



ขอบคุณภาพจาก <https://goo.gl/PmWpvb>

กระบวนการสร้าง “เมืองน่าน” เพื่อเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงการท่องเที่ยว

The commodification process of cultural tourism in Nan District

อรัทัย ศรีศิลป์¹

Orathai Srisilp

E-mail: aay_orathai@hotmail.com

วศิน ปัญญาวัชรกุล²

Wasin Panyavuttrakul

¹ Doctoral degree candidate in Southeast Asian Studies at the Faculty of Science, Naresuan University.

² Assistant Professor Doctor. Faculty of Social Science, Naresuan University

บทคัดย่อ

บทความนี้ได้ศึกษาเรื่อง กระบวนการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมจากทุนทางสังคม และวัฒนธรรมโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของเมืองน่าน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการทำให้ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของเมืองน่านกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว 2) ศึกษาการปรับตัวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากนโยบายการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมของภาครัฐเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองน่านรวมทั้งผลกระทบที่เกิดขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวคิดทุนทางสังคมและวัฒนธรรมและแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มาช่วยอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นและใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลัก มีขอบเขตของกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ หน่วยงานภาครัฐ องค์การภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักท่องเที่ยว ส่วนขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษาคือ พื้นที่เมืองเก่าน่าน ซึ่งประกอบด้วย พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติน่านและวัดภูมินทร์ ผลการศึกษาการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมจากนโยบายของภาครัฐนั้น พบว่าเกิดจากกระบวนการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมที่เริ่มต้นจากการสร้างกระแส การนำเสนออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม การสร้างคุณค่าและความหมาย รูปแบบและวิธีการนำเสนอสินค้าทางวัฒนธรรม การปรับตัวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งส่งผลให้ทุนทางวัฒนธรรมเกิดความหมายใหม่ในฐานะการเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม

คำสำคัญ: กระบวนการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม, สินค้าทางวัฒนธรรม

Abstract

The objective of this article is to study the process of cultural commodification of Nan's Muang district for which the cultural identities and cultural capitals of the town are commoditized for the purpose of tourism by relevant stakeholders. The study is aimed to ;1) understand how social and cultural capitals of Muang Nan District are converted to cultural goods for tourism industry2) to study the adaptation process of stakeholders in response to the government's cultural commodification policy, and to understand its subsequent impacts on those stakeholders in Muang Nan district. Theoretical frameworks used for this qualitative study were cultural tourism, social and cultural capitals and creative tourism. Sampled populations were governmental agencies, private sectors, local communities in Muang Nan district and tourists who visited the area. The studied area was Nan's old town which

encompasses places of interest such as the National Museum of Nan and Phumin Temple. The study revealed that state's tourism promotion policies were instrumental to the commodification process which initiated by trend building, sourcing cultural identities, meaning creations, product presentations, and adaptations of relevant stakeholders. As a result, the meaning of cultural capitals has been modified through the process of reproductions which resulted in valuable commercial gains.

Keywords: Commodification, Culture Product

บทนำ

ตลอดระยะเวลาในอดีตที่ผ่านมา การท่องเที่ยวของเมืองน่านนั้นถูกนำเสนอในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มาโดยตลอด เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ รวมทั้งการที่พื้นที่เมืองน่านมีการมีเส้นทางการคมนาคม ที่ยากลำบากและมีสถานการณ์การสู้รบกันตามแนวชายแดนของจังหวัดจากความขัดแย้งทางอุดมการณ์ทางการเมืองในช่วง ปี ค.ศ.1965-1983 ซึ่งได้ส่งผลให้การท่องเที่ยวของเมืองน่านนั้นแทบจะไม่ได้ได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวเลย

หลังจากที่สถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองได้เริ่มสงบลง เมืองน่านจึงค่อยๆ เปิดพื้นที่การท่องเที่ยวขึ้นโดยเลือกการนำเสนอให้เป็นพื้นที่แห่งวัฒนธรรม แต่ก็ยังพบว่าเมืองน่านยังไม่ได้ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเช่นเดิม

จนกระทั่งในปี ค.ศ. 2005 เมื่อพื้นที่ใจเมืองน่านได้รับการประกาศให้เป็นพื้นที่อนุรักษ์และพัฒนาเมืองบริเวณเมืองเก่า (Nan's Cultural Office, 2011, 269) จากความโดดเด่นของสถาปัตยกรรม ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจึงได้เริ่มให้ความสนใจมาเยี่ยมชมพื้นที่เมืองเก่ามากขึ้น ซึ่งลักษณะหรือรูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ มีความสอดคล้องกับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงมรดกทางวัฒนธรรม (Culture Heritage Tourism) หรือการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) ตามที่ บุญยสฤษฎ์ อเนกสุข (2015) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นการเที่ยวชมแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมและพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นโบราณสถาน (Anekasuk, 2015, 19) และ McKercher (2002) ยังได้อธิบายถึงการกำหนดความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า มักจะเป็นการชี้เฉพาะไปถึงกิจกรรมหลักและองค์ประกอบร่วมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นๆ เป็นสำคัญ (McKercher, 2002, 3-9)

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของเมืองน่านหลายฝ่าย ได้เริ่มเข้ามาจัดกระทำต่อทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเก่าน่าน โดยสังเกตได้จากการใช้คำขวัญสำหรับการท่องเที่ยวว่า “น่าน เมืองเก่ามีชีวิต” พร้อมกันนั้น ได้นำภาพจิตรกรรมฝาผนัง วัดภูมินทร์ที่เรียกว่า “ภาพปูมาน-ยาม่าน กระซิบรัก” มาเป็นสัญลักษณ์ของการท่องเที่ยว (Nan’s Cultural Office, 2011, 271) จนส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวของเมืองน่านเพิ่มขึ้นมากกว่าในครั้งอดีตที่ผ่านมาเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในปี ค.ศ.2012 พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดมากกว่าปีที่ผ่านมาถึงเกือบหนึ่งเท่าตัว ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ ได้สะท้อนให้เห็นถึงการจัดกระทำของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อทำให้ทุนทางวัฒนธรรมกลายเป็น “สินค้าทางวัฒนธรรม” เชิงการท่องเที่ยว

ผลสัมฤทธิ์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เกิดขึ้น อันเนื่องมาจากการผลิต “สินค้าทางวัฒนธรรม” ในพื้นที่เมืองเก่าน่านแห่งนี้ ได้กลายเป็นจุดเริ่มต้นของความสนใจของผู้วิจัยว่า หากเราต้องการจะผลิตสินค้าจากทุนทางวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยวจะมีกระบวนการผลิตอย่างไร และมีการป้องกันหรือลดผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ได้อย่างไรบ้าง โดยใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแนวคิดทุนทางสังคม และวัฒนธรรมแนวคิดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม แนวคิดการโยกย้ายอดีต แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มาช่วยนำทางการศึกษา โดยมีความคาดหวังว่า ผลจากการศึกษาที่ได้นี้จะสามารถอธิบายกระบวนการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่การท่องเที่ยวเมืองน่านและนำมาซึ่งต้นแบบหรือตัวแบบการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม จากการใช้อัตลักษณ์ของทุนทางวัฒนธรรม เพื่อนำเสนอต่อผู้ที่เกี่ยวข้องของเมืองน่านหรือในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการทำให้ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของเมืองน่านกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาการปรับตัวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากนโยบายการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมของภาครัฐเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองน่านรวมทั้งผลกระทบที่เกิดขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตพื้นที่ในการศึกษาคือ “วัดภูมินทร์ และ “พิพิธภัณฑ” ตั้งอยู่ในพื้นที่ของเมืองเก่าน่านหรือบริเวณ “ใจเมืองน่าน” (Heart of the city) ตำบลในเวียง อำเภอเมืองน่าน

ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นของอัตลักษณ์ ทางวัฒนธรรมด้านภูมิสถาปัตยกรรม จึงเป็นตัวแทนของสินค้าทางวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวเชิงมรดกทางวัฒนธรรมของเมืองน่าน

ผู้วิจัยได้เริ่มต้นการศึกษาด้วยการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แล้วดำเนินการเก็บข้อมูลภาคสนามด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) แบบเป็นทางการ (Formal Interview) กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน และการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) กับนักท่องเที่ยว จนได้ข้อมูลที่อัมตร่วมกับการสนทนากลุ่มย่อย (Focus group discussion) ร่วมกับการใช้กระบวนการถอดบทเรียน (AAR : After Action Review) ในกลุ่มผู้อาศัยอยู่ในชุมชนแหล่งท่องเที่ยว

ผลการวิจัย

1. วัดภูมินทร์

ในความโดดเด่นด้านสถาปัตยกรรมอันเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของ “วัดภูมินทร์” นั้น Buahapakdee (2003) เคยได้นำมาเสนอในวารสารการท่องเที่ยวและอนุรักษ์ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม (อสท.) ฉบับหนึ่งว่า

“...พระพุทธรูปประธานของวัดภูมินทร์ เป็นพระพุทธรูปที่ไม่เหมือนที่อื่นๆ เลยในประเทศไทย คือเป็น พระพุทธรูปนั่งสมาธิสื่อองค์หลังชนกันเป็นจักรมุข นับเป็นสิ่งหนึ่งที่ไม่เหมือนใครของเมืองน่าน...”

(Buahapakdee, 2003, 20-23)

นอกจากนี้ ภายใน “วัดภูมินทร์” ยังมีภาพจิตรกรรมฝาผนังทั่วทั้งพระวิหาร แต่พบว่า มีภาพวาดภาพหนึ่งมีชื่อเรียกว่า ภาพ “ปู่มาน ย่ามาน” ซึ่งได้รับการยกย่องว่าเป็นภาพวาดที่งดงามเยี่ยมของ “วัดภูมินทร์” (Nan Provincial Administrative Office and Nan’s Cultural Office, 2009, 250-253) และเป็นภาพที่อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

กระบวนการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมที่ “วัดภูมินทร์”

1. การสร้างกระแสและจุดเริ่มต้นของการเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา “วัดภูมินทร์” ถูกกำหนดให้มีบทบาทเป็นเพียงพุทธสถานดังเช่นวัดอื่นๆ โดยทั่วไป จนกระทั่งมีกระแสการท่องเที่ยวเกิดขึ้น “วัดภูมินทร์” จึงต้องมีบทบาทเพิ่มขึ้นจากเดิมด้วยการเป็น “สินค้าทางวัฒนธรรม” ของเมืองน่าน และพบว่า

นักท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจมาเยี่ยมชมวัดภูมินทร์ รวมทั้งภาพ “ปุม่าน-ย่าม่าน” เป็นอย่างมาก ซึ่งนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในครั้งนั้น ได้มีจุดเริ่มต้นจากกิจกรรมการจัดงาน “100 ภาพผืนบันทึกลับแผ่นดิน” ดังเช่น ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ คุณปรภากร³ ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวรายหนึ่ง ที่ได้กล่าวว่า

“...ดีไปเสียอย่างก้าวกระโดดคือ ปีห้าสี่ หลังจากที่ตั้งจัดงานสทภาพที่น่าน โดยท่านผู้ว่าวิริยวิทย์ ภาพปีห้าสี่ที่นำเสนอ...งานร้อยภาพผืน งานนั้นนะเป็นงานที่ใหญ่ที่สุดและประทับใจที่สุด จังหวัดน่านทุ่มงบลงไปเยอะมาก ประทับใจในกลุ่มสทภาพ⁴ สทไฟได้ยูเนียน...”

(...ที่เปลี่ยนอย่างก้าวกระโดดคือ ปีห้าสี่ หลังจากที่ตั้งจัดงานสทภาพที่น่าน โดยท่านผู้ว่าวิริยวิทย์ ภาพปีห้าสี่ที่นำเสนอ...งานร้อยภาพผืน งานนั้นนะเป็นงานที่ใหญ่ที่สุดและประทับใจที่สุด จังหวัดน่านทุ่มงบลงไป เยอะมาก ประทับใจในกลุ่มสทภาพสทไฟได้ยูเนียน...)

ส่วนขั้นตอนการค้นหาลักษณะของทุนทางวัฒนธรรม จนกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมนั้นพบว่า เกิดจากบทบาทของผู้ที่เป็นทั้ง “คนใน” และ “คนนอก” เมื่อน่าน โดยมีคุณสมบัติที่สำคัญคือ การเป็นผู้มีความรู้ที่มาช่วยค้นหาและชี้แนะ จนกระทั่งสามารถทำให้ “วัดภูมินทร์” และภาพ “ปุม่าน-ย่าม่าน” กลายเป็นอัตลักษณ์และเป็นภาพแทนของเมื่อน่านได้

2. การนำเสนออัตลักษณ์ของสินค้าทางวัฒนธรรม “วัดภูมินทร์” และภาพ “ปุม่าน-ย่าม่าน”

การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้น นอกจากจะเป็นหน้าที่หลักของภาครัฐแล้ว ยังพบว่า มีภาคเอกชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่น ได้เข้ามามีส่วนช่วยนำเสนอสินค้าทางวัฒนธรรม เพื่อให้มีสัญญาณเป็นเสมือนภาพแทนของเมื่อน่าน จนทำให้ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ดังเช่นที่คุณอภิญา⁶ ได้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...คุณบัณฑิต อายุครบ 60 นั้นน้อ เป็นปัดถนแล้วจ้างศิลปินอย่างคุณ ธนิต คุณคาราบาว คุณปาน ธนพร มาร้องเพลง บางเพลงเป็นของป้าอ๊อด ทศนาวลัย แต่เอามาร้องใหม่ท้อมันโดนใจวัยรุ่นน เป็นมอดด้าน กานตลาดเก่ง ที่นี้กะบูมสุดๆ เซลเบมีผลมาก อีกคนคือสมเด็จพะเทพา มาก่อนหมู่ เพราะว่า เป็นฮัก แล้วพระองค์ท่านมีอิทธิพลมาก...”

³Mr. Prakran (alias) was interview by the author at Huen Hom Restaurant, Nan on 28 January 2016.

⁴Weeravit Wiwatthanavanit, Nan's Former governor (2009-2010).

⁵The Foto United Club, Photography Group.

⁶Ms. Aphinya (alias) was interview by the author at Nan Provincial Culture Office on 18 March 2016.

(...คุณบัณฑิต อายุครบ 60 นะ เขาปิดถนนแล้วจ้างศิลปินอย่างคุณธนิศ คุณคาราวา คุณปาน ธนพร มาร้องเพลง บางเพลงเป็นของป้าอ๊อด ทัศนาลัย แต่เอมาร้องใหม่ให้มันโดนใจวัยรุ่น เขามองด้านการตลาดเก่งที่นี้ก็บูมสุดๆ เซเลบมีผลมาก อีกคนคือสมเด็จ พระเทพฯ มาก่อนใคร เพราะว่าท่านรัก แล้วพระองค์ท่านมีอิทธิพลมาก...)

3. การสร้างคุณค่าและความหมายแก่พื้นที่ “วัดภูมินทร์” และภาพ “ปู่มาน-ย่ามาน”

ภาพ “ปู่มาน-ย่ามาน” หรือ “ภาพกระชิบรัก” คือ ภาพวาดชายหญิง ชาวพม่าคู่หนึ่งในพระวิหารของ “วัดภูมินทร์” ซึ่งอาจารย์วินัย ปราบริปู เป็นผู้ค้นพบอัตลักษณ์ของภาพดังกล่าว และได้อธิบายว่าภาพวาดนี้ มีความโดดเด่นแตกต่างไปจากภาพจิตรกรรมอื่นๆ ที่ถูกวาดขึ้นในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน ส่วนต้นเหตุที่มาของคำว่า “กระชิบรัก” นั้น มีที่มาจากอากัปกริยาของชายหญิงในภาพวาดนั่นเอง นอกจากนี้ยังพบว่า อาจารย์สมเจตน์ วิมลเกษม ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการนำเสนอภาพ “ปู่มาน-ย่ามาน” โดยการนำบทกลอนที่เป็นภาษาท้องถิ่นของเมืองน่านมาประกอบการอธิบายภาพแก่นักท่องเที่ยว ผู้มาเยี่ยมชมด้วย

4. การนำเสนอสินค้าทางวัฒนธรรม “วัดภูมินทร์” และภาพ “ปู่มาน-ย่ามาน”

รูปแบบของการนำเสนอสินค้าทางวัฒนธรรม “วัดภูมินทร์” และภาพ “ปู่มาน-ย่ามาน” แห่งนี้ พบว่า หน่วยงานเทศบาลเมืองน่าน ได้เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมให้เกิดการผลิต “มัคคุเทศก์น้อย” ขึ้นใน “วัดภูมินทร์” ส่วน “ลุงเปี้ยก” ผู้ที่เป็นคนในชุมชน ก็มีรูปแบบการนำเสนอสินค้าทางวัฒนธรรมด้วยวิธีการท่องเที่ยวชมภาพ “ปู่มาน-ย่ามาน” ในขณะที่ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ระบุว่า ได้ทำการค้นหาและเข้าถึงข้อมูลของ “วัดภูมินทร์” ด้วยการสืบค้นบนสื่อระบบออนไลน์มากกว่าวิธีอื่นๆ

นอกจากนี้ พื้นที่ลานโล่งด้านทิศเหนือของ “วัดภูมินทร์” ที่เรียกว่า “ช่วงเมืองน่าน” นั้น ได้ถูกนำมาใช้เป็นพื้นที่สำหรับ จัดกิจกรรมถนนคนเดินและยังเปิดพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสนั่งพักผ่อนรับประทานอาหารแบบขันโตกที่ช่วงเมืองน่าน ภายใต้บรรยากาศที่แวดล้อมไปด้วยฉากหลังที่เป็น “วัดภูมินทร์” ซึ่งถูกใช้เป็นภาพแทนของความเป็น บรรยากาศพื้นที่ “เมืองเก่า น่าน” โดยมีเทศบาลเมืองน่านเป็นผู้บริหารจัดการกิจกรรมดังกล่าวทั้งหมด ส่วนภาคเอกชนในเมืองน่านพบว่า ส่วนใหญ่ได้เข้ามามีบทบาทร่วมเพื่อสนับสนุนด้านงบประมาณสำหรับจัดกิจกรรมต่างๆในพื้นที่ดังกล่าว

5. การปรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การปรับตัวที่เกิดขึ้นระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมสำหรับการท่องเที่ยวในพื้นที่ “วัดภูมินทร์” แห่งนี้พบว่า มีปรากฏการณ์การปรับ

ตัวแบบการประนีประนอมระหว่างชุมชนต่อหน่วยงานภาครัฐ, การต่อรองระหว่างชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐ และการตอบโต้ระหว่างชุมชนกับภาคเอกชน โดยที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละฝ่ายได้อ้างเหตุผลของการจัดกระทำว่า ต้องการรักษาไว้ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีของเมืองน่าส่วนสาเหตุสำคัญของปัญหาพบว่า เกิดจากการขาดการมีส่วนร่วมหรือขาดการประสานความร่วมมือที่ดีในการจัดการ “วัดภูมินทร์” ดังเช่นที่ คุณปิติ⁷ (นามสมมุติ) ได้ให้ข้อมูลการจัดกระทำดังนี้

“...ททท.ชอบมาเปลี่ยน ปีกะดำหนา ทำไม้เท้าทำแบบเดิมๆ เมืองน่านเป็นหนึ่งในไม่กี่เมือง ที่ยังเหลือวัฒนธรรมดีแบบนี้ ยกตัวอย่าง ตีปูพรม สีม่วง ปลูกาดพระบาท ตีช่วงเมืองหน้าวัดภูมินทร์ ปีกะว่าหนา...”

(...ททท.ชอบมาเปลี่ยน พีกัด่านะ ทำไม้เท้าทำแบบเดิมๆ เมืองน่านเป็นหนึ่งในไม่กี่เมืองที่ยังเหลือวัฒนธรรมดีแบบนี้ ยกตัวอย่าง ตีปูพรมสีม่วง ปลูกาดพระบาท ที่ช่วงเมืองหน้าวัดภูมินทร์..พีกว่านะ...)

6. การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าให้กับสินค้า

สินค้าทางวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรมอันเกิดจากการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มมูลค่านั้นพบว่ามีการนำเอาภาพ “วัดภูมินทร์” และภาพ “ปูม่าน-ย่าม่าน” มาประกอบเป็นตราสินค้าเพื่อเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อถึงภาพแทนความเป็นเมืองน่าน ดังเช่น ของที่ระลึกต่างๆ เสื้อยืด พวงกุญแจ ภาพวาด ภาพถ่าย ฯลฯ ส่วนสินค้าที่เป็นนามธรรมนั้น พบว่าได้นำ “วัดภูมินทร์” มาใช้เป็นฉากหลัง เพื่อประกอบบรรยากาศการท่องเที่ยวแบบขันโตก ณ บริเวณช่วงเมืองน่าน และมีการใช้ภาพ “ปูม่าน-ย่าม่าน” มาประกอบการสร้างมโนภาพที่สื่อความหมายของ “เมืองน่าน เมืองเก่าที่มีวิถีชีวิต”

7. ผลกระทบจากการสร้าง “วัดภูมินทร์” และ “ภาพปูม่าน-ย่าม่าน”

การผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมนั้น นอกจากจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของชุมชนแล้ว ยังพบว่าได้มีส่วนสร้างความวิตกกังวลต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ด้วย โดยเฉพาะประเด็นเรื่อง การอนุรักษ์วัฒนธรรมในความเป็นของแท้ การสืบทอดทางวัฒนธรรมของคนรุ่นใหม่ และความปลอดภัยต่อชุมชนหรือนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม “วัดภูมินทร์”

⁷Mr. Piti (alias) was interview by the author at Nan's Provincial Administrative Center on 5 January 2016.

2. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติน่าน หรือ “หอคำ”

เป็นอาคารที่มีลักษณะการก่ออิฐถือปูนสองชั้น สร้างขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1903 เดิมเป็น “หอคำ” ซึ่งเคยเป็นที่ประทับและ ที่ว่าราชการของเจ้าผู้ครองนครน่าน ต่อมาเมื่อเจ้าผู้ครองนครองค์สุดท้ายถึงแก่พิราลัย จึงได้มอบให้แก่รัฐบาลเพื่อใช้เป็นศาลากลางจังหวัดน่านและในปี ค.ศ. 1974 กรมศิลปากรได้ขอรับมอบอาคาร “หอคำ” เพื่อใช้เป็นสถานที่สำหรับจัดตั้งพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติน่าน (Department of Fine Arts, 1987, 7) จนกระทั่งในปี ค.ศ. 2003 “หอคำ” ได้ถูกกำหนดให้เป็นจุดศูนย์กลางของพื้นที่เมืองประวัติศาสตร์ชั้นในหรือพื้นที่หัวแวน เพื่อการอนุรักษ์และคุ้มครองโบราณสถาน อาคารประวัติศาสตร์ อันเป็นเอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมของเมืองน่าน (Nan Provincial Administrative Office and Nan's Cultural Office, 2009, 4-23) นอกจากนี้ ภายใน “หอคำ” ยังเป็นพื้นที่ในเก็บรักษาโบราณวัตถุชิ้นสำคัญคือ “งาช้างดำ” อันเป็นของล้ำค่าคู่บ้านคู่เมือง ของเมืองน่าน ดังเช่นคำขวัญของเมืองน่านที่กล่าวไว้ตอนหนึ่งว่าเป็น “เมืองงาช้างดำ” ดังที่ปรมาจารย์ทัศนาสวรรณได้บรรยายถึงอัตลักษณ์ของ “หอคำ” และ “งาช้างดำ” ในอนุสาร อสท. เมื่อปี ค.ศ. 1962 (Thatsanasuwan, 1962, 67) ว่า

“...ทางราชการจึงได้ใช้หอคำเป็นที่ทำการของศาลากลางจังหวัด ฉะนั้นรูปร่างของศาลากลางจังหวัดน่านจึงดูแปลกตาไปกว่าแห่งอื่นๆ เมื่อคุณเข้าไปถึงศาลากลางจังหวัดแล้วก็อย่าลืมรอชม “งาช้างดำ” ซึ่งเป็นของแปลกประหลาดชิ้นหนึ่งของโลก ถือกันว่าเป็นของคู่บ้านคู่เมืองของน่าน...”

กระบวนการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม

1. กระแสการท่องเที่ยวของเมืองน่านและจุดเริ่มต้นการเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมบนพื้นที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติน่าน

เมื่อพิพิธภัณฑ์แห่งชาติน่านหรือ “หอคำ” นั้น ได้อยู่ภายใต้การดูแลของสำนักศิลปากรที่ 7 น่าน และยังอยู่ในระหว่างการบูรณะตัวอาคารทั้งหมด โดยไม่สามารถเปิดให้บริการได้ตามปกติตลอดระยะเวลาที่ต่อเนื่องยาวนานกว่า 3 ปี (ค.ศ. 2015-2517) ได้ส่งผลให้การทำหน้าที่เป็นอัตลักษณ์เมืองน่านของ “หอคำ” และ “งาช้างดำ” ถูกกลืนหายไปเป็นเพียงความทรงจำ จนแทบไม่มีใครได้ได้นำเอา “หอคำ” มาใช้เป็นภาพแทนความเป็นเมืองน่านเลย

แต่ในขณะเดียวกันกลับพบว่า “ซุ้มลีลาวดี” และ “วัดน้อย” ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่บริเวณด้านหน้าของ “หอคำ” ได้เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้น โดยถูกหยิบยกขึ้นมาเป็นอัตลักษณ์ของเมืองน่าน ด้วยการนำเสนอถึงรูปลักษณะที่มีลักษณะโดดเด่นและมีการนำเอาประวัติความเป็นมาเข้ามาเสริมประกอบ จนส่งผลให้นักท่องเที่ยวรับรู้ ว่า “ซุ้มลีลาวดี” และ “วัดน้อย” สามารถเป็นภาพแทนของเมืองน่านได้ดีกว่า “งาช้างดำ” และ “หอคำ”

2. การนำเสนออัตลักษณ์ของสินค้าทางวัฒนธรรม “ซุ้มลีลาวดี” และ “วัดน้อย”

ในระหว่างที่มีการบูรณะ “หอคำ” อันยาวนาน ได้ทำให้ “หอคำ” และ “งาช้างดำ” ถูกลดบทบาทไปจากการเป็นอัตลักษณ์ของเมืองน่าน ดังนั้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงหยิบยกเอา “ซุ้มลีลาวดี” และ “วัดน้อย” ขึ้นมานำเสนอแทน เนื่องจากมีคุณลักษณะที่โดดเด่นและแปลกตา จนทำให้กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่งของเมืองน่าน

3. การสร้างคุณค่าและความหมายใหม่ให้กับ “ซุ้มลีลาวดี” และ “วัดน้อย”

“วัดน้อย” คือ วัดที่มีขนาดเล็กที่สุด มีตำนานเล่าว่า ถูกสร้างขึ้นในสมัยของพระเจ้าสุริยพงษ์ผริตเดช ซึ่งได้กราบบังคมทูลถึงจำนวนวัดในเมืองน่านต่อพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เกินไปจำนวน 1 วัด จึงได้สร้าง “วัดน้อย” ขึ้นมาเพื่อให้ครบตามจำนวนที่กราบทูลไป (Nan Museum, website) ส่วน “ซุ้มลีลาวดี” หรือซุ้มต้น “ลั่นทม” เดิมนั้น ปลูกไว้เพื่อประดับที่บริเวณรั้วด้านหน้าของพิพิธภัณฑสถาน โดยไม่ทราบแน่ชัดว่าเมื่อใด แต่เมื่อเวลาผ่านไปหลายสิบปี ต้นไม้ได้เติบโตขึ้นและแผ่กิ่งก้านมองดูคล้ายซุ้มต้นไม้ จึงเกิดเป็นมุมมองที่มีความแปลกสะกดตา จนกลายเป็นจุดถ่ายภาพสำคัญแห่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวที่มาเมืองน่าน ดังเช่นที่ คุณภัทรภรณ์⁹ นักท่องเที่ยวท่านหนึ่งที่ได้ให้ข้อมูลว่า

“...วัดน้อยไม่รู้จักคะรถตู้พามา รถตู้เค้าบอกว่าเป็นวัดที่เล็กที่สุดในเมืองน่าน ก็เลยมาดูว่าเป็นยังไง... “ซุ้มลีลาวดี” เห็นในพันธุ์ทิพย์คะ เห็นเวลาถ่ายรูปปามันไม่มีใบ...พิพิธภัณฑสถานไม่ได้เข้าคะ เค้าปิดละมั้ง มิงาช้างดำใช้ปะไม่รู้...เพิ่งอ่านเห็นในโบร์ชัวร์ เค้าเสียค่าเข้าไหม มาเย็นละวันนี้ไปวัดมาแก้ววัดเหน้อยละ...”

4. รูปแบบและวิธีการนำเสนอสินค้าทางวัฒนธรรม

ปัจจัยในเรื่อง การบูรณะ, เงื่อนไขของเวลาการเยี่ยมชมและการชำระค่าธรรมเนียมในการใช้บริการของ “หอคำ” เพื่อให้เป็นไปตามระเบียบของทางราชการนั้น ได้กลายเป็นเหตุผลสำคัญประการหนึ่งที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียส่วนใหญ่ระบุว่า ได้มีส่วนทำให้ “หอคำ” และ “งาช้างดำ” ถูกลดบทบาทความสำคัญลงไปจากเดิม

แต่ในขณะที่พื้นที่นำเสนอ “ซุ้มลีลาวดี” นั้น ตั้งอยู่บริเวณด้านหน้าสุดของพิพิธภัณฑสถาน ซึ่งสามารถพบเห็นได้อย่างชัดเจน และถัดไปอีกเพียงราว 20 เมตร ก็สามารถมองเห็นและเข้าถึงที่ตั้งของ “วัดน้อย” ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปเยี่ยมชมได้ตลอดเวลา

⁹Ms. Pattarapon (alias) was interviewed by the author at National Museum of Nan on 4 November 2016.

โดยไม่เสียค่าธรรมเนียมใดๆ พร้อมกันนั้น นักท่องเที่ยวยังสามารถทำกิจกรรมถ่ายภาพร่วมกับ “ซุ้มลีลาวดี” หรือ “วัดน้อย” ได้โดยไม่มีเงื่อนไขหรือข้อจำกัดในการทำกิจกรรมเลย จึงส่งผลให้ภาพ “ซุ้มลีลาวดี” และ “วัดน้อย” ถูกนำเสนอหรือปรากฏในสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมาก

5. การปรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การปรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมบนพื้นที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติและพื้นที่โดยรอบนั้น พบว่า การกระทำนั้นถูกผูกขาดอยู่กับหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะกรมศิลปากรที่ 7 น่านเพียงฝ่ายเดียว ฉะนั้น จึงพบแต่เพียงรูปแบบการปรับตัววิธีเดียวคือ การประนีประนอมยอมรับต่อจัดกระทำที่เกิดขึ้น เท่านั้น

6. การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่า

รูปแบบของสินค้าทางวัฒนธรรมที่ปรากฏขึ้น ในอาณาบริเวณของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติน่านนั้น พบว่า เป็นสินค้าที่มีลักษณะรูปธรรมทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็น “หอคำ” “งาช้างดำ” “วัดน้อย” และ “ซุ้มลีลาวดี” เพื่อใช้สร้างแรงจูงใจแก่นักท่องเที่ยวและทำหน้าที่เป็นภาพแทนของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของเมืองน่านในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยนำเสนอผ่านทางระบบออนไลน์หรือภาพถ่ายต่างๆ

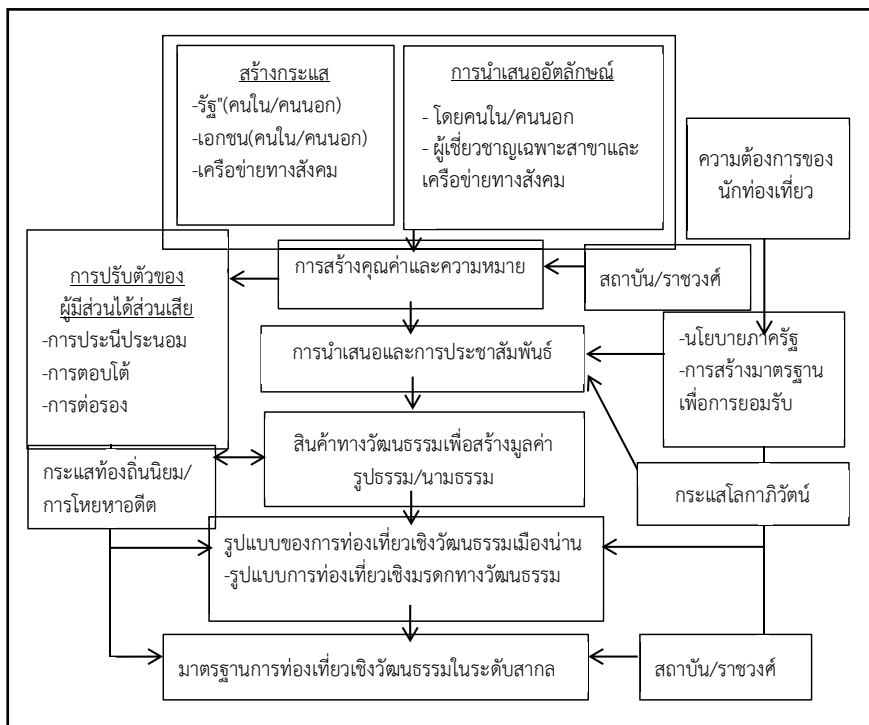
7. ผลกระทบจากการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม

ระยะเวลาของการบูรณะ “หอคำ” ที่ยาวนานหลายปี จนไม่สามารถเปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้นั้น ได้สร้างผลกระทบเชิงลบความรู้สึกเชิงลบต่อผู้คนในชุมชนใกล้เคียง เนื่องจากมีส่วนสำคัญที่ทำให้ “หอคำ” และ “งาช้างดำ” ซึ่งเคยเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของเมืองน่านถูกลดบทบาทลงไป แต่ขณะเดียวกัน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบางกลุ่มก็ได้หยิบยกเอา “ซุ้มลีลาวดี” และ “วัดน้อย” ซึ่งอยู่ในพื้นที่บริเวณเดียวกันนั้น มาสร้างเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมทดแทน โดยที่ชุมชนเองก็ได้ให้ การยอมรับและไม่แสดงการตอบโต้หรือต่อรองกับการจัดกระทำดังกล่าวเลย

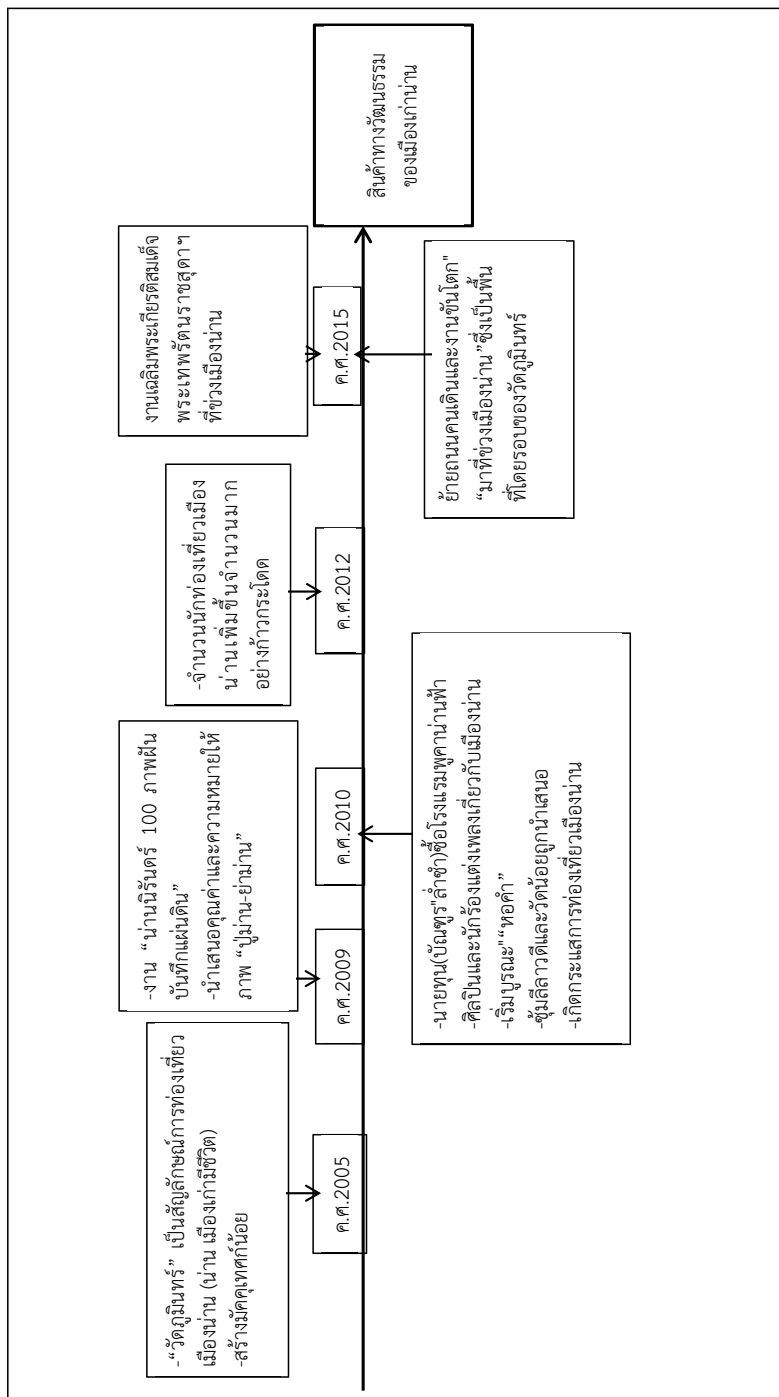
ตารางที่ 2 สรุปผลการศึกษาระบบงานการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมของวัดภูมิบุตร

กรณีศึกษา	ช่วงเวลา	อัตลักษณ์ของทุนทางวัฒนธรรม	สินค้าทางวัฒนธรรม	วิธีการดำเนินงาน	รูปแบบของการท่องเที่ยว	การปรับตัวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผลกระทบจากการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม	เงื่อนไขอื่นที่ทำให้เกิดความสำเ็จ
2.	2010	- “ทองคำ” เคยเป็นที่อยู่อาศัยและที่วาระาการของเจ้าเมืองน่านในอดีต - เป็นที่เก็บรักษา “งาช้างดำ” ของสำคัญ - คูบ้านคูเมืองน่าน - วัฒนธรรมที่เป็นวัดที่เล็กที่สุดในประเทศไทย - ถูกสร้างขึ้นเนื่องจากการต้องการรักษา - ด้จาวาจา - ชุมลิตาวดีสวยงาม - แปลกตา	- จุดถ่ายภาพของนักท่องเที่ยว - ภาพแทนความเป็นเมืองน่าน	1.จุดเริ่มต้นของการสร้างกระแสกิจกรรม “น่าน นิรันดร์ 100 ภาพผ่านบันทึกแผ่นดิน 2.การนำเสนออัตลักษณ์ของสินค้าทางวัฒนธรรม - ความแปลกของวัดน้อยและความสวยงามของชุมลิตาวดี 3.การสร้างคุณค่าและความหมาย - การนำเสนอเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของวัดน้อยมาประกอบกรนำเสนอ - จุดถ่ายรูปที่สวยงามแปลกตาของชุมลิตาวดีที่ถูกกล่าวถึงและส่งต่อกันในระบบออนไลน์ 4.รูปแบบและวิธีการนำเสนอสินค้าทางวัฒนธรรม - การนำเสนอผ่านช่องทางสื่อสารระบอบออนไลน์ - การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อโดยคนในเมืองน่าน - ความสะดวกของนักท่องเที่ยวในการเข้าถึงวัดน้อยและชุมลิตาวดี	การท่องเที่ยวเชิงมรดกทางวัฒนธรรม	1.การปรับประนอมระหว่างชุมชนต่อหน่วยงานภาครัฐ	ด้านบวก - ชุมลิตาวดีและวัดน้อยกลายเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น - จากที่เป็นสถานที่สำคัญสำหรับการถ่ายรูปด้านลบ - ขาดการมีส่วนร่วมในการจัดการกับชุมชนในท้องถิ่นเมืองน่าน - ในระหว่งการเปิดให้บริการไม่สามารเปิดให้บริการเยียมชม “ทองคำ” และ “งาช้างดำ”	- เป็นพื้นที่ที่ได้รับการประกาศให้เป็นพื้นที่เมืองเก่า - หน่วยงานภาครัฐผู้จัดการทั้งหมด

ภาพที่ 1 รูปแบบกระบวนการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงการท่องเที่ยวของเมื่อน่าน



ภาพที่ 2 เส้นเวลาแสดงการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมเชิงการท่องเที่ยวของเมืองน่าน



สรุปผลการศึกษา

กระบวนการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมของเมืองน่านในพื้นที่เมืองเก่า น่าน ทั้งที่ วัดภูมินทร์และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ น่าน พบว่า หน่วยงานภาครัฐ คือผู้มีบทบาทหลัก ในการผลักดันนโยบายการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติ โดยมีวิธีการดังนี้ การสร้างกระแส การนำเสนออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม การสร้างคุณค่าและความหมาย รูปแบบและวิธีการ นำเสนอสินค้าทางวัฒนธรรมและการปรับตัวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังที่แสดงในภาพที่ 1

ด้านผลกระทบจากการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมนั้น พบว่า ได้ส่งผลทั้งในเชิงบวก และเชิงลบแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งทำให้เกิดการปรับตัวต่อกันในรูปแบบต่างๆทั้งการตอบโต้ การต่อรองและการประนีประนอมร่วมกันของคนในและคนนอกชุมชน จนในท้ายที่สุด ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมในชุมชนมีความหมายเปลี่ยนไปจากเดิม กลายเป็นสินค้า ทางวัฒนธรรมทั้งลักษณะของสินค้ารูปธรรมและสินค้านามธรรมเพื่อการท่องเที่ยว

อภิปรายผล

เมืองน่าน ถูกนำเสนอว่าเป็นเมืองที่ยังมีต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมมากพอ จะเติมเต็มความรู้สึกโหยหาอดีตของชนชั้นกลางได้ภายใต้บริบทของเมืองเก่า น่าน โดยเฉพาะ ในพื้นที่เมืองเก่า น่านที่ประกอบด้วย “วัดภูมินทร์” และ “พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ น่าน” ซึ่ง ถูกเลือกมาใช้ผลิตเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม เริ่มต้นจาก การนำเสนออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Identity) มาเป็นทุนทางวัฒนธรรมตามแนวคิดของ Bourdieu (1977) แล้วนำมาสร้างให้ เกิดเป็นทุนทางเศรษฐกิจ โดยใช้กระบวนการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม ดังนี้ การสร้างกระแส การท่องเที่ยว การนำเสนออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม การสร้างคุณค่าและความหมาย รูปแบบ และวิธีการนำเสนอสินค้าทางวัฒนธรรม ตลอดจนการปรับตัวต่อกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อันเนื่องมาจากผลกระทบที่เกิดจาก การผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมดังกล่าว จนในท้ายที่สุดได้ ทำให้ความหมายของทุนทางวัฒนธรรมนั้นเปลี่ยนแปลงไป กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม สำหรับใช้ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สินค้าทางวัฒนธรรมที่ถูกผลิตขึ้นเพื่อการท่องเที่ยวนี้ มีคุณสมบัติที่สามารถสนอง ตอบความต้องการของนักท่องเที่ยว ชนชั้นกลางที่โหยหาอดีตหรือถวิลหาอดีต (nostalgia) เพื่อมาเติมเต็มความรู้สึกโหยหาอดีตของตนที่ขาดหายไป ดังเช่นที่ Kitiarsa (2003) ได้อธิบาย ว่า เป็นวิธีการต่อรองกับขีดจำกัดของเวลาและสถานที่แบบอดีตที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน (Kitiarsa, 2003, 3-23) โดยการใช้รูปแบบการนำเสนอ ในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มา ประกอบด้วยการสร้างคุณค่าและความหมาย เพื่อให้สินค้าทางวัฒนธรรมนั้นมีความน่าสนใจ มากขึ้น สอดคล้องกับความเห็นของ Kusumawadee (2015) ที่กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ นั้นสามารถช่วยสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับวัฒนธรรมได้

ส่วนรูปแบบของการปรับตัวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อันเนื่องมาจากการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมบนพื้นที่เมืองเก่า นั้น พบว่า เกิดจากการขาดการมีส่วนร่วมในระดับที่เหมาะสมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่ง เทิดชาย ช่วยบำรุง (2009) ได้ให้ข้อเสนอแนะถึงแนวทางการมีส่วนร่วมว่า ต้องเป็นการร่วมตัดสินใจของผู้ที่เกี่ยวข้อง เพราะจะช่วยทำให้ทุกฝ่ายเกิดความรู้สึกความเป็นเจ้าของร่วมกันและยอมรับเงื่อนไขต่างๆ อย่างเต็มใจ (Chuaybamrung, 2009, 98-101) เช่นเดียวกับที่ Ooi (2013) ที่ได้กล่าวถึงแนวทางการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวว่า ควรเอื้อประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายอย่างเหมาะสม และควรมุ่งไปสู่การอนุรักษ์ไว้ซึ่งอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนเป็นสำคัญ พร้อมทั้งมีการกำหนดมาตรการถ่วงดุลกัน ในเรื่องผลประโยชน์และมีการจัดการเรื่องผลกระทบที่อาจเกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมด้วย (Ooi, 2013, 67)

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควรมีการนำเสนอแผนดำเนินงาน เพื่อพัฒนาและอนุรักษ์ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมแบบบูรณาการร่วมกัน แล้วนำเสนอแผนดังกล่าวต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การสนับสนุนแผนการดำเนินงานดังกล่าวให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ ซึ่งจะช่วยลดการเกิดความขัดแย้งอันนำไปสู่การปรับตัวในรูปแบบของการตอบโต้กันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงานต่างๆ
2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควรใช้กระบวนการผลิตหรือใช้รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อการผลิตซ้ำหรือนำเสนอสินค้าทางวัฒนธรรม โดยพยายามหลีกเลี่ยงการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมด้วยวิธีการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเดิมของชุมชน เพื่อไม่ให้เกิดความหมายใหม่ที่คลุมเครือซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อชุมชน
3. สร้างรูปแบบหรือแนวทางการเพิ่มศักยภาพของชุมชนในการมีส่วนร่วม (empowerment) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นๆ เพื่อให้การอนุรักษ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

- Aneksuk, B. (2015). **Concept and Theory of Cultural Tourism**, Naresuan University, Pitsanulok.
- Aphinya (alias). Academician, Nan Provincial Culture Office. Interviewed on March 18, 2016.
- Bourdieu, P. (1977). **Outline of a Theory of Practice**, Cambridge University Press, UK.

- Buahapakdee, A. (2003). **Unseen of Thailand**. TAT's magazine. 43(10), 20-23.
- Department of Fine Arts. (1987). **Muang Nan history, archeology and art**,
Amarin Printing Group Company, Bangkok.
- Chuaybamrung, T. (2009). **The role of local government organizations and sustainable tourism development on the basis of sufficiency economy**, King Prajadhipok's Institute, Bangkok.
- Kitiarsa, P. (2003). **Thai collection social science**, (1-49). Plan Print Ltd. Company, Bangkok.
- Kusumawadee, S. (2015). **Creative Economy**, V. printing Ltd. Company (1991), Bangkok.
- McKercher, Bob and Hilary du Cros. (2002). **Culture Tourism: the partnership between tourism and culture heritage management**. United States of America: The Haworth Press.
- Nan's Cultural Office. (2011), **Nan's old town relive series: Nan's old town**, Nan.
- Nan Provincial Administrative Office and Nan's Cultural Office. (2009). **Master Plan Conservation and development of Old Town**, Nan.
- Nan Museum. **Wat noi**. search 1 November 2016, form :<https://biwtoom.wordpress.com>.
- Ooi, Can-Seng. (2013). Tourism policies challenges Balancing acts, co-operative stakeholders and maintain authenticity. In Melanie Smith and Greg Richards, **The Routledge Handbook of Culture Tourism**, (67-81). New York: Routledge.
- Pattarapon (alias). Tourist at National Museum of Nan. Interviewed on November 4, 2016.
- Piti (alias). President of Provincial Administrative Organization, Nan's Provincial Administrative Center. Interviewed on January 5, 2016.
- Prakran (alias). entrepreneur of Huen Hom Restaurant. Interviewed on January 28, 2016.
- Thatsanasuwan, P. (1962). **Nan River rafting**. TAT's magazine. 2(8), 67.
The Foto United Club, Photography Group.
- Wiwatthanavanit, W. Nan's Former governor (2009-2010).