

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: วิฤตหรือโอกาสของวัดในล้านนา

The Cultural Tourism: Crisis or Opportunity for Temples in Lanna



พระครูปลัดสุวัฒนจริยคุณ (โยธิน ฐานิสฺสโร)

Phrakrupaladsuwatthanacariyakun (Yothin Thānissaro)

วัดศรีโคมคำ จังหวัดพะเยา

Wat Srihomkham, Phayao Province

Corresponding Author, E-mail: pkprsuwattana.mcu@hotmail.com

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อนที่ให้ความเพลิดเพลินทางกายและความสงบทางจิตใจ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังรวมถึงการเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา การทัศนศึกษา การแข่งขันกีฬา การติดต่อธุรกิจและการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง การท่องเที่ยวแบ่งได้ 2 ประเภทหลัก คือ 1) การท่องเที่ยวตามธรรมชาติ 2) การท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจัดเป็นการท่องเที่ยวประเภทที่สอง ซึ่งรวมการท่องเที่ยวภายในวัดเข้าด้วย การกระบวนกรวางแผนและบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 หลักการ คือ 1) การกำหนดมาตรการและนโยบาย 2) กำหนดขอบเขตพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว 3) การดำเนินการวางแผน วางระบบการบริการจัดการตามข้อกำหนดและแนวทางปฏิบัติ 4) การวางระบบการอำนวยความสะดวกในการมาเยือนของนักท่องเที่ยว 5) การดำเนินการตามกลไกบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะเป็นวิฤตหรือโอกาสของวัด โดยเฉพาะวัดในล้านนาหรือไม่นั้น ก็ด้วยการดำเนินการตามกิจกรรมทั้ง 7 ด้าน คือ 1) การศึกษาวิจัยหรือการสร้างความรู้ 2) การประเมินคุณค่าและศักยภาพของทรัพยากรทางโบราณคดี 3) การสงวนและการอนุรักษ์ 4) การดำเนินการกิจกรรมธุรกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรวัฒนธรรม 5) การเผยแพร่องค์ความรู้ ข้อมูล ประสบการณ์ให้แก่คนในชุมชน นอกชุมชนและสาธารณชนทั่วไป 6) การบังคับใช้กฎหมาย ข้อปฏิบัติ ข้อบัญญัติ และ 7) การฟื้นฟู ผลิตซ้ำและสร้างใหม่ หากวัดใน



ล้านนาสามารถปฏิบัติได้ตามกิจกรรมดังกล่าวได้ชื่อว่า เป็นโอกาสในการยกระดับการท่องเที่ยวในวัด แต่หากปฏิบัติไม่ได้ก็จะกลายเป็นวิกฤตทันที

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม; วิกฤตการท่องเที่ยว; โอกาสการท่องเที่ยว

Abstract

Tourism is travel for physical and mental pleasure. It is also for meeting, field trips, sporting event, business dealings, and relative visiting. Tourism is divided into two types: 1) Natural Attractions; 2) Manufactured Attractions. For cultural tourism, it is included in the latter type and also included tourism in temple. The planning and management process of cultural tourism consists of five components as follows: 1) tourist standard and policy; 2) tourist area; 3) implement plan and management; 4) tourist facilities; 5) implementation of tourist policy. Is the cultural tourism crisis or opportunity for Lanna temples? It has to follow the cultural resource management: 1) resource research; 2) resource assessment and evaluation; 3) preservation; 4) resource-based community business; 5) propagation of knowledge, information, and experience for community; 6) enforcement; and 7) resource rehabilitation/revitalization. If temples in Lanna follow these types of management, it is the opportunity to enhance temple tourism. If not, it is the crisis of it instead.

Keywords: Cultural Tourism; Tourism Crisis; Opportunity in Tourism

บทนำ

ปัจจุบันหลายประเทศได้ให้ความสำคัญ แก่การพัฒนาการท่องเที่ยว ตลาดทางการท่องเที่ยวก็เปิดกว้าง มีความหลากหลายทั้งตัวของแหล่งท่องเที่ยวและประเภทของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ประเทศต่าง ๆ จึงได้พยายามแข่งขันกันโดยใช้กลยุทธ์

ต่าง ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศของตนเองให้มากที่สุด

สถานการณ์การท่องเที่ยวโลกพบว่า นักท่องเที่ยวในตลาดโลกยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) จะเห็นว่า

ในปี พ.ศ. 2556 มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศทั่วโลกจำนวน 1,087 ล้านคน เพิ่มขึ้นจาก 1,035 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2555 ร้อยละ 5 โดยนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนจะขยายตัวมากที่สุดและส่งผลกระทบต่อการบินตัวของการท่องเที่ยวโลก สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวไทย ในระยะ 5 ปี ที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 14.0 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2552 เป็น 24.8 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2557 โดยเพิ่มสูงสุดในปี พ.ศ. 2556 มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากถึง 26.5 ล้านคน และสูงสุดเป็นลำดับที่ 7 ของโลก แต่ลดลงในปี พ.ศ. 2557 เนื่องจากประสบกับวิกฤตทางการเมืองและวิกฤตเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศยุโรป โดยตลาดหลักยังคงเป็น 10 ตลาดที่มีส่วนแบ่งการตลาดรวมกันมากกว่าร้อยละ 60 ได้แก่ จีน อินเดีย สหราชอาณาจักร มาเลเซีย ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เยอรมนี เกาหลีใต้และฝรั่งเศส สำหรับในปี 2558 คาดการณ์ว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยว 28.5–29.0 ล้านคน ส่วนรายได้และค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตามจำนวนนักท่องเที่ยว โดยในปี พ.ศ. 2556 มีรายได้ 1.20 ล้านล้านบาท สูงสุดเป็นอันดับ 10 ของโลก และลดลงเหลือ 1.17 ล้านล้านบาท ในปี พ.ศ. 2557

โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 26.35 ต่อปี และคาดว่าในปี พ.ศ. 2558 จะมีรายได้ 1.40 ล้านล้านบาท ซึ่งสอดคล้องกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากค่าใช้จ่าย 36,061 บาท/คน/ครั้ง ในปี พ.ศ. 2552 เพิ่มขึ้นเป็น 47,272 บาท/คน/ครั้ง ในปี พ.ศ. 2557 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558: 5, 8)

จากข้อมูลดังกล่าวเป็นการยืนยันว่าประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวที่ติดอันดับโลกแห่งหนึ่ง เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายที่สามารถสร้างเป็นจุดขายและดึงดูดให้ชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวและพักผ่อนในระยะยาวได้ค่อนข้างสะดวก เนื่องจากค่าครองชีพไม่สูง และประชาชนส่วนใหญ่มีอัธยาศัยดี นับตั้งแต่ปี 2522 เป็นต้นมารัฐบาลได้พัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยบรรจุแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (ระหว่างปี พ.ศ. 2520-2524) ซึ่งนับเป็นครั้งแรกที่มีการบรรจุเรื่องการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และต่อมาการท่องเที่ยวก็ได้รับการบรรจุอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมชาติตลอดมาจนถึงปัจจุบัน

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากรายได้ที่ได้จากการท่องเที่ยวนั้นมีมูลค่าเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมประเภทอื่น ๆ การท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญสาขาหนึ่ง ซึ่งทำรายได้เข้าประเทศเป็นมูลค่ามหาศาลติดต่อกันมาเป็นเวลานานหลายปี และมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย นอกจากนี้ ยังส่งผลให้ธุรกิจการผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องขยายตัว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมและเกสต์เฮาส์ ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม การผลิตและค้าขายของที่ระลึก บริการรถเช่า สถานที่จอดรถ เป็นต้น

กระนั้นการท่องเที่ยวก็มีทั้งผลดีและผลเสีย ถ้าหากขาดการจัดการที่ถูกต้อง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มักจะอยู่ภายในวัด

บทความนี้ต้องการชี้ให้เห็นการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะที่ตั้งอยู่ในวัด ว่าควรมีการจัดการที่ดี เพื่อเตรียมความพร้อมในการที่เข้าสู่ประชาคมอาเซียน และเพื่อเตรียมการป้องกันผลกระทบที่จะเกิดจากการท่องเที่ยวอีกด้วย

เนื้อเรื่อง

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายกว้างขวาง มิได้หมายถึงเฉพาะการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิง เริงรมย์ดังที่ส่วนมากเข้าใจ การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อการศึกษาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องก็นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2533)

จากความเจริญเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวที่มีอัตราเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ จนกลายเป็นอุตสาหกรรมหลักที่ทำให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว ทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวแบ่งได้ 2 ประเภทหลัก คือ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ (Natural Attractions) และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Manufactured Attractions) (ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2543: 29) รายละเอียดมี ดังนี้

1. แหล่งหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติมีลักษณะเด่น แปลก สวยงาม มีคุณค่า

ต่อการเข้าไปพักผ่อนหย่อนใจหรือแสวงหาความรู้ (สมพร อิศวิลานนท์, 2538: 3-4)

2. แหล่งหรือทรัพยากรท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้มนุษย์สร้างขึ้นด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน เช่น เพื่อการพักผ่อน การรักษาสุขภาพ ศาสนสถาน ระลึกถึงเหตุการณ์ในประวัติศาสตร์ หรือด้านศิลปวัฒนธรรมอื่น ๆ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างแบ่งได้เป็น 2 อย่าง คือ 1) แหล่งท่องเที่ยวทางด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ซึ่งเป็นแบบอย่างการดำรงชีวิตของชุมชนนั้น ๆ เช่น ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ พิธีกรรมต่าง ๆ ที่เกิดจากความเชื่อของบุคคลในชุมชน 2) แหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถานและศาสนสถานเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงถึงประวัติความเป็นมาในอดีต หรือเพื่อระลึกถึงเหตุการณ์ในอดีตของสังคมมนุษย์ในสมัยนั้น ๆ ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ ได้แก่ เมืองโบราณ เจดีย์ วัด สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ ฯลฯ

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ปัจจุบันได้มีแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งการ

ท่องเที่ยวภายในวัดก็จัดอยู่ในการท่องเที่ยวประเภทนี้ด้วย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวที่มุ่งความสนใจพิเศษ โดยเฉพาะในเรื่องของการศึกษาและการเข้าร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนอื่น ๆ ได้แก่ ศิลปวัฒนธรรม การชื่นชมในสุนทรียภาพของโบราณวัตถุสถาน คุณค่าทางวิทยาการและการศึกษา การเสริมสร้างมิตรภาพระหว่างผู้คน การเดินทางท่องเที่ยวเป็นโอกาสที่จะได้ทราบถึงวิถีชีวิตของชุมชนในแต่ละท้องถิ่นที่แตกต่างกัน ได้ไปมาหาสู่หรือคบค้าสมาคมและได้แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นและประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งจะยังผลให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีของแต่ละสังคมเกิดความเข้าใจอันดีระหว่างผู้คนต่างภูมิภาคหรือต่างท้องถิ่น เป็นการลดช่องว่างระหว่างชาวเมืองกับชาวชนบท นอกจากนี้ ในระดับการท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็จะเป็น การเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างผู้คนต่างชาติ ต่างภาษา หรือต่างศาสนา ต่างวัฒนธรรม กระตุ้นให้เกิดความสนใจในความสวยงาม และคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อคุณภาพชีวิต ทำให้ทั้งนักท่องเที่ยวและเจ้าของท้องถิ่นหันมาสนใจที่จะบำรุงรักษาวัฒนธรรมประเพณี และ

ปรับปรุงสภาพแวดล้อมของทั้ง
ธรรมชาติและศิลปกรรมให้ดีขึ้น
(ชัชวาลย์ ธรรมสอน และคณะ, 2548:
21)

การจัดการการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมี
รูปแบบการจัดการแตกต่างกับการ
ท่องเที่ยวประเภทอื่น เพราะมี
ความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตและความเชื่อ
ซึ่งมีกระบวนการวางแผนและบริหาร
จัดการที่ประกอบด้วยองค์ประกอบเชิง
หลักการ ดังต่อไปนี้

1. การกำหนดมาตรการและ
นโยบายเพื่อการวางแผนและการ
บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม

2. กำหนดขอบเขตพื้นที่แหล่ง
ท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งแวดล้อมทาง
กายภาพ และสิ่งแวดล้อมทาง
วัฒนธรรมโดยให้ความสำคัญของการ
อนุรักษ์ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึง
และขณะเดียวกันควรมีการกำหนด
เกณฑ์การธำรงรักษาอย่างมีความ
สมดุลระหว่างชุมชนท้องถิ่นและ
นักท่องเที่ยว

3. ดำเนินการวางแผน วาง
ระบบการบริการจัดการตามข้อกำหนด
และแนวทางปฏิบัติ และเทคนิควิธีการ

ที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
ทางวัฒนธรรม

4. วางระบบการอำนวยความสะดวก
สะดวกในการมาเยือนของนักท่องเที่ยว
ได้แก่ อาคารสถานที่ทางวัฒนธรรม
การแสดงกิจกรรมทางศิลปวัฒนธรรม
ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก
และเส้นทางเชื่อมโยงแต่ละกลุ่ม
กิจกรรมท่องเที่ยว

5. ดำเนินการตามกลไก
บริหารจัดการ โดยควบคุมแต่ละกลุ่ม
กิจกรรมท่องเที่ยวให้เกิดความต่อเนื่อง
โดยเฉพาะการบริหารจัดการที่บ่งชี้การ
ธำรงรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม
ของชุมชนท้องถิ่นให้มีความต่อเนื่อง
โดยการสร้างกระบวนการแลกเปลี่ยนการ
เรียนรู้ เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นและ
นักท่องเที่ยวมีความตระหนักรู้ใน
คุณค่าความงดงามของวัฒนธรรม
(มาฆะ ชิตตะสังคะ และคณะ, 2553:
39)

ดังที่กล่าวมา จะเห็นว่า วัด
เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ประเภทหนึ่ง ปัจจุบันนักท่องเที่ยวได้
สนใจเดินทางไปท่องเที่ยวตามวัด
สำคัญต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก ดังนั้น
วัดจึงมีความจำเป็นที่จัดการด้านการ
ท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวให้
มีความเหมาะสม ไม่ให้กระทบกับ
ทรัพยากรภายในวัด โดยเฉพาะวัดใน
ล้านนาที่มีโบราณสถาน โบราณวัตถุ ที่

เป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรม เป็นมรดกของชุมชนและเป็นมรดกของชาติ
วัด ต้องให้ ความ สน ใจ
กระบวนการวางแผนและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้ง 5 ข้อดังกล่าวมา อาจมีความเห็นว่ามีข้อหนึ่งที่หลักของวัด ถึงกระนั้นวัดก็ไม่สามารถปฏิเสธหรือห้ามไม่ให้คนเข้าวัดได้ จะเห็นว่า หลายวัดที่ไม่ได้บริหารจัดการที่ดี ในที่สุดโบราณสถานโบราณวัตถุก็ถูกทำลาย สูญหายหรือทรุดโทรมและหมดคุณค่าไปในที่สุดวัดใหญ่ ๆ หลายวัดได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว บางวัดแทบจะหมดสภาพความเป็นวัด หมดความสงบร่มรื่นหรือการปฏิบัติธรรม กลายเป็นสถานที่คนพลุกพล่านเหมือนเข้าไปในตลาด มีแต่ร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกให้แก่นักท่องเที่ยว บางวัดไม่มีการจัดระบบร้านค้า การตั้งร้านค้าไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย นำไปสู่ปัญหาสิ่งแวดล้อมและทำลายบรรยากาศทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ภายในวัด

น อ ก จ า ก นี ้ ร ะ บ บ
สาธารณูปโภคถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่วัดต้องเตรียมความพร้อม ซึ่งภาครัฐอาจต้องกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวภายในวัดให้พร้อม บางครั้งทางจังหวัดรวมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

อย่างใหญ่โต แต่ไม่ได้มองดูความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดวาอาราม จะเห็นว่า การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมาส่วนใหญ่จะกำหนดโดยหน่วยงานของรัฐ โดยขาดการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะในระดับล่าง ยุทธศาสตร์ส่วนใหญ่จะมุ่งถึงแต่ตัวเลขนักท่องเที่ยวและรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว ซึ่งจะเน้นในรูปแบบของการแข่งขันและการพัฒนา แต่ยังขาดยุทธศาสตร์ด้านการป้องกันและยังไม่คำนึงถึงผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวในด้านอื่น ๆ เท่าที่ควร ดังปรากฏเสียงสะท้อนจากผู้เข้าร่วมสัมมนา ที่สถาบันวิจัยสังคมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เรื่อง “เวทีผู้ถูกท่องเที่ยว” ที่ได้กล่าวแสดงความคิดเห็นฝากไปยังการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่า

“เหมือนกับลักษณะของวงดนตรี ดนตรีมาจากคนละที่ คนไหนอยากตีก็ตีไป คนไหนอยากหยุดก็หยุด คนไหนอยากร้องก็ร้อง สิ่งหนึ่งที่อยากจะทำให้เห็นในที่นี้ ก็คือว่า ฝากทุกท่านที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการท่องเที่ยว รวมทั้ง ททท. ด้วยว่าบางทีเราทำอะไรลงไปหนึ่งอย่าง เราจะต้องรู้ว่า ผลกระทบที่จะตามมานั้นมีอะไรบ้าง การที่เราเชิญแขกมาบ้าน 5

คนหรือ 10 คน โดยที่เรายังไม่มีห้องน้ำ ห้องนอนเพียงพอ แต่เราก็เชิญแขก มาแล้ว เราคงจะต้องคิดว่า ต้องมีอะไร เป็นสิ่งสำคัญและมาก่อน จะต้องมี ห้องน้ำและห้องนอนให้เรียบร้อยก่อน แล้วจึงเชิญแขกเข้ามา หรือจะให้แขก เข้ามาแล้วค่อยแก้ปัญหาละเฉพาะหน้า เอา อยากฝากทุกคนว่า ถ้าบ้านของท่านรู้ว่า แขกเข้ามาแล้วจะเกิดปัญหา ทำไมเราไม่แก้ปัญหาดรตรงนั้นให้เสร็จ ก่อนแล้วจึงเชิญแขกเข้ามา เพราะทุกวันนี้พื้พญาได้รับความเสียหายแล้ว ภูเก็ตกก็ได้รับผลกระทบแล้ว ใน ขณะเดียวกันเกาะสมุยก็เกิดขึ้นแล้ว ด้วย มีคำถามหนึ่งที่อยากจะถามทาง ผู้แทนจาก ททท. คือ ที่บอกว่ามีการ วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้กับ จังหวัดภูเก็ตเอาไว้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 นั้น เคยมีผู้เปรียบและตั้งคำถามว่า ‘ก่อนที่จะคุณจะมาเขียนคิ้ว ทาปากให้ลูก สาวของผมนั้น คุณถามผมและลูกสาว ผมแล้วหรือยังว่า ต้องการหรือเปล่า’ (สถาบันวิจัยสังคม, 2538: 33)

จากเสียงสะท้อนของผู้เข้าร่วม สัมมนา จะเห็นชัดถึงการพัฒนาที่ถูก กำหนดจากส่วนบนเพียงด้านเดียว ซึ่ง ผลสุดท้ายก็ส่งผลกระทบต่อแหล่ง ท่องเที่ยว โดยเฉพาะวัดซึ่งไม่ค่อยมี ความพร้อมด้านบุคลากรที่มีความรู้ ด้านการท่องเที่ยว จึงไม่ได้มีการ วางแผนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เข้า

มาในวัด ไม่มีการเตรียมความพร้อม ด้านสาธารณูปโภค เช่น ห้องน้ำห้อง สุขา ที่จุดพักหรือป้ายแนะนำสถานที่ บางวัดก็สกปรกรกรุงรัง ไม่มีความเป็น ระเบียบเรียบร้อย จึงทำให้ถูกตำหนิ จากนักท่องเที่ยว

ดังนั้น วัดควรมีการศึกษาถึง ปัญหาที่มาพร้อมกับการท่องเที่ยว เพื่อ เป็นการเตรียมความพร้อมในการ รองรับนักท่องเที่ยวที่จะมาพร้อมกับการเปิดประตูสู่อาเซียน เพื่อไม่ให้วัด ได้รับผลกระทบด้านลบจากการ ท่องเที่ยว โดยเฉพาะวัดในล้านนา ซึ่ง ปัจจุบันพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวได้ เพิ่มขึ้นขึ้นตลอด ทั้งนักท่องเที่ยวชาว ไทยและชาวต่างประเทศ วัดจึงมีความ จำเป็นที่จะต้องจัดการการท่องเที่ยวให้ เหมาะสม โดยเฉพาะทรัพยากรทาง วัฒนธรรมภายในวัด

วิกฤตหรือโอกาสของวัดใน ล้านนา

เมื่อพิจารณาโดยถ้อยถ้วนแล้ว จะเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นำวิกฤตและโอกาสพร้อม ๆ กัน กล่าวคือ เมื่อมองด้านโอกาสจะเห็นได้ ว่า วัดจะได้รับโอกาสจากการท่องเที่ยว หลาย ๆ อย่าง เช่น

1. สามารถใช้โอกาสในการ เผยแพร่หลักคำสอนทางพุทธศาสนา ผ่านกิจกรรม พิธีกรรมและสื่อต่าง ๆ

เช่น ป้ายภาชิตคำคม ป้ายพุทธภาชิตตามต้นไม้ภายในวัดที่เรียกกันว่า ต้นไม้พูดได้ หรือกิจกรรมทางศาสนา เช่น การตักบาตร การเวียนเทียนหรือประเพณีสำคัญของวัด

2. ถือโอกาสปรับปรุงพัฒนาวัด จัดระเบียบ สร้างสาธารณูปโภค ซึ่งได้ประโยชน์กับทั้งผู้ที่มาทำบุญภายในวัดและแก่นักท่องเที่ยว

3. ใช้โอกาสในการวางระบบรักษาความปลอดภัยภายในวัดเพื่อรักษาโบราณสถานของวัด ให้มีความปลอดภัยและมีอายุยืนยาว

4. พัฒนาบุคลากรของวัดเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและผู้ที่จะเข้ามาทำบุญ

5. ถือโอกาสในการสร้างความเข้าใจและสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างวัดกับชุมชน

ในแง่ของวิกฤต ผลกระทบที่มากับการท่องเที่ยว ทางวัดต้องเร่งหาทางป้องกันเพื่อให้วัดได้รับผลกระทบน้อยที่สุด เช่น

1. โบราณสถานได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว เช่น การแตกหัก จากการจับต้องของนักท่องเที่ยว

2. โบราณวัตถุสูญหายจากการลักขโมย

3. ความเข้าใจผิดเกี่ยวกับความเชื่อ อันจะนำไปสู่ความขัดแย้งระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน

4. ความขัดแย้งเรื่องผลประโยชน์ การเช่าที่ การจำหน่ายของที่ระลึก

5. ระบบนิเวศน์ภายในวัดได้รับผลกระทบจากนักท่องเที่ยว เช่น ปัญหามลภาวะ ธรรมชาติถูกทำลาย

6. ปัญหาความไม่สงบ ทำให้บรรยากาศภายในวัดเปลี่ยนไป

ในอนาคตการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนจะมีสูงขึ้น มีการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และไทยก็จะมีคู่แข่งด้านการท่องเที่ยวมากกว่าเดิม ดังนั้น เพื่อเป็นการรองรับนักท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมไปถึงวัดจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อเตรียมความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนและเพื่อเป็นการเตรียมการป้องกันให้วัดได้รับผลกระทบน้อยที่สุด

การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม

อย่างไรก็ตาม หากวัดมีกระบวนการวางแผนและบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้วยองค์ประกอบเชิงหลักการทั้ง 5 แล้ว เชื่อว่า จะได้รับโอกาสจากการท่องเที่ยวมากกว่าการ

เสียโอกาส นอกจากนี้ วัดควรบริหารจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม อันหมายถึง กระบวนการหรือชุดของการกระทำใด ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับทรัพยากรทางวัฒนธรรมในอดีตของชุมชน ซึ่งเรียกว่า มรดก (Heritages) ให้เป็นไปตามกิจกรรมดังต่อไปนี้ ก็จะพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส หรือถ้าเป็นโอกาสแล้วก็จะพัฒนาการท่องเที่ยวให้รุดหน้าขึ้นไปเรื่อย ๆ กิจกรรมทั้ง 7 มีดังนี้

1. การศึกษาวิจัยหรือการสร้างความรู้
2. การประเมินคุณค่าและศักยภาพของทรัพยากรทางโบราณคดี
3. การสงวนและการอนุรักษ์
4. การดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรวัฒนธรรม
5. การเผยแพร่องค์ความรู้ ข้อมูล ประสบการณ์ให้แก่คนอื่น ๆ ในชุมชน นอกชุมชนและสาธารณชนทั่วไป
6. การบังคับใช้กฎหมาย ข้อปฏิบัติ ข้อบัญญัติ
7. การฟื้นฟู ผลิตซ้ำและสร้างใหม่ (สายนต์ ไพรัชญาจิตร,

2548: 63 – 66) หากวัดในล้านนาสามารถดำเนินตามกิจกรรมดังกล่าวนี้ ก็จะเป็นการยกระดับการท่องเที่ยวภายในวัดให้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจและทำบุญสำหรับนักท่องเที่ยวได้อย่างครบถ้วน แต่หากดำเนินตามไม่ได้ ก็อาจเป็นวิกฤตในการทำลายบรรยากาศและศรัทธาที่มีต่อวัดได้เช่นกัน

สรุป

จากที่กล่าวมา จึงพอสรุปได้ว่าการบริหารจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม มีความสำคัญมากต่อการพัฒนาเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งมีแนวโน้มว่าการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวจะมีสูงขึ้น รวมถึงจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นด้วย ดังนั้น วัดต้องศึกษาทั้งวิกฤตและโอกาสที่จะมาพร้อมกับการท่องเที่ยว ซึ่งกระบวนการการจัดการทรัพยากรทั้ง 7 ข้อที่กล่าวมาอาจจะเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการเตรียมความพร้อมและป้องกันวัด จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558–2560*. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2533). ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยว.

ใน *การท่องเที่ยวหน่วยศึกษานิเทศ กรมการฝึกหัดครู*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์การศาสนา.

ซัชวาลย์ ธรรมสอน และคณะ. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวทางศิลปะและวัฒนธรรม ชุมชนเชียงทอง อำเภอเมืองตาก จังหวัดตาก*. กำแพงเพชร: สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา.

ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2543). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*, พิมพ์ครั้งที่ 2. เชียงใหม่: โรงพิมพ์ลานนาการพิมพ์.

มาฆะ ขิตตะสังคะ และคณะ. (2553). *การศึกษาการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน กรณีศึกษา จังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ และแม่ฮ่องสอน*. วิทยาลัยนานาชาติภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

สถาบันวิจัยสังคม. (2538). *เวทีผู้ถูกท่องเที่ยว*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สมพร อิศวิลานนท์. (2538). *เศรษฐศาสตร์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมหลักและทฤษฎี*. กรุงเทพมหานคร: โครงการวิจัยการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สายันต์ ไพเราะญจิตร. (2548). *กระบวนการโบราณคดีชุมชน: การวิจัยเชิงปฏิบัติการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างความสามารถของชุมชนท้องถิ่น ในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมใน จังหวัดน่าน*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.