

การเข้าถึงชุมชนเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษา วัดถ้ำเขาพลู อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร Engaging the Local Community in Cultural Tourism Development: A Case Study of Tham Khao Plu Temple, Pathio District, Chumphon Province

อูษณีย์ เสวกวัชรีย์^{1*}

รณชน แจ่มจำรัส¹

สาขาบริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์¹

*e-mail: ousanee.sawagvudcharee@gmail.com

Ousanee Sawagvudcharee¹

Ran Chaemchamrat¹

Business Administration and Entrepreneurship,

King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Prince of Chumphon Campus¹

Received: November 29, 2022, Revised: February 19, 2023, Accepted: March 13, 2023

บทคัดย่อ

การให้ประชาชนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความสำคัญเป็นอย่างมาก แต่ปัญหาที่พบ คือ ความแตกต่างในความเข้าใจ ความรู้ ภูมิหลังต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน และความสนใจของแต่ละบุคคล รวมถึง การเข้าถึงประชาชนในแต่ละครัวเรือน คณะผู้วิจัยจึงมีคำถามการวิจัย คือ การเข้าถึงชุมชนเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรเป็นรูปแบบใด? และมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษา (1) รูปแบบการเข้าถึงชุมชนเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ (2) ปัญหาการเข้าถึงชุมชนเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเลือกวัดถ้ำเขาพลู อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร เป็นกรณีศึกษา การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่ได้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างของประชากรชุมชนวัดถ้ำเขาพลู จำนวน 30 คน ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ประธานชุมชน กรรมการชุมชน เจ้าอาวาส พระสงฆ์ ผู้อาวุโส และประชาชนที่อาศัยรอบวัดถ้ำเขาพลู โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและแก่นสาระ

ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการเข้าถึงประชาชนในชุมชนที่มีพื้นฐานแตกต่างกันต้องมีการเจาะลึกไปถึงความรู้ความเข้าใจ กระบวนการคิด และวัฒนธรรม ที่ถูกถ่ายทอดออกมาเป็นพฤติกรรมส่วนบุคคล และต้องมีการเข้าถึงลักษณะพฤติกรรมและบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล เพื่อที่จะสามารถสร้างแรงจูงใจให้เกิดความสนใจ ความตื่นตัว และเกิดสิ่งเร้าต่อการเข้ามามีส่วนร่วมกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะประชาชนในชุมชนถือเป็นรากฐานวัฒนธรรม รากฐานองค์ความรู้ในท้องถิ่นนั้น ๆ และเป็นแก่นสำคัญของเรื่องราว/การคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น ๆ ให้เกิดความน่าสนใจในด้านการท่องเที่ยว และเป็นหัวใจในการเข้ามาช่วยพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของท้องถิ่นตนเอง ให้คงอยู่ซึ่งเอกลักษณ์ ศิลปะ วัฒนธรรม และเกิดเรื่องเล่าที่สามารถนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวได้ดี ดังนั้น การศึกษานี้ อาจจะเป็นแนวทางการพัฒนาวิธีการในการเข้าถึงชุมชนเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมที่มีรากฐานที่มั่นคงต่อยอดต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมของชุมชน แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วัฒนธรรมชุมชน วัดถ้ำเขาพลู

Abstract

Engaging the local community in the development of cultural tourism sites is of great importance. However, the challenges encountered include differences in understanding, knowledge, diverse cultural backgrounds, and individual interests, as well as reaching out to members of each household. The research question is: What form should community engagement take to develop cultural tourism sites? This study aims to examine patterns of community engagement in the development of cultural tourist attractions and problems encountered when engaging communities in the development. Tham Khao Plu Cave in Pathio District, Chumphon Province was selected for this case study. The study uses a qualitative inquiry to study a sample of 30 individuals of Tham Khao Plu Cave community including the village headmen, community leaders, committee members, an abbot, monks, seniors, and residents around Tham Khao Plu Cave. Semi-structured interviews were conducted, and data were analyzed using content analysis and thematic analysis methods. Findings indicate that patterns of engaging communities of different backgrounds require deep understanding of their thinking and culture that is exhibited through individual behaviors. It is also important to understand individual behaviors and personality to boost motivation, interest, awareness, and encourage participation in the development of cultural tourist attractions. The community is considered the cultural root, a source of local wisdom, a core of local narratives and preservation of local cultures. Moreover, it also plays a crucial role in attracting tourist interests and is key to the development of cultural tourism sites in the local community, preserving their uniqueness, art, culture, and creating compelling narratives for tourists. Therefore, this study may serve as a guide to developing sustainable methods for community engagement to foster strong foundation and further develop sustainable cultural tourist attractions.

Keywords: Cultural Tourism Management; Community Involvement; Cultural Attractions; Community Culture; Tham Khao Plu Temple

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ เพราะเป็นการทำให้เกิดการกระจายรายได้และหมุนเวียนเงินตราจากการสร้างสรรคกิจกรรมที่เป็นทุนเดิมทางวัฒนธรรมของแต่ละชุมชนหรือท้องถิ่น ด้วยกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ใช้สร้างความเข้าใจในการรับรู้ของผู้บริโภคการท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ เพื่อค้นหาเทคนิคดึงดูดให้เข้ามาเยี่ยมชมอย่างสม่ำเสมอ ทำให้แต่ละท้องถิ่นได้รับประโยชน์อย่างมาก เช่น การสร้างงาน การสร้างรายได้ และการทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจที่ดีจากท้องถิ่นสู่ระดับประเทศ เป็นต้น แต่ปัญหาที่พบ คือ ความแตกต่างในความเข้าใจ ความรู้ ภูมิหลังต่าง ๆ และความสนใจของแต่ละบุคคลในชุมชนนั้น ๆ ที่ทำให้การสร้างการมีส่วนร่วมไม่มีความยั่งยืนแบบมีประสิทธิภาพเพียงพอที่จะสามารถตอบสนองความต้องการทางการตลาดการท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนที่กลุ่มผู้นำ (หรือผู้เกี่ยวข้อง) ยังมีความรู้ ความเข้าใจ และความสามารถที่ไม่เพียงพอต่อการเข้าถึงประชาชน และเข้าถึงองค์ความรู้ที่สำคัญ ๆ

ต่าง ๆ เพื่อจะนำมาประยุกต์ใช้ในการทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่มีประสิทธิภาพต่อการเข้าถึงชุมชนให้เกิดการมีส่วนร่วมบนรากฐานที่สามารถต่อยอดพัฒนาได้ในระยะยาว (Warasi, & Sawagvudcharee, 2018) เช่น วัดถ้ำเขาพลู อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ที่มีวัฒนธรรมความเป็นมาน่าสนใจต่อการเยี่ยมชม ศึกษาเรียนรู้ และเผยแพร่สู่สายตาประชาคมให้รับรู้ถึงความสวยงาม เรียนรู้ในประวัติความเป็นมาอันควรค่าต่อการอนุรักษ์ จนเกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษารูปแบบการเข้าถึงประชาชนในชุมชนเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จะสามารถนำไปต่อยอดการพัฒนาในด้านอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น

คำถามการวิจัย

การเข้าถึงชุมชนเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรเป็นรูปแบบใด?

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษารูปแบบการเข้าถึงชุมชนเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. ศึกษาปัญหาการเข้าถึงชุมชนเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

วัดถ้ำเขาพลู อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

วัดถ้ำเขาพลู ตั้งอยู่ในอำเภอปะทิว เป็นหนึ่งในวัดที่สำคัญของจังหวัดชุมพร ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวสูง อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร 498 กิโลเมตร โดยวัดมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นต่าง ๆ มากมาย ทั้งทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และขนบธรรมเนียมต่าง ๆ ทั้งภายในสถานที่วัด และสิ่งแวดล้อมรายรอบ ที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีความเป็นธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ ตลอดจนวิถีชีวิตของชุมชนที่เกี่ยวข้องรอบ ๆ ซึ่งแสดงถึงการดำเนินชีวิตที่พอเพียง ยังคงอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมพื้นบ้านแบบไทย ๆ เช่น ประเพณีขึ้นถ้ำปิดทองแก้สั่นบน จนทำให้นักท่องเที่ยวเริ่มหลั่งไหลเข้ามาเที่ยวจังหวัดชุมพรมากขึ้น ก่อให้เกิดรายได้กระจายสู่ท้องถิ่น โดยวัดถ้ำเขาพลู นับเป็นหนึ่งในวัดของจังหวัดที่มีประวัติยาวนาน มีตำนานพระเกจิอาจารย์ “หลวงพ่ोजิต” ที่ชาวบ้านเคารพ และยังเป็นถิ่นของค้างแวน ภูเขาเป็นหินปูน มีพระพุทธรูปปั้นแบบมารวิชัย อายุไม่ต่ำกว่า 225 ปี ขนาดหน้าตักกว้าง 39 นิ้ว สูง 49 นิ้ว ที่ชาวบ้านเรียกว่า พระหลักเมือง มีความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติและป่าไม้ และทรัพยากรการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม โดยได้รับการแต่งตั้งเป็นวัดเมื่อ พ.ศ. 2325 ตั้งอยู่ในที่ราบและมีภูเขาอยู่ในบริเวณวัดด้วย นอกจากนี้ยังมีถ้ำอยู่ในวัด และมีพลูขึ้นอยู่ตามชายเขา ซึ่งเป็นที่มาของชื่อวัดอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีบ่อน้ำภายในถ้ำ ซึ่งมีลักษณะเป็นแอ่งหิน มีน้ำหยดจากเพดานถ้ำ เชื่อกันว่าเป็นบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ ทางราชการเคยนำมาประกอบพิธีหลายครั้ง วัดถ้ำเขาพลู สันนิษฐานว่าสร้างเมื่อประมาณ พ.ศ. 2325 (Department of Tourism, Ministry of Tourism & Sports, 2020)

ทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วม คือ การนำตนเอง หรือ การที่ผู้นำเปิดโอกาสให้กลุ่มบุคคลอื่น ๆ เช่น ประชาชน สมาชิกชุมชน หรือ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ได้เข้ามามีบทบาท ด้านต่าง ๆ เช่น การแสดงความคิดเห็น การพัฒนา การดูแล การร่วมคิด/ร่วมตัดสินใจ และร่วมแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น (Armstine, 1969; Kvam, & Strate, 2010) แต่การมีส่วนร่วมยังคงต้องมี

ความเข้าใจในพฤติกรรม ความคิด และภูมิหลังต่าง ๆ ของกลุ่มที่ต้องการจะให้เข้ามามีส่วนร่วม เพื่อให้ง่ายต่อการส่ง/ถ่ายข้อมูลข่าวสาร และการต่อยอดในการพัฒนาด้านต่าง ๆ ตามมิติที่เป็นองค์ประกอบของการมีส่วนร่วม

Andriotis (2005) และ Orathai (2015) ได้กล่าวว่า การมีส่วนร่วม (Participation) เป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับโลก ถือเป็นเงื่อนไขสำคัญอันเป็นตัวจักรของการขับเคลื่อนในการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้ว จะเห็นว่าระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนจะมีระดับสูง เช่นเดียวกับในประเทศไทย จะเห็นว่า รัฐให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ดังปรากฏในเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2558 ที่กำหนดไว้ในมาตรา 87 รัฐต้องดำเนินการตามแนวนโยบายด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยกระบวนการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมสามารถจำแนกออกเป็น 3 มิติ (Orathai, 2017) ได้แก่

- มิติที่ 1 การมีส่วนร่วมใน 4 ลักษณะ คือ (1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (2) การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ (3) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และ (4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล
- มิติที่ 2 การมีส่วนร่วมกับผู้เกี่ยวข้องโดยตรงและโดยอ้อม
- มิติที่ 3 การมีส่วนร่วมเกิดขึ้นได้เป็น 6 ระดับ (Rich, & Franch, 2016) ได้แก่ (1) ร่วมรับรู้ (2) ร่วมคิด ร่วมแสดงความคิดเห็น (3) ร่วมพิจารณา ร่วมตัดสินใจ (4) ร่วมดำเนินการ (5) ร่วมติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล และ (6) ร่วมรับผลการวิจัยครั้งนี้ จึงมุ่งเน้นศึกษาการเข้าถึงประชาชนในชุมชน โดยใช้วัดถ้ำเขาพลู อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร เป็นกรณีศึกษาเพราะการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเกิดจากประชาชนในพื้นที่ท้องถิ่นเป็นสำคัญ ให้เข้ามามีบทบาทต่อการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมลงมือปฏิบัติ ร่วมกันเสียสละ ร่วมกันรับผลประโยชน์ ร่วมกันดูแล อนุรักษ์ และร่วมกันติดตามและประเมินผล จึงจะทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืน

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Richards (2018) กล่าวว่า “Cultural tourism is a type of tourism activity in which the visitor’s essential motivation is to learn, discover, experience and consumer the tangible and intangible cultural attraction/products in a tourism destination.” ซึ่งเป็นการพัฒนากิจกรรมเพื่อนำผู้ที่สนใจ หรือนักท่องเที่ยวได้มาศึกษาเรียนรู้ สัมผัสวิถีการดำเนินชีวิต ประวัติศาสตร์ ศิลปะ และเทศกาลงาน ประเพณี วัฒนธรรมต่าง ๆ ที่มีมาช้านาน โดยส่วนประกอบทางศิลปะ ประเพณี และวัฒนธรรม

สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวในเชิงการท่องเที่ยวได้ เพียงแต่ต้องรู้จักพัฒนา รู้จักการนำเสนอ และรู้จักการเล่าเรื่อง ให้สามารถเกิดความน่าสนใจ จูงใจ และประทับใจแก่ผู้ที่มาท่องเที่ยว หรือจะมาท่องเที่ยวในลักษณะที่สามารถเกิดการจดจำ และพร้อมจะนำเสนอต่อบุคคลอื่น ๆ (Alberti, & Giusti, 2012; Sawagvudcharee, Liu, & Zhang, 2020)

Chaigassem, & Tunming (2019) ได้กล่าวว่าในแต่ละชุมชนนั้นมีวัฒนธรรมที่น่าสนใจ เมื่อสามารถนำเสนอให้นักท่องเที่ยวรับรู้จนเข้าใจดีแล้ว ก็จะสามารถทำให้เขากลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมนั้น ๆ ได้อย่างลงตัวปราศจากการทำลายหรือสร้างผลกระทบต่าง ๆ ซึ่งการที่จะพัฒนาให้เกิดความยั่งยืน จำเป็นที่จะต้องพิจารณาในหลาย ๆ ด้าน เช่น เศรษฐศาสตร์การท่องเที่ยว การตลาดการท่องเที่ยว สังคม และสิ่งแวดล้อม ควบคู่กันไปในรูปแบบของการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องไม่ก่อให้เกิดความเสียหาย และความเสื่อมโทรมต่อทรัพยากร

Sanchez-Sanchez, De-Pablos-Heredero, & Montes-Botella (2021) กล่าวว่า ปัจจัยที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว คือ สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ได้แก่ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ที่ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก เช่น ที่พักซึ่งต้องเช่า โรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม สถานบริการ เช่น ร้านขายของใช้ ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด ปัจจัยพื้นฐานในการเดินทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสาร และ ระบบการสื่อสารต่าง ๆ การเข้าถึง (Accessibility) แหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง (Transportation) ประเภทต่าง ๆ และการต้อนรับ (Hospitality) ของชุมชนในท้องถิ่น

Khlaikaw (2015) ได้กล่าวว่า การดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต้องอยู่ภายใต้ขอบเขตความสามารถในการรองรับของทรัพยากรการท่องเที่ยวแต่ละด้าน เช่น สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชน เป็นต้น การทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวโดยไม่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ จะนำความเสื่อมโทรมมาสู่ทรัพยากรการท่องเที่ยว อีกทั้ง ยังจะต้องรักษาเอกลักษณ์/อัตลักษณ์ของชุมชน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำเป็นต้องส่งเสริม รักษาวัฒนธรรมประเพณี คุณค่า วิถีชีวิตท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ และสัญลักษณ์ของชุมชน อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นให้เกิดความยั่งยืน เน้นการมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่ต้องมียุทธศาสตร์จากการมีส่วนร่วมของชุมชน ทำให้

ชุมชนเกิดสำนึกของการเป็นเจ้าของมรดกทางวัฒนธรรม ร่วมกัน รู้จักการบริหารจัดการมรดกทางวัฒนธรรม ยกย่องจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ และปกป้องมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนจนสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ และนำไปให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ชาวบ้านจะเต็มใจให้ความร่วมมือ และมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว (McQuilken, Breth, & Shaw, 2000; Warasiri, & Sawagvudcharee, 2018)

ทฤษฎี Mindset Agency

Yolles, & Fink (2013) กล่าวถึง ทฤษฎี Mindset Agency คือ กระบวนการความคิดของแต่ละบุคคล ที่มีความเกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ รวมถึงการอ้างอิงตนเอง การควบคุมตนเอง การจัดระเบียบตนเอง การสร้างกระบวนการทางความคิดตนเอง และสร้างระบบสังคมเชิงรุกแก่ตนเอง ในรูปแบบต่าง ๆ ของความคิด (หรือกระบวนการคิด) เพื่อให้สามารถยอมรับ ปรับเปลี่ยน พัฒนาความคิด และเผยแพร่/ถ่ายทอด ข้อมูล และความรู้ที่แตกต่างกันแต่ละสถานการณ์ในสภาพแวดล้อมที่มีความซับซ้อน หรือ Complex System ซึ่งประกอบไปด้วย Agency ที่มีบุคลิกภาพเชิงบรรทัดฐาน หรือ Normative Personality พร้อมค่านิยม/ความเชื่อที่ระบุโดยลักษณะ Formative Traits สิ่งเหล่านี้สามารถใช้ค่า Epistemic แบบสองชั้น (Enantiomers) จะรวมเข้าด้วยกัน ทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจประเภทที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นชุดความคิดประเภทบุคลิกภาพ หรือ Personality Type Mind-Sets โดยบุคลิกภาพ (Personality Traits) เหล่านี้ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรม สังคม และสภาพแวดล้อมที่ Agency นั้น ๆ เกี่ยวข้องหรือผูกพัน คุณลักษณะนี้สามารถใช้เพื่ออธิบายว่าอะไร เหตุใด และอย่างไรในพฤติกรรมต่าง ๆ ของการแสดงออกของ Agency แบบมีพลวัตในสถานการณ์ซับซ้อน หรือ Complex Situations ตามที่ Boje (2004) ได้กล่าวถึง Maruyama-Mindscapes ซึ่งเป็นชุดความคิดประเภทบุคลิกภาพที่มีข้อจำกัด โดยสามารถกำหนดให้กับบุคลิกภาพได้ (หรือในบริบทของสังคม ให้กับบุคลิกภาพเชิงบรรทัดฐาน) เมื่อพิจารณาที่ Mindset เป็นชุดของทัศนคติที่จัดตั้งขึ้น โดยพิจารณาว่า เป็นเรื่องปกติของค่านิยมทางสังคม หรือวัฒนธรรมของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง มุมมองปรัชญา หรือค่านิยมของบุคคล กรอบความคิด ทัศนคติ นิสัยใจคอ ความคิด ความเข้าใจที่เกิดจากการมองโลกหรือประสบการณ์ของบุคคล หรือปรัชญาชีวิต (Yolles, & Fink, 2013)

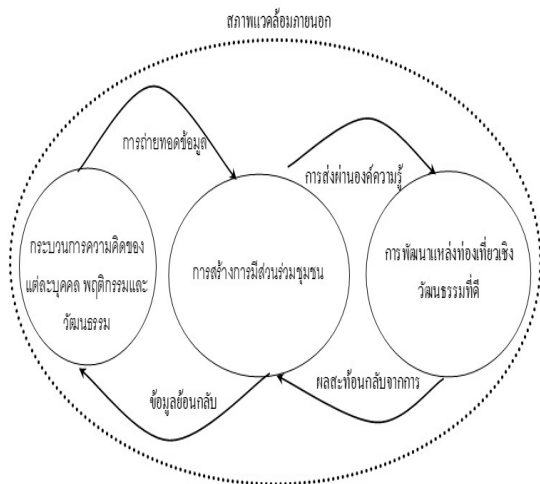
ทฤษฎีองค์ประกอบของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดี (5A's)

ทฤษฎีองค์ประกอบของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดี 5 A's เป็นองค์ประกอบที่แสดงถึงความต้องการที่จำเป็นในการ

บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ เพื่อแสดงถึงภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว Dickman (1996) กล่าวว่า ทฤษฎีนี้มี 5 องค์ประกอบสำคัญ คือ 1) Attraction สิ่งดึงดูดใจ 2) Accessibility การเข้าถึงง่าย 3) Accommodation การบริการที่พัก 4) Activities กิจกรรมการท่องเที่ยว และ 5) Amenities สิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งเป็นความคิดเห็นที่สอดคล้องกับ Middleton (1994) ที่ได้อธิบายเอาไว้เกี่ยวกับองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ คือ องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยทั้งหมดนี้เป็นองค์ประกอบหลักที่นำมาพิจารณาในการกำหนดกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย คณะผู้วิจัยได้ออกแบบจากการทบทวนวรรณต่าง ๆ เพื่อใช้ดำเนินการวิจัย (รูปที่ 1)



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย (Dickman, 1996; Andriotis, 2015; Yolles & Fink, 2013)

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน จากจำนวนประชากรที่เกี่ยวข้องในชุมชนวัดถ้ำเขาพลู ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน คือ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ประธานชุมชน กรรมการชุมชน เจ้าอาวาส พระสงฆ์ ผู้อาวุโส จำนวน 15 คน ประชาชนที่อาศัยรอบวัดถ้ำเขาพลู จำนวน 15 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอ้างอิงด้วยบุคคลและผู้เชี่ยวชาญ (Snowball Sampling) ในการเลือกตัวอย่าง ซึ่งจะค้นหาตัวอย่างเริ่มแรกที่ตรงกับเกณฑ์การวิจัยครั้งนี้ หลังจากนั้นจึงสอบถามถึงตัวอย่างถัดไป และทำเช่นเดียวกันตามลำดับ จนกระทั่งข้อมูลถึงจุดอิ่มตัว (Data Saturation)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่มีประเด็นครอบคลุมเนื้อหาด้านการเข้าถึงความคิด พฤติกรรม ภูมิหลังต่าง ๆ และวัฒนธรรมของกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่เกี่ยวข้องในชุมชนเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในด้านกระบวนการความคิดของบุคคล พฤติกรรมการแสดงออกต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และวัฒนธรรม (ทัศนคติ ความเชื่อ และค่านิยม) การมีส่วนร่วม และมุมมองความคิดต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 30 คน โดยใช้เวลาประมาณคนละ 1 ชั่วโมง ซึ่งได้นัดหมายล่วงหน้าเพื่อให้เกิดความสะดวกแก่ทั้งสองฝ่ายระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ถึง ธันวาคม พ.ศ. 2563 ขออนุญาตสัมภาษณ์และบันทึกเทป เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ และมีการแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรเรื่องการคุ้มครองข้อมูลการเก็บข้อมูลไว้เป็นลับ ตามหลักจริยธรรมการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การศึกษาค้นคว้า ได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยกำหนดรหัสผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Coding Analysis)

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัย พบว่า การสร้างรูปแบบการเข้าถึงชุมชนต้องมีการเข้าใจกระบวนการความคิดของบุคคล เพื่อที่จะสามารถเจาะลึกเข้าไปในความเข้าใจ พฤติกรรม และวัฒนธรรม เพื่อที่จะสามารถสร้างการมีส่วนร่วมที่แข็งแกร่ง และสามารถสานต่อในการพัฒนาต่าง ๆ เช่น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ดี เป็นต้น ซึ่งประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้เป็นปัญหาสำคัญในการเข้าถึงแต่ละบุคคลในชุมชนดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. กระบวนการความคิดของบุคคล

จากการศึกษา ด้านการกระบวนการความคิดของบุคคลในการเข้าไปมีส่วนร่วมต่อการพัฒนาวัดถ้ำเขาพลู ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดชุมพร ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ถูกสัมภาษณ์จากชุมชนวัดถ้ำเขาพลูมีภูมิหลังความรู้ ชีวิตความเป็นอยู่ ประสบการณ์ และภูมิหลังทางสังคมที่แตกต่างกันในบางกลุ่ม ทำให้การรับรู้ การสร้างกระบวนการความคิด/ความเข้าใจ/ความต้องการ แตกต่างกันในบางครั้งต่อการเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาวัดถ้ำเขาพลูให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

เชิงวัฒนธรรมที่ดีและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทางการท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง “...การนำพาให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาวัดฯ เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ยังขาดการเข้าถึงประชาชนในกลุ่มต่าง ๆ ที่เหมาะสม ทำให้การให้ข้อมูล ให้ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญที่จะสามารถเข้าถึงชุมชนได้อย่างดีจนเกิดการพัฒนาด้านที่เหมาะสมอาจจะไม่ต่อเนื่อง และไม่เป็นรูปธรรมที่มีประสิทธิภาพด้านการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง (T08)” “ชาวบ้านส่วนใหญ่ยังไม่เข้าใจในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่จะสามารถสนองตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ดีและเหมาะสม ทำให้ขาดความสม่ำเสมอในการพัฒนา (T06)” จึงส่งผลต่อการค้นหาปัญหา เช่น การร่วมประชุมเพื่อเสนอปัญหาความต้องการของชุมชน การร่วมคิดในการแก้ไขปัญหาการพัฒนาวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การร่วมคิด และวางแผนเพื่อแก้ไขปัญหาในการหาวิธีการที่จะได้งบประมาณสำหรับพัฒนาทำกิจกรรมต่าง ๆ และการร่วมออกแบบอาหาร และผลิตภัณฑ์ให้สร้างสรรค์เพื่อจำหน่ายในชุมชนแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดถ้าเขาพลู “ชาวบ้านในชุมชนส่วนใหญ่ สามารถมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาด้านการพัฒนาสถานที่แห่งนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เมื่อชุมชนมีการจัดขึ้น แต่ยังขาดกระบวนการในการสร้างความเข้าใจ การถ่ายทอดข้อมูลที่ทำให้เกิดการพัฒนาที่สม่ำเสมอ การให้แนวทางที่ถูกต้องในแต่ละประเด็น ที่จะนำไปสู่การพัฒนาวัดฯ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ดี (T03)” สอดคล้องกับงานวิจัยของ Andriotis (2005) และ Orathai (2017) ที่ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วม และ Yolles, & Fink (2013) ว่าด้วยทฤษฎี Mindset Agency ซึ่งส่งผลต่อการประมวลผล และแบ่งปันความรู้ที่ถูกต้องต่อการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน เนื่องจากกลุ่มผู้เกี่ยวข้องบางกลุ่ม ยังมีความเข้าใจน้อยต่อการพัฒนาที่ถูกต้อง และยังขาดการประสานงานอย่างเป็นรูปธรรม อีกทั้งยังขาดในเรื่องของการทำการตลาดการท่องเที่ยวที่จะสามารถเผยแพร่ และทำกิจกรรมด้านการตลาดได้เหมาะสมจากผู้มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และมีความเชี่ยวชาญ “...การจูงใจชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาวัดฯ เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ยังขาดกระบวนการ และวิธีการในการให้ข้อมูลเพื่อให้ประชาชนมีใจอยากที่จะเข้ามาช่วยพัฒนา ให้ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญที่สามารถเข้าถึงชุมชนที่ดี ทำให้การพัฒนาอาจจะไม่ต่อเนื่อง และไม่เป็นรูปธรรมที่มีประสิทธิภาพด้านการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง (T11)” เพราะการที่จะเข้าถึงกระบวนการด้านความคิด ต้องมีความเข้าใจถึงปัจจัยพื้นฐานของความคิดที่ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบสำคัญที่พบจากงานวิจัยครั้งนี้

คือ (1) ภูมิหลังด้านต่าง ๆ ของผู้คิด (2) สิ่งเร้า/สิ่งกระตุ้น (3) สื่อที่มากกระทบและอุปกรณ์สำหรับช่วยคิดหรือให้เห็นภาพ และ (4) รูปแบบการสื่อสาร (ทั้งการรับและการส่ง) เพื่อให้ประชาชนในชุมชนเกิดกระบวนการคิดอย่างต่อเนื่อง และเกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีกทั้งต้องมีการเข้าใจในการคิดของแต่ละบุคคลว่า มีรูปแบบใดบ้าง เพื่อให้เกิดการกระตุ้นให้คิดไปในรูปแบบที่ต้องการ คือ

1. การคิดอย่างมีจุดมุ่งหมายเป็นการคิดอย่าง

เป็นกระบวนการ คิดหาเหตุผลเพื่อนำไปใช้ในการแก้ปัญหา

2. การคิดอย่างไม่มีจุดมุ่งหมายเป็นการคิดแบบไร้

กระบวนการ หรือคิดแบบเลื่อนลอย เพื่อฝัน ไม่มีขอบเขตส่วนใหญ่จะคล้อยตามสิ่งเร้า

อีกทั้ง ต้องมีความเข้าใจในรูปแบบความคิดของบุคคลว่าเป็นแบบใดบ้าง เช่น คิดและทำ คิดแต่ไม่ทำ ทำแต่ไม่คิด และไม่คิด ไม่ทำ เป็นต้น ซึ่งจากงานวิจัย พบว่า ส่วนหนึ่งของการเกิดรูปแบบต่าง ๆ นี้ สิ่งเร้าและสิ่งกระตุ้น และการสร้างกระบวนการคิดที่ถูกต้อง มีส่วนสำคัญที่จะทำให้ประชาชนในชุมชนนั้นเกิด 2 รูปแบบสำคัญ คือ การคิดและทำ และการทำแต่ไม่คิด ซึ่งถือว่าเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเป็นการทำให้เกิดการคิดเชิงออกแบบ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสิ่งที่ซับซ้อนมากขึ้น

2. พฤติกรรมและวัฒนธรรม (ทัศนคติ ความเชื่อ และค่านิยม)

จากการศึกษา ด้านพฤติกรรม และวัฒนธรรม (ทัศนคติ ความเชื่อ และค่านิยม) ของประชาชนในชุมชนต่อการพัฒนาวัดถ้าเขาพลู อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ถูกสัมภาษณ์จากชุมชนวัดถ้าเขาพลู มีพฤติกรรมการแสดงออกและการตอบรับต่อการเข้าร่วมและการพัฒนาวัดถ้าเขาพลูที่ดีในระดับหนึ่ง เนื่องจากชุมชนคำนึงถึงความยั่งยืนของวัฒนธรรม ศิลปะ และสิ่งแวดล้อมที่รายล้อมให้ดำรงอยู่ต่อไป ปรากฏจากการสูญหาย และถูกทำลายน้อยที่สุด แต่ยังขาดการกำหนดทิศทางการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากผู้มีความรู้ ความสามารถ และความเข้าใจทั้งในด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ดี การเข้าถึง และการเข้าใจในความแตกต่างด้านภูมิหลังต่าง ๆ ของประชาชนในชุมชนต่อกระบวนการที่เหมาะสม เพื่อนำมาสู่การเข้าร่วมในการพัฒนาวัดถ้าเขาพลูให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องแบบมีประสิทธิภาพ และได้ประสิทธิผลอย่างชัดเจน จนเกิดผลิตภัณฑ์ทางการตลาดท่องเที่ยวทั้งในรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สัมผัสได้และผลิตภัณฑ์ที่สัมผัสไม่ได้ ที่จะสามารถสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

และความคาดหวังของผู้บริโภคที่ได้ประสิทธิผลอย่างชัดเจน “ชาวบ้านแต่ละหลังคาเรือนในชุมชนรอบวัดฯ มีพฤติกรรม การเป็นอยู่ ความรู้ การได้รับข่าวสาร และสื่อที่ใช้การได้รับการอบรมสั่งสอนที่แตกต่างกันถึงแม้จะอยู่ในชุมชนเดียวกันหรืออยู่มา นาน ซึ่งเป็นปัญหาที่เห็นจากเวลาที่หน่วยงานฯ ประกาศให้ พวกเราไปประชุมเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของวัดฯ (T18)” สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yolles, & Fink (2013) ที่ได้กล่าวถึง ทฤษฎี Mindset Agency

3. การสร้างการมีส่วนร่วม

จากการศึกษาด้านการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ต่อการพัฒนาวัดถ้ำเขาพลู อำเภอปะทิว ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดชุมพร ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ถูกสัมภาษณ์จากชุมชนวัดถ้ำเขาพลู ยังมีการเข้าร่วม ในการพัฒนาวัดถ้ำเขาพลูให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในระดับปานกลาง เนื่องจากปัญหาการเข้าถึง การสร้างความ เข้าใจ สร้างแรงจูงใจ และการวางแผนงานอย่างต่อเนื่อง ยังขาดความเป็นรูปธรรมอยู่มาก เนื่องจากกระบวนการที่จะเข้าถึง ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนยังขาดประสิทธิภาพ ที่จะสามารถ ทำให้ประชาชนเข้าใจ ร่วมใจอย่างเหนียวแน่น และต่อเนื่อง ยังไม่เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนใหญ่เป็นไปตามกระแส หรือแล้วแต่การกระตุ้น หรือตื่นตัวของภาครัฐที่จะเข้ามาจัด ประชุม หรือพูดคุยเป็นครั้งเป็นคราว แต่ขาดความต่อเนื่อง ขาดแผนงานที่มีประสิทธิภาพที่จะสามารถพัฒนาวัดถ้ำเขาพลู ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรมได้ใน ระยะยาว จนสามารถตอบสนองความต้องการทางด้านการ ท่องเที่ยวของตลาดในช่วงระยะเวลาต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Andriotis (2005) และ Orathai (2015) “เมื่อมีการประกาศให้มาประชุมในเรื่องแหล่งท่องเที่ยว วัดฯ ชาวบ้านก็จะชวนกันมาแต่ก็นั่งฟังแบบผ่าน ๆ และก็ไม่ แยกย้ายกลับ มีการเสนอความคิดเห็นบ้าง แต่ก็แค่ในการประชุม เท่านั้น ไม่เห็นได้นำไปทำอะไรต่อ (T19)” “การที่ชาวบ้าน ได้มีโอกาสมาร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววัดถ้ำเขาพลู ส่วนใหญ่จะเป็นเพียงการมานั่งรับฟังเท่านั้น และก็ไม่ได้เกิด ขึ้นบ่อย จนทำให้สาระไม่ต่อเนื่อง (T06)”

4. การพัฒนาวัดถ้ำเขาพลูให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดชุมพร

การวิจัยครั้งนี้ ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ถูก สัมภาษณ์จากชุมชนวัดถ้ำเขาพลู ได้ศึกษาถึงการพัฒนาวัดถ้ำ เขาพลูให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดชุมพร โดย แบ่งออกเป็น 4 ประเด็น เพื่อศึกษา คือ (1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ (2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (3) ด้านวัฒนธรรม ประเพณี และ (4) ด้านสิ่งแวดล้อม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ด้านสิ่งดึงดูดใจ

จากการศึกษา ด้านสิ่งดึงดูดใจเพื่อการพัฒนาวัดถ้ำเขา พลูให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปะทิว จังหวัด ชุมพร ผลการวิจัย พบว่า สภาพความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม และการคงไว้ในความเป็น ธรรมชาติที่ควรค่าต่อการศึกษาหาความรู้ เป็นสิ่งสำคัญต่อ การพัฒนาเพื่อการสร้างสิ่งดึงดูดใจ การวางแผนทางด้านการ ตลาด และกลยุทธ์เพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาศึกษา เรียนรู้ พักผ่อน และเผยแพร่สู่สายตาประชาคม “การสร้าง แหล่งดึงดูดใจในพื้นที่วัดถ้ำเขาพลู มีใช้เรื่องยาก แต่หากยัง ขาดผู้มีความเข้าใจ มีความรู้ที่จะช่วยดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง จนสามารถตอบโจทย์การตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ (T22)” นอกจากนี้ การดำรงไว้ซึ่งวิถีการใช้ชีวิตแบบท้องถิ่น หรือสร้างเรื่องราวเรื่องเล่าให้เกิดขึ้นจากสิ่งของหรือสถานที่ทาง วัฒนธรรมของวัดถ้ำเขาพลู ก็จะเป็นสิ่งที่ช่วยให้เกิดการ พัฒนา ต่อ ยอดไปได้อย่าง และง่ายต่อการจดจำในด้านความแตกต่าง จากชุมชนอื่น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dickman (1996) “การคงไว้ซึ่งความเป็นธรรมชาติเป็นสิ่งสำคัญที่ชุมชนต้องการ ที่จะให้นักท่องเที่ยวได้มาท่องเที่ยว เพราะจะสามารถสร้าง แหล่งดึงดูดใจในพื้นที่วัดถ้ำเขาพลู ซึ่งเรามองว่ามิใช่เรื่องยาก แต่ยังขาดคนที่มีความเข้าใจในการพัฒนาให้เกิดขึ้นจริง และมีความรู้ที่สามารถช่วยชาวบ้าน และชี้แนวทางที่จะดำเนินงาน ได้อย่างต่อเนื่อง ตรงตามที่ต้องการตลาดการท่องเที่ยวต้องการ (T29)”

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการศึกษา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการพัฒนาวัดถ้ำเขาพลูให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัด ชุมพร ผลการวิจัย พบว่า การพัฒนาควบคู่ไปกับการจัดให้มี สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ศูนย์ประชาสัมพันธ์ข้อมูล เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การต่อเชื่อมอินเทอร์เน็ตแบบ Wi-Fi การจำหน่ายของที่ระลึก ความหลากหลายของประเภท การให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยว เช่น บริการรถเช่า บริการ นวดผ่อนคลายแผนไทย และสถานที่รับฝากยานพาหนะที่มี ความปลอดภัย เป็นต้น “พื้นที่วัดถ้ำเขาพลู ยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ศูนย์ประชาสัมพันธ์ การจำหน่ายของที่ ระลึก ศูนย์บริการรถเช่า และอื่น ๆ อีกมากมาย ที่ไม่สอดคล้อง รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้สามารถเอื้ออำนวยแก่นักท่องเที่ยวได้น้อย (T23)” “จากที่เห็นเวลานักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมวัด ยังมีความต้องการ ในสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่มาก แต่พื้นที่ยังขาดการสนับสนุน (T25)” แต่การสรรหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เหล่านั้น ต้องคงไว้ ในความเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะสิ่งปลูก

สร้างใหม่ ๆ เพื่อรองรับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความกลมกลืนต่อรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dickman (1996)

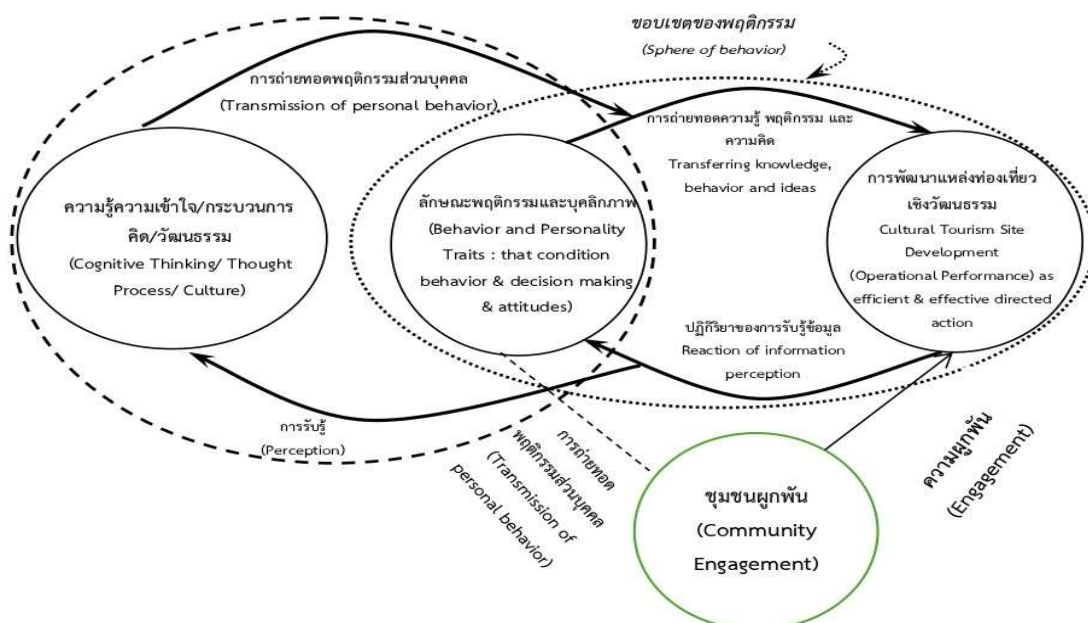
ด้านวัฒนธรรม ประเพณี

จากการศึกษาด้านวัฒนธรรม ประเพณีเพื่อการพัฒนาวัดถ้ำเขาพลูให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดชุมพร ผลการวิจัย พบว่า การจัดงานประเพณีท้องถิ่นต่าง ๆ มีความจำเป็น และสำคัญอย่างมาก รวมถึงการดำรงไว้ซึ่งขนบธรรมเนียม และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่จำเป็นอย่างมาก “ท้องถิ่นยังคงต้องคงไว้ซึ่งวัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิม เพื่อดำรง รักษาไว้ถึงวัฒนธรรมอันดีของชุมชนวัดถ้ำเขาพลู (T07)” “วัฒนธรรมท้องถิ่น และขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ยังคงต้องมีการศึกษา และนำมาปรับฟื้นฟู เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดถ้ำเขาพลูเกิดความน่าสนใจต่อการศึกษามากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งควรมีการจัดทำเรื่องเล่าให้เกิดความน่าสนใจ ควรค่าต่อการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว (T09)” นอกจากนี้ ควรจะมีการจัดระบบการจัดงาน และจัดรูปแบบการนำเสนอที่เป็นระบบ ระเบียบมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ง่ายต่อการติดต่อ ง่ายต่อการทำการตลาด และง่ายต่อการอนุรักษ์ไว้เช่นเดียวกัน เพราะจะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจมาท่องเที่ยวได้ง่ายมากยิ่งขึ้น และยังสามารถวางแผนการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chaigassem, & Tunming (2019)

ด้านสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาวัดถ้ำเขาพลูให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดชุมพร

ผลการวิจัย พบว่า วัดถ้ำเขาพลูมีความปลอดภัยและบรรยากาศน่าเยี่ยมชมในระดับหนึ่ง “ชุมชนยังรู้สึกว่าการพัฒนาที่สร้างขึ้นจะสร้างความรู้สึกที่ดีแก่ผู้มาเยี่ยมชมยังไม่เพียงพอ เพราะยังขาดคนที่สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้ และยังขาดสัญลักษณ์ ป้ายที่สามารถบอกถึงอันตรายอยู่จำนวนมาก จากที่ได้พูดคุยกับผู้มาเยี่ยมชม (T23)” เนื่องจากพื้นที่เป็นถ้ำ จึงทำให้การพัฒนาต้องเพิ่มความระมัดระวัง ความใส่ใจ และการสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดการสร้างความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในการเยี่ยมชมวัดถ้ำเขาพลู สามารถดำรงไว้ซึ่งความเป็นธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่สวยงาม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sanchez-Sanchez et al., (2021) อีกทั้งงานวิจัย ยังพบว่า ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมโดยรอบยังคงต้องการการพัฒนาให้ดีขึ้น เพราะมีร่องรอยความเสื่อมโทรมต่าง ๆ แต่จะต้องรักษาความเป็นธรรมชาติ และความสมดุลไว้ มิเช่นนั้นจะทำให้สถานที่ขาดความน่าสนใจ นักท่องเที่ยวจะจดจำสภาพที่ไม่น่าประทับใจ เช่น ความแห้งแล้งของหญ้า ขยะ และการไม่เป็นระเบียบของสถานที่ที่ถูกปล่อยให้ทรุดโทรม “สภาพโดยรวมของวัดยังขาดการพัฒนาที่ถูกต้อง อาจจะเพราะไม่มีใครที่เข้าใจถึงชุมชนได้อย่างถูกต้อง และต่อเนืองที่จะสามารถจูงใจให้เข้าร่วมในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดี ในแบบที่ควรจะเป็น ขาดความเข้าใจ เข้าถึงชุมชนที่ดี ถึงทำให้สภาพโดยรวมยังไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวได้อย่างต่อเนื่องได้ และความปลอดภัยก็ยังมีเนื่องจากงบการพัฒนาฯ (T16)”



รูปที่ 2 กระบวนการในการเข้าถึงบุคคล (ที่มา: Sawagvudcharee, 2022)

จากรูปที่ 2 แสดงถึงการกระบวนการในการเข้าถึงบุคคล (ประชาชนในชุมชน) เพื่อจูงใจให้เกิดความตื่นตัวเกิดสิ่งเร้าในการเข้ามามีส่วนร่วมต่อการพัฒนาวัดถ้ำเขาพลูให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น เกิดการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม โดยต้องมีความใส่ใจในกระบวนการทางความคิด ลักษณะนิสัย ความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อ และความใส่ใจของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน ถึงแม้จะอาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน แต่การรับรู้ การแสดงออก และการถ่ายทอดไม่เหมือนกัน ซึ่งจะส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในระยะยาวเป็นอย่างมาก

สรุป

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังกรณีศึกษา วัดถ้ำเขาพลู อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร เป็นเรื่องที่น่าสนใจมาก เนื่องจากวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่มีอยู่ในวัดถ้ำเขาพลู และสภาพแวดล้อมที่ยังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างมาก ควรค่าแก่การเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเข้ามาศึกษาเรียนรู้ อนุรักษ์ และนำไปเผยแพร่อัตลักษณ์ของวัดและชุมชน ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจกระบวนการในการเข้าถึงชุมชนเพื่อการสร้างการมีส่วนร่วมจากชุมชนให้เป็นปึกแผ่นในการพัฒนาวัฒนธรรมของตนเองให้เกิดความยั่งยืน ผลักดันให้เกิดกระแสสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ให้มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะด้านการอนุรักษ์ และด้านการตลาดการท่องเที่ยว เพราะปัจจุบันมีความตระหนักถึงความสำคัญของศิลปะ วัฒนธรรมต่าง ๆ รวมถึงมรดกทางวัฒนธรรมพื้นบ้านมากขึ้น อีกทั้งผู้บริโภคทางการท่องเที่ยวก็เพิ่มความสนใจในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมายังจุดหมายปลายทางที่มีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ เรียนรู้ และจดจำ ดังเช่น วัดถ้ำเขาพลู อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ทั้งนี้ การตื่นตัวต่อวัฒนธรรม ความห่วงหาอาทร และความรู้ทางวัฒนธรรมของชุมชนที่เป็นจุดกำเนิดของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังจะเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้กลายเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในยุโรป เอเชีย และตะวันออกกลาง อีกทั้งประเทศต่าง ๆ ได้พยายามที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศของตนเอง นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ มาสู่ชุมชนนั้น ๆ เพื่อให้เกิดวัฏจักรชีวิตทางเศรษฐกิจที่ดี และสามารถนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจทั้งระดับชุมชน ระดับประเทศ และระดับภูมิภาคได้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสืบทอดศิลปะ ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไป ดังเช่นประเทศไทย อย่างไรก็ตามการแข่งขันทลาดทางการท่องเที่ยวที่สูงขึ้น กระแสการพัฒนาการท่องเที่ยว

เชิงวัฒนธรรมจึงได้รับความสนใจเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยว และมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศไทยมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และได้มีการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมสืบเนื่องมาเป็นเวลานาน

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการทางจิตวิทยาในการเข้าถึงประชาชนในชุมชน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนการที่สามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความประทับใจต่อนักท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อเพิ่มความดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว
2. ควรศึกษาด้านการวางแผนงานเชิงยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดแผนแม่แบบที่มีประสิทธิภาพ และควรศึกษาด้านภาพลักษณ์ ทัศนคติที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุง และพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้เกิดความน่าสนใจ และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายยิ่งขึ้น

References

- Alberti, F. G., & Giusti, J. D. (2012). Cultural heritage, tourism and regional competitiveness: the Motor Valley cluster. *City, Culture and Society*, 3(4), 261-273.
- Andriotis, K. (2005). Community groups' perceptions of and preferences for tourism development: Evidence from Crete. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29(1), 67-90.
- Arnstine, S. R. (1969). A leader of citizen participation. *Journal of the American Planning Association*, 35(4), 216-224.
- Boje, D. (2004). *Welcome to Mindsapes*. Retrieved December 27, 2021, from <http://peaceaware.com/mindscape>
- Chaigassem, T., & Tunming, P. (2019). Identity for cultural tourism of the Bueng Kan Province, Thailand. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(1), 1-17.
- Department of Tourism, Ministry of Tourism & Sports. (2020). *Annual Report*. Retrieved December 27, 2021, from <https://www.tat.or.th/th/>. [in Thai]

- Dickman, S. (1996). *Tourism: An Introductory Text*. Sydney: Hodder Education.
- Khlaikaew, K. (2015). The cultural tourism management under context of world heritage sites: Stakeholders' opinions between Luang Prabang communities, Laos and Muang-Kao Communities, Sukhothai, Thailand. *Procedia Economics and Finance*, 23(1), 1286-1295. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00563-8](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00563-8)
- Kvam, G.-T., & Strate, E. P. (2010). Innovation and diffusion-different roles in developing nature-based tourism. *The open Social Science Journal*, 3(1), 30-40.
- McQuilken, L., Breth, R., & Shaw, R. N. (2000). *Consumer Expectation and Satisfaction Levels: a Evaluation of Tourism in the Ottawa Region*. Proceedings by Bowater School of Management and Marketing, Deakin University.
- Middleton, V.T.C. (1994). *Marketing in Travel and Tourism*. Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Pratad, O. (2015). *Participation of Citizens in fort Mattakan, Rattanakosin Island, Thailand* (Master's Independent Study). Bagkok, Thammasat University. [in Thai]
- Nusong, O. (2017). *Community Participation in Management of Aquatic Animals Protected Area: A case study of Moo 1, Pa-Khad Sub-District, Singhanakhon District, Sangkhla Province* (Master' Thesis). Songkhla Province, Prince of Songkhla University. [in Thai]
- Rich, A.-K., & Franch, A.K. (2016). Tourism development in Bagan, Myanmar: perceptions of its influences upon young peoples' cultural identity. *Tourism Planning & Development*, 13(3), 333-350.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: a review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.
- Sanchez-Sanchez, O.M., De-Pablos-Heredero, C., & Montes-Botella, L. J. (2021). A behavior model for cultural tourism: loyalty to destination. *Economic Research-Ekonomika Istrazivanja*, 34(1), 2720-2746.
- Sawagvudcharee, O., Liu, H., & Zhang, C. (2020). Tourist perceived value and quality of intangible cultural heritage souvenirs on customers' purchase intention: a case study of Chinese tourists. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 4(7), 181-195.
- Yolles, M., & Fink, G. (2013). Exploring Mindset Agency Theory, Working Paper of the Organizational Coherence and Trajectory (OCT) Project.
- Warasiri, K., & Sawagvudcharee, O. (2018). The historical innovation Ayutthaya model of tourism development. *EAU Heritage Journal Social Science and Humanities*, 9(3), 245-258. [in Thai]