

การพัฒนาและยกระดับพื้นที่ทางศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดน่าน

Developing and Upgrading Artistic and Cultural Areas in Nan Province

ฐิติพร สะสม¹,

เชษฐ นิมมาทพัฒน์², สุวารี รวบทองศรี³ และ จวน คงแก้ว⁴

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครน่าน^{1,2,3,4}

Thitiporn Sasom¹,

Chet Nimmatapat², Suwaree Ruabthongsri³ and Juan Kongkaew⁴

Mahachulalongkornrajavidyalaya University Nan Buddhist College^{1,2,3,4}

Corresponding Author, Email: orapininwong@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มุ่งนำเสนอการพัฒนาและยกระดับพื้นที่ทางศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดน่าน โดยมีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอแนวทางการพัฒนาและยกระดับพื้นที่ทางศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดน่าน ประกอบด้วยการบริหารจัดการ การดำเนินงาน ในการเสริมสร้างการประกอบการและการท่องเที่ยว ผ่านทุนทางศิลปวัฒนธรรม ซึ่งการขับเคลื่อนการดำเนินงานตามกรอบทิศทางยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) และการพัฒนาประเทศ ภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 เพื่อให้ได้แนวทางในการวางแผนพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวและเกิดการกระจายรายได้ซึ่งเป็นส่วนสำคัญเพื่อให้ น่าน เป็นเมืองที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของประชาชนสู่ความสมดุลในทุกมิติ อย่างบูรณาการและเป็นองค์รวม เพื่อการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชน ต้องมีการจัดการการท่องเที่ยวด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และมีการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด

คำสำคัญ: การพัฒนา; การยกระดับ; ศิลปวัฒนธรรม; จังหวัดน่าน

* ได้รับบทความ: 18 ธันวาคม 2566; แก้ไขบทความ: 18 พฤษภาคม 2567; ตอรับตีพิมพ์: 6 มิถุนายน 2567

Received: 18 December 2023; Revised: 18 May 2024; Accepted: 6 June 2024

Abstract

This article is an academic article that aims to present guidelines for the development and upgrading of arts and culture areas in Nan Province. The objective is to present guidelines for the development and upgrading of arts and culture areas in Nan Province, including management, operations, and problems in promoting entrepreneurship and tourism through arts and culture capital. which drives operations according to the 20-year national strategic direction framework that is consistent with the 20-year agricultural and cooperative strategy (2017 - 2036) that is consistent with the 20-year national strategy, the 12 th National Economic and Social Development Plan (B.E. 2017 - 2021) and national development under the Thailand 4.0 policy in order to obtain guidelines for effective development planning. Encourage all sectors to benefit from tourism and create income distribution, which is an important part in making Nan a city that can support tourists sustainably. However, creating a process of participation of all sectors in society. as well as participation in people's decision-making to achieve balance in all dimensions in an integrated and holistic manner. To create income and distribute income to the community Tourism must be managed with community participation according to the concept of creative economy and with maximum use of tourism resources in the community.

Keywords: Development; Upgrading; Arts and Culture; Nan Province

บทนำ

การพัฒนาและยกระดับพื้นที่ทางศิลปวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงอนุรักษ์ พบว่า ทุนทางวัฒนธรรม เป็นทุนทางสังคมอย่างหนึ่ง ซึ่งเป็นพลังสำคัญในการสรรค์สร้างสิ่งที่ดีงามให้กับชุมชนและสังคม ทำให้ชุมชนเกิดการพัฒนายั่งยืนและเสริมสร้างให้ชุมชนเข้มแข็ง การส่งเสริม “ทุนทางสังคม” จึงมีความสำคัญในการพัฒนาโดยใช้ชุมชนเป็นฐานเพื่อชุมชนเข้มแข็ง เป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการพัฒนาชุมชนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 – 2564 ได้กล่าวถึง ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ บนพื้นฐานของการมีสถาบันทางสังคมที่เข้มแข็ง โดยการพัฒนาทุนมนุษย์ให้มีคุณภาพสูง จากครอบครัว การศึกษา ศาสนา และชุมชน

เพื่อใช้เป็นทุนทางสังคมที่สำคัญมีความเข้มแข็งในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ (เพ็ญประภา ภัทรานุกรม, 2553 : 34)

ทั้งนี้ ยังพบว่าจังหวัดน่านเป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่น โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โบราณสถาน และศิลปวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรม ชนเผ่าต่าง ๆ เช่น ชนเผ่าตองเหลือง ชมู ไหล่ ม้ง และ ลัวะ ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในเรื่อง ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ จึงจัดว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก มีอุทยานแห่งชาติหลายแห่ง มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายรูปแบบ มีโบราณสถาน โบราณวัตถุ งานจิตรกรรมฝีมือช่างโบราณและ สถาปัตยกรรมล้านนาที่เก่าแก่งดงามตามวัดวาอารามต่าง ๆ ตลอดจนการผลิตผ้าทอพื้นเมือง (ผ้าทอ ลายน้ำไหลและไหล่อ) และงานหัตถกรรมต่าง ๆ จังหวัดน่านได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจ ของจังหวัด โดยอาศัยศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนา ซึ่งจะเห็นได้จาก ความพยายามในการที่จะพัฒนาให้เป็น “เมืองมรดกโลก” เช่นนั้นแล้ว เพื่อพัฒนาชุมชนให้เกิดประโยชน์ สูงสุดนั้น พื้นที่จำเป็นจะต้องเข้าใจทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนนั้น ๆ เสียก่อน ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง คุณค่าที่บุคคลได้รับจากกระบวนการหล่อหลอมทางสังคม จนกลายเป็นคุณสมบัติติดตัวที่เอื้อให้ บุคคลนำไปเพิ่มพูนมูลค่าของตนได้ โดยแบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ ทุนวัฒนธรรมที่แฝงฝังอยู่ในกาย (Embodied Form) ทุนวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปของวัตถุ (Objectified Form) และทุนวัฒนธรรมที่อาศัย การสถาปนา (Institutionalization State) (ชนิดา เสี่ยงมไพศาลสุข, 2550) วัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิต ของมนุษย์ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสังคม และมนุษย์ กับธรรมชาติของแต่ละท้องถิ่น ที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรมนั้น ๆ เป็นวิถีทางและแบบแผนการดำเนินชีวิต ของชุมชนที่ได้ปฏิบัติส่งสมกันมา รวมทั้งความคิดต่าง ๆ ที่คนได้สร้าง สะสม ถ่ายทอด และรักษาไว้ จากรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง อาจอยู่ในรูปของความรู้ การปฏิบัติ และความเชื่อ ตลอดจนวัตถุสิ่งของอาจ เกิดจากการคิดและการกระทำของมนุษย์ วัฒนธรรม คือ ความรู้สึนึกคิดและการปฏิบัติของมนุษย์นั่นเอง (กาญจนา แก้วเทพ, 2530)

ดังนั้น วัฒนธรรมท้องถิ่น จึงเป็นทุนทางสังคมหนึ่งที่จะช่วยยึดโยงให้ชุมชนเกิดการรวมตัวภายใต้ การสำนึกถึง ความสำคัญของจิตวิญญาณของตนเอง มีการสืบสารวัฒนธรรมประเพณีของชุมชน เกิดเป็นเครือข่ายหรือกลุ่มในชุมชนที่จะนำไปสู่การทำกิจกรรมการพัฒนาในด้านอื่น ๆ ตามมาภายใต้บริบท ทางเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในชุมชน ทำให้ชุมชนเกิดการพัฒนา อย่างสมดุล ประชาชนอยู่กันอย่างมีความสุข เพื่อให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน โดยเฉพาะชุมชน ที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เด่นชัด (ณัฐนรี ศรีทอง, 2551)

อย่างไรก็ดี การพัฒนาพื้นที่เพื่อการยกระดับการท่องเที่ยว แม้จะสามารถแก้ไขปัญหาสภาพ เศรษฐกิจของประเทศไทยได้เป็นอย่างดี แต่การท่องเที่ยวก็เป็นกิจกรรมที่ต้องใช้ทรัพยากรที่มีอยู่

เพราะฉะนั้น การเลือกนำทุนทางศิลปวัฒนธรรมย่อมทำให้เกิดผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบ ซึ่งจำเป็นต้องพิจารณาอย่างรอบด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งอิทธิพลของการท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพทางสังคมและวัฒนธรรมของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องในการพัฒนาเชิงพื้นที่เชิงสร้างสรรค์เพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวผ่านทุนทางศิลปวัฒนธรรม จึงได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบ กระบวนการ องค์ประกอบ การบริหารจัดการ การดำเนินงาน และปัญหาอุปสรรคในการเสริมสร้างการประกอบการและการท่องเที่ยวผ่านทุนทางศิลปวัฒนธรรม ซึ่งการขับเคลื่อนการดำเนินงานตามกรอบทิศทางยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีดังกล่าว จำเป็นต้องมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560 - 2579) ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 - 2564) และการพัฒนาประเทศภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) **นโยบายและยุทธศาสตร์ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (พ.ศ.2560 - 2564)** เป็นกรอบทิศทางการพัฒนางานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย โดยมีแนวคิดสำคัญ คือ พัฒนาสังคมไทยให้เป็นสังคมที่ตระหนักถึงคุณค่าของงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย คนไทยมีความรู้ความเข้าใจ มีความภูมิใจในงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยของประเทศ และสามารถรักษารากเหง้าของวัฒนธรรมไทยประเทศไทยสามารถเผยแพร่ผลงานด้านศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยไทยไปทั่วโลก และใช้ศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยเป็นสื่อในการสร้างความสัมพันธ์ หรือแก้ไขปัญหาค่าความขัดแย้งระหว่างประเทศ ตลอดจนสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และคุณค่าทางสังคมด้วยทุนทางศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยได้ ซึ่งในการพัฒนาและยกระดับทุนทางศิลปวัฒนธรรมมีนโยบายที่เกี่ยวข้อง คือ ภายใต้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (ฉบับชั่วคราว) พุทธศักราช 2557 และนโยบายรัฐบาล พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา พระราชบัญญัติส่งเสริมศิลปะร่วมสมัย พ.ศ.2551 แผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ (พ.ศ.2550 - 2559) และมติที่ประชุมคณะกรรมการส่งเสริมศิลปะร่วมสมัย ที่ได้กล่าวถึงการพัฒนาและส่งเสริมงานด้านศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย เพื่อพัฒนาสังคมไทยให้เป็นสังคมที่ตระหนักถึงคุณค่าของงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย คนไทยมีความรู้ความเข้าใจและเกิดความภาคภูมิใจในงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยของประเทศ และยังคงรักษาไว้ซึ่งรากเหง้าของวัฒนธรรมไทย นอกจากนี้ ศักยภาพของศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยของไทยในปัจจุบันยังคงมีความสอดคล้องกับนโยบายดังกล่าว สามารถผลักดันให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และคุณค่าทางสังคมด้วยทุนทางวัฒนธรรมร่วมสมัยได้ ผ่านการเผยแพร่ผลงานด้านศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยในภูมิภาคอาเซียนและทั่วโลกสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย ในฐานะหน่วยงานหลักของประเทศที่เป็นผู้นำการพัฒนาองค์ความรู้และส่งเสริมสนับสนุน และเผยแพร่กิจกรรมสร้างสรรค์งานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย และมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาสังคมไทยภายใต้เจตนารมณ์ข้างต้น จึงได้จัดทำนโยบายและยุทธศาสตร์ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยเพื่อเป็นกรอบทิศทางการพัฒนางานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ทางสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยยังได้นำร่างกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 และนโยบายไทยแลนด์ 4.0 มาเป็นกรอบทิศทางการขับเคลื่อนงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยโดยสามารถนำมิติทางวัฒนธรรมเพื่อเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ พร้อมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ และสร้างสินค้านวัตกรรมเพิ่มมูลค่าเพื่อแข่งขันได้ในบริบทการเปลี่ยนแปลงของโลกที่เกิดขึ้นอย่างเป็นพลวัต(กระทรวงวัฒนธรรม, 2564)

2) ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) สอดคล้องกับ วิสัยทัศน์ที่ระบุว่า “เกษตรกรรมมั่นคง ภาคการเกษตรมั่นคง ทรัพยากรการเกษตรยั่งยืน” เกษตรกรรมมั่นคง พัฒนาองค์ความรู้ให้แก่เกษตรกรสู่ความเป็น Smart Farmers เสริมสร้างความภาคภูมิใจและความมั่นคงในการประกอบอาชีพเกษตรกรรม ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการดำรงชีวิต พัฒนาเกษตรกรรายย่อยให้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมส่งเสริมการรวมกลุ่มของเกษตรกร และเชื่อมโยงเครือข่าย สถาบันเกษตรกรสู่ Smart Group และ Smart Enterprise สร้างความเข้มแข็งให้แก่สถาบันเกษตรกรทั้งในด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด และการบริหารจัดการ ต่อมาภาคการเกษตรมั่นคง ส่งเสริมและสนับสนุนภาคการเกษตรในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันโดยขับเคลื่อนการวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรม ตลอดโซ่อุปทานสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร รวมทั้งขยายบทบาทสู่ภาคบริการ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตร มุ่งสู่เกษตร 4.0 ภายใต้ Thailand 4.0 พัฒนาระบบสารสนเทศทางการเกษตรที่ทันสมัย ให้เกษตรกร องค์กรเกษตรกร ภาคเอกชน รวมทั้งภาครัฐ นำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างทั่วถึงส่งเสริมการทำ เกษตรกรรมยั่งยืน อาทิ เกษตรอินทรีย์ เกษตรทฤษฎีใหม่เกษตรผสมผสานสร้างทุนทางปัญญาให้แก่บุคลากรและนักวิจัยภาครัฐให้เป็น Smart Officers และ Smart Researchers ตลอดจนเชื่อมโยงและบูรณาการการทำงานของหน่วยงานทุกภาคส่วนโดยใช้กลไกประชารัฐทรัพยากรการเกษตรยั่งยืน บริหารจัดการทรัพยากรการเกษตรอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ SDGs และส่งเสริมการทำเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รักษาฐานทรัพยากรธรรมชาติ ควบคู่ไปกับการทำการเกษตรบริหารจัดการน้ำครบวงจร เพิ่มพื้นที่ชลประทานให้เต็มศักยภาพส่งเสริมการใช้น้ำทางการเกษตรอย่างคุ้มค่า รวมทั้งการปรับปรุงบำรุงดินให้มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะสำหรับการทำการเกษตร (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2560 - 2579)

3) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) มีเป้าหมายหลักเพื่อให้ได้คนไทยที่มีคุณลักษณะเป็นคนไทยที่สมบูรณ์ มีวินัย มีทัศนคติและพฤติกรรมตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม มีความเป็นพลเมืองตื่นรู้มีความสามารถในการปรับตัวได้อย่างรู้เท่าทันสถานการณ์ มีความรับผิดชอบและทำประโยชน์ต่อส่วนรวมมีสุขภาพกายและใจที่ดี มีความเจริญงอกงามทางจิตวิญญาณ มีวิถีชีวิตที่พอเพียงมีความเป็นไทย ทั้งนี้ศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยมีความเกี่ยวข้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ใน 2 ประเด็นยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้าง

และพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ โดยมีความเกี่ยวข้องกับเป้าหมายตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ได้แก่ เป้าหมายที่ 1 “คนไทยส่วนใหญ่มีทัศนคติและพฤติกรรมตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม” และเป้าหมายที่ 5 “สถาบันทางสังคมมีความเข้มแข็งและมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะสถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนาชุมชน สื่อมวลชนและภาคเอกชน” ซึ่งกระทรวงวัฒนธรรมจะดำเนินการเพื่อสนองเป้าหมายดังกล่าวโดยการปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม อนุรักษ์ และสร้างค่านิยมความเป็นไทยที่ดีงาม การสืบสาน สร้างสรรค์มรดก ศิลปะ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาไทย รวมทั้งการดำเนินการเพื่อประชาชนกลุ่มเป้าหมายนำหลักธรรมทางศาสนา เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต และยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยมีความเกี่ยวข้องกับเป้าหมายตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ได้แก่ เป้าหมายที่ 4 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่า 3 ล้านล้านบาท และอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (The Travel & Tourism Competitive Index : TTCI) โดยศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยสามารถสนองเป้าหมาย ดังกล่าวผ่านการเน้นการสร้างคุณค่าเชิงสังคม และมูลค่าเชิงเศรษฐกิจของศิลปะและวัฒนธรรมในการวางแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย การส่งเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจกระแสใหม่ อาทิ เศรษฐกิจดิจิทัล เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม อันจะนำไปสู่การส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ เสริมสร้างผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันได้ในบริบทการเปลี่ยนแปลงของโลกที่เกิดขึ้นอย่างเป็นพลวัต ศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยสามารถช่วยยกระดับมาตรฐานสินค้าพื้นถิ่นในแต่ละพื้นที่ให้ก้าวไปสู่การเป็นสินค้าวัฒนธรรมเพิ่มมูลค่า ขยายตลาดและสร้างโอกาสทางธุรกิจ นอกจากด้านเศรษฐกิจแล้วศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยยังเป็นศูนย์รวมของวัฒนธรรมที่มีลักษณะของการเติบโตอย่างต่อเนื่องได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ และถือเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมที่มีการเคลื่อนไหวทั้งภายในและภายนอกประเทศผ่านสังคมยุคดิจิทัลศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยจึงต้องสร้างความเข้มแข็งภายในประเทศเพื่อสร้างค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมในการดำเนินชีวิต

4) การพัฒนาประเทศภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 เป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาลที่ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม สร้างความเข้มแข็งจากภายใน เชื่อมเศรษฐกิจไทยสู่โลกด้วยความสมดุลสร้างคนไทยให้เป็น “มนุษย์ที่สมบูรณ์” ทั้งด้านพุทธิศึกษา ศิลปศึกษา พลศึกษาและจริยศึกษา สร้างสังคมไทยเป็น “สังคมที่เกื้อกูลและแบ่งปัน” โดยน้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มาใช้ในการดำเนินชีวิต และผนึกกำลังสานพลังประชารัฐ เน้นการพึ่งพาตนเอง พึ่งพากันเอง และรวมกันเป็นกลุ่มอย่างมีพลัง โดยการเติมเต็มด้วยวิทยาการ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการวิจัยและพัฒนา ต่อยอด ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ 5 กลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย ประกอบด้วย 1) กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารเกษตรและไบโอเทคโนโลยี 2) กลุ่มอุตสาหกรรมเพื่อสุขภาพ 3) กลุ่มอุตสาหกรรมอุปกรณ์อัจฉริยะ และหุ่นยนต์เพื่ออุตสาหกรรม

4) กลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัล ระบบการสื่อสารและเทคโนโลยีสมัยใหม่ และ 5) กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรมและบริการที่มีมูลค่าสูง โดยศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยมีส่วนเกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนสู่ประเทศไทย 4.0 คือ การส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง โดยเริ่มจากสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ 5 F คือ 1) อาหาร (Food) 2) ภาพยนตร์ และวีดิทัศน์ (Film) 3) การออกแบบและแฟชั่น (Fashion) 4) มวยไทย (Fighting) และศิลปะการป้องกันตัวแบบไทย และ 5) เทศกาล ประเพณี (Festival) โดยการดำเนินงาน ดังกล่าวจะต้องมีการบูรณาการและร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ตามแนวนโยบายพลังประชารัฐ เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการ ดังกล่าว ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและลูกค้า เชื่อมโยงความร่วมมือทั้งภายในและภายนอกประเทศ เช่น ประเทศเพื่อนบ้าน กลุ่มสมาชิกอาเซียน ฯลฯ ซึ่งจำเป็นต้องดำเนินการตามกรอบทิศทางการขับเคลื่อนงานวัฒนธรรมตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 - 2564)

ภูมิปัญญาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากมรดกศิลปวัฒนธรรม

ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ในปัจจุบันกลายเป็นต้นทุนบ่งชี้คุณค่าพื้นที่และช่วยกำกับความเป็นลักษณะจำเพาะของชุมชน เมื่อพิจารณาคุณค่าของมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม เพราะถือเป็นรากเหง้าและสิ่งสะท้อนตัวตนของผู้คน เป็นบ่อเกิดความเจริญรุ่งเรือง และหากมองในมิติเชิงมูลค่าทางเศรษฐกิจ นับว่าเป็นทรัพยากรสำคัญที่นำมาต่อยอดเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการได้ (Janpetch, K. & Siriwong, 2017 : 111–121) องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้บัญญัติอนุสัญญาว่าด้วยการสงวนรักษามรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ค.ศ.2003 ขึ้น เพื่อสร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจและข้อตกลงความร่วมมือระดับนานาชาติ ประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นภาคีอนุสัญญาดังกล่าวและได้มีการออกพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม พ.ศ.2559 เพื่อส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ ตลอดจนเพื่อพิทักษ์สิทธิ์อันพึงมีตามอนุสัญญาที่ระบุทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ (Torpanyacharn, 2021 : 1–25) เช่นนั้นแล้ว ในเชิงพื้นที่ประชาชนจึงได้นำภูมิปัญญามรดกศิลปวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ผสมรวมกับการสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรม (innovative products/ make changes in an existing product) เป็นการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์แปลกใหม่ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม พร้อมสร้างจุดเด่นของสินค้าให้แก่ชุมชนโดยผลิตภัณฑ์เหล่านั้น เป็นผลิตภัณฑ์ในพื้นที่และประยุกต์ใช้ทรัพยากรในพื้นที่ในการนำมาสร้างประโยชน์และรายได้ให้แก่ประชาชน ผ่านการมีศูนย์การเรียนรู้ให้ชาวบ้านมีพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและทำงานร่วมกันสร้างผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นกิจการนำเสนอต่อตลาดแล้วทำให้ตลาดมีโอกา

เลือกเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับในยุคปัจจุบันที่ขับเคลื่อนด้วยทุนสมอง สติปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ แทนการแข่งขันด้วยการใช้ความได้เปรียบด้านวัตถุดิบ แรงงาน และความสามารถในการผลิตการสร้างสร้งสรค์ คุณค่า หรือ Value Creation มีความแตกต่างจาก Value Added ซึ่งแนวคิดการสร้างสร้งสรค์คุณค่า (Value Creation) คือ กระบวนการที่ให้ความสำคัญกับผู้บริโภค ด้วยการเพิ่มคุณค่า ซึ่งได้มาจากทุนสร้งสรค์ต่าง ๆ เช่น ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ทรัพยากรธรรมชาติ นวัตกรรม หรือเทคโนโลยี เข้าไปในผลิตภัณฑ์หรือบริการ และทำให้เกิดความนิยมการยอมรับจากผู้บริโภค ทั้งนี้ นวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่จะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ได้รับเพิ่มคุณค่า (Value Added) เข้าไปทำให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าที่เพิ่มขึ้น ผู้บริโภคได้รับสิ่งที่เพิ่มไปจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป

การสร้างมูลค่าเพิ่มบนฐานทุนทางศิลปวัฒนธรรม

การสร้างมูลค่าเพิ่มมีหลากหลายแบบ เช่น การสร้างแนวคิดใหม่ในผลิตภัณฑ์เดิม (repositioned existing product) เป็นการปรับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในแง่ของการใช้งาน โดยไม่ได้เปลี่ยนแปลงคุณสมบัติหลัก ซึ่งบางครั้งเป็นไปตาม ข้อเสนอของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมแต่ปรับเปลี่ยนรูปแบบใหม่ (new form of existing products) ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากการปรับปรุงสูตรที่มีอยู่แล้ว (reformulation of existing products) และผลิตภัณฑ์ใหม่ในบรรจุภัณฑ์ใหม่ (new packaging of existing products) ซึ่งหากแต่ละชุมชน สามารถที่จะเรียนรู้ อบรม ด้านความคิดใหม่ ๆ ได้ภายในชุมชนเองนั้น ให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมจะทำให้เกิดการอบรมอย่างต่อเนื่องด้านความคิดใหม่ ๆ ซึ่งต้องได้รับแรงสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐในแต่ละชุมชน ทั้งนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสร้างมูลค่าเพิ่ม ถือเป็นการพัฒนา ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในหลายรูปแบบ ซึ่งมีวิธีการที่ต่างกันไป ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการเพิ่มคุณค่า ซึ่งการเพิ่มคุณค่าและสร้างมูลค่าเพิ่ม จะเน้นการดำเนินการควบคู่กันไปทั้งในกลุ่มเจ้าของทรัพยากรในพื้นที่ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว และกลุ่มนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ดี ทุนทางวัฒนธรรม นับเป็นอีกหนึ่งในวิธีที่นำมาต่อยอดสินค้าและให้เกิดผลิตภัณฑ์และการบริการทางวัฒนธรรมอย่างมีคุณค่าทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม จึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งแก่กรมศิลปากร เนื่องจากกรมศิลปากรเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ดูแลรักษาและสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมของชาติเป็นภารกิจหลัก ประกอบกับเป็นนโยบายของรัฐบาลด้วยเช่นกัน

โดยกรมศิลปากรกำหนดแนวทางในการส่งเสริมการสร้างผลิตภัณฑ์แก่ชุมชนด้วยการสร้างต้นแบบ และต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่สร้างสร้งสรค์จากมรดกศิลปวัฒนธรรม รวมทั้งการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ขึ้นใหม่อีกหลายเส้นทาง เพื่อรักษาองค์ความรู้ทางศิลปวัฒนธรรมที่กำลังจะสูญหายไปให้คงอยู่ในขณะเดียวกัน ก็ส่งเสริมให้ชุมชนนำองค์ความรู้จากมรดกทางศิลปวัฒนธรรมไปใช้ในการสร้างสร้งสรค์ พัฒนาต่อยอดให้มีคุณภาพหรือศักยภาพตามความเหมาะสมต่อเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน นอกจากนั้น ยังก่อให้เกิด

การสร้างต้นแบบและต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์จากทุนทางมรดกศิลปวัฒนธรรมให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างมีคุณค่าทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ดังมีรายละเอียดการสร้างสรรคต่อยอดผลิตภัณฑ์เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

1. ส่งเสริมการสร้างผลิตภัณฑ์แก่ชุมชน โดยส่งเสริมชุมชนในการสร้างผลิตภัณฑ์อันเป็นมรดกภูมิปัญญาให้ท้องถิ่นเพื่ออนุรักษ์และสืบทอดฝีมือช่างพื้นถิ่นให้คงอยู่ ประกอบด้วยโครงการต่าง ๆ ของสำนักศิลปากรในส่วนภูมิภาคหลายโครงการ อาทิ โครงการศิลปะจากแหล่งโบราณคดีสู่งานผลิตภัณฑ์เครื่องถ้วย โดยกลุ่มโบราณคดี สำนักศิลปากรที่ 7 น่าน ได้นำองค์ความรู้จากลวดลายงานศิลปกรรมต่าง ๆ ในแหล่งโบราณคดี โบราณสถาน โบราณวัตถุ มาสร้างผลิตภัณฑ์เครื่องถ้วย 4 ประเภท คือ เครื่องถ้วยประเภทชุดอาหาร แผ่นกระเบื้องประดับผนังและพื้น ชุดโต๊ะหมู่บูชา และงานศิลปะประยุกต์

2. การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากมรดกศิลปวัฒนธรรม โดยนำมาประยุกต์ใช้ในรูปแบบใหม่ เพื่ออนุรักษ์และสืบทอดมรดกศิลปวัฒนธรรมของชาติให้คงอยู่อย่างมีคุณค่า

3. การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจจากแหล่งมรดกศิลปวัฒนธรรม เป็นการนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่บูรณาการแหล่งวัฒนธรรม มรดกศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเชื่อ ภาษา วรรณกรรม และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องตามเส้นทาง ซึ่งกรมศิลปากรได้กำหนดเส้นทางไว้เป็นเบื้องต้นแล้วกว่า 10 เส้นทาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนสามารถพัฒนาสร้างสรรค์และต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มรายได้แล้ว ยังเป็นการเผยแพร่ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศ เพื่อการอนุรักษ์และฟื้นฟูอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศไทยให้ดำรงอยู่ยั่งยืนต่อไป

ดังนั้น การนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อสร้างประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและสังคมแก่ชุมชนและประชาชนนั้น ต้องเป็นความร่วมมือทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน และคนในพื้นที่ที่มีความสนใจสร้างผลิตภัณฑ์ ให้ร่วมกันคิดร่วมกันทำอย่างจริงจัง ซึ่งศิลปวัฒนธรรม นับเป็นเรื่องราวประวัติศาสตร์ขององค์ประกอบในผลิตภัณฑ์และแหล่งมรดกศิลปวัฒนธรรมจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยความรู้ทางวิชาการ เพื่อนำมาปรับใช้และประยุกต์ให้ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม พร้อมทั้งคงคุณค่าของความดีงามนั้นไว้ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นมีคุณค่าอย่างยั่งยืนและไม่ล้นหายไปตามกาลเวลา

การใช้ทรัพยากรทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม

ทรัพยากรทางปัญญา เป็นหนึ่งในทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งอยู่ในรูปแบบที่สัมผัสไม่ได้เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ไม่ใช้วัตถุ อยู่ในลักษณะของความคิด การปฏิบัติ ความเชื่อ ค่านิยม ขนบธรรมเนียม ประเพณี พิธีกรรม ศิลปะการแสดง ภาษา ดนตรี และ เพลงตำนานพื้นบ้าน การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นเจ้าของและบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้วยการนำทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่าง ๆ มาใช้เป็นทุนด้านการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนสะท้อนถึง

รากฐานทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ที่ได้ถ่ายทอดจากบริบทที่แวดล้อมอยู่ในรูปของความคิดและศิลปะ จริยธรรม กฎหมาย ขนบธรรมเนียม ประเพณี การศึกษา ฯลฯ จนกลายเป็นแบบแผนความคิดและการกระทำของคนในสังคม และมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมของมนุษย์ โดยมีส่วนสำคัญที่ทำให้มนุษย์ภายในสังคมนั้น ๆ มีจุดร่วมเชิงวิถีคิดและการแสดงออกซึ่งเป็นตัวตนที่มีลักษณะเป็นกลุ่มก้อน อันเป็นผลจากการที่มีรากเหง้าทางประวัติศาสตร์ และกระบวนการหลอมรวมที่เชื่อมโยงกัน โดยทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน เป็นทรัพย์สินทางปัญญาเป็นวิถีชีวิตของชาวเมืองน่านที่มีมาตั้งแต่ในอดีต มีคุณค่าต่อการดำรงชีวิตและความต้องการของสังคมใน 3 รูปแบบ คือ ขั้นเป็นรูปเป็นร่าง ขั้นเป็นขั้นเป็นอัน และขั้นเป็นสถาบัน มีรายละเอียด ดังนี้ 1) ทุนทางวัฒนธรรมขั้นเป็นรูปเป็นร่าง หมายถึง การลงทุนลงเวลาในการพัฒนาตนเองด้วยการเรียนรู้จนกลายเป็นนิสัยของคนเมืองน่าน เช่น กิจกรรมการบวชป่า ที่ส่งผลให้ชาวน่านมีบทบาทในการผลักดันให้มี พ.ร.บ.ป่าชุมชนขึ้น 2) ทุนทางวัฒนธรรมขั้นเป็นขั้นเป็นอันหมายถึง ทุนวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุจับต้องได้ สื่อความหมายด้วยสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในจังหวัดน่าน เป็นที่รู้จักในเวลา นี้ เช่น ภาพปูมาน - ย่ามาน ที่ถูกเรียกขานว่า ภาพกระซิบรักบันลือโลก และ 3) ทุนทางวัฒนธรรมขั้นเป็นสถาบัน หมายถึง ความน่าเชื่อถือทางวิชาการและสิ่งที่แสดงออกถึงคุณสมบัติที่สร้างใบรับรองทางความสันติทางวัฒนธรรม ตามธรรมเนียม ตามศรัทธา และตามกฎหมายที่มีอยู่ในจังหวัดน่าน ที่พบเห็นและสามารถกล่าวได้ว่าเป็นทุนทางวัฒนธรรมขั้นเป็นสถาบันของจังหวัดน่าน

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยและมีความสำคัญ โดยตรงต่อการพัฒนาเศรษฐกิจส่งผลให้ความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศดีขึ้น ซึ่งเมื่อทบทวนแล้วนั้น พบว่าสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) รวมถึงแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น จำเป็นจะต้องคำนึงถึงคุณภาพ แหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐานรวมทั้งการสร้างสมดุลของ การพัฒนาทั้งในมิติของพื้นที่ เวลา กิจกรรม รูปแบบ และกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อการสร้างรายได้ และกระจายรายได้สู่ชุมชน และการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคต บนพื้นฐานของการลงทุนพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ ตลอดจนการให้ ความสำคัญกับการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน ซึ่งได้กำหนดวิสัยทัศน์ทางการท่องเที่ยวของประเทศ คือ “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” เพื่อส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนา เศรษฐกิจของประเทศ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดการสร้างงาน

สร้างรายได้ให้กับประชาชน โดยใช้กระบวนการเพิ่มตลาดใหม่และตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อเร่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น และด้วยปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญและสนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วัฒนธรรม ชุมชน รวมทั้งการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น (กรมการท่องเที่ยว, 2560)

ทั้งนี้ การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวจึงต้องเน้นให้ความสำคัญกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวเฉพาะด้านมากขึ้น จากการเปิดตัวโครงการท่องเที่ยววิถีไทย ซึ่งในแนวทางนี้ จังหวัดน่าน นับว่ามีจุดเด่นในการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ยกตัวอย่าง เช่น ประเพณีหกเป็ง ซึ่งเป็นประเพณีนมัสการพระมหาธาตุแช่แห้ง 7 วัน 7 คืน แสดงถึงความเลื่อมใสศรัทธาต่อ พระพุทธศาสนา โดยเฉพาะคนเกิดปีเถาะ ซึ่งเป็นพระธาตุประจำปีเกิด ทำให้นักท่องเที่ยวล้นหลาม สักการะกันอย่างต่อเนื่อง สัมผัสวิถีชีวิตถิ่นภูเพียง ชมศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน การตีกลอง การแข่งขันจุดบอกลไฟดอก และภูมิปัญญาท้องถิ่นต่าง ๆ หรือ วัดพระธาตุแช่แห้ง อําเภอกู่เพียง จังหวัดน่าน พระธาตุแช่แห้ง เป็นปูชนียสถานเก่าแก่คู่บ้านคู่มือนานมานาน สร้างในสมัยพระยาการเมือง ราว 600 ปี ก่อนพระธาตุแช่แห้ง ถือเป็นพระธาตุคู่ราศรีของคนเกิดปีเถาะ ทุกๆปีในวันเพ็ญ เดือน 6 หรือขึ้น 15 ค่ำ เดือน 4 จะมีประเพณีนมัสการองค์พระธาตุฯ ในวัดพระธาตุแช่แห้ง ยังมีวิหารหลวง วิหารพระนอนและบันไดนาค ที่มีคุณค่าแบบสถาปัตยกรรมที่ผสมผสานความคิดความเชื่อทางพุทธปรัชญาไว้อย่างกลมกลืน เป็นต้น

สรุป

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงอนุรักษ์ จำเป็นจะต้องอาศัยการรับรู้คุณค่ามรดกวัฒนธรรมในชุมชนของพื้นที่ เพื่อให้การอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมโดยมีชุมชนเป็นรากฐาน โดยมีการเปลี่ยนผ่านจากการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบมหาชนสู่การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดน่าน (พ.ศ.2561 - 2564) ได้ดำเนินการภายใต้วิสัยทัศน์ “เมืองแห่งความสุข เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ธรรมชาติสมบูรณ์ การเกษตรมั่นคง ชุมชนเข้มแข็ง ท่องเที่ยวยั่งยืน” จากยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยองค์ความรู้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในลักษณะประชารัฐ โครงการยกระดับอุตสาหกรรมเครื่องเงินและผ้าทอน่านสู่นวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ และ ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวให้เจริญเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน จากการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชน ผู้ประกอบการและคนในชุมชน เพื่อให้ได้แนวทางในการวางแผนพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ซึ่งเป็นส่วนสำคัญเพื่อให้น่านเป็นเมืองที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของประชาชนสู่ความสมดุลในทุกมิติ

อย่างบูรณาการและเป็นองค์รวม เพื่อการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชน ต้องมีการจัดการการท่องเที่ยวด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และมีการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 1 การบริหารจัดการการดำเนินงานเสริมสร้างการประกอบการและการท่องเที่ยวผ่านทุนทางศิลปวัฒนธรรมจังหวัดน่าน

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). คู่มือการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2559). ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579). <http://www.oic.go.th>
- กาญจนา แก้วเทพ. (2530). มรดกทางวัฒนธรรมและศาสนา : พลัสสร้างสรรค์ในชุมชนชนบท. กรุงเทพฯ: สภาคทอโลกแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา.
- ชนิดา เสงี่ยมไพศาลสุข. (2550). เศรษฐกิจของทรัพย์สินเชิงสัญลักษณ์. กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.
- ณัฐนรี ศรีทอง. (2551). การเพิ่มศักยภาพภาวการณ์เป็นผู้นำในงานพัฒนาชุมชน. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮาส์.
- เพ็ญประภา ภัทรานุกรม. (2553). การพัฒนาทุนทางสังคมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในชุมชนประสภภัยพิบัติสึนามิ กรณีศึกษาชุมชนในพื้นที่จังหวัดพังงา. *วารสารร่มพญักษ์*, 28(2), 1-34.
- สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม. (2564). นโยบายและยุทธศาสตร์ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (พ.ศ. 2560 – 2564). <https://www.ocac.go.th>
- Janpetch, K. & Siriwong, P. (2017). The Integration of Cultural Capital into a Creative Tourist Attraction through Participatory Process : A Case Study of Ban Chak Ngaew Community, Banglamung District in Chonburi Province. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, 10(1), 111–121.
- Torpanyacharn, K, (2021). A Comparative Study of the Successors Rights of the Promotion and Preservation of Intangible Cultural Heritage Act B.E. 2559 and the Intangible Cultural Heritage Convention 2003. *Naresuan University Law Journal*, 14(1), 1–25.