแห่งความตาย ส่วนคนกึ่งดีกึ่งชั่วจะเปิดโอกาสให้กลับใจได้ในอีก 10 วัน จึงจะจดลงในสมุด เรียกว่ายังรอการลงอาญา

สรุปว่าในวันขึ้นปีใหม่ของหลายชาติเชื่อถือคล้าย ๆ กัน ในวันตรุษจีนคนจีนก็เชื่อว่าเทพเจ้าที่อยู่ในโลกมนุษย์จะขึ้นไปรายงานความดีความชั่วของมนุษย์และจดบันทึกไว้ เมื่อตายไปก็เปิดสมุดพิจารณาว่าควรอยู่สวรรค์หรือนรก ฉะนั้นในเทศกาลขึ้นปีใหม่จึงห้ามกล่าวคำหยาบให้พูดจากันด้วย

ถ้อยคำอันไพเราะเหมือน ๆ กัน นอกจากประเพณีความเชื่อบางประการดังกล่าวแล้ว ยังมีกิจกรรมบางอย่างที่ถือปฏิบัติกันแต่โบราณกาล ดังต่อไปนี้

ก่อกุศลกรรม ในสมัยก่อนการก่อกุศลกรรมถือเป็นประเพณีที่ทำกันในเทศกาลสงกรานต์ทุกปี โดยเฉพาะวัดที่อยู่ใกล้แม่น้ำจะขนทรายได้สะดวกกว่าวัดในที่ดอน เพราะบางวัดมีหาดทรายหรือใช้เรือขนทรายจากที่อื่นได้ง่าย พวกหนุ่ม ๆ สาว ๆ จะช่วยกันขนทรายมากองไว้ที่ลานวัดให้มีจำนวนมากพอที่จะแบ่งให้คนอื่นก่อกุศลกรรมได้บ้าง พอถึงเวลาบ่ายหนุ่มสาวก็จะแต่งตัวออกจากบ้าน เตรียมธูปเทียนซึ่งตัดเป็นรูปสามเหลี่ยมติดปลายไม้ไปด้วย เมื่อก่อกุศลกรรมซึ่งส่วนมากจะทำเป็นรูปกองฟางหรือรูปกรวยเรียบร้อยแล้วก็เอาธูปเทียนปักประดับไว้ บางคนก็ทำธูปเล็ก ๆ ผูกประดับให้สวยงามที่ศรัทธามากก็เอาเศษธูปปักบรรจุไว้ในองค์เจดีย์ทราย หรือเก็บใบโพธิ์มาบรรจุ การก่อกุศลกรรมนั้นถ้าจะเล่าอย่างพิสดารก็จะยืดเยื้อไป สรุปว่าการก่อกุศลกรรมเป็นการทำบุญอย่างหนึ่งคือเท่ากับขนทรายเข้าวัดซึ่งทางวัดอาจนำไปใช้ในทางก่อสร้าง หรือถมที่ลุ่มภายในวัดก็ได้

เรื่องนี้พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้พระราชทานพระราชนิพนธ์ไว้ชัดเจน “ว่าเป็นการประสงค์ที่จะให้ไพร่ไปสะสมบุญในการก่อสร้างไม่ต้องซื้ออันอย่างหนึ่ง ประสงค์จะให้ไพร่ได้พบปะกันที่ลานวัดกับพื้นที่เป็นโคลนตมและไม่ให้หญิงอนันต์อย่างหนึ่ง ความประสงค์อันนี้เห็นจะเป็นของเก่าที่ได้เคยใช้มาแต่ครั้งกรุงเก่า แต่จะใช้เป็นครั้งเป็นคราวในเวลาเมื่อทำวัด เมื่อสิ้นคราวทำวัดแล้วก็ไปอันเล็กไป คงเป็นแต่ก่อกุศลกรรมสังฆะของหลวงที่วัดพระศรีสรรเพชญ์แห่งหนึ่งเป็นวัดในพระราชวัง เมื่อมีการก่อสร้างอันใดก็โปรดให้ก่อกุศลกรรมทุกคราว มีตัวอย่างซึ่งเห็นได้ในครั้งหลังนี้ คือ เมื่อพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงเริ่มสร้างพระพุทธรูปปางประทานพรในวัดพระศรีรัตนศาสดารามก็โปรดให้เจ้านายและเจ้าจอมข้างในออกไปก่อกุศลกรรมในเวลาสงกรานต์” นอกจากนี้ตามคติของคนโบราณถือว่าคนเข้าวัดเมื่อเดินออกจากวัดก็จะมีเศษดินเศษทรายติดฝ่าเท้าออกมา ฉะนั้นเมื่อถึงปีใหม่จึงควรขนดินขนทรายไปเข้าวัดเป็นการทดแทนก็เป็นความคิดที่ดีเหมือนกัน

สงฆ์น้ำพระ ในสมัยกรุงศรีอยุธยา พระเจ้าแผ่นดินเสด็จไปสงฆ์น้ำพระพุทธรูปปฏิมากรพระศรีสรรเพชญ์ และเทวรูปพระพิฆเนศวร แลโปรดให้นิมนต์พระสงฆ์ราชคณะเข้ามาสงฆ์น้ำในพระราชวัง ส่วนราษฎรก็พากันไปสงฆ์น้ำพระในวัดต่าง ๆ (กล่าวตามจดหมายเหตุโบราณ) การสงฆ์น้ำพระนั้นจะต้องเตรียมน้ำอบไทย เครื่องหอม ผ้าอาบหรือสบงแล้วแต่ศรัทธา เมื่อสงฆ์น้ำพระแล้วก็ถวายของ เรื่องสงฆ์น้ำพระมีประกาศรัชกาลที่ 4 เรื่องให้คงพระสงฆ์ที่ถวายน้ำสงกรานต์ในปีขวด พ.ศ. 2395 เป็นเรื่องที่น่ารู้จึงขอคัดมาลงไว้ ดังต่อไปนี้

“พระราชพิธีสงกรานต์นี้ก็มีสืบมาแต่โบราณ พระมหากษัตริย์ราชเจ้าทรงบำเพ็ญพระราชกุศลในวันสงกรานต์นั้นก็ต่าง ๆ กัน หาเหมือนกันไม่ เมื่อครั้งพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก แลครั้งแผ่นดินพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยนั้น ถ้าถึงเทศกาลสงกรานต์ก็หาได้นิมนต์

พระราชกณะให้สร้งน้ำถวายไตรครบเท่าพระชันษาไม่ เลือกลงถวายไตรสร้งน้ำตามชอบพระทัยแต่พระราชกณะที่เคยทรงนับถือมากบ้างน้อยบางหามีกำหนดไม่

ครั้นเมื่อถึงแผ่นดินพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวนั้น เมื่อได้เถลิงถวัลยราชสมบัติขึ้นใหม่ ๆ ก็ยังทรงประพฤติต่อมาเหมือนอย่างพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทั้งสองพระองค์นั้น ต่อหลายปีล่วงมาแล้วจึงโปรดให้นิมนต์พระราชกณะที่มีอายุมากกว่าพระชันษา ทั้งเจ้าพระที่เป็นพระบรมวงศ์มาทรงถวายไตร สร้งน้ำให้เท่ากับพระชันษา และทวี่ขึ้นปีละองค์ๆต่อมา”

ดังนั้นจะเห็นว่าพระราชนิยมในเรื่องการสร้งน้ำพระไม่เหมือนกัน ในส่วนประชาชนนั้นบางครั้งก็ขาดความระมัดระวัง ไม่เป็นระเบียบ ในบางที่บางแห่งสร้งน้ำพระสงฆ์ทั้งวัด วิธีสร้งน้ำพระสงฆ์เท่าที่เห็นตามชนบทหรือแม้แต่ในกรุงเทพฯ เอง ก็เรียกได้ว่าเอาน้ำไปอาบให้ท่านที่มีสัมมาคารวะก็จะรดน้ำที่มือท่านที่ถือวิสาสะความมักคั้นหรือคึกคะนองจนเกินไปก็จะตักน้ำมารดราดศีรษะพระสงฆ์เลยทีเดียว ซึ่งส่วนมากจะเป็นพระหนุ่ม ๆ คนรดก็มักจะเป็นสาว ๆ ความจริงนั้นก่อนที่จะมีการสร้งน้ำพระ น่าจะได้มีการแนะนำถึงวิธีการสร้งน้ำพระที่สุภาพเรียบร้อยเสียก่อนก็จะเป็นการดี ข้อสำคัญหลวงพี่อย่าไปสนุกกับสีกาให้มากนักก็แล้วกัน เพราะบางรูปลงไปเล่นสาดน้ำกับสีกาเสียด้วยซ้ำไป

บางแห่งตัดความวุ่นวายสร้งน้ำเฉพาะสมภารเจ้าวัดเพียงรูปเดียว เมื่อสร้งน้ำแล้วพระสงฆ์ครองผ้าสบงจีวรที่สัปปุรุษนำไปถวาย ต่อจากนั้นก็ขึ้นธรรมาสน์เทศน์แสดงอาณิสส และให้พรแก่ผู้ที่เป็นสร้งน้ำพระ บางที่ก็ไม่มีเทศน์อะไร เพียงแต่พระท่านอวยพรสั้น ๆ เท่านั้นเอง ต่อจากนั้นพวกหนุ่ม ๆ สาว ๆ ก็หันมาเอาน้ำสาดกันเอง

ตามประเพณีโบราณก่อนสร้งน้ำพระสงฆ์เขาจะสร้งน้ำพระพุทธรูปก่อน อย่างในสมัยกรุงศรีอยุธยา พระเจ้าแผ่นดินเสด็จไปสร้งน้ำพระพุทธรูปปฏิมากรพระศรีสรรเพชญ์ดังกล่าวข้างต้น ส่วนประชาชนทั่ว ๆ ไป ก็จะสร้งน้ำพระพุทธรูปที่ศักดิ์สิทธิ์หรือพระพุทธรูปที่มีอยู่ตามวัดใกล้บ้าน เช่น ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาผู้ที่อยู่ใกล้วัดพนัญเชิงก็พากันไปสร้งน้ำหลวงพ่อดโต (พระพุทธรูปรัตนนายก พระพุทธรูปปูนปั้น ปางมารวิชัย หน้าตักกว้าง 7 วา 10 นิ้ว สูงตลอดพระรัศมี 9 วา 2 คอก) สมัยเมื่อ 50-60 ปีก่อนโน้น ผู้คนพากันเอาน้ำไปฉีดและสาดที่องค์พระ ซึ่งทำให้องค์พระพุทธรูปเสียหายต่อมาภายหลังเมื่อปฏิสังขรณ์ซ่อมแซมปิดทองใหม่เรียบร้อยแล้ว จึงได้หล่อเป็นองค์จำลองขึ้น เมื่อมีผู้ประสงค์จะปิดทองหรือสร้งน้ำในวันสงกรานต์ก็เชิญออกมาข้างนอกวิหารให้ประชาชนสร้งน้ำ ผู้ที่จะสร้งน้ำก็ไม่ต้องเข้าไปเบียดเสียดกันข้างในวิหารและสถานที่ที่ไม่สกปรก

การสร้งน้ำพระพุทธรูปนั้นทำไม่เหมือนกัน เช่น ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และในประเทศลาว เขาก็ไม่ได้เอาน้ำไปสร้งที่องค์พระโดยตรง แต่ใช้รางไม้บ้าง รางไม้ไผ่บ้าง รางเช่นนี้น้ำทอดยาวไว้ในที่สูงเสมอศีรษะ ประชาชนที่จะสร้งน้ำพระพุทธรูปก็เอาน้ำหอมหรือน้ำท่าเทลงในรางไม้นั้น น้ำก็จะไหลไปตามราง แล้วไหลลงสร้งที่องค์พระพุทธรูปเลยทีเดียว วิธีสร้งน้ำพระพุทธรูปแบบนี้เรียกว่า

สะดวกสบายดี สรงกันทีละหลาย ๆ คนก็ได้ ไม่ต้องเบียดเสียดยัดเยียดกันไม่ต้องระวังว่าจะเป็นการล่วงเกินสูงตำต่อพระพุทธรูป

ทางภาคอีสานสมัยโบราณถือว่าการสรงน้ำพระเป็นเรื่องสำคัญมาก จึงมีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “บุญสรงน้ำ” คือสรงน้ำพระพุทธรูป สรงน้ำพระสงฆ์ สรงน้ำหรือรดน้ำผู้ใหญ่ บางแห่งสรงน้ำพระพุทธรูปอยู่ถึง 15 วันจึงเลิก บางแห่งก็สรงน้ำพระตลอดเวลา 1 เดือน ตอนบ่ายๆเริ่มตั้งแต่วันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 5 พอถึงวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 6 จึงมีพิธีสวดมนต์เชิญพระพุทธรูปกลับเข้าประดิษฐานที่เดิมและขอขมาพระพุทธรูป

บางลัทธิถือว่าถ้าปีใดผู้เฒ่าผู้แก่หนุ่มสาวไม่เล่นสาดน้ำปีนั้นฝนจะน้อย ถือกันว่าการเล่นสาดน้ำเหมือนดังพญานาคเล่นน้ำในสระโอนาดาด และการเล่นสาดน้ำนั้นเขามีจุดประสงค์ คืออธิษฐานขอให้ฝนตกเพื่อบ้านเมืองจะได้อยู่เย็นเป็นสุข และเขาถือว่าน้ำสรงพระพุทธรูปนั้นเป็นน้ำศักดิ์สิทธิ์ ประพรมบ้านเรือน ลูกหลาน วัวควาย ให้ปราศจากโรคภัยอันตรายทั้งปวง

ปล่อยนกปล่อยปลา การปล่อยนกปล่อยปลาในเทศกาลสงกรานต์ได้มีมาแต่ครั้งกรุงศรีอยุธยา มีหลักฐานกล่าวไว้ในหนังสือ “ภูมิสถานกรุงศรีอยุธยา” ว่าในสมัยกรุงศรีอยุธยานั้นมีหมู่บ้านอยู่สองแห่งที่จับสัตว์มาขาย คือ บ้านพระกรานหรือปากกรานจับปลาหมอเกราะ บ้านป้อมหัวพวนขายนก อังชัน นกกระจาบ นกสีชมพู นกปากตะกั่ว นกและปลาเหล่านี้มีคนจับใส่กรงและใส่อ่างมาเร่ขายให้ชาวกรุงเพื่อจะได้ซื้อปล่อยในเทศกาลตรุษสงกรานต์ ส่วนในหนังสือ “คำให้การขุนหลวงวัดประดู่ทรงธรรม เอกสารจากหอหลวง” มีข้อความแตกต่างกันไป ดังนี้

“บ้านพระกราน ชาวบ้านนั้นจับปลาหมอเกราะหามาขายบ้าง ใส่เรือมาเร่ขายบ้าง ในระดุกษัตริย์สงกรานต์ ชาวกรุงซื้อปล่อยทำบุญ” และ “บ้านป้อมหัวแหลมพวกแขกเก่าแลลาวเก่า จับนก อันชันแลนกกระจาบฆ่าตายเที่ยวเร่ขาย 1 แลจับนกสีชมพู นกปากตะกั่ว นกแดงอิฐ นกกะทินกกระจาบเป็นใส่กรงซังไปเที่ยวเร่ขายให้ชาวพระนครซื้อปล่อยเมื่อระดุกษัตริย์สงกรานต์”

ต้นเหตุที่มีการปล่อยนกปล่อยปลาในเทศกาลสงกรานต์มีกล่าวกันต่าง ๆ เฉพาะเรื่องปล่อยปลามีเรื่องเล่ากันว่า ในสมัยพุทธกาลมีสามเณรรูปหนึ่งซึ่งพระสารีบุตรทราบว่าจะต้องมรณภาพภายใน 7 วัน จึงเรียกสามเณรมาบอกเรื่องราวให้ทราบ และได้แนะนำให้สามเณรไปลาญาติโยมให้ทั่วก่อนจะมรณภาพ สามเณรจึงออกเดินทางไปลาญาติโยมตามที่ต่าง ๆ ในระหว่างเดินทางไปนั้น สามเณรก็ไปพบปลาตกคักอยู่ในสระที่น้ำแห้งเข้าแห่งหนึ่ง สามเณรมีความสงสารปลา เพราะเชื่อว่าถ้าปล่อยทิ้งไว้อย่างนั้น ปลาต้องตายอย่างแน่นอน สามเณรจึงจับปลาเหล่านั้นไปปล่อยในแม่น้ำ

เมื่อได้ช่วยเหลือปลาให้พ้นจากความตายแล้ว สามเณรก็เดินทางไปลาญาติโยมจนทั่ว ครั้นสามเณรอยู่ต่อมัจฉาจนครบเจ็ดวัน สามเณรก็ไม่เป็นอะไร ไม่มีอาการว่าจะหมดอายุ ทั้งนี้พระสารีบุตรเองก็แปลกใจเหมือนกัน เพราะถึงเวลาถึงกำหนดแล้วเหตุใดจึงมีชีวิตอยู่ได้ พระสารีบุตรจึงถามสามเณรรูปนั้นว่าไปทำอะไรมาบ้างในระหว่าง 7 วันที่ผ่านมานั้น สามเณรก็เล่าว่าในระหว่างที่

เดินทางไปลาญาติโยมได้ช่วยปลาให้พ้นจากความตาย พระสารีบุตรเมื่อทราบเรื่องเช่นนั้นก็ชี้แจงให้สามเณรฟังว่าที่รอดพ้นจากความตายมาได้ก็มีได้อะไรอื่นเป็นผลเพราะบุญที่ปล่อยปลาให้พ้นจากความตายนั่นเอง จึงทำให้อายุยืนต่อไป

เรื่องที่เล่ามานี้เป็นเรื่องที่เล่าสืบต่อกันมา เพื่อแสดงให้เห็นอานิสงส์ของการปล่อยปลา และกล่าวกันว่าเรื่องนี้เองที่เป็นต้นตอานานที่เกิดมีประเพณีปล่อยปลาขึ้น ตำนานการปล่อยปลานี้จะเป็นเรื่องเดิมมาอย่างไรไม่ทราบแน่ ทางประเทศพม่ามีกล่าวอีกอย่างหนึ่งว่า การปล่อยปลาในวันสงกรานต์ก็เนื่องมาจากพระอาทิตย์ย้ายจากราศีมีนเข้าสู่ราศีเมษ ที่กล่าวเช่นนี้บางท่านที่ยังไม่รู้เรื่องโหราศาสตร์อาจจะสงสัย คือ ตามความหมายทางโหราศาสตร์ ราศีมีนมีสัญลักษณ์เป็นรูปปลาส่วนราศีเมษมีสัญลักษณ์เป็นรูปแกะ สงกรานต์เริ่มเมื่อพระอาทิตย์ย้ายจากราศีมีน คือราศีรูปปลาไปสู่ราศีเมษ อาการที่พระอาทิตย์ย้ายจากราศีรูปปลาไปสู่ราศีเมษนี้เอง ที่ดูคล้ายกับว่าพระอาทิตย์ได้ปล่อยปลาไป ฉะนั้นการที่พม่าปล่อยปลาในวันสงกรานต์ จึงคล้ายกับการประกาศว่า พระอาทิตย์ย้ายราศีจากราศีรูปปลาไปแล้ว บัดนี้ถึงเทศกาลขึ้นปีใหม่แล้ว ชาวพม่าจึงพากันปล่อยปลาเอาอย่างพระอาทิตย์ เรื่องปล่อยปลามีตำนาน แต่เรื่องปล่อยนกหาเหตุที่เรามีได้ ในปัจจุบันคนปล่อยนกปล่อยปลา เพราะมีความเชื่อว่าจะช่วยขจัดทุกข์ขจัดภัยให้หมดไป หวังเอาบุญเอากุศลจากการปล่อยสัตว์ให้มาช่วยชีวิตตน นอกจากนี้หนังสือเทศกาลสงกรานต์ของพระยาอนุมานราชชน (2500) ได้กล่าวถึงการปล่อยนกปล่อยปลาเพิ่มเติมว่าในหมู่บ้านที่มีคนไทยเชื้อสายมอญ มีแห่ปลาปล่อยกันอย่างสนุกสนาน มีผู้หญิงสาว ๆ แต่งตัวสวย ๆ เข้ากระบวนแห่กันมาก พวกผู้ชายไม่แห่ปลาในตำบลของตน แต่มีประเพณีว่าชายตำบลนี้ต้องไปร่วมแห่ปลาตำบลโน้น เพื่อเชื่อมสามัคคีกันที่จะเข้าร่วมแห่ในตำบลของตนไม่มีใครมี เมื่อเสร็จแห่ปลาและเสร็จเล่นขัตฤกษ์สงกรานต์แล้ว ไม่ช้าจะปรากฏมีแต่งงานกันมากคู่แสดงว่าสงกรานต์เป็นฤดูเลือกคู่ด้วย เรื่องปล่อยนกปล่อยปลา ทำไมจึงต้องปล่อยกันในวันสงกรานต์ หากพิจารณาเฉพาะเรื่องปล่อยปลาที่พอจะสันนิษฐานถึงเหตุผลว่าเพราะวันสงกรานต์เป็นหน้าแล้งอากาศร้อนจัด ตามหนองและแอ่งน้ำทั่วไปงวดแห้งไปก่อนหน้านี้นี้เป็นเวลาหน้าน้ำน้ำท่วมล้นฝั่งแม่น้ำลำคลองไหลบ่าเข้าไปในทุ่ง ฝูงปลาก็ว่ายเข้าไปวางไข่ ลูกปลายังไม่ทันจะโตถึงหน้าน้ำลด น้ำก็ขาดตอนเป็นห้วง ๆ คงเหลือที่มือน้ำที่แอ่งและหนองน้ำ ฝูงปลาก็หนีตามน้ำลงมายังแม่น้ำลำคลองไม่ทันโดยเฉพาะพวกลูกปลาก็ตกค้างอยู่ในที่สูงสุดในแอ่งน้ำในหนองแห้งงวดลงโดยตามลำดปลาก็ตกพลัดอีกไม่ช้าพอน้ำแห้งหมดปลาเหล่านั้นก็ต้องตาย นอกจากจะไม่มีชีวิตอดทนหมกโคลนอยู่ได้นาน ๆ ซึ่งจะได้จับปลาตกอีก ถ้าเป็นลูกปลาจะกินไม่ได้เนื้อหนังอะไรก็เลี้ยงไว้ในตุ่มในไหเพื่อเอาบุญแล้วนำไปปล่อยในแม่น้ำลำคลองวันสงกรานต์ เพิ่มบุญกุศลที่ทำไว้ด้วยจึงเกิดมีประเพณีปล่อยปลาและลามมาถึงปล่อยนกด้วย กระทำให้ปลาเล็กน้อยที่ค้างตกคลักรอดตาย มีโอกาสสืบพันธุ์ได้ต่อไป เท่ากับได้ช่วยตัวเองในทางเศรษฐกิจ คือสงวนพันธุ์ปลา ซึ่งตนเองไม่รู้สึกรักตัวข้าพเจ้ามีโอกาสไปเที่ยวอำเภอสรีราชา เมื่อวันสงกรานต์ (พ.ศ. 2484) ได้ซักถามชาวบ้านกลางคนที่นั่นว่า มีทำบุญปล่อยปลา

บ้างหรือเปล่า เขาตอบว่าไม่มีที่ไม่มีก็เห็นเหตุเพราะประชาชนที่อยู่ริมทะเลย่อมมีอาชีพประมงเป็นส่วนใหญ่มีแต่จับปลามากกว่าปล่อยปลา และการจับปลาในทะเล ไม่มีเหตุจำเป็นต้องกลัวว่าปลาจะหมดจับได้มากเท่าไรยิ่งดี เพราะเป็นจับในทะเลซึ่งไม่มีเขตสุด ผิดกับห้วย หนอง คลอง บึง ซึ่งเป็นที่จำกัด ถ้าจับปลาเสียหมดไม่ว่าปลาเล็กปลาน้อยก็อาจจะหมดได้ เพราะไม่มีโอกาสสืบพันธุ์ส่วนใหญ่ผู้ที่อยู่ตอนและทำไร่ เรื่องทำบุญปล่อยปลาคงไม่มีเพราะไม่มีที่จะปล่อยและไม่มีมาจนถึงจะปล่อยได้

บั้งสุกุลอัฐิ ในสมัยสุโขทัยและสมัยอยุธยานิยมสร้างพระเจดีย์ที่บรรจุอัฐิไว้ในวัด สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพได้ทรงอธิบายไว้ในเรื่อง “มูลเหตุแห่งการสร้างวัดในประเทศไทย” ตอนหนึ่งว่า “ใครตั้งวงศ์สกุลได้เป็นหลักฐานก็สร้างวัดเป็นอนุสาวรีย์สำหรับบรรจุอัฐิธาตุของวงศ์สกุล มักสร้างเจดีย์ขนาดเขื่องสององค์ไว้ข้างหน้าโบสถ์เป็นที่บรรจุอัฐิธาตุหรืออุทิศต่อบิดาองค์หนึ่งมารดาองค์หนึ่ง ส่วนสมาชิกในสกุลนั้นเมื่อใครตายลงเผาศพแล้วก็สร้างสถูปเจดีย์ขนาดย่อมลงมาเป็นที่บรรจุอัฐิธาตุรายไปรอบโบสถ์ เรียกกันว่า พระเจดีย์ราย ครั้นถึงเวลานักขัตฤกษ์ เช่น ตรุษสงกรานต์ก็พากันออกไปทำบุญให้ทานอุทิศเปตพลีที่วัดของสกุล”

ครั้นถึงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์เห็นว่าการบรรจุอัฐิไว้ในพระเจดีย์นั้นไม่ปลอดภัยด้วยกรุงศรีอยุธยาถูกเผาผลาญเป็นตัวอย่างให้เห็นและกรุงเทพฯ ก็เพิ่งตั้งขึ้นใหม่ไม่ทราบว่าจะมีศึกเหนือเสียได้อะไรอีก “จึงงดประเพณีที่บรรจุอัฐิไว้ในวัดเสียชั่วคราว มักรักษาอัฐิวงศ์สกุลไว้ที่บ้านเรือน ยังเป็นประเพณีแพร่หลายอยู่ทุกวันนี้”

ตามประเพณีดังกล่าวในชนบทเคยนิยมทำพิธีบั้งสุกุลอัฐิในวันสงกรานต์วันสุดท้าย คือ จะนำโกศบรรจุอัฐิมาที่วัดให้บั้งสุกุลแล้วประพรมน้ำอบที่อัฐิ บางรายไม่มีอัฐิครบทุกคนก็ใช้วิธีจดชื่อบั้งสุกุลก็มี แต่ในปัจจุบันนี้ดูจะบางตาลงไปมาก จะเป็นเพราะไม่นิยมเก็บอัฐิไว้ที่บ้านหรืออย่างไรก็ไม่ทราบ เพราะนิยมบรรจุไว้ข้างกำแพงวัดและตามฐานพระพุทธรูปในบริเวณวัดกันมากขึ้น

การเล่นในเทศกาลสงกรานต์ ในระหว่างเทศกาลสงกรานต์ ชาวบ้านชาวเมืองต่างหยุดงานเพื่อทำบุญและพักผ่อน หาความสนุกรื่นเริงตามความพอใจ มีทั้งการร้องรำทำเพลง และเล่นการพนันอะไรต่าง ๆ ซึ่งในสมัยโบราณอนุญาตให้เล่นได้โดยเสรี ครั้นถึงสมัยรัชกาลที่ 6 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงเห็นว่าประชาชนนิยมเล่นการพนันกันมากกว่าการเล่นอย่างอื่น จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้เลิกประเพณีดังกล่าวเมื่อ พ.ศ. 2456 ดังประกาศต่อไปนี้

“มีพระบรมราชโองการดำรัสเหนือเกล้าฯ ให้ประกาศให้ทราบกันทั่วหน้าว่า ประเพณีบ้านเมืองแต่โบราณมา เมื่อถึงฤดูนักขัตฤกษ์ตรุษสงกรานต์ประชาชนย่อมหยุดการทำงานไปทำบุญให้ทาน และเล่นการนักขัตฤกษ์รื่นเริงประจำปี ลักษณะการเล่นการนักขัตฤกษ์แต่ก่อนมาย่อมเล่นแต่การกีฬาหาความสนุกรื่นเริง มิได้ถือเอาการพนันขึ้นต่อเป็นใหญ่ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวแต่ก่อนมา จึงได้ทรงพระกรุณาโปรดยกอากรการเล่นต่าง ๆ พระราชทานในเวลานักขัตฤกษ์ตรุษสงกรานต์ ตลอดไปจนถึงตรุษจีน ด้วยมีเงินเข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภารอยู่เป็นอันมาก จึงชอบ

เล่นรื่นเริงในเวลาตรุษของเขาเหมือนกัน การเล่นสงกรานต์ในสมัยโบราณ คือ สมัยกรุงศรีอยุธยาหรือก่อนนั้นขึ้นไป ไม่สามารถจะสืบทราบได้ว่าเขาเล่นอะไรกันบ้าง ในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้นพอจะทราบได้จากจดหมายเหตุโร ซึ่งได้บันทึกเหตุการณ์ในปี จ.ศ. 1151 (พ.ศ. 2332) ในสมัยรัชกาลที่ 1 ไว้ว่า “ตรุษสงกรานต์ ตีเข้าบิณฑต์ เล่นสละบ้า ชายหนุ่มร้องเล่นโพลก” เพียงในรัชกาลที่ 1 นี้เองการเล่นที่กล่าวถึงก็ทำให้เรางงงเสียแล้วการร้องเล่นโพลกเป็นอย่างไรก็ไม่มีใครรู้ ส่วนตีเข้าบิณฑต์นั้นก็คือ ตีข้าวบิณฑต์ หมายถึง การถวายข้าวพระอย่างย่อ รัชกาลที่ 5 ทรงอธิบายว่า ข้าวบิณฑต์อย่างหนึ่งนั้นใช้พานทองเหลืองชั้นเดียว มีกรวยใบตองบรรจุข้าวสุกในนั้น ยอดปักฉัตรประพิตทองสามชั้นมีจานขนมพิมพ์รายรอบกรวย บางทีก็เห็นมีของพลูหมากสุกลูกหนึ่งทีเห็นบออยู่ที่ปากของวางไปด้วยเทียนติดปากพานเล่มหนึ่งไม่มีรูป บางทีก็มีธงเสฉว์เล็กๆเสียบตามกรวยรอบด้วย ข้าวบิณฑต์เช่นนี้ใช้สำหรับบูชาพระทรายในเวลาสงกรานต์

สละบ้า เป็นการเล่นที่เก่าแก่ของไทยอีกอย่างหนึ่ง และมีเล่นกันหลายจังหวัด ทั้งทางภาคเหนือ ภาคตะวันออก ภาคกลาง และภาคใต้ วิธีการเล่นก็ต่างกันไปบ้าง การเรียกชื่อก็ผิดเพี้ยนกันในแต่ละภาค ส่วนตำนานการเล่นก็มีอยู่หลายอย่าง เช่น สละบ้าทอย ของจังหวัดปทุมธานีก็ว่ามาจากสละบ้าติด ขาวหงสาวดีนำมาเผยแพร่ในเมืองไทย แต่จะเป็นเมื่อใดไม่มีหลักฐาน อาจมีมาแต่ครั้งกรุงศรีอยุธยาและว่าคนไทยมาเปลี่ยนวิธีเล่นจากสละบ้าติดมาเป็นสละบ้าทอยเมื่อประมาณ 150 ปี ตำนานการเล่นสละบ้าของจังหวัดลำปางว่าเนื่องมาจากเรื่องหงส์หิน ตามเรื่องย่อว่ามีเจ้าชาย 6 องค์เป็นราชบุตรของกษัตริย์ครองกรุงพาราณสี เมื่อเยาว์พระราชบิดาให้ช่างทำสละบ้าทองคำให้เล่น (สละบ้าทองคำก่อนเรียกว่า หมากนิมคำ) ตามเรื่องว่าไปเล่นนอกพระราชวัง มีเด็กน้อยอีกคนหนึ่งนั้นว่าเป็นราชบุตร ซึ่งเกิดแต่พระอัศรมเหสีของกษัตริย์องค์นั้น แต่ถูกขับไล่ออกจากราชสำนักไปก่อนแล้วเมื่อเด็กน้อยคนนั้นมาพบเข้าก็อยากเล่นบ้าง ได้ไปรบเร้ามารดาให้หาสละบ้าให้เล่น มารดาไม่มีทองคำจะทำ ให้ จึงได้หาสละบ้าธรรมดาให้เล่น เด็กน้อยจึงนำไปขอเล่นกับเจ้าชายทั้งหลาย แต่เจ้าชายทั้งหลายเห็นว่าสละบ้าของเด็กน้อยนั้นเป็นสละบ้าธรรมดาไม่ใช่ทองคำจึงไม่ยอมให้เล่นด้วย เด็กน้อยจึงเอาดาบของตนซึ่งเป็นดาบศักดิ์สิทธิ์ออกจอกวอด แล้วสัญญาว่าถ้าตนเล่นเสียจะยอมมอบดาบนั้นให้ เจ้าชายเห็นดาบก็อยากได้จึงยอมให้เล่นด้วย แล้วเจ้าชายก็เล่นเสียแก่เด็กน้อยทุกครั้งไป ตามตำนานกล่าวว่านับแต่นั้นเป็นต้นมาการเล่นสละบ้าก็แพร่หลายในกรุงพาราณสี และเล่นแพร่หลายต่อมาจนทุกวันนี้

การเล่นมอญซ่อนผ้า การเล่นที่พวกหนุ่ม ๆ สาว ๆ ชอบเล่นอีกอย่างหนึ่งก็คือมอญซ่อนผ้า ชื่อนี้ก็แปลกดูราวกับว่ามอญจะเล่นมาก่อน วิธีเล่นเขาก็นั่งล้อมวงหันหน้าเข้าหากัน ผ้าที่ใช้ซ่อนก็ใช้ผ้าขาวม้าของพวกผู้ชายนั่นเอง เอามาม้วนบิดเป็นเกลียวแบบขนมเกลียว คนซ่อนจะถือผ้าเดินรอบวงด้านนอก (ข้างหลังคนนั่ง) พอเห็นคนไหนเปลือก็หย่อนผ้าลงข้างหลังคนนั้นแล้วรีบเดินไปคว้าเอาผ้ามาแล้วตีกันคนนั่งนั้นได้ทีหนึ่ง แต่ถ้าคนนั่งเห็นหรือรู้ตัวก่อนก็จะรีบคว้าผ้าไล่ตีคนซ่อน คนซ่อนจะต้องรีบวิ่งหนีไปนั่งลงแทนที่คนที่ถูกมาไล่ที่นั่นทันที คนที่วิ่งไล่ตีก็ต้องรับหน้าที่เป็นคนซ่อนต่อไป

หมุนเวียนกันไปเช่นนี้ ถ้าผู้ชายเป็นคนชอบและได้ตีผู้หญิงก็มักจะตีเบา ๆ เป็นการเอาอกเอาใจไว้ ถ้าขึ้นตีแรง ๆ ก็จะทำให้โกรธเล็กน้อยไปเสียเฉย ๆ แต่ถ้าผู้หญิงเป็นคนชอบก็มักจะหวดผู้ชายแรง ๆ เสมอ ซึ่งผู้ชายก็ต้องอดทน เพื่อให้ผู้หญิงสนุกอยู่เล่นนาน ๆ

การเล่นช่วงชิง หรือการช่วงชัย นอกจากมอญซ่อนผ้าก็มี ช่วงชิง หรือช่วงชัย เรียกกันหลายอย่างต่างชนิด มีเล่นกันหลายจังหวัด เท่าที่เคยเล่นสมัยเด็กๆก็ออกสนุก แต่สนุกมากก็ตอนเป็นหนุ่ม เพราะเขาแบ่งออกเป็นสองข้างชายข้างหนึ่ง หญิงข้างหนึ่ง เครื่องใช้ก็ผ้าขาวม้าอีกนั้นและบางทีเลิกจากมอญซ่อนผ้าก็เอาผ้านั้นแหละม้วนให้เป็นลูกกลม ๆ มีหางเหลือไว้เหมือนข้าวต้มลูกโยน วิธีเล่นก็โยนลูกช่วงข้ามแดนกันไปมา เช่น หญิงโยนให้ชาย ถ้าชายรับได้ก็มีสิทธิ์ช่วงหรือปาไปที่หญิง ปาไปถูกคนไหนคนนั้นก็ต้องรำ พวกของแต่ละข้างก็เป็นลูกคู่ร้องเพลงประกอบจะใช้เพลงอะไรก็ได้ เป็นเพลงง่าย ๆ เช่น เพลงรำโทนสมัยก่อน “จะเท่งจะ ลูกสาวใครหนอช่างงามหล่อจริงนะ จะ จะเท่งจะ ลูกสาวฉันเองเป็นมะเร็งขาหวะ” หรือจะร้องเพลงพวงมาลัยก็ได้ไม่มีใครห้าม

ในระยะสงครามที่ต้องนาหรือตามชายทุ่งยังโล่งอยู่ตอนบ่ายแดดร้อน พวกเด็กหรือหนุ่ม ๆ สาว ๆ ก็ชอบเล่น ไม้หึ่ง กันอีกอย่างหนึ่ง แต่ไม้หึ่งนั้นไม่ค่อยสนุก เพราะผู้หญิงมักจะชอบเอาเปรียบ เพราะเล่นสู้พวกผู้ชายไม่ได้ ตีไม้ก็ไม่ไกล แต่บางทีผู้ชายก็โกงเพราะจะได้ให้พวกผู้หญิงหึ่ง ความจริงก็เข้าหยกกันเพื่อความสนุกนั่นเอง ถึงจะหึ่งเสียงขาดไปบ้างก็ต่อได้ ปัจจุบันการเล่นแบบนี้หายไปหมดแล้ว

การเล่นทรงเจ้าเข้าผี การเล่นทรงเจ้าเข้าผีในเทศกาลสงกรานต์ถือเป็นเรื่องสนุกอย่างหนึ่ง นิยมเล่นในตอนกลางคืนหรือบางอย่างก็เล่นตอนเย็น หลังจากกินข้าวเย็นแล้วก็จะนัดหมายให้ไปรวมกันที่ลานบ้านแห่งใดแห่งหนึ่ง แล้วเลือกคนที่จะเป็นคนทรง ซึ่งจะหาคนที่ใจอ่อนหรือเคยเข้าทรงมาแล้ว การเล่นทรงเจ้าเข้าผีมีมากมาย ต่างถิ่นต่างที่กันออกไปก็มีวิธีการแปลก ๆ เช่น การเข้าแม่ศรีหรือแม่สี มีวิธีการร้องเชิญแม่ศรีมาเข้าทรง ถ้าเห็นคนทรงเริ่มมีอาการมือสั่นก็เร่งร้องให้เร็วยิ่งขึ้นและเคาะไม้ให้ถี่ขึ้น จนคนทรงตัวสั่นธูปหลุดจากมือก็หยุดร้อง หยุดเคาะไม้ เพราะตอนนี้เจ้าเข้าคนทรงใครมีปัญหาจะซักถามอะไรก็ได้ ส่วนมากจะช่วยให้ช่วยทำนายทายทักโชคชะตาราசி จะมีคู่เมื่อไร ลักษณะของคู่เป็นอย่างไร เมื่อหมดเรื่องที่จะซักถามแล้วก็เชิญเจ้าเล่นรำโทนเมื่อเล่นพอสมควรแล้วก็จะเชิญเจ้าออก โดยร้องกะตั้วที่หูคนทรงเจ้าก็จะกลับการเล่นทรงเจ้าเข้าผีอื่น ๆ อาทิ การเข้าผีสิงลม การเล่นเชื้อยาหงส์ การเล่นเชื่อนางข้าง การเล่นผีอึ่งอ่าง เป็นต้น

จากการสำรวจเอกสารที่เกี่ยวข้องกับประเพณีสงกรานต์ พบว่ามีเอกสารที่กล่าวถึงตำนานการแห่พระเศียรของท้าวมหาพรหม และนางสงกรานต์ในแต่ละปี รวมถึงรายละเอียดเกี่ยวกับงานประเพณีสงกรานต์ตั้งแต่วัตถุประสงค์ของการเฉลิมฉลองเทศกาลสงกรานต์ กิจกรรมที่ดำเนินระหว่างงานประเพณี รวมถึงการละเล่นสงกรานต์ เหล่านี้ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาความเป็นมา

องค์ประกอบ กิจกรรม พิธีกรรม การละเล่น ความเชื่อและรูปแบบของการจัดกิจกรรมในงานประเพณี
สงกรานต์ของชาวไทยพลัดถิ่นจังหวัดราชบุรี