

ยล เยี่ยม เยื่อน เหง้า

แนวคิดและทฤษฎีว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญสฤกษ์ วนนทสุข

ตัวอย่าง



สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร

Naresuan University Publishing House

www.nupress.grad.nu.ac.th

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของสำนักหอสมุดแห่งชาติ
National Library of Thailand Cataloging in Publication Data

บุญยสฤกษ์ อเนกสุข.

ยล เยี่ยม เอือน เหยา: แนวคิดและทฤษฎีว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม— พิชญ์โลก: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2557.
302 หน้า.

1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. 2. ไทย--ภูมิประเทศและการท่องเที่ยว. I. ชื่อเรื่อง.

915.93

ISBN 978-616-7902-13-5

สพน. 003

ยล เยี่ยม เอือน เหยา: แนวคิดและทฤษฎีว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญยสฤกษ์ อเนกสุข



สงวนลิขสิทธิ์โดยสำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร

พิมพ์ครั้งที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2558 จำนวนพิมพ์ 500 เล่ม ราคา 320 บาท

การผลิตและการลอกเลียนหนังสือเล่มนี้ไม่ว่ารูปแบบใดทั้งสิ้น

ต้องได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากสำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร

ผู้จัดพิมพ์ สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร

มีวางจำหน่ายที่ 1. ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อาคารวิทยุเทิดี ชั้น 14 ซอยจุฬาลงกรณ์ 64 ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

สาขา ศาลาพระแก้ว กรุงเทพฯ โทร. 0-2218-7000-5

สยามสแควร์ กรุงเทพฯ โทร. 0-2218-9881, 0-2255-4433

มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก โทร. 0-5526-0162-5

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา โทร. 044-216131-2

มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี โทร. 0-3835-4855-9

โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า (รังสิตปร.) จังหวัดนครนายก โทร. 037-393-023, 037-393-036

จัดสรรจามรี กรุงเทพฯ โทร. 0-2160-5301

รัตนธานี กรุงเทพมหานคร โทร. 0-2950-5408-9

มหาวิทยาลัยพะเยา โทร. 0-5446-6799, 0-5446-6800

ย่อยคณะครุศาสตร์จุฬาฯ โทร. 0-2218-3979

2. เล็งชัยย์ไคเซ็นเตอร์ 108/35 ถนนเอกาทศรถ ตำบลในเมือง อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก 65000
โทร. 0-5525-8862

สาขา มหาวิทยาลัยนเรศวร (หน้าหอใน อาคารขวัญเมือง) จังหวัดพิษณุโลก โทร. 0-5526-1616

ICD หน้าโรงพยาบาลพิษณุเวช พิษณุโลก) จังหวัดพิษณุโลก โทร. 084-814-7800

3. ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ อาคารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 50 ถนนงามวงศ์วาน
แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทร. 0-2579-0113

4. ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ อาคารอเนกประสงค์ ชั้น 1 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ถนนพระจันทร์
แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200 โทร. 0-2613-3899, 0-2623-6493

สาขา ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (โดยความร่วมมือกับศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์) จังหวัดเชียงใหม่
โทร. 0-5394-4990-1

ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (โดยความร่วมมือกับศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
จังหวัดสงขลา โทร. 0-7428-2980, 0-74282981

5. ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยขอนแก่น 123 หมู่ 16 ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000
โทร. 0-4320-2842

6. ร้านหนังสือเคล็ดไทย 117-119 ถนนเฟื่องนคร เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200 โทร. 0-2225 -9536

กองบรรณาธิการ กองบรรณาธิการจัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์ทางวิชาการของสำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร

ออกแบบปก สรญา แสงเย็นพันธ์ image by Freepik.com

พิมพ์ที่ รัตนสุวรรณการพิมพ์ 3 30-31 ถนนพญาไท อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 65000
โทร. 0-5525-8101

คำนำ

หนังสือ “ยล เยี่ยม เยือน เหยา: แนวคิดและทฤษฎีว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” ฉบับนี้เป็นการรวบรวมแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งไม่พบบ่อยนัก ที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะถูกถ่ายทอดอย่างเป็นเรื่องราวในประเทศไทย เนื่องด้วยในสังคมไทย ส่วนใหญ่มักจะมี ความเข้าใจว่าการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นเชิงนิเวศ (Ecotourism) หรือเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) มีความคล้ายคลึงกันในแง่ความหมาย กิจกรรม การเรียนรู้ และการตลาด การท่องเที่ยวแทบทั้งสิ้น เห็นได้จากข้อเสนอถึงกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ ที่ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม แม้แต่การคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ก็ถูกอธิบายควบคู่กันระหว่างการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมในท้องถิ่น จนบางครั้ง ความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงอยู่เพียงเป้าหมาย ของการนำเสนอเรื่องราวเสียมากกว่าจะให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไปเลยลักษณะใด

ขณะเดียวกันแนวคิดและทฤษฎีทางการท่องเที่ยวในสังคมไทยส่วนใหญ่มักนิยามนำเสนอ เครื่องมือในการจัดการการท่องเที่ยวหรือมีเช่นนั้นก็จะกล่าวถึงการท่องเที่ยวในมิติอื่นๆ แทน เพื่อหลีกเลี่ยงความคลุมเครือที่เกิดขึ้นเช่น การท่องเที่ยวกับการพัฒนา การวางแผนการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การอบรมมัคคุเทศก์ ฯลฯ หรือแม้แต่การพูดถึงกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การจัดโฮมสเตย์ หรือการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ฯลฯ เพียงเพราะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (อันที่จริงมีการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ ด้วยไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การถ้ำจักรยานเสือภูเขา ฯลฯ) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใกล้ชิดกันจนเกือบแยก ไม่ออกนั่นเอง

ที่จริงแล้วอาจไม่ผิดนักหากนักท่องเที่ยวเดินเข้าไปในชุมชน นักท่องเที่ยวไม่สามารถเลือก ได้ว่าจะชมอะไรระหว่างป่าชุมชนหรือวิถีชีวิตของชุมชน เพราะก็เป็นการผลิตแบบกันระหว่าง การเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่หากพิจารณาอีกโสดหนึ่ง ก็จะพบว่า การท่องเที่ยวในป่าชุมชน (Community Forest หรือ Social Forestry) เองก็ไม่ได้จำกัด จำเพาะการเที่ยวชมต้นไม้ สัตว์ป่า หรือการปีนหน้าผาขึ้นเขา ฯลฯ เท่านั้น แต่การท่องเที่ยว ในป่าชุมชนยังหมายถึงการชมวิถีชีวิตของคน (ในชุมชน) กับป่าอีกด้วย เช่น การหาสมุนไพรในป่า การเก็บพืชพันธุ์ในป่ามาประกอบอาหาร การนั่งถือผีอารักษ์ที่ดูแลป่าในนามผีปู่ตา ฯลฯ โดยนัยนี้ การท่องเที่ยวจึงมีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมเป็นประเด็นหลักด้วยเช่นกัน

ด้วยเหตุนี้การทำความเข้าใจ “การท่องเที่ยว” ที่สัมพันธ์กับทุนทางธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม ประเพณี ฯลฯ อันสถิตอยู่ในฐานะการเป็นบริบททางวัฒนธรรมจึงมีความน่าสนใจ อย่างยิ่ง

อย่างไรก็ดีแม้แต่การกล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเองก็ตาม ข้อที่นำมาแปลใจสำหรับ สังคมไทยก็คือความพยายามอธิบายความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งยังมีความคลุมเครืออยู่ไม่น้อย บ้างก็ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำกัดเฉพาะการท่องเที่ยวในงาน เทศกาลและประเพณีเท่านั้น ในขณะที่บางความหมายขยายไปจนถึงการเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์แหล่ง โบราณสถาน และวัดวาอาราม หรือบางแห่งอธิบายว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความแตกต่าง

จากการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ เป็นต้น ทั้งที่ในความเป็นจริงสิ่งเหล่านี้ล้วนมาจากทุนทางสังคม และวัฒนธรรมอันเป็นต้นทุนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแทบทั้งสิ้น มีพักที่จะกล่าวถึงประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลอดจนความเกี่ยวพันระหว่างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และบริบทหรือประเด็นร่วมสมัยที่ท้าทายให้วงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันในปัจจุบันกลับกลายเป็น การนำเสนอแยกจำเพาะศาสตร์ในสาขาที่นักวิชาการมีความเชี่ยวชาญ เช่น ศาสตร์ทางบริหารธุรกิจ ศาสตร์ทางมานุษยวิทยา ศาสตร์ทางพัฒนาสังคม ฯลฯ มากกว่าจะมีการเรียบเรียงให้เห็นภาพรวม ที่สอดคล้องกับในลักษณะของการเป็นสหวิทยาการ (Interdisciplinary)

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลับถูกจัดกลุ่มให้เป็นเพียงรูปแบบการท่องเที่ยวหนึ่ง ในหลายรูปแบบโดยมีวิธีการจัดการเพียงหนึ่งเดียว การกล่าวถึงหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholder) แม้ว่าจะมีลักษณะคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น เห็นได้จากการแบ่ง เป็นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน และคนในชุมชน แต่การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมจะมีหน่วยงานเฉพาะที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง เห็นได้จากในภาครัฐของประเทศไทย มีได้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบเพียงลำพังมากกว่ากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาหรือการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังมีหน่วยงานต่างๆ อาทิ กระทรวงวัฒนธรรมหรือแม้แต่กระทรวงเกษตร และสหกรณ์ ก็มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเช่นกัน ขณะที่องค์กรพัฒนาเอกชน ก็มีความแตกต่างจากองค์กรที่ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม หรือแม้แต่วิธีการนำเสนอของชุมชน เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็มีความแตกต่างจากการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นอยู่มิใช่น้อย อันสะท้อนให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็มีวิธีการจัดการที่แตกต่างจากการท่องเที่ยว ในรูปแบบอื่นด้วย

หนังสือ“ยล เยี่ยม เยือน เหยา: แนวคิดและทฤษฎีว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” จึงเป็นหนังสือที่ผู้เขียนพัฒนามาจากประสบการณ์ที่คลุกคลีและพยายามเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมมาตลอดระยะเวลา 20 ปี พร้อมทั้งนำเสนอแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมอย่างมีเอกภาพมากขึ้น โดย “ยล” ในที่นี้หมายถึงการพินิจพิเคราะห์ปรากฏการณ์ ร่วมสมัยในวงวิชาการที่กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม “เยี่ยม” จะเป็นการท่องเที่ยวระหว่าง ประเทศและหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยมีนโยบายส่งเสริมการเยี่ยมชมวัฒนธรรมในแหล่ง ท่องเที่ยวแต่ละแห่งอย่างไร ขณะที่ “เยือน” เป็นการนำเสนอบทบาทของหน่วยงานภาคเอกชน ต่อการเยือนแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ “เหยา” จะหมายถึงคนในชุมชนผู้ซึ่งเป็นเจ้าของ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเป็นเจ้าของบ้านที่ถูกท่องเที่ยวมากที่สุด ทั้งนี้โครงสร้างของหนังสือ เล่มนี้จึงประกอบไปด้วย

บทที่ 1 เป็นการอธิบายที่มาและความหมายของการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในฐานะเป็นการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) ซึ่งใช้ต้นทุนทางประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม และประเพณี เพื่อตอบสนอง ความต้องการของนักท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกัน พร้อมกับระบุตัวอย่างการศึกษาวัฒนธรรม ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อทำความเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างลุ่มลึก

บทที่ 2 นำเสนอประเด็นร่วมสมัยในการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ทุนทาง วัฒนธรรม สินค้าทางวัฒนธรรม การสร้างวัฒนธรรม มรดกทางวัฒนธรรมตลอดจนการท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรมกับแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ในมิติทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ซึ่งกำลังอยู่ในกระแสนิยม พร้อมกับการทำความเข้าใจและเข้าใจความหมายและประเภทนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บทที่ 3 กล่าวถึงนโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ถูกกำหนดโดยหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานนานาชาติที่รัฐบาลในแต่ละประเทศรับรองว่ามีบทบาทสำคัญด้านการกำหนดแนวทางการท่องเที่ยวของโลก

บทที่ 4 เป็นการแนะนำวิธีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดบริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างมีคุณภาพพร้อมทั้งเสนอแนวทางการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการทำความเข้าใจตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการสื่อความหมายในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการพัฒนาของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรมตลอดจนนำเสนอนวัตกรรมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอนาคต

บทที่ 5 กล่าวถึงชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในฐานะเจ้าของบ้าน (Hosts) ให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยคนในชุมชนจึงอยู่ในฐานะผู้ถูกกระทำจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้งในด้านนโยบาย เศรษฐกิจ หรือแม้แต่การใช้ชีวิตประจำวัน พร้อมทั้งนำเสนอผลกระทบอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีต่อชุมชน รวมถึงทางออกของคนในชุมชนต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลอดจนการสร้างพลังอำนาจให้แก่คนในชุมชน

บทที่ 6 เป็นการสรุปเนื้อหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนับตั้งแต่บทที่ 1 พร้อมทั้งการชี้ให้เห็นผลกระทบทางบวกและทางลบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้งในระดับมหภาค และระดับจุลภาคควบคู่กับการเสนอแนวทางป้องกันและแก้ไขผลกระทบทางลบที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งอภิปรายเกี่ยวกับทิศทางของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของประเทศไทยในอนาคต

ผู้เขียนขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.พัชรินทร์ สิริสุนทร คณบดีคณะสังคมศาสตร์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วศิน ปัญญาธระกูล หัวหน้าภาควิชาประวัติศาสตร์และผู้อำนวยการสถานอารยธรรมศึกษาโขง-สาละวิน และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทวีศักดิ์ เผือกสม ประธานหลักสูตรบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีส่วนสำคัญโดยเฉพาะการมอบโอกาสให้ผู้เขียนได้ทำในสิ่งที่ตนเองรักตลอดระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมาทั้งขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ตรวจแก้ไขหนังสือเล่มนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ที่ลืมไม่ได้ คือ คุณศรีธัญญา ละม่อมสายและคุณนภารัตน์ กวีนิภุชยานนท์ นิสิตปริญญาโทและเอกสาขาวิชาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษาซึ่งช่วยตรวจทานต้นฉบับให้อ่านง่ายมากขึ้น ตลอดจนขอขอบคุณกัลยาณมิตรทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือและสอบถามความก้าวหน้าในการเขียนหนังสือเป็นระยะ

คุณค่าของหนังสือเล่มนี้ผู้เขียนขออุทิศถวายเป็นพระราชกุศลแด่สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ผู้ทรงเป็นต้นแบบของความพยายามอย่างยิ่งที่จะทำให้สังคมไทยเป็นไทจากอวิชชา

บุญยสฤษฎ์ อกนสุข
ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยนเรศวร

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพประกอบ	ฉ
สารบัญแผนภูมิ	ญ
บทที่ 1 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: อะไร และทำไม?	1
มนุษย์กับวัฒนธรรมการท่องเที่ยว	1
วัฒนธรรมในฐานะต้นทุนของการท่องเที่ยว	12
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการเป็นสินค้าวัฒนธรรม	16
ตัวอย่างรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	17
1. การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism)	18
2. การท่องเที่ยวเชิงมรดกทางวัฒนธรรม (Culture Heritage Tourism) หรือการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism)	19
3. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agricultural Tourism)	20
4. การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism)	22
5. การท่องเที่ยวในตัวเมือง (Urban Tourism)	23
6. การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religious Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual Tourism) กับการท่องเที่ยวเชิงแสวงบุญ (Pilgrimage Tourism)	25
7. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health/Wellness Tourism)	26
8. การท่องเที่ยวเชิงเทศกาล (Festival Tourism)	28
9. การท่องเที่ยวื่อด้านมืด (Dark Tourism)	29
การศึกษาวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	32
สรุปท้ายบท: ความเข้าใจวัฒนธรรมในการท่องเที่ยว	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 2 ยลประเด็นร่วมสมัยในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	39
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมิติทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital)	39
1. กลุ่มทุนทางวัฒนธรรมในความหมายเชิงมูลค่า	40
2. กลุ่มทุนทางวัฒนธรรมในความหมายเชิงคุณค่า	42
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมิติสินค้าทางวัฒนธรรม (Cultural Product)	46
การท่องเที่ยวกับการสร้างวัฒนธรรม (Cultural Invention)	53
การท่องเที่ยวกับมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage)	57
การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	66
สรุปท้ายบท: นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นใคร?	74
1. จำแนกตามวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว	75
2. จำแนกตามสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว	76
3. จำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	76
บทที่ 3 นโยบายการเยี่ยมชมวัฒนธรรม	81
นโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในองค์การระดับนานาชาติ	81
นโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในองค์การระดับภูมิภาค	91
นโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย	98
สรุปท้ายบท: การจำแนกกลุ่มนโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	111
บทที่ 4 การจัดการเยือนแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	113
การบริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	113
การวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	116
1. การวางแผนระดับนโยบายการท่องเที่ยว (Tourism Policy Planning)	117
2. การวางแผนกลยุทธ์หรือแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Planning)	120
3. แผนปฏิบัติการหรือแผนดำเนินงาน (Operation Plan)	126

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	141
1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism Product)	141
2. ราคา (Price)	142
3. การจัดจำหน่าย (Place and Distribution)	142
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	143
การสื่อความหมายในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	153
ของที่ระลึก (Souvenirs) ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	163
สรุปท้ายบท: นวัตกรรมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	169
บทที่ 5 เหย้าที่ถูกท่องเที่ยว	175
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน	175
ชุมชนในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	184
1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการลดความยากจนในชุมชน	192
2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมิติการท่องเที่ยวโดยชุมชน	197
องค์กรพัฒนาเอกชนกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน	206
สรุปท้ายบท: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการพัฒนาชุมชน	220
บทที่ 6 บทสรุป:	
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรรควิธีเพื่อความยั่งยืนในอนาคต	223
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและผลกระทบที่เกิดขึ้น	223
ขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	228
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรรควิธีเพื่อความยั่งยืน	230
1. แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน	237
2. แนวทางการบริหารจัดการนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอย่างยั่งยืน	240
สรุปท้ายบท: ทิศทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย	242
บรรณานุกรม	251
ดัชนีค้นคำ	279
ประวัติผู้เขียน	285

สารบัญตาราง

	หน้า
บทที่ 1	
ตาราง 1.1 เปรียบเทียบวัฒนธรรมการท่องเที่ยวโลกในแต่ละช่วงเวลา	7
ตาราง 1.2 เปรียบเทียบกระแสการท่องเที่ยวในโลกตะวันตก- กับประเทศไทย	12
ตาราง 1.3 ประเภทของการท่องเที่ยวด้านมืด	30
บทที่ 2	
ตาราง 2.1 ตัวอย่างหน่วยงานที่ดูแลรักษาและจัดการ- มรดกทางวัฒนธรรมในประเทศไทย	61
ตาราง 2.2 พัฒนาการของแนวคิดอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เมืองสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์	73
ตาราง 2.3 ความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวหลังสมัยใหม่ และนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	78
บทที่ 3	
ตาราง 3.1 เปรียบเทียบนโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม- ขององค์การท่องเที่ยวโลก ยูเนสโก และไอโคโมส	91
ตาราง 3.2 เปรียบเทียบนโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของพม่า อาเซียน และสำนักงานประสานความร่วมมือ- ด้านการท่องเที่ยวอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (MTCO)	98
ตาราง 3.3 การเปรียบเทียบนโยบายของหน่วยงานรัฐในประเทศไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	110
บทที่ 4	
ตาราง 4.1 กระบวนการวางแผนเพื่อการจัดรายการนำเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	131
ตาราง 4.2 ตัวอย่างการรณรงค์ (Campaign) ทางการท่องเที่ยว- ในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2550 – พ.ศ. 2557	144

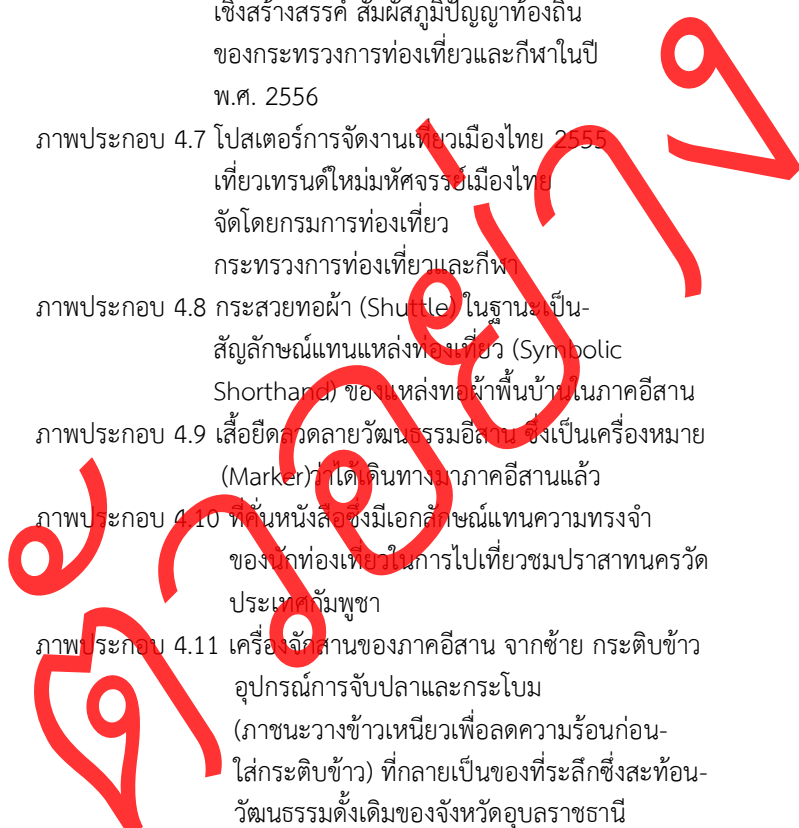
สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5	
ตาราง 5.1 ดัชนีการรบกวนของด็อกซีซี (Doxey's Irridex) ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	179
ตาราง 5.2 การแบ่งสรรรายรับจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม- โดยชุมชนบันเตียอุมาร์	187
ตาราง 5.3 กระบวนการส่งเสริมให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม- ในการจัดการท่องเที่ยว	202
ตาราง 5.6 ตัวอย่างองค์กรพัฒนาเอกชนซึ่งมีที่ตั้งในต่างประเทศ และประเทศไทยที่เกี่ยวพันกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	216
บทที่ 6	
ตาราง 6.1 ผลกระทบทางลบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	223

ตัวอย่าง

สารบัญภาพประกอบ

	หน้า
บทที่ 4	
ภาพประกอบ 4.1 ส่วนต้นของรายการนำเที่ยว	134
ภาพประกอบ 4.2 ส่วนรายละเอียดของกิจกรรมในรายการนำเที่ยว	136
ภาพประกอบ 4.3 ส่วนอัตราค่าบริการ	137
ภาพประกอบ 4.4 ส่วนการขอยกเลิกรายการ	138
ภาพประกอบ 4.5 ส่วนหมายเหตุ	139
ภาพประกอบ 4.6 โปสเตอร์โครงการประกวดกิจกรรมการท่องเที่ยว- เชิงสร้างสรรค์ สัมผัสภูมิปัญญาท้องถิ่น ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในปี พ.ศ. 2556	148
ภาพประกอบ 4.7 โปสเตอร์การจัดงานเที่ยวเมืองไทย 2555 เที่ยวเทรนด์ใหม่มหัศจรรย์เมืองไทย จัดโดยกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	149
ภาพประกอบ 4.8 กระสวยทอผ้า (Shuttle) ในฐานะเป็น- สัญลักษณ์แทนแหล่งท่องเที่ยว (Symbolic Shorthand) ของแหล่งทอผ้าพื้นบ้านในภาคอีสาน	164
ภาพประกอบ 4.9 เสื้อยืดสวดลายวัฒนธรรมอีสาน ซึ่งเป็นเครื่องหมาย (Marker) ที่ได้เดินทางมาภาคอีสานแล้ว	165
ภาพประกอบ 4.10 ที่คั่นหนังสือซึ่งมีเอกลักษณ์แทนความทรงจำ ของนักท่องเที่ยวในการไปเที่ยวชมปราสาทนครวัด ประเทศกัมพูชา	166
ภาพประกอบ 4.11 เครื่องจักสานของภาคอีสาน จากซ้าย กระจิบข้าว อุปกรณ์การจับปลาและกระบอม (ภาชนะวางข้าวเหนียวเพื่อลดความร้อนก่อน- ใส่กระจิบข้าว) ที่กลายเป็นของที่ระลึกซึ่งสะท้อน- วัฒนธรรมดั้งเดิมของจังหวัดอุบลราชธานี	167
ภาพประกอบ 4.12 นักท่องเที่ยวร่วมทำผ้ามัดย้อม (Tie & Dye) ในหมู่บ้านชะจอม จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อเสร็จแล้วจะได้รับผ้าเช็ดหน้าที่ทำเองทำ- กลับไปเป็นของที่ระลึก	167



สารบัญแผนภูมิ

	หน้า
บทที่ 1	
แผนภูมิ 1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม กับทุนธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	14
บทที่ 6	
แผนภูมิ 6.1 มิติความยั่งยืนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	236

ตัวอย่าง

บทที่ 1 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: อะไร และทำไม?

“The traveler sees what he sees; the tourist sees what he has come to see.”

Gilbert Keith Chesterton (1920s อ้างอิงใน Potts, 2003, p. 157)

ในบทที่ 1 เป็นการอธิบายที่มาและความหมายของการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งในระดับสากลและในประเทศไทย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในฐานะเป็นการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) ซึ่งเป็นการใช้ทุนทางประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม และประเพณี เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกัน พร้อมกับระบุตัวอย่างการศึกษาวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้เข้าใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างลุ่มลึกมากขึ้น

มนุษย์กับวัฒนธรรมการท่องเที่ยว

ทำไมมนุษย์จึงต้องท่องเที่ยว? และการท่องเที่ยวสำคัญกับชีวิตมนุษย์อย่างไร? เป็นคำถามที่นักเรียนการท่องเที่ยวพยายามหาคำอธิบายมาโดยตลอด

ก่อนศตวรรษที่ 18 การท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ (Leisure) การหาประสบการณ์ (Experience) และการตากอากาศ (Vacation) อย่างยิ่ง โดยเป็นที่รู้จักกันว่า แกรนด์ทัวร์ (Grand Tour) ซึ่งแม้ว่าส่วนหนึ่งจะหมายถึงการท่องเที่ยวของชนชั้นสูง (Aristocrats) ที่แสดงถึงความมั่งคั่งและความมีอำนาจในชนชั้นของตนด้วยการส่งลูกหลานให้เดินทางไปศึกษาภายในทวีปยุโรป เพื่อนำความรู้มาปกครองประเทศตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ทางการเมืองระหว่างรัฐ แต่อีกนัยหนึ่งยังเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรม ทั้งการไปชมภาพจิตรกรรม ชมอนุสาวรีย์ และยังหมายถึงการตากอากาศเพื่อสัมผัสภูมิอากาศและชมภูมิประเทศที่แตกต่างกันของแต่ละรัฐอีกด้วย (Inskip, 1991, p. 6) โดยนัยนี้แกรนด์ทัวร์จึงนับเป็นการผสมผสานระหว่างการศึกษาและหาประสบการณ์ใหม่ๆ ควบคู่ไปกับการผ่อนคลาย ศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรมเดิม ผู้การเดินทางไปศึกษาพบสิ่งแปลกใหม่ทางสังคมและวัฒนธรรมนั่นเอง

ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ การแสวงหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และการตากอากาศแพร่ขยายมากขึ้นในโลกสมัยใหม่ (Modern World) ภายหลังจากปฏิวัติอุตสาหกรรมในสหราชอาณาจักร ยุโรป และสหรัฐอเมริกาในช่วงศตวรรษที่ 18 เป็นต้นมา¹ ซึ่งพบว่าความต้องการพักผ่อนหย่อนใจและการแสวงหาประสบการณ์ได้จำกัดกลุ่มแต่เพียงชนชั้นสูงเท่านั้น แต่ยังคงขยายถึงฐานของชนชั้นกลางและชนชั้นแรงงาน อันเนื่องมาจากความเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจแบบทุนนิยมที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม จากสังคมเกษตรกรรมเป็นสังคมอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าโดยใช้แรงงานและเครื่องจักรอีกด้วย

¹ การปฏิวัติอุตสาหกรรม (Industrial Revolution) เกิดขึ้นในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 18 นับเป็นการเปลี่ยนผ่านทางโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมในยุโรปจากการใช้เครื่องจักรไอน้ำในโรงงานทอผ้า และการตั้งโรงงานถลุงเหล็ก (Ayres, 1989, pp. 19-20) ส่งผลให้ชนชั้นสูงปรับเปลี่ยนเป็นชนชั้นนายทุนในฐานะเจ้าของเครื่องจักร ควบคู่ไปกับการเกิดชนชั้นแรงงานจากการรับจ้างในโรงงานอุตสาหกรรม นอกจากนี้การเกิดขึ้นของรถจักรไอน้ำยังทำให้การคมนาคมเปลี่ยนรูปแบบไปสู่การขนส่งคนได้จำนวนมากขึ้นและเดินทางไกลในระยะเวลารวดเร็วอีกด้วย

การผลิตสินค้าในโรงงานอุตสาหกรรมและการเกิดขึ้นของชนชั้นแรงงานในการผลิตที่เพิ่มจำนวนมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการออกกฎหมายการจ่ายเงินชดเชยในการทำงานวันหยุด (Holiday with Pay Act) ในปี ค.ศ. 1938² ซึ่งทำให้ชนชั้นแรงงานมีรายรับเพิ่มขึ้นและมีวันหยุดแรงงานเมื่อผนวกกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการคมนาคมขนส่งสู่การใช้รถจักรไอน้ำซึ่งสะดวก รวดเร็ว และราคาประหยัด จึงนำไปสู่ความสนใจของชนชั้นแรงงานที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจและตากอากาศเพิ่มขึ้น กระทั่งมีการสร้างที่พัก ร้านอาหาร ตลอดจนการจัดนำเที่ยวทางรถไฟเป็นครั้งแรก โดยโทมัส คูก (Thomas Cook)³ เป็นต้น

ซึ่งในเวลาต่อมา การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งที่ทันสมัยเพิ่มขึ้น อาทิ การสร้างรถยนต์ที่พัฒนาจากรถยนต์พลังไอน้ำ กระทั่งเครื่องบินพาณิชย์ที่พัฒนามาจากเครื่องบินรบในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ยับนับเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ชนชั้นแรงงานและชนชั้นกลาง (อันเป็นกลุ่มชนชั้นใหม่ที่เกิดขึ้น) ให้สามารถเดินทางในระยะเวลาน้อยกว่าอดีตด้วยราคาไม่สูงมากนัก เนื่องจากการเฉลี่ยตามจำนวนคนเดินทางที่เพิ่มขึ้นเป็นกลุ่มใหญ่ (Mass) อันเป็นแนวคิดที่ใกล้เคียงกับแนวคิดร่วมสมัยของการผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองคนจำนวนมาก (Mass Production)⁴

กล่าวได้ว่าภายหลังจากการปฏิวัติอุตสาหกรรม ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจและตากอากาศของผู้คนได้ปรับเปลี่ยนโครงสร้างสู่การเกิดขึ้นของการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) อันเนื่องมาจากความเจริญของระบบเศรษฐกิจ โครงสร้างทางสังคม และการคมนาคมขนส่ง (Sezgin and Yolal, 2012, p. 73) นั่นเอง

อย่างไรก็ดีการท่องเที่ยวแบบมวลชนที่เกิดขึ้นในช่วงหลังคริสต์ศตวรรษที่ 18 มิได้มีความหมายเพียงความต้องการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและแสวงหาประสบการณ์ดังเช่นแกรนด์ทัวร์เท่านั้น หากแต่ยังแฝงความต้องการความเท่าเทียมกันระหว่างชนชั้นแรงงานกับชนชั้นสูง หรือชนชั้นนายทุน อีกด้วย เอ.เค. ภาทีย (Bhatia, 2002, pp. 18-30) ได้กล่าวถึงแนวคิดในการจัดตั้งองค์การแรงงานระหว่างประเทศ (the International Labour Organization: ILO) ช่วงปี ค.ศ. 1936

²กฎหมายการจ่ายเงินชดเชยในการทำงานวันหยุด (Holiday with Pay Act) ในปี ค.ศ. 1938 เป็นกฎหมายฉบับแรกที่ออกโดยสหราชอาณาจักรเพื่อจ่ายเงินให้แก่แรงงานที่ต้องมาทำงานในวันหยุดหรือได้รับค่าจ้างในกรณีวันลา ส่งผลให้ชนชั้นแรงงานมีเงินเพียงพอต่อการท่องเที่ยว ซึ่งทวีความนิยมเพิ่มมากขึ้นกระทั่งกลายเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเวลาต่อมา (Bhatia, 2002, p. 18) อย่างไรก็ตามกฎหมายฉบับนี้นับเป็นกฎหมายที่พัฒนาไปสู่กฎหมายแรงงานสัมพันธ์อีกด้วย

³โทมัส คูก (Thomas Cook, ค.ศ. 1808-1892) เกิดที่สหราชอาณาจักร เป็นนักบวชในคริสตศาสนาและได้จาริกไปเผยแพร่ศาสนาตามหมู่บ้านต่างๆ ทั่วประเทศ กระทั่งในปี ค.ศ. 1841 คูกได้จัดรายการนำเที่ยวทางรถไฟจากเมืองเลสเตอร์ (Leicester) ไปเมืองลาฟบราห์ (Loughborough) ซึ่งเป็นหนึ่งใน 3 เมืองของเขต East Midlands ของสหราชอาณาจักร โดยคูกจะเก็บค่าบริการคนละ 1 ชิลลิง (shilling) รวมค่าตัวรถไฟและค่าอาหาร ในเวลาต่อมาคูกได้ขยายเส้นทางไปยังประเทศฝรั่งเศส สวิตเซอร์แลนด์ อียิปต์ ชูแดน ฯลฯ พร้อมเริ่มจัดบริการรายการท่องเที่ยวแบบเหมา รวมค่าที่พักเพิ่มเติม (Simmons, 1974, pp. 18-29) นอกจากนี้คูกยังถูกกล่าวถึงในฐานะผู้บุกเบิกรายการนำเที่ยวเป็นคนแรก

⁴การผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองผู้คนจำนวนมาก (Mass Production) เริ่มต้นขึ้นในช่วงการปฏิวัติอุตสาหกรรม ด้วยแนวคิดการผลิตจำนวนมากจะนำมาซึ่งทุนที่ลดลง โดยเฉพาะทุนแรงงานที่เปลี่ยนจากแรงงานคนมาเป็นเครื่องจักร อีกทั้งสินค้ายังมีมาตรฐานเดียวกันมากกว่าการผลิตโดยฝีมือมนุษย์ (Mass Production, 2013, online) ดังนั้นเมื่อทุนการผลิตลดลง ราคาจำหน่ายก็ลดลง และชนชั้นต่างๆ มีโอกาสบริโภคสินค้าได้กว้างขวางมากขึ้น