

การยกระดับนวัตกรรมชุมชนสู่การขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่ จังหวัดนครสวรรค์

The Enhancement of Community Innovation in Driving Cultural Capital for Nakhon Sawan Province

ชยภรณ์ บุญเรืองศักดิ์^{1*} และ สิริพร บุรณานิรันดร์²

Chayaporn Boonrungsak¹, and Siribhorn Bhuranahirunn²

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์¹

Faculty of Science and Technology, Nakhon Sawan Rajabhat University¹

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์²

Faculty of Education, Nakhon Sawan Rajabhat University²

E-mail: dchayaporn@gmail.com, panawong_2@hotmail.com

Received March 12, 2024; Revised April 25, 2024; Accepted May 25, 2024

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาถอดบทเรียนทุนทางสังคมและศักยภาพของชุมชนในการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทุนทางสังคมที่แสดงศักยภาพของชุมชนสู่การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อสร้างนวัตกรรมชุมชนในการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางประวัติศาสตร์ของชุมชน ซึ่งเป็นการวิจัยในเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บข้อมูลในพื้นที่แบบเจาะจงจากปุมประวัติศาสตร์เมืองพระบางสู่เมืองนครสวรรค์ในมุมมองหลักฐานทางประวัติศาสตร์ จำนวน 7 แห่ง ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 84 คน และสนทนากลุ่มย่อยกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 35 คน โดยวิธีเลือกตามทฤษฎีแบบเจาะจง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า ทุนทางสังคมและศักยภาพของชุมชนในการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม มีความเกี่ยวข้องกับสภาพทางกายภาพของชุมชน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สภาพทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการผลิตเส้นทางการติดต่อกันระหว่างชุมชน จากการเชื่อมโยงข้อมูลทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมชุมชน กับองค์ความรู้ของชุมชนท้องถิ่นของทุนทางสังคม 4 ระดับ ได้แก่ (1) ระดับบุคคล (2) ระดับกลุ่ม/องค์กรชุมชน (3) ระดับหน่วยงาน/แหล่งประโยชน์ และ (4) ระดับหมู่บ้าน (ชุมชน) สามารถสร้าง Learning and Innovation Platform ในการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อนำใช้เป็นเครื่องมือสำหรับนวัตกรรมชุมชนในการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางประวัติศาสตร์ให้กับชุมชน

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ควรมีการนำองค์ความรู้ไปบูรณาการกับอัตลักษณ์ของชุมชนที่มีลักษณะใกล้เคียงกับพื้นที่การวิจัย เพื่อสะท้อนให้เห็นความสำคัญและคุณค่าของทุนทางสังคมศักยภาพของชุมชนในการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: นวัตกรรมชุมชน; นวัตกรรมชุมชน; ทุนทางวัฒนธรรม; จังหวัดนครสวรรค์

Abstract

The objective of this research is to explore and extract lessons from the social capital and cultural potential of communities in driving cultural tourism development paths in Nakhon Sawan province. It aims to analyze social capital data that demonstrates the potential of the community towards developing cultural tourism routes and to create community innovators in transmitting historical knowledge of the community. This qualitative research involves collecting data in a focused area from seven historical sites, from Phra Bang to Nakhon Sawan, from a historical evidence perspective. It includes in-depth interviews with 84 key informants and focus group discussions with 35 key informants selected through purposive sampling. Subsequently, the collected data will be analyzed using a content analysis approach. The research results were found as follows: The research findings suggest that social capital and community potential in driving cultural capital are closely related to the physical condition of the community, natural resources, the environment, socio-economic status, culture, and production, as well as the interconnected pathways between communities. By linking historical data, community culture, and local knowledge of social capital at four levels– individual, group/community organization, institutional/resource unit, and village/community –a learning and innovation platform can be established to develop cultural tourism routes. This platform can serve as a tool for community innovators to pass on historical knowledge.

To effectively utilize research findings for the benefit of society, it is important to integrate the knowledge with the identities of communities that are similar to the research area. This reflection highlights the importance and value of social capital and the potential of communities to drive more efficient cultural momentum. By incorporating research results into the local context, we can enhance the cultural development and social well-being of communities, ultimately leading to a more prosperous and harmonious society.

Keywords: community innovation; community innovator; cultural capital; Nakhon Sawan Province

บทนำ

จากกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ระหว่าง พ.ศ.2561-2580 ได้กำหนดกรอบการพัฒนาประเทศให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ซึ่งเป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาให้คนไทยการยกระดับนวัตกรรมชุมชนสู่การขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจชุมชนเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจโดยใช้ฐานทุนและศักยภาพของชุมชนในการดำเนินงานเชิงพัฒนาและเป็นส่วนหนึ่งของพลังทางสังคมที่หนุนเสริมการขับเคลื่อนนโยบายรัฐบาล 4 ด้าน ได้แก่ (1) การลดความเหลื่อมล้ำของสังคมเน้นการกระจายให้กิจกรรม ครอบคลุม ทุกกลุ่มประชากร โดยเฉพาะกิจกรรมด้านการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ (2) การสร้างความเป็นธรรม ในการเข้า ถึงบริการสาธารณะที่จัดโดยหน่วยงานรัฐในพื้นที่ หรือบริการที่มีจำเป็นต่อการดำรงชีพที่ดำเนินการโดยชุมชน (3) การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน และการน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มาใช้เป็นวิถีของชุมชนท้องถิ่น และ (4) สร้างความต่อเนื่องและยั่งยืน เน้นการต่อยอดงานของชุมชนในการเพิ่ม คุณภาพ เพิ่มผลิตภัณฑ์ เพิ่มคนดำเนินการ และการขยายตลาด จังหวัดนครสวรรค์มีวิสัยทัศน์การพัฒนาว่า “เป็นศูนย์กลางด้านการเกษตรและอุตสาหกรรม เมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติสังคมมีความเข้มแข็ง และสิ่งแวดล้อมที่ดี” จากการวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นการพัฒนาของจังหวัดนครสวรรค์เชื่อมโยงกับตัวชี้วัดการพัฒนาระดับจังหวัดของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่จัดทำขึ้นในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งประกอบด้วย 4 มิติที่สูงกว่าค่ากลางของประเทศ เล็กน้อยซึ่งเป็นทิศทางที่ดีในการพัฒนาจังหวัด

ข้อมูลเบื้องต้น จากพื้นที่ที่เข้าร่วมโครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบล (U2T) จังหวัดนครสวรรค์ ปี พ.ศ. 2564 รวม 19 แห่ง ภายใต้การดำเนินงานโครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ เพื่อให้เกิดการฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่ที่มีความครอบคลุมในประเด็นต่าง ๆ ตามปัญหาและความต้องการของชุมชน ได้แก่ การพัฒนาสัมมาชีพและสร้างอาชีพใหม่ (การยกระดับสินค้า OTOP/อาชีพอื่น ๆ) การสร้างและพัฒนา Creative Economy (การยกระดับการท่องเที่ยว) การนำองค์ความรู้ไปช่วยบริการชุมชน และการส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม/Circular Economy (การเพิ่มรายได้หมุนเวียนให้แก่ชุมชน) ที่ส่งผลต่อการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมของตำบลเป้าหมาย ทุนทางวัฒนธรรมมี 3 รูปแบบ ได้แก่ (1) สิ่งที่มีอยู่ในตัวตนและกลุ่มคนมาอย่างยาวนาน (Embodies state) เช่น ความคิด จินตนาการ ความริเริ่ม และความเชื่อ (2) สิ่งที่เป็นรูปธรรม (Objectified state) ในรูปแบบของสินค้าวัฒนธรรม เช่น รูปภาพ หนังสือ สิ่งก่อสร้างสถานที่ที่เป็นมรดกโลก (3) ความเป็นสถาบัน (Institutionalization state) ซึ่งสามารถทำให้เกิดความเป็นรูปแบบ เช่น กติกา การยอมรับที่หลาย ๆ คนเห็นร่วมกัน เช่น การยอมรับในสถาบันพระมหากษัตริย์ วัด และโรงเรียน (Bourdieu, 1986) นอกจากนี้ ทุนทางวัฒนธรรม ยังรวมถึงมรดกทางวัฒนธรรมในแต่ละชุมชน ซึ่งแบ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรม (Tangible Cultural Heritage) คือ สิ่งที่มีมนุษย์ได้สร้างขึ้น เช่น สถานที่ ที่อยู่

อาศัย ชุมชน อาคาร รวมถึงงานฝีมือ วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ เป็นต้น และมรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม (Intangible Cultural Heritage) รวมถึงประเพณีขนบธรรมเนียม ภาษา เพลง พิธีกรรม เทศกาล ทักษะพิเศษ เป็นต้น (ICOMOS, 2003) ซึ่งมรดกวัฒนธรรมเหล่านี้ เป็นต้นทุนสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพราะอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประเพณีที่แตกต่าง ในแต่ละท้องถิ่นนั้น เป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (Sangraksa and Lakkhananurak, 2012) การนำทุนวัฒนธรรม เช่น เรื่องราว เนื้อหา ของวัฒนธรรมไทยมาเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ หรือสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหรือบริการของตนเพื่อสร้างจุดขายสอดคล้องกับการพัฒนาทุนวัฒนธรรมในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ที่ได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมุ่งไปที่การเชื่อมโยงระหว่างทุน 6 ทุน คือ ทุนธรรมชาติ ทุนกายภาพ ทุนสังคม ทุนมนุษย์ ทุนการเงิน และทุนวัฒนธรรม โดยทุนวัฒนธรรมเป็นจุดศูนย์กลางที่เชื่อมโยงกับทุนประเภทอื่น ๆ ทุนวัฒนธรรมซึ่งถือว่าเป็นเหมือนกิจกรรมต้นน้ำ (Upstream) ในห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การบำรุงรักษามรดกศิลปวัฒนธรรม และการนำทุนวัฒนธรรมมาเพิ่มคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมรวมถึงส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมได้ถูกบรรจุไว้เป็นส่วนหนึ่งในพันธกิจของกระทรวงวัฒนธรรม และในแผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ (2560-2569) รวมถึงการนำไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ที่เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แบ่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ออกเป็น 4 ลักษณะตามอัตลักษณ์ของทุนทางวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่นแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ ได้แก่ (1) มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) หมายถึง กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่มีความเกี่ยวเนื่องกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ และสภาพสังคม โดยแบ่งเป็นกลุ่มแสดงออกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional Cultural Expression) เช่น เทศกาล งานประเพณีต่าง ๆ และกลุ่มที่ตั้งทางวัฒนธรรม (Cultural Sites) เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น (2) วิถีชีวิต (Lifestyles) หมายถึงกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ทั้งวิถีชีวิตของสังคมเมือง และวิถีชีวิตสังคมชนบท ในแง่การเรียนรู้การดำรงชีวิตหรือวิธีการประกอบอาชีพ (3) ศิลปะ (Arts) หมายถึง กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลปะวัฒนธรรม เช่น งานศิลปะ (Visual Arts) การวาดภาพ รูปปั้น และศิลปะการแสดง (Performing Arts) การแสดงดนตรีพื้นบ้าน การแสดงนาฏศิลป์และการแสดงละคร เป็นต้น (4) สินค้าที่ตอบสนองความต้องการที่แตกต่าง (Functional Creation) หมายถึงกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการแตกต่างกัน เช่น เรียนทำอาหารไทย เรียนนวดไทย เรียนมวยไทย ฝึกสมาธิ และการจัดกิจกรรม (Workshop) เป็นโปรแกรมการฝึกปฏิบัติโดยเน้นการเรียนรู้ร่วมกันและทุกคนจะต้องมีส่วนร่วมในการลงมือปฏิบัติ เป็นต้น (Investment Coordination Division Tourism Authority of Thailand, 2013)

ด้วยศักยภาพทางประวัติศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติของเมืองนครสวรรค์ สามารถนำมา
ร่วมกันยกระดับวัฒนธรรมชุมชนสู่การขับเคลื่อนทางวัฒนธรรม โดยเป็นการศึกษาความสำคัญของ
เมืองพระบางและเมืองนครสวรรค์ในหลักฐานทางประวัติศาสตร์ร่วมกับร่องรอยทางโบราณคดี เพื่อ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการสร้างรายได้ให้กับชุมชนผ่านเส้นทางท่องเที่ยวที่เป็นแหล่ง
เรียนรู้ทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครสวรรค์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อค้นหาและถอดบทเรียนทุนทางสังคมและศักยภาพของชุมชนในการขับเคลื่อนทาง
วัฒนธรรม
2. เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทุนทางสังคมที่แสดงศักยภาพของชุมชนในการขับเคลื่อนทาง
วัฒนธรรมสู่การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครสวรรค์
3. เพื่อสร้างนวัตกรรมชุมชนในการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางประวัติศาสตร์ของชุมชน

การทบทวนวรรณกรรม

Carroll et al. (2023) ได้นิยามความหมายของทุนทางสังคมใน 2 ความหมาย กล่าวคือ
ความหมายอย่างกว้าง (Broadest Sense) ว่าทุนทางสังคม คือ ความสัมพันธ์ทางสังคมที่ช่วยให้คนใน
สังคมอยู่ร่วมกันและกระทำระหว่างกันอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าปัจเจกที่แยกตัวมากระทำเพียงผู้
เดียว ซึ่งในความหมายขององค์กรทางสังคม ที่มีความไว้วางใจ (Trust) ความเอื้ออาทร (Mutuality) และ
การต่างตอบแทน (Reciprocity) เหล่านี้ถือว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญ ส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อปัจเจก
กลุ่ม และสังคม ส่วนความหมายอย่างแคบ คือ พฤติกรรมที่เป็นประโยชน์ของความร่วมไม้ร่วมมือซึ่ง
กันและกัน

Field et al. (2000) ได้สรุปแนวคิดทุนทางสังคมว่า เป็นเรื่องของสัมพันธภาพ (Relationships
Matter) โดยการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ให้ดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในสัมพันธภาพระหว่าง
สมาชิกเหล่านั้น ทำให้เกิดค่านิยมร่วมกัน (Common values) อันจะทำให้เกิดพลังที่จะบรรลุเป้าหมายนี้
หมายถึง รูปแบบเป้าหมายตามที่ต้องการ ซึ่งบุคคลเพียงคนเดียวไม่สามารถพึงกระทำได้หรือยากต่อ
การดำเนินการให้ประสบผลสำเร็จ

Baron and Schuller (2000); Fukuyama (1995); Cohen and Prusak (2001) ได้กล่าวถึงแนวคิด
ทุนทางสังคมว่า เป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมทั้งในระดับองค์กรและสังคมทุนทางสังคมเกี่ยวข้องกับ
เครือข่าย บรรทัดฐาน ความไว้วางใจและความเข้าใจซึ่งกันและกัน ซึ่งเกี่ยวข้องกับจำนวนเครือข่าย
มนุษย์และชุมชนต่าง ๆ และการมีทุนทางสังคมทำให้สามารถสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อให้การปฏิบัติเกิด
ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้

World Bank (1999; Cited in Khamman et al., 2008) ระบุถึงสถาบันระบบความสัมพันธ์และบรรทัดฐานที่ช่วยเหลือหลอมการมีปฏิสัมพันธ์กันในสังคม ทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงสังคมเข้าด้วยกัน รวมทั้งได้กล่าวถึงทุนทางสังคมและนำแนวคิดทุนทางสังคมไปใช้ในรูปของทุนแบบหนึ่งที่เป็นต่อการพัฒนา โดยพยายามที่จะตอบคำถามว่า อะไรเป็นทุนทางสังคมและจะทำอย่างไรเพื่อที่จะเกิดการพัฒนายั่งยืนที่สุดต่อประเทศหรือชุมชน ซึ่งเป็นแนวคิดที่ก่อให้เกิดการสร้างองค์กรที่เป็นประโยชน์ หมายถึง การเพิ่มขึ้นของความยึดเหนี่ยวกันในสังคม สามารถนำไปพัฒนาเศรษฐกิจและการพัฒนายั่งยืนได้

Office of the National Economic and Social Development Board (Cited in Khamman et al., 2008) ได้ศึกษาและกำหนดกรอบแนวคิดเกี่ยวกับทุนทางสังคมทั้งในเชิงความหมายแคบและความหมายกว้าง โดย (1) แนวคิดตามความหมายแคบ (Narrow Concept) เป็นการรวมกลุ่มในแนวนราบ (Horizontal Association) ระหว่างประชาชนโดยอาศัยเครือข่ายทางสังคม (Social Networks) และบรรทัดฐานร่วมกัน (Associated Norm) เพื่อที่จะบรรลุผลประโยชน์ร่วมกันของกลุ่ม ซึ่งมีคุณลักษณะในเชิงองค์กรทางสังคม และ/หรือเศรษฐกิจ ดังนั้นเครือข่ายทางสังคมและบรรทัดฐานที่มีร่วมกันของกลุ่มคนในสังคมที่ทำให้เกิดหรือเป็นผลมาจากการร่วมมือ หรือการประสานงานจึงเป็นคุณลักษณะสำคัญชุมชนที่มีระดับการพัฒนาสูงโดยเปรียบเทียบมักจะได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายที่เกิดจากการมีส่วนร่วม ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของประชาคมและทำให้เกิดบรรทัดฐานร่วมกันจากการมีส่วนร่วมในการตรวจสอบระหว่างกัน เป็นผลทำให้เกิดความไว้วางใจ (Trust) ในสังคม และ (2) แนวคิดตามความหมายกว้าง (Broader Concept) เป็นการรวมเอากลุ่มในแนวตั้งเข้ามารวมกับกลุ่มในแนวนราบ ซึ่งการรวมกลุ่ม ในแนวตั้งจะมีลักษณะของความสัมพันธ์ในเชิงลำดับชั้น และมีความไม่เท่าเทียมกันในการกระจายอำนาจระหว่างสมาชิกของกลุ่ม จึงเป็นการรวมเอาความสัมพันธ์ทั้งในภาคเอกชนและภาครัฐเข้าด้วยกัน ภายใต้วัตถุประสงค์ที่มีอยู่อย่างหลากหลายสำหรับรูปแบบทุนทางสังคมหรือการเข้ามามีส่วนร่วม แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ (1) รูปแบบเชิงโครงสร้าง (Structure) หมายถึง บทบาทของเครือข่ายทางสังคมที่ส่งเสริมสนับสนุนโดยกฎ ระเบียบ และจารีตที่จัดปัญหา Collective Actions ในสังคมจากการให้หรือแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร ทุนทางสังคมในรูปแบบนี้จึงมีลักษณะที่เป็นวัตถุประสงค์ (Objective) และสามารถสังเกตการเกิดขึ้น/ลดลงได้อย่างชัดเจน และ (2) รูปแบบเชิงวิธีการคิด (Cognitive) หมายถึง บรรทัดฐาน (Norms) คุณค่า (Value) ความไว้วางใจ (Trust) ทศคติ (Attitudes) และความเชื่อ (Belief) ซึ่งมักเป็นสิ่งที่จับต้องยากและไม่เป็นตัวตน (non-material) และมีลักษณะเป็นอัตวิสัย (Subjective) ทำให้การสังเกตและวัดการมีอยู่หรือเสื่อมสลายได้ยาก

Khamman et al. (2008) สรุปว่า ทุนทางสังคม เกิดจากการรวมตัวร่วมคิดร่วมทำ บนฐานของความไว้วางใจ สายใยผูกพันและวัฒนธรรมที่ดีงามของสังคมไทย ผ่านระบบความสัมพันธ์ที่มีการสะสมในลักษณะเครือข่ายขององค์ประกอบหลัก ได้แก่ คน สถาบัน วัฒนธรรม และองค์ความรู้ ซึ่งจะเกิดเป็นพลังในชุมชนและสังคม

สถาบันเพื่อการศึกษาวิจัยและนวัตกรรม (Center for Education, Research and Innovation) ขององค์การความร่วมมือเพื่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (OECD) (Khamman et al. 2008) สรุปว่าทุนทางสังคมต่อการสร้างเครือข่ายและกระบวนการต่าง ๆ ที่มีบรรทัดฐานการปฏิบัติ (Norm) ค่านิยม (Value) และความเข้าใจร่วมกัน (Understanding) ในการเกื้อหนุนความร่วมมือภายในและระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม

Department of Cultural Promotion (2023) กล่าวว่า ชุมชนที่มีการจัดการมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นที่ยั่งยืน โดยมีการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเสนอการสร้างกระบวนการเรียนรู้และความเคารพในความหลากหลายทางวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งองค์ประกอบของวัฒนธรรมชุมชน มีดังนี้

1. ด้านการจัดการมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่น การจัดการมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่น หมายถึง กระบวนการในการสร้างความตระหนักเห็นคุณค่า ความรัก ความหวงแหน และความภาคภูมิใจของคนในชุมชนที่มีต่อมรดก ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่น ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการศึกษา รวบรวมข้อมูลมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชุมชน เช่น ข้อมูลประวัติศาสตร์ชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น งานประเพณี พิธีกรรม สถาปัตยกรรม เป็นต้น แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาจัดการอย่างเป็นระบบเพื่อให้เกิดการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และเผยแพร่

2. ด้านการบริหารจัดการที่ยั่งยืน หมายถึง การบริหารจัดการท่องเที่ยวที่มีการออกแบบการวางแผนการกำหนดมาตรการและข้อกำหนดต่าง ๆ เพื่อป้องกัน และลดผลกระทบทางลบที่จะส่งผลเสียต่อวัฒนธรรม สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ยังรวมถึงการบริหารจัดการองค์กรชุมชนเพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับบริบทด้านพื้นที่ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชนนั้นๆ

3. ด้านการมีส่วนร่วม หมายถึง การมีส่วนร่วมการเรียนรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีระดับของการมีส่วนร่วมที่หลากหลาย เช่น ร่วมวางแผน ร่วมบริหารจัดการ ร่วมรับผลประโยชน์ และร่วมรับผิดชอบ ทั้งนี้จะต้องสอดคล้องกับรูปแบบการบริหารจัดการตามบริบทด้านพื้นที่ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ

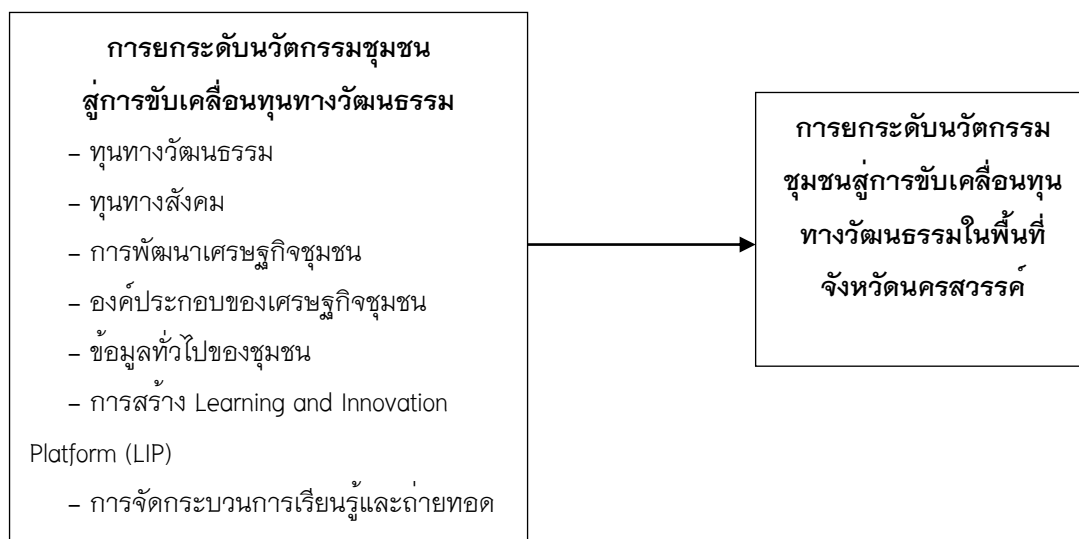
4. ด้านการจัดกิจกรรมและกระบวนการเรียนรู้ หมายถึง การนำเสนอเรื่องราวของมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่น ผ่านการจัดกิจกรรมและกระบวนการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมและกระบวนการ เกิดความรู้ความเข้าใจ ความตระหนักและเห็นคุณค่า เกิดความรู้ความเข้าใจ ความตระหนักและเห็นคุณค่า จากการมีส่วนร่วมในสถานการณ์จริง การปฏิบัติจริง และการถ่ายทอดโดยคนในท้องถิ่น

5. ด้านการอนุรักษ์ ฟื้นฟู เผยแพร่และการสร้างคุณค่า หมายถึง กระบวนการของการท่องเที่ยว มีส่วนสำคัญให้เกิดกระบวนการในการอนุรักษ์ ฟื้นฟู เผยแพร่และการสร้างคุณค่าให้กับมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่น ทั้งในมิติเศรษฐกิจและมิติทางสังคม

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับนวัตกรรมชุมชนสู่การขับเคลื่อนทางวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ จากประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเศรษฐกิจชุมชน เพื่อนำใช้ในการสร้าง Learning and Innovation Platform (LIP) เพื่อเป็นเครื่องมือในการจัดการกระบวนการเรียนรู้และถ่ายทอดความรู้ให้กับชุมชน และสร้างนวัตกรรมชุมชนที่เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงในการพัฒนาชุมชนเป้าหมาย โดยนำใช้ข้อมูลทางประวัติศาสตร์ร่วมกับการวิเคราะห์ทุนทางสังคมในการขับเคลื่อนทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยประยุกต์ใช้ทุนทางสังคมกับการยกระดับนวัตกรรมชุมชนสู่การขับเคลื่อนทางวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ จากประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเศรษฐกิจชุมชน เพื่อนำใช้ในการสร้าง Learning and Innovation Platform (LIP) เพื่อเป็นเครื่องมือในการจัดการกระบวนการเรียนรู้และถ่ายทอดความรู้ให้กับชุมชนและสร้างนวัตกรรมชุมชนที่เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงในการพัฒนาชุมชนเป้าหมาย โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยกรณีศึกษาเฉพาะพื้นที่ ที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับนวัตกรรมชุมชนสู่การขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ จากปมประวัติศาสตร์เมืองพระบางสู่เมืองนครสวรรค์ ในมุมมองหลักฐานทางประวัติศาสตร์

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับนวัตกรรมชุมชนสู่การขับเคลื่อนทางวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ จากปุมประวัติศาสตร์เมืองพระบางสู่เมืองนครสวรรค์ในมุมมองหลักฐานทางประวัติศาสตร์ โดยเลือกพื้นที่ศึกษาแบบเจาะจง จำนวน 7 พื้นที่ ประกอบด้วย (1) ตำบลจันเสน อำเภอตาคลี จังหวัดนครสวรรค์ (2) ตำบลพยุหะ อำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ (3) ตำบลท่าน้ำอ้อย อำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ (4) ตำบลตาสัง อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์ (5) ตำบลโพธิ์ประสาท อำเภอไพศาลี จังหวัดนครสวรรค์ (6) ตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ และ (7) ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

3. ขอบเขตด้านประชากร

เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาปรากฏการณ์ที่อาศัยผลของการศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อเป็นฐานสำหรับทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้สำหรับปรากฏการณ์นั้น จึงเน้นศึกษาผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้มีความรู้หรือมีประสบการณ์โดยตรงกับเรื่องที่ต้องการศึกษา (Information-rich Case) มีความพร้อมและสมัครใจในการให้ข้อมูลในฐานะผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Institution) เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ได้แก่

(1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย

(1.1) ปราชญ์ชาวบ้าน จำนวน 2 คน

(1.2) ผู้นำชุมชนที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ที่คนในชุมชนให้ความเคารพนับถือ จำนวน 5 คน

(1.3) ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญสามารถบอกเล่าเรื่องราวความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับทุนทางสังคมที่แสดงศักยภาพของชุมชนในการขับเคลื่อนทางวัฒนธรรม จำนวน 5 คน

ผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญไว้เป็นเบื้องต้น เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึก ในการให้ข้อมูลสำคัญเพื่อตอบคำถามการวิจัยในแต่ละประเด็น อย่างน้อยพื้นที่ละ 12 คน ในการวิจัยครั้งนี้ เลือกพื้นที่แบบเจาะจง 7 พื้นที่ รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 84 คน

(2) การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง โดยเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจและเกี่ยวข้องกับประเด็นการยกระดับนวัตกรรมชุมชนสู่การขับเคลื่อนทางวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 7 พื้นที่ พื้นที่ละ 5 คน รวม 35 คน โดยกำหนดให้มีการสนทนากลุ่มย่อยในพื้นที่การวิจัย ประกอบด้วย

(2.1) ผู้นำไม่เป็นทางการหรือตัวแทนของพื้นที่ จำนวน 1 คน

(2.2) ตัวแทนภาคราชการที่เป็นทางการ จำนวน 1 คน

(2.3) ผู้เชี่ยวชาญในชุมชนที่ได้รับการยกย่องและมีชื่อเสียงในด้านศาสตร์/วิชาสาขา/แขนงที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ใช้ในการศึกษาวิจัย จำนวน 1 คน

(2.4) ประชาชนทั่วไปที่อยู่นอกพื้นที่ จำนวน 1 คน

(2.5) ประชาชนในพื้นที่ที่มีภูมิลำเนาและอาศัยอยู่ในพื้นที่ไม่น้อยกว่า 10 ปีจำนวน 1 คน

ทั้งนี้ ผู้วิจัยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Institution) โดยวิธีเลือกตามทฤษฎี (Theoretical Sampling) จากผู้ที่สามารถให้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ครอบคลุมตรงประเด็น และการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบลูกโซ่ (Snowball Technique) ที่เมื่อผู้วิจัยทำการเลือกและเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ระยะหนึ่งแล้ว ก็จะสามารถศึกษาในประเด็นใดเพื่อให้ได้คำตอบของงานวิจัยชัดเจนยิ่งขึ้น เมื่อผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลต่อไป จนพบว่าแม้จะสัมภาษณ์คนอื่น ๆ ต่อไปก็ไม่ได้ข้อมูลใหม่เพิ่มเติมอีกเรียกว่าข้อมูลมีความอิ่มตัว (Saturation of Data) ผู้วิจัยจึงหยุดเก็บข้อมูล

4. ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ทูทางสังคมที่แสดงศักยภาพของชุมชนในการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่ ประกอบด้วย

(1) ด้านสังคม ที่สะท้อนจากข้อมูลด้านประชากร ภาษาที่ใช้ ศาสนา วัฒนธรรม ภูมิปัญญา ความเชื่อของชุมชน การศึกษา การสื่อสาร การทะเลาะเบาะแว้ง รวมถึงสถานะของการช่วยเหลือดูแล การแบ่งปันของคนในชุมชน ทั้งในช่วงปกติ ช่วงเกิดภัยพิบัติ หรือกรณีฉุกเฉิน เป็นต้น

(2) ด้านเศรษฐกิจ ที่สะท้อนถึงการอยู่ดีกินดี การเพิ่มรายได้ การลดรายจ่าย การออมทรัพย์ การระดมทุนจากกลุ่มอาชีพ เพื่อร่วมสร้างสวัสดิการแก่คนในชุมชน เป็นต้น

(3) ด้านการจัดการสภาวะแวดล้อม ทั้งที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ (ดิน น้ำ ป่า) หรือสภาวะแวดล้อมที่เอื้อต่อสุขภาพ ทั้งเชิงโครงสร้างทางกายภาพในพื้นที่สาธารณะ ภายในบ้าน เป็นต้น

(4) ด้านสุขภาพ ที่แสดงถึงปัญหาและความจำเป็นทางด้านการดูแลสุขภาพของทุกกลุ่มวัย การดูแลสุขภาพช่วยเหลือกัน หรือนวัตกรรมทางด้านสุขภาพ เป็นต้น

(5) ด้านการเมืองการปกครอง ที่แสดงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลสุขภาพชุมชน ความสงบสุข การมีสิทธิในการใช้ทรัพยากรและแหล่งประโยชน์ เป็นต้น

(6) ด้านการจัดการตนเองของชุมชน ตั้งแต่วิวัฒนาการเริ่มต้นของชุมชน การสร้างการเปลี่ยนแปลงของชุมชน กลไกการพัฒนาทุนทางสังคมและศักยภาพชุมชนและผลที่เกิดขึ้น เป็นต้น

5. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาดำเนินการวิจัย 12 เดือน (ตั้งแต่ 17 ตุลาคม 2565 – 17 ตุลาคม 2566)

ผลการวิจัย

1. การถอดบทเรียนทุนทางสังคมที่แสดงศักยภาพของชุมชนในการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม
ผู้วิจัยดำเนินการถอดบทเรียนทุนทางสังคมที่แสดงศักยภาพของชุมชน ที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับนวัตกรรมชุมชนสู่การขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 7 พื้นที่ ที่เกี่ยวข้องกับปุมประวัติศาสตร์เมืองพระบางสู่เมืองนครสวรรค์ ในมุมมองหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ประกอบด้วย (1) ตำบลจันเสน อำเภอตาคลี จังหวัดนครสวรรค์ (2) ตำบลพยุหะ อำเภอ

พยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ (3) ตำบลท่าน้ำอ้อย อำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ (4) ตำบลตาลัง อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์ (5) ตำบลโพธิ์ประสาท อำเภอไพศาลี จังหวัดนครสวรรค์ (6) ตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ และ (7) ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ทุนทางสังคมที่แสดงศักยภาพของชุมชนในการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม มีรายละเอียดครอบคลุมสภาพทางกายภาพของชุมชน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สภาพทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการผลิต และเส้นทางเดินติดต่อกันระหว่างชุมชน จำแนกออกเป็น 6 ด้านสำคัญ ได้แก่

(1) ด้านสังคม ที่สะท้อนจากข้อมูลด้านประชากร ภาษาที่ใช้ ศาสนา วัฒนธรรม ภูมิปัญญา ความเชื่อของชุมชน การศึกษา การสื่อสาร การทะเลาะเบาะแว้ง รวมถึงสถานะของการช่วยเหลือดูแล การแบ่งปันของคนในชุมชน ทั้งในช่วงปกติ ช่วงเกิดภัยพิบัติ หรือกรณีฉุกเฉิน เป็นต้น

(2) ด้านเศรษฐกิจ ที่สะท้อนถึงการอยู่ดีกินดี การเพิ่มรายได้ การลดรายจ่าย การออมทรัพยากร ระดมทุนจากกลุ่มอาชีพ เพื่อร่วมสร้างสวัสดิการแก่คนในชุมชน เป็นต้น

(3) ด้านการจัดการสภาวะแวดล้อม ทั้งที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ (ดิน น้ำ ป่า) หรือสภาวะแวดล้อมที่เอื้อต่อสุขภาพ ทั้งเชิงโครงสร้างทางกายภาพในพื้นที่สาธารณะ ภายในบ้าน เป็นต้น

(4) ด้านสุขภาพ ที่แสดงถึงปัญหาและความจำเป็นทางด้านการดูแลสุขภาพของทุกกลุ่มวัย การดูแลสุขภาพช่วยเหลือกัน หรือนวัตกรรมทางด้านสุขภาพ เป็นต้น

(5) ด้านการเมืองการปกครอง ที่แสดงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลสุขภาพชุมชน ความสงบสุข การมีสิทธิในการใช้ทรัพยากรและแหล่งประโยชน์ เป็นต้น

(6) ด้านการจัดการตนเองของชุมชน ตั้งแต่วิวัฒนาการเริ่มต้นของชุมชน การสร้างการเปลี่ยนแปลงของชุมชน กลไกการพัฒนาทุนทางสังคมและศักยภาพชุมชนและผลที่เกิดขึ้น เป็นต้น

2. การวิเคราะห์ข้อมูลทุนทางสังคมที่แสดงศักยภาพของชุมชนในการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครสวรรค์

จากการถอดบทเรียนทุนทางสังคมที่แสดงศักยภาพของชุมชนในการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม ผู้วิจัยได้ดำเนินการสอบถามข้อมูลพื้นฐานต่าง ๆ ในพื้นที่ศึกษา เกี่ยวกับสภาพทางกายภาพของชุมชน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สภาพทางเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรมและการผลิต และเส้นทางเดินติดต่อกันระหว่างชุมชนโดยรอบ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนในการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม สู่การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครสวรรค์

การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครสวรรค์ จากการศึกษาครั้งนี้ เกิดจากการเชื่อมโยงข้อมูลทางประวัติศาสตร์ ทุนทางวัฒนธรรมชุมชนกับองค์ความรู้ของชุมชนท้องถิ่นของทุนทางสังคม 4 ระดับ ได้แก่ (1) ทุนทางสังคมระดับบุคคล (2) ทุนทางสังคมระดับกลุ่ม/องค์กรชุมชน (3) ทุนทางสังคมระดับหน่วยงาน/แหล่งประโยชน์ และ (4) ทุนทางสังคมระดับหมู่บ้าน (ชุมชน)

โดยการสอบถามเทียบเคียงงานหรือกิจกรรมของทุนทางสังคมกับนวัตกรรมชุมชนสู่การขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม ทั้งในระดับบุคคล ครัวเรือน กลุ่มชุมชน และเครือข่าย รวมทั้งความพร้อมในการที่จะเป็นแหล่งเรียนรู้เพื่อให้เกิดกิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกัน และพัฒนาศักยภาพในการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม โดยการวิเคราะห์ทุนทางสังคมและศักยภาพของชุมชน โดยนำใช้ข้อมูลจากการวิจัยชุมชน และระบบข้อมูลตำบล รวมทั้งข้อมูลอื่น ๆ ของพื้นที่

ทั้งนี้ การสร้าง Learning and Innovation Platform สำหรับการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครสวรรค์ จะนำไปใช้เป็นเครื่องมือสำหรับนวัตกรรมชุมชนในการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางประวัติศาสตร์ให้กับชุมชน โดยเกิดจากการนำใช้ข้อมูลการทบทวนทุนทางสังคมและศักยภาพของพื้นที่ร่วมกับการวิเคราะห์สถานการณ์ปัญหาเกี่ยวกับการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม จะนำสู่ข้อมูล 2 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลทุนทางสังคมและศักยภาพของพื้นที่ (2) สถานการณ์ปัญหาเกี่ยวกับการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม มาเชื่อมโยงเพื่อให้เห็นวิธีการแก้ปัญหาของทุนทางสังคมในพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม พร้อมทั้งการสรุปสถานการณ์ดำเนินงานเพื่อให้ได้กิจกรรมที่ต้องการพัฒนา ซึ่งจะเป็นข้อมูลสำคัญในการจัดทำ Learning and Innovation Platform ในการจัดกระบวนการเรียนรู้และถ่ายทอดความรู้ให้กับชุมชน

3. การสร้างนวัตกรรมชุมชนในการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางประวัติศาสตร์ของชุมชน

การสร้างนวัตกรรมชุมชน ให้มีทักษะการรับและปรับใช้นวัตกรรมพร้อมใช้/เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับบริบท สามารถถ่ายทอดความรู้ไปสู่ผู้อื่นได้ ตามฐานคิดการใช้พื้นที่เป็นฐานในการพัฒนา (Area-based development) การสร้างการมีส่วนร่วมและความเป็นเจ้าของ ก่อให้เกิดรูปธรรมการดำเนินงานเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม ทั้งในระดับบุคคลและครัวเรือน ระดับกลุ่ม ระดับชุมชน และระดับเครือข่าย ซึ่งมีการดำเนินนวัตกรรมชุมชนหลากหลายรูปแบบ เช่น การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การจัดตั้งกลุ่มอาชีพ การจัดตั้งตลาดชุมชน การจัดบริการสุขภาพ การจัดบริการด้านการท่องเที่ยวชุมชน เป็นต้น

การจัดกระบวนการเรียนรู้และถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับชุมชน จำเป็นต้องมีการนำใช้ข้อมูลจากการเทียบเคียงงานหรือกิจกรรมของทุนทางสังคมกับนวัตกรรมชุมชนสู่การขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม โดยอาศัยการทำงานร่วมกันขององค์กรหลักในพื้นที่ ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคประชาชน องค์กรท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐ ที่มีการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายของชุมชน โดยสามารถจำแนกทุนทางสังคมที่แสดงศักยภาพของชุมชนในการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมของ 7 พื้นที่ในภาพรวม ได้ดังนี้ (1) ทุนทางสังคมระดับบุคคล จำนวน 139 คน (2) ทุนทางสังคมระดับกลุ่ม/องค์กรชุมชน จำนวน 32 แห่ง (3) ทุนทางสังคมระดับหน่วยงาน/แหล่งประโยชน์ จำนวน 58 แห่ง และ (4) ทุนทางสังคมระดับหมู่บ้าน (ชุมชน) จำนวน 38 แห่ง

การขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมและจัดการเรียนรู้จำเป็นต้องสร้าง “นวัตกรรมชุมชน” ที่มีศักยภาพ มีทักษะการรับและปรับใช้นวัตกรรมพร้อมใช้/เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับบริบท สามารถ

ถ่ายทอดความรู้ไปสู่ผู้อื่นได้ รวมทั้งสามารถเป็นแกนนำในการจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อหนุนให้ชุมชนมีพื้นที่และโอกาสเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ทุนทางสังคมและศักยภาพของชุมชนในการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม พบว่า ประกอบด้วยทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญ 2 ลักษณะ คือ ทุนที่จับต้องได้หรือทุนทางกายภาพ และทุนที่จับต้องไม่ได้หรือทุนที่เป็นนามธรรม ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น สิ่งปลูกสร้าง ของใช้สะสม ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ ชุมชนเข้มแข็ง กิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ เรื่องราว (Story) ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม ซึ่งมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ เป็นต้นทุนสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Thanapornphan (1996) ที่กล่าวว่า ทรัพยากรทางวัฒนธรรม คือ มรดกทางวัฒนธรรม แบ่งเป็น (1) มรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรม (Tangible Cultural Heritage) คือ สิ่งที่มีมนุษย์ได้สร้างขึ้น เช่น สถานที่ ได้แก่ ที่อยู่อาศัย ชุมชน อาคาร รวมถึงงานฝีมือ วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ เป็นต้น (2) มรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม (Intangible Cultural Heritage) รวมถึง ประเพณี ขนบธรรมเนียม ภาษา เพลง พิธีกรรม เทศกาล ทักษะพิเศษ เป็นต้น ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นต้นทุนสำคัญในการผลิตสินค้าวัฒนธรรม และการพัฒนาอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม (ICOMOS, 2003)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การยกระดับนวัตกรรมชุมชนสู่การขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่ เน้นการนำเสนอทุนทางวัฒนธรรมที่แตกต่างหลากหลายในแต่ละพื้นที่นำคุณค่าทางวัฒนธรรมที่มีเสน่ห์และน่าสนใจ เป็นสิ่งดึงดูดเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาชมและศึกษาตามความสนใจ (Hall, 1998) วัฒนธรรมพื้นบ้านทั่วไป (Folk and Popular Culture) ก็ได้รับความนิยมเป็นที่แพร่หลายมากขึ้น เช่น อาหารการกิน หัตถกรรม กีฬา และสถาปัตยกรรม หรือพหุวัฒนธรรม (Multiculturalism) ซึ่งเป็นความหลากหลายทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ และภาษา ก็สามารถพัฒนาเป็นเสน่ห์ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือนและเรียนรู้ความแตกต่าง ความหลากหลายในด้านต่าง ๆ ได้แก่ หัตถกรรม ภาษา ประเพณี เทศกาล พิธีกรรม อาหารการกิน ศิลปะ ดนตรี ตลอดจนการแสดง คอนเสิร์ต จิตรกรรม ประติมากรรม ประวัติและภูมิเขต รวมถึงสิ่งที่มองเห็นเพื่อให้ระลึกถึงอดีตได้ ภูมิสถาปัตยกรรมที่อาจจะโดดเด่นในบริเวณนั้น ภูมิศาสนากิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบความเชื่อทางศาสนา ระบบการศึกษา เครื่องแต่งกาย การแต่งกายรวมถึงกิจกรรมยามว่าง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nuambunlue (2007) ที่กล่าวว่าทุนทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแต่ละพื้นที่เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า การสร้างนวัตกรรมชุมชนที่เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงให้สามารถถ่ายทอดความรู้ไปสู่ผู้อื่นได้ ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ การกระจายรายได้ การประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ต้นทุนค่าประกอบการสูงขึ้น ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นายทุนจากนอกพื้นที่ การดูแลรักษาสิ่งปลูกสร้างและของใช้สะสม ผลกระทบต่อชุมชนและวิถีชีวิต และปัญหาเฉพาะหน้าอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chanpeng and Chairattananon (2015) ที่ได้ศึกษาปัญหาและสาเหตุของปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยวภายในชุมชน พบว่าชุมชนมีปัญหาด้านต่าง ๆ ได้แก่ อุปกรณ์ประกอบทางเท้า และสิ่งอำนวยความสะดวกมีรูปแบบที่ขัดแย้งกับภูมิทัศน์ชุมชน ขาดการจัดระเบียบภายในสถานที่สำคัญ พื้นที่สาธารณะขาดการดูแลรักษาสถาปัตยกรรมไม่เหมาะสม การรุกร้าพื้นที่ธรรมชาติ มลภาวะ ค่าครองชีพสูงขึ้น วิถีชีวิตเปลี่ยนแปลงรายได้ไม่สม่ำเสมอ ความรู้สึกต่อชุมชนเปลี่ยนไปจากเดิม คุณค่าทางวัฒนธรรมลดลง และขาดมาตรการรักษาวัฒนธรรมเดิม

นอกจากนี้ การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่เหมาะสมยังนำไปสู่ผลกระทบต่อชุมชน ได้แก่ ค่าครองชีพที่สูงขึ้นของคนในชุมชน อัตราการเกิดอาชญากรรมที่สูงขึ้น การเพิ่มขึ้นของมลพิษ และการเสื่อมถอยของวัฒนธรรมพื้นเมืองและวิถีชีวิตที่เคยมีอยู่ ผลกระทบในด้านลบโดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นผลกระทบที่แม้แต่หน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเอง ก็ไม่ได้คาดคิดมาก่อนจนทำให้แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เคยมีความสวยงามตามธรรมชาติเกิดความเสื่อมโทรมลงมาก ขณะเดียวกันการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว ก็ดูเหมือนจะไม่ได้ตกถึงมือประชาชนในท้องถิ่นเท่าที่ควร นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้น ก็เป็นที่คาดการณ์ว่า เป็นผลมาจากธุรกิจการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน Chanthaphe (2010) สิ่งเหล่านี้นับได้ว่าเป็นปัญหาและอุปสรรคในการจัดการการท่องเที่ยวที่ต้องนำมาพิจารณาในการจัดการเพื่อให้การท่องเที่ยวสร้างประโยชน์ได้อย่างเต็มที่และส่งผลเสียน้อยที่สุด

กล่าวโดยสรุป องค์ประกอบของการยกระดับนวัตกรรมชุมชนสู่การขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม ประกอบด้วยองค์ประกอบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ 3 ประการ คือ

1. การจัดการชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Community Creation Management) ที่เป็นการจัดการสภาพชุมชนให้มีความพร้อมเพื่อรองรับการยกระดับนวัตกรรมชุมชนสู่การขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม ด้วยการสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิก ส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนเห็นคุณค่าในทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชนของตน สร้างความรู้สึกภาคภูมิใจในทุนทางวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดความพยายามในการรักษาสืบทอดสิ่งที่ดั่งามเหล่านี้ไว้ ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีของสมาชิกในชุมชนให้เป็นไปในรูปแบบที่คงความเอื้อเพื่อแบ่งปัน ร่วมแรงร่วมใจกันแก้ไขปัญหาต่าง ๆ และจัดให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างสมาชิกในชุมชน ด้วยการเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนได้มีพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อให้เกิดการเข้าใจและรับรู้ข้อมูลในทิศทางเดียวกัน

ทำให้การยกระดับนวัตกรรมชุมชนสู่การขับเคลื่อนทางวัฒนธรรม เป็นไปได้โดยสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับ Udomkitti (2014) ศึกษาเรื่อง การจัดการเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืนในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร พบว่า การสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นนั้น เกิดจากความร่วมมือ การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนช่วยทำให้การพัฒนาองค์ประกอบของการจัดการชุมชนเชิงสร้างสรรค์มีความสมบูรณ์ นำมาซึ่งความยั่งยืนของการยกระดับนวัตกรรมชุมชนสู่การขับเคลื่อนทางวัฒนธรรม

2. การจัดการเรื่องราวเชิงสร้างสรรค์ (Story Creation Management) เป็นการนำเรื่องราวของบุคคลสำคัญ เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของคนในท้องถิ่น หรือแม้แต่เรื่องเล่าขานสืบต่อกันมาเป็นตำนาน มาเป็นหัวข้อในการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ ผ่านสถานที่จริง ผ่านผู้คนที่ยังมีชีวิตราวกับการเดินทางเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิต ซึ่งนับเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความน่าสนใจให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ดังที่ Pinkaew (2011) ได้กล่าวว่า เนื่องจากแนวโน้มการบริโภคสินค้าและบริการวัฒนธรรมจากประเทศตะวันออกในประเทศตะวันตกเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ สามารถนำทุนวัฒนธรรม เช่น เรื่องราว (Story) เนื้อหา (Content) ของวัฒนธรรมไทยมาเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ หรือสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหรือบริการของตนเพื่อสร้างจุดขายเรื่องราวเชิงสร้างสรรค์ เช่น การบอกเล่าและเชื่อมโยงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีชีวิตของผู้คน เพื่อสร้างความน่าสนใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความอยากรู้อยากติดตามค้นหาเรื่องราวในอัตลักษณ์ของพื้นที่ท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน มีโอกาสสัมผัสกับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ลึกซึ้งขึ้น นอกเหนือจากการเยี่ยมชมเพียงอย่างเดียว (Richards, 2010) นอกจากนี้ ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เช่น การออกงาน Consumer Fair การออกงาน Table Top Sale กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือการใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพื่อเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการ สอดคล้องกับ Boonmeesrisaga (2015) ก็มีผลช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น การจัดการเรื่องราวเชิงสร้างสรรค์ด้วยการนำเรื่องราวของบุคคลสำคัญ เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของคนในท้องถิ่น หรือแม้แต่เรื่องเล่าขานสืบต่อกันมาเป็นตำนาน มาเป็นส่วนหนึ่งของการเพิ่มความน่าสนใจในการท่องเที่ยว รวมถึงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3 การจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Activity Creation Management) เป็นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสประสบการณ์ที่หลากหลาย สร้างความดึงดูดและความน่าสนใจในการท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต ความคิด และความเชื่อของคนในท้องถิ่น การจัดกิจกรรมที่สร้างความประทับใจ การจัดกิจกรรมที่สร้างแรงบันดาลใจ การจัดกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์แปลกใหม่ และการจัดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นส่วนประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สอดคล้องกับแนวคิดของ Richard (2011) ที่กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยวที่นำเสนอกิจกรรม

สรุป

ภาพรวมจากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลทุนทางสังคมที่แสดงศักยภาพของชุมชนในการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ สู่การพัฒนาระบบการเรียนรู้ร่วมกันของชุมชน ทำให้เห็นถึงประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญ ในการเชื่อมโยงทุนทางสังคมกับการสร้างโอกาสทางการตลาด และสร้างการเรียนรู้ร่วมกันของชุมชน ปัจจุบันการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างทุนทางสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการพัฒนาและต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์และสร้างคุณค่าให้กับชุมชน นอกจากนี้ ยังสามารถสนับสนุนกระบวนการขยายผลนำภูมิปัญญาไปใช้ปฏิบัติและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่น ประวัติศาสตร์ชุมชน และการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น จึงเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งและพัฒนาชุมชนให้เติบโตไปสู่การขยายเครือข่ายอย่างยั่งยืน ดังนั้นการจัดการองค์ความรู้และสร้างภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและเป็นเอกลักษณ์อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ นำผลการศึกษาประเด็นการยกระดับนวัตกรรมชุมชนสู่การขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่ ไปเสนอหน่วยงานระดับท้องถิ่น เพื่อเปิดโอกาส หาช่องทางด้านการตลาด ส่งเสริมให้ชุมชนมีการเขียนแผนพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน แผนส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรม เชิงประวัติศาสตร์ เพื่อสร้างช่องทางการตลาดให้กว้างขวางและพัฒนาพื้นที่ให้เป็นหมู่บ้าน (ชุมชน) ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความยั่งยืนและเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนต่อไป
2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป สามารถนำผลการวิจัยที่เป็นข้อค้นพบไปประยุกต์ใช้ในชุมชนและสังคม ที่มีเงื่อนไขของกระบวนการเสริมสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชน บนฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน ให้มีระบบและนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากความเชื่อ ความศรัทธา และการเรียนรู้ร่วมกัน
3. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมชุมชนของทุนทางสังคม ในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชุมชน เพื่อนำใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงวิธีการในการนำไปปฏิบัติต่อไป

References

- Boonmeesrisaga, M. (2015). Patterns meaning and Strategy of Dark Tourism Marketing in Kanchanaburi, Thailand. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 8(2), 571–592.
<https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/40229>
- Carroll, T., Cardou, F., Dornelas, M., Thomas, C. D., & Vellend, M. (2023). Biodiversity change under adaptive community dynamics. *Global Change Biology*, 29(13), 3525–3538.
<https://doi.org/10.1111/gcb.16680>
- Cohen, D., & Prusak, L. (2001). In Good Company: How Social Capital Makes Organizations Work. *Ubiquity*. <https://doi.org/10.1145/358974.358979>
- Field, J., Schuller, T., & Baron, S. (2000). Social Capital and Human Capital Revisited. In *Social Capital* (pp. 243–263). Oxford University Press.
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: The social virtues and the creation of prosperity*. The Free Press.
- ICOMOS. (2003). *Heritage at Risk: ICOMOS World Report 2002/2003 on Monuments and Sites in Danger*. https://openarchive.icomos.org/id/eprint/3029/1/HR_2002-2003.pdf
- Investment Coordination Division Tourism Authority of Thailand. (2013). Tourism Authority of Thailand. Creative Tourism Creative. <http://tourisminvest.tat.or.th/ctbookth/files/assets/>
- Investment Coordination Division Tourism Authority of Thailand. (2023). Creative Tourism Business Investment Promotion Project. <http://tourisminvest.tat.or.th/ctbookth/>
- Khamman, S. et al. (2008). *Towards quality and sustainable growth*. In Annual Academic Seminar 2008. Ambassador City Jomtien Hotel, Chonburi: Chaipattana Foundation. Office of the National Economic and Social Development Board and the Thailand Development Research Institute Foundation, November 29–30.
- Nuambunlue, S. (2007). *The identity and value of cultural tourism resources in teaching materials, Thai tourism resources course, Units 9–15*. Sukhothai Thammathirat Open University.
- Richard, F. (2011). Peut-on parler d'une « société du malaise »?. *Adolescence*, 293, 571–582.
<https://doi.org/10.3917/ado.077.0571>
- Sangraksa, N., & Lakkhananurak, S. (2012). *To develop and raise the level of cultural tourism to a creative economy through the sustainable participation of network partners in Ratchaburi Province*. National Research Council of Thailand.