

จากอดีตสู่ปัจจุบัน: มานานภาพไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
การถ่ายทอดวิถีชีวิตปัจจัย 4 คนเกาะสมุย

From Past to Present: Thailand's Soft Power in Promoting Cultural Tourism
through the Transmission of the Four Necessities of Life in Koh Samui

คัมภีรชาติ นวกิจไพฑูรย์¹ นรา พงศ์พานิช² และสมปราชญ์ วุฒิจันทร์³

Kumpirawadee Nawakitpaitoon¹, Nara Phongpanich² and Somprad Wuttichan³

¹ อาจารย์ วิทยาลัยสหวิทยาการ เกาะสมุย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

² ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

³ รองอธิการบดี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

¹ Lecturer, Koh Samui Interdisciplinary School, Suratthani Rajabhat University

² Director of the Research and Development Institute, Faculty of Humanities and Social Sciences, Suratthani Rajabhat University

³ Vice Rector, Faculty of Humanities and Social Sciences, Suratthani Rajabhat University

E-mail: kumpirawadee.naw@sru.ac.th¹, nara.pon@sru.ac.th², somprad.wut@sru.ac.th³

Received: Nov. 25,2025; Revised: Feb. 2,2026; Accepted: Feb. 9,2026s

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพัฒนาการของวิถีชีวิตตามปัจจัย 4 ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และการแพทย์แผนไทยของคนเกาะสมุยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (2) วิเคราะห์บทบาทของมานานภาพไทย (Soft Power) ในการส่งเสริมและถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตตามปัจจัย 4 และ (3) เสนอแนวทางการประยุกต์ใช้ Soft Power เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเกาะสมุยอย่างยั่งยืน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง จำนวน 40 คน จาก 4 กลุ่ม ได้แก่ ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยว และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า (1) วิถีชีวิตตามปัจจัย 4 ของคนเกาะสมุยมีพัฒนาการแตกต่างกันในแต่ละมิติ โดยอาหารพื้นเมืองยังคงรักษาลักษณะดั้งเดิม ขณะที่เครื่องนุ่งห่ม หัตถกรรม และการแพทย์แผนไทยมีการสืบทอดผ่านกลไกชุมชนและวิสาหกิจชุมชน ส่วนที่อยู่อาศัยมีการปรับเปลี่ยนตามบริบททางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว (2) Soft Power มีบทบาทสำคัญในการสร้างพลังดึงดูดผ่านวิถีชีวิต วัฒนธรรม ความเชื่อ และภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยอาศัยการสื่อสารผ่านกิจกรรมเชิงประสบการณ์และสื่อดิจิทัล เพื่อถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรมสู่ผู้มาเยือน และ (3) การประยุกต์ใช้ Soft Power อย่างเป็นระบบสามารถสนับสนุนการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม เสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนท้องถิ่น ผลการวิจัยนี้ก่อให้เกิดแนวทางเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเกาะสมุย โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและการสื่อสารเชิงดิจิทัลเพื่อความยั่งยืนในระยะยาว

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มานานภาพไทย วิถีชีวิตปัจจัย 4

Abstract

This study aims to (1) examine the historical development of the four fundamental aspects of local livelihoods—food, clothing, housing, and traditional Thai medicine—among the people of

Koh Samui from the past to the present; (2) analyze the role of Thai soft power in promoting and transmitting cultural heritage associated with these four aspects; and (3) propose guidelines for applying soft power to achieve sustainable cultural tourism development in Koh Samui. This research adopts a qualitative research approach, employing in-depth interviews with 40 key informants selected through purposive sampling from four groups: local sages, tourism entrepreneurs, relevant public-sector representatives, and tourists. The data were analyzed using content analysis. The findings reveal that (1) the development of the four aspects of local livelihoods in Koh Samui varies across dimensions. Traditional food practices continue to preserve their cultural identity, while clothing, handicrafts, and traditional Thai medicine are transmitted through community mechanisms and community enterprises. In contrast, housing patterns have undergone significant changes in response to economic and tourism development. (2) Soft power plays a crucial role in generating cultural attraction by leveraging local ways of life, beliefs, and indigenous knowledge, communicated through experiential activities and digital media to convey cultural values to visitors. (3) The systematic application of soft power can enhance cultural heritage conservation, strengthen the image of cultural tourism, and generate economic value for local communities. The findings provide policy and practical implications for relevant stakeholders in promoting sustainable cultural tourism in Koh Samui, emphasizing community participation and digital communication as key drivers of long-term sustainability.

Keywords: Cultural Tourism, Soft Power, Four Necessities of Life

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับการยอมรับในเชิงวิชาการว่าเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องจากสามารถเชื่อมโยงการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจกับการอนุรักษ์อัตลักษณ์ วิถีชีวิต และองค์ความรู้ของชุมชนท้องถิ่นได้อย่างสมดุล โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีทุนทางวัฒนธรรมเข้มแข็งและมีประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐานยาวนาน (UNESCO, 2019; Esichaikul, 2022; Klangnurak et al., 2024) งานวิจัยร่วมสมัยชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในศตวรรษที่ 21 ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการชมสถานที่หรือกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์เท่านั้น แต่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ทางวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในวิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริง

เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นหนึ่งในพื้นที่ท่องเที่ยวระดับนานาชาติของประเทศไทยที่มีพัฒนาการทางสังคมและวัฒนธรรมผูกพันกับทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชีวิตชายฝั่งมาอย่างยาวนาน โดยเฉพาะวิถีชีวิตตามปัจจัย 4 ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และการดูแลสุขภาพด้วยภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย ซึ่งเป็นรากฐานของการดำรงชีวิตและสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2556; เทศบาลนครเกาะสมุย, 2564; วิชชุ ศรีสุข, 2564) อย่างไรก็ตาม ในบริบทปัจจุบัน เกาะสมุยกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากการขยายตัวของนักท่องเที่ยว การพัฒนาเมืองท่องเที่ยว และการย้ายถิ่นของคนรุ่นใหม่ ส่งผลให้รูปแบบการผลิต การถ่ายทอด และการใช้ประโยชน์จากปัจจัย 4 หลายด้านเริ่มลดบทบาทหรือถูกปรับเปลี่ยนไปจากบริบทดั้งเดิม

ในเชิงภาพลักษณ์การท่องเที่ยว เกาะสมุยมักถูกนำเสนอในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล รีสอร์ท และการพักผ่อนระดับพรีเมียม ซึ่งแม้จะสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจในระยะสั้น แต่กลับส่งผลให้มิติทางวัฒนธรรม

และวิถีชีวิตของชุมชนดั้งเดิมถูกทอดทิ้งความสำคัญ (Goeldner & Ritchie, 2006; Esichaikul, 2022; Klangnurak et al., 2024) งานวิจัยหลายชิ้นชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ขาดการจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ อาจนำไปสู่การสูญเสียอัตลักษณ์และความหมายทางวัฒนธรรมในระยะยาว (Vecco, 2010; UNESCO, 2011; Brand Finance, 2022)

ในบริบทดังกล่าว แนวคิดมานานภาพไทย หรือ Soft Power ถูกนำมาใช้ในงานวิชาการร่วมสมัยในฐานะกระบวนการสร้างพลังดึงดูดทางวัฒนธรรม ผ่านประสบการณ์ ความหมาย และการสื่อสาร มากกว่าการเป็นเพียงนิยามเชิงนามธรรม (Nye, 2004; Brand Finance, 2022; Ministry of Culture, 2023) โดย Soft Power สามารถทำหน้าที่เป็นกลไกในการถ่ายทอดคุณค่า อัตลักษณ์ และภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผ่านกิจกรรมเชิงประสบการณ์ การเล่าเรื่อง และสื่อดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในช่วงหลังปี ค.ศ. 2020

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยด้าน Soft Power ในประเทศไทยส่วนใหญ่มุ่งเน้นการศึกษาในระดับนโยบายชาติ อุตสาหกรรมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ หรือการสร้างภาพลักษณ์ประเทศ (สุภาพิษฐ์ ธีระวัฒน์, 2565; Brand Finance, 2022) ขณะที่การศึกษาในระดับพื้นที่ซึ่งเชื่อมโยง Soft Power เข้ากับวิถีชีวิตตามปัจจัย 4 และกระบวนการถ่ายทอดของชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะในบริบทของเกาะสมุย ยังมีอยู่อย่างจำกัด ช่องว่างทางวิชาการดังกล่าวสะท้อนความจำเป็นในการศึกษาที่บูรณาการมิติทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และการท่องเที่ยวเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ดังนั้น งานวิจัยเรื่อง จากอดีตสู่ปัจจุบัน: มานานภาพไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการถ่ายทอดวิถีชีวิตคนเกาะสมุย จึงมีความสำคัญทั้งในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ โดยมุ่งสร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการใช้ Soft Power ในฐานะกรอบวิเคราะห์การถ่ายทอดวิถีชีวิตตามปัจจัย 4 เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยคาดว่าจะช่วยเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชิงพื้นที่ และเป็นประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น ผู้กำหนดนโยบาย และนักวิชาการ ในการออกแบบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์และบริบทของเกาะสมุยในระยะยาว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพัฒนาการและลักษณะของวิถีชีวิตปัจจัย 4 (ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่มและหัตถกรรม ที่อยู่อาศัย และการแพทย์แผนไทย) ของชุมชนบนเกาะสมุย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ในฐานะทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่
2. เพื่อวิเคราะห์บทบาทของมานานภาพไทย (Soft Power) ในฐานะกลไกเชิงวัฒนธรรม ที่เชื่อมโยงและถ่ายทอดคุณค่าของวิถีชีวิตปัจจัย 4 สู่ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเกาะสมุย
3. เพื่อสังเคราะห์แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเกาะสมุยบนฐานวิถีชีวิตปัจจัย 4 โดยใช้ Soft Power เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง จากอดีตสู่ปัจจุบัน: มานานภาพไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการถ่ายทอดวิถีชีวิตปัจจัย 4 ของคนบนเกาะสมุย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิถีชีวิตปัจจัย 4 ในฐานะทุนทางวัฒนธรรม วิเคราะห์บทบาทของ Soft Power และสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ดังนั้น บทที่ 2 จึงมุ่งทบทวนและสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเชื่อมโยงประเด็นเชิงทฤษฎีกับบริบทพื้นที่และกรอบการวิจัย

แนวคิด Soft Power

แนวคิดมานานภาพไทยหรือ Soft Power มีรากฐานจากแนวคิดของ Nye (2004) ซึ่งอธิบายว่าอำนาจเชิงวัฒนธรรมเกิดจากความสามารถในการดึงดูด (attraction) มากกว่าการใช้อำนาจแข็งหรือการบังคับ แนวคิดดังกล่าวได้รับการขยายความในงานวิชาการร่วมสมัย โดยเน้นบทบาทของวัฒนธรรม ประสบการณ์ และการสื่อสารเชิงความหมายในการสร้างอิทธิพลต่อการรับรู้และทัศนคติของผู้คน

ในบริบทการท่องเที่ยว งานวิจัยช่วงหลังปี พ.ศ. 2563 ชี้ให้เห็นว่า Soft Power มิได้ทำงานผ่านสัญลักษณ์หรือภาพลักษณ์เพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากกระบวนการออกแบบประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วม รับรู้ และสร้างความหมายร่วมกับชุมชนท้องถิ่นได้ (Brand Finance, 2022; Ministry of Culture, 2023) โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม Soft Power ทำหน้าที่เป็นกลไกแปลงทุนทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นประสบการณ์ที่ก่อให้เกิดความประทับใจ ความผูกพัน และการจดจำระยะยาว

แนวคิดการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมกับวิถีชีวิตปัจจัย 4

แนวคิดการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมมองว่าวัฒนธรรมมิใช่สิ่งคงที่ หากแต่เป็นกระบวนการทางสังคมที่มีพลวัตและปรับเปลี่ยนตามบริบทเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง (Vecco, 2010; UNESCO, 2011) โดยเฉพาะมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับวิถีชีวิตในชีวิตประจำวันของชุมชน

ในกรอบของปัจจัย 4 ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่มและหัตถกรรม ที่อยู่อาศัย และการแพทย์แผนไทย งานวิจัยร่วมสมัยชี้ให้เห็นว่าปัจจัยเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นฐานของการถ่ายทอดองค์ความรู้ อัตลักษณ์ และคุณค่าทางวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น แต่กำลังเผชิญแรงกดดันจากการพัฒนาเมือง การท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคม (Esichaikul, 2022; Klangnurak et al., 2024)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับ Soft Power

ทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมร่วมสมัยเน้นว่าความยั่งยืนของการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความสามารถของชุมชนในการควบคุมการนำเสนออัตลักษณ์ของตนเอง และการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างเจ้าบ้านกับผู้มาเยือน (UNESCO, 2019) ในกรอบนี้ Soft Power ทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงทุนทางวัฒนธรรมเข้ากับประสบการณ์การท่องเที่ยว

งานวิจัยหลังปี พ.ศ. 2563 พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ประสบความสำเร็จต้องเน้นประสบการณ์มากกว่าการชมสถานที่ โดยให้ความสำคัญกับความเป็นของแท้ การเล่าเรื่อง และการมีส่วนร่วมของชุมชน (Esichaikul, 2022; Klangnurak et al., 2024) ซึ่งสอดคล้องกับบทบาทของ Soft Power ในการสร้างพลังดึงดูดทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ Soft Power เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในช่วงปี ค.ศ. 2020–2025 พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่มีข้อค้นพบร่วมกันว่า ความสำเร็จของ Soft Power ในบริบทการท่องเที่ยวมิได้ขึ้นอยู่กับการมีทรัพยากรวัฒนธรรมเพียงอย่างเดียว หากแต่ขึ้นอยู่กับกระบวนการจัดการการถ่ายทอดและการออกแบบประสบการณ์ที่เอื้อต่อการสร้างความหมายร่วมระหว่างชุมชนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว

ในมิติของบทบาทชุมชนและการถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรม งานวิจัยของ Esichaikul (2022) ที่ศึกษาการบูรณาการการอนุรักษ์มรดกโลกกับการจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย ชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะเกิดความยั่งยืนได้เมื่อชุมชนมีบทบาทเป็นผู้ถ่ายทอดคุณค่าและควบคุมกระบวนการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ไม่ใช่เพียงเป็นผู้ให้บริการหรือผู้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเท่านั้น ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับงานของ เบญจาทิกุล ชัยรุ่งเรือง

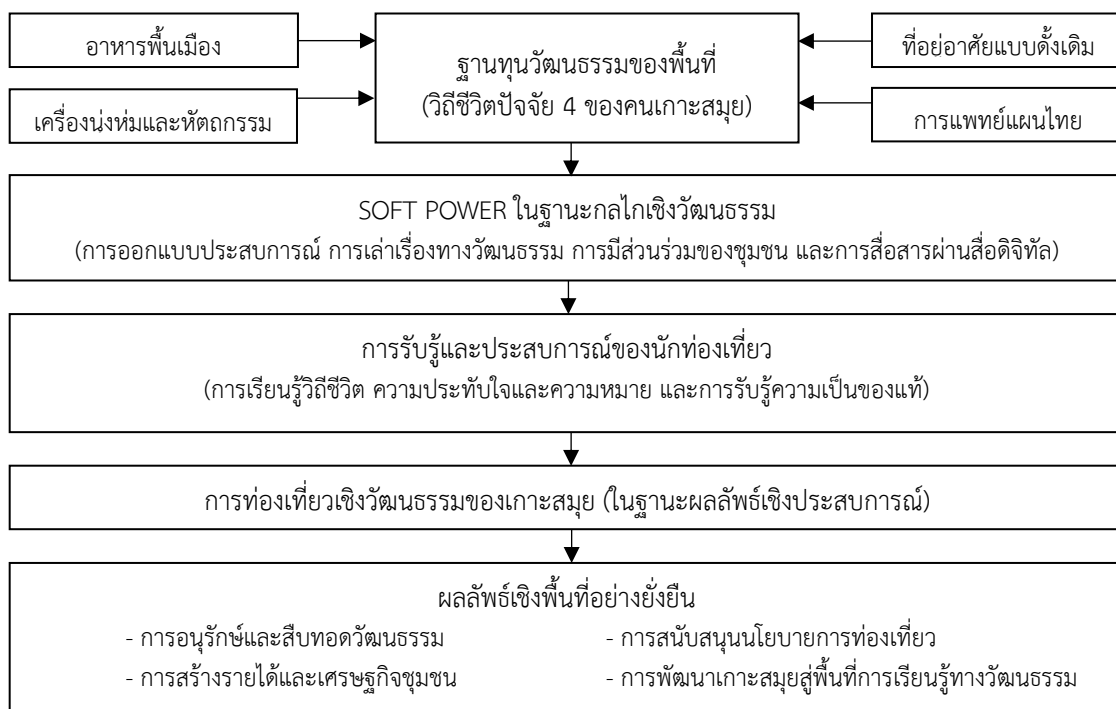
(2566) ที่ระบุว่า Soft Power ในบริบทท้องถิ่นจะเกิดพลังเมื่อมีการบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมเข้ากับการมีส่วนร่วมของชุมชนและการจัดการอย่างเป็นระบบ

ในมิติของ Soft Power ในฐานะกระบวนการออกแบบประสบการณ์และการสื่อสารเชิงวัฒนธรรม งานวิจัยของ Klangnurak et al. (2024) ที่ศึกษาการใช้ Soft Power ผ่านมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต พบว่า Soft Power ทำงานผ่านการออกแบบกิจกรรมเชิงประสบการณ์ การเล่าเรื่องทางวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ซึ่งช่วยแปลงคุณค่าทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้และจดจำได้ ในทำนองเดียวกัน งานของ Khruaefa (2023) แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านการออกแบบเชิงสร้างสรรค์สามารถเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรมและสร้างภาพจำเชิงบวกให้กับแหล่งท่องเที่ยวได้

นอกจากนี้ ในระดับมหภาค งานของ Brand Finance (2022) ชี้ว่า Soft Power ในยุคหลังปี ค.ศ. 2020 ขับเคลื่อนผ่านประสบการณ์และการรับรู้เชิงอารมณ์ของผู้รับสารมากกว่าการสร้างภาพลักษณ์เชิงสัญลักษณ์เพียงอย่างเดียว แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของมานพ แสงจำนง (2566) ซึ่งพบว่า Soft Power จะเกิดพลังดึงดูดในบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมื่อสามารถเชื่อมโยงคุณค่าทางวัฒนธรรมเข้ากับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมและเกิดการเรียนรู้ร่วมกับชุมชนท้องถิ่น

งานวิจัยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับบทบาทของชุมชนในฐานะผู้ถ่ายทอดและจัดการทุนทางวัฒนธรรม การใช้ Soft Power เป็นกลไกในการออกแบบประสบการณ์และการเล่าเรื่องทางวัฒนธรรม และการสร้างการรับรู้และประสบการณ์เชิงอารมณ์ของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ผ่านมาโดยมากยังมุ่งศึกษาทรัพยากรวัฒนธรรมเป็นรายมิติ เช่น อาหาร เทศกาล หรือการออกแบบอัตลักษณ์พื้นที่ และยังขาดการศึกษาที่มองวิถีชีวิตตามปัจจัย 4 ในฐานะระบบทุนวัฒนธรรมแบบบูรณาการ รวมถึงการวิเคราะห์บทบาทของ Soft Power ในการถ่ายทอดวิถีชีวิตดังกล่าวสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระดับพื้นที่อย่างเป็นองค์รวม โดยเฉพาะในบริบทของเกาะสมุย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้กำหนดให้วิถีชีวิตตามปัจจัย 4 ของคนเกาะสมุย ได้แก่ อาหารพื้นเมือง เครื่องนุ่งห่ม และหัตถกรรม ที่อยู่อาศัยแบบดั้งเดิม และการแพทย์แผนไทย เป็นฐานทุนวัฒนธรรมของพื้นที่ ซึ่งสะสมองค์ความรู้ และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม โดย Soft Power ทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงวัฒนธรรมในการแปลงคุณค่าเหล่านี้สู่ประสบการณ์ การท่องเที่ยวผ่านการออกแบบประสบการณ์ การเล่าเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชน และการสื่อสารดิจิทัล ส่งผลต่อการรับรู้และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว และนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเกาะสมุยในฐานะผลลัพธ์เชิงประสบการณ์ อันก่อให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรม การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน การสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยว และการพัฒนาเกาะสมุยอย่างยั่งยืนในระยะยาว

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก แบบมีโครงสร้าง (Structured In-depth Interview) เพื่อศึกษาพัฒนาการของวิถีชีวิตปัจจัย 4 บทบาทของมานาภาพไทย (Soft Power) และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเกาะสมุย

รูปแบบการวิจัยและการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล

การวิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (Structured In-depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยอย่างเป็นระบบ การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นวิธีที่เหมาะสมกับการวิจัยเชิงคุณภาพที่ต้องการข้อมูลจากผู้มีประสบการณ์และความรู้เฉพาะด้าน (Patton, 2015)

กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวนทั้งสิ้น 40 คน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม กลุ่มละ 10 คน โดยพิจารณาจากบทบาท ความเกี่ยวข้อง และประสบการณ์ที่สัมพันธ์กับการถ่ายทอดวิถีชีวิตตามปัจจัย 4 และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเกาะสมุย ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ประชาชนชาวบ้าน ผู้ที่มีถิ่นกำเนิดหรือพำนักอาศัยในเกาะสมุยไม่น้อยกว่า 20 ปี มีประสบการณ์ในการสืบทอดหรือปฏิบัติกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัย 4 อย่างใดอย่างหนึ่งอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 10 ปี และได้รับการยอมรับจากชุมชนในฐานะผู้มีองค์ความรู้หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจในพื้นที่เกาะสมุยไม่น้อยกว่า 5 ปี และมีการนำอัตลักษณ์ท้องถิ่นหรือองค์ประกอบของปัจจัย 4 มาใช้เป็นส่วนหนึ่งของสินค้า บริการ หรือกิจกรรมท่องเที่ยว

กลุ่มที่ 3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บุคลากรจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรท้องถิ่นที่มีบทบาทด้านการท่องเที่ยววัฒนธรรมหรือการพัฒนาชุมชนในพื้นที่เกาะสมุย และมีประสบการณ์ทำงานในด้านที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 3 ปี

กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 7 คน และชาวต่างชาติจำนวน 3 คน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยในปี พ.ศ. 2568 และมีประสบการณ์เข้าร่วมกิจกรรมด้านวัฒนธรรม อาหารพื้นถิ่น หรือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (Structured In-depth Interview) ซึ่งพัฒนาขึ้นจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และวิถีชีวิตคนบนเกาะสมุยตามปัจจัย 4 (Nye, 2004; UNESCO, 2019) แบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 4 ชุด ตามกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่

- ชุดที่ 1 สำหรับปราชญ์ชาวบ้าน
ชุดที่ 2 สำหรับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว
ชุดที่ 3 สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
ชุดที่ 4 สำหรับนักท่องเที่ยว

การตรวจสอบคุณภาพและความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้มุ่งเน้นการประเมินความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง เพื่อให้มั่นใจว่าเครื่องมือมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัยอย่างเหมาะสม แบบสัมภาษณ์ที่พัฒนาขึ้นถูกนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วัฒนธรรมท้องถิ่น และการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการพิจารณาความสอดคล้องของคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) เป็นเกณฑ์ในการประเมิน (Rovinelli & Hambleton, 1977)

ผลการประเมินพบว่า ค่า IOC ของแบบสัมภาษณ์อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์การยอมรับที่กำหนดไว้ ($IOC \geq 0.50$) แสดงให้เห็นว่าแบบสัมภาษณ์มีความเหมาะสมและครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษา สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามได้อย่างมีประสิทธิภาพ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงถ้อยคำ ลำดับคำถาม และความชัดเจนของประเด็นคำถาม เพื่อเพิ่มความสมบูรณ์ของเครื่องมือก่อนนำไปใช้จริง

สำหรับการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยอาศัยการตรวจสอบข้อมูลจากหลายแหล่ง (Data Triangulation) และการเปรียบเทียบข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่แตกต่างกัน เพื่อเพิ่มความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย (Lincoln & Guba, 1985; Denzin, 2012)

การเก็บรวบรวม

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเผชิญหน้า พร้อมการบันทึกเสียงและจดบันทึกภาคสนาม (Field Notes) การเก็บข้อมูลดำเนินการจนกระทั่งข้อมูลมีความอิ่มตัว (Data Saturation) และคำนึงถึงจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ตลอดกระบวนการ (Creswell & Poth, 2018) ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม–มิถุนายน พ.ศ. 2568

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ถูกถอดเทปและนำมาวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามประเด็นหลักที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นตีความเชื่อมโยงกับกรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสังเคราะห์ข้อค้นพบเชิงวิเคราะห์ (Miles et al., 2014)

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลดำเนินการด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) ได้แก่ การเปรียบเทียบข้อมูลจากแหล่งข้อมูลหลายกลุ่ม ผู้วิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย (Denzin, 2012)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เพื่อสะท้อนความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างพัฒนาการของวิถีชีวิตปัจจัย 4 บทบาทของมานานาภาพไทย (Soft Power) และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเกาะสมุย

ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาพัฒนาการและลักษณะของวิถีชีวิตปัจจัย 4 (ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่มและหัตถกรรม ที่อยู่อาศัย และการแพทย์แผนไทย) ของชุมชนบนเกาะสมุย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ในฐานะทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยว พบว่า วิถีชีวิตตามปัจจัย 4 ของคนเกาะสมุยมีพัฒนาการจากการเป็น

องค์ประกอบของการดำรงชีวิตในอดีต สู่การทำหน้าที่เป็นทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) ที่สะท้อนอัตลักษณ์ ความรู้ และวิถีปฏิบัติของชุมชนในปัจจุบัน ดังนี้

ด้านอาหาร จากอาหารเพื่อยังชีพสู่ทุนทางวัฒนธรรมเชิงประสบการณ์ ในอดีตอาหารพื้นถิ่นของเกาะสมุย มีบทบาทเป็นปัจจัยพื้นฐานเพื่อการดำรงชีวิต โดยใช้วัตถุดิบจากทรัพยากรในท้องถิ่น เช่น ทะเล มะพร้าว และพืชพื้นบ้าน รูปแบบการปรุงเรียบง่ายและมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ภายในครัวเรือน ต่อมาเมื่อเกาะสมุยพัฒนาเป็น เมืองท่องเที่ยว อาหารพื้นถิ่นบางประเภทได้รับการปรับบทบาทจากอาหารประจำวันเป็นอาหารอัตลักษณ์ที่นำเสนอ ในร้านอาหารเพื่อการท่องเที่ยวและกิจกรรมเรียนรู้เชิงวัฒนธรรม อาหารจึงมิได้เป็นเพียงปัจจัยดำรงชีวิต แต่กลายเป็น ทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถสร้างคุณค่าเชิงประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว

ด้านเครื่องนุ่งห่มและหัตถกรรม จากการใช้สอยสู่สัญลักษณ์อัตลักษณ์ท้องถิ่น ในอดีตเครื่องนุ่งห่ม และหัตถกรรมของคนเกาะสมุยมีหน้าที่ตอบสนองการใช้งานในชีวิตประจำวันและการประกอบอาชีพ เช่น เครื่องมือ ประมงและของใช้ในครัวเรือน ปัจจุบันบทบาทดังกล่าวได้เปลี่ยนเป็นสื่อทางวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์เชิงอัตลักษณ์ สำหรับนักท่องเที่ยว หัตถกรรมพื้นถิ่นจึงทำหน้าที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สื่อสารตัวตนของชุมชนผ่านเรื่องเล่า ความหมายและความเป็นของแท้

ด้านที่อยู่อาศัย พัฒนาการเชิงโครงสร้างและความหมายทางวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่า ที่อยู่อาศัยเป็นปัจจัย ที่สะท้อนพัฒนาการเชิงกายภาพอย่างชัดเจนที่สุด จากบ้านไม้ยกพื้นสูงที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตชายฝั่ง สู่บ้านคอนกรีตและ ที่พักเชิงพาณิชย์ในยุคการท่องเที่ยวขยายตัว อย่างไรก็ตาม บ้านดั้งเดิมและโฮมสเตย์บางแห่งยังคงได้รับการอนุรักษ์และ แปลงบทบาทเป็นแหล่งเรียนรู้และพื้นที่ประสบการณ์ท่องเที่ยว ทำให้ที่อยู่อาศัยทำหน้าที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมเชิงพื้นที่

ด้านการแพทย์แผนไทย จากการดูแลสุขภาพชุมชนสู่ทุนทางวัฒนธรรมด้านสุขภาพ การแพทย์แผนไทย ในอดีตทำหน้าที่เป็นกลไกการดูแลสุขภาพของชุมชน ปัจจุบันได้รับการต่อยอดเป็นกิจกรรมด้านสุขภาพและ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การนวดสมุนไพรและการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งผลให้การแพทย์แผนไทยกลายเป็น ทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถเชื่อมโยงกับตลาดการท่องเที่ยวระดับนานาชาติ

ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ 2 วิเคราะห์บทบาทของ Soft Power ในฐานะกลไกเชิงวัฒนธรรม ที่เชื่อมโยงและถ่ายทอดคุณค่าของวิถีชีวิตปัจจัย 4 สู่ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเกาะสมุย

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า Soft Power ทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงและแปลงคุณค่าของวิถีชีวิต ตามปัจจัย 4 ให้กลายเป็นประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้และมีส่วนร่วมได้ โดย Soft Power มิได้อยู่ที่ตัววัตถุ หรือกิจกรรมเพียงลำพัง แต่เกิดจากกระบวนการออกแบบประสบการณ์ การเล่าเรื่องและปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจ้าบ้านกับ ผู้มาเยือน

ในมุมมองของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ Soft Power ของเกาะสมุยสะท้อน ผ่านความเรียบง่าย ความเป็นธรรมชาติ ความเป็นของแท้ และบรรยากาศของวิถีชีวิตชายฝั่ง ซึ่งสร้างความประทับใจ ความจดจำ และทัศนคติเชิงบวกต่อแหล่งท่องเที่ยว

ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ 3 สังเคราะห์แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของเกาะสมุยบนฐานวิถีชีวิตปัจจัย 4 โดยใช้ Soft Power เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์

ผลการสังเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า วิถีชีวิตตามปัจจัย 4 ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่มและหัตถกรรม ที่อยู่อาศัย และการแพทย์แผนไทย ทำหน้าที่เป็นฐานทุนวัฒนธรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ ความรู้ และวิถีปฏิบัติของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีศักยภาพ

ในขณะเดียวกัน Soft Power ทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงวัฒนธรรมและเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ในการแปลงคุณค่า ของฐานทุนวัฒนธรรมดังกล่าวให้กลายเป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ สัมผัส และมีส่วนร่วม

ได้จริง ผ่านกระบวนการออกแบบประสบการณ์ การเล่าเรื่อง และการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างชุมชนเจ้าบ้านกับ
ผู้มาเยือน ผลการวิจัยสะท้อนว่า การใช้ Soft Power อย่างเป็นระบบช่วยเพิ่มพลังดึงดูดทางวัฒนธรรม สร้างความหมาย
และความจดจำต่อแหล่งท่องเที่ยว และเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเกาะสมุยในระยะยาว

จากการสังเคราะห์เชิงวิเคราะห์สามารถสรุปแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเกาะสมุย
ได้ว่า การพัฒนาควรมุ่งเน้นการบูรณาการวิถีชีวิตตามปัจจัย 4 เข้ากับการใช้ Soft Power ในเชิงกลยุทธ์ โดยให้
ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชน การจัดการองค์ความรู้ และการสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรม

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า วิถีชีวิตตามปัจจัย 4 ของคนเกาะสมุย ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่มและหัตถกรรม
ที่อยู่อาศัย และการแพทย์แผนไทย มิได้เป็นเพียงองค์ประกอบพื้นฐานของการดำรงชีวิต หากแต่ทำหน้าที่เป็นฐาน
ทุนวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ส่งสมองค์ความรู้ อัตลักษณ์ และคุณค่าทางสังคมจากอดีตสู่ปัจจุบัน ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาเป็น
ทรัพยากรสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้

วิถีชีวิตปัจจัย 4 ในฐานะทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาพัฒนาการและลักษณะ
ของวิถีชีวิตปัจจัย 4 ของชุมชนบนเกาะสมุย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ในฐานะทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า วิถีชีวิตตามปัจจัย 4 ของเกาะสมุยมีพัฒนาการและการปรับตัวแตกต่างกันในแต่ละมิติ
โดยอาหารพื้นเมือง หัตถกรรม และการแพทย์แผนไทยยังคงรักษาแก่นคุณค่าทางวัฒนธรรมผ่านการถ่ายทอดของชุมชน
และวิสาหกิจชุมชน ขณะที่ที่อยู่อาศัยมีการเปลี่ยนแปลงเชิงกายภาพอย่างชัดเจนตามการขยายตัวของพื้นที่
ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Vecco (2010) และ UNESCO (2011) ที่มองมรดกทางวัฒนธรรมเป็นกระบวนการ
ทางสังคมที่มีการปรับตัวตามบริบทเศรษฐกิจและสังคม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Esichaikul (2022)
และ Klangnurak et al. (2024) ที่เน้นการใช้ทุนทางวัฒนธรรมควบคู่กับการอนุรักษ์เพื่อความยั่งยืนในเชิงวิชาการ
ผลการศึกษาช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชิงพื้นที่ โดยแสดงให้เห็นว่าปัจจัย 4 สามารถ
ถูกวิเคราะห์ในฐานะระบบทุนวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกัน มากกว่าการพิจารณาแยกเป็นรายมิติ

บทบาทของ Soft Power ในฐานะกลไกเชิงวัฒนธรรม ซึ่งตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 วิเคราะห์บทบาทของ
มานานุภาพไทย (Soft Power) ในฐานะกลไกเชิงวัฒนธรรม ที่เชื่อมโยงและถ่ายทอดคุณค่าของวิถีชีวิตปัจจัย 4
สู่ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเกาะสมุย

ผลการวิจัยสนับสนุนแนวคิด Soft Power ของ Nye (2004) ที่อธิบายว่าอำนาจเชิงวัฒนธรรมเกิดจากพลัง
ดึงดูดมากกว่าการบังคับ โดยในบริบทของเกาะสมุย Soft Power ปรากฏผ่านอาหารพื้นถิ่น การแพทย์แผนไทย
บ้านดั้งเดิม และกิจกรรมเชิงประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้และมีส่วนร่วมได้จริง อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ได้
ขยายกรอบแนวคิดของ Nye โดยชี้ให้เห็นว่า Soft Power ในระดับพื้นที่ท่องเที่ยวต้องอาศัยการออกแบบประสบการณ์
การเล่าเรื่อง และการจัดการองค์ความรู้ของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Brand Finance (2022) และ
Ministry of Culture (2023)

Soft Power กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในฐานะผลลัพธ์เชิงประสบการณ์ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3
สังเคราะห์แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเกาะสมุยบนฐานวิถีชีวิตปัจจัย 4 โดยใช้ Soft Power
เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเกาะสมุยที่พัฒนาบนฐานวิถีชีวิตตามปัจจัย 4 และใช้ Soft Power เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ ส่งผลให้การท่องเที่ยวได้จำกัดอยู่เพียงการบริโภคสถานที่หรือกิจกรรม แต่เป็นกระบวนการเรียนรู้และสร้างความหมายร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่น

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเกาะสมุยบนฐานวิถีชีวิตตามปัจจัย 4 และการใช้ Soft Power เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ ทำให้การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการเรียนรู้และการสร้างความหมายร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่น มากกว่าการบริโภคสถานที่หรือกิจกรรมเพียงอย่างเดียว ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในงานวิจัยร่วมสมัยหลังปี 2020 และแตกต่างจากงานวิจัยก่อนหน้านี้ที่มักศึกษา Soft Power แยกเป็นรายมิติ โดยงานวิจัยนี้นำเสนอปัจจัย 4 ในฐานะระบบทุนวัฒนธรรมแบบบูรณาการ ซึ่งช่วยอธิบายกลไกการสร้างคุณค่าเชิงการท่องเที่ยวได้อย่างเป็นองค์รวมมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาทำให้เห็นความจำเป็นในการพัฒนามานานาภาพไทยหรือ Soft Power เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การถ่ายทอดวิถีชีวิตปัจจัย 4 คนบนเกาะสมุย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและการต่อยอดธุรกิจบริการต่างๆ สู่รุ่นลูกหลานในภายภาคหน้าต่อไปอย่างยั่งยืนและเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยที่พบว่า วิถีชีวิตปัจจัย 4 ของคนเกาะสมุยทำหน้าที่เป็นฐานทุนวัฒนธรรม และมานานาภาพไทย (Soft Power) เป็นพลังดึงดูดที่สามารถแปลงคุณค่าทางวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีศักยภาพ งานวิจัยนี้จึงเสนอข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติที่สามารถนำไปใช้ได้จริง ดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย (Policy Recommendations)

หน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่เกาะสมุย ควรกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับปัจจัย 4 ในฐานะทุนทางวัฒนธรรมหลักของพื้นที่ โดยบูรณาการปัจจัยดังกล่าวเข้ากับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่นและระดับจังหวัด เช่น การสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น การแพทย์แผนไทย และที่อยู่อาศัยเชิงวัฒนธรรม ทั้งนี้ ควรใช้ Soft Power เป็นเครื่องมือในการสื่อสารอัตลักษณ์ของเกาะสมุยมากกว่าการเน้นภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์เพียงอย่างเดียว

2. ข้อเสนอแนะเชิงการจัดการสำหรับชุมชนและผู้ประกอบการ

ชุมชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวควรพัฒนากิจกรรมหรือบริการที่เชื่อมโยงวิถีชีวิตปัจจัย 4 กับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ เช่น การออกแบบกิจกรรมเรียนรู้การทำอาหารพื้นถิ่น การถ่ายทอดภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย หรือการเข้าพักในที่อยู่อาศัยดั้งเดิม โดยเน้นการเล่าเรื่องและการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ ควรหลีกเลี่ยงการดัดแปลงวัฒนธรรมเพื่อการแสดงเชิงผิวเผิน และให้ความสำคัญกับความเป็นของแท้ของชุมชน

3. ข้อเสนอแนะเชิงการสื่อสารและการใช้ Soft Power

หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรใช้ Soft Power เป็นกลไกในการสื่อสารอัตลักษณ์ของเกาะสมุยผ่านสื่อดิจิทัลและกิจกรรมเชิงประสบการณ์ โดยเน้นการสื่อสารคุณค่าเชิงวัฒนธรรมมากกว่าการประชาสัมพันธ์เชิงการตลาด เช่น การนำเสนอเรื่องราวของปราชญ์ชาวบ้าน ช่างฝีมือ หรือผู้ให้บริการนวดแผนไทยในฐานะผู้ถ่ายทอดวัฒนธรรม ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แตกต่างและยั่งยืน

4. ข้อเสนอแนะเชิงการศึกษาและการพัฒนาศักยภาพคนในพื้นที่

สถาบันการศึกษาและหน่วยงานด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในพื้นที่ ควรมีบทบาทในการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัย 4 และ Soft Power ให้แก่เยาวชนและผู้ประกอบการท้องถิ่น ผ่านหลักสูตรฝึกอบรมระยะสั้นหรือกิจกรรมการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ เพื่อสร้างความตระหนักถึงคุณค่าทางวัฒนธรรม และเตรียมความพร้อมของชุมชนในการเป็นเจ้าบ้านที่สามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ของตนเองได้อย่างมีคุณภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

งานวิจัยในอนาคตควรศึกษาต่อยอดบทบาทของ Soft Power ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเชิงเปรียบเทียบระหว่างพื้นที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับกลไกการแปลงทุนทางวัฒนธรรมสู่ประสบการณ์การท่องเที่ยว นอกจากนี้ อาจพิจารณาการใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) เพื่อเสริมความแข็งแกร่งของผลการวิจัยและขยายผลเชิงนโยบายในระดับประเทศ

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2556). รายงานการขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ. เทศบาลนครเกาะสมุย. (2564, ม.ป.ป). ข้อมูลพื้นฐานอำเภอเกาะสมุย. <https://www.kohsamuicity.go.th/content/general>
- เบญจจิกุล ชัยรุ่งเรือง. (2566). การขับเคลื่อน Soft Power: อัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 11(5), 1679–1694.
- มานพ แสงจำนง. (2566). ซอฟต์พาวเวอร์ไทยพวน: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยพวนในประเทศไทย. วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัย, 2(1), 12–25.
- วิชชุ ศรีสุข. (2564). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนเกาะสมุย: ความท้าทายในการรักษาเอกลักษณ์ท้องถิ่นในยุค Soft Power. วารสารการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ, 12(2), 78–95.
- สุภาพิษฐ์ ธีระวัฒน์. (2565). Soft Power Soft Power (อ านาจุละมุน). รายการ ร้อยเรื่อง...เมืองไทย. <https://prt.parliament.go.th/items/b876638d-4208-4069-89fa-6b2246ba57c6>
- Brand Finance. (2022). Global Soft Power Index 2022. https://brandfinance.com/?s=Global+Soft+Power+Index+2022&post_types%5B%5D=post&post_types%5B%5D=press-release&post_types%5B%5D=event&category_name=&tag=
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design* (4th ed.). Sage Publishing.
- Denzin, N. K. (2012). *Triangulation 2.0. Journal of Mixed Methods Research*, 6(2), 80–88.
- Esichaikul, R. (2022). Sustainable integration of cultural heritage and tourism management at World Heritage Sites in Sukhothai Province, Thailand. *Journal of Management*, 15(2), 45–60.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2006). *Tourism: Principles, practices, philosophies* (10th ed.). Wiley.
- Khrueafa, P. (2023). Graphic design for the identity of Songkhla Old Town. *Journal of Art & Design Research*, 2(1), 45–62.
- Klangnurak, H., Pooripakdee, S., & Boonmeesrisa-nga, M. (2024). Soft power: Cultural heritage to promote tourism of Phuket province. *Journal of Tourism and Cultural Studies*, 8(2), 112–129.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publishing.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis* (3rd ed.). Sage Publishing.
- Ministry of Culture. (2023). *Thailand Creative Culture Strategy: 5F Soft Power Framework*.
- Nye, J. S., Jr. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). Sage Publishing.

- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Measurement*, 2, 49–60.
- UNESCO. (2011). *Urban heritage and sustainability*.
- UNESCO. (2019). *Operational guidelines for the implementation of the World Heritage Convention*.
- Vecco, M. (2010). A definition of cultural heritage: From tangible to intangible. *Journal of Cultural Heritage*, 11(3), 321–324.