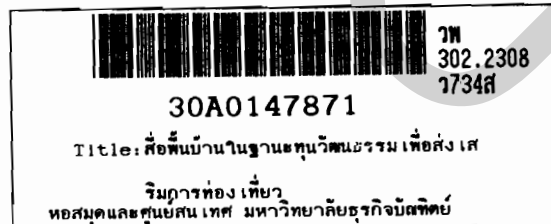




สื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว  
ที่พักทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์)  
: ศึกษาเฉพาะกรณีบ้านปราสาท  
จังหวัดนครราชสีมา

นางสาววิไลภรณ์ จิรวัดนเศรษฐ์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาศิลปศาสตรธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต  
พ.ศ. 2544  
ISBN 974-281-672-7

Folk media as cultural capital to the promotion  
of Homestay ecotourism in Thailand:  
A case study of BanPrasat,  
Nakornratchasima province

Miss Wilaiporn Chirawattanasate

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
For the Degree of Arts in Business Communication  
Department of Business Communication  
Graduate School Dhurakitpundit University  
2001

ISBN 974-281-672-7

เลขทะเบียน.....	0147871
วันลงทะเบียน.....	10 เม.ย. 2545
เลขวิชา.....	อน
	303.2308
	234 ล
	03



## ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ **สื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรม**  
(โฮมสเตย์) : ศึกษาเฉพาะกรณีบ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา

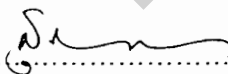
โดย น.ส. วิไลภรณ์ จิรวัดมนเศรษฐ์

สาขาวิชา นิเทศศาสตรธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.ธัญชลี จุฬ่าพิมพ์พันธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

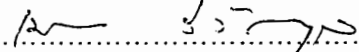
ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

..... ประธานกรรมการ

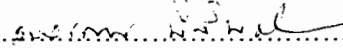
(ศ.สุกัญญา สุตบรรทัด)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(ดร.ธัญชลี จุฬ่าพิมพ์พันธ์)

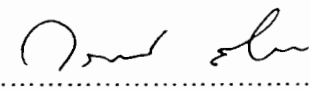
..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

(รศ.เมตตา วิวัฒน์นกุล)

..... กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย

(รศ.ดร.อรรรณ ปิรันธน์โอวาท)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รศ.ดร.วราภรณ์ สามโกเศศ)

วันที่ 19 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2544

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง “สื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พัททังวัฒนธรรม : ศึกษาเฉพาะกรณีบ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา” สำเร็จลงได้ก็ด้วยดีก็ด้วยพระคุณและความร่วมมือของบุคคลหลาย ๆ ท่าน

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่ามาร่วมเป็นกรรมการสอบ ให้คำแนะนำและชี้แนะสิ่งดี ๆ จนผู้วิจัยประสบความสำเร็จในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ อันประกอบด้วย ศาสตราจารย์สุกัญญา สุตบรรทัด ร.ศ.ดร.อรรพรรณ ปิลาธนโอบาท ร.ศ. เมตตา วิวัฒนานุกูล และดร. อัญชลี จุฬาทิมพ์พันธุ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่เสียสละเวลาอย่างมากมาในการให้คำปรึกษา ช่วยตรวจงานอย่างละเอียดและคำแนะนำที่ดี ๆ มีประโยชน์ที่สุดต่อวิทยานิพนธ์เล่มนี้

ขอขอบพระคุณ ดร. พัฒนพงษ์ จาติเกตุ ผู้จุดประกายความคิดให้ผู้วิจัยมองเห็นสิ่งที่มีค่าในท้องถิ่นตนเอง จนสำเร็จมาเป็นวิทยานิพนธ์เล่มนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ นักวิชาการและนักวิจัยทุกท่านที่ได้เขียนตำรา บทความ และงานวิจัยอันมีค่าต่อการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ คุณชูเกียรติ โทธิโต พนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 1 ชาวบ้านปราสาทและนักท่องเที่ยวทุก ๆ ท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี จนทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่มีค่ามากมาย

ขอขอบพระคุณป้าและแม่ ผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จทุก ๆ อย่างของลูกสาวคนนี้

ขอขอบคุณ คุณธีระพงษ์ ชัมศิริ ที่เสียสละเวลาช่วยถอดเทปสัมภาษณ์ ตรวจแก้ไขคำผิด รวมทั้งกำลังใจที่มีให้เสมอ ขอขอบใจนายคมกริช จิรวัดนเศรษฐี น้องชายสุดที่รัก ที่ไปช่วยเก็บข้อมูล และสุดท้ายนี้คงต้องขอบคุณตนเองที่อดทน มุ่งมั่น และเพียรพยายามจนมีวันแห่งความสำเร็จ

อนึ่ง หากวิทยานิพนธ์นี้ได้ก่อให้เกิดคุณค่าต่อผู้ที่สนใจ นักเรียน นักศึกษาและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการสังเกตเห็นคุณค่าของสื่อพื้นบ้านในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในท้องถิ่นอื่น ๆ ผู้วิจัยขออุทิศความดีทั้งหมดนี้แด่บุพการี ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณต่อวิทยานิพนธ์เล่มนี้ทุกท่าน และพร้อมที่จะน้อมรับความผิดพลาดไว้แต่เพียงผู้เดียว

วิไลภรณ์ จิรวัดนเศรษฐี

กันยายน 2544

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๘
กิตติกรรมประกาศ.....	๘
สารบัญภาพ.....	๙
สารบัญตาราง.....	๘
<b>บทที่</b>	
1. บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	9
ปัญหาคำถามวิจัย.....	9
ขอบเขตของการวิจัย.....	10
นิยามศัพท์.....	10
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
2. ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับสภาพสังคม วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวบ้านปราสาท.....	13
แนวคิดเรื่องสื่อพื้นบ้าน.....	24
แนวคิดเรื่องทุนวัฒนธรรม.....	36
แนวคิดเรื่องการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว.....	48
แนวคิดเรื่องการตลาดเพื่อสังคม.....	58
แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจชุมชน.....	63
แนวคิดเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม.....	70
แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.....	79
ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์.....	88
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	92

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	96
ประชากรในการศึกษาวิจัย.....	96
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	96
ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล.....	99
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	99
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	100
การนำเสนอข้อมูล.....	100
4. ผลการดำเนินการวิจัย.....	101
ตอนที่ 1 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่พิกทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์).....	101
ตอนที่ 2 ทู่นวัฒนธรรม.....	108
ตอนที่ 3 ที่พิกทางวัฒนธรรมและสื่อพื้นบ้านกับการเกิดเศรษฐกิจชุมชน.....	162
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	173
สรุปผลการวิจัย.....	173
อภิปรายผล.....	180
ข้อเสนอแนะ.....	197
แนวทางการศึกษาในอนาคต.....	201
สรุป.....	201
บรรณานุกรม.....	203
ภาคผนวก.....	
ภาคผนวก ก ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์.....	209
ภาคผนวก ข พิธีบายศรีสู่ขวัญ.....	212
ภาคผนวก ค สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก.....	216

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก (ต่อ)	
ภาคผนวก ข แผนภูมิสถิตินักท่องเที่ยว Homestay บ้านปราสาท.....	221
ภาคผนวก ง แบบประสานงานบ้านพักโฮมสเตย์ 26- 28 ม.ค. 2544.....	222
ภาคผนวก จ ตัวอย่างแผ่นพับประชาสัมพันธ์และเว็บไซต์การท่องเที่ยว บ้านปราสาท.....	223
ประวัติผู้วิจัย.....	230

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. รูปภาพแสดงร่องรอยหลักฐานทางโบราณคดี.....	15
2. รูปภาพแสดงโบราณวัตถุที่พบในหลุมฝังศพ.....	16
3. รูปภาพแสดงร้านจำหน่ายงานหัตถกรรมของชาวบ้านปราสาท.....	22
4. แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบคำศัพท์ที่มีความหมายเกี่ยวกับสื่อพื้นบ้าน.....	25
5. แผนภูมิแสดงลำดับขั้นของสื่อตามแนวคิดของ สมควร กวียะ.....	27
6. แผนภูมิการแบ่งประเภทของสื่อพื้นบ้านตามแนวคิดของ กาญจนา แก้วเทพ.....	28
7. รูปภาพแสดง "รางวัล" สื่อพื้นบ้านที่สร้างความบันเทิงให้แก่นักท่องเที่ยว.....	33
8. กระบวนการพานิชยวัตถุที่บ้านปราสาท จากสื่อกลายเป็นสินค้าหลากหลายประเภท.....	44
9. แสดงการตีบาตรยามเช้าของชาวบ้านกับนักท่องเที่ยว.....	51
10. แผนภูมิแสดงส่วนแบ่งการตลาดการท่องเที่ยวภาคอีสาน ปี 2543.....	57
11. รูปภาพแสดงการใช้วงมโหรี มาส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม.....	62
12. รูปภาพแสดงการสร้างเศรษฐกิจชุมชนด้วยการสร้างพิพิธภัณฑ์และแหล่งโบราณคดี.....	70
13. รูปภาพแสดงภาพการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ระหว่างชาวบ้านกับนักท่องเที่ยว.....	75
14. แผนภูมิแสดงแนวคิดพื้นฐานที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.....	83
15. รูปภาพแสดงการต้อนรับแบบไทย ๆ ด้วยพวงมาลัย.....	87
16. รูปภาพแสดงมนุษย์โบราณถือปลา หน้าพิพิธภัณฑ์บ้านปราสาท.....	92
17. รูปภาพแสดงลำธารปราสาท ซึ่งเป็นลำน้ำศักดิ์สิทธิ์ของหมู่บ้าน.....	114
18. รูปภาพแสดงสภาพหม้อปั้นทรงปากแตร สื่อพื้นบ้านประเภทจิตรกรรมและปฏิมากรรม.....	116
19. รูปภาพแสดงลักษณะสถาปัตยกรรม พิพิธภัณฑ์และแหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท.....	117
20. รูปภาพแสดงลักษณะบ้านของชาวบ้านปราสาท.....	119
21. รูปภาพแสดงการแสดงของนักเรียนบ้านปราสาท และลักษณะของชุดการแสดง.....	120
22. รูปภาพแสดง คุณลุงสภาพ แนนกลาง ผู้ชายที่สืบสานวัฒนธรรมการทอผ้า.....	122
23. รูปภาพแสดงภาพเก้าอี้ที่ผลิตขึ้นจากก้านตาล.....	123
24. รูปภาพแสดงคุณยายทิพย์ ถ้ำกลาง กังงานสวนหมวกที่ยึดเป็นอาชีพมานาน.....	124



## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
25. รูปภาพแสดง “เครื่องสีข้าว” สื่อบ้านประเภทของเล่นของใช้ของชาวบ้านปราสาท.....	125
26. รูปภาพแสดง “ครกกระเดื่อง” สื่อบ้านประเภทของเล่นของใช้ของบ้านปราสาท.....	126
27. รูปภาพแสดง “ขันโตก” สื่อบ้านประเภทของเล่นของใช้ซึ่งใช้จัดสำหรับอาหาร.....	127
28. รูปภาพแสดง “กระสุนไม้” เครื่องมือล่าสัตว์ ที่เป็นสื่อบ้านประเภทของเล่นของใช้.....	128
29. รูปภาพแสดง ชุดแต่งกายของผู้หญิงชาวบ้านปราสาท.....	130
30. รูปภาพแสดง คุณป้าพวง แรมพิมาย ขณะกำลังทำพานบายศรี.....	134
31. รูปภาพแสดง พานบายศรีที่ทำเสร็จสมบูรณ์ เพื่อให้ประกอบพิธีบายศรีสู่ขวัญ.....	134
32. รูปภาพแสดงการทักทายด้วยการไหว้และโบกหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส ระหว่างชาวบ้านปราสาทกับนักท่องเที่ยว.....	139
33. รูปภาพแสดง สื่อบ้านประเภทอาหารของบ้านปราสาท.....	142
34. รูปภาพแสดงนักท่องเที่ยวได้ฝึกหัดทอเสื่อ ขณะเที่ยวชมกลุ่มอาชีพ.....	145
35. รูปภาพแสดงการรับประทานอาหารร่วมกันระหว่างเจ้าของบ้านกับนักท่องเที่ยว.....	152
36. รูปภาพแสดง การพาชมหมู่บ้านโดยยุวมัคคุเทศก์.....	155
37. รูปภาพแสดงสภาพแวดล้อมในหมู่บ้าน.....	155
38. รูปภาพแสดงคุณลุงอุทัย ทักกลาง กำลังผลิตเครื่องดนตรีไทย.....	157
39. รูปภาพแสดง เยาวชนในหมู่บ้านกำลังจุดตะเกียงที่ถนนหน้าโรงเรียน.....	157
40. รูปภาพแสดง นักท่องเที่ยวอุดหนุนขนมของกลุ่มแม่บ้านก่อนเดินทางกลับ.....	165

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงตารางเปรียบเทียบส่วนแบ่งทางการตลาด จังหวัดในเขตภาคอีสานที่มี จำนวนนักท่องเที่ยวมาเยือนมากกว่า 1 ล้านคน.....	56

DPU

หัวข้อวิทยานิพนธ์	สื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์) : ศึกษาเฉพาะกรณีบ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา
ชื่อนักศึกษา	นางสาววิไลภรณ์ จิรวัดนเศรษฐ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. อัญชลี จุฬาทิมพ์พันธุ์
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2544

### บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์เรื่อง “สื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์) : ศึกษาเฉพาะกรณีบ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา” มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ

1. เพื่อศึกษาถึงกระบวนการที่ชาวบ้านปราสาทใช้เพื่อการแปรสื่อพื้นบ้านให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม
2. เพื่อศึกษาถึงประเภทและวิธีการใช้สื่อพื้นบ้านที่ชาวบ้านปราสาทใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม
3. เพื่อศึกษาถึงประโยชน์ของสื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรมที่ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของบ้านปราสาท

โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ คณะกรรมการชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) ชาวบ้านปราสาทที่เป็นเจ้าของบ้านพักทางวัฒนธรรม ตัวแทนกลุ่มอาชีพต่าง ๆ นักท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จากการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมหรือ โฮมสเตย์ เป็นตัวเลือกหนึ่งของการท่องเที่ยวในประเทศไทย ทำให้ประเทศไทยมีสินค้าที่จะนำเสนอสู่นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งยังส่งผลดีต่อชาวบ้านทำให้ชาวบ้านได้ใช้ความรู้และภูมิปัญญามาจัดการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นของตนเอง ซึ่งการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการจะศึกษาเรียนรู้และแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของท้องถิ่น

การท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทมีจุดขายคือ วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและอัยาศัยไมตรีของชาวบ้าน ซึ่งเป็นที่มาของการนำเอาสื่อพื้นบ้านมาแปรเป็นทุนวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชาวบ้านได้ประชุมและวางแผนงานออกมาจากความคิดของชาวบ้านเอง โดยมีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาและสนับสนุนอยู่เบื้องหลัง

การศึกษาการใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม พบว่าชาวบ้านปราสาทได้ใช้สื่อพื้นบ้านครบทั้ง 5 ประเภทตามแนวคิดของสมควร กวียะ (2535) คือ *ครรลองโสด* เช่น เพลงพื้นบ้าน ตำนานเกี่ยวกับหมู่บ้านและลำธารปราสาท, *ครรลองทัศน์* เช่น แหล่งโบราณคดีบ้านและพิพิธภัณฑ์บ้านปราสาท ลักษณะบ้านเรือน งานหัตถกรรมพื้นบ้าน, *ครรลองโสดทัศน์* เช่น อัยาศัยไมตรีของชาวบ้าน การแสดงการฟ้อนรำของนักเรียน รำวง พิธีบายศรีสู่ขวัญ *ครรลองรสหรือกลิ่น* เช่น อาหารพื้นบ้าน ประเภท ล้มตำ ผัดหมี่ หรือดอกไม้ที่ปลูกกันตามบ้านต่าง ๆ เพื่อนำมาทำพวงมาลัยมอบให้นักท่องเที่ยวและทำพานบายศรี และ*ครรลองทักษะ* โดยให้นักท่องเที่ยวได้ฝึกหัดทำงานหัตถกรรมต่าง ๆ เช่น ทอเสื่อ ทอผ้า เป็นต้น

โดยชาวบ้านได้มีแนวทางในการนำเอาสื่อพื้นบ้านมาแปรเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม ด้วยวิธีการดังนี้

1. การแปรสื่อพื้นบ้านให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมด้วยกระบวนการบริการด้านที่พักและการท่องเที่ยว โดยมีลักษณะเด่นคือ ราคาถูกกว่าการพักตามโรงแรมหรือรีสอร์ท, นักท่องเที่ยวจะได้รับการดูแลอย่างดีจากเจ้าของบ้าน, นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้ร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมรวมถึงการเรียนรู้วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และวิถีชีวิต และรับประทานอาหารท้องถิ่น

2. การแปรสื่อพื้นบ้านให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมด้วยกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย กิจกรรมการต้อนรับที่เน้นการใช้สื่อพื้นบ้านด้วยการต้อนรับด้วยพวงมาลัยดอกไม้สด พิธีบายศรีสู่ขวัญ วงมโหรี และการแสดงของนักเรียน รวมทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยวชมหมู่บ้าน เที่ยวชมแหล่งโบราณคดี กลุ่มอาชีพ และทัศนียภาพของหมู่บ้าน

3. การแปรสื่อพื้นบ้านให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมด้วยผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ เช่น ผลิตภัณฑ์จากต้นกก ต้นไทร ผลิตภัณฑ์จากต้นตาล ผ้าทอพื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว เครื่องดนตรีไทย เครื่องมือล่าสัตว์ เป็นต้น โดยมีทั้งประเภทที่ทำขึ้นเพื่อจำหน่ายเป็นสินค้าที่ระลึก จัดแสดงให้นักท่องเที่ยวได้ชม และทดลองทำด้วย

สื่อพื้นบ้านและการจัดการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมจึงส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนให้กับชาวบ้านปราสาท ซึ่งนอกจากชาวบ้านที่เป็นสมาชิกของชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) แล้ว ยังส่งเสริมให้ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกของกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ในหมู่บ้านมีรายได้จากการท่องเที่ยวด้วย โดยผ่านกิจกรรมการเที่ยวชมกลุ่มอาชีพ การได้เห็นการทำงานจริง ๆ ของกลุ่มอาชีพต่าง ๆ สร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวว่าได้ซื้อสิ่งของที่เกิดจากฝีมือของชาวบ้านจริง ๆ จนเกิดการอุดหนุนสินค้าของกลุ่มอาชีพ ส่งผลให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวแต่ละครั้งได้กระจายรายได้ไปสู่ชาวบ้านอย่างถ้วนหน้า

ดังนั้นจากการศึกษาผู้วิจัยจึงพบว่า แนวทางที่ชาวบ้านปราสาทนำสื่อพื้นบ้านมาเป็นทุนวัฒนธรรม โดยผ่านการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์) ได้สร้างอรรถประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นให้กับสื่อพื้นบ้าน คือ นอกจากจะเป็นสื่อที่มีความสำคัญทางวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นและสร้างความสนุกสนานแล้ว การใช้สื่อพื้นบ้านมาเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมทำให้สื่อพื้นบ้านมีคุณค่าเพิ่มในการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับการท่องเที่ยวของบ้านปราสาท สร้างงานและสร้างรายได้ จนเกิดเศรษฐกิจชุมชน

<b>Thesis Title</b>	Folk Media as Cultural Capital to the Promotion of Homestay Ecotourism in Thailand : A Case Study of Ban Prasat, Nakhon Ratchasima Province
<b>Name</b>	Miss Wilaiporn Chirawattanasate
<b>Thesis advisor</b>	Dr. Anchalee Chulapimpan
<b>Department</b>	Business Communication Arts
<b>Academic Year</b>	2001

### ABSTRACT

The purposes of this thesis were:

1. To study the process of converting folk media into cultural products utilized by people of Ban Prasat for the promotion of ecotourism in the form of homestay;
2. To study types and ways of utilizing folk media for the promotion of ecotourism in the form of homestay; and
3. To study the utilization of folk media as the cultural capital for the promotion of Ban Prasat's economic development.

The data used in this study were collected using semi-structured interview and participant observation. The samples were the Ecotourism (Homestay) Circle Committee, the villagers who had been the hosts and hostesses, as well as the owners of the houses using for the homestay, the representatives of occupational groups, the tourists, and the Tourism Authority of Thailand's officers.

The findings indicated that ecotourism or homestay was one of the several traveling choices in Thailand available for tourists. The ecotourism or homestay project had not only provided Thailand with goods and services for both domestic and foreign tourists but also given the villagers with a chance to use their knowledge and ability for managing local tourism within their own responsibilities. Ecotourism or homestay would be one of the answers to tourists who were seeking the knowledge and experience of cultural excursion via local living, where ones can enjoy cultural and traditional exchanges.

Ban Prasat's ecotourism or homestay had distinguished points of sales presentation, i.e., local cultures and traditions, blending with the generosity disposition from the villagers. The process of transforming certain folk media into the cultural capital for the promotion of tourism through cultural activities were developed through several meetings and plannings among villagers with the supervision and support from the Tourism Authority of Thailand.

The findings of this study indicated that in order to promote ecotourism, the following five means of folk media as stated by Somkuan Kaviya (1992) were applied by people of Ban Prasat ; *the audio means*; i.e., the folk song and the folklore concerning the legend of villages and streams of Ban Prasat ; *the visual means*; i.e., Ban Prasat archaeological sites and museum, housing features, and folk handicrafts ; *the audio-visual means*; i.e., students performance, folk dance, rites of welcoming ones with a set of cooked rice topped with a boiled egg used as offering to bring them back the guardian spirits ; *the flavorful and odorous means*; i.e., any of folk meals such as savory made of sliced green papaya mixed with condiments called "somtam", the dishes of fried rice noodles, and the home-grown flowers for making leis given to tourists and for decorating trays ; and *the drilling means*; as giving the tourists an opportunity of a hand-on experience with handicraft work, such as, weaving of mats and fabrics .

The means of converting folk media into cultural products were under the resolution issued by the Ecotourism (Homestay) Circle Committee of Ban Prasat Circle. Those means were as following :

1. The conversion of folk media into cultural products had been made by providing tourists with accommodation and sightseeing that should consisted of the following distinctiveness: the service prices should be cheaper than that of either hotel or resort; tourists should be given a warm welcome by each of the hosts and hostesses ; tourists should be given the opportunity to participate in cultural activities including the learning of culture, traditions and lifestyles, and to have local meals.

2. The conversion of folk media into cultural products had been made by giving tourists the welcoming activities that the following folk media were utilized such as

giving leis of fresh flowers, performing rites of welcoming tourists with a set of cooked rice topped with a boiled egg used as offering to bring them back their guardian spirits, showing of Thai orchestra by student performers and also conducting visit to archaeological sites, occupational group setting, and the village scenery.

3. The conversion of folk media into cultural products had been made by means of rendering the natural product, utensils, and machines as the cultural products; for example, the products made of sedge and cyperus culms, sugar palm stalks and coconut shells, hand woven fabrics, Thai musical instruments and hunting apparatus. The cultural products were sold as souvenir to tourists, who can also have a hand-on experience try or practise with the products

The folk media and the management of ecotourism enhanced the initiation of better economic status for the community. Not only the villagers who had been the members of the ecotourism circle but also the members of various occupational groups had earned more income by way of conducting activities for tourists such as visiting occupational groups. Furthermore, the visit to the occupational groups provided an opportunity for tourists to buy the products with the realization that these products were authentically made. As a result of the transaction, the distribution of income among villagers are widespread.

The findings also indicated that the means of converting folk media into cultural capital through ecotourism (homestay) could make the folk media to be more useful. The conversion of folk media into cultural products could make the folk media become more valuable as well as creating the uniqueness in tourism of Ban Prasat. In the end not only jobs and income are available for villagers but the development of better economic status for the community as well.



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“บ้านปราสาท” เป็นแหล่งโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์ยุคโลหะ<sup>1</sup> สันนิษฐานว่ามีอายุราว 3000 ปี ปัจจุบันกรมศิลปากรได้จัดทำพิพิธภัณฑ์กลางแจ้ง (Open – site Museum) โดยคงสภาพของหลุมขุดค้นและหลักฐานที่ขุดพบไว้ในสภาพที่เป็นจริงตามที่ขุดพบในครั้งแรก เพื่อให้ประชาชนทั่วไปสามารถเดินทางเข้าไปชมร่องรอยหลักฐานการอยู่อาศัยของคนโบราณสมัยก่อนประวัติศาสตร์ได้ (ของดีโคราช เล่ม 1 สาขามนุษย์ศาสตร์: มปป.)

บ้านปราสาทเป็นหมู่บ้านหนึ่งที่อยู่ในเขตตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา ผู้คนมักจะเรียกกันว่าบ้านปราสาท แต่หมู่บ้านนี้จะมีชื่อเต็ม ๆ ว่า “บ้านปราสาทใต้” ระยะทางห่างจากตัวเมืองนครราชสีมาประมาณ 44 กิโลเมตร ซึ่งการเดินทางจะใช้เส้นทางสายนครราชสีมา – พินาย ความโดดเด่นของบ้านปราสาทนั้น นอกจากจะมีการขุดพบโครงกระดูกของคนโบราณแล้ว ภายในหมู่บ้านปราสาทยังมีถ้ำธารปราสาท ถ้ำธารปราสาทอันศักดิ์สิทธิ์และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักรักษาวัฒนธรรม) หรือโฮมสเตย์แล้ว บ้านปราสาทยังมีบริเวณอยู่ใกล้กับแหล่งโบราณคดีโบราณสถานและสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์มากมาย อาทิเช่น ปราสาทหินพิมาย ปราสาทหินพนมวันและบ้านสัมฤทธิ์ ซึ่งในอดีตเรียกว่าทุ่งสัมฤทธิ์ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ที่ท้าวสุรนารี หรือย่าโม ใช้เป็นที่ปราบกบฏลาวกongsทัพของเจ้าอนุวงศ์จากเวียงจันทน์

ที่มาของชื่อบ้านปราสาทนั้นเป็นที่เชื่อกันในหมู่บ้านว่ามีปราสาทหินตั้งอยู่ในลำธารปราสาท เมื่อถึงช่วงฤดูแล้งระดับน้ำลดลงสามารถเดินชมลำธารปราสาทได้ ซึ่งบริเวณท้องน้ำจะเป็นพื้นแข็งเหมือนปูลาดด้วยหินซากปราสาท โดยมีตำนานเกี่ยวกับปราสาทหินในลำน้ำแห่งนี้ว่า ในอดีตกาลมีการ

---

<sup>1</sup>สมัยก่อนประวัติศาสตร์ คือ ยุคที่ยังไม่มีการจดเรื่องราวต่าง ๆ เป็นลายลักษณ์อักษร (ธิตินา พิทักษ์ไพรวรรณ, 2526.) ประกอบด้วย 5 ยุค คือ ยุคหินเก่า, หินกลาง, หินใหม่, สำริด, และเหล็กหรือโลหะ (ปรีชา นุ่นสุข, 2533)

ก่อสร้างปราสาทหินแข่งกัน 3 แห่ง คือ ปราสาทหินพิมาย ที่อำเภอพิมาย, ปราสาทหินพนมวัน ที่อำเภอเมืองและที่บ้านปราสาทแห่งนี้ โดยตกลงกันว่าที่ใดสร้างเสร็จก่อนให้ปล่อยโคมเป็นสัญญาณ พิมายยังสร้างไม่เสร็จแต่ปล่อยโคมก่อน ดังนั้นฝ่ายบ้านปราสาทจึงยกปราสาททิ้งหลังทิ้งลงน้ำ ทำให้เกิดที่มาของชื่อลำธารปราสาทและตำบลธารปราสาทในปัจจุบัน (กรมศิลปากร, 2534.)

ข้อมูลจากหนังสือของดิโคราซเล่ม 1 พบว่า การค้นพบเรื่องราวของมนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์ที่บ้านปราสาท เริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2525 มีผู้นำโบราณวัตถุสมัยก่อนประวัติศาสตร์ไปจำหน่ายที่วัดมหาธาตุฯ กรุงเทพมหานคร ต่อมาในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2526 หน่วยศิลปากรที่ 6 ได้รับแจ้งจากอาจารย์โรงเรียนบ้านธารปราสาท ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา ว่ามีบุคคลมาทำการขุดค้นหาโบราณวัตถุที่หมู่บ้านธารปราสาทได้ ภายหลังจากสืบทราบแน่ชัดว่ากลุ่มนักค้าโบราณวัตถุจากจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 6 คน พร้อมด้วยยานพาหนะรถปิคอัพ 3 คัน ได้มาตั้งแหล่งลักลอบขุดหาโบราณวัตถุที่หมู่บ้านนี้ ทางหน่วยศิลปากรที่ 6 นำโดยหัวหน้าหน่วยได้เข้าพบนายอำเภอและแจ้งความที่สถานีตำรวจอำเภอโนนสูง เพื่อเข้าจับกุมผู้ลักลอบขุด สามารถจับกุมได้เพียง 1 คนและยึดรถยนต์ได้ 2 คัน พบโบราณวัตถุอยู่ภายในรถได้แก่ ภาชนะดินเผาลายเขียนสีคล้ายบ้านเชียง ภาชนะดินเผาไม่มีการเขียนสี แจกันลายเขียนสีแดงและไม่มีการเขียนสี โอ่งดินเผาธรรมดา และที่มีการเขียนสี จานดินเผา พานดินเผา ลูกบิดสีดำ และสีต่าง ๆ จำนวนกว่า 4000 เม็ด กำไลเปลือกหอย กำไลหิน กระสุนดินเผา แวดินเผา กระพรวนสำริด ห่วงสำริด แหวนสำริดขดเหมือนลวดสปริงและขวานหินขัด

จากนั้นจึงได้มีการขุดค้นเพื่อศึกษาข้อมูลทางด้านโบราณคดีมาเป็นลำดับ ตั้งแต่ พ.ศ. 2527 และเริ่มอีกครั้งในปีงบประมาณ พ.ศ. 2534 เริ่มดำเนินงานตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2533 และสิ้นสุดลงในเดือนกันยายน พ.ศ. 2534

ผลจากการศึกษาทางด้านโบราณคดีสรุปได้ว่า ชุมชนโบราณบ้านปราสาทเริ่มขึ้นเมื่อประมาณ 3,000 ปีมาแล้ว คนที่อยู่อาศัยในสมัยนั้นมีความสามารถในการผลิตภาชนะดินเผาที่มีคุณภาพดี รูปแบบสวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวโดยเฉพาะแบบที่เรียกว่า ทรงปากแตรหรือปากบาน มีรูปร่าง

<sup>1</sup> จากหนังสือ บ้านปราสาท "แหล่งโบราณคดีอีสานล่าง" (2534 :71) ให้ความหมายของ มนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์ไว้ว่า หมายความว่า "คนหรือเรื่องราวเกี่ยวกับผู้คนในยุคสมัยที่มีชีวิตความเป็นอยู่ก่อนที่จะรู้จักคิดตัวอักษรขึ้นใช้ในสังคมนั้น ๆ"

เหมือนคนโทคอแคบปากบานสูง บางใบมีการตกแต่งผิวคล้ายเชือกทาบหรือลายเขียนสีคล้ายแบบบ้านเชียงและนิยมทำภาชนะแบบมีมุมหรือสันกลางภาชนะด้วย นอกจากการผลิตเครื่องปั้นดินเผาแล้วยังรู้จักการปั้นด้ายเพื่อนำไปทอผ้า รู้จักการทำเครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องประดับจากวัสดุธรรมชาติพวกหิน เปลือกหอย กระดุกสัตว์ หลักฐานที่พบกำไลทำจากเปลือกหอยทะเลขนาดต่าง ๆ ทั้งเล็กและใหญ่ อีกทั้งได้พบแกนในของกำไลเปลือกหอยเป็นการยืนยันว่าคนก่อนประวัติศาสตร์ระยะแรกของบ้านปราสาทนี้มีการติดต่อสัมพันธ์ถ่ายทอดวิธีการทำเครื่องมือเครื่องใช้บางอย่าง รวมถึงการแลกเปลี่ยนสินค้า หรือวัตถุติดกับชุมชนโบราณในท้องถิ่นอื่น (ของดีโคราช, แหล่งเดิม.)

นอกจากจะมีแหล่งโบราณคดีที่น่าสนใจแล้ว ทางทิศเหนือของหมู่บ้านมีลำน้ำซึ่งเกิดจากต้นน้ำเขาใหญ่ไหลผ่าน ชื่อว่า "ลำธารปราสาท" ซึ่งถือเป็นลำน้ำศักดิ์สิทธิ์ 1 ใน 9 ของแหล่งน้ำสำคัญที่ใช้ประกอบพิธีสำคัญของประเทศ โดยครั้งแรกเมื่อกษัตริย์บรมราชาภิเษกพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ รัชกาลที่ 9 ในปี พ.ศ. 2493 ประกอบพิธีกาญจนาภิเษกและพิธีฉลอง 72 พรรษา 6 รอบ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ฯ ในปี พ.ศ. 2539 และปี พ.ศ. 2542 ตามลำดับ อีกด้วย

โบราณวัตถุที่ได้ค้นพบทำให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เข้าไปส่งเสริมให้แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) ซึ่งไศรยา หอมชื่น (2539:25.) ได้ให้ความหมายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไว้ว่า หมายถึง "แหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางการศึกษา ชื่นชม และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ"

นอกจากการปรับปรุงภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวกโดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากโครงการอีสานเขียวแล้วยังได้จัดโครงการส่งเสริมอาชีพหัตถกรรม โดยได้รับการสนับสนุนวิทยากรจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มาฝึกอาชีพในด้านการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์หัตถกรรม โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเปลือกก เช่น การทำแฟ้ม กระเป๋า หมวก เป็นต้น

นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังได้ส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่พักทางวัฒนธรรม หรือที่เรียกว่า กิจกรรมโฮมสเตย์ โดยการจัดตั้งเป็น "ชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท โดยมีการจัดตั้งขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 ภายใต้การดำเนินงานของคณะกรรมการหมู่บ้าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ให้ชุมชนบ้านปราสาท เป็นตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่พักทางวัฒนธรรม
2. ให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษา และมีความเข้าใจถึงชีวิต วัฒนธรรม ตลอดจนขนบธรรมเนียม ประเพณีที่ดึงดูดใจของชุมชนบ้านปราสาท ที่ได้สืบทอดยาวนานกว่าหลายร้อยปี
3. ให้ชุมชนได้มีอาชีพเสริม และมีรายได้จากการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของท้องถิ่นตนเอง ภายใต้จิตสำนึกในการอนุรักษ์ประเพณี วัฒนธรรมของท้องถิ่นไว้ได้อย่างยั่งยืนตลอดไป

บ้านปราสาทมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 1,269 คน จำนวน 239 หลังคาเรือน มีอาชีพหลัก คือ การทำนา นอกจากนี้ยังมีการเลี้ยงสัตว์ ปลูกผัก ทอเสื่อจากต้นไผ่ (กก) ทำกระเปาะหรือแพมจากเสื่อกก หมวกใบตาล หรือรับจ้างทั่วไปเป็นอาชีพเสริมเมื่อยามว่างจากงานประจำ หรือทำหลังจากฤดูกาลทำนา (กรรมศิลปากร,แหล่งเดิม.) ปัจจุบันมีบ้านพักที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ 40 หลังคาเรือน ๆ ละ 3 คน โดยมีค่าใช้จ่ายดังนี้

- นักท่องเที่ยวชาวไทย คนละ 300 บาท/ คืน (อาหาร 2 มื้อ)
- นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คนละ 400 บาท/ คืน (อาหาร 2 มื้อ)  
(หากนักท่องเที่ยวขอให้จัดอาหารเพิ่มคิดคนละ 50 บาท/ มื้อ)
- นอกจากนั้น ยังได้จัดให้มีการเยี่ยมชมกิจกรรมกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มสตรีสหกรณ์ (ผลิตภัณฑ์จากต้นกก) กลุ่มทำขนมและอาหาร กลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน (ผลิตภัณฑ์จากต้นตาล) กลุ่มทอผ้า กลุ่มทำเครื่องดนตรีไทย และกลุ่มออมทรัพย์ รวมทั้งการจัดพิธีบายศรีสู่ขวัญต้อนรับนักท่องเที่ยว และการนำชมแหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท โดยวิทยากรท้องถิ่นอีกด้วย

การท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาท มีวิธีการในการท่องเที่ยว 2 แบบด้วยกัน ดังนี้

1. การท่องเที่ยวแบบครบถ้วน นักท่องเที่ยวควรจะมีเวลาประมาณ 1 วัน 1 คืน ขึ้นไป จะทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตที่ครบถ้วนตามขั้นตอนและจำนวนกิจกรรมของการท่องเที่ยว ตั้งแต่ประเพณีการต้อนรับ การนอนบ้านชนบท การรับประทานอาหารพื้นบ้าน กิจกรรมการเที่ยวชมหมู่บ้านและกลุ่มอาชีพต่าง ๆ เป็นต้น
2. การท่องเที่ยวแบบเข้าไปเยือนกลับ นั่นคือ นักท่องเที่ยวจะไม่ค้างคืนในหมู่บ้าน อาจจะเพียงการไปเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้าน และรับประทานอาหารพื้นบ้าน แล้วเดินทางกลับ

## ขั้นตอนและกิจกรรมในการเข้าพักที่พักรักษาตัว (โฮมสเตย์) ที่บ้านปราสาท

1. ชาวบ้านปราสาทที่เป็นเจ้าของบ้านพักจะไปรวมตัวกันที่พิพิธภัณฑสถานกลางหมู่บ้านเพื่อรอต้อนรับนักท่องเที่ยว
2. เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึงตัวแทนชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะกล่าวต้อนรับนักท่องเที่ยวและแนะนำให้นักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้านได้รู้จักกัน โดยจะมีการประกาศชื่อเจ้าของบ้านและชื่อของนักท่องเที่ยวที่จะพักในบ้านแต่ละหลัง โดยเจ้าของบ้านจะนำพวงมาลัยที่ทำจากดอกไม้ในท้องถิ่นคล้องคอให้กับผู้ที่เข้าพักในบ้านของตนเอง จากนั้นเจ้าของบ้านจะนำนักท่องเที่ยวไปยังบ้านพักของตนเอง
3. ช่วงเย็นประมาณ 18.00 นาฬิกา เจ้าของบ้านและนักท่องเที่ยวจะไปรวมตัวกันที่หอประชุมโรงเรียนบ้านปราสาทเพื่อประกอบพิธีบายศรีสู่ขวัญ ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่ถือปฏิบัติกันมาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยก่อนที่จะเริ่มพิธีบายศรีสู่ขวัญมโหรีของหมู่บ้านจะบรรเลงเพลงเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว
4. เมื่อเสร็จจากพิธีบายศรีสู่ขวัญทุกคนจะร่วมรับประทานอาหารด้วยกัน
5. ระหว่างที่รับประทานอาหารจะมีการแสดงของนักเรียนโรงเรียนบ้านปราสาท
6. เมื่อรับประทานอาหารเสร็จก็จะมีกิจกรรมร่วมกันระหว่างชาวบ้านและนักท่องเที่ยว เมื่อเหมาะสมแก่เวลา ก็จะแยกย้ายกันไปตามบ้านพักของตนเอง
7. เช้าวันต่อมาหลังจากรับประทานอาหารที่บ้านของตนเองแล้ว ทุกคนจะไปรวมกันที่พิพิธภัณฑสถานกลางหมู่บ้านเพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน โดยเริ่มจากการร่วมชมพิพิธภัณฑสถาน หุ่นขุดคั่นโครงกระดูกทั้งสามหลุม เยี่ยมชมกลุ่มทอเสื่อและผลิตภัณฑ์จากต้นกก กลุ่มทอผ้า ชมรมดนตรีไทย ศูนย์พัฒนาเด็ก
8. เวลา 12.00 นาฬิกา ทุกคนจะมาร่วมรับประทานอาหารที่บ้านผู้ใหญ่บ้าน โดยที่เจ้าของบ้านที่มีนักท่องเที่ยวเข้าพักจะทำอาหารมาร่วมรับประทานอาหารด้วยกัน
9. จากนั้นหากเป็นนักท่องเที่ยวที่มาพักเพียงคืนเดียวก็จะเดินทางกลับ โดยจะมีการกล่าวอำลากันระหว่างชาวบ้านและนักท่องเที่ยว ชาวบ้านที่เป็นเจ้าของบ้านจะมีของที่ระลึกเล็ก ๆ น้อย ๆ มา

มอบให้ เช่น บางคนมีกล้วยก็จะนำมาให้เพื่อมารับประทานระหว่างเดินทาง ซึ่งเป็นลักษณะของคนไทย เวลาที่มีญาติมาเยี่ยมที่บ้าน

10. ส่วนนักท่องเที่ยวที่ยังพักต่อก็อาจจะพักผ่อนที่บ้านปราสาท หรือเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ใกล้เคียง เช่น ปราสาทหินพิมาย ไทรงาม ปราสาทหินพนมวัน เป็นต้น เมื่อกลับมาจากการท่องเที่ยวและรับประทานอาหารเย็นเรียบร้อยแล้วหากนักท่องเที่ยว ไม่เหน็ดเหนื่อยนักและต้องการให้มีกิจกรรมยามค่ำคืนก็อาจจะมีการเล่นรอบกองไฟ

กิจกรรมที่พักทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์) บ้านปราสาทได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศโดยร่วมกิจกรรมลักษณะส่วนตัวและเป็นคณะ ในโครงการต่าง ๆ จำนวนมากตลอดมา ซึ่งส่งผลให้ได้รับรางวัลชนะเลิศจากต่างประเทศ 2 รางวัล คือ

- รางวัลชนะเลิศ PATA GOLD AWARDS 1994 ในประเภท PATA HERITAGE & CULTURE จาก PACIFIC ASIA TRAVEL ASSOCIATION (PATA) (ศึกษารายละเอียดของ PATA ได้ที่ภาคผนวก ค หน้า 216-220 )

- รางวัลชนะเลิศ THE ASEANTA AWARDS FOR EXCELLENCE IN TOURISM 1996 ในประเภท THE BEST ASEAN CULTURAL PRESERVATION EFFORT

การต้อนรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะผู้ที่ติดต่อเข้ามาพักที่พักทางวัฒนธรรมของชาวบ้านปราสาท เน้นในเรื่องของศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่ถ่ายทอดสู่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความประทับใจ มีโอกาสได้ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต วัฒนธรรม ตลอดจนขนบธรรมเนียมที่ดั้งเดิมของท้องถิ่น ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ ส่งผลให้การสื่อสารของชาวบ้านไปยังนักท่องเที่ยวที่จะนำเสนอความเป็นตัวตนที่แท้จริงของชุมชน ต้องอาศัยสื่อที่เรียกว่า "สื่อพื้นบ้าน" ซึ่งหมายถึง สิ่งที่สรรค์สร้างขึ้นจากวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของชาวบ้านปราสาท ทั้งสิ่งที่สัมผัสได้ในรูปของวัตถุสิ่งของ ภาษาพูด การแสดง การกระทำต่าง ๆ ที่สามารถใช้ในการสื่อสารวัฒนธรรมของชาวบ้านปราสาทไปยังนักท่องเที่ยวได้

เนื่องมาจากบ้านปราสาทเป็นหมู่บ้านที่เพียบพร้อมไปด้วยวัฒนธรรมชุมชน จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น ระบบความสัมพันธ์ และทรัพยากรบุคคล ที่ถ่ายทอดออกมาเป็นสื่อพื้นบ้าน และรูปแบบการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวของชาวบ้านปราสาทเป็นการนำวัฒนธรรมมาแปรเป็นสินค้า ตั้งแต่วัฒนธรรมการต้อนรับ วัฒนธรรมการกินอยู่ การดำรงชีพ งานหัตถกรรมต่าง ๆ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ คือ

สื่อพื้นบ้านซึ่งสามารถเปรียบเทียบกับทุนวัฒนธรรม ซึ่งเป็นทุนที่สั่งสมและหาได้ภายในหมู่บ้าน โดยไม่ต้องไปเสาะแสวงหาจากที่อื่น ๆ และไม่ต้องการเงินทุนมหาศาลเพื่อการลงทุน

ด้วยความเป็นหมู่บ้านที่มีความเก่าแก่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน ตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่ขุดพบ และเป็นหมู่บ้านหนึ่งที่อยู่ในพื้นที่ของจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเป็นอีกแห่งหนึ่งในประเทศไทยที่มีวัฒนธรรม ประเพณีที่แสดงออกถึงตัวตนที่แท้จริงของคนพื้นเมืองโคราช (นครราชสีมา) ที่มีอยู่มากมาย เป็นต้นว่า ภาษาพูดที่มีลักษณะเฉพาะตัวที่เรียกกันว่า “ภาษาไทยโคราช หรือที่ในบางครั้งก็เรียกกันว่า ไทยเบ็ง หรือ ไทยแดง” เนื่องจากเวลาพูดมักจะลงท้ายคำว่า “เบ็งหรือแดง” เช่น “ขอไปด้วย” ในภาษาไทยภาคกลาง ในภาษาไทยโคราชจะพูดว่า “ขอไปแดง หรือ ขอไปเบ็ง” เป็นต้น นอกจากนี้ลักษณะของภาษาโคราชจะเป็นภาษาพูดที่มีความแตกต่างจากภาษากลางของคนไทย การออกเสียงจะเป็นลักษณะของเสียงต่ำ เช่น คำว่า “ข้าว” ในภาษาไทยโคราชจะเรียกว่า “เช่า” หรือ “น้ำ” จะเรียกว่า “น่วม” เป็นต้น

โคราชมีศิลปะการแสดงของท้องถิ่นที่เรียกว่า “เพลงโคราช” เป็นการแสดงที่เป็นที่โปรดปรานมากของย่าโม การแสดงจะเล่นกันเป็นคู่ชายและหญิง เรียกว่า “หมอลำเพลง” จะผลัดเปลี่ยนกันออกมาร้อง เริ่มต้นด้วยการ “โอ้” เป็นทำนองยาว ๆ มีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์คือ เมื่อเริ่มโอ้หมอลำเพลงจะใช้มือข้างใดข้างหนึ่งป้องไว้ที่ข้างโขน การร้องจะเป็นการร้องสอดด้วยภาษาโคราช คิดคำร้องแก้กันไปมาทันทีระหว่างหมอลำเพลงชายหญิง ให้ทำนองด้วยการปรบมือเป็นจังหวะ ในอดีตเพลงโคราชได้รับความนิยมว่าจ้างไปแสดงในงานประเพณีต่าง ๆ แต่ปัจจุบันเริ่มลดน้อยลง เพราะมีเพลงโคราชแบบใหม่ที่เรียกว่า “เพลงโคราชชิง” เข้ามาแทนที่ แต่นักท่องเที่ยวยังสามารถชมการแสดงเพลงโคราชแบบดั้งเดิมได้ที่บริเวณอนุสาวรีย์ย่าโม เพราะชาวบ้านที่มาบนบานศาลกล่าวไว้กับย่าโม มักนิยมที่จะว่าจ้างให้แสดงเป็นการแก้บนเสมอ ๆ

โคราชยังมีการแต่งกายที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ถ้าเป็นคนโคราชขนานแท้แต่โบราณจะแต่งกายกันด้วยผ้าหางกระรอก ซึ่งเป็นผ้าพื้นเมืองชนิดหนึ่งของโคราช รวมไปถึงอาหารการกิน ที่เป็นคำพูดติดปากกันว่า “ไปโคราชต้องไปกินผัดหมี่โคราช กินหมุยอ และกุนเชียง ” เป็นต้น

เอกลักษณ์ วัฒนธรรมประเพณีของชาวโคราชในข้างต้นทั้งภาษา การแต่งกาย ศิลปะการแสดง ล้วนเป็นทุนวัฒนธรรมที่ชาวบ้านปราสาทได้นำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของการขายบริการทางการท่องเที่ยว ดังความหมายที่ รังสรรค์ ธาระพรพันธุ์ (2539 : 4) ได้ให้ความหมาย ของทุนวัฒนธรรม

ว่าหมายถึง ทูตที่ใช้ไปในการผลิตสินค้าและบริการ ส่วนสินค้าวัฒนธรรม ก็หมายถึง สินค้าและบริการที่วัฒนธรรมฝังตัวอยู่ในสินค้าหรือบริการนั้น

ข้อมูลเหล่านี้ทำให้เห็นได้ว่าชาวบ้านปราสาทมีสื่อพื้นบ้านที่ใช้เป็นทุนวัฒนธรรมมากมาย ที่จะใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยจะเฉพาะนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศที่มีความแตกต่างกัน ทั้งทางด้านวัฒนธรรมประเพณีและภาษาถิ่น โดยสื่อพื้นบ้านจะเป็นตัวประสานช่องว่างเหล่านั้น ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักชีวิตความเป็นอยู่ การดำเนินชีวิต วัฒนธรรมและประเพณีของชาวบ้านปราสาท ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างด้านภาษา งานศิลปะ (บทเพลง โคราช) การแต่งกายที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและอาหารการกิน

ผู้ใหญ่เทียม ละอองกลาง ผู้ใหญ่บ้านปราสาทใต้ (สัมภาษณ์ , 10 ธันวาคม 2543.)  
กล่าวว่า

“อาหารที่เราทำให้นักท่องเที่ยวกินก็จะเป็นอาหารพื้น ๆ ผัดหมี่บ้าง ต้มยำไก่บ้านบ้าง ที่ขาดไม่ได้ก็ส้มตำ ถ้าเป็นฝรั่งก็ต้องไม่เผ็ดมาก คนที่มาพักเขาชอบกินกัน”

ชาวบ้านปราสาทได้ขายวัฒนธรรมเหล่านี้ให้นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชน และเป็นการสื่อให้เห็นวัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่นของตนเองไปยังนักท่องเที่ยวที่มาจากท้องถิ่นอื่น ทั้งคนไทยด้วยกันเองและชาวต่างประเทศ การขายของชาวบ้านปราสาทมีความแตกต่างจากการขายสินค้าประเภทอื่น ๆ คือ ขายไปอย่างไม่มีวันหมด เพราะถ้าสินค้าวัฒนธรรมของชาวบ้านปราสาทยังได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากขึ้นเท่าใด วัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่นก็ยิ่งจะได้รับการฟื้นฟู และอนุรักษ์ไว้ไม่มีวันสูญหายมากขึ้นเท่านั้น

ผู้วิจัย ได้เห็นถึงความสำคัญของสื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรม ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารระหว่างชาวบ้านปราสาทกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และมีส่วนในการสร้างงานสร้างรายได้ในรูปแบบของธุรกิจชุมชนให้กับชาวบ้านปราสาท เพราะนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่พักทางวัฒนธรรม ย่อมต้องการสัมผัสวัฒนธรรมและประเพณีมากกว่าความหรูหราหรือแสงสี และจากข้อมูลแผนภูมิแสดงสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าพักที่พักทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์) จากปี 2541 – 2543 (ภาคผนวก ข หน้า 221.) พบว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสนใจมาพักโฮมสเตย์ที่บ้านปราสาท จำนวน 38 คน ประกอบไปด้วยชาวสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ฮอลแลนด์ และญี่ปุ่น เป็นต้น ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยมีสถิติการเข้าพักจำนวน



มากถึง 686 คน โดยมีคณะของสื่อมวลชนไปถ่ายทำรายการโทรทัศน์ 2 คณะคือ รายการเที่ยวเมืองไทย ใน 1 นาที และรายการ สบายสบายไทยแลนด์

ดังนั้นจึงน่าจะศึกษาว่า สื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรม ได้มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมของชาวบ้านปราสาทได้อย่างไรบ้าง ชาวบ้านได้ใช้สื่อพื้นบ้านอะไรบ้างและใช้อย่างไร ในการสื่อสารถ่ายทอดวัฒนธรรมและประเพณีในท้องถิ่นของตนเองไปยังนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และนักท่องเที่ยวเหล่านั้นมีความเข้าใจ ประทับใจในวัฒนธรรมประเพณีอย่างไรบ้าง เมื่อได้มาสัมผัสจากการพักที่พักทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์) แล้วก่อให้เกิดความต้องการที่จะมาท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมอีกหรือไม่ รวมถึงประโยชน์ของสื่อพื้นบ้านที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม เพราะเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีส่วนในการช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นและสร้างงานสร้างรายได้ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้กับชาวบ้านปราสาท

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงกระบวนการที่ชาวบ้านปราสาทใช้เพื่อการแปรสื่อพื้นบ้านให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม
2. เพื่อศึกษาถึงประเภทและวิธีการใช้สื่อพื้นบ้านที่ชาวบ้านปราสาทใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม
3. เพื่อศึกษาถึงประโยชน์ของสื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรมที่ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของบ้านปราสาท

#### ปัญหามาวิจัย

1. ชาวบ้านปราสาทมีกระบวนการอย่างไรในการแปรสื่อพื้นบ้านให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม
2. ประเภทของสื่อพื้นบ้านที่ชาวบ้านปราสาทใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมว่าประกอบไปด้วยอะไรบ้างและใช้อย่างไร
3. การใช้สื่อพื้นบ้านในแนวทางของทุนวัฒนธรรมได้เอื้อประโยชน์ต่อการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของชาวบ้านปราสาทได้หรือไม่

## ขอบเขตของการวิจัย

1. มุ่งศึกษาถึงการสื่อสารด้วยสื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์) ของชาวบ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา โดยศึกษาวิเคราะห์ภายใต้บริบทของแนวคิดเรื่องทุนวัฒนธรรม สื่อพื้นบ้านของ รศ. ดร. สมควร กวียะ และเศรษฐกิจชุมชน

2. การศึกษาในครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะการสื่อสารด้วยสื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรม เฉพาะสิ่งที่อยู่ในแผนงานการต้อนรับนักท่องเที่ยวของชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พิกทางวัฒนธรรม) ตั้งแต่ก้าวแรกที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงจนกระทั่งเดินทางกลับเท่านั้น

## นิยามศัพท์

1. ทุนวัฒนธรรม หมายถึง ทุนที่เกิดจากการที่ชาวบ้านปราสาทได้นำวัฒนธรรมประเพณีของตนเองมาแปรรูปเป็นสินค้าเพื่อนำเสนอต่อนักท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรม ตั้งแต่รูปแบบของการจัดการท่องเที่ยว การต้อนรับ อาหารการกิน งานหัตถกรรม ซึ่งชาวบ้านสามารถขายให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างไม่มีวันหมด แต่ยิ่งขายได้มากกลับยิ่งช่วยฟื้นฟูและอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นให้คงอยู่ และช่วยสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านปราสาท

2. สื่อพื้นบ้าน หมายถึง สิ่งที่สรรค์สร้างขึ้นจากวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของชาวบ้านปราสาท ทั้งสิ่งที่สัมผัสได้ในรูปของวัตถุสิ่งของ ภาษาพูด การแสดง ศิลปะพื้นบ้าน การกระทำต่างๆ ที่สามารถใช้ในการสื่อสารวัฒนธรรมของชาวบ้านปราสาทไปยังนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้

3. ที่พิกทางวัฒนธรรม หรือ โฮมสเตย์ หมายถึง การท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่นักท่องเที่ยวได้เข้าไปสัมผัสใกล้ชิดและศึกษาวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของชาวบ้านปราสาท โดยคณะกรรมการของชมรม จะวางแผนจัดการเรื่องที่พัก อาหารการกิน และกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและศึกษาวัฒนธรรมของท้องถิ่นของเขา

4. บ้านปราสาท หมายถึง หมู่บ้านที่ตั้งอยู่ในอำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา มีลักษณะที่โดดเด่นคือ ได้มีการขุดพบโครงกระดูกมนุษย์ยุคก่อนประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญอีกแห่งหนึ่ง รวมถึงส่งเสริม

5. **นักท่องเที่ยว** หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยหรือนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ได้มาพักที่พักรางวัลวัฒนธรรมของชาวบ้านปราสาท โดยจะต้องพักอาศัยและทำกิจกรรมต่าง ๆ อยู่ที่บ้านปราสาทตั้งแต่หนึ่งคืนขึ้นไป และอยู่ในระหว่างช่วงเวลาที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ว่าจะทำการเก็บข้อมูล

6. **แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism)** หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่อยู่ในบริเวณบ้านปราสาท เช่น กุฎารปราสาท ลำธารปราสาท แหล่งโบราณคดี รวมถึงสิ่งแวดล้อมทัศนียภาพ วิถีชีวิต สภาพสังคมของบ้านปราสาท ซึ่งนักท่องเที่ยวใช้เป็นที่พักเพื่อการศึกษาชื่นชม และเพลิดเพลิน โดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อม

7. **กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์** หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่ ชาวบ้านปราสาทได้กำหนดหรือจัดทำขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวที่พักรางวัลวัฒนธรรม (โฮมสเตย์) ที่บ้านปราสาทและอยู่ในแผนของคณะกรรมการชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักรางวัลวัฒนธรรม) บ้านปราสาท เช่น การพาเยี่ยมชมการทำงานของกลุ่มแม่บ้าน เป็นต้น

8. **ชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักรางวัลวัฒนธรรม)** หมายถึง ชมรมที่ชาวบ้านปราสาทได้ร่วมกันจัดตั้งขึ้นเพื่อดูแลและจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักรางวัลวัฒนธรรม) โดยคณะกรรมการของชมรมจะมาจากการเลือกตั้งของประชาชนภายในหมู่บ้าน

9. **วัฒนธรรม** หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิต ความเป็นอยู่ ศิลปการแสดง การแต่งกาย ภาษา งานประเพณีต่าง ๆ ศิลปะ และการส่งเสริมงานหัตถกรรมของชาวบ้านปราสาทที่ได้รับการสืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษจนถึงปัจจุบัน และได้มีส่วนในการใช้เป็นสื่อในการสื่อสารระหว่างชาวบ้านปราสาทกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

10. **การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม** หมายถึง การสื่อสารทั้งวจนภาษาและอวจนภาษาด้วยสื่อพื้นบ้านของชาวบ้านปราสาท โดยผ่านช่องทางการสื่อสาร เพื่อสื่อสารวัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิตของท้องถิ่นไปยังนักท่องเที่ยวชาวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ซึ่งมีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง

11. **เศรษฐกิจชุมชน** หมายถึง ความร่วมมือ ร่วมใจของชาวบ้านปราสาทในการจัดตั้งกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ขึ้นมา เช่น ชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักรางวัลวัฒนธรรม) กลุ่มทอผ้า กลุ่มหัตถกรรม เลือกก ทำให้มีอาชีพเสริมหลังจากที่ว่างจากการทำนาหรืออาชีพหลักอื่น ๆ เพื่อเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับสมาชิกในกลุ่ม และไม่ต้องเร่ร่อนออกไปหางานทำนอกหมู่บ้าน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ของสื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรม เพื่อก่อให้เกิดเศรษฐกิจชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ให้ความรู้ สร้างงานและรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่น
2. เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) ของชาวบ้านปราสาท ในการบริหารจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนด้วยทุนวัฒนธรรม
3. ให้เกิดการร่วมมือกันในการช่วยกันอนุรักษ์สื่อพื้นบ้านของไทยให้คงอยู่ และนำมาใช้ประโยชน์ในการสร้างงานสร้างรายได้ในชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

## บทที่ 2

### ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิทยานิพนธ์เรื่อง สื่อบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์) : ศึกษาเฉพาะกรณีบ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับสภาพสังคม วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวบ้านปราสาท
2. แนวคิดเรื่องสื่อบ้าน
3. แนวคิดเรื่องทุนวัฒนธรรม
4. การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว
5. แนวคิดเรื่องการตลาดเพื่อสังคม
6. แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจชุมชน
7. แนวคิดเรื่องการค้าระหว่างวัฒนธรรม
8. แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
9. ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับสภาพสังคม วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวบ้านปราสาท

บ้านปราสาทเป็นหมู่บ้านหนึ่งในเขตตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา สิ่งที่ทำให้บ้านปราสาทมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของชาวไทยและชาวต่างประเทศก็คือ การขุดพบโครงกระดูกของมนุษย์ยุคก่อนประวัติศาสตร์ในบริเวณของหมู่บ้าน จากนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก็ได้พัฒนาให้หลุมขุดค้นโครงกระดูกเป็นแหล่งท่องเที่ยวและศึกษาทางโบราณคดีที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของประเทศไทย และยังคงส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวด้วยการจัดตั้งชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่พิกทางวัฒนธรรม

บ้านปราสาทนับเป็นหมู่บ้านที่น่าจะเรียกได้ว่า เป็นชุมชนเข้มแข็งอีกหมู่บ้านหนึ่งของเมืองไทย คุณลุงอุทัย ทัพกลาง ซึ่งถือเป็นปราชญ์คนสำคัญของหมู่บ้าน ได้แต่งคำขวัญของหมู่บ้านไว้ว่า

ธารปราสาทไหลริน	เที่ยวถิ่นอารยธรรม
มีหัตถกรรมพื้นบ้าน	แหล่งโบราณน่าศึกษา
การทอผ้างานฝีมือ	สิ่งเลื่องชื่อวงมโหรี
กลุ่มสตรีทำขนม	ตั้งชมรมสหกรณ์ยา
ศูนย์พัฒนาเด็กฝั่งรู้จัก	จัดที่พักโฮมสเตย์

### การตั้งถิ่นฐานและชุมชน

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสาน มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบสูง เรียกกันว่า “ที่ราบสูงโคราช” ซึ่งลักษณะส่วนใหญ่เป็นที่ราบลอนลาด เริ่มจากบริเวณที่สูงและทางภูเขาทางด้านใต้และด้านตะวันตกไปจดแม่น้ำโขงทางตอนเหนือและทางตะวันออก โดยมีเทือกเขาภูพานขวางกั้นแบ่งบริเวณพื้นที่ออกเป็นที่ราบตอนบนซึ่งเรียกว่าแอ่งสกลนคร หรืออีสานเหนือ ส่วนที่ราบตอนล่าง เรียกว่า “แอ่งโคราช หรืออีสานใต้”

จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์พบว่า การเริ่มตั้งถิ่นฐานชุมชนของผู้คนโบราณบ้านปราสาท คงจะเป็นกลุ่มชนที่อพยพเคลื่อนย้ายมาจากแอ่งสกลนครหรืออีสานเหนือ มาเลือกเอาพื้นที่เนินดินบ้านปราสาท ซึ่งอยู่ใกล้แหล่งน้ำและมีความอุดมสมบูรณ์เป็นที่อยู่อาศัยและเพาะปลูก แต่เนื่องจากบริเวณที่ตั้งของเนินดินอยู่ในบริเวณที่ราบอันเกิดจากตะกอนของน้ำแต่มีทางออกไปสู่ที่ราบต่ำซึ่งอยู่ทางตอนเหนือของแหล่ง จากลักษณะดังกล่าวในหน้าน้ำหลากจะทำให้เกิดสภาวะดินเค็มบางพื้นที่ในช่วงฤดูแล้ง ชุมชนโบราณที่บ้านปราสาทต้องเลือกตั้งบ้านเรือนอยู่บนที่สูง พร้อมทั้งขุดคูน้ำคันดินเชื่อมกับลำธารปราสาทเพื่อกักเก็บน้ำไว้ใช้ในฤดูแล้งและป้องกันน้ำท่วมในฤดูฝน

### ชีวิตความเป็นอยู่

จากร่องรอยหลักฐานทางโบราณคดี กล่าวได้ว่าเมื่อราว 3,000 ปีมาแล้ว ได้มีกลุ่มชนโบราณเริ่มเข้ามาปลูกสร้างบ้านเรือนอยู่อาศัยกระจายอยู่ทั่วเนินดินปราสาทแห่งนี้ คนเหล่านั้นมีความสามารถในการผลิตภาชนะดินเผาที่มีคุณภาพดี รูปแบบสวยงามแบบเอกลักษณ์เฉพาะตัว นั่นคือ

ภาชนะดินเผารูปทรงต่าง ๆ ซึ่งเคลือบผิวด้วยน้ำดินสีแดงและขีดมัน โดยเฉพาะแบบที่เรียกว่าทรงปากแตรหรือปากบานมีรูปร่างเหมือนคนโทคอแคบปากบานสูง บางใบมีการตกแต่งผิวด้วยลายเชือกทาบหรือลายเขียนสีคล้ายแบบบ้านเชียง และยังมีนิยมทำภาชนะแบบมีมุมหรือสันกลางภาชนะด้วย นอกจากการผลิตเครื่องปั้นดินเผาแล้วยังรู้จักการปั้นด้ายเพื่อนำไปทอผ้า รู้จักการทำเครื่องมือเครื่องใช้เครื่องประดับตกแต่งร่างกาย จากวัสดุธรรมชาติต่าง ๆ จำพวกหิน เปลือกหอย กระดุกสัตว์ เช่น ขวานหิน กำไลหิน กำไลเปลือกหอย ลูกปัดเปลือกหอย เครื่องใช้ปลายแหลมคล้ายปืนปักผมทำด้วยกระดูกสัตว์ และจากหลักฐานพบกำไลที่ทำจากเปลือกหอยทะเลต่าง ๆ ทั้งเล็กและใหญ่จำนวนมากพอสมควร

### ภาพที่ 1

รูปภาพแสดงร่องรอยหลักฐานทางโบราณคดี



ดังนั้นหลักฐานในแหล่งโบราณคดีแห่งนี้เป็นการยืนยันว่าคนก่อนประวัติศาสตร์ระยะแรกของบ้านปราสาทนี้มีการติดต่อสัมพันธ์ถ่ายทอดวิธีการทำเครื่องมือเครื่องใช้บางอย่าง รวมถึงการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือวัตถุกับชุมชนโบราณในท้องถิ่นในท้องถิ่นอื่นด้วย อาจจะเป็นชุมชนที่อยู่ชายทะเลหรือชุมชนก่อนประวัติศาสตร์ในแถบภาคกลาง เช่น ลพบุรี ซึ่งเชื่อว่าจะเป็นศูนย์กลางแห่งหนึ่งในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือวัตถุในสมัยก่อนประวัติศาสตร์ของประเทศไทย

## การประกอบอาชีพของคนยุคก่อนประวัติศาสตร์ที่บ้านปราสาท

ในส่วนของกรยังชีพพบว่ามีเครื่องใช้สัตว์จำพวกหมู วัว ควาย เพื่อเป็นอาหารหรือใช้งาน นอกจากนี้แล้วยังมีการจับสัตว์น้ำ เช่น ปลา เต่า หรือล่าสัตว์บก เช่น ละอง ละมั่ง กวาง เก้ง เนื้อทราย มาเป็นอาหารด้วยเช่นกัน

หลังจากนั้นต่อมาอีกราว 5,000 ปี พบว่า พัฒนาการในการอยู่อาศัยและการทำเครื่องใช้ที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะรูปแบบของภาชนะดินเผาจากลักษณะคนโทคอแคบปากบานเคลือบน้ำดินสีแดง ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างมากในระยะนั้นได้หมดไป คลเหลือแต่เพียงภาชนะแบบมีสันและแบบทรงกลมธรรมดา คอกว้างปากไม่สูงบานมาก ตกแต่งผิวด้านนอกด้วยลายเชือกทาบ การเคลือบผิวด้วยน้ำดินสีแดงก็ลดน้อยลงมากและหายไปเป็นที่สุด ส่วนการตกแต่งด้วยการเขียนสีนั้นหลังจากระยะแรกแล้วแทบจะไม่ปรากฏอีกเลย จากนั้นก็เริ่มมีภาชนะดินเผาอีกแบบหนึ่งซึ่งมีลักษณะเฉพาะตัวเช่นกัน เข้ามาแทนที่นั่นคือภาชนะดินเผาแบบที่เรียกว่า "พิมายดำ" โดยภาชนะดินเผาประเภทนี้ (กำหนดอายุราว 1,000 – 2,500 ปีมาแล้ว) มีผิวสีดำขจัดมัน เนื้อหยาบบาง มักจะตกแต่งผิวภายในและภายนอกด้วยลายเส้นขจัดมันให้เป็นเส้นขนานบ้าง ลายวงกลมบ้าง หรือลายกันหอย ซึ่งภาชนะดินเผาแบบพิมายดำนี้ได้พบในแหล่งโบราณคดีหลายแห่งในพื้นที่ของอีสานตอนล่างบริเวณใกล้เคียงกันนี้

### ภาพที่ 2

รูปภาพแสดงโบราณวัตถุที่พบในหลุมฝังศพ





พัฒนาการในด้านอื่นพบว่าคนก่อนประวัติศาสตร์รุ่นนี้รู้จักการนำโลหะสำริดมาทำเป็นเครื่องใช้ขึ้นเองแล้ว โดยเฉพาะหลักฐานเกี่ยวกับภาชนะสำริด เช่น เบ้าหลอมสำริด แม่พิมพ์ขวานสำริด และพบเครื่องประดับและเครื่องใช้ที่ทำจากสำริดเป็นจำนวนมาก เช่น ขวาน กำไล ต่างหู ห่วง เกสียว เครื่องประดับหน้า และกระพรวน เป็นต้น ต่อมารู้จักการใช้เครื่องมือเหล็กและกำไลหน้าจนสามารถทำเครื่องใช้ที่ผสมกันระหว่างโลหะทั้งสองชนิด เช่น ห่วงสำริดหุ้มด้วยเหล็ก สำหรับเครื่องประดับร่างกาย ได้เปลี่ยนจากลักษณะกำไลหินและกำไลเปลือกหอยมาเป็นเครื่องประดับทำด้วยสำริดเป็นส่วนใหญ่ และยังได้พบเครื่องประดับบางอย่างที่เพิ่มขึ้นแตกต่างจากคนรุ่นแรกก็คือ ลูกปัดหิน เครื่องประดับคล้ายจี้ ห้อยคอทำด้วยหินลูกปัดแก้วสีต่าง ๆ และลูกปัดดินเผา

### อาหารการกินของคนยุคก่อนประวัติศาสตร์ที่บ้านปราสาท

ด้านอาหารการกิน พบหลักฐานว่าคนรุ่นนี้รู้จักเพาะปลูกข้าวแล้ว (ซึ่งในกลุ่มชนรุ่นแรกไม่พบหลักฐานชัดเจนพอที่จะยืนยันได้ว่าจะมีการเพาะปลูกข้าวแล้วหรือยัง) ซึ่งข้าวดังกล่าวนอกจากจะปลูกเพื่อการบริโภคแล้วยังใช้ในพิธีกรรมบางอย่างด้วย หลักฐานต่าง ๆ ที่บอกถึงการเพาะปลูกข้าวนั้นก็คือได้พบเมล็ดข้าวในเศษภาชนะดินเผา พบเมล็ดข้าวเปลือกโรยอยู่กับหลุมฝังศพ พบเครื่องมือเหล็กลักษณะแบบเคียวเกี่ยวข้าว และมีการเลี้ยงสัตว์ประเภท หมู หมา วัว ควาย ซึ่งวัวและควายนี้น่าจะเป็นการเลี้ยงไว้ทั้งเพื่อเป็นอาหารและเลี้ยงไว้ใช้งาน รวมทั้งร่องรอยหลักฐานในการขุดคูน้ำล้อมรอบที่อยู่อาศัยนั้น นอกจากจะเป็นการป้องกันน้ำท่วมแล้วยังใช้เป็นแหล่งน้ำในการอุปโภคบริโภค และการเพาะปลูกด้วย

### ศาสนสถานคูบ้านคูเมืองของหมู่บ้าน

ต่อมาในราวพุทธศตวรรษที่ 16 หรือประมาณ 1,000 ปีมาแล้ว ได้มีหลักฐานของศาสนสถานทวารวดีแบบท้องถิ่นปรากฏขึ้นที่แหล่งโบราณคดีแห่งนี้ ซึ่งเรียกกันในปัจจุบันว่า "คูธารปราสาท" ศาสนสถานดังกล่าวนอกจากจะพบปูนปั้นพระพุทธรูปและลวดลายประดับในรูปแบบของศิลปะทวารวดีแล้ว ยังพบโบราณวัตถุอื่น ๆ เช่น เศษภาชนะดินเผาเคลือบสีน้ำตาลแบบเครื่องถ้วยเขมรจำนวนหนึ่ง แทนฐานรองรับรูปเคารพทำจากหินทรายและศิลาแลง โกลนหินทรายธณีประติเป็นรูปปีกกา อีกทั้งได้เคยพบเทวรูปหรือรูปบุคคลทำจากหินทรายที่โบราณสถานคูปราสาทแห่งนี้ แต่เป็นที่น่าเสียดายว่าได้สูญหายไปแล้ว ไม่สามารถติดตามกลับมาได้ รวมทั้งตัวโบราณสถานเองก็ถูกลักลอบขุดทำลายมาตั้งแต่ครั้งอดีตจนสูญเสียด้านไปจนหมดสิ้น ทำให้ไม่สามารถศึกษาถึงรูปแบบ

สถาปัตยกรรมของโบราณสถานแห่งนี้ได้ แต่เมื่อประมวลข้อมูลหลักฐานทั้งหมดของแหล่งโบราณคดีแห่งนี้ก็สามารถกล่าวได้ว่าในราวพุทธศตวรรษที่ 16 ได้มีอิทธิพลของศาสนาพุทธเข้ามาเกี่ยวข้องกับชุมชนโบราณในบ้านปราสาท ทำให้ชุมชนก่อนประวัติศาสตร์ที่อยู่ดั้งเดิมค่อย ๆ กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนในสมัยประวัติศาสตร์ และต่อมายังมีอิทธิพลของรูปแบบศิลปะเขมรจากละแวกใกล้เคียง เช่น อาจจะเป็นจากพิมายเข้ามาปะปนเกี่ยวข้องด้วยระยะเวลาหนึ่งแต่ไม่นานนัก จากนั้นหลักฐานการอยู่อาศัยก็ขาดหายไป

### วิถีชีวิตของคนบ้านปราสาทยุคปัจจุบัน

บ้านปราสาท หรือบ้านปราสาทใต้ เป็นหมู่บ้านขนาดกลาง ตั้งอยู่บนเนินดินสูงรูปร่างเกือบจะเป็นวงรีวางตัวยาวตามแนวตะวันออก-ตะวันตก ขนาดของเนินดินยาวประมาณ 350 เมตร และกว้างประมาณ 450 เมตร พื้นที่ที่สูงสุดจากพื้นดินโดยรอบประมาณ 5 เมตร ลาดเอียงลงไปทางทิศใต้มีการปลูกสร้างบ้านเรือนที่อยู่อาศัย แนวไผ่และไม้ยืนต้นทั่วบริเวณเนินดิน พื้นที่โดยรอบเป็นทุ่งนา สวนผัก และต้นตาล ทางด้านทิศเหนือมีลำธารปราสาทซึ่งแยกมาจากลำสะเทต อันเป็นสาขาหนึ่งของแม่น้ำมูล ไหลผ่าน ถือเป็นแหล่งน้ำธรรมชาติที่มีความสำคัญต่อชุมชนบ้านปราสาท เพราะมีน้ำตลอดทั้งปี นอกจากนั้นยังมีสระน้ำที่ขุดขึ้นเพื่อใช้เป็นแหล่งน้ำในหมู่บ้านอีก ได้แก่ สระน้ำหน้าวัดปราสาท เป็นสระที่ชาวบ้านซึ่งอยู่ห่างไกลจากลำธารปราสาทช่วยกันขุดขึ้นเพื่อความสะดวกและเป็นประโยชน์ในการนำมาใช้อุปโภค สระดังกล่าวอยู่ริมถนนฝั่งตรงข้ามกับวัดปราสาททางด้านทิศใต้ของหมู่บ้าน นอกจากนี้แล้วยังมีสระน้ำในวัดปราสาทซึ่งขุดขึ้นเพื่อพระสงฆ์ภายในวัด และสระหนองสะแกทางด้านทิศตะวันตกของหมู่บ้านเป็นสระน้ำของโครงการสร้างงานในชนบท (กสข.) ขุดเมื่อปี พ.ศ. 2530

### การปกครองและชุมชน

แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาทอยู่ในพื้นที่ของหมู่ที่ 7 บ้านปราสาทใต้ ซึ่งแบ่งการปกครองออกเป็นหน่วยย่อยลงไปอีก เรียกว่า "คุ้ม" ราว ๆ 9 คุ้ม โดยแต่ละคุ้มจะมีหัวหน้าคุ้มของตนเอง ได้แก่ คุ้มสามัคคีพัฒนา รวมมิตรพัฒนา รวมญาติสามัคคี โอเคพัฒนา รวมญาติพัฒนา ยุงทองพัฒนา ประสานมิตรพัฒนา เย็นจิตรพัฒนา และตะวันรอนพัฒนา

หมู่บ้านปราสาทใต้ปัจจุบันมีบ้านเรือนปลูกอาศัยอยู่เป็นจำนวน 239 หลังคาเรือน ประชากร 1,269 คน ลักษณะบ้านเรือนส่วนใหญ่จะเป็นบ้านไม้ มีทั้งแบบรวมกันอยู่เป็นกลุ่มในระยะไม่ห่างไกลนัก

มีการปลูกไม้ยืนต้นประเภทไม้ผลภายในบริเวณบ้านและปลูกไม้ไผ่หรือไม้ประเภทกินได้ เช่น กระจินเป็นแนวรั้ว มีพื้นที่นาล้อมรอบที่ตั้งบ้านเรือนของหมู่บ้าน แต่ละบ้านจะมียุ้งข้าวอยู่ใกล้กับเรือนพักอาศัย ภายในหมู่บ้านมีสถานที่ราชการ 2 แห่ง คือ โรงเรียนบ้านธารปราสาท เป็นโรงเรียนระดับประถมศึกษา ให้การศึกษาแก่เด็กในหมู่บ้านและหมู่บ้านใกล้เคียง ส่วนอีกแห่งหนึ่งคือศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สำหรับดูแลให้การศึกษาแก่เด็กก่อนวัยเรียน นอกจากนี้ยังมีวัดปราสาทเป็นวัดประจำหมู่บ้าน

### ลักษณะสังคมและครอบครัว

ลักษณะสังคมของชาวบ้านปราสาทมีลักษณะเช่นเดียวกับสังคมชนบททั่วไป โดยลักษณะครอบครัวส่วนใหญ่จะเป็นครอบครัวเดี่ยวที่แยกมาจากครอบครัวขยาย ประกอบด้วย 1-2 ชั่วคน คือ พ่อแม่และลูก ส่วนครอบครัวขยาย ประกอบด้วยสมาชิก 3 ชั่วคน คือ ปู่-ย่า ตา-ยาย พ่อ-แม่ และลูก ครอบครัวที่พบเห็นเนื่องมาจากลูกคนใดคนหนึ่งมีหน้าที่ต้องเลี้ยงดูพ่อแม่ในยามชรา บางครอบครัวมีญาติพี่น้องอาศัยอยู่ด้วย การตั้งบ้านเรือนมักจะเป็นกลุ่มในเครือญาติเดียวกัน มีการช่วยเหลือกันในด้านเศรษฐกิจและพิธีกรรม ลักษณะการแบ่งงานในครอบครัวของผู้ชายและผู้หญิงจะมีการแบ่งหน้าที่กันค่อนข้างชัดเจน คือ งานบ้านและการเตรียมข้าวปลาอาหารเป็นหน้าที่ของฝ่ายหญิง ฝ่ายชายมีหน้าที่ทำงานหารายได้หลักให้ครอบครัว

ชาวบ้านมีความสัมพันธ์แน่นแฟ้นทั้งจากระบบเครือญาติและระบบสังคมที่เกี่ยวข้องกัน แม้ว่าจะไม่ได้เป็นญาติพี่น้องกันก็ตาม ต่างรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่จะต้องให้ความร่วมมือช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ดังจะเห็นได้จากการกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นการลงแขกทำนา งานบวช งานแต่งงาน งานศพ หรืองานประเพณีต่างๆ หรือการรวมกันเป็นกลุ่มองค์กรขนาดเล็ก เช่น ยุวชนเกษตรสวนแก้วพัฒนา กลุ่มสตรีสหกรณ์ กลุ่มสตรีแม่บ้าน หรือกลุ่มจักรสาน เพื่อดำเนินงานในส่วนที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม และแม้กระทั่งการอาสาตัวเข้าไปมีส่วนร่วมกับทางราชการ เช่น เป็นอาสาสมัครท้องถิ่นในการดูแลรักษามรดกวัฒนธรรมของชาติ

### การศึกษา

ประชากรบ้านปราสาทส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษาเกณฑ์ภาคบังคับ ป.4-ป.6 จากโรงเรียนบ้านธารปราสาท ซึ่งตั้งเมื่อ พ.ศ. 2465 เป็นโรงเรียนประจำหมู่บ้าน ให้การศึกษาในระดับประถมศึกษาตั้งแต่ชั้นเด็กเล็กจนถึงประถมศึกษาปีที่ 6

นอกจากนี้ยังมีศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านปราสาทใต้ ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2525 เพื่อรับเลี้ยงดูเด็กเล็กอายุประมาณ 3-5 ปี โดยรับเด็กในหมู่บ้านที่พ่อแม่ต้องไปทำนา ไม่มีคนดูแล มีส่วนที่น้อยที่เป็นเด็กมาจากหมู่บ้านใกล้เคียง ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กนี้ได้รับเงินช่วยเหลือค่าอาหารกลางวันจากโครงการ C.C.F (Christian Children's Fund) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529

### การหาเลี้ยงชีพ

ชาวบ้านปราสาทใต้ถือว่าเป็นกระดุกสันหลังของชาติ เพราะทำนาเป็นอาชีพหลัก นอกจากนี้ยังมีการเลี้ยงสัตว์ ปลูกผัก ทอเสื่อจากต้นไผ่ (ต้นกก) ทำกระเปาะหรือแพมจากเสื่ออก หมวกใบตาล แก้วก้านตาล หรือรับจ้างทั่วไป เป็นอาชีพเสริมเมื่อว่างจากงานประจำ หรือทำหลังจากฤดูทำนาได้ผ่านพ้นไปแล้ว

การทำนาของชาวบ้านปราสาทส่วนใหญ่เป็นการทำนาปี โดยใช้วิธีหว่าน แต่ในบางปีหากมีน้ำมาก คือ มีฝนตกมากก็จะเปลี่ยนจากทำนาหว่านมาเป็นนาดำ เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม พันธุ์ข้าวที่ใช้ปลูกมีทั้งข้าวเหนียวและข้าวเบาซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพของที่นา หากเป็นที่ลุ่มมีน้ำขังจะปลูกข้าวเหนียว ส่วนข้าวเบาจะปลูกในที่ดอน น้ำไม่มาก ส่วนใหญ่ใช้ข้าวพันธุ์หอมมะลิ พันธุ์ กข.15 พันธุ์เหลืองทอง พันธุ์เหลืองประทิวและพันธุ์พื้นเมือง การไถนาเริ่มไถในช่วงฝนเริ่มตก คือ ราวเดือนพฤษภาคม - กรกฎาคม ไถครั้งแรกเรียกว่าไถใหญ่ โดยไถทิ้งไว้ให้หญ้าตายสักกระยะหนึ่ง หลังจากนั้นใช้รถไถเล็กไถพรวนอีกครั้งหนึ่งแล้วจึงเริ่มหว่านข้าวในช่วงเดือนกรกฎาคม ในระหว่างที่ข้าวเริ่มโตจนถึงเก็บเกี่ยวได้มีการใส่ปุ๋ยและยาฆ่าแมลงเพื่อให้ได้ผลผลิตดี ข้าวเบาจะเก็บเกี่ยวในราวเดือนธันวาคม ส่วนข้าวเหนียวจะเริ่มเก็บเกี่ยวราวเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ ซึ่งจะให้ผลผลิตที่ดีกว่า ส่วนใหญ่จะได้ผลผลิตเฉลี่ยประมาณ 3-5 กระสอบต่อไร่ ในการเก็บเกี่ยวข้าวปัจจุบันมักจ้างแรงงานภายในหมู่บ้านหรือจากนอกหมู่บ้าน

นอกจากการทำนาแล้วชาวบ้านมักจะเลี้ยงสัตว์ควบคู่กันไปด้วย สัตว์ที่เลี้ยงส่วนใหญ่เป็นวัวควาย หมู เป็ด ไก่ โดยใช้เวลาว่างจากงานประจำในแต่ละวันหรือมอบหมายหน้าที่ให้คนใดคนหนึ่งในครอบครัวเป็นผู้เลี้ยง สำหรับเป็ด ไก่ นั้น มักเลี้ยงเพื่อบริโภคเองภายในครัวเรือน ส่วนหมูจะเลี้ยงไว้ขายหรือประกอบอาหารในคราวที่มีงานพิธีต่าง ๆ หากจะขายก็มักจะนำไปขายที่ตลาดแคไค้หมู่บ้านตามราคาท้องตลาด ส่วนการเลี้ยงวัวนั้นมีส่วนหนึ่งที่โครงการ C.C.F ให้การช่วยเหลือผู้ปกครองของเด็กที่ยากจนด้วยการนำวัวมาให้เลี้ยงก่อนและต้องส่งเงินค่าวัวภายใน 2 ปี ปีละ 4,000 บาท ในกรณีที่มี

ผู้ปกครองต้องการรวบในโครงการนี้หลายคน ก็จะใช้วิธีจับฉลากกัน นอกจากนี้แล้วยังมีชาวบ้านที่รับเลี้ยงวัวจากคนที่นำมาให้ เลี้ยงโดยตกลงแบ่งลูกวัวกันระหว่างเจ้าของวัวและผู้เลี้ยง

การเพาะปลูกของชาวบ้านปราสาทเป็นการปลูกผักสวนครัวเพื่อบริโภคเอง หากเหลือจากการบริโภคจึงจะนำมาฝากขายตามร้านค้าภายในหมู่บ้าน บางครั้งชาวบ้านบางรายหาปลาได้ก็นำมาทำปลาร้า ปลาจ่อม หรือปลาแห้ง ขายเล็ก ๆ น้อย ๆ ในหมู่บ้าน

งานหัตถกรรม ชาวบ้านที่เป็นผู้หญิงส่วนใหญ่ใช้เวลาว่างหรือหลังจากทำนาเสร็จแล้วทำการทอเสื่อจากต้นไผ่ (ต้นกก) ซึ่งสามารถหาได้ในบริเวณหมู่บ้าน นำต้นไผ่มาจักให้เป็นเส้นขนาดกำลังดีนำไปตากแดดให้แห้งแล้วย้อมเป็นสีต่าง ๆ กัน นำมาทอเสื่อไว้ใช้เองในครัวเรือนและขายบ้างหากมีผู้ต้องการซื้อ ทั้งนี้ราคาของเสื่อขึ้นอยู่กับความยาวและลวดลายที่ทอซึ่งยากง่ายต่างกัน ในอดีตกลุ่มสตรีจากสหกรณ์การเกษตรในสูงมาสอนชาวบ้านให้ทอเสื่อเป็นลวดลายรูปสัตว์ต่าง ๆ ทำแพม ทำกระเป่า และนำไปขายที่สหกรณ์ซึ่งก็มีแม่บ้านเป็นสมาชิกอยู่ไม่น้อย นอกจากนี้แล้วยังมีการทำพัดจากตอกย้อมสี และหมวกจากใบตาลอีกด้วย ส่วนฝ่ายชายบางคนจะใช้เวลาว่างทำเก้าอี้หนัง เก้าอี้นอนหรือโต๊ะจากไม้ ก้านตาล ไม้ใช้เองและแบ่งขายบ้างหากมีผู้สนใจซื้อในราคาที่แตกต่างกันไปตามขนาดและรูปแบบของเก้าอี้ แต่ก็ยังเป็นราคาที่ไม่แพงมาก หรืออาจจะเรียกได้ว่าค่อนข้างถูก เมื่อเปรียบเทียบกับเก้าอี้แบบต่าง ๆ ที่ขายกันในท้องตลาด และนอกจากนี้แล้วยังมีบางคนทำเครื่องจักรสานไว้ใช้สอยภายในหมู่บ้าน เช่น สานช่องใส่ปลา ลอบดักปลา ตะกร้าไม้ไผ่ ซึ่งถ้ามีเวลาว่างมากสามารถทำได้เกินกว่าจำนวนใช้สอยก็จะแบ่งขายบ้าง ส่วนผู้ที่ไม่ชำนาญการทำงานเหล่านี้จะออกรับจ้างทั่วไป หางานทำในเมือง หรือแม้แต่ขับมอเตอร์ไซด์รับจ้าง ซึ่งเป็นอาชีพเสริมล่าสุดของคนในหมู่บ้าน

### ภาพที่ 3

รูปภาพแสดงร้านจำหน่ายงานหัตถกรรมของชาวบ้านปราสาท



#### ศาสนา ความเชื่อ และประเพณี

ชาวบ้านปราสาทก็เช่นเดียวกับชาวไทยส่วนใหญ่ คือ นับถือศาสนาพุทธ มีความเชื่อในเรื่อง บุญบาป นิยมการทำบุญ โดยมีการผลัดเปลี่ยนกันนำอาหารไปถวายพระในวันธรรมดา ถ้าเป็นวันพระ ชาวบ้านจะพร้อมใจกันไปทำบุญแทบทุกครัวเรือน มีความเคารพนับถือพระสงฆ์โดยเฉพาะเจ้าอาวาส ซึ่งจะมีบทบาทในด้านพิธีกรรมทางศาสนาและกิจกรรมทั่วไปของหมู่บ้าน นอกจากนี้แล้วยังมีประเพณี ความเชื่อในเรื่องเกี่ยวเนื่องกับการทำมาหากิน และชีวิตประจำวันในการอยู่ร่วมกันของสังคมจะเห็นได้จากในแต่ละเดือนจะมีกิจกรรมหรืองานพิธีกรรมที่ปฏิบัติสืบต่อกันมาตั้งแต่ครั้งปู่ย่าตาทวด ได้แก่

เดือนอ้าย เก็บเกี่ยวข้าว

เดือนยี่และเดือนสาม นวดข้าวและนำข้าวขึ้นยุ้ง

เดือนสี่ เสร็จสิ้นจากการทำนา ชาวบ้านจะออกไปรับจ้างทำงานทั้งในและนอกหมู่บ้าน รวมทั้งทำเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ไว้ใช้เองหรือขาย

เดือนห้า งานสงกรานต์

เดือนหก งานบวช งานแต่งงาน และทำพิธีเช่นศาลปู่ตา (ในอดีต)

เดือนเจ็ด งานบวช และเริ่มทำนา

เดือนแปด งานแต่งงาน งานบุญเข้าพรรษา แห่งเทียนพรรษา

เดือนเก้า เดือนสุดท้ายของการทำนา

เดือนสิบ ทำบุญตักบาตรสารทไทย

เดือนสิบเอ็ด ทำพิธีเรียกขวัญข้าวหรือขวัญแม่โพสพ

เดือนสิบสอง ประเพณีลอยกระทง และเริ่มเกี่ยวข้าวเบา

**พิธีเช่นศาลปู่ตา** ศาลปู่ตา เป็นศาลประจำหมู่บ้าน แต่ก่อนจะทำกันในเดือนหกหรือเดือนเจ็ด โดยชาวบ้านจะไปทำพิธีพร้อมกันที่ศาล โดยนำหัวหมู ไก่ เหล้า ขนมต้ม แบ่งข้าวเจ้าปั้นเป็นรูปช้างม้า แล้วใส่ในบัตร์ (ลักษณะคล้ายกระทง ทำจากก้านกล้วยเป็นรูปสามเหลี่ยม ใช้ดอกทานตะวัน) ผู้หญิงจะเป็นคนนำไปเช่นและมีการเชิญทรงด้วย แต่ในปัจจุบันชาวบ้านจะทำในลักษณะการไปบนและแก้บนเท่านั้น

**พิธีแห่นางแมว** ในช่วงฤดูแล้ง ประมาณเดือนพฤษภาคม เป็นพิธีกรรมในการขอฝน โดยการนำแมวใส่ตะเหลว (ภาชนะสานจากไม้ไผ่ กั้นกลม ปากแคบ ลักษณะรูปทรงคล้ายโอง) แห่ไปรอบ ๆ หมู่บ้านในตอนหัวค่ำ จะแห่ทั้งวันก็ได้ แต่ส่วนใหญ่จะแห่จนกว่าฝนจะตก พอแห่ไปถึงหน้าบ้านใคร ชาวบ้านก็จะเอาน้ำสาดแมว แล้วนำสิ่งของมาให้

**พิธีทำขวัญข้าว** จำทำในราวเดือนสิบเอ็ดในระยาะที่ข้าวเริ่มตั้งท้อง พิธีนี้สืบเนื่องมาจากความเชื่อเกี่ยวกับแม่โพสพว่าเป็นเทพประจำต้นข้าว ดังนั้นชาวบ้านจึงทำพิธีเช่นไหว้แม่โพสพ โดยการนำเอาผลไม้ ส้ม กล้วย อ้อย เผือก มัน ใส่กระทง นำไปไว้บริเวณที่ข้าวงามที่สุด การทำขวัญข้าวจะให้ผู้หญิงเป็นผู้ประกอบพิธีกรรม และมีการกล่าวขอต่อแม่โพสพให้ช่วยบำรุงรักษาให้ผลผลิตดี ทั้งนี้ต้องกระทำก่อนเที่ยง ด้วยเหตุที่เชื่อว่าแม่โพสพจะไม่รับของหลังเที่ยง

**พิธีทำขวัญย้ง** ก่อนจะนำข้าวเลือกขึ้นย้ง จะทำขวัญย้งก่อนเพื่อความเป็นสิริมงคลต่อการทำนาครั้งต่อไป จะทำในราวเดือนยี่หรือเดือนสาม โดยเตรียมผลไม้ กล้วย อ้อย ส้ม ถั่ว งา มะขาม ฯลฯ แต่จะไม่ใช้ขนมที่ทำจากแป้งข้าวเจ้าหรือข้าวเหนียว เพราะเชื่อกันว่าแม่โพสพจะไม่กินเนื้อของตนเอง และถ้าผู้ใดมีผ้าไหม ก็นำไปวางไว้ในย้งพร้อมผลไม้ แล้วจุดธูป เทียน บอกให้แม่โพสพมารับของและเข้าย้ง นอกจากนั้นก็มีการกล่าวขอต่อแม่โพสพให้พืชอุดมสมบูรณ์ในปีต่อ ๆ ไป หลังจากทำพิธีแล้วจึงทำการปักข้าวในย้งโดยจะนำไปทำบุญ กิน และขาย ทั้งนี้ผู้หญิงจะเป็นผู้ทำพิธี

นอกจากนี้แล้วยังมีความเชื่อเกี่ยวกับข้าวในกรณีอื่นอีก เช่น ห้ามต้มไข่พร้อมกับหุงข้าวในหม้อเดียวกัน เพราะจะไปขบคุ้ยเชื้อข้าว เชื่อว่าเป็นการทำลายแม่โพสพ และวันอาทิตย์ห้ามตากข้าวที่ยุ่งรวมทั้งห้ามเกี่ยวข้าวเพราะเชื่อกันว่าเป็นวันที่แม่โพสพเกิด

(ข้อมูลทั้งหมดจาก : ศิลปากร, กรม. "บ้านปราสาท แหล่งโบราณคดีอีสานล่าง" นครราชสีมา, 2534.)

### แนวคิดเรื่องสื่อพื้นบ้าน

สื่อพื้นบ้าน (Folk Media) เป็นสื่อที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับมนุษย์ โดยได้รับการถ่ายทอดจากรุ่นก่อน ๆ สืบต่อมาจนถึงชนรุ่นปัจจุบัน นับได้ว่าสื่อพื้นบ้านเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพ และมีความสำคัญต่อการสร้างสรรค์สังคมอย่างยิ่ง (Dissanayake ,อ้างใน เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540.) สื่อพื้นบ้านจึงเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญของมนุษย์มาหลายยุคหลายสมัยแล้ว ทั้งนี้เพราะเป็นการสื่อสารที่อาศัยอวัยวะต่าง ๆ ของร่างกายและสมองของมนุษย์เป็นสำคัญ มนุษย์เราทุกคนมีเครื่องมือพิเศษนี้อย่างเท่าเทียมและเสมอภาคกัน มนุษย์สามารถไข่มั่นโดยอาศัยเครื่องมือหรืออวัยวะภายนอกที่ธรรมชาติให้มาเป็นเครื่องถ่ายทอดหรือรับข่าวสารเข้ามาอย่างมีประสิทธิภาพ มีเสรีภาพและอยู่บนพื้นฐานของความเสมอภาคตามธรรมชาติ (สมควร กวียะ ,2535.)

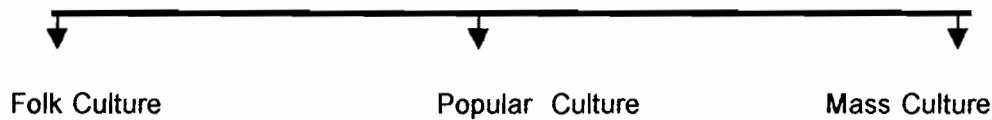
### ความหมาย

กาญจนา แก้วเทพ (2539) ได้ศึกษาคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับสื่อพื้นบ้าน 3 คำที่มีความหมายใกล้เคียงกัน และอาจใช้สลับกันได้ในบางโอกาส คือคำว่า "วัฒนธรรมพื้นบ้าน" (Folk Culture) "วัฒนธรรมประชาชน" (Popular Culture) และ "วัฒนธรรมมวลชน" (Mass Culture) กาญจนา แก้วเทพ ยังได้ใช้แนวคิดของ M. Real ซึ่งใช้สมมติฐานว่า คำทั้งสามคำนี้มีใช้คำที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิง หากแต่เป็นคำที่วางอยู่บนเส้นระนาบเดียวกัน ดังภาพ



#### ภาพที่ 4

แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบคำศัพท์ที่มีความหมายเกี่ยวกับสื่อพื้นบ้าน



การให้คำจำกัดความของสื่อพื้นบ้านนี้ ผลมาจากการประชุมของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อพื้นบ้าน เมื่อปี ค.ศ. 1972 ณ กรุงลอนดอน ได้สรุปว่า "สื่อพื้นบ้าน" หมายถึง นาฏศิลป์ และทัศนศิลป์ทุกประเภท เช่น ดนตรี เพลง ละคร หุ่นระบอบอก หัตถกรรม และสถาปัตยกรรม เป็นต้น (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540.)

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำนิยามไว้มากมาย อาทิ

**เฟลิเซียโน** (อ้างใน เกศินี จุฑาวิจิตร, แหล่งเดิม.) กล่าวว่า สื่อพื้นบ้าน หมายถึง รูปแบบทางทัศนศิลป์ มโนทัศน์ และคำพูด ซึ่งเป็นที่คุ้นเคยกับประชาชนในชนบท และได้รับการยอมรับสืบต่อกันมา ซึ่งสื่อเหล่านี้จะทำหน้าที่ให้ความบันเทิง ให้ข้อมูลข่าวสาร ให้การยอมรับสั่งสอนและให้การศึกษา

**สมควร กวียะ** (แหล่งเดิม.) กล่าวว่า สื่อพื้นบ้าน คือ วัฒนธรรมที่ได้สร้างสรรค์และสั่งสมมาตั้งแต่อดีต กลายเป็นเครื่องมือที่ส่ง-รับ และเก็บข่าวสารที่เป็นสัญลักษณ์และเอกลักษณ์ ปรากฏให้เห็นในรูปของคำพูด ข้อเขียน บทเพลง ดนตรี การละเล่น หัตถกรรม สถาปัตยกรรม พิธีกรรม ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม หรือแม้กระทั่งวิถีชีวิต

**สุรพล วิรุฬห์รักษ์** (2535.) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สื่อพื้นบ้าน หมายถึง รูปแบบของการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคล หรือบุคคลกับกลุ่มบุคคลที่ได้ประพฤติ ปฏิบัติ สืบต่อกันมาจนเกิดความเคยชินเป็นประเพณี และครอบคลุมถึงประเพณีเรื่องภาษา ท่าทาง การแต่งกาย เครื่องใช้ ฯลฯ ที่ประชาชนในสังคมหนึ่งกำหนดความหมายที่แน่นอนเอาไว้ให้เป็นที่เข้าใจตรงกัน สื่อพื้นบ้านจึงควรครอบคลุมการแสดงต่าง ๆ เช่น เพลง ระบาย ละคร การละเล่น และกีฬา ที่เปิดโอกาสให้มีการสนทนา วิสาสะ ตลอดจนประเพณีและพิธีกรรมต่าง ๆ ที่เป็นปัจจัยให้เกิดการสื่อสาร

เกศินี จุฑาวิจิตร (แหล่งเดิม.) ได้ให้ความหมายของสื่อพื้นบ้าน ไว้ว่า หมายถึง บุคคล คณะบุคคล ตลอดจนเครื่องมือ อุปกรณ์ที่เกี่ยวกับการแสดง กิจกรรมและวัฒนธรรมการดำรงอยู่ทุกประเภท โดยเป็นสิ่งที่ชาวบ้านสร้างสรรค์ขึ้น และยึดถือปฏิบัติสืบเนื่องกันมาแต่โบราณกาล

จากความหมายทั้งหมดสรุปได้ว่า **สื่อพื้นบ้าน คือสิ่งที่สร้างสรรค์มาจากวิถีชีวิตความเป็นอยู่ การดำรงชีวิต ของบุคคลในท้องถิ่นนั้น แล้วถ่ายทอดออกมาเป็นศิลปะการแสดงต่าง ๆ ทั้งนาฏกรรม ศิลปกรรม คหกรรม การแสดง เพลง ดนตรี และวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งคนในท้องถิ่นให้การยอมรับและถ่ายทอดสืบต่อกันมาจากรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่งอย่างต่อเนื่อง**

### พัฒนาการของสื่อพื้นบ้าน

การศึกษาจากตำราของ เกศินี จุฑาวิจิตร (แหล่งเดิม.) พบว่า สื่อพื้นบ้านในประเทศไทยมีมานานแล้วนับตั้งแต่สมัยสุโขทัยเป็นราชธานี และยังมีรูปแบบของการแสดงและกิจกรรมที่หลากหลาย กระจัดกระจายอยู่ในท้องถิ่นต่าง ๆ ซึ่งมีทั้งที่เป็นของตนเอง และหยิบยืมดัดแปลงมาจากท้องถิ่นอื่น เนื่องจากเห็นว่ามิประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของบุคคลและชุมชนของตน

สื่อต่าง ๆ เหล่านี้ ถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานของการสื่อสารของแต่ละท้องถิ่นที่ได้มีการสืบทอดกันมาแต่โบราณ โดยรวมอยู่ในรูปของคำพูด ความเชื่อ วิถีชีวิต ฯลฯ ที่แสดงออกถึงประสบการณ์ และข้อมูลต่าง ๆ ชาวบ้านได้ใช้สื่อเหล่านี้เป็นช่องทางการสื่อสารในท้องถิ่นมาช้านาน ก่อนที่จะมีสื่อสมัยใหม่ต่าง ๆ เกิดขึ้น โดยมีแหล่งหรือสถานที่ที่ชาวบ้านจะสามารถมาร่วมกันได้อย่างเต็มที่ ตามแต่โอกาสจะเอื้ออำนวย ได้แก่ วัด โรงเรียน ตลาด งานเทศกาล งานบุญต่าง ๆ เป็นต้น

แนวคิดของ กาญจนา แก้วเทพ (แหล่งเดิม.) กล่าวไว้ว่า วัฒนธรรมพื้นบ้านหรือสื่อพื้นบ้าน เป็นวัฒนธรรมหรือสื่อที่ใช้กันภายในคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น เช่น เพลงเกี่ยวสาวของชาวเขมรได้ในบางหมู่บ้านของจังหวัดสุรินทร์ ต่อมาเพลงดังกล่าวได้ขยายเผยแพร่ออกไปมากขึ้น โดยผ่านการเล่นหมอลำหรือการเล่นลิเก

สมควร กวียะ (แหล่งเดิม.) ได้เสนอแนวคิดไว้ว่า **สื่อพื้นบ้านนับว่าเป็นสื่อประเพณี (Traditional Media) ซึ่งเป็นที่นิยมและปฏิบัติกันอยู่ในระดับท้องถิ่น ถ้าได้รับความนิยมนอกกว้างขวางขึ้นมาสู่ระดับภูมิภาค ก็เรียกว่า สื่อพื้นเมือง หากได้รับความนิยมขยายถึงระดับประเทศ ก็เรียกว่า สื่อประชาชาติ และเมื่อใดที่ได้รับความนิยมขยายออกไปจนเป็นที่ยอมรับในระดับสากลก็เรียกว่า สื่อสากล** ดังที่ได้เสนอแผนภูมิเกี่ยวกับพัฒนาการของสื่อพื้นบ้านไว้ดังนี้

### ภาพที่ 5

แผนภูมิแสดงลำดับชั้นของสื่อตามแนวคิดของสมควร กวียะ

สื่อสากล (Universal Media)



สื่อประจำชาติ (National Media)



สื่อพื้นเมือง (Local Media)



สื่อพื้นบ้าน (Folk Media)

#### ประเภทของสื่อพื้นบ้าน

จากการศึกษาพบว่า มีนักวิชาการ 2 ท่านที่ได้ศึกษาเรื่องสื่อพื้นบ้าน และได้แบ่งประเภทของสื่อพื้นบ้านออกเป็น 2 แนวคิด ดังนี้

1. การแบ่งประเภทของสื่อพื้นบ้านตามแนวคิดของ กาญจนา แก้วเทพ (แหล่งเดิม.)  
มีวิธีแบ่งโดยใช้ 2 แกนตัดกัน อันประกอบไปด้วย

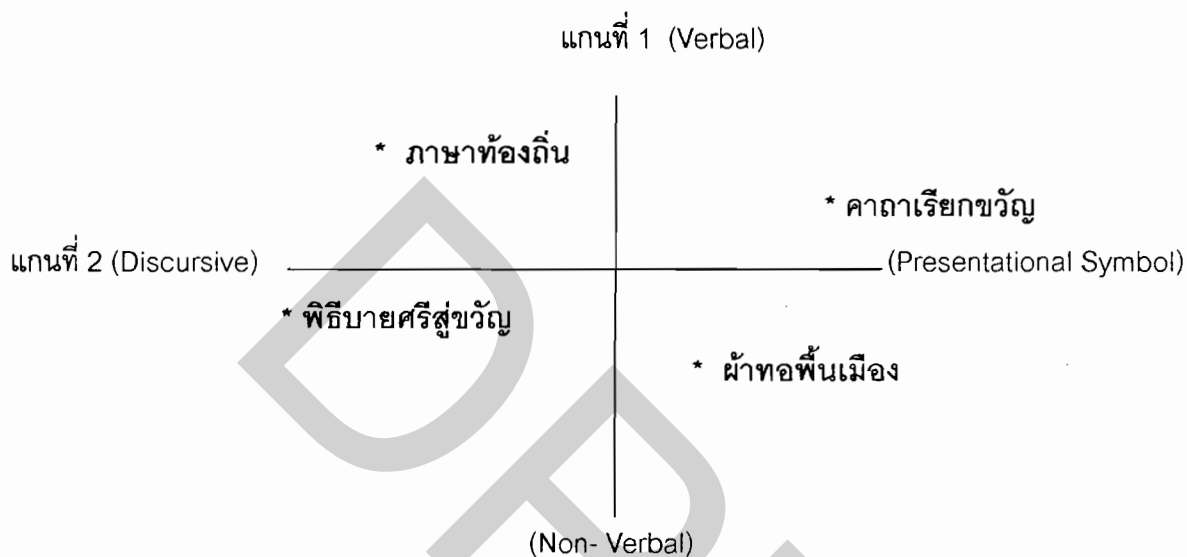
แกนที่ 1 จะแบ่งสื่อพื้นบ้านออกเป็นสื่อประเภทภาษา (Verbal) และประเภทอวัจนภาษา (Non-verbal)

แกนที่ 2 คือ กิจกรรมที่เกี่ยวกับการใช้ภาษา (Discursive) และกิจกรรมต่าง ๆ ที่ใช้สัญลักษณ์เป็นเครื่องแสดงออก (Presentational Symbols)

การแบ่งประเภทของสื่อพื้นบ้านโดยใช้ 2 แกนตัดกันตามแนวคิดของกาญจนา แก้วเทพ สามารถนำเสนอเป็นแผนภูมิได้ดังภาพ

### ภาพที่ 6

แผนภูมิแสดงการแบ่งประเภทของสื่อพื้นบ้านตามแนวคิดของ กาญจนา แก้วเทพ



เมื่อดูจากแผนภูมิข้างต้นสามารถตีความหมายได้ดังนี้

1. ภาษาท้องถิ่น เป็นภาษาพูด หมายความว่า ภาษาพูดเป็นสื่อพื้นบ้านประเภทภาษา (Verbal ) การสื่อสารโดยใช้ภาษาพูดเป็นสื่อเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการใช้ภาษา (Discursive)
2. ผ้าทอพื้นเมือง เป็นสื่อพื้นบ้านประเภท วจนภาษาและเป็นการแสดงออกในรูปของ สัญลักษณ์ เนื่องจากแต่ละท้องถิ่นก็จะมีลายทอผ้าที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น ลายทอและเนื้อผ้าสามารถสื่อสารให้ทราบถึงแหล่งที่มาได้โดยไม่ต้องอธิบายด้วยคำพูด
3. พิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นพิธีที่มีความเกี่ยวเนื่องกับการใช้ภาษา คือ ในพิธีบายศรีสู่ขวัญ จะมีคาถาหรือคำเรียกขวัญที่สื่อความหมายเพื่อให้เกิดความเป็นสิริมงคล และวจนภาษาหรือภาษาท่าทางขณะที่ผู้หลักผู้ใหญ่ นำด้ายสายสิญจน์มาผูกที่ข้อมือให้กับคนที่มาร่วมพิธี ก็จะได้แสดงออกถึงการปิดเป่าอันตรายหรือสิ่งที่ไม่ดีให้ออกไปจากตัว

4. คาถาเรียกขวัญ เป็นสื่อพื้นบ้านที่มีการใช้ภาษาของท้องถิ่นเพื่อใช้ในพิธีการบายศรีสู่ขวัญ ถ้อยคำหรือภาษาที่เชื่อกันจะมีนัยที่สื่อความหมายหรือเป็นสัญลักษณ์เพื่อให้เกิดสิริมงคลแก่ผู้ที่ได้มาร่วมพิธีกรรมในครั้งนั้น ๆ โดยผู้ที่ทำหน้าที่สวดคาถาหรือเป็นผู้นำในพิธีก็มักจะเป็นผู้เฒ่าผู้แก่ในหมู่บ้านที่มีความรู้เรื่องของศาสนพิธี

เมื่อพิจารณาตามเกณฑ์การแบ่งประเภทของสื่อพื้นบ้านของ กาญจนา แก้วเทพ พบว่าการวิเคราะห์สื่อพื้นบ้านสามารถครอบคลุมได้ตั้งแต่นิทาน เพลงพื้นบ้าน ตำนานหมู่บ้าน ปริศนาคำทาย คำพังเพยสุภาษิต การละเล่นของเด็ก พิธีกรรมและความเชื่อต่าง ๆ ฯลฯ

2. การแบ่งประเภทของสื่อพื้นบ้านตามแนวคิดของ สมควร กวียะ (แหล่งเดิม.) ได้แบ่งประเภทของสื่อพื้นบ้านออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

### 2.1 ครรลองโสต ได้แก่

- 2.1.1 เพลง และดนตรี เช่น เพลงกล่อม เพลงไทย (เดิม) เพลงแคน
- 2.1.2 การบอกเล่า เช่น คำพังเพย นิทาน เรื่องตลกพื้นบ้าน

### 2.2 ครรลองทัศน์ ได้แก่

- 2.2.1 การอ่าน เช่น วรรณคดีต่าง ๆ
- 2.2.2 จิตรกรรมและประติมากรรม เช่น ลายไทย พระพุทธรูป ภาพเขียนฝาผนัง
- 2.2.3 สถาปัตยกรรม เช่น เรือนไทย โบสถ์ โรงหนังตะลุง
- 2.2.4 อุปกรณ์การแสดง เช่น ฉากลิเก เครื่องแต่งตัวรำไทย
- 2.2.5 ของเล่นของใช้ เช่น เขียนหมาก ภาชนะใบตอง กระบวนดักน้ำ

### 2.3 ครรลองโสตทัศน์ ได้แก่

- 2.3.1 การฟ้อนรำ เช่น เซิ้งตระดึบ รำลาวกระทบไม้
- 2.3.2 การละครและฟ้อนรำ เช่น โขน ลิเก โนรา
- 2.2.3 การละเล่น เช่น เพลงเรือ เพลงข่อย ลำตัด
- 2.2.4 พิธีการและวิถีชีวิต เช่น พิธีบวช ทำบุญลอยกระทง การสวดมนต์
- 2.2.5 เชิดหุ่น เช่น หุ่นกระบอก หนังตะลุง

## 2.4 ครรลองรส หรือกลิ่น ได้แก่

### 2.4.1 อาหารไทย

### 2.4.2 ดอกไม้ไทย

## 2.5 ครรลองทักษะ

ได้แก่ การกระทำ หรือการมีส่วนร่วมในกิจกรรม หรือการผลิต ประเพณีต่าง ๆ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น เช่น การร้องรำทำเพลง การร่วมชบวนแห่ การเขียนภาพลายไทย การเข้าพิธีหรือการใช้ชีวิตแบบไทย เป็นต้น

### บทบาทของสื่อพื้นบ้าน

เสรี พงศ์พิศ (อ้างใน ประเวศ วะสี , 2542 : 67.) ให้ความสำคัญของวัฒนธรรม ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการสร้างสรรค์สื่อพื้นบ้านว่า วัฒนธรรม คือ รากฐานสำคัญที่ทำให้ชุมชนรวมตัวกันแล้วก็เข้มแข็งได้ แม้แต่กลุ่มที่เราคิดว่าเขามีความล้มเหลว เช่น ชาวเขาหรือชาวชนบท เมื่อเขาได้ค้นพบภูมิปัญญาของตัวเอง วัฒนธรรมของตัวเอง ระบบของตัวเอง โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้ จะเกิดความภูมิใจในตัวเอง เกิดความเชื่อมั่นในตัวเอง เกิดพลัง

ดังนั้นเราจึงสามารถวิเคราะห์บทบาทของสื่อพื้นบ้านได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์บทบาทของสื่อพื้นบ้านตามตำราของ ศรีบาน รัตติกาลชลากร (อ้างใน เกศินี จุฑาวิจิตร, แหล่งเดิม.) ได้แยกบทบาทของสื่อพื้นบ้านไว้ว่า

1.1 บทบาทในการผดุงรักษาวัฒนธรรม และการแสดงออกซึ่งเอกลักษณ์ของชาติ

1.2 บทบาทในการเริ่มสร้างความมั่นคงทางจิตใจและรักษาความสัมพันธ์ทางเครือญาติและชุมชน

1.3 บทบาทในการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การเมือง เศรษฐกิจ สังคม และศิลปวัฒนธรรม โดยการให้ข่าวสารที่โน้มน้าวใจผ่านสื่อพื้นบ้าน

1.4 บทบาทในการผ่อนคลายความเครียด ความกดดันทางสังคม เศรษฐกิจ ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีที่อาจมีข้อห้าม เช่น เรื่องการแสดงออกทางเพศ ความก้าวร้าว เป็นต้น

1.5 บทบาทในการสร้างความสามัคคีในกลุ่ม เกิดความภาคภูมิใจในชุมชนและชาติ

1.6 บทบาทในการให้ความบันเทิง สนุกสนานเพลิดเพลิน

1.7 บทบาทในการอบรม สั่งสอนคุณธรรม ค่านิยม ความประพฤติ ฯลฯ แก่บุคคลและสังคม

1.8 บทบาทในการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว อันนำมาซึ่งการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม และรายได้เข้าประเทศและท้องถิ่น

2. การวิเคราะห์บทบาทและหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านตามแนวคิดของนักวิชาการเยอรมันในสำนักแฟรงค์เฟิร์ต (อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2539.) สื่อพื้นบ้านมีบทบาทและหน้าที่ดังนี้

2.1 ทำหน้าที่ปลดปล่อยแรงผลักดันทางเพศ ตัวอย่างเช่น การเล่นเพลงลำตัด ประเพณีตั้งครกตั้งสากในภาคอีสาน เพลงลูกทุ่ง เป็นต้น

2.2 สร้างความสามัคคีระหว่างคนกลุ่มต่าง ๆ เช่น ประเพณีแข่งขันหรือแข่งตีกลองระหว่างหมู่บ้าน ประเพณีการลงแขกเกี่ยวข้าว

2.3 ช่วยพัฒนาด้านภูมิปัญญา เช่น การเล่นปริศนาคำทาย การดูภาพวิวดตามฝาผนังโบสถ์

2.4 ทำการวิพากษ์วิจารณ์สังคมที่เป็นอยู่ในไทย มีกรณีตัวอย่างในประวัติศาสตร์เมื่อมีการเก็บภาษีอย่างรุนแรง เช่น ภาษีฝิ่น กษัตริย์ที่เข้าไปเล่นให้พระมหากษัตริย์ทอดพระเนตรได้สอดแทรกคำร้องเรียนลงไปด้วย ทุกวันนี้การวิพากษ์วิจารณ์สังคมยังปรากฏในเพลงลูกทุ่งอยู่บ่อยครั้ง

2.5 ทำหน้าที่ให้การศึกษาและสร้างความสำนึกทางการเมือง เช่น ในเพลงกล่อมเด็ก จะมีเนื้อหาด้านการเมืองปรากฏอยู่ หรือในการเล่นหนังตะลุงก็เช่นกัน

2.6 มีลักษณะสัมพันธ์กับชีวิต ก่อให้เกิดการทบทวนชีวิต เช่น พวกตัวตลกในลิเกหรือหนังตะลุง มักจะเป็นชื่อของคนในท้องถิ่นนั้น และแสดงทัศนคติต่อความเป็นไปของชุมชน พิธีแห่นางแมวหรือการทำบุญประพายข้าวก็แสดงความสัมพันธ์กับชีวิตของชาวนาเช่นกัน

2.7 มีหน้าที่ให้ความบันเทิง เช่น เพลงโคราช ลำตัด หรือหมอลำ มักจะเป็นการแสดงเพื่อให้เกิดความสนุกสนานครื้นเครงในงานบุญต่าง ๆ

3. สุรพล วิรุฬห์รักษ์ (แหล่งเดิม.) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับเหตุผลที่ทำให้สื่อพื้นบ้านมีบทบาทต่อการเผยแพร่ข่าวสารที่ได้ผล ไว้ดังนี้

3.1 สื่อพื้นบ้าน เปิดโอกาสให้สอดแทรกข่าวสารได้มาก

3.2 สื่อพื้นบ้าน เป็นที่นิยมของคนหมู่มาก

3.3 สื่อพื้นบ้าน เปิดโอกาสให้คนดูมีส่วนร่วมมาก

3.4 สื่อพื้นบ้าน เหมาะที่จะสอดแทรกข่าวสารทุกชนิดที่ต้องการ

สุรพล วิรุฬห์รักษ์ เสนอแนวคิดเพิ่มเติมอีกว่า "สื่อพื้นบ้านยังเคยมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารและการพัฒนาก่อนปรากฏการณ์ของสื่อมวลชน ถึงแม้ว่าสื่อพื้นบ้านจะลดความสำคัญลงไปบ้าง แต่ก็ยังมีความหมายต่อประชาชนในสังคมไทยอยู่มาก การนำสื่อพื้นบ้านมาใช้ในการสื่อสารและการพัฒนาในส่วนที่สื่อมวลชนด้อยสมรรถนะอยู่นั้น นอกจากจะเป็นการอนุรักษ์และเผยแพร่สื่อพื้นบ้านโดยตรงแล้วประการสำคัญที่สุดของการสื่อสารคือ เป็นการเสริมสร้างเครือข่ายของการสื่อสารให้เกิดประสิทธิผลโดยสมบูรณ์" (2535 : 3.)

### สื่อพื้นบ้านกับการพัฒนาและถ่ายทอดวัฒนธรรม

สมควร กวียะ (แหล่งเดิม.) ได้นำเสนอเกี่ยวกับการพัฒนาและถ่ายทอดวัฒนธรรมโดยอาศัยสื่อพื้นบ้านไว้อย่างน่าสนใจว่า

แม้ว่าจะมิได้มีการนำเอาสื่อพื้นบ้านไปประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาและถ่ายทอดวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ แต่แนวความคิดในเรื่องนี้ได้เกิดขึ้นในประเทศไทยเมื่อประมาณ 10 ปีมาแล้ว ดังจะเห็นได้ว่ามีการเปิดสอนวิชาสื่อประเพณี ในหลักสูตรวารสารศาสตร์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วิชาสื่อพื้นบ้านในหลักสูตรนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและในวิทยาลัยครูหลายแห่ง แม้กระทั่งสถาบันการศึกษาเอกชนก็ให้ความสนใจเปิดสอนวิชาทำนองนี้ ขยายตัวมากขึ้น นอกจากนั้นภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ก็ยังเคยจัดการสัมมนาระดับชาติเรื่อง "ดนตรีเพื่อการสื่อสาร" เน้นการสาธิตสื่อพื้นบ้าน และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เคยจัดสัมมนาเรื่อง "สื่อประเพณี : ยุทธวิธีเพื่อการพัฒนาชนบท" ในปี 2530

สุรพล วิรุฬห์รักษ์ (แหล่งเดิม.) ได้กล่าวไว้ในงานสัมมนาเชิงปฏิบัติการ "มิติใหม่ของสื่อพื้นบ้าน : บทบาทของศิลปินพื้นบ้านในฐานะนักสื่อสารเพื่อการพัฒนาและถ่ายทอดวัฒนธรรม" เมื่อ พ.ศ. 2535 ว่า

"สนใจสื่อพื้นบ้านในฐานะที่เป็นการแสดงเพื่อความบันเทิงมาตั้งแต่ยังเป็นเด็ก เมื่อเติบโตและได้เรียนวิชาการละครบ้าง ก็มองสื่อพื้นบ้านอย่างศิลปะที่แสดงความคิดคำนึงของศิลปิน ต่อมาได้มีโอกาสกำกับละครที่อาศัยศิลปะประจำชาติบ่อยครั้งจึงได้เข้าใจถึงความสำคัญของการแสดงที่ใช้เป็นสื่อในการสื่อสาร โดยการแทรกลงไปไว้ในการแสดงอย่างแนบเนียน"



## ภาพที่ 7

รูปภาพแสดง "รางวัล" สื่อพื้นบ้านที่สร้างความบันเทิงให้แก่นักท่องเที่ยวที่บ้านปราสาท



นักศึกษาในระดับปริญญาโทหลาย ๆ คนก็ได้เล็งเห็นถึงประโยชน์และความสำคัญของสื่อพื้นบ้านในอันที่จะช่วยในการสื่อสาร ถ่ายทอดวัฒนธรรมประเพณี แนวคิดและข่าวสารต่าง ๆ ไปยังประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ดังที่มหาวิทยาลัยหลายเล่มได้ศึกษาถึงประโยชน์ของสื่อพื้นบ้าน อาทิเช่น

การศึกษาเรื่อง "การรับข่าวสารทางด้านจริยธรรมจากสื่อพื้นบ้านประเภทขอ ของประชาชนในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่" ของ จันทรทิพย์ ชาติพันธ์ (2530) พบว่า

ประชาชนที่มีความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษาและอาชีพได้รับข่าวสารทางด้านจริยธรรมจากการฟังขอแตกต่างกัน ส่วนการรับรู้ข่าวสารทางด้านจริยธรรม 11 ประการ พบว่าจริยธรรมที่ได้รับมากที่สุด ได้แก่ ความสามัคคี รองลงมาได้แก่ ความเมตตากรุณา ความกตัญญูตเวที ความประหยัด ความอดทนอดกลั้น ความซื่อสัตย์สุจริต ความมีระเบียบวินัย ความรับผิดชอบ ความยุติธรรมและความมีเหตุผล ตามลำดับ

การศึกษาเรื่อง "การรับข่าวสารทางด้านสาธารณสุขจากสื่อพื้นบ้านประเภทหนังตะลุงของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช" โดย ปาริชาติ ยุทธะพาทีกุล (2536) พบว่า

ผู้ฟังหรือผู้ดูสื่อพื้นบ้านประเภทหนังตะลุงส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 46-55 ปี มีการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษา มีอาชีพเกษตรกรกรรม ส่วนใหญ่เคยฟังหรือดูหนังตะลุงมากกว่า 31 ครั้ง ดูและฟังหนังตะลุงจากการแสดงบนเวทีมากที่สุด รองลงมาได้แก่โทรทัศน์และวิทยุติดตามตัวตามลำดับ และยัง

พบว่า ประชาชนที่มีความแตกต่างระหว่างเพศ อายุ และอาชีพได้รับข่าวสารด้านสาธารณสุขจากการฟังหรือดูสื่อพื้นบ้านหนึ่งตระกูลแตกต่างกัน

Feliciano (1978) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับสื่อพื้นบ้านในประเทศฟิลิปปินส์ พบว่า ในประเทศฟิลิปปินส์ได้อาศัยสื่อพื้นบ้านในการพัฒนาสังคม การเมือง และวัฒนธรรมของประเทศได้ผลอย่างน่าพอใจ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ชุมชนในชนบทมีสื่อพื้นบ้านที่มีคุณค่าอย่างทั่วถึง
2. รูปแบบของสื่อพื้นบ้านไม่ล้าสมัยซ้ำซ้อน และมีมากพอที่จะสนองตอบความต้องการของประชาชนได้อย่างกว้างขวาง
3. เนื้อหาและโครงสร้างของสื่อพื้นบ้านมีความยืดหยุ่นหรือปรับปรุงให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงในสังคมปัจจุบันได้เป็นอย่างดี
4. ความเชื่อของสื่อพื้นบ้านแข็งแกร่งจนยากที่จะมีสื่ออื่น ๆ เข้าไปแทนได้
5. ตัวแทนสื่อพื้นบ้านก็มีความประสงค์และยินดีที่จะปรับปรุงเนื้อหาตลอดจนโครงสร้างบางอย่างให้เหมาะสมกับการพัฒนาประเทศ

ประเทศฝรั่งเศส ญี่ปุ่น เกาหลีใต้และอินโดนีเซีย ก็เป็นตัวอย่างที่ดีเยี่ยมในการนำเอาสื่อบุคคลและสื่อประเพณีเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างภาพพจน์และเศรษฐกิจของประเทศ ความก้าวหน้าของฝรั่งเศสและญี่ปุ่นในรอบ 20 ปีที่ผ่านมา มิได้ขึ้นอยู่กับการสร้างเทคโนโลยีสมัยใหม่เพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับการปรับจิตใจและวัฒนธรรมให้ก้าวไปกับกาลเวลาอย่างเหมาะสม (สมควร กวียะ, แหล่งเดิม.)

### แนวทางการพัฒนาสื่อพื้นบ้าน

แม้ว่าสื่อพื้นบ้าน จะมีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสาร และการพัฒนาท้องถิ่น แต่ในประเทศไทยเรายังขาดการนำมาใช้อย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน แนวทางการดำเนินงานเพื่อพัฒนาสื่อ อันจะนำมาพัฒนาสังคม จะประกอบไปด้วย 4 แนวทาง คือ

#### 1. การอนุรักษ์

เป็นการเก็บรักษาวัฒนธรรมพื้นบ้านทั้งที่เป็นวัตถุและมีชีวิต เช่น สิ่งของเครื่องใช้ โบราณวัตถุ คำบอกเล่า นิทาน ตำนาน การละเล่น ฯลฯ ที่มีการทำขึ้นทั้งจากส่วนกลางโดยราชการและ

จากเอกชน หรือบุคคลที่สนใจซึ่งทำด้วยใจรัก ถือเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาค้นคว้าพัฒนาการของสังคม ในแต่ละท้องถิ่นหรือชุมชน เช่น พิพิธภัณฑ์บ้านม่วง ซึ่งริเริ่มโดยพระและชาวบ้าน ต่อมาได้รับความร่วมมือจากอาจารย์มหาวิทยาลัยศิลปากรในด้านการค้นคว้าและรวบรวมตลอดจนการจัดตั้ง สร้างอาคารเป็นที่เก็บสะสม นับเป็นการส่งเสริมให้ชาวบ้านได้ทำในสิ่งที่เขารักและสนใจ ซึ่งจะเป็นผลดีในการสืบทอดรักษาและพัฒนาต่อไปได้ เพราะชาวบ้านได้มีบทบาทริเริ่มและจัดตั้ง เนื่องจากมีตัวอย่างให้เห็นแล้วว่าในบางแห่งหน่วยงานรัฐได้จัดตั้งริเริ่มด้วยคิดว่าดี เหมาะสมแต่ชาวบ้านกลับไม่สนใจดูแลรักษา สืบทอดด้วย ไม่เห็นคุณค่า เช่น การจัดให้มีศิลปินแห่งชาติในสาขาต่าง ๆ

ในส่วนของชาวบ้านปราสาท ซึ่งเป็นกรณีศึกษาของการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ ก็เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งของการร่วมใจกันอนุรักษ์สื่อพื้นบ้าน ด้วยการนำสื่อพื้นบ้านมาเป็นสื่อในการสื่อสารเผยแพร่ วัฒนธรรมท้องถิ่นไปสู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

## 2. การฟื้นฟู

เป็นการนำวัฒนธรรมพื้นบ้านที่มีประโยชน์และเหมาะสมกลับมาใช้ใหม่ เช่น การลงแขก การเล่นดนตรีบางประเภท ฯลฯ ให้กลับคืนมาใหม่ ซึ่งต้องอาศัยทั้งเอกชนและราชการร่วมมือกับชาวบ้าน โดยอาจมีการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบให้เหมาะสมกับยุคสมัย แต่ยังคงเนื้อหาหรือเป้าหมายเดิมที่มีคุณค่า มีประโยชน์แก่ผู้ปฏิบัติ โดยที่ชาวบ้านได้มีโอกาสเห็นได้ถ่ายถอดกันเอง เรียนรู้ด้วยตนเอง เนื่องจากชาวบ้านจะเข้าใจในสภาพความคิด ความเชื่อของเขาเอง เป็นทั้งวิทยากรผู้ถ่ายทอด ผู้รับการถ่ายทอด และแลกเปลี่ยนความคิดและประสบการณ์ซึ่งองค์การพัฒนาเอกชนและภาครัฐต้องช่วยเป็นตัวประสาน มิใช่เป็นผู้ทำให้

## 3. การประยุกต์

เนื่องจากวัฒนธรรมพื้นบ้านมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง การประยุกต์วัฒนธรรมพื้นบ้านจึงมีมาตลอดแต่จะช้าหรือเร็วเท่านั้น เราต้องมองและเชื่อมั่นชาวบ้านว่าเขามีความสามารถในการประยุกต์วัฒนธรรม เช่น การทำบุญข้าวเปลือกเพื่อจัดตั้งกองทุนข้าวประจำหมู่บ้าน การทอดผ้าป่าพันธุ์ไม้ การทำนากระชับมิตร เป็นต้น

การประยุกต์นั้นเป็นการผสมผสานระหว่างของเก่าและของใหม่ กลายเป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ วิธีการหรือรูปแบบใหม่ที่เหมาะสมและเอื้อประโยชน์ ทั้งนี้โดยมีพื้นฐานมาจากรากเหง้าเดิมในวัฒนธรรมพื้นบ้านนั้น ๆ การประยุกต์จึงเป็นการสัมผัสหรือการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทาง

สังคมนระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่าง ดังนั้นวิธีการนี้นักวิชาการและหน่วยงานอื่น ๆ จากทางการและเอกชนจะมีบทบาทในกระบวนการนี้ได้ เพราะเป็นตัวแทนของแนวคิดวัฒนธรรมใหม่มีความรู้และข้อมูลในระบบใหม่ ซึ่งหากนำมาประสานกับวัฒนธรรมเดิมของชาวบ้านที่มีความรู้และข้อมูลในระบบเดิมร่วมกันหารูปแบบที่เหมาะสมและเกิดประโยชน์ต่อชุมชนหรือท้องถิ่นแล้วจะทำให้การประยุกต์นั้นเกิดผลดี เป็นที่ต้องการของชาวบ้าน

#### 4. การสร้างใหม่

คล้ายกับการประยุกต์ เพียงแต่มีส่วนเก่าน้อยกว่าส่วนใหม่ การสร้างใหม่นี้ต้องระวังมาก เนื่องจากอาจจะไม่เหมาะสมและไม่เป็นที่ต้องการของชาวบ้าน ดังนั้นจึงต้องพิจารณาว่าเป็นความต้องการที่แท้จริงและเกิดประโยชน์เหมาะสมกับสภาพแต่ละท้องถิ่นเสียก่อน

การสร้างใหม่ทางวัฒนธรรมนี้ถือเป็นพลวัตทางวัฒนธรรม เพราะหากสิ่งใหม่ที่เกิดประโยชน์จริงและเหมาะสมกับสภาพความเป็นอยู่และท้องถิ่นของชาวบ้าน ชาวบ้านก็จะดำเนินการต่อไปจนในที่สุดเมื่อเวลาผ่านไปก็จะกลายเป็นวัฒนธรรมพื้นบ้านของท้องถิ่นนั้น การสร้างใหม่จึงต้องพิจารณาและคำนึงถึงชาวบ้านเป็นหลัก กล่าวคือ วัฒนธรรมใหม่นั้นมีผลต่อการเพิ่มคุณภาพชีวิตของชาวบ้านหรือไม่เพียงใด ชาวบ้านพร้อมและเต็มใจรับหรือไม่ เขามีส่วนร่วมในการตัดสินใจมากน้อยแค่ไหน เหมาะสมกับสภาพความเป็นอยู่เพียงใด อย่างไรก็ตามต้องคำนึงด้วยว่า จะต้องให้ชาวบ้านเป็นผู้ถ่ายทอดสืบต่อกันมา จนชาวบ้านเกิดความมั่นใจและยินดีที่จะรับวัฒนธรรมใหม่อย่างไรไม่สับสนคลุมเครือหรือไม่เต็มใจจะรับแต่ต้องรับ และที่สำคัญวัฒนธรรมใหม่นี้ควรมีเป้าหมายในการนำไปสู่การพึ่งตนเอง และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ชาวบ้าน

#### แนวคิดเรื่องทุนวัฒนธรรม

คำว่า “ทุนวัฒนธรรม” อาจจะเป็นคำใหม่ที่หลาย ๆ คนได้ยินได้อ่านแล้วก็เกิดความสงสัยว่า ทุนวัฒนธรรมหมายถึงอะไร มีความเป็นมาอย่างไร และก่อให้เกิดประโยชน์อย่างไรต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน

## ทุนวัฒนธรรมคืออะไร

รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์ (2539 : 10.) อธิบายไว้ว่า ทุนการเงิน (Finance Capital) เป็นเพียงองค์ประกอบส่วนหนึ่งของทุนบริการ (Service Capital) เพราะภาคการเงิน การธนาคารเป็นเพียงภาคเศรษฐกิจย่อยในภาคบริการทั้งหมด การเติบโตใหญ่ของทุนการเงินจึงเป็นสัญญาณบ่งบอกถึงการเติบโตใหญ่ของทุนบริการ “ในช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนผ่านยุคที่ทุนอุตสาหกรรมเป็นทุนหลักไปสู่ยุคที่ทุนบริการเป็นทุนหลักในระบบทุนนิยมโลกนี้ บริการหลายต่อหลายประเภทกำลังเติบโต โดยที่บริการเหล่านี้มีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมบางอุตสาหกรรมและสื่อข่ายทางวัฒนธรรมด้วย ทุนที่ใช้ไปในการผลิตสินค้าและบริการที่มีนัยทางวัฒนธรรมเหล่านี้ เรียกว่า “ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital)”

ทุนวัฒนธรรมจะเติบโตใหญ่กล้าแข็งได้ ก็โดยการเติบโตของอุตสาหกรรมสินค้าวัฒนธรรม (Culture Product) ในที่นี้ “สินค้าวัฒนธรรม” หมายถึง สินค้าและบริการที่วัฒนธรรมฝังตัวในสินค้าหรือบริการนั้น

ชัยอนันต์ สมุทวณิช (2540 : 16.) ยังได้นำแนวคิดของรังสรรค์ ธนะพรพันธุ์ มาสรุปเป็นความหมายของทุนวัฒนธรรมให้ชัดเจนยิ่งขึ้นว่า

“ทุนวัฒนธรรม เกี่ยวข้องกับการเติบโตของอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าและให้บริการที่มีมิติทางวัฒนธรรม ทั้งนี้เพราะสินค้าและบริการเหล่านี้ มีการฝังตัวของวัฒนธรรม”

มันทนา สามารถ (2543.) ยังได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรมไว้ในการประชุมประจำปีว่าด้วยเรื่องชุมชน ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 30-31 พฤษภาคม 2543 ว่า

“ทุนวัฒนธรรมครอบคลุมไปถึงภูมิปัญญาของชุมชนด้วย เช่น ภูมิปัญญาด้านการใช้สมุนไพร การจัดการสิ่งแวดล้อม การจัดแหล่งน้ำ การผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ซึ่งนำไปสู่การรักษาทรัพยากรธรรมชาติและกิจกรรมเสริมรายได้อื่น ๆ เช่น การปลูกผักปลอดสารพิษ พืชเกษตรพื้นบ้านของภาคเหนือ เป็นต้น และพบว่า ในสังคมที่มีความเก่าแก่ ชุมชนได้ใช้ประสบการณ์และความสามารถในการประสานทุนวัฒนธรรมและองค์ความรู้ของผู้เฒ่าไม่เป็นทางการมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เช่น การทำพิธีบวชป่า ในตำบลตะเคียนชม จังหวัดลำพูน อันเป็นการจตุประกายการอนุรักษ์ป่าชาวเหนือ เป็นต้น”

## ทุนวัฒนธรรมและการฝังตัวของวัฒนธรรม (Cultural Embodiment)

ดังที่รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์ ได้ให้แนวคิดไว้ว่า สินค้าวัฒนธรรม คือสินค้าหรือบริการที่มีนัยทางวัฒนธรรมฝังตัวอยู่ ดังนั้นเราจึงต้องให้ความสำคัญกับการศึกษาถึงการฝังตัวของวัฒนธรรม ที่ก่อให้เกิดสินค้าทางวัฒนธรรมและทุนวัฒนธรรม

สำนักเศรษฐศาสตร์นีโอคลาสสิก (Neo-Classic School) มีแนวคิดที่ว่าด้วย Technological Embodiment ซึ่งแปลว่าการฝังตัวของเทคโนโลยี

เมื่อเราซื้อเครื่องจักร สิ่งที่เราได้มามีใช่แต่ตัวเครื่องจักรซึ่งนำไปใช้ผลิตสินค้าอื่น ๆ เท่านั้น หากยังได้เทคโนโลยีที่ติดมากับตัวเครื่องจักรด้วย เครื่องจักรแต่ละรุ่นแต่ละสมัยมีความทันสมัยทางด้านเทคโนโลยีแตกต่างกัน สำนักเศรษฐศาสตร์กระแสหลักชี้ให้เห็นว่า เทคโนโลยีนั้นฝังอยู่ในตัวเครื่องจักร หรือที่เรียกว่า Embodiment Technology หากต้องการก้าวให้ทันความก้าวหน้าของเทคโนโลยี หนทางหนึ่งก็โดยก่อให้เกิดการลงทุนใหม่ เพราะโครงการการลงทุนใหม่จะมีการสร้างโรงงานใหม่ ซึ่งทำให้ได้มาซึ่งเทคโนโลยีใหม่ ประเทศที่ไม่สามารถมีโครงการลงทุนใหม่ นอกจากจะก้าวไม่ทันเทคโนโลยีแล้ว ยังต้องล่าหลังทางเศรษฐกิจในที่สุด เพราะโรงงานและเครื่องจักรที่มีอยู่เดิมนับวันประสิทธิภาพมีแต่จะเสื่อมลง แต่การที่ประเทศจะมีโครงการลงทุนใหม่ได้นั้นจำเป็นต้องมีเงินออมเพียงพอ การยืมเงินออมจากต่างประเทศมีขอบเขตอันจำกัด ดังนั้น สำนักเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก จึงให้ความสำคัญแก่การแก้ปัญหาการขาดดุลบัญชีเดินสะพัด (รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, แหล่งเดิม : 10.)

รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์ (แหล่งเดิม : 11.) ให้แนวคิดไว้ว่า Embodiment Technology หรือ Technological Embodiment สามารถนำมาประยุกต์วิเคราะห์กับวัฒนธรรมและตั้งชื่อว่า Culture Embodiment หรือ Embodiment Culture โดยเสนอแนวความคิดไว้ดังนี้

เมื่อเราซื้อสินค้ามาบริโภค สิ่งที่ได้มามีได้มีเฉพาะแต่ตัวสินค้าที่สนองความสุขความพอใจในการบริโภคเท่านั้น หากยังได้ "วัฒนธรรม" ที่ฝังอยู่ในตัวสินค้านั้นด้วย สินค้าหรือบริการแต่ละประเภทมีนัยเกี่ยวพันถึงวัฒนธรรม แต่นัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมมีระดับความเข้มข้นไม่เท่ากัน สินค้าหรือบริการบางประเภทอาจมีนัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมไม่ชัดเจน แต่บางประเภทมีความชัดเจนยิ่ง

ผัก ผลไม้ และทรัพยากรธรรมชาติมีนัยทางวัฒนธรรมที่ชัดเจน เพราะล้วนแต่เป็นผลผลิตทางธรรมชาติ แต่อาหารที่ปรุงแต่งโดยมนุษย์มีนัยทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เพราะกระบวนการปรุงอาหารมีเรื่องของวัฒนธรรมมาเกี่ยวข้องด้วย วัฒนธรรมการกินข้าวแตกต่างจากวัฒนธรรม

การกินเนื้อและนมเนย วัฒนธรรมที่แฝงอยู่ในอาหารประเภทข้าวแตกต่างจากที่แฝงอยู่ในสเต็ก ในทำนองเดียวกันตะเกียบก็สะท้อนวัฒนธรรมที่แตกต่างจากช้อนล่อม

บะหมี่สดมีนัยทางวัฒนธรรมที่แตกต่างจากบะหมี่มาม่า เพราะบะหมี่มาม่ามีนัยเกี่ยวกับ วัฒนธรรมอาหารจานด่วน (Fast Food Culture) อยู่ด้วย โดยที่ Fast Food มี Embodiment Culture แตกต่างจากการบริโภคโต๊ะจีนหรือการบริโภคอาหารแบบญี่ปุ่น การบริโภคอาหารแบบเอเชียตะวันออก ไม่มีความเร่งรีบด้านเวลาเหมือน Fast Food

Embodiment Culture หรือ Culture Embodiment เป็นแนวความคิดสำคัญในการทำ ความเข้าใจเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรม ทุนวัฒนธรรมจะก่อเกิดและเติบโตได้จำเป็นต้องมีอุตสาหกรรมสินค้า วัฒนธรรม และสินค้าวัฒนธรรมก็มีใช่อะไรอื่น หากแต่เป็นสินค้าบริการที่มี Embodiment Culture

Embodiment Culture ที่แตกต่างกันทำให้สินค้ามีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน ความ แตกต่างด้าน Embodiment Culture จึงทำให้เกิด Product Differentiation ความหลากหลายของ ผลผลิตช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการสินค้า คนที่เคยสวมเกียะอาจอยากลองสวมรองเท้า คนที่เคยกิน แต่ข้าวแกงอาจอยากทดลองกินอาหารจานด่วน เช่น แมคโดนัลด์ และคนที่เคยนุ่งผ้าม่วงอาจอยาก ทดลองนุ่งกางเกงยีนส์ เช่น Wrangler เป็นต้น

วัฒนธรรมเป็นเรื่องของการดำเนินชีวิตตามปกติของมนุษย์ ในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ใน สังคมหนึ่ง ๆ แต่ละสังคมมีจารีต ขนบธรรมเนียม ประเพณีของตนเองรวมตลอดจนระบบความเชื่อและ ศรัทธา ระบบคุณค่า บรรทัดฐานทางจริยธรรม สันดานของสังคม การละเล่นและกีฬา การแต่งกาย วรรณกรรมและศิลปะ พื้นฐานวัฒนธรรมเหล่านี้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา หากแต่ค่อยเป็นค่อย ไป ในบางกรณีการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมเกิดจากการปะทะกับวัฒนธรรมต่างชาติ และในบางกรณี เกิดจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของสังคมเศรษฐกิจ แต่การเติบโตของทุนวัฒนธรรมในประเทศ มหาอำนาจสามารถส่งผลกระทบต่อพื้นฐานทางวัฒนธรรมในประเทศอื่น ๆ ได้ เพราะวัฒนธรรมที่แฝง อยู่ในตัวสินค้าวัฒนธรรม การเติบโตของสินค้าวัฒนธรรมในประเทศหนึ่งจึงกระทบต่อพื้นฐานทาง วัฒนธรรมประเทศอื่นโดยผ่านทางกลไกการค้าระหว่างประเทศ แต่การค้าระหว่างประเทศมิใช่กลไก เดียวที่ส่งผ่านวัฒนธรรมในยุคสังคมสารสนเทศระหว่างประเทศ ดังเช่น Internet อีกด้วย (รังสรรค์ ธนะ พรพันธุ์, แหล่งเดิม : 12.)

## วัฒนธรรมในฐานะที่เป็นทุน

ชัยอนันต์ สมุทวณิช (2540 : 20.) เสนอแนวคิดที่ว่า วัฒนธรรม คือ ทุน (Culture as Capital) ซึ่งมีนัยสำคัญว่า เมื่อถือว่าวัฒนธรรมเป็นทุนชนิดหนึ่งแล้วก็มีการเก็บสะสมสมทบทางวัฒนธรรมได้ (Cultural Stock) และการเปลี่ยนแปลงในการสั่งสมทางวัฒนธรรม น่าจะถือได้ว่าเกิดการลงทุนหรือทำให้ทุนเดิม (มรดกทางวัฒนธรรม) สามารถรักษาคุณค่าไว้ ความมั่งคั่งและมั่นคงทางจิตวิญญาณเน้นความมั่งคั่งทางวัฒนธรรม ซึ่งก็คือจุดหมายของความเป็นมนุษย์ วัฒนธรรมที่เป็นทุนของสังคมหนึ่ง ๆ มีมานานก่อนการปฏิวัติอุตสาหกรรม และไม่สูญสลายหายไปอย่างสิ้นเชิง ไม่สามารถทำลายได้ แม้จะตกอยู่ภายใต้การครอบงำทางอำนาจนับเป็นร้อย ๆ ปี แต่ถ้าไม่มีการสืบสานต่อ ขาดความเอาใจใส่สนับสนุนทุนของสังคมนี้ก็จะลดลงและหมดไปในที่สุด คนในสังคมก็จะขาดทุนทางชีวิตที่ทำให้เขามีแนวความคิดที่เห็นว่าวัฒนธรรมคือทุนประเภทหนึ่ง และมีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมนี้ ย่อมนำไปสู่การทบทวนความคิดเชิงนโยบายของการมีรายจ่าย เพื่อก่อให้เกิดการลงทุนในกิจกรรมด้านวัฒนธรรม เพราะเมื่อวัฒนธรรมเป็นทุนของสังคม มีค่าเดิมและมีการรักษาเพิ่มพูนทุนนั้น การที่รัฐจะใช้จ่ายเพื่อเพิ่มพูนทุนเดิม ค่าเดิม ก็เป็นเรื่องที่จำเป็น

ถ้าจะกล่าวให้ชัดเจนลงไปอีกก็คือ วัฒนธรรม ในฐานะที่เป็นทุนหลักของสังคม ย่อมหมายถึงการปรับบทบาทให้วัฒนธรรมพ้นจากการเป็นฝ่ายถูกกระทำ และมีบทบาทรอง บทบาทรับ ให้เป็นฝ่ายกระทำตื่นตัวและมีบทบาทนำ บทบาทรุก ดังเช่นที่ชาวบ้านปราสาทได้นำวัฒนธรรมที่เคยสร้างความสนุกสนานในเวลาที่มีงานบุญ หรืองานตามประเพณีต่าง ๆ มาใช้เป็นกิจกรรมในการจัดการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรมการรำวง เพลงโคราช หรือวงมโหรี ทำให้วัฒนธรรมได้มีบทบาทใหม่ที่นอกจากการสร้างความสนุกสนานแล้วยังมีบทบาทในการนำรายได้เข้ามาสู่ชุมชนอีกทางหนึ่งด้วย

ยิ่งไปกว่านั้น วัฒนธรรมก็จะไม่เสียเอกลักษณ์กลายเป็นเพียง "สินค้าและบริการ" วัฒนธรรมจะสามารถคงสภาพการเป็นทุนของสังคม (Capital of Society) ไว้ได้ ไม่ต้องหล่อเลี้ยงขึ้นใหม่ด้วยการปลูกฝังคุณค่า หลังจากทีกระบวนการทางเศรษฐกิจได้ทำลายค่าเดิมของสังคมก่อนเน้นสังคมอุตสาหกรรมไปเกือบหมด ดังกรณีของสังคมอเมริกันและสังคมตะวันตกทั่วไป (ชัยอนันต์ สมุทวณิช, แหล่งเดิม : 20.) หรืออีกนัยหนึ่งคือ ทุนทางวัฒนธรรมเป็นทุนที่ไม่มีวันหมด เพราะยิ่งเรานำวัฒนธรรมมาเป็นทุนมากขึ้นเท่าไร วัฒนธรรมอื่น ๆ ที่เคยถูกลืม หรือเลือนหายไปจากสังคมก็จะได้รับความสนใจขึ้นมาอีกครั้งและกลับมาเป็นทุนให้กับสังคมอีกครั้ง เช่น การที่หน่วยงานราชการได้กำหนดให้วันศุกร์เป็นวันที่



ให้ข้าราชการแต่งกายด้วยชุดที่ตัดเย็บด้วยผ้าไทย ก็ช่วยฟื้นฟูคุณค่าของผ้าไทยและสร้างงานสร้างรายได้ให้กับผู้ที่มีอาชีพทอผ้า ทั้งยังทำให้คนรุ่นใหม่หันมาให้ความสนใจกับผ้าไทยกันมากขึ้นด้วย

มุมมองของนักเศรษฐศาสตร์บางท่านอาจมองว่าการลงทุนทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ฟุ่มเฟือย แต่ชัยอนันต์ สมุทวณิช (แหล่งเดิม : 22.) กลับมองในอีกมุมมองว่า การลงทุนทางวัฒนธรรม มีความหมายกว้างไกลไปกว่าแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ เพราะการลงทุนทางวัฒนธรรมไม่จำเป็นจะต้องเกี่ยวข้อง กับวัฒนธรรมในฐานะที่เป็นทุนทางสังคมเสมอไป และอาจเกิดขึ้นก่อนการเติบโตของอุตสาหกรรม ก็ได้ การลงทุนทางวัฒนธรรมไม่จำเป็นจะต้องเป็นการผลิตสินค้าและบริการ ซึ่งมีการแลกเปลี่ยนด้วย ราคาที่กำหนดโดยกลไกตลาด แต่เป็นการผลิตบริการที่รัฐและผู้มีอำนาจดำเนินการเพื่อวัตถุประสงค์ที่ เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับความพยายามที่จะชดเชยความคิด ความเชื่อ คุณค่า เพื่อกล่อมเกล่า ทั้งเจ้าหน้าที่ของรัฐและประชาชน เนื่องจากการลงทุนทางวัฒนธรรม มีเป้าหมายต่างไปจากการผลิต สินค้าและบริการเพื่อหวังผลกำไร และไม่เกี่ยวข้องกับการมีราคาแลกเปลี่ยนตามกลไกตลาด

ดังเช่นการจัดที่พักทางวัฒนธรรมของบ้านปราสาท เป็นการลงทุนที่ไม่ได้มุ่งหวังให้เกิดกำไร มหาศาล แต่มีนัยที่ต้องการให้เกิดอาชีพเสริมให้กับชาวบ้านและส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ รวมถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น

#### การก่อเกิดและการเติบโตของทุนวัฒนธรรม

คำถามพื้นฐานมีอยู่ว่า ทุนวัฒนธรรมก่อเกิดได้อย่างไร และเหตุใดจึงเติบโตใหญ่จนกำลัง เปลี่ยนโฉมหน้าของระบบทุนนิยมโลก

รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์ (แหล่งเดิม : 17.) ตอบคำถามข้างต้นด้วยเหตุปัจจัยทั้ง 4 อันได้แก่

1. กระบวนการแปรวัฒนธรรมเป็นสินค้า (Commodification or Commoditization of Culture)
2. กระบวนการพาณิชย์ยานวัตกรรม (Commercialization of Culture)
3. กระบวนการเทคโนโลยียานวัตกรรม (Technologization of Culture)
4. กระบวนการโทรทัศน์ยานวัตกรรม (Televisionalization of Culture)

## 1. กระบวนการแปรวัฒนธรรมเป็นสินค้า (Commodification or Commoditization of Culture)

กระบวนการแปรสรรพสิ่งเป็นสินค้า นับเป็นเหตุปัจจัยปฐมฐานที่เกื้อกูลการก่อเกิดและการเติบโตของทุนวัฒนธรรม หากวัฒนธรรมมิได้แปรสภาพเป็นสินค้า อุตสาหกรรมสินค้าวัฒนธรรมย่อมมีอาจก่อเกิดและทุนวัฒนธรรมย่อมยากที่จะงอกงามได้ แต่เป็นเพราะวัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า จึงมีอุตสาหกรรมสินค้าวัฒนธรรม และหน่อทุนวัฒนธรรมค่อย ๆ เติบโต

สิ่งที่เป็นสินค้าจะต้องมีราคา วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าด้วยเหตุที่ว่า วัฒนธรรมจะมีราคา ก็ต่อเมื่อมีความต้องการซื้อ เมื่อความต้องการซื้อมีมากจนคุ้มที่จะมีการผลิต อุตสาหกรรมสินค้าวัฒนธรรมย่อมเกิดขึ้น แต่ความต้องการซื้อมิใช่ปัจจัยเดียวที่ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า การเติบโตใหญ่ของพลังเศรษฐกิจทุนนิยมมีบทบาทในการผลักดันให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า เมื่อวัฒนธรรมเข้าสู่ตลาด พลังตลาดเป็นปัจจัยที่กำหนดราคาของวัฒนธรรม ในระบบเศรษฐกิจทุนนิยม สินค้าวัฒนธรรมที่ไม่มีความต้องการในตลาด ราคาย่อมตกต่ำสินค้าวัฒนธรรมใดที่มีความต้องการมาก ราคาย่อมถีบตัวสูงขึ้น

แม้ว่ารากฐานทางวัฒนธรรมในสังคมหนึ่งสังคมใดจะมีรากฐานทางประวัติศาสตร์ในสังคมนั้นแต่วัฒนธรรมก็ต้องปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองเมื่อประชาชนมีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้น แบบแผนการดำรงชีวิต แบบแผนการบริโภค แบบแผนการพักผ่อนหย่อนใจ รวมตลอดจนแบบแผนการแต่งกายย่อมแปรเปลี่ยนไปด้วย ความต้องการสินค้าวัฒนธรรมประเภทใหม่เกิดขึ้นมาทดแทนสินค้าวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม นอกจากนี้ หากยุทธศาสตร์การพัฒนามีพื้นฐานมาจากระบบทุนนิยมและนโยบายเสรีนิยมทางเศรษฐกิจ พื้นฐานทางวัฒนธรรมของระบบทุนนิยม (Capitalistic Culture) ย่อมกระทบต่อวัฒนธรรมที่มีในสังคมนั้น การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ไม่เพียงกระทบต่อแบบแผนความต้องการสินค้าวัฒนธรรมเท่านั้น หากยังมีผลกระทบอันลึกใ้อื่น ๆ อีกด้วย ซึ่งเป็นไปได้ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ ในแง่บวกการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นอกจากจะแฝงไปด้วยทุนวัฒนธรรมที่เน้นการพัฒนาชุมชนทางด้านเศรษฐกิจ ยังได้ช่วยในแง่ของการอนุรักษ์และการพัฒนาวัฒนธรรมท้องถิ่นให้แข็งแรง ในส่วนของแง่ลบทุนวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดเศรษฐกิจที่เฟื่องฟูอาจนำมาซึ่งการนิยมบริโภควัตถุหรือที่เรียกว่า "Consumerism"

## 2. กระบวนการพาณิชย์ยานุวัตร (Commercialization of Culture)

วัฒนธรรมจะกลายเป็นสินค้าได้ไม่เฉพาะแต่จะต้องมีความการหรืออุปสงค์ หากยังต้องมีขนาดใหญ่พอสมควร การผลิตสินค้าวัฒนธรรมจึงเกิดขึ้นได้ ข้อสำคัญจะต้องเป็นการผลิตเพื่อขาย มิใช่การผลิตเพื่อกินเพื่อใช้ กระบวนการสร้างอุปสงค์จึงต้องมีโยงโยยที่ยังรากลึกและมีฐานอันกว้างขวาง

แต่สินค้าวัฒนธรรมจำนวนมากเป็นสินค้าที่มีการผลิตอยู่แล้วในกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมเก่า หรือประเทศมหาอำนาจในปัจจุบัน การขยายตลาดสินค้าวัฒนธรรมไปสู่โลกที่สามจึงอยู่ที่กระบวนการสร้างอุปสงค์ หากสามารถถล่มเกลวให้ประชาชนในโลกที่สามยอมรับสินค้าวัฒนธรรมที่ผลิตได้แล้ว อุตสาหกรรมสินค้าวัฒนธรรมย่อมขยายตัว และกลุ่มทุนวัฒนธรรมย่อมเติบโต อาทิเช่น หากสามารถถล่มเกลวให้ประชาชนในโลกที่สามยอมรับวัฒนธรรม “แตกด่วน ยัดเร็ว” (Fast Food) ธุรกิจร้านอาหารย่อมขยายตัว หากสามารถถล่มเกลวให้ประชาชนยอมรับการเล่นกอล์ฟเป็นวิถีชีวิตใหม่ การจัดการแข่งขันและความนิยมในการเล่นกอล์ฟย่อมขยายตัวและอุตสาหกรรมอุปกรณ์การเล่นกอล์ฟย่อมเติบโต

กระบวนการพาณิชย์ยานุวัตรของวัฒนธรรม นับเป็นเงื่อนไขสำคัญประการหนึ่งของการขยายตัวของอุตสาหกรรมสินค้าวัฒนธรรม การโฆษณาและการส่งเสริมการขายมิใช่วิธีเดียวที่จะก่อให้เกิดกระบวนการดังกล่าวนี้ การสร้าง “ยี่ห้อ” และการผลิตสินค้าที่มียี่ห้อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งยี่ห้อระดับโลก (Global Brand) และการถล่มเกลวให้ผู้บริโภคมีความภักดีต่อยี่ห้อ (Brand Loyalty) นับเป็นปมเงื่อนไขที่สำคัญยิ่ง นอกจากนี้ การจับตลาดให้ถูกจุดก็เป็นเรื่องสำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่ากัน ดังจะเห็นได้จาก การจับตลาดวัยรุ่นในกรณีของสินค้าแฟชั่นและบริการสนทนาการ แม้ในกรณีของ Fast Food โลกกำลังเผชิญกับกระแสแม็กโดนัลด์านุวัตร

ตัวอย่างกระบวนการพาณิชย์ยานุวัตรของชาวบ้านปราสาท อาทิเช่น เสื้อที่เคยทอไว้ใช้เองภายในครอบครัว ก็มีการพัฒนาลวดลายและสีสันให้หลากหลายยิ่งขึ้น และแทนที่จะเป็นเสื้อที่ใช้ปูนั่งเพียงอย่างเดียวก็พัฒนาและออกแบบให้กลายเป็นแฟชั่นใส่เอกสารบ้าง ม่านบังแดดบ้าง ทำให้ชาวบ้านได้มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและขยายตลาดได้มากขึ้น ซึ่งชาวบ้านทำให้นักท่องเที่ยวยอมรับสินค้าที่เขาผลิตได้โดยนำเข้าไปอยู่ในกิจกรรมของการท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวจะมีโอกาสได้ไปเยี่ยมชมกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ของชาวบ้าน ได้เห็นกระบวนการและขั้นตอนของการผลิตรวมถึงการได้ทดลองทำสิ่งต่าง ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจได้ว่าเมื่อมาเที่ยวที่บ้านปราสาทก็จะได้สินค้าหรือ

ของที่ระลึกที่ผลิตโดยชาวบ้านจริง ๆ ไม่ได้รับมาจากที่อื่น บางกลุ่มอาชีพก็กำลังคิดที่จะสร้างตรายี่ห่อของตนเอง เช่น กลุ่มทอผ้าที่เริ่มทอผ้าเป็นคำว่า “แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท” ไว้ที่ชายผ้า เป็นต้น

### ภาพที่ 8

รูปภาพแสดงกระบวนการพานิชยกรรมที่ร้านปราสาทจากเสื้อกลายเป็นสินค้า หลากประเภท



### 3. กระบวนการเทคโนโลยีานวัตกรรม (Technologization of Culture)

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีก่อให้เกิดผลผลิตใหม่ ซึ่งมีผลกระทบต่อมนุษย์และสังคมในด้านต่าง ๆ กระบวนการปรับตัวทางเทคโนโลยีจึงมีผลกระทบต่อด้านวัฒนธรรม เพราะทำให้โครงสร้างความต้องการวัฒนธรรมแปรเปลี่ยนไป

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ซึ่งเป็นหนึ่งในกระบวนการเทคโนโลยีานวัตกรรม ไม่เพียงแต่ช่วยทำให้การถ่ายทอดข่าวสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว และสารสนเทศมีความสมบูรณ์มากขึ้นเท่านั้น หากยังเปลี่ยนแปลงแบบแผนพื้นฐานในการสื่อสารของมนุษย์อีกด้วย ยิ่งไปกว่านั้น ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ บทบาทและอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคมมนุษย์ทั้งในการถ่ายทอดกระบวนการทัศน์ทางความคิดแบบแผนการดำรงชีวิต ระบบคุณค่าและบรรทัดฐานทางจริยธรรมเพิ่มขึ้นจากเดิมเป็นอันมาก

กระบวนการนี้นับเป็นกระบวนการหนึ่งที่เอื้อประโยชน์ต่อการจัดการท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์) ของชาวบ้านปราสาท เพราะชาวบ้านปราสาทได้อาศัยการพัฒนาของกระบวนการเทคโนโลยีานวัตกรรม (Technologization of Culture) ในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและเว็บไซต์อื่น ๆ ที่นำเสนอเกี่ยวกับการท่องเที่ยวก็ได้ นำเสนอเรื่องราวของการท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์) ของชาวบ้านปราสาทในเว็บไซต์เหล่านั้น

#### 4. กระบวนการโทรทัศน์านวัตกรรม (Televisualization of Culture)

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีโทรคมนาคม ผสมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอวกาศ ก่อให้เกิดบริการโทรทัศน์ระหว่างประเทศ ซึ่งขยายตัวอย่างรวดเร็วนับตั้งแต่ทศวรรษ 2510

การขยายตัวของเครือข่ายและบริการโทรทัศน์ระหว่างประเทศมีส่วนเร่งกระบวนการโลกานวัตกรรม บทบาทและอิทธิพลของบริการโทรทัศน์ระหว่างประเทศในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเป็นเรื่องที่ไม่อาจปฏิเสธได้ แต่บทบาทและอิทธิพลที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่า คือ การขัดเกลาทางวัฒนธรรม เพื่อให้ยอมรับวัฒนธรรมของชาติมหาอำนาจ บริการโทรทัศน์ระหว่างประเทศจึงเป็นกลไกสำคัญของกระบวนการสากลานวัตกรรมของวัฒนธรรม โทรทัศน์เป็นจักรกลสำคัญในการถ่ายทอดวัฒนธรรมการพักผ่อนหย่อนใจ ระบบคุณค่าและศรัทธา และกระบวนการทัศนทางความคิด โทรทัศน์านวัตกรรมจึงถือฤกษ์ต่อการเติบโตใหญ่ของทุนวัฒนธรรมอย่างมาก

กระบวนการโทรทัศน์านวัตกรรม (Televisualization of Culture) ได้เอื้อประโยชน์ในการนำเสนอเรื่องราวและข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์) ของชาวบ้านปราสาท ด้วยการนำเสนอข่าว หรือ สารคดีท่องเที่ยวผ่านยังสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ เช่น รายการ "สบาย สบาย ไทยแลนด์" ก็เป็นรายการสารคดีท่องเที่ยวรายการหนึ่งที่ได้ไปถ่ายทำและนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่พิกทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์) ของชาวบ้านปราสาทและเผยแพร่ผ่านทางโทรทัศน์ไปยังผู้ชม คนที่ไม่เคยรู้จักก็จะได้รับรู้ เพื่อให้เกิดความต้องการที่จะไปสัมผัสวิถีชีวิตของชาวบ้านปราสาท ผู้ที่เคยไปแล้วก็มีโอกาสได้ชมและรำลึกถึงภาพประทับใจเมื่อครั้งที่ตนเองได้ไปสัมผัสมาแล้ว

## การลงทุนทางวัฒนธรรม

ชัชอนันต์ สมุทวณิช (แหล่งเดิม.) ได้อธิบายถึงการลงทุนทางวัฒนธรรมว่าเกี่ยวพันกับการให้นิยามศิลปะและวัฒนธรรมอย่างแยกไม่ออก ในอดีตที่ประเทศไทยไม่เคยมีการวางมาตรฐานการใช้จ่ายด้านวัฒนธรรมสาธารณะ แม้องค์พระมหากษัตริย์เองจะมีพระบรมราโชบายในการนี้ก็ตาม แต่กรอบความคิดในศตวรรษที่ 19 และ 20 ยังคงแคบ และเน้นไปทางด้านเศรษฐกิจ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2523 UNESCO จึงได้กำหนดประเภทของศิลปะวัฒนธรรมดังนี้

0. มรดกทางวัฒนธรรม
  1. ผลผลิตทางการพิมพ์ และวรรณกรรม
  2. ดนตรี
  3. ศิลปการแสดง
  4. ประติมากรรม
  5. ภาพยนตร์ และการถ่ายภาพ
  6. วิทยุ และโทรทัศน์
  7. กิจกรรมทางสังคม-วัฒนธรรม
  8. กีฬา
  9. การอนุรักษ์ภูมิประเทศและธรรมชาติ
  10. การบริหารวัฒนธรรม และกิจกรรมทางวัฒนธรรมอื่น ๆ

ตามนิยามของนักเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก การลงทุน หมายถึง การเปลี่ยนแปลงของทุนคลัง (Capital stock) ซึ่งมีองค์ประกอบคือ สิ่งก่อสร้าง ครุภัณฑ์ และการเปลี่ยนแปลงของสินค้าคงคลัง (ชัชอนันต์ สมุทวณิช, แหล่งเดิม:16.)

นักเศรษฐศาสตร์มักจะทำให้ความสนใจต่อบทบาทของกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่มีต่อเศรษฐกิจ โดยถือว่า หากศิลปะและวัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่สำคัญตัวหนึ่งทางเศรษฐกิจ ดังจะเห็นได้จากความพยายามที่จะเสนอผลลัพธ์ทางปริมาณที่ศิลปะวัฒนธรรมมีต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อชี้ให้เห็นว่ารายจ่ายที่มีในกิจกรรมทางวัฒนธรรมเป็นรายจ่ายที่ไม่สูญเปล่าหากควรแก่การสนับสนุน (Hummel แปลโดย ชัยวัฒน์ ติระพันธ์, 2535 ; อ้างใน ชัชอนันต์ สมุทวณิช, แหล่งเดิม:17.)

ชัยอนันต์ สมุทวณิช ได้อธิบายเพิ่มเติมไว้ว่า ตามความเห็นของนักเศรษฐศาสตร์นั้น รายจ่ายทางวัฒนธรรมมีส่วนช่วยการพัฒนาเศรษฐกิจในสองทาง คือ

1. โดยผ่านทาง การพัฒนา “โครงสร้างพื้นฐานทางสังคม” (Social in frastructure)
2. โดยผ่านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

วัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการฉายภาพพจน์ของประเทศให้นานาชาติ ดังนั้น จึงมีประโยชน์ทางการตลาดโดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อตลาดการท่องเที่ยว หลายประเทศจึงส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ทั้งทางด้านการอนุรักษ์และการพัฒนาสถานที่ ๆ จะดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว ประเทศที่กำลังพัฒนาจำนวนไม่น้อยจึงอาศัยมรดกทางศิลปวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือสำคัญในการนำรายได้เข้าสู่ประเทศ ในขณะที่ระบบเศรษฐกิจยังไม่สามารถหาเงินตราต่างประเทศได้

ดังเช่นการจัดการท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรมของชาวบ้านปราสาท นับเป็นการลงทุนทางวัฒนธรรม ในรูปแบบของธุรกิจบริการการท่องเที่ยว ที่นำรายได้เข้าสู่ชุมชน ไม่เพียงจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น แต่ยังสามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศได้ด้วย เพราะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศจำนวนไม่น้อยที่ให้ความสนใจมาเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีไทย ด้วยการมาพักที่พิกทางวัฒนธรรมของชาวบ้านปราสาท

บทบาทของวัฒนธรรมที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจอีกด้านหนึ่ง ได้แก่ การที่ทรัพยากรบุคคลได้สร้างสถาปัตยกรรม ศิลปกรรม ประชาสัมพันธ์ การโฆษณา ตลอดจนการออกแบบสินค้าอุตสาหกรรม (เช่น ตัวสินค้า หรือกล่องใส่สินค้า) ที่เป็นประโยชน์ทางตรงและทางอ้อมต่อภาคเศรษฐกิจต่างๆ อันที่วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือเชื่อมสมานคนในสังคมให้มีความผูกพันต่อกัน มีคุณค่า และชนบประเพณีร่วมกัน ดังนั้นวัฒนธรรมจึงเอื้อประโยชน์ต่อการสื่อความคิด (Subhak Siwaraksa, 1992; อ้างใน ชัยอนันต์ สมุทวณิช , แหล่งเดิม : 18.)

เมื่อนำเรื่องของทุนวัฒนธรรมมาเปรียบเทียบกับจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พิกทางวัฒนธรรม) หรือโฮมสเตย์ ของชาวบ้านปราสาท จะเห็นได้ว่า การจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวของชาวบ้านปราสาทถือเป็นอุตสาหกรรมบริการ แม้จะไม่ใช่อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ แต่ก็ป็นอุตสาหกรรมภายในหมู่บ้าน ที่มีรูปแบบการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งของการนำวัฒนธรรมมาทำให้มีราคาและเป็นที่ต้องการของตลาด โดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวที่มีความนิยมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การศึกษาและสัมผัสกับวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านอย่างลึกซึ้ง

เนื่องจากว่าการเข้าไปพักที่พักรังทางวัฒนธรรมหรือโฮมสเตย์นักท่องเที่ยวจะมีโอกาสได้รับประทานอาหารพื้นบ้าน ที่ทำโดยเจ้าของบ้านที่นักท่องเที่ยวเข้าไปพักอยู่ด้วย ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ใหญ่เทียม ละอองกลาง ที่บอกว่า

“ส้มตำฝรั่งเขาก็กินกัน แต่ต้องระวังไม่ให้เผ็ด” (สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2543.)

รวมทั้งคำให้สัมภาษณ์ของนางประนอม ละอองกลาง ภรรยาของผู้ใหญ่บ้านที่บอกว่า

“บางครั้งเราก็ไปเก็บบอน เก็บลูกตาลมาแกงให้เขากิน คนที่มาพักบางทีมาจากกรุงเทพฯไม่เคยกิน พอได้ลองก็ติดใจ” (สัมภาษณ์: 10 ธันวาคม 2543.)

นี่เป็นสิ่งที่สามารถบอกได้ว่า วัฒนธรรมของชาวบ้านปราสาทนั้นเป็นวัฒนธรรมที่แตกต่างจากวัฒนธรรมดั้งเดิมของนักท่องเที่ยว ความแตกต่างทั้งหลายจึงเป็นสิ่งที่มีความน่าสนใจและสามารถขายได้ ชาวบ้านสามารถขายสิ่งที่เป็นวิถีชีวิตของพวกเขาได้ทั้งกับนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทยด้วยกันและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีความแตกต่างด้านวัฒนธรรมประเพณี ยิ่งขายได้ดีเท่าไร นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากยิ่งขึ้นเท่าไรวัฒนธรรมเหล่านั้นก็ยิ่งจะได้รับการอนุรักษ์และคงอยู่อย่างไม่สาบสูญ

นอกจากวัฒนธรรมด้านอาหารการกินแล้ว บ้านปราสาทยังมีวัฒนธรรมการทอผ้า การผลิตสิ่งของจากต้นกก วงมโหรีที่ใช้แสดงต้อนรับนักท่องเที่ยว รวมถึงวัฒนธรรมด้านการทำมาหากิน เช่น การทำนา ก็เป็นสิ่งหนึ่งที่เป็นจุดขายของบ้านปราสาท เพราะนักท่องเที่ยวที่ไปพักที่พักรังทางวัฒนธรรมจะมีโอกาสได้ศึกษาวิถีการทำนาด้วย หากเข้าไปพักในช่วงของฤดูกาลทำนา

สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จึงถือเป็นทุนวัฒนธรรมของชาวบ้านปราสาท สำหรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักรังทางวัฒนธรรม) ที่ได้รับความสนใจและขายได้ทั้งกับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

### แนวคิดเรื่องการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแบบที่พักรังทางวัฒนธรรมของบ้านปราสาทนับเป็นแนวทางการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สร้างรายได้ให้กับชาวบ้าน และช่วยลดปริมาณชาวบ้านที่ต้องออกเดินทางทำงานนอกหมู่บ้านในยามว่างจากฤดูกาลทำนา ซึ่งรูปแบบการจัดการด้านการท่องเที่ยวของ



ชาวบ้านปราสาทจะเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้นั้นนอกจากปัจจัยเรื่องวัฒนธรรมประเพณีของชุมชน ความสามัคคีของคนในชุมชนและอื่น ๆ แล้ว ยังต้องให้ความสำคัญกับการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวไว้ด้วย

### คำจำกัดความของการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก (World Tourism Organization) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “ปรัชญาของการจัดการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยการวิจัย การพยากรณ์ และการเลือกสรรผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับตลาด โดยบรรลุวัตถุประสงค์และให้ได้ผลประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร” (Clotman, 1989 : 11, อ้างใน ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ , 2542 : 4.)

ธรรมบุญ ประจบเหมาะ (2539 :4-5 , อ้างใน ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ , แหล่งเดิม : 4.) ให้ความหมายไว้ว่า “การศึกษาองค์ประกอบ (การผลิตและการบริโภคสินค้าและบริการ) ทางการท่องเที่ยวเพื่อใช้กำหนดคู่ทางในการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวและส่งเสริมให้เกิดนักท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบสำคัญคือ อุปสงค์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Demand) และอุปทานทางการท่องเที่ยว (Tourism Supply)”

วินิจฉัย วีรยางกูร (2532 : 83) ให้ความหมายไว้ว่า “ปรัชญาทางการจัดการที่มุ่งเน้นไปสู่ความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยอาศัยการวิจัยตลาด การพยากรณ์ การคัดเลือกทรัพยากรการท่องเที่ยวที่กำลังอยู่ในความต้องการเพื่อให้ธุรกิจได้รับประโยชน์สูงสุด ในการเสนอบริการแก่นักท่องเที่ยวตามเป้าหมายที่กำหนดไว้”

จากความหมายของนักวิชาการต่าง ๆ สรุปได้ว่า การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการในการวางแผนการจัดการด้านทรัพยากรและบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการตอบสนองความต้องการที่ตรงกันระหว่างเจ้าของธุรกิจและบริการด้านการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว

### ลักษณะของตลาดการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (แหล่งเดิม : 15.) ได้อธิบายถึงลักษณะของตลาดการท่องเที่ยวว่าเป็นตลาดบริการที่ลูกค้ามีอิสระในการเลือกบริโภคสินค้าและบริการมากที่สุดองค์ประกอบของตลาดมีลักษณะเฉพาะดังนี้

1. ผู้ซื้อ ได้แก่ นักท่องเที่ยว นักทัศนอาจร ทั้งภายในและภายนอกประเทศและระหว่างประเทศ ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวและบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวมีความยืดหยุ่นและเปลี่ยนแปลงสูงมาก เนื่องจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม ราคาการท่องเที่ยว ฤดูกาล สมัยนิยม รสนิยม ทักษะคติ ประสพการณ์ส่วนตัวของนักท่องเที่ยว และเหตุการณ์สำคัญอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหัน

ลักษณะตลาดการท่องเที่ยวของที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทในส่วนของผู้ซื้อ มีทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีวิถีการท่องเที่ยวที่เรียบง่ายสนใจในการศึกษาวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านปราสาทได้ในทุกฤดูกาล

2. ผู้ขาย ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจจัดหาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ในลักษณะการแปรรูปสินค้าและบริการ เช่น ที่พักทางวัฒนธรรมของบ้านปราสาท ผู้ขาย ก็คือชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) บ้านปราสาท

3. สินค้าและบริการ สินค้าและบริการในตลาดการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

3.1 สินค้าที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติต่าง ๆ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล เขตรักษาพันธุ์พืช และสัตว์ป่า ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ฯลฯ

3.2 สินค้าที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งออกเป็นหลายชนิด ได้แก่

3.2.1 สิ่งก่อสร้างที่สำคัญ เช่น อนุสาวรีย์ทางประวัติศาสตร์ วัด โบสถ์ สถานที่สำคัญทางศาสนา เป็นต้น

3.2.2 สิ่งดึงดูดใจทางด้านวัฒนธรรมและสังคม ทั้งรูปธรรมและนามธรรม เช่น ศาสนา ภาษา เทศกาล ประเพณี ศิลปหัตถกรรม เป็นต้น

3.2.3 สินค้าและบริการที่อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ สายการบินและการขนส่ง ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น

บ้านปราสาทนับเป็นหมู่บ้านหนึ่งที่โชคดีมาก เพราะที่นี่มีสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้ครบทั้ง 2 ประเภท

- สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ ลำธารปราสาท

- สิ่งที่มีมนุษย์สร้างก็ได้ครบทั้ง 3 ข้อ ดังตัวอย่างคือ สิ่งก่อสร้าง ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานของหมู่บ้าน ฯลฯ , สิ่งดึงดูดใจด้านวัฒนธรรมและสังคม ได้แก่ พิธีบายศรีสู่ขวัญ ภาษาโคราซ การทอผ้า การทอเสื่อ ฯลฯ และสินค้าและบริการที่อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พักทางวัฒนธรรม ของชำร่วย / ของฝาก ที่ถูกจัดทำขึ้นอย่างมีนัยทางวัฒนธรรมฝังตัวอยู่ เช่น จานรองอาหารแบบตะวันตก ที่ใช้ต้นกก ต้นไทร ซึ่งเป็นวัสดุจากธรรมชาติภายในหมู่บ้านมาประดิษฐ์ เป็นต้น

### ภาพที่ 9

รูปภาพแสดงการตักบาตรยามเช้าระหว่างชาวบ้านกับนักท่องเที่ยว  
กิจกรรมที่ช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี และส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวของบ้านปราสาท



### ลักษณะเฉพาะของการบริการการท่องเที่ยว

เนื่องจากการจัดการท่องเที่ยวของบ้านปราสาท จัดอยู่ในกลุ่มของการบริการด้านการท่องเที่ยว นั่นคือ เน้นเรื่องของที่พักทางวัฒนธรรม ดังนั้นจึงจะศึกษาลักษณะเฉพาะของการบริการการท่องเที่ยว ตามแนวทางของ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (แหล่งเดิม : 18.) ดังนี้

1. เป็นการให้บริการแบบใกล้ชิด หรือตัวต่อตัว เป็นการบริการที่จะทำให้นักท่องเที่ยวพอใจหรือไม่พอใจทันทีในขณะที่รับบริการ การบริการที่ดีและถูกใจสร้างได้ยาก เพราะขึ้นอยู่กับสภาพ

อารมณ์และทัศนคติของทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ ดังนั้นผู้ผลิตในตลาดท่องเที่ยวจึงไม่สามารถควบคุมคุณภาพของบริการให้คงที่ได้เสมอไป

2. การบริการการท่องเที่ยวเป็นต้องเตรียมไว้ล่วงหน้าเป็นเวลานาน ๆ และพร้อมเสมอที่จะให้บริการทันทีเมื่อนักท่องเที่ยวมาถึง เช่น ห้องพัก

3. การพัฒนาบริการจำเป็นต้องกระทำอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะรูปแบบ ความรวดเร็ว และประสิทธิภาพของการให้บริการ ตลอดจนบุคลากรผู้ให้บริการ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะใช้เวลาในการรับบริการบริการสั้นมาก เช่น การพักผ่อน 1-2 คืน ผู้ให้บริการจึงมีระยะเวลาสั้นมากในการให้บริการอย่างเสมอภาค ถูกต้อง และน่าประทับใจ

4. ใช้แรงคนในการให้บริการ ไม่สามารถหรือไม่นิยมเอาเครื่องจักรใด ๆ มาให้บริการแทน

#### ส่วนประสมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (แหล่งเดิม : 4.) ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ไว้ว่า "ปัจจัยทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้" ซึ่งประกอบไปด้วย

1. **ผลิตภัณฑ์ (Product)** ประกอบด้วย รูปลักษณะ (Features) คุณภาพ (Quality) รูปแบบ (Style) ขนาด (Size) ตราสินค้า (Brand) การบรรจุหีบห่อ (Packaging) ส่วนผสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) สายผลิตภัณฑ์ (Product Lines) การรับประกัน (Warranties) การติดตั้ง (Installation) การให้บริการ (Servicing)

ในส่วนของบ้านปราสาทนั้น ผลิตภัณฑ์ก็คือ การขายบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เรียกว่าที่พักทางวัฒนธรรมหรือโฮมสเตย์ โดยนักท่องเที่ยวจะมีโอกาสได้พักกับชาวบ้าน เรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี รับประทานอาหารท้องถิ่น เยี่ยมชมแหล่งโบราณคดี และกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ของชาวบ้าน

2. **ราคา (Price)** ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการตั้งราคา (Pricing Objectives) วิธีการตั้งราคา (Pricing Method) นโยบายและกลยุทธ์ราคา (Pricing Policies and Strategies) ฯลฯ

ราคาหรือจำนวนเงินที่ต้องใช้ในการพักที่พักรทางวัฒนธรรม หากเปรียบเทียบกับการท่องเที่ยวแล้วไปพักยังโรงแรมหรือรีสอร์ท การมาพักที่พักรทางวัฒนธรรมนับว่ามีค่าใช้จ่ายที่ถูกมาก

เพราะมีค่าที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยเพียงคืนละ 300 บาท ต่อคน (รวมอาหาร 2 มื้อ) นักท่องเที่ยวต่างประเทศคืนละ 400 บาท ต่อคน (รวมอาหาร 2 มื้อ) แต่ถ้าหากนักท่องเที่ยวต้องการให้มีการจัดบายศรีสู่ขวัญด้วย ก็มีค่าใช้จ่ายเพิ่มอีกประมาณ 2,000 บาทเท่านั้นต่อนักท่องเที่ยว 1 คนละ ซึ่งนอกจากการบายศรีสู่ขวัญนักท่องเที่ยวยังจะได้ฟังการบรรเลงวงมโหรีขับกล่อมไปพร้อมกับการรับประทานอาหาร ชมการแสดงของนักเรียน และร่วมรำวงกับชาวบ้าน

3. การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) ประกอบด้วย ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) และการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution)

นักท่องเที่ยวที่สนใจที่จะท่องเที่ยวแบบที่พัททางวัฒนธรรมสามารถใช้บริการการท่องเที่ยวนี้ได้ที่บ้านปราสาท ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา โดยจะต้องติดต่อล่วงหน้าได้ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ ชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่พัททางวัฒนธรรมบ้านปราสาท

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) และการส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)

การส่งเสริมการตลาดของที่พัททางวัฒนธรรมบ้านปราสาทประกอบไปด้วย สื่อบุคคล คือตัวชาวบ้านปราสาทที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี มีน้ำใจและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและบอกเล่าเรื่องราวการท่องเที่ยวที่บ้านปราสาทไปยังเพื่อน ๆ นอกจากนี้ยังมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ด้วยการส่งเสริมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เช่น แผ่นพับ นิตยสาร อสท. เว็บไซต์ งานนิทรรศกาลต่าง ๆ รวมทั้งภาคเอกชน เช่น รายการโทรทัศน์ประเภทสารคดีการท่องเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว เป็นต้น

## การแบ่งส่วนตลาด

การแบ่งส่วนตลาด (Market segmentation) หมายถึง การแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งออกตามลักษณะความต้องการที่คล้ายคลึงกันออกเป็นตลาดย่อยหรือส่วนตลาด เพื่อที่จะเลือกตลาดใดตลาดหนึ่งหรือหลายตลาดเป้าหมายต่อไป การแบ่งส่วนตลาดไม่ได้เริ่มต้นที่ความแตกต่างกันของผลิตภัณฑ์แต่เป็นการแบ่งกลุ่มลูกค้าและความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541 : 116)

สำหรับส่วนแบ่งการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

วินิจ วีรยางกูร (แหล่งเดิม : 83.) ให้ความหมายไว้ว่า "การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกตามลักษณะของความต้องการ ความสนใจ ตามลักษณะบางอย่างที่คล้ายคลึงกันออกเป็นตลาดย่อยเพื่อจะกำหนดเป็นตลาดเป้าหมาย แล้วใช้วิธีการทางการตลาดที่เหมาะสม เพื่อให้ธุรกิจบรรลุถึงเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ"

การแบ่งส่วนตลาดเพื่อการท่องเที่ยวมีสมมติฐานที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. ตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยเฉพาะเกี่ยวกับการพักผ่อนหย่อนใจนั้นสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มที่มีความคล้ายคลึงกันได้
2. นักท่องเที่ยวตามกลุ่มเป้าหมายเดียวกันมีลักษณะบางอย่างที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกัน
3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งประเภทใด ย่อมจะเหมาะสมที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น ไม่ใช่จะเป็นที่พอใจของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่พักทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์) ที่บ้านปราสาท ก็จะมีคนบางกลุ่มที่ชอบ เพราะได้สัมผัสกับวัฒนธรรมประเพณี และวิถีชีวิตของชาวบ้าน ขณะที่บางคนกลับชอบที่จะไปท่องเที่ยวด้วยการล่องเรือและเล่นน้ำตามชายทะเลมากกว่า
4. ธุรกิจหรือนักท่องเที่ยวสามารถพัฒนาหรือเลือกทรัพยากรการท่องเที่ยวบางประเภทขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น แบบเหมาจ่ายทางเรือ อาจจะเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวบางกลุ่มเท่านั้น เช่น นักท่องเที่ยวสูงอายุ ในขณะที่เดียวกันการท่องเที่ยวเพื่อไปชมน้ำตกภูเข่า ทิวทัศน์ ฯลฯ ก็เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวประเภทที่ชอบการผจญภัยและส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่น

การแบ่งส่วนตลาดเพื่อการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

1. การแบ่งส่วนตลาดเชิงเศรษฐศาสตร์และเชิงประชากร ประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา เพศ ระดับรายได้ ขนาดของครอบครัว ชนชั้นทางสังคม เชื้อชาติหรือจริยศาสตร์ อาชีพ
2. การแบ่งส่วนตลาดเชิงผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย กิจกรรมการพักผ่อน อุปกรณ์ที่ใช้ ปริมาณที่ใช้ ความภักดีในสถานที่ท่องเที่ยววัน ๆ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ระยะเวลาการพำนัก วิธีการเดินทาง ประสบการณ์ที่คาดว่าจะได้รับ ระยะเวลาการพำนัก วิธีการเดินทาง ประสบการณ์ที่คาดว่าจะได้รับ
3. การแบ่งส่วนตลาดเชิงจิตพิสัยศาสตร์ ประกอบด้วย บุคลิกภาพ วิธีการดำรงชีวิต ลักษณะท่าทางความสนใจ ความคิดเห็น มูลเหตุจูงใจ
4. การแบ่งส่วนตลาดเชิงภูมิศาสตร์ ประกอบด้วย ภูมิภาค ขอบเขตของตลาด ในเมือง ชานเมือง ชนบท ขนาดของเมือง ความแตกต่างของพลเมือง

การแบ่งส่วนตลาดตามวิธีต่าง ๆ จะมีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกัน ฉะนั้นจึงต้องเลือกใช้ดุลยพินิจเป็นอย่างมากเพื่อประโยชน์ของธุรกิจเอง เมื่อตัดสินใจแน่นอนเกี่ยวกับส่วนแบ่งตลาดแล้ว ปัจจัยที่จะต้องพิจารณาก็คือ ในเรื่องของโอกาสขาย สภาพการแข่งขัน ต้นทุนและบริการที่เหมาะสม ให้แก่นักท่องเที่ยวในกลุ่มนั้น ๆ

ที่พักทางวัฒนธรรมของบ้านปราสาท เป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมาที่มีความเป็นไปได้ที่น่าจะมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ในเกณฑ์ที่ดีขึ้นได้เรื่อย ๆ เพราะบ้านปราสาทนั้นมีแหล่งโบราณคดีที่อยู่ในโครงการศึกษาเพื่อทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคอีสาน ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยด้วย (2542.) และกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวปี 2540 - 2546 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังได้กำหนดไว้ว่า ให้เน้นการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ให้มากขึ้น และแหล่งท่องเที่ยวบ้านปราสาท เป็นแหล่งท่องเที่ยวอันดับที่ 4 ของสถานที่ท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ สถานและศาสนาในเขตอีสานใต้ อันประกอบไปด้วย อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี ปราสาทหินพิมาย ปราสาทหินพนมรุ้ง บ้านปราสาท และถ้ำเขาจันทร์งาม (โครงการศึกษาเพื่อทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคอีสาน, 2542 : 58.)

จากการศึกษาเพื่อทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคอีสาน (แหล่งเดิม : 22.) หากมองในส่วนของจังหวัดนครราชสีมาในปี 2543 ได้เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีส่วนแบ่งการตลาดตามการพยากรณ์

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวมากกว่า 1 ล้านคน ซึ่งเป็นจำนวนที่สูงที่สุดในภาคอีสาน ดังตารางที่ 1 ที่นำเสนอจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนอีสาน เปรียบเทียบระหว่างปี 2542 - 2543 ดังนี้

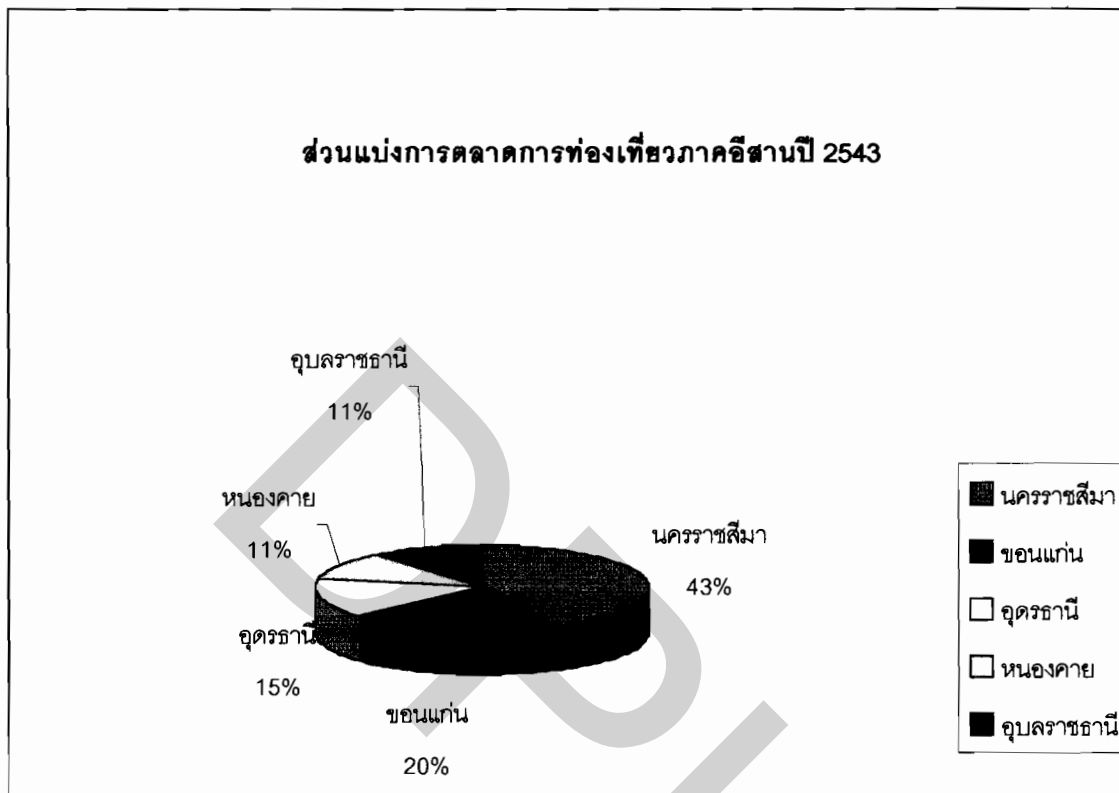
ตารางที่ 1 เปรียบเทียบส่วนแบ่งการตลาด จังหวัดในเขตภาคอีสานที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเยือนมากกว่า 1 ล้านคน

จังหวัด	ปี 2542 (เพิ่มขึ้นพันคน)	ปี 2543 (เพิ่มขึ้นพันคน)	ส่วนแบ่งการตลาดในปี 2543 (%)
นครราชสีมา	4,021.72	4,285.42	43
ขอนแก่น	1,922.86	2,028.61	20.29
อุดรธานี	1,436.78	1,478.68	14.79
หนองคาย	1,034.71	1,112.24	11.12
อุบลราชธานี	1,052.65	1,093.41	10.94



### ภาพที่ 10

แผนภูมิแสดงส่วนแบ่งการตลาดการท่องเที่ยวภาคอีสานปี 2543



การท่องเที่ยวของบ้านปราสาทกับนโยบายและแนวทางการส่งเสริมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่พักทางวัฒนธรรม ของบ้านปราสาทเป็นรูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวที่ตรงตามนโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวปี 2540 - 2546 ที่มุ่งเน้นไว้เป็นข้อแรกว่า

“ส่งเสริมการอนุรักษ์ ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยวควบคู่กับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงคุณภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะยาวและคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์และมรดกของชาติสืบไป” (แผนการท่องเที่ยวปี 2000, 2544 : 1.)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังได้วิเคราะห์โอกาสทางการตลาดของการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี 2000 โดยวิเคราะห์ถึงจุดอ่อนและจุดแข็งไว้ดังนี้

### จุดแข็ง

- สินค้าทางการท่องเที่ยวมีความหลากหลายและน่าสนใจ อาทิ วัฒนธรรม ประเพณีไทยที่โดดเด่น และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติโดยเฉพาะทางทะเล มีความสวยงามและยังคงเป็นจุดขายหลัก
- ภาพลักษณ์ด้านบวกในแง่ความคุ้มค่าเงินในการเดินทางมาท่องเที่ยว
- กระแสการยอมรับแคมเปญอะเมซิ่งไทยแลนด์ (Campaign Amazing Thailand) ในช่วงที่ผ่านมา

### จุดอ่อน

- ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว
- ปัญหาการล่อลวง เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว
- ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพในบางสาขาและบางพื้นที่
- ปัญหาภาพลักษณ์ด้านลบเกี่ยวกับโสเภณี โรคเอดส์และสิ่งแวดล้อม

การจัดการท่องเที่ยวแบบที่พิกทางวัฒนธรรมของบ้านปราสาทก็ได้มีส่วนในการเสริมจุดแข็งการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้วย เพราะเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นด้านการนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

### แนวคิดเรื่องการตลาดเพื่อสังคม

การตลาดเพื่อสังคม นับเป็นรูปแบบการตลาดแบบใหม่ที่ไม่ได้มุ่งหวังการทำการตลาดเพื่อประโยชน์ด้านการค้าหรือผลกำไรเท่านั้น แต่เป็นการตลาดที่คิดถึงผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคและสังคมจะได้รับเป็นส่วนสำคัญด้วย ส่งผลให้การทำธุรกิจในปัจจุบันต้องคำนึงถึงแนวคิดเรื่องการตลาดเพื่อสังคมกันมากขึ้น

## คำจำกัดความ

คอตเลอร์ และ ซอลท์แมน (Kotler และ Zaltman, 1971) ให้คำจำกัดความคำว่า การตลาด เพื่อสังคมดังนี้

“การตลาดเพื่อสังคม คือ การออกแบบ (Design) , การนำแผนมาใช้ (Implementation) และการควบคุม (Control) แผนที่เราจัดทำขึ้นเพื่อให้มีอิทธิพลต่อการยอมรับในความคิดทางสังคมและรวมถึงการพิจารณาในเรื่องของการวางแผนสินค้า (Product) การวางราคา (Pricing) การสื่อสาร (Communication) การจัดจำหน่าย (Distribution) และการวิจัยตลาด (Marketing Research)”

จากคำจำกัดความดังกล่าว พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (แหล่งเดิม : 40.) จึงนำมาสรุปไว้ว่า

“การตลาดเพื่อสังคมจึงเป็นการใช้ทักษะทางการตลาดเพื่อช่วยให้ความพยายามที่จะก่อให้เกิดการกระทำบางอย่างในสังคมกลายมาเป็นแผนการสื่อสารที่ออกมาอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จนผู้รับมีการตอบสนองหรือเปลี่ยนแปลงไป ดังที่ผู้วางแผนต้องการหรืออาจจะพูดอีกนัยหนึ่งว่า เทคนิคทางการตลาดถือได้ว่าเป็นกลไกที่เชื่อมต่อระหว่างความรู้ที่มีอยู่ในตัวสมาชิกสังคมกับการลงมือนำความรู้นั้นมาปฏิบัติจริง (สมาชิกสังคมเกิดการกระทำตาม) ทำให้สามารถเพิ่มโอกาสในการเปลี่ยนแปลงสังคมมากขึ้น”

ฟอกซ์ และคอตเลอร์ (แหล่งเดิม : 44.) กล่าวว่า การตลาดเพื่อสังคมได้เริ่มเข้ามาแทนที่ การสื่อสารเพื่อสังคม กลายเป็นแบบอย่างที่ย่างกว้าง เพื่อให้มีอิทธิพลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสังคมได้ดีกว่า

จากคำจำกัดความที่ขยายมากขึ้น และการพัฒนาเข้าสู่การตลาดเพื่อสังคมในลักษณะเช่นนี้ ทำให้ขอบเขตของการตลาดเพื่อสังคมมีแนวโน้มการใช้ที่กว้างมาก โดยอาจจะกลายเป็นความพยายามใด ๆ ก็ได้ที่วางแผนไว้ (Planned) เพื่อมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม และเนื่องจากใครก็สามารถที่จะใช้การตลาดเพื่อสังคมเป็นเครื่องมือในการเปลี่ยนแปลงได้โดยไม่จำเป็นต้องผ่านองค์กร เช่น ผู้ปกครองพยายามที่จะวางแผนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมารับประทานอาหารของลูกให้มีประโยชน์ต่อร่างกาย ซึ่งเป็นเรื่องของปัจเจกชน จนกระทั่งถึงการที่รัฐบาลพยายามรณรงค์ต่อต้านการสูบบุหรี่ ซึ่งเป็นเรื่ององค์กรใหญ่กับสังคมโดยรวม

## การพัฒนาแนวความคิดเรื่องการตลาดสู่การตลาดเพื่อสังคม

พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2540 : 32.) ได้นำเสนอ การพัฒนาแนวความคิดเรื่องการตลาดสู่การตลาดเพื่อสังคม ไว้ว่า ในอดีตที่ผ่านมา ผู้จัดทำนโยบาย (Policy Makers) และเจ้าหน้าที่ในประเทศกำลังพัฒนา มักจะมองไม่เห็นว่าการตลาดจะสามารถเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศได้ (คือ มิได้พิจารณาว่าการตลาดทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเจริญเติบโตของประเทศตามมา) หรือแม้กระทั่งนักการตลาดเองก็ให้ความสนใจ หรือความสำคัญในการใช้การตลาดเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจน้อยมาก ซึ่งอาจจะเป็นเพราะความเชื่อเก่า ๆ ที่ว่า การตลาดเป็นเครื่องมือของธุรกิจที่แสวงหากำไรจากผู้บริโภคเท่านั้น อย่างไรก็ตามในแง่ของการพัฒนานั้น ก็มีแนวความคิดที่ขัดแย้งกันขึ้น 2 แนวทางในเรื่องของบทบาทของการตลาด คือ แนวความคิดแบบ ดีเทอร์มินิสต์ (Determinists) และ แอคติวิสต์ (Activists) ซึ่งเป็นแนวความคิดที่เกี่ยวกับการใช้การตลาดเพื่อการพัฒนา

**แนวความคิดของดีเทอร์มินิสต์ (Determinists)** เชื่อว่าการตลาดเป็นผลที่สืบเนื่องมาจากสิ่งเร้าที่แวดล้อมในสังคม ดังนั้นการตลาดจึงไม่มีบทบาทมากนักในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและประเทศ แนวคิดนี้จะพิจารณาถึงโครงสร้างทางการตลาด และกิจกรรมทางการตลาดในแต่ละประเทศว่าแตกต่างกัน และพบว่า รูปแบบของระบบการตลาดและสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการตลาดนั้นมีความสัมพันธ์กับระดับของการพัฒนาประเทศนั้น ๆ เมื่อสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ในสังคมเปลี่ยนแปลง ระบบการตลาดในสังคมก็จะเปลี่ยนตามไปด้วย เมื่อสังคมพัฒนาขึ้นในทิศทางใดก็ตาม ระบบการตลาดก็จะพัฒนาไปในทิศทางนั้น ๆ ด้วยเช่นกัน จึงอาจกล่าวได้ว่า การตลาดไม่มีบทบาทเป็นตัวชี้้นำการพัฒนาประเทศ

**แนวความคิดของแอคติวิสต์ (Activists)** เป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามว่า การตลาดสามารถมีอิทธิพลต่อสิ่งแวดล้อม และมีบทบาทที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศ การตลาดสามารถกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาประเทศได้ในหลาย ๆ ทิศทาง เช่น การถ่ายทอดเทคโนโลยีและความรู้ (Technologies and Know-how Transfer) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างพื้นฐานทางการตลาด เช่น การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า การให้สินเชื่อและอื่น ๆ หรือแม้กระทั่งการไหลเวียนของข้อมูล และสื่อมวลชนที่พัฒนาขึ้น ดรักเกอร์ เป็นนักแอคติวิสต์คนหนึ่งที่ได้อธิบายถึงบทบาทของการตลาดในประเทศที่กำลังพัฒนาว่าการตลาดเป็นตัวเร่งให้เกิดการพัฒนา เช่น ช่วยสร้างอำนาจในการซื้อ ช่วยพัฒนามาตรฐานให้สังคมในเรื่องสินค้า บริการและการดำรงชีวิต ซึ่งสามารถจะเรียนรู้กันได้ เนื่องจากเป็นระบบและมีหลักเกณฑ์ที่แน่นอน การตลาดจะช่วยให้สังคมนั้น ๆ ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่มาผลิตสินค้าตามความของตนได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ นักแอคติวิสต์ทางการตลาดอีกหลายคน เชื่อว่า สาเหตุหลักของปัญหาการพัฒนาประเทศมา

จากความไม่มั่นคงของสถาบันต่าง ๆ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางการตลาดและการสร้างสถาบันทางการตลาด (เช่น พ่อค้าปลีก ค้าส่ง) รวมถึงการให้ข้อมูลและการมีสื่อต่าง ๆ จะเป็นตัวแปรหลักที่ทำให้เกิดการลงทุนและในที่สุดทำให้ประเทศและสังคมมีการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมขึ้นต่อไป

พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (แหล่งเดิม : 37.) ได้นำเสนออีกว่า เมื่อแนวความคิดที่ว่าการตลาดเป็นกลไกตัวหนึ่งของการพัฒนาประเทศเริ่มมีความสำคัญมากขึ้น เนื่องจากการตลาดเป็นตัวเชื่อมระหว่างแบบจำลองการพัฒนาประเทศที่ใช้แนวความคิดทางการสื่อสารมาสู่แบบจำลองการวางแผนแบบใหม่ คือ การใช้กลยุทธ์การตลาดผสมผสานกับแนวคิดการสื่อสารในยุคที่สื่อมวลชนมีอิทธิพลภายใต้เงื่อนไขและเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทิศทางการนำการตลาดมาใช้ตามแนวคิดของแอดดิสวิตได้แบ่งออกเป็น 2 ทาง คือ ทิศทางแรก เป็นการเน้นการสร้างการผลิตและโครงสร้างพื้นฐานทางการตลาด (Marketing Infrastructures) ซึ่งในที่สุดนำมาสู่การพัฒนาในด้านอื่น ๆ ตามมา และทิศทางที่ 2 คือ ทิศทางที่ใช้การตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของสมาชิกในสังคม (Basic Needs of Members in Society) ทั้งนี้เชื่อว่าการพัฒนาประเทศต้องพิจารณาจากส่วนล่างขึ้นสู่ส่วนบน ซึ่งตรงกันข้ามกับแนวทางแรกโดยสิ้นเชิง ที่เชื่อว่าการตลาดสามารถกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจและความมั่งคั่งจากระดับบนลงสู่ระดับล่าง และการใช้การตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการ หรือเพื่อเปลี่ยนแปลงสมาชิกสังคม จะเป็นรากฐานของการพัฒนาในด้านอื่น ๆ ในสังคมต่อไป แนวทางการพัฒนานี้เองที่เรียกว่า **“การตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing)”**

แนวคิดในการใช้การตลาดเพื่อสังคม มีจุดเริ่มต้นมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1952 เมื่อ เจ ดี เวียบ (Wiebe, 1952.) ได้เขียนบทความตั้งคำถามขึ้นว่า “Why can't you sell brotherhood like you sell soaps” บทความนี้เองเป็นสิ่งกระตุ้นให้นักวิชาการทางการตลาดพยายามตอบคำถามนี้ ก่อให้เกิดการขยายความคิดทางการตลาดที่ใช้สินค้ามาเป็นการขายความคิดทางการเปลี่ยนแปลงสังคม โดยในทางปฏิบัติการใช้เทคนิคทางการตลาดเพื่อเปลี่ยนแปลงสังคมส่วนใหญ่เริ่มต้นในประเทศกำลังพัฒนา จนในที่สุดได้มีการก่อกำเนิดคำว่า “การตลาดเพื่อสังคม” (Social Marketing) ขึ้น โดยคำนี้ถูกนำมาใช้ครั้งแรกเมื่อ ปี ค.ศ. 1971 โดยเน้นการอธิบายการใช้หลักการตลาดและเทคนิคทางการตลาด ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิด และ/หรือพฤติกรรม นั้นหมายความว่า **การตลาดเพื่อสังคมพยายามที่จะขายความคิด บริการ หรืออะไรก็แล้วแต่ที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิกในสังคมหนึ่ง ๆ แบบเดียวกับกรณีที่นักการตลาดทั่ว ๆ ไปขายสินค้าของตนเอง ดังนั้นจึงมีการออกแบบแผนงาน มีการนำมาใช้และการควบคุมแผน**

งาน ซึ่งมุ่งไปที่การเพิ่มการยอมรับในความคิด หรือแนวทางปฏิบัติที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมในกลุ่มเป้าหมาย

ดังเช่น การทำการตลาดของชาวบ้านปราสาท ด้วยการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม โดยการที่ชาวบ้านที่เข้าร่วมกลุ่มกันจัดตั้งชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) ก็นับเป็นการตลาดเพื่อสังคมอีกแนวทางหนึ่ง ซึ่งชาวบ้านได้รวมกลุ่มกันเพื่อที่ขายบริการด้านการท่องเที่ยว ที่นำเสนอวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่นตนเอง แก่ผู้ที่มาจากท้องถิ่นอื่นได้สัมผัสและเรียนรู้ ในขณะเดียวกันก็ยังเป็นการช่วยกันรณรงค์ให้เกิดการสำนึกรักในวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของท้องถิ่น และได้ประโยชน์ในการให้คนรุ่นใหม่ได้เห็นถึงประโยชน์ของการรักษาวัฒนธรรมประเพณีอันดีงาม ที่สามารถเอื้อประโยชน์ในการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้อีกทางหนึ่ง โดยนักท่องเที่ยวยุคที่พักทางวัฒนธรรมได้โดยการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผ่านงานนิทรรศการการท่องเที่ยวต่าง ๆ นิติยสาร อสท. เว็บไซต์ของการท่องเที่ยว แผ่นพับ เป็นต้น

#### ภาพที่ 11

รูปภาพแสดงการเข้าร่วมโหมโรงมาส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมหนึ่ง ในกิจกรรมการตลาดเพื่อสังคมของบ้านปราสาทที่ช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย



## แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจชุมชน

นับตั้งแต่ประเทศไทยได้เริ่มมีการใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในปี พ.ศ. 2504 เป็นต้นมา จนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535-2536) นั้น ประเทศไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม ทั้งในระดับหมู่บ้านและสังคมเมืองไปอย่างมากทีเดียว รัฐบาลได้พยายามที่จะพัฒนาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในสังคมชนบทและหมู่บ้านต่าง ๆ ให้ดีขึ้นกว่าเดิม (สมคิด พรมจัญญ์ และคณะ ,2543 : 1.) การทบทวนองค์ความรู้เรื่องเศรษฐกิจชุมชนจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้ประชาชนในชนบทสามารถรวมกลุ่มเพื่อสร้างงานสร้างรายได้กันภายในชุมชน ลดปริมาณการอพยพเข้ามาในเมืองใหญ่ ๆ เพื่อรื้อรันทำ

อาจกล่าวได้ว่า ในรอบสี่ทศวรรษของการพัฒนาไปสู่ความทันสมัย จนถึงวิกฤติเศรษฐกิจ พองสบู่แตกในกลางปี 2540 (อย่างเป็นทางการ) ได้เปิดทางให้กระแสแนวคิดเรื่องการพัฒนาตนเองได้รับการกล่าวขวัญถึงมากที่สุด นับจากคนชั้นสูงสุดของสังคมถึงคนชั้นล่างสุดก็ว่าได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระแสพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่ได้ให้ไว้ในวันที่ 4 ธันวาคม 2540 ณ ศาลาดุสิตาลัย ดูจะมีความหมายยิ่งใหญ่ในการให้สติแก่บรรดาผู้ที่กำลังตกอยู่ในทุกข์ภัยทางเศรษฐกิจอย่างมาก โดยการพยายามเปลี่ยนวิกฤติให้เป็นโอกาส แต่ที่สำคัญที่สุดก็คือ

“ทำไมวิกฤติการณ์เกิดขึ้นได้ เราเป็นเมืองอุดมสมบูรณ์ และเราได้ชื่อว่า กำลังก้าวหน้าไปสู่เมืองที่เป็นมหาอำนาจทางการค้า ความจริงวิกฤติการณ์นี้เห็นมาแล้ว แต่ไม่รู้ตัวมา 40 กว่าปี”

“การที่จะเป็นเสือ นั้นมันไม่สำคัญ สำคัญอยู่ที่เราพออยู่พอกินและมีเศรษฐกิจการเป็นอยู่แบบพอมีพอกิน”

หากจะกล่าวว่า กระแสพระราชดำรัสนี้เป็นอีกจุดหนึ่งของการเริ่มต้นดำเนินดำเนินถึงเรื่องของเศรษฐกิจชุมชนในปัจจุบันก็คงไม่ผิดนัก นั่นเพราะพระองค์ท่านประสงค์ที่จะให้คนไทยมีความเป็นอยู่ที่พอเพียง และมีความสามารถในการพึ่งพากันภายในชุมชน

ประเวศ วะสี (2542:20.) มองในเรื่องของเศรษฐกิจว่า เมื่อพูดถึงเรื่องเศรษฐกิจ เขามักจะมองกันเฉพาะเรื่องเศรษฐกิจ หรือหนักเข้าก็มองเป็นเรื่อง “ธุรกิจ” หรือหนักเข้าไปอีกก็เป็นเรื่อง “เงิน” นี่คือการมองแยกส่วน ที่จริงคำว่าเศรษฐกิจ คือ “เศรษฐศาสตร์” เป็นความเชื่อมโยงระหว่าง เศรษฐกิจ จิตใจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม การเมือง สุขภาพ การเรียนรู้ และเมื่อถึงเรื่องของเศรษฐกิจชุมชนจะ

เป็นเรื่องของบูรณาการที่มีจุดสำคัญคือ *ความเป็นบูรณาการของชุมชน* ทุกอย่างเชื่อมโยงกันหมด อันนี้ จะทำให้เราไม่สุดโต่ง เพราะว่ามีมองทุกอย่างเชื่อมโยงกันไปหมด ถ้าเรามองแยกส่วน จะเข้าไปสู่การสุดโต่ง เช่น เอาเศรษฐกิจอย่างเดียว ไม่เอาครอบครัว ไม่เอาชุมชน ไม่เอาสิ่งแวดล้อม ไม่เอาวัฒนธรรม ก็จะไปสู่วิกฤติ เราจึงต้องฝึกมองอย่างเป็นบูรณาการทั้งหมด ภูเขาจึงอยู่ที่ เศรษฐกิจชุมชน คือ ความเป็นชุมชน เศรษฐกิจชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของความเป็นชุมชน เศรษฐกิจชุมชนเป็นตัวเชื่อมโยง

ประเวศ วะสี (แหล่งเดิม : 21.) จึงให้ความหมายของเศรษฐกิจชุมชนว่า หมายถึง *การรวมตัว ร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมได้ประโยชน์เพื่อการอยู่ร่วมกัน*

### เศรษฐกิจชุมชนในช่วงก่อนการพัฒนาไปสู่ความทันสมัย

นภาพรณ์ หะวานนท์ และคณะ (2543:6.) ได้ศึกษารายละเอียดไว้ว่า การศึกษาเศรษฐกิจชุมชนในช่วงก่อนที่สังคมไทยจะใช้นโยบายการนำประเทศไปสู่ความทันสมัยตามแบบอุตสาหกรรมอย่างเป็นทางการในปี 2504 มีการศึกษาวิจัยย้อนหลังไปในประวัติศาสตร์ โดยการใช้วิธีการศึกษาทางด้านประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นการศึกษาจากเอกสารและหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ซึ่งการศึกษาในแนวนั้นได้เริ่มมีการค้นคว้ากันในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง การศึกษาวิจัยที่เป็นการศึกษาจากคำบอกเล่า ประสบการณ์ของตนเองจากคนในชุมชนเพื่อสะท้อนภาพเศรษฐกิจในอดีตเท่าที่จะย้อนหลังไปได้ เพิ่งเริ่มต้นจากการค้นคว้าศึกษาวิจัยกันเมื่อไม่นานมานี้ (ประมาณกลางทศวรรษ 2510) โดยส่วนใหญ่จะเริ่มต้นจากการศึกษาของนักมนุษยวิทยาต่างประเทศ ที่เดินทางมาศึกษาวิถีการดำรงชีวิตของคนในหมู่บ้านไทย และการศึกษาค้นคว้าทางด้านเศรษฐศาสตร์การเมือง

ความรู้เรื่องเศรษฐกิจชุมชนไทยในช่วงก่อนที่ชุมชนหมู่บ้านจะถูกดึงเข้าไปสู่กระบวนการพัฒนาประเทศไปสู่ความทันสมัย เป็นผลมาจากการศึกษาของนักวิชาการในสาขามนุษยวิทยา สังคมวิทยา และเศรษฐศาสตร์การเมือง อย่างไรก็ตามฐานคิดที่ใช้ในการมองเศรษฐกิจชุมชนของนักวิชาการในสาขาต่าง ๆ เหล่านี้ไม่สามารถแยกออกไปตามสาขาวิชาได้อย่างชัดเจน และโดยเหตุที่ภาพของเศรษฐกิจชุมชนที่ถูกสร้างขึ้นมาสสะท้อนฐานคิดหรือกรอบแนวคิดในการศึกษาเศรษฐกิจชุมชน มากกว่าสาขาของศาสตร์ต่าง ๆ ซึ่งแบ่งความรู้ในเรื่องเศรษฐกิจชุมชนที่สร้างขึ้นจากฐานคิดที่แตกต่างกัน 3 กระแสใหญ่ ๆ

กระแสแรก ได้แก่ ความรู้ที่ได้จากการศึกษาชุมชนตามฐานคิดแบบอุดมคติของสังคมประเพณี



**กระแสที่สอง** ได้แก่ ความรู้ที่ได้จากฐานคิดในเรื่องศักยภาพทางวัฒนธรรมของชุมชน

**กระแสที่สาม** ได้แก่ ความรู้ที่ได้จากฐานคิดเชิงวิพากษ์ที่ต้องการเปิดเผยสิ่งที่อยู่เบื้องหลังสภาพความยากลำบากทางเศรษฐกิจของชุมชน

**ความรู้ที่ได้จากการศึกษาชุมชนตามฐานคิดแบบอุดมคติของสังคม ประเพณี** เป็นการศึกษาที่อาศัยกรอบแนวคิดของแบบอุดมคติของสังคมแบบประเพณีและแบบทันสมัย โดยสังคมแบบหมู่บ้านจะมีภาพลักษณ์ของสังคมที่คนมีความสัมพันธ์กันแบบใกล้ชิด เป็นเครือญาติ ซึ่งจะต่างจากสังคมเมือง อันเป็นความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนคนสัมพันธ์กันแบบเป็นทางการ ในอดีตคนในสังคมชุมชนแบบหมู่บ้านในอดีต การยังชีพใช้เทคโนโลยีอย่างง่าย ๆ ในการผลิตและพึ่งพาธรรมชาติเป็นหลัก ระบบแลกเปลี่ยนภายในชุมชนไม่เน้นรูปแบบการค้า การพัฒนาหรือเติบโตของชุมชนเป็นไปอย่างช้า ๆ ประดูการเติบโตของพืช ด้วยชุมชนส่วนใหญ่ถูกมองว่าขาดศักยภาพที่จะก้าวไปสู่ความเจริญ โดยไม่มีการชักนำจากรัฐหรือระบบภายนอกชุมชน เมื่อกระบวนการพัฒนาเข้าสู่ชุมชน จึงกลายเป็นตัวเร่งให้ชุมชนเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และมีการปรับตัวของชุมชนให้เป็นที่ไปตามกระบวนการทันสมัย ชุมชนถูกกำหนดให้เป็นแหล่งรองรับการเติบโตของเมืองและระบบอุตสาหกรรม

มีตัวอย่างของการยังชีพด้วยเทคโนโลยีง่าย ๆ และการพึ่งพาธรรมชาติ ของชาวบ้านปราสาท เช่น กลุ่มอาชีพหัตถกรรม ก็พึ่งพาธรรมชาติด้วยการนำวัตถุดิบจากธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น ต้นกก ต้นไผ่ ต้นธูป มาเป็นวัตถุดิบในการผลิตเสื่อ กระเป่าสานจากต้นกก แจกันสานจากต้นธูป เป็นต้น เป็นการเรียนรู้ที่จะสร้างประโยชน์และรายได้จากสิ่งทีธรรมชาติสร้างมาให้โดยไม่ต้องพึ่งพาสินทีเกิดจากเทคโนโลยีการผลิตชั้นสูง

**ความรู้ที่ได้จากฐานคิดในเรื่องศักยภาพทางวัฒนธรรมของชุมชน** ศักยภาพของชุมชนที่ดำรงอยู่ได้ด้วยการพึ่งพาตนเองตั้งแต่ในอดีตจนกระทั่งชุมชนก้าวเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจทุนนิยมหรือกระบวนการพัฒนาไปสู่ความทันสมัยเข้าไปแทรกแซงวิถีชีวิตและวิถีการผลิตของชุมชน วัฒนธรรมชุมชนจึงเป็นแบบแผนความเป็นอยู่ วิถีการดำเนินชีวิต การประกอบอาชีพ ระบบความสัมพันธ์ทางสังคม กฎ ระเบียบ ประเพณีทีจะจรรโลงให้ชุมชนดำรงอยู่ ตลอดมาจนกระทั่งการปรับตัวของชุมชนเข้าสู่กระแสแห่งทุนนิยมทีเข้าไปสร้างผลกระทบต่อวิถีชีวิต วิถีการผลิตและระบบความสัมพันธ์ภายในชุมชนทีเปลี่ยนแปลง แต่อย่างไรก็ตามการดำรงอยู่ของชุมชนท่ามกลางกระแสทุนนิยมในแนวคิดวัฒนธรรมชุมชนนั้น ชุมชนจะยืนหยัดอยู่ได้ด้วยวัฒนธรรมการพึ่งตนเองในระบบเศรษฐกิจชุมชน

วัฒนธรรมของชุมชนบ้านปราสาท เป็นลักษณะของการให้ความเคารพผู้นำ นั่นก็คือลูกบ้านก็ให้ความเคารพผู้ใหญ่บ้าน กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ก็ให้ความเคารพประธานกลุ่ม ดังเช่น เมื่อผู้ใหญ่บ้านและกลุ่มผู้นำหมู่บ้านได้ไปศึกษาวิธีการจัดโฮมสเตย์ที่ศรีวัง จังหวัดนครศรีธรรมราช แล้วนำมาประชุมบอกกล่าวกับลูกบ้าน จนเกิดการยอมรับและรวมกลุ่มกันเพื่อจัดตั้งชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) ทำให้ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกของชมรมสามารถมีรายได้จากการให้บริการทางการท่องเที่ยว ที่ไม่ต้องรอพึ่งพารายได้จากการทำงานทำนาเท่านั้นเศรษฐกิจชุมชนก็เกิดขึ้นแต่จะอยู่ได้นานหรือไม่นั้นก็ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของชุมชนด้วย เพราะจุดมุ่งหมายของการจัดการท่องเที่ยวของชาวบ้านปราสาทก็คือการขายวัฒนธรรม ถ้าชาวบ้านสามารถช่วยกันอนุรักษ์และรักษาวัฒนธรรมของเขาไว้ได้มันก็จะกลายเป็นทุนที่ยั่งยืนตลอดไป

ความรู้ที่ได้จากฐานคิดเชิงวิพากษ์ ให้ความสำคัญกับประเด็นเรื่องการจัดสรรปัจจัยการผลิตและผลตอบแทนจากการผลิต ซึ่งเป็นผลมาจากความสัมพันธ์ระหว่างคนชาวบ้านกับรัฐ และระหว่างขุนนางข้าราชการที่เป็นเจ้าของที่ดินกับชาวบ้านที่ไม่มีที่ดินต้องเช่าที่ดินผู้อื่นหรือรับจ้าง ความสัมพันธ์ระหว่างชนชั้นที่ไม่เท่าเทียมกัน ส่งผลให้เกิดการแบ่งปันผลผลิตที่ไม่เท่าเทียมกันระหว่างชนชั้นผู้ถูกปกครองใช้อำนาจจากการเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตคือ ที่ดิน รวมถึงการเป็นเจ้าของแรงงาน คือ โพร่ ในการควบคุมและเก็บรายได้จากส่วนเกินผลผลิตทางเศรษฐกิจจากประชาชนในรูปแบบของการออกกฎหมายควบคุมปัจจัยการผลิต คือที่ดิน

ชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) มีการจัดสรรการทำงานอย่างชัดเจน โดยมีการเลือกตั้งคณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ เพื่อรับผิดชอบงานต่าง ๆ เวลาที่มีนักท่องเที่ยวมาพัก เช่น กลุ่มทำอาหารและขนมมีหน้าที่รับผิดชอบเรื่องอาหารการกิน อาจารย์จรูญ จอมกลาง ซึ่งเป็นกรรมการประสานงาน ก็จะดูแลเรื่องการสรรบ้านพักว่าแขกคนใดจะพักบ้านใคร เป็นต้น ส่วนรายได้จากการเข้าพัก เจ้าของบ้านก็ต้องแบ่งส่วนหนึ่งเข้ากองกลางของชมรม และอีกส่วนเข้ากลุ่มทำอาหารและขนมที่รับผิดชอบเรื่องอาหาร ส่วนละ 50 บาท

### การพลิกฟื้นเศรษฐกิจชุมชน

กระบวนการพลิกฟื้นเศรษฐกิจชุมชนเกิดขึ้นจากหลักการและแนวคิดหลายกระแส กระแสแรกเกิดจากหลักการคิดว่า แนวทางการพัฒนาของรัฐที่ดำเนินมาตามแนวทางการพัฒนาประเทศไปสู่ความทันสมัย มีลักษณะของการสั่งการหรือดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่ของรัฐ ทำให้ขาดการมีส่วนร่วมที่

แท้จริงจากประชาชน ทำให้ไม่สามารถแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนได้ อย่างไรก็ตามมีโครงการพัฒนาเข้าไปในชุมชนยังคงถือเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่จะช่วยให้ชุมชนแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและสังคมของตนเองได้ หลักการสำคัญคือ โครงการพัฒนาที่นำเข้าไปในชุมชนจะต้องมุ่งส่งเสริมให้คนเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการพัฒนาอย่างเต็มที่ทุกชั้น เพราะชุมชนสามารถร่วมคิดร่วมตัดสินใจของตนเองได้ แนวคิดนี้มีส่วนทำให้เกิดโครงการต่างๆ เข้าไปในชุมชนหมู่บ้าน โดยมีนักพัฒนาเข้าไปทำงานร่วมกับคนในชุมชน (นภาภรณ์ หะวานนท์ และคณะ, แหล่งเดิม : 38.)

นภาภรณ์ หะวานนท์ และคณะ (แหล่งเดิม : 39.) ชี้ว่า การสร้างความรู้เกี่ยวกับกระบวนการพลิกฟื้นเศรษฐกิจชุมชนอีกกระแสหนึ่งพยายามนำเสนอว่า ชุมชนหมู่บ้านของไทยมีศักยภาพ พลัง และภูมิปัญญาที่สั่งสมมาอยู่มากมาย ชุมชนไม่เคยจำนนหรือสยบต่อกระแสการพัฒนาจากภายนอกที่รุกเข้ามา โดยพยายามมองหาทางออกไปแก้ปัญหที่เกิดขึ้นและลงมือแก้ไขปัญหายังจุดอุปสรรคต่าง ๆ อย่างไรก็ตามข้อมูลข่าวสาร ความรู้ หรือคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือนักพัฒนา ก็เป็นสิ่งมีประโยชน์ที่จะช่วยชี้แนะให้ชุมชนมองเห็นทางออกของปัญหาได้รอบคอบหรือมีทางเลือกมากขึ้น ดังเช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ได้สำรวจรากฐานของการจัดที่พักทางวัฒนธรรมให้ชาวบ้านก่อนโดยการนำเยาวชนจากภาคต่าง ๆ มาพักและให้ชาวบ้านได้เรียนรู้วิธีการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม จนเห็นว่าชาวบ้านมีความเข้าใจแล้วก็ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งเป็นชมรมและดำเนินการในรูปของธุรกิจบริการทางการท่องเที่ยว โดยการสนับสนุนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทั้งการประชาสัมพันธ์และประสานงานเวลาที่มีนักท่องเที่ยวต้องการมาพักและติดต่อผ่านการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กระบวนการพลิกฟื้นเศรษฐกิจชุมชนที่เริ่มก่อตัวขึ้นและมีชุมชนหลายแห่งที่ประสบความสำเร็จได้แก่ การสร้างความมั่นคงปลอดภัยให้กับการผลิตเพื่อการค้า ทั้งนี้โดยพยายามเรียนรู้กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตนั้นทุก ๆ มิติ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อปัจจัยในการผลิต การผลิตอย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ การจัดการในเรื่องตลาด ซึ่งหมายความว่า คนในชุมชนจะทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีเฉพาะการผลิตเพียงอย่างเดียวอย่างเช่นในอดีต แต่จะเป็นการเรียนรู้ที่จะบริหารจัดการกิจกรรมทางเศรษฐกิจในเรื่องอื่น ๆ ด้วย ทำให้ชุมชนสามารถควบคุมการลงทุน การผลิต และกระบวนการขายผลผลิตได้ (นภาภรณ์ หะวานนท์ และคณะ, แหล่งเดิม : 41.)

ดังเช่น เศรษฐกิจชุมชนของชาวบ้านปราสาทก็ต้องอาศัยการเรียนรู้เช่นกัน เพราะถ้าผลิตเพียงอย่างเดียวแต่ไม่รู้ว่าคุณภาพต้องการอะไรก็จะขายกันไม่ได้ การจัดที่พักทางวัฒนธรรม ชาวบ้านก็

เรียนรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้จากการพูดคุย เมื่อนักท่องเที่ยวประทับใจในน้ำใจไมตรีของชาวบ้าน ชาวบ้านก็ต้องช่วยกันรักษาน้ำใจไมตรีเหล่านี้ให้ดี ไม่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว้าวุ่นต่าง ๆ เป็นการเสแสร้งเพราะเมื่อใดที่นักท่องเที่ยวรู้สึกเช่นนี้ ความนิยมในการมาพักที่พักทางวัฒนธรรมก็จะลดลง

### แนวทางสร้างเศรษฐกิจชุมชน

ประเวศ วะสี (แหล่งเดิม : 22.) ได้ยกตัวอย่างการสร้างเศรษฐกิจชุมชนของชุมชนต่าง ๆ ไว้มากมายและน่าสนใจที่จะศึกษาเป็นอย่างยิ่ง ดังตัวอย่างที่จะหยิบยกมาดังต่อไปนี้

ที่ตำบลหัวสำโรง อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี มีข้าราชการคนหนึ่งของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.) ชื่อ อาจารย์อำนาจ จันเงิน บ้านอยู่ตำบลนี้ จันทรถึงศุกร์ทำงานที่ สวช. เสาร์และอาทิตย์จะไปที่ตำบลนี้ สิ่งที่ทำ คือ ไปชวนคนมาคุยกัน

คนในตำบลนี้มีมาก เป็นยูนิตที่น่าสนใจ ตำบลนี้มีโรงเรียนอยู่ 5 แห่ง มีครู 50 คนที่สอนอยู่ มีพระ มีวัดอยู่ 5 แห่ง มีองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) มีสถานีอนามัย มีประชาชนชาวบ้านทรัพยากรในพื้นที่มีมาก แต่สิ่งที่ขาดคือ ขาดการเชื่อมโยงกัน อาจารย์อำนาจไปชวนคนมาคุยกันว่า ตำบลของเราเป็นอย่างไร เราควรจะทำอะไร คุยกันไปคุยกันมา แล้วเกิดกลุ่มต่าง ๆ ในตำบลดังกล่าว 30 กลุ่ม และกำลังเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนเป็น 50 กลุ่ม

กลุ่มเหล่านี้มีอะไรบ้าง มีกลุ่มทำเกษตรผสมผสาน ซึ่งเรารู้ว่าเป็นสิ่งสำคัญ ทำให้มีอาหารกิน มีกลุ่มหัตถกรรม มีกลุ่มแปรรูปอาหาร เดี่ยวนี้มีการส่งออกไปขายในตลาด ทำหีบห่อ มีกลุ่มสตรี กลุ่มศึกษาประวัติศาสตร์ตำบล กลุ่มทำพิพิธภัณฑ์ตำบล และกลุ่มต่างๆ นานาชนิด ซึ่งจะมีความเชื่อมโยงกัน ถ้ามีการคิดแบบบูรณาการ กลุ่มศึกษาประวัติศาสตร์ตำบลและกลุ่มทำพิพิธภัณฑ์ตำบล สำคัญและเกี่ยวกับเศรษฐกิจของชุมชน เพราะเมื่อศึกษาประวัติศาสตร์จะให้พลังกับชุมชน

ประเวศ วะสี (แหล่งเดิม : 24.) ชี้ให้เห็นถึงแนวทางการสร้างเศรษฐกิจชุมชนของตำบลนี้ว่า “น่าจะศึกษาประวัติศาสตร์ตำบลและทำพิพิธภัณฑ์ เมื่อมีแล้วคนอยากจะมาท่องเที่ยว เกิดธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชน ชุมชนได้เงินแล้วก็มาซื้อของที่ชุมชน ดังนั้นเรื่องการท่องเที่ยวจึงสำคัญทั้งในประเทศและที่มาจากต่างประเทศ เพราะตรงนี้ได้วัฒนธรรมของเรา คนที่มาท่องเที่ยวต้องการจะมาสัมผัสวัฒนธรรมทั้งสิ้น เขาไม่ได้ต้องการมาดูสิ่งที่เขามีอยู่แล้ว เขาต้องการมาดูสิ่งที่มันแปลกไปกว่าที่เขามี

และตรงนี้เองถ้าเราจัดการให้ดี เราก็จะได้เงินต่างประเทศ หากจัดการให้ดีแล้วทำให้ครบวงจร มีทั้งการวิจัย การฝึกคน การจัดการ และการกระจายประโยชน์ที่ดี”

แนวทางที่ประเวศ วะสี ชี้แนะนี้เอง นับเป็นแนวคิดที่เข้ากันได้กับสิ่งที่ชาวบ้านปราสาทกำลังกระทำเพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชนอยู่ในขณะนี้ เพราะที่บ้านปราสาท มีการค้นพบโครงกระดูกมนุษย์โบราณที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และนาคศึกษา มีการสร้างพิพิธภัณฑ์ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้เรื่องราวต่าง ๆ ของประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ไปถึงการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม โดยชาวบ้านมีการจัดตั้งเป็นชมรมที่ชัดเจน มีคณะกรรมการบริหารงานที่มาจาก การเลือกตั้งของชาวบ้านในชมรม และชาวบ้านยังได้รับการส่งเสริมให้มีการฝึกอาชีพ สร้างงานหัตถกรรมจากวัสดุที่มีอยู่ตามธรรมชาติในท้องถิ่นเพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว

สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแต่ช่วยสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชาวบ้าน เป็นอาชีพเสริมยามว่างจากการทำไร่ทำนา ซึ่งเป็นอาชีพหลักของชาวบ้าน และบางครั้งก็ยังมียึดอาชีพสร้างงานหัตถกรรมกันเป็นล่ำเป็นสันจนกลายเป็นอาชีพหลักแทนการทำนาอีกก็มี

เศรษฐกิจชุมชนจึงสามารถเชื่อมโยงและสัมพันธ์กันได้ดีกับทุนวัฒนธรรม เพราะวัฒนธรรมของแต่ละชุมชนสามารถนำมาแปรรูปให้เป็นสินค้าเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้หลากหลายตามแนวคิดและการสร้างสรรค์ของผู้คนในชุมชน เมื่อสินค้าเหล่านั้นมีนัยของการฝังตัวทางวัฒนธรรมอยู่ด้วย จึงเป็นเรื่องยากที่จะมีการลอกเลียนแบบกันได้ เพราะสินค้าและบริการที่ชุมชนสร้างขึ้นเป็นสื่อพื้นบ้านสำคัญที่ช่วยสื่อสารวัฒนธรรมของชุมชนสู่ประชาชนภายนอก ความเป็นตัวตนและเอกลักษณ์ของชุมชนก็จะยังคงอยู่และสร้างเศรษฐกิจชุมชนแบบยั่งยืนให้อยู่ได้ต่อไป

ดังที่ประเวศ วะสี (แหล่งเดิม : 22.) ได้ยกตัวอย่างไว้ว่า “ที่จังหวัดนครราชสีมา มีตั้ง 20 อำเภอ เป็นจังหวัดใหญ่มาก แต่จะไม่มีใครขอแยกจังหวัด สังเกตหรือไม่ จังหวัดอุบลราชธานีแยกเป็นสามจังหวัดไปแล้ว ออกไปเป็นยโสธร อำนาจเจริญ แต่นครราชสีมาไม่แยก เพราะถ้าแยกไปเขาจะขาด “ย่าโม” จะเอาย่าโมไปด้วยไม่ได้ ย่าโมจะอยู่กับนครราชสีมา ย่าโมเป็นประวัติศาสตร์ ถ้ามีนักวิจัยไปบอกว่าย่าโมไม่มีจริง คนเป็นหมื่นจะมารุมฆ่า เพราะเศรษฐกิจของเขาเกี่ยวกับย่าโม ไม่เชื่อไปดู ไม่ว่าชายของ ท่องเที่ยว เศรษฐกิจล้วนเกี่ยวกับประวัติศาสตร์”

## ภาพที่ 12

รูปภาพแสดงการสร้างเศรษฐกิจชุมชน ด้วยการสร้างพิพิธภัณฑ์และแหล่งโบราณคดี  
 ดังแนวคิดของ ศ. นพ. ประเวศ วะสี



### แนวคิดเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

การติดต่อสื่อสารของมนุษย์เรานั้นมีมาตั้งแต่เริ่มมีมนุษย์เกิดขึ้นในโลก ระยะเวลาเริ่มก็จะเป็น การสื่อสารกันเองในบริเวณใกล้เคียง แล้วเริ่มกระจายไปสู่การสื่อสารระหว่างชุมชน หมู่บ้าน อำเภอ จังหวัดจนถึงการสื่อสารระหว่างประเทศ การสื่อสารของบุคคลที่อยู่ในประเทศหรือท้องถิ่นเดียวกัน มี วัฒนธรรมประเพณีที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกันย่อมมีอุปสรรคหรือปัญหาในการสื่อสารน้อยกว่า การสื่อสารกับบุคคลที่อยู่ต่างประเทศหรือต่างท้องถิ่น ที่มีความแตกต่างด้านวัฒนธรรมและประเพณี

การสื่อสารกับคนที่มีวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะ เป็นในท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง หรือถึงระดับระหว่างประเทศจะมีคำเรียกขานที่แตกต่างกันไป เช่น การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม การสื่อสารต่างวัฒนธรรม หรือการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม เป็นต้น แต่โดยนัยสำคัญแล้วก็มี ความหมาย เดียวกัน คือ จะกล่าวถึงการสื่อสารของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีพื้นฐานวัฒนธรรมและประเพณีที่ แตกต่างกัน แต่จะต้องสร้างความเข้าใจที่ตรงกันให้เกิดได้ในการสื่อสารครั้งนั้น

ในลักษณะความคล้ายคลึงกันของผู้ส่งสารและผู้รับสารนั้น วัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญใน การกำหนดการรับรู้ หรือตีความหมาย และเป็นไปไม่ได้ที่มนุษย์ทุกคนจะมีวัฒนธรรมร่วมกันหมด แต่ก็ไม่มี วัฒนธรรมใดดำรงอยู่ได้อย่างโดดเดี่ยว ทุกวัฒนธรรมต่างมีการปะทะสังสรรค์กัน ซึ่งการปะทะสังสรรค์

ระหว่างวัฒนธรรมนี้อาจเป็นทั้งการพบกันแบบแทนที่ คือ วัฒนธรรมหนึ่งต้องดูกลืนอีกวัฒนธรรมหนึ่งให้สูญหายไป หรือเป็นการประสาน 2 วัฒนธรรมให้เข้ากัน (จิราพร บุตรสันต์, 2539.)

โดยทั่วไปมนุษย์จะมองโลกโดยผ่านกรอบประสบการณ์ การรับรู้ และวัฒนธรรม ความเหมือนกันทางวัฒนธรรมจะทำให้เกิดความเข้าใจทางความหมายร่วมกัน เช่น เข้าใจสถานการณ์ ภาษา และอวัจนภาษา ดังนั้นความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม จะทำให้พฤติกรรมการสื่อสารของผู้ที่อยู่ในแต่ละวัฒนธรรมต่างกันไปด้วย (Samover and Porter, 1995.)

ดังที่ เมตตา วิวัฒนานุกูล (2536.) ให้แนวคิดไว้ว่า พฤติกรรมการสื่อสารของบุคคล ถูกกำหนดโดยค่านิยมและวัฒนธรรม การสำรวจค่านิยมของประเทศหนึ่ง ๆ เพื่อให้สามารถเข้าใจ ทำนายและคาดเดาพฤติกรรมการสื่อสารของคนในประเทศนั้น ๆ จึงเป็นพื้นฐานที่สำคัญ

ในการศึกษาการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมมีสิ่งที่น่าสนใจในการศึกษาคือ การสร้างความรู้ความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารซึ่งมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะวัฒนธรรมด้านภาษาซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญของการสื่อความหมาย เพราะแต่ละประเทศหรือเชื้อชาติล้วนมีภาษาที่แตกต่างกัน แม้แต่ในประเทศไทยเองก็ยังมีภาษาถิ่นของตนเองที่แตกต่างกันไป เช่น ชาวจังหวัดนครราชสีมาหรือคนโคราช ก็มีภาษาโคราช เป็นภาษาพูดของท้องถิ่น คนภาคเหนือก็มีภาษาคำเมือง ที่เรียกกันว่า "อู้คำเมือง" หรือใหญ่ขึ้นไปในระดับนานาชาติ แม้แต่ในประเทศที่พูดและเขียนภาษาอังกฤษเหมือนกันอย่างประเทศอังกฤษและสหรัฐอเมริกา คำบางคำเขียนเหมือนกันก็ยังมีกรอออกเสียงแตกต่างกัน ความแตกต่างเหล่านี้ล้วนส่งผลให้การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยสื่อต่าง ๆ เข้ามาเป็นตัวเสริมสร้างความเข้าใจ อย่างเช่นคนไทย มีรอยยิ้มที่เป็นเอกลักษณ์แสดงถึงน้ำใจไมตรี จนเรียกว่า "ยิ้มสยาม" รอยยิ้มของคนไทยก็เป็นสื่ออย่างหนึ่งที่สร้างความเป็นมิตรให้เกิดขึ้นได้ระหว่างคนที่มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน โดยที่มีมิตรภาพอาจเกิดได้โดยที่คนสองคนยังไม่ได้สื่อสารกันด้วยภาษาด้วยซ้ำไป

อย่างไรก็ดี อรุณฯ เลิศจรรยาภักดิ์ (2531.) ได้ให้แนวคิดไว้ว่า "กระบวนการสื่อความหมาย จะสำเร็จลงได้ก็ด้วยการที่คนต่างสังคม ต่างวัฒนธรรม พยายามศึกษาและเข้าใจวัฒนธรรมของกันและกัน ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งในการสื่อความหมาย และการสื่อความหมายสามารถส่งผ่านได้ทางวัฒนธรรม"

การศึกษาความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมสามารถแบ่งได้เป็น 4 ระดับ ดังนี้

### 1. ระดับบุคคล (Individual Level)

การสื่อสารระดับบุคคล อาจจะเรียกอีกประการหนึ่งว่า เป็นการสื่อสารภายในตัวบุคคล (Intrapersonal Communication) ซึ่ง พัทธนี เชนเจอร์ยา และคณะ (2538.) ให้ความหมายไว้ว่า

“การสื่อสารสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล กล่าวอย่างง่าย ๆ คือ ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นภายในตัวเอง”

รวมแนวคิดเกี่ยวกับความเข้าใจการพัฒนาทางด้านภาษา บทบาทของตัวบุคคลในด้านการสื่อสารในตัวบุคคล ซึ่งขอบข่ายการสื่อสารระดับบุคคลสามารถเกิดขึ้นในสถานการณ์ของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่างกันตลอดเวลาและวัฒนธรรมจะเป็นส่วนสำคัญที่จะแสดงให้เห็นถึงระดับและกระบวนการสื่อสารระดับบุคคลว่าเป็นอย่างไร ตัวอย่างเช่น เมื่อบุคคลนั้นได้เผชิญหรืออยู่ท่ามกลางพวกที่มีวัฒนธรรมแตกต่างจากตัวเอง แม้พยายามปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์หรือวัฒนธรรมนั้น อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ของตัวบุคคลที่มีต่อความแตกต่างของวัฒนธรรม ก็ยังมีค่าน่าสนใจต่อการวิเคราะห์และศึกษา

### 2. ระดับระหว่างบุคคล (Interpersonal Level)

เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คนขึ้นไป หรือมากกว่านั้น ทั้งนี้รวมถึงการสื่อสารในระหว่างกลุ่มเล็ก ๆ น้อย ๆ เช่น เมื่อมีการสัมภาษณ์ การสนทนา การประชุมหารือ หรือกลุ่มที่ถกเถียงถึงปัญหาต่าง ๆ เป็นต้น จากตัวอย่างที่กล่าวมาในระดับการสื่อสารขั้นนี้ เราจะต้องให้ความสำคัญทางด้านความตั้งใจ ความเชื่อถือ การสนองตอบได้ ความไวเนื้อเชื่อใจ และความสัมพันธ์ระหว่างขั้นและฐานะ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลต่อการสื่อสารระดับนี้มาก

การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมนี้ เกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับเหตุการณ์ต่าง ๆ ในการสื่อสารระดับระหว่างบุคคล ตัวอย่างเช่น การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างนักเรียนต่างชาติกับครู นักทัศนากับวัฒนธรรมต่างชาติ หรือแม้กระทั่งกับสามีและภรรยาที่มีความแตกต่างด้านเชื้อชาติ เป็นต้น จากตัวอย่างเหล่านี้ เราจะเห็นความสำคัญของวัฒนธรรมที่แตกต่างกันว่ามีอิทธิพลต่อกระบวนการสื่อสารในระดับนี้ได้อย่างไร โดยที่วัฒนธรรมที่แตกต่างกันอาจจะมีผลกระทบต่อความไวเนื้อเชื่อใจ ความตั้งใจของการสื่อสารในระดับนี้มาก



### 3. ระดับองค์กร (Organization Level)

ในระดับนี้เป็นการสื่อสารที่ใหญ่และกว้างกว่าการสื่อสารแบบระหว่างบุคคล แต่จะเป็นการสื่อสารระดับองค์กรต่าง ๆ ซึ่งการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมเข้ามามีบทบาทหลายอย่าง เช่น องค์กรสหประชาชาติ องค์กรสังคมและประชากร องค์กรธุรกิจ ฯลฯ การสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับองค์กรเหล่านี้มีปัญหามากมายเกิดขึ้นเสมอ บ่อยครั้งที่เราจะพบว่าหลายต่อหลายคนได้ชี้ให้เห็นถึงความยากลำบากที่พวกเขาได้เผชิญจากการทำงานในองค์กรเหล่านั้น ตัวอย่างเช่น องค์กรธุรกิจระหว่างชาติของอเมริกา ซึ่งมีคนงานเป็นคนต่างชาติ คนอเมริกันที่ทำงานในองค์กรนี้มักจะมีปัญหา และพบกับความลำบากในการติดต่อกับชาวต่างชาติซึ่งอยู่ในและนอกองค์กรของเขาเหล่านั้น และยังชี้ถึงความต้องการที่จะให้มีการศึกษาถึงปัญหาที่องค์กรระหว่างชาติหลายแห่งต้องเผชิญ เมื่อมีการติดต่อกับคนต่างชาติที่มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันออกไป

### 4. ระดับกลุ่มชน (Mass Level)

การสื่อสารในระดับนี้เป็นการสื่อสารหรือติดต่อไปยังกลุ่มชนใหญ่ ๆ เกี่ยวข้องกับการใช้ระบบสื่อมวลชนอย่างกว้างขวาง ทั้งนี้หมายถึงการใช้เครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร เหล่านี้เป็นต้น ในปัจจุบันเราจะเห็นว่าแต่ละชาติแต่ละวัฒนธรรมได้หันมาใช้เครื่องมือสื่อสารเหล่านี้ติดต่อกับชาวต่างชาติมากมาย โดยที่พยายามใช้ในประเทศและใช้ในองค์กรสากลติดต่อกับคนต่างชาติต่างวัฒนธรรม ในประเทศสหรัฐอเมริกา ได้มีนักศึกษาทางด้านหนังสือพิมพ์และทางด้านสื่อสารมวลชน ได้ให้ความสนใจและศึกษาถึงปัญหาของนักหนังสือพิมพ์ ที่ต้องไปเผชิญกับวัฒนธรรมต่างชาติ ปัญหาในการหาข่าวรวบรวมข่าว ปัญหาในการตีความหรืออธิบายเหตุการณ์หรือข่าวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ก็มีปัญหาทางด้านการใช้เครื่องมือสื่อสารระหว่างชาติหรือสากลและทางด้านภาษา เป็นต้น (ดรูณี ชวชาติ , 2515 : อ่างใน จิราพร บุตรสันต์ , แหล่งเดิม.)

ปัญหาหลักของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม คือ ความแตกต่างของลักษณะการให้ความหมาย ตีความหมาย และพฤติกรรมสื่อสาร เพราะผู้ส่งสารและผู้รับสารมาจากวัฒนธรรมที่ต่างกันอย่างสิ้นเชิง การสร้างความเข้าใจร่วมกันของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมนั้น ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อกัน และจะต้องไม่มีความรู้สึกว่าเด่นกว่าหรือด้อยกว่าในการมีปฏิสัมพันธ์ โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีความแตกต่างทางด้านเชื้อชาติ ศาสนา ชนเผ่า เป็นต้น (Samover and Porter , 1995.)

## องค์ประกอบของวัฒนธรรม

จากการศึกษาการสื่อสารต่างวัฒนธรรม หรือระหว่างวัฒนธรรมในระดับต่าง ๆ มีงานวิจัยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปยังองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ ความเชื่อ ค่านิยม และบรรทัดฐาน ว่ามีผลต่อการรับรู้และมีผลต่อพฤติกรรมของคนในแต่ละวัฒนธรรมอย่างไร

**ความเชื่อ (Beliefs)** คือ ความคิดของคนที่เชื่อว่าสิ่งใดหรือเหตุการณ์ใดรอบตัวเป็นความจริง ความเชื่อมี 3 ระดับ คือ

1. **ความเชื่อส่วนกลาง (Central Belief)** เป็นความเชื่อที่เกิดจากการอบรมสั่งสอนและสั่งสมจากสังคม จากการศึกษา ครอบครัว ศาสนา เป็นเวลานานจนฝังแน่นเปลี่ยนแปลงได้ยาก
2. **ความเชื่อในกฎระเบียบ (Authority Belief)** เป็นความเชื่อที่เกิดจากการถ่ายทอดให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบของสังคม ซึ่งถ้าไม่ปฏิบัติตามจะได้รับการลงโทษทางกฎหมายหรือถูกสังคมประณาม
3. **ความเชื่อรอบนอก (Peripheral Belief)** เป็นความรู้สึกหรือรสนิยมต่อสิ่งต่าง ๆ รอบตัว

**ค่านิยม (Value)** คือ ความรู้สึกนึกคิดของคนในสังคมหนึ่ง ๆ ว่าสิ่งใดดีหรือเลว ถูกต้องหรือผิด ยุติธรรมหรือไม่ยุติธรรม รวมทั้งการประเมินค่าต่าง ๆ ว่าสวย สะอาด มีค่าเหมาะสม ฯลฯ หรือไม่

โดยทั่วไปในแต่ละวัฒนธรรม ค่านิยมจะมีความแตกต่างกัน 2 มิติ คือ ในแง่คุณค่าหรือการให้ความสำคัญ (Valence) และในแง่ความเข้มข้น (Intensity) อาทิเช่น ค่านิยมในเรื่องการเคารพผู้อาวุโสว่าอาจได้รับคุณค่าเป็นบวกและมีความเข้มข้นมากในสังคมไทย ขณะที่ในสหรัฐอเมริกาอาจได้รับคุณค่าเป็นลบ ในความเข้มข้นระดับปานกลาง เป็นต้น

**บรรทัดฐาน (Norms)** คือ การแสดงออกซึ่งความเชื่อ หรือค่านิยมหนึ่ง ๆ ในสังคม หรือการคาดหวังร่วมกันในสังคมว่าพฤติกรรมหนึ่งมีความเหมาะสมหรือไม่ เมื่อใดที่พฤติกรรมหนึ่ง ๆ ไม่เป็นไปตามบรรทัดฐานของสังคม แต่ขณะที่ค่านิยมและความเชื่อค่อนข้างจะมีการเปลี่ยนแปลงยาก หรือเปลี่ยนแปลงช้า บรรทัดฐานสามารถเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลาหนึ่ง ๆ ตัวอย่างของบรรทัดฐาน ได้แก่ การไหว้ การจับมือ การจูบ เป็นต้น

### ภาพที่ 13

การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ระหว่างชาวบ้านปราสาทกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ  
ด้วยกิจกรรมการเล่น



#### พฤติกรรมกรรมการสื่อสารของบุคคลจากต่างวัฒนธรรม

เมตตา วิวัฒน์านุกูล (2541) ได้อธิบายถึงแนวทางการศึกษาของ Miller และ Steinberg (1975) ที่นำมาผนวกกันเพื่อใช้ในการอธิบายพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของบุคคลจากต่างวัฒนธรรมและในการทำนายผลของการสื่อสาร โดย Miller และ Steinberg ชี้ว่า การเข้าใจว่าคน ๆ หนึ่ง ๆ จากวัฒนธรรมหนึ่ง ๆ มีการรับรู้ ทัศนคติ และแสดงออกอย่างไรนั้น เราต้องเข้าใจอิทธิพลที่สำคัญอย่างน้อย 4 อย่าง คือ

1. อิทธิพลทางวัฒนธรรม (Cultural Influence) คือ การมองวัฒนธรรมในวงกว้างในด้านค่านิยมและโลกทัศน์ (World View) เช่น ทางเลือกหรือคำตอบต่อคำถามพื้นฐาน 5 ประการ คือ
  - 1.1 อะไรคือลักษณะของธรรมชาติมนุษย์โดยกำเนิด
  - 1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติเป็นอย่างไร
  - 1.3 อะไรคือจุดศูนย์กลางของเวลาในชีวิต
  - 1.4 การกระทำของมนุษย์มีรูปแบบเป็นอย่างไร

### 1.5 ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับบุคคลอื่นเป็นอย่างไร

2. อิทธิพลทางวัฒนธรรมสังคม (Sociocultural Influence) เป็นการมองวัฒนธรรมในระดับแคบลงมา คือ การเข้าใจว่าคน ๆ นั้นเป็นคนกลุ่มไหนในสังคม เช่น เพศ อายุ อาชีพ ศาสนา ฯลฯ ซึ่งคนแต่ละกลุ่มสังคมจะมีวัฒนธรรมย่อย (Sub-culture) แตกต่างกัน โดยการมองรวมถึงบทบาทและความสัมพันธ์ทางสังคมที่ถูกกำหนดมา และความคาดหวังต่อพฤติกรรมการแสดงออกของคนกลุ่มนั้น ๆ ในสังคม

3. อิทธิพลทางวัฒนธรรมจิตวิทยา (Psychocultural Influence) คือ การเข้าใจในกระบวนการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการคิด ทักษะคิด การรับรู้ รวมถึงกระบวนการแยกประเภท/จัดกลุ่ม (Categorization) ภายในความคิดของบุคคลในแต่ละวัฒนธรรม

4. อิทธิพลทางสภาพแวดล้อม (Environmental Influence) คือ การศึกษาถึงผลของสภาพแวดล้อมที่มีต่อพฤติกรรม ไม่ว่าจะเป็นภูมิประเทศ ภูมิอากาศ สภาพห้อง สถานที่ ลักษณะ ขนาด และประเภทของค้กร ฯลฯ

Miller และ Steinberg เชื่อว่า ยิ่งเราเข้าใจระดับของข้อมูลเหล่านี้มากขึ้นเท่าใด การทำนายและคาดเดาการรับรู้และพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลต่างวัฒนธรรมก็จะมีความถูกต้องและแม่นยำขึ้น

การทำความเข้าใจในระดับของข้อมูลของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งมีความแตกต่างด้านวัฒนธรรม ชาวบ้านปราสาทรับรู้ข้อมูลส่วนหนึ่งมาจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในกรณีที่นักท่องเที่ยวติดต่อเข้าพักผ่านการท่องเที่ยวฯ รับรู้จากมัคคุเทศก์ ในกรณีที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมากับบริษัททัวร์ รวมถึงการรับรู้และเรียนรู้จากการสังเกตพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ดังคำบอกเล่าของอาจารย์คนึงนิตย์ จอมกลาง เกี่ยวกับการอาบน้ำของฝรั่งว่า

“แรก ๆ ที่จัดโฮมสเตย์ เมื่อชาวบ้านบอกให้ฝรั่งไปอาบน้ำ ฝรั่งก็จะลงไปอาบน้ำในโถงบ้าง บางบ้านทำเป็นแท็งค์น้ำสี่เหลี่ยมเอาไว้ ก็จะลงไปอาบน้ำในแท็งค์น้ำกันเลย ชาวบ้านก็ยังไม่รู้ว่าที่เมืองฝรั่งเขาอาบน้ำกันในอ่างอาบน้ำ เห็นอย่างนั้นก็ตกใจกันยกใหญ่ หลัง ๆ มา ชาวบ้านต้องทำทำให้ดูกันก่อนว่าคนไทยจะอาบน้ำโดยการใช้ขันตักน้ำออกมาราดที่ตัว” (สัมภาษณ์ : 26 มกราคม 2544.)

โดยฝรั่ง หรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอื่น ๆ ก็จะเรียนรู้ลักษณะและวิธีการอาบน้ำของคนไทย จากภาษาท่าทางที่ชาวบ้านที่เป็นเจ้าของบ้านพัก แสดงท่าทางการอาบน้ำให้ดู

งานวิจัยของนักวิจัยชาวต่างประเทศและชาวไทยที่ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมไว้อย่างน่าสนใจ ดังนี้

1. Better Kaman Lee และ Ling Chen (2000) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง สมรรถภาพของการสื่อสารทางวัฒนธรรมและการปรับทางจิตวิทยา กรณีศึกษา การปรับตัวทางการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมของเด็กชาวจีนที่อาศัยอยู่ในแคนาดา

Better Kaman Lee และ Ling Chen อธิบายไว้ว่า การอพยพย้ายถิ่นระหว่างประเทศได้เกิดขึ้นในกลุ่มต่าง ๆ ที่แต่ละคนมุ่งแสวงหาวัฒนธรรมใหม่ ๆ บ่อยครั้งที่ผู้เข้ามาอาศัยรู้สึกที่มีความกดดันที่จะเรียนรู้การคิดใหม่ ความรู้สึกใหม่ ๆ และพฤติกรรมที่ต้องแสดงออกให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสังคมนั้น ๆ และในทศวรรษที่ผ่านมาได้มีความตั้งใจที่จะสร้างความเข้าใจในการสื่อสาร โดยเฉพาะระบบการปรับตัวทางวัฒนธรรม ซึ่งมีความสำคัญมากเพราะมันจะให้ความรู้ด้าน “กลไกที่จำเป็นต่อการติดต่อ” ของประชาชนจากกลุ่มหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่ง

นักวิจัยทั้ง 2 ท่านนี้ ได้พบว่า ความสัมพันธ์อย่างตั้งใจของครอบครัวเด็กชาวจีนที่มีต่อชาวท้องถิ่นมีน้อยมาก เพื่อการลดช่องว่างนี้ ทั้งคู่จึงต้องการศึกษาถึง การปรับตัวทางวัฒนธรรมที่สวนทางระหว่างรุ่นแรกและรุ่นที่สอง ของเยาวชนชาวจีนในประเทศแคนาดา โดยศึกษาเกี่ยวกับ ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมและรูปแบบการติดต่อสื่อสารทางวัฒนธรรมท้องถิ่น กับ การปรับตัวทางจิตวิทยาของวัฒนธรรมเหล่านั้น และบทบาทของบิดามารดาในกระบวนการปรับตัวของเยาวชนเหล่านี้

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีข้อสรุปที่น่าสนใจว่า เด็ก ๆ ชาวจีนที่เข้ามาอยู่ที่แคนาดาจะมีปัญหาเรื่องความเครียดมากที่สุด โดยมีสาเหตุมาจาก

1. ปัญหาด้านภาษา
2. การแยกตัวออกจากเครือข่ายด้านสังคมดั้งเดิม
3. ความรู้สึกแตกต่างจากกลุ่มเพื่อนส่วนใหญ่ในประเทศใหม่
4. การปรับตัวใหม่ในการเปลี่ยนแปลงหน้าที่ของครอบครัว รวมทั้งบทบาทความขัดแย้ง
5. ความขัดแย้งระหว่างปทัสถานทางพฤติกรรมระหว่างวัฒนธรรมเก่าและวัฒนธรรมใหม่

งานวิจัยชิ้นนี้ ได้แสดงให้เห็นว่าความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมที่เป็นปัจจัยสำคัญของปัญหาทางการสื่อสาร โดยเฉพาะวัฒนธรรมด้านภาษา ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสื่อความหมาย เมื่อความแตกต่างทางด้านภาษาเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารและสื่อความหมาย เพื่อการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องที่ตรงตามความหมาย บางครั้งในกระบวนการสื่อสารจึงต้องมีการใช้สื่อชนิดอื่นมาประกอบด้วย อาทิ ภาษาท่าทาง รูปภาพ สิ่งของต่าง ๆ เป็นต้น

2. Chang (2000) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง "การโฆษณาทางการเมืองในไต้หวันและสหรัฐอเมริกา ศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อการรณรงค์เลือกตั้งประธานาธิบดีปี 1996 Chingching Chang ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสารเป็นกระจกทางวัฒนธรรม และเป็นผลกระทบของการเผชิญหน้าทางวัฒนธรรม โดยผ่านการโฆษณาหลายประเภทที่แตกต่างกัน

ในไต้หวัน การโฆษณาทางการเมืองในการเลือกตั้งได้รับอิทธิพลจากสหรัฐ อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมได้ระบุว่า ชาวสารที่ถูกนำเสนอมักจะผันแปรไปตามวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ไต้หวันเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่ม ในขณะที่สหรัฐเป็นวัฒนธรรมแบบแต่ละบุคคล คุณค่าของความเป็นแต่ละบุคคลในวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่มจะขึ้นอยู่กับให้ความสำคัญของการร่วมมือในการทำงานร่วมกัน ในทางกลับกันประชาชนที่มีความเชื่อในวัฒนธรรมแต่ละบุคคลจะมีการช่วยเหลือตนเองสูงกว่า จึงมีความแตกต่าง คือ ฝ่ายหนึ่งคาดหวังว่าผู้สมัครในไต้หวันจะมีความชอบมากกว่า ลักษณะของครอบครัวของเขาหรือประชาชนอื่น ๆ

เมตตา วิวัฒนานุกูล (2536) ได้ศึกษาเรื่อง "ลักษณะและปัญหาการสื่อสารต่างวัฒนธรรมในบรรษัทนานาชาติในประเทศไทย" ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า

ค่านิยมไทยที่ระบุตรงกันทั้งจากสายตาคูลากรไทยและต่างชาติ ได้แก่ การเน้นระบบอาวุโส การไม่แย่งงานออกจากความสัมพันธ์ และการเน้นลักษณะที่เป็นอยู่ (Being) มากกว่าการกระทำ (Doing) ขณะเดียวกัน พบค่านิยมไทยบางประการเปลี่ยนแปลงไปจากค่านิยมดั้งเดิม ได้แก่ การเน้นกลุ่มและหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง ทั้งนี้เกือบทุกฝ่ายตั้งข้อสังเกตว่า การเปลี่ยนแปลงนี้เห็นเด่นชัดในกลุ่มคนรุ่นใหม่ในหน่วยงานเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลใกล้เคียง นอกจากนี้ยังพบการตีความค่านิยมเดียวกัน ต่างกันระหว่างบุคลากรไทยและต่างชาติด้วย เป็นต้น

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่า ความแตกต่างทางวัฒนธรรมมีผลอย่างมากต่อความคิด ความรู้สึก หรือการตีความหมายต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แม้ว่างานวิจัยทั้ง 3 เรื่องนี้จะไม่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารต่างวัฒนธรรม

หรือข้ามวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวโดยตรง แต่ก็ได้ชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมว่าได้แทรกซึมไปในทุกสังคม เพราะความอยากรู้อยากเห็น การเดินทางของมนุษย์ และความทันสมัยของเทคโนโลยีต่าง ๆ ได้ทำให้วัฒนธรรมของสังคมหนึ่งได้แทรกซึมไปอยู่ในอีกสังคมหนึ่ง และคนจากอีกสังคมหนึ่งก็ได้เข้ามาอยู่ในสังคมใหม่เพื่อศึกษาและเรียนรู้ เพื่อหาคำตอบในสิ่งที่ยังเป็นคำถามซึ่งอยู่ในใจของพวกเขา

### แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การดำรงชีวิตประจำวันของคนเราที่ต้องเคร่งเครียดกับการงานและหน้าที่ต่าง ๆ ที่ต้องรับผิดชอบ ทำให้หลาย ๆ คนเกิดความเครียด และพยายามหาทางออกจากความเครียด ทางหนึ่งที่เรามักจะกระทำกันนอกจากการพักผ่อนด้วยการนอนแล้ว เมื่อถึงวันหยุดหรือเมื่อมีเวลาร่างหลาย ๆ คนก็มักจะใช้เวลากับการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ โดยเฉพาะสถานที่ที่แวดล้อมด้วยธรรมชาติ เพื่อให้ความสดชื่นและสีเขียวของธรรมชาติช่วยผ่อนคลายความเครียดที่มีอยู่ แต่บางคนก็มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวไปเพื่อศึกษาอารยธรรม ความแตกต่างด้านวัฒนธรรมของบ้านเมืองอื่น ๆ ซึ่งมีความแตกต่างกัน

ท่ามกลางความเจริญของการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและความปรารถนาที่จะเข้าไปชื่นชมและสัมผัสกับธรรมชาติ ส่งผลให้ประเทศของเรากำลังประสบกับปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น ปัจจุบันทะเลหลาย ๆ แห่งทางภาคใต้ของไทย ได้รับความนิยมอย่างมากจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อดำน้ำดูความงดงามของปะการังใต้ท้องทะเล นำรายได้มหาศาลเข้าประเทศ แต่สิ่งที่ตามมาจากการชื่นชมของนักท่องเที่ยว คือ ปะการังถูกทำลายจนสูญเสียดังงาม และเริ่มที่จะสูญพันธุ์ ส่งผลให้ปัจจุบันทิศทางของการท่องเที่ยวจึงต้องเปลี่ยนรูปแบบไป เพื่อให้การเข้าไปสัมผัสกับธรรมชาติของนักท่องเที่ยวเป็นไปเพื่อการอนุรักษ์ให้มากที่สุด รูปแบบของการท่องเที่ยวเช่นนี้รู้จักกันในนาม "Ecotourism หรือ Green Tourism" หรือที่เรียกเป็นภาษาไทยว่า "การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นแนวความคิดที่เกิดขึ้น โดยมีสาเหตุมาจากแนวโน้ม 2 ประการมาบรรจบกัน คือ แนวโน้มเกี่ยวกับการอนุรักษ์ และแนวโน้มเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงเรื่องอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งสามารถสรุปเป็นสาระสำคัญได้ดังนี้ (ยุวดี นีรัตน์ตระกูล, 2538.)

## แนวโน้มเรื่องการอนุรักษ์

การที่ประชากรเพิ่มขึ้นและภาวะทางเศรษฐกิจถดถอยในหลายประเทศ กิจกรรมการพัฒนาต่าง ๆ อย่างเช่น การตัดไม้ทำลายป่า การทำเหมืองแร่และการเกษตร เกิดขึ้นภายในและบริเวณทั่วไป ซึ่งส่วนใหญ่ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อระบบนิเวศ จนทำให้ธรรมชาติและทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรม และผลที่ตามมาก็คือ ความไม่ยั่งยืนของการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลายจึงได้พยายามผสมผสานเรื่องของการอนุรักษ์เข้ากับการพัฒนาทางเศรษฐกิจ โดยการใช้ประโยชน์พื้นที่อนุรักษ์ที่จัดตั้งขึ้นก่อนหน้าแล้ว และที่กำลังประกาศจัดตั้งขึ้นให้เป็นแหล่งพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมควบคู่ไปกับการสงวนรักษาระบบนิเวศตามธรรมชาติ ทั้งนี้ โดยการส่งเสริมเรื่องของการท่องเที่ยวในบริเวณพื้นที่อนุรักษ์ อย่างเช่น อุทยานแห่งชาติ ด้วยความเชื่อว่าการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์ธรรมชาติและทรัพยากรธรรมชาติเป็นทางเลือกอย่างหนึ่งที่เปิดโอกาสให้มีการจ้างงานและสร้างรายได้จำนวนมาก ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ ซึ่งเท่ากับเป็นการสร้างแรงจูงใจทางเศรษฐกิจให้แก่ราษฎรในชนบท เพื่อจะได้ตระหนักถึงความสำคัญและหันมาช่วยกันสนับสนุนการสงวนรักษาพื้นที่อนุรักษ์ธรรมชาติ การท่องเที่ยวมีการวางแผนที่ดีมีศักยภาพใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนการอนุรักษ์อุทยานแห่งชาติและพื้นที่อนุรักษ์ประเภทอื่น ๆ ได้เป็นอย่างดี

## แนวโน้มเรื่องการท่องเที่ยว

แนวโน้มเรื่องนี้ปรากฏค่อนข้างแจ่มชัดในระยะ 7-8 ปีที่ผ่านมา มนุษย์ได้เปลี่ยนแปลงวิธีการใช้เวลาว่างในการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีแนวโน้มว่าต้องการการท่องเที่ยวแบบผจญภัย เข้าไปมีส่วนร่วมและสัมผัสกับธรรมชาติอย่างแท้จริง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังอยากที่จะศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับสถานที่ที่ไปเยือน ตั้งแต่เรื่องระบบนิเวศไปจนถึงชนิดพันธุ์พืชและ หรือสัตว์ที่กำลังหายากหรือกำลังจะสูญพันธุ์ และประเด็นปัญหาด้านการอนุรักษ์ เช่น การสูญเสียทรัพยากรป่าไม้ การลักลอบล่าสัตว์ป่า ดังจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นตามลำดับในอุทยานแห่งชาติและพื้นที่อนุรักษ์ประเภทอื่น ๆ ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้สาเหตุสำคัญมาจากการตื่นตัวและให้ความสนใจเกี่ยวกับคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นปัญหาเกิดขึ้นในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก



จากแนวโน้มสองประการดังกล่าวข้างต้นมาบรรจบกันส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศขึ้น ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จึงมีความหมายมากกว่า การท่องเที่ยวแบบธรรมดา แต่จะหมายความว่าไปถึงการท่องเที่ยวที่จะต้องมีการอนุรักษ์ควบคู่ไปด้วย ไม่ว่าจะเป็นในแง่ของการอนุรักษ์ธรรมชาติ หรือวัฒนธรรม

### นิยามและความหมาย

การท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ หรืออาจเรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” มาจากคำภาษาอังกฤษว่า “Ecotourism” ซึ่งเป็นคำผสมระหว่างคำว่า Ecology หรือนิเวศวิทยากับคำว่า Tourism หรือการท่องเที่ยว (อ้างถึง ยูวดี นิรัตน์ตระกูล)

นิยามและความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้น ก็ได้มีการกำหนดขึ้นจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลต่าง ๆ มากมาย ซึ่งยูวดี นิรัตน์ตระกูล (แหล่งเดิม.) ได้ยกตัวอย่างนิยามและความหมายจากบุคคลต่าง ๆ ไว้ดังนี้

Hector Ceballos – Lascurain (1998 : อ้างใน ยูวดี นิรัตน์ตระกูล, แหล่งเดิม.) แห่งสหภาพสากลว่าด้วยการอนุรักษ์ (International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources-IUCN) ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นบุคคลแรกที่กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่าเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติเหล่านั้น

Lizabeth Boo (1990 : อ้างใน ยูวดี นิรัตน์ตระกูล, แหล่งเดิม.) ซึ่งเป็นผู้คลุกคลีกับงานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในลาตินอเมริกาและหมู่เกาะแคริบเบียน พร้อมกับเขียนรายงานเรื่อง “Ecotourism : The Potential and Pitfalls” ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า

การท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีรายได้สำหรับการดูแลรักษาพื้นที่ การสร้างงานให้ชุมชนหรือท้องถิ่น และการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม

The Ecotourism Society ซึ่งเป็นองค์กรภาคเอกชนที่มีบทบาทโดยตรงเกี่ยวกับการศึกษาวางแผน และเผยแพร่ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในช่วงแรกว่า

การเดินทางไปเยือนแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ธรรมชาติ ด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือทำลายคุณค่าของระบบนิเวศและในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเกิดประโยชน์ต่อประชาชนท้องถิ่น

ต่อมาคำนิยามของ The Ecotourism Society ก็ได้รับการปรับปรุงโดย Western (1993 : อ้างใน ยูวดี นิรัตน์ตระกูล, แหล่งเดิม.) ให้สั้นและกระชับรัด แต่มีความหมายสมบูรณ์มากขึ้นว่า

“เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติซึ่งมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนท้องถิ่นดีขึ้น”

จากนิยามข้างต้น จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้ความหมายที่เป็นสาระสำคัญ พอสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวที่จะส่งเสริมและพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ควรเป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม และอาจรวมไปถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดีและวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้นด้วย
2. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นการท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อม ธรรมชาติและระบบนิเวศ โดยเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายหรือทำให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม
3. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส หรือมีประสบการณ์กับสภาพแวดล้อมธรรมชาติโดยตรง และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมธรรมชาติ ซึ่งนอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้ว ยังจะเป็นการเสริมสร้างจรรยาบรรณด้านสิ่งแวดล้อมเชิงบวกด้วย
4. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์กลับคืนสู่ธรรมชาติและ การอนุรักษ์ธรรมชาติ ในขณะเดียวกันจะเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม
5. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะมุ่งเน้นที่คุณค่าธรรมชาติหรือลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวไม่ใช่เน้นที่การเสริมแต่งหรือการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

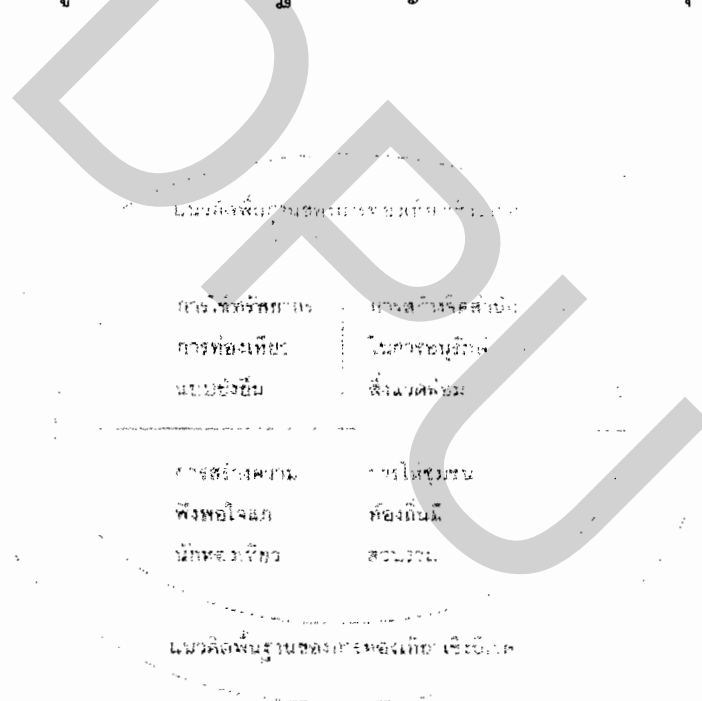
## แนวคิดพื้นฐานที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) เสนอแนวคิดพื้นฐานที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ไว้ 4 ประการดังนี้

- การใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
- การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- การสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว
- การให้ชุมชนมีส่วนร่วม

### ภาพที่ 14

แผนภูมิแสดงแนวคิดพื้นฐานที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์



สาระสำคัญขององค์ประกอบทั้ง 4 มีดังนี้

- การใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีจุดมุ่งหมายให้มีการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะต้องระมัดระวังเป็นพิเศษต้องไม่สร้างผลกระทบต่อด้านลบให้แก่สิ่งแวดล้อมในทรัพยากรการท่องเที่ยวนั้น เนื่องจากธรรมชาติสิ่งแวดล้อมดั้งเดิมเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แสวงหาในการเดินทางมาท่องเที่ยว จึงต้องอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวให้ยั่งยืน เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจ

- การสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว จึงต้องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่ให้เกิดผลกระทบทางลบจากการใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยว จนเกิดสภาพเสื่อมโทรมหรือถูกกระทบให้ด้อยค่าลง ดังนั้นการให้ความรู้ความเข้าใจและการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้แก่นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน ตลอดจนบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น ชุมชนท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ เป็นต้น

ยุวดี นีรัตน์ตระกูล (แหล่งเดิม.) เสนอวิธีการสร้างจิตสำนึกสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่าจะเน้นวิธีการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ (Interpretation Programs) เช่น การจัดให้มีศูนย์สื่อความหมายธรรมชาติ (Interpretive Center) ในแหล่งท่องเที่ยว จัดให้มีเอกสารสิ่งพิมพ์ที่จำเป็นต่อการศึกษารเรียนรู้ จัดให้มีนิทรรศการ/แผ่นป้ายบรรยายตามบริเวณหรือจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ จัดให้มีเส้นทางเดินเท้าหรือทางเดินป่า ให้ประสบการณ์ในการเรียนรู้ธรรมชาติหลากหลายแก่ผู้มาเยี่ยมชมเยือน รวมไปถึงการฝึกอบรมมัคคุเทศก์และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถชี้แนะและอธิบายเกี่ยวกับธรรมชาติและนิเวศวิทยาของสิ่งต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวพบเห็น

- การสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว องค์ประกอบนี้มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบแรกโดยตรง กล่าวคือ นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) มักเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความปรารถนาหรือสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติในลักษณะต่าง ๆ และสภาพภูมิทัศน์ตามธรรมชาติ ตลอดจนแหล่งธรรมชาติที่ยากลำบากต่อการเดินทางและทำทนาย และมักจะไม่สนใจความสะดวกสบาย ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จึงต้องพิจารณาถึงการจัดการให้มีการสื่อความหมายธรรมชาติเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติในแง่มุมต่าง ๆ ทั้งในระดับกว้างและระดับลึกซึ้ง ซึ่งเท่ากับเป็นการเพิ่มพูนประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว และได้รับความพึงพอใจกลับไป

- การให้ชุมชนมีส่วนร่วม ชุมชนท้องถิ่นที่ตั้งอยู่รอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยวควรได้รับการพิจารณาเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อช่วยให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม อันจะก่อให้เกิดการกระจายรายได้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่น อีกทั้งจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว เช่น การลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวขนาดเล็ก การเป็นมัคคุเทศก์ การนำสินค้าที่เป็นศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านมาขายแก่นักท่องเที่ยว และการจ้างงานในส่วนบริการอื่น ๆ เป็นต้น

### วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ยิวดี นิรัตน์ตระกูล (แหล่งเดิม) นำเสนอไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีความแตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบเดิม (Coventional-Tourism) กล่าวคือ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะมีขอบข่ายในการพิจารณาที่ลึกซึ้งและให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์เป็นด้านหลัก ดังนั้น จึงสามารถระบุวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้ 4 ประการ คือ

1. เพื่อพัฒนาจิตสำนึก (Awareness) และความเข้าใจ (Understanding) ของนักท่องเที่ยว
2. ในการทำคุณประโยชน์แก่สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ
3. เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ที่มีคุณค่าสูงให้แก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยว
4. เพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตของชุมชนที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่
5. เพื่อดูแลรักษาและคงไว้ซึ่งคุณภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

### ลักษณะที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ศรีพร สมบุญธรรม (2536.) ได้เสนอรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือ Ecotourism ไว้ดังนี้

1. เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีจุดสนใจหลักอยู่ที่สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและ/หรือวัฒนธรรมที่ยังคงความดั้งเดิมและบริสุทธิ์ ห่างไกลจากความเจริญแบบสังคมเมือง
2. เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ และสัตว์ป่า

3. เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวให้มีความสมดุลย์กับความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่

4. เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มุ่งให้คนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ และได้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจให้มากที่สุด

### ข้อดีและข้อเสียในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ศรัทธา สมบุญธรรม (แหล่งเดิม) ได้เสนอแนะไว้ดังนี้

#### ข้อดี

1. เป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการประสานผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและการอนุรักษ์ธรรมชาติ
2. เป็นรูปแบบของท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
3. การเพิ่มรายได้ และสร้างงานให้กับคนในท้องถิ่น
4. เป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพให้เดินทางเข้าประเทศมากขึ้น
5. เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับประเทศในการเป็นจุดหมายปลายทางที่มีความงดงาม และอุดมสมบูรณ์ทั้งสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม

#### ข้อเสีย

หากขาดการวางแผนที่รอบคอบและระบบการควบคุมตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพจะก่อให้เกิดผลเสียต่อสภาพแวดล้อม และระบบนิเวศวิทยาได้

### ภาพที่ 15

รูปภาพแสดง การต้อนรับแบบไทย ๆ ด้วยพวงมาลัย  
หนึ่งในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่บ้านปราสาท



### สรุป

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ควรจะได้รับ การส่งเสริมอย่างจริงจัง เนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการศึกษาเชิงธรรมชาติจากการมีส่วนร่วม การได้เข้าไปสัมผัสกับวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของชุมชนและธรรมชาติ และสร้างจิตสำนึกให้นักท่องเที่ยวในอันที่จะช่วยกันรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม โบราณสถาน โบราณวัตถุของท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไป และที่สำคัญยังส่งเสริมให้บุคคลในท้องถิ่นเห็นความสำคัญของสิ่งแวดล้อม โบราณสถาน โบราณวัตถุในท้องถิ่นของตน สร้างงานสร้างรายได้ให้กับชาวบ้าน จนเกิดความร่วมมือในกระแสรักษาอนุรักษ์และการพัฒนาทางเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามรัฐก็ต้องมีบทบาทในการส่งเสริมและให้ความรู้ทั้งกับบุคคลในท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ถูกต้อง และการให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวชื่นชมธรรมชาติในแบบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ดังที่ชาวบ้านปราสาทได้จัดรูปแบบการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ หรือที่พักทางวัฒนธรรม โดยร่วมกันจัดตั้งเป็นชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์(ที่พักทางวัฒนธรรม) ด้วยการส่งเสริมของการ

ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ก็นับเป็นแนวทางหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง เกิดความร่วมมือของประชาชนในหมู่บ้าน สร้างงานสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านและให้นักท่องเที่ยวได้พักอาศัย สัมผัสกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น เป็นรูปแบบหนึ่งของการจัดการท่องเที่ยวตามแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่นำเสนอมาในข้างต้น

### ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์

เมื่อกล่าวถึงเรื่องของสัญลักษณ์ เราก็มักจะนึกถึงสิ่งต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นมาใช้เพื่อแทนสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น เมื่อพูดถึงต้มยำกุ้ง ชาวต่างชาติก็จะนึกถึงประเทศไทยและอาหารไทย นั่นแสดงว่าต้มยำกุ้งเป็นสัญลักษณ์แทนอาหารไทยว่า อาหารไทยโดยส่วนใหญ่จะต้องเป็นอาหารที่มีรสชาติจัดจ้าน เผ็ดเปรี้ยว เหมือนกับต้มยำกุ้ง หรือเมื่อพูดถึงคนไทย ชาวต่างชาติก็จะนึกถึงรอยยิ้มของคนไทยที่เรียกกันว่า “สยามเมืองยิ้ม” เป็นต้น

ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interaction) เริ่มก่อตั้งในช่วงทศวรรษ 1920 โดยมี H. Blumler เป็นผู้ให้ชื่อทฤษฎี โดยมีความสนใจตอบคำถามว่า “คนเราเรียนรู้และใช้วัฒนธรรมได้อย่างไร” แต่ทว่าในการตอบคำถามนั้น นักทฤษฎีกลุ่มนี้ได้ปฏิเสธคำอธิบายเรื่องการจับคู่วางเงื่อนไขแบบง่าย ๆ ของทฤษฎีจิตวิทยาแบบ S-R Conditioning โดยเสนอว่าในระหว่าง สิ่งเร้า (Stimulus) และการตอบสนอง (Response) นั้น สำหรับมนุษย์แล้ว มีกระบวนการทางจิต (Mental Process) เป็นตัวกลางอยู่ระหว่างนั้น (พูดง่าย ๆ ก็คือ ก่อนจะลงมือทำอะไรนั้น มนุษย์ได้คิด ได้รู้สึก ได้ให้ความหมาย ได้ตีความ ฯลฯ เสียก่อน) และนอกจากจะศึกษาตัวผู้เรียนรู้แล้ว บรรยากาศในการเรียนรู้ (Social Environment) ก็เป็นส่วนสำคัญที่มีผลต่อการแสดงปฏิกิริยาตอบสนอง ตัวอย่างง่าย ๆ ก็เช่น การแสดงอาการไอบนเตียง กลางถนน ในร้านอาหาร หน้าจอ โทรศัพท์ของคน ๆ เดียวกัน ย่อมแตกต่างกันอย่างแน่นอน ดังนั้นการวิจัยที่กลุ่ม S-R Conditioning กระทำในห้องทดลองนั้น จะนำออกมาอธิบายความถึงบรรยากาศนอกห้องทดลองได้มากนักน้อยเพียงใด (กาญจนา แก้วเทพ : 2541.)

กาญจนา แก้วเทพ (แหล่งเดิม.) ได้อธิบายรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ไว้ดังนี้



1. นักคิดคนสำคัญของทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ คือ "George Herbert Mead" ได้เริ่มต้นวิจารณ์นักจิตวิทยาทดลองว่า อย่ามัวไปเสียเวลาศึกษาหนูในห้องทดลองอยู่เลย แต่น่าจะหันมาศึกษาคนในสภาพการณ์จริง ๆ เลยจะดีกว่า โดยเฉพาะที่ที่เขาสนใจคือ กิจกรรมการเล่นของคน คนเราเข้าใจหลักการเล่นกีฬาได้อย่างแท้จริง มิใช่ผ่านการอ่านหนังสืออย่างเดียว แต่ด้วยประสบการณ์ในสนาม ในระหว่างการเล่นฟุตบอล นักกีฬาแต่ละคนต้องกระทำ 2 อย่างไปพร้อม ๆ กัน คือ ต้องสอนคนอื่นว่า ต้องเล่นตามบทบาทในเกมอย่างไร พร้อมกับต้องสอนและจัดระบบกิจกรรมของตนเองให้เป็นไปตามบทบาทที่เราได้มอบหมาย (ในบางครั้งเราจึงเห็นนักฟุตบอลบางคนจะชี้ตำแหน่งยืนหรือตะโกนบอกเพื่อนคนอื่น ๆ ว่าต้องทำอย่างไร) ด้วยการลงสนามจริงเท่านั้นที่นักกีฬาแต่ละคนจะเรียนรู้ "บทบาททางสังคม" (Social Roles) ว่าการเป็นกองหน้า กองหลัง กองกลาง ปีกขวา-ซ้าย ผู้รักษาประตู จะต้องทำกิจกรรมอะไร และต้องประสานสัมพันธ์กับคนอื่นอย่างไร ซึ่งคนเราเรียนรู้ได้ด้วย 3 กลยุทธ์ด้วย ทำการสังเกต (เวลาไปนั่งดู) ด้วยการเลียนแบบ และด้วยการมีปฏิสัมพันธ์จริง ๆ ภาพของการเล่นฟุตบอลเป็นที่นั่นก็คือ แบบจำลองของบรรดาปฏิสัมพันธ์ต่าง ๆ ในสังคมนั่นเอง

2. G.H.Mead ไม่เคยเชื่อว่าการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันในสังคมนั้น จะมีเป้าหมายเพื่อการครอบงำหรือมีอิทธิพลเหนือคนอื่น (Manipulate/ Dominate) เช่น คำถามเดิม ๆ ของกลุ่ม Impact Theory หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งว่าคนเราไม่ได้ยอมอยู่ในสังคมเพราะสังคมได้ข่มขู่ครอบงำเรา Mead กลับสนใจว่าตัวคนเองมีส่วนในการสร้างสรรค์และธำรงรักษาหน่วย/องค์กรสังคมได้อย่างไร หากกล่าวอุปมาอุปมัยก็คือ คนเรานั้นเปรียบเสมือนตัวตักแต่ที่ไม่ได้มีใครเอาตาข่ายมาครอบคลุมตัวเรา แต่ตัวเราเองเป็นคนถักร้อยตาข่ายทางสังคมห่อหุ้มตัวเองต่างหาก การถักร้อยตาข่ายทางสังคมนี้อาจเกิดขึ้นในระหว่างที่เรามีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับคนอื่น ๆ ในสังคมนั่นเอง ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นก็คือ เราจะค่อย ๆ ซึมซับ (Internalize) กฎระเบียบของสังคมเข้าไปในตัวเราเอง และเราสามารถที่จะใช้ปฏิสัมพันธ์เหล่านี้อย่างอัตโนมัติ เช่น คนไทยเราไม่เคยต้องถามหรือหาคำอธิบายว่า ทำไมเราจึงไม่เรียกชื่อแม่เราเฉย ๆ แบบที่เราเรียกชื่อเพื่อน ทำไมต้องใส่เสื้อไปโรงเรียนหรือทำไมต้องไปโรงเรียน เพราะของเหล่านี้เป็นเรื่องสามัญสำนึก ใคร ๆ เขาก็ทำกัน เป็นเรื่องดีอยู่แล้วที่จะทำ ก็มีเหตุผลแล้วที่จะทำอย่างนั้น ฯลฯ นี่เป็นข้อยืนยันว่า พวกเราได้ซึมซับกฎระเบียบของสังคมเข้าไปในใจเต็มที่แล้ว และมันจะทำหน้าที่เป็นปุ่มควบคุมการกระทำของเราในสังคม เมื่อเราแสดงบทบาทต่าง ๆ ในการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ

3. ในการอธิบายกระบวนการอบรมบ่มเพาะมนุษย์ (Socialization) Mead ได้ประยุกต์เอาแนวคิดเรื่อง S-R Conditioning ที่ทดลองจากสัตว์มาอธิบายอย่างไรก็ตาม เขาก็ได้ตั้งคำถามว่า มีอะไร

บ้างที่มนุษย์เราทำเกินกว่าสัตว์ หรือสัตว์ไม่อาจจะทำได้ ในกระบวนการเรียนรู้แบบวางเงื่อนไข สิ่งที่มีมนุษย์ทำได้มากกว่าสัตว์คือ การรับรู้สิ่งเร้าในลักษณะของสัญลักษณ์ (Symbol) การมองเห็น “แหวนวงหนึ่ง” จึงมิได้มีความหมายว่าเป็นเพียง “โลหะชิ้นหนึ่ง” เท่านั้นหากแต่เป็น “เครื่องหมายแทนใจ” และการอ่านความหมายนี้ต้องขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อมทางสังคมแต่ละแห่ง เช่น ในชนเผ่าบางเผ่า “หมูอาจจะทำหน้าที่เป็นเครื่องหมายแทนใจ” (ใช้หมูเป็นของหมั้นหมาย) ด้วยความหมายในการใช้สัญลักษณ์ทำให้มนุษย์ปลดปล่อยการเรียนรู้แบบวางเงื่อนไขให้เป็นอิสระจากกาลเทศะ เช่น นำเอาสัญลักษณ์ข้ามน้ำข้ามทะเลไป (เห็นธงชาติไทยที่ไหนก็เหมือนยกประเทศไทยมาไว้ที่นั่น) หรือทำให้หวนคิดย้อนกลับไปในอดีต (เช่น เวลาเอารูปเก่า ๆ มาดู) หรือมองไกลไปในอนาคต (เช่น มองดูชุดครุยปริญญาตั้งแต่เข้ามาเรียนอยู่ปีแรกในมหาวิทยาลัย)

4. M. Solomon (1983) ได้สรุปงานของ Mead ในส่วนที่จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับงานวิจัยด้านสื่อมวลชนเอาไว้ดังนี้

- สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมนั้นจะถูกเรียนรู้ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ (ดังตัวอย่างการเล่นฟุตบอลที่กล่าวมาแล้ว) และสัญลักษณ์นี้จะมาทำหน้าที่เป็นตัวสื่อกลาง (Mediated) ในการกระทำทางสังคมของเรา

- คนที่อยู่ร่วมวัฒนธรรมเดียวกัน จะมี “ระบบการตีความหมายของสังคมร่วมกัน” (แม้ว่าจะไม่เหมือนกันทั้งหมดทีเดียว) ด้วยเหตุนี้เราจึงสามารถทำนายพฤติกรรมของคนที่อยู่ในวัฒนธรรมเดียวกันได้ (เวลาคนไทยเรายืมให้คนไทยด้วยกัน แม้จะไม่รู้จักกัน เราก็สามารถจะทายได้ว่าอีกฝ่ายจะยืมตอบมา แต่ถ้าคนไทยยืมกับคนฝรั่งเศสที่ไม่รู้จักกัน เราไม่อาจจะทายได้ว่า อีกฝ่ายจะมีปฏิกิริยาอะไรตอบกลับมา)

- การให้นิยามว่า “ตัวตนของเรา” เป็นอย่างไรนั้นเกิดมาจากการกำหนดของแต่ละสังคม (เด็กที่อ่อนน้อมจะถูกกำหนดว่าเป็นคนดีในสังคมไทยแต่เป็นเด็กซี้ซลาดในสังคมอเมริกัน) และ “ตัวตน” ของเรานั้นก็เกิดมาจากการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมจะทำหน้าที่เป็นกระจกที่ส่องให้เห็น “เราเป็นคนอย่างไร”

- ในแต่ละสังคมจะมีเอกลักษณ์ของตน เช่น สังคมไทยเป็นแบบสบาย ๆ สังคมญี่ปุ่นสนใจมารยาททางสังคมที่เข้มงวด สังคมอเมริกันสนใจความตรงไปตรงมา และเมื่อคนแต่ละคนยอมรับเอกลักษณ์ดังกล่าว เขาจะดำเนินการกระทำทางสังคมไปตามทิศทางของเอกลักษณ์นั้น

5. จากหลักการของทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์นั้น การสื่อสารได้เข้าไปมีบทบาทเกี่ยวข้องกับอย่างไรบ้าง ในขั้นแรก คำนิยามของการสื่อสารเองก็โยงใยอยู่กับปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์อยู่แล้ว เพราะพฤติกรรมของการสื่อสารนั้นก็เป็นการกระทำเชิงสัญลักษณ์ (การยกคิ้ว ยกไหล่ แสยะยิ้ม) ที่ต้องใช้ระบบความหมายร่วมระหว่างคนที่เกี่ยวข้อง (การยกไหล่อาจจะเป็นเรื่องธรรมชาติของคนอเมริกัน แต่เป็นกิริยาที่ไม่สุภาพสำหรับคนไทย) การสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ในแง่มุมดังนี้

- คนเราตีความและรับรู้โลกแวดล้อมโดยอาศัยการสื่อสาร กล่าวคือ การที่คนเราจะรู้จักส่วนเสี้ยวใดของโลกแบบไหนก็ขึ้นอยู่กับที่เราสื่อสาร (ได้ข้อมูล) เกี่ยวกับโลกส่วนเสี้ยวนั้นอย่างไร *Faules & Alexander* (อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, แหล่งเดิม.) พูดถึงหน้าที่ดังกล่าวของการสื่อสารเอาไว้ว่า การสื่อสารช่วยลดความไม่แน่นอนของโลกให้น้อยลง โดยไม่ต้องออกไปมีประสบการณ์ตรง เช่น เราเชื่อว่าวันนี้ยังมีรถประจำทางแล่นอยู่จากรายงานการจราจรทางวิทยุ โดยยังไม่ต้องออกไปพบด้วยตนเอง

- การใช้การสื่อสารของเราในสถานการณ์ต่าง ๆ กันจะออกมาเป็นแบบไหนนั้นก็ขึ้นอยู่กับความเข้าใจต่อ 3 สิ่งที่ Mead ได้กล่าวเอาไว้ คือ จิต ตัวตน และสังคม ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดความคาดหวังของเรา (เช่น หญิงสาวที่มีความมั่นใจในตนเอง และคิดว่าตัวเองมีรูปร่างที่งดงามและสถานที่นั้นก็คือ สระว่ายน้ำ ในกรณีนี้เธอก็จะสวมใส่ชุดว่ายน้ำเพื่อแสดงการสื่อสารกับคนอื่น ๆ ได้ และคาดหวังได้ว่าปฏิกริยาของคนอื่นจะเป็นอย่างไร

- การสื่อสารประกอบด้วยปฏิสัมพันธ์ที่ซับซ้อนหลายแบบ เช่น การทำกิจกรรม (Action) การขึ้นต่อกันและกัน (Interdependence) เช่น เขียนจดหมายโดยสอดซองติดแสตมป์ไปให้ด้วยเพื่อบังคับให้มีการตอบกลับอย่างอ้อม ๆ การมีอิทธิพลต่อกันและกัน (เช่น การทะเลาะกันของคนรักกันที่คำพูดของแต่ละฝ่ายจะมีเหตุผลต่ออีกฝ่ายหนึ่ง) การมีความหมาย ความสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสาร รวมทั้งบริบทหรือสถานการณ์ที่กำลังเกิดการสื่อสาร

การศึกษาเรื่องการศึกษาสื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พัทลุง วัฒนธรรม กรณีของบ้านปราสาทในครั้งนี้จึงมีความสัมพันธ์กับการศึกษาตามทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ ในแง่ของสื่อพื้นบ้านที่ชาวบ้านใช้เพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเพราะสื่อพื้นบ้านถือเป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งที่มีนัยยะสำคัญ และความหมายที่แตกต่างกันไปตามประเภทและชนิดที่ชาวบ้านใช้อย่างไรก็ตามสื่อเหล่านั้นต้องมีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อและวิถีชีวิตของท้องถิ่น เช่น อาหารที่ชาวบ้านทำให้นักท่องเที่ยวรับประทาน ก็จะเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงให้นักท่องเที่ยวเห็น

วัฒนธรรมด้านอาหารการกินของท้องถิ่น หรือการต้อนรับด้วยการบายศรีสู่ขวัญก็เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงออกถึงความเอ็นดู เอื้ออาทร ปกป้องให้พ้นจากอันตรายต่าง ๆ และเต็มใจที่จะรับนักท่องเที่ยวเข้ามาพักด้วย เป็นต้น

### ภาพที่ 16

รูปภาพแสดงมนุษย์โบราณถือปลา ที่หน้าพิพิธภัณฑ์บ้านปราสาท  
สัญลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงการดำรงชีวิตของมนุษย์ในอดีตตามที่หลุดพบที่หลุมโครงกระดูก



### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นอกจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่ได้กล่าวถึงในตอนต้นแล้ว ยังมีงานวิจัยอื่น ๆ ที่น่าสนใจและน่าจะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้ดังนี้

กรุณา เศษาดิวงค์ ณ อยุธยา (2539) ได้ศึกษา "ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การสื่อสาร ความทันสมัย และความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่กับทัศนคติที่มีต่อการพัฒนาเป็นหมู่บ้าน

ท่องเที่ยวตัวอย่างของชาวบ้านปราสาท ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา” การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการพัฒนาเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวตัวอย่าง โดยศึกษาตัวแปรต่างๆ ได้แก่ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรม การสื่อสาร ความทันสมัยในระดับบุคคลและความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยว ฯ จากประชากรบ้านปราสาทจำนวน 208 คน ผลการวิจัยพบว่า

1. เพศ อายุ อาชีพ และการศึกษา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการพัฒนาเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวตัวอย่าง
2. รายได้และการมีตำแหน่งในหมู่บ้าน ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการพัฒนาเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวตัวอย่าง
3. พฤติกรรมการสื่อสารไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการพัฒนาเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวตัวอย่าง
4. ความทันสมัยในระดับบุคคลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการพัฒนาเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวตัวอย่าง
5. ความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวฯ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการพัฒนาเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวตัวอย่าง

**จิราพร บุตรสันต์** (2539) ได้ศึกษา *“ลักษณะและปัญหาในการสื่อสารต่างวัฒนธรรมระหว่างชาวเลกับเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน : กรณีศึกษาโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตชาวเล ในตำบลราไวย์ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต”* ผลการศึกษาพบว่า

ในทัศนะของชาวเลระบุว่า ไม่มีอุปสรรคในการสื่อสารต่างวัฒนธรรม โดยชาวเลต้องการให้ทุกคนเห็นว่าพวกเขาเป็นคนภูเก็ตเช่นกัน ภาษาไม่ได้เป็นอุปสรรคในการสื่อสารกับนักพัฒนาชุมชน ชาวเลต้องการเปลี่ยนแปลงตัวเองให้เข้ากับชุมชนที่ตนอาศัยอยู่ แต่ก็ยังมีชาวเลที่รู้สึกว่ นักพัฒนาชุมชนเป็นคนละกลุ่มกับพวกเขาและมีความเห็นว่า นักพัฒนาชุมชนควรเรียนรู้วัฒนธรรมชาวเลให้มากขึ้น ส่วนอุปสรรคในการสื่อสารในทัศนะของนักพัฒนาชุมชน คือ การขาดความไว้วางใจ ขาดความใกล้ชิด การมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อเจ้าหน้าที่ของรัฐ และความแตกต่างทางด้านภาษา

**นพรัตน์ มณีรัตน์** (2541) ได้ศึกษาเรื่อง *“การสื่อสารในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวง อ.ลานสกา จ. นครศรีธรรมราช”* ผลการศึกษาพบว่า

ประชาชนในชุมชนคีรีวง มองว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ก็คือ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยมีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในมิติที่หลากหลาย ซึ่งสามารถสรุปได้เป็น 3 ประเด็น ๆ ได้แก่

1. การท่องเที่ยวที่ไม่ทำลาย
2. การท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตกับชาวบ้าน
3. การท่องเที่ยวที่ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการจัดการ

รวมถึงการศึกษารูปแบบการสื่อสารที่ปรากฏขึ้นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวงนั้น ประกอบด้วย 5 รูปแบบ คือ

1. การสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการ
2. การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการและมีปฏิริยาโต้ตอบมาก
3. การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการแต่มีปฏิริยาโต้ตอบมาก
4. การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการแต่มีปฏิริยาโต้ตอบน้อย
5. การสื่อสารทางเดียวที่ไม่เป็นทางการ

มารีน รัตนฤทธิกุล (2541) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาเชิงวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” ผลการศึกษาพบว่า สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มีแนวทางการใช้สื่อ 3 แนวทาง คือ

1. การใช้สื่อเพื่อสร้างแรงดึงดูดใจ สื่อบุคคลจะใช้ลักษณะทางบุคลิกภาพและทักษะการสื่อสารในการสร้างการดึงดูดใจ ส่วนสื่อเฉพาะกิจใช้ลักษณะทางกายภาพของสื่อและการใช้จุดร้่าใจในสารในการสร้างการดึงดูดใจ

2. การใช้สื่อเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ ด้วยการถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกัสถานที่ท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราทางประวัติศาสตร์ความเป็นมา สถาปัตยกรรมของสิ่งก่อสร้าง พิธีกรรมความเชื่อ ทัศนกรรมพื้นบ้าน งานเทศกาลประเพณี สิ่งที่น่าสนใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และเรื่องราวอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจุดเด่นหรือจุดขายของสถานที่นั้น ๆ

3. การใช้สื่อเพื่อการจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว ด้วยการสร้างเนื้อหาสารในลักษณะของการห้ามการเตือน การแนะนำ การบอกทิศ และการบอกเงื่อนไขบางอย่างเพื่อควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว

จาดุรศรี สอนเสริมศักดิ์ (2541) ได้ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับโฆษณาโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ” ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงระยะเวลาจัดโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ มีเหตุผลในการตัดสินใจอันเนื่องมาจาก สนใจในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของไทยและความเป็นมิตรของคนไทยเป็นสำคัญ ส่วนเหตุผลที่รองลงมาคือ สนใจโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

ระเบียบวิธีในการวิจัยในเรื่อง “สื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์) : ศึกษาเฉพาะกรณีบ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา” ผู้วิจัยกำหนดใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

ประชากรในการศึกษาวิจัย ได้แก่

1. ชาวบ้านปราสาท โดยผู้วิจัยมุ่งศึกษาชาวบ้านปราสาทที่ได้มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) หรือโฮมสเตย์
2. นักท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยหรือชาวจากต่างประเทศที่ได้เข้ามาพักที่พักทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์) ตั้งแต่ 1 คืนขึ้นไป
3. เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 1 จังหวัดนครราชสีมา

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ (ผู้วิจัยได้ขอจดหมายจากทางมหาวิทยาลัยเพื่อนำไปประสานงานกับประธานชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) ที่บ้านปราสาท ในการขอความร่วมมือในการเข้าไปพักที่บ้านปราสาทเพื่อศึกษาและเก็บข้อมูล) โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสัมภาษณ์ (Interview)

เพื่อให้การวิจัยในครั้งนี้มีความละเอียดอย่างแท้จริงผู้วิจัยจึงได้กำหนด ข้อมูลเพื่อการศึกษา ดังนี้



## 1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการเก็บข้อมูลภาคสนามด้วยการสัมภาษณ์ (Interview) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)

- การสัมภาษณ์ (Interview) โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง และเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ด้วยการบันทึกเทป และถอดเทปทุกคำพูด

1. ชาวบ้านปราสาทที่ผู้วิจัยเลือกสัมภาษณ์ ประกอบด้วย
  - 1.1 นายบุญช่วย แรมพิมาย ประธานชมรม
  - 1.2 นายเทียม ละอองกลาง ผู้ใหญ่บ้าน และกรรมการประสานงานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม)
  - 1.3 อาจารย์จรัญ จอมกลาง อาจารย์โรงเรียนบ้านปราสาทและกรรมการประสานงานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม)
  - 1.4 อาจารย์คณินนิตย์ จอมกลาง อาจารย์โรงเรียนบ้านปราสาทและประสานงานต่าง ๆ ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) บ้านปราสาท
  - 1.5 ตัวแทนเจ้าของบ้านพักที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าพัก ได้แก่
    - นางสาวเรียง อ่อนโคกสูง
    - นางประภาวดี คล่องแคล่ว
    - นางทิพย์ ถ้ำกลาง
    - นางเวียงพิงค์ เสี่ยมกลาง
    - นางทองพวน แนนกลาง
  - 1.6 ประธานกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ของบ้านปราสาท ได้แก่
    - นางสุนัน อาสากลาง กลุ่มหัตถกรรมเสื่อกก
    - นางดอกอ้อ กลิ่นสกุล กลุ่มศิลปาชีพหัตถกรรมบ้านปราสาท
    - นางประนอม ละอองกลาง กลุ่มแม่บ้านทำขนมและอาหาร
    - นายสุภาพ แนนกลาง กลุ่มทอผ้า
    - นายอุทัย ทัพกลาง กลุ่มดนตรีไทย

2. นักท่องเที่ยว ได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยหรือชาวต่างประเทศ ที่ได้มาท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑสถานบ้านปราสาทในระหว่างเวลาที่กำหนดไว้ (ระหว่างเดือนมีนาคม - เมษายน 2544) เหตุผลที่ไม่สามารถกำหนดได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือชาวต่างประเทศ เพราะถูกบังคับด้วยปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่ไม่อาจทราบได้ล่วงหน้าว่าในระยะเวลาที่เก็บข้อมูลจะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑสถาน และเมื่อลงไปเก็บข้อมูลปรากฏว่าช่วงเวลาที่ถูกวิจัยเก็บข้อมูลมีเพียงนักท่องเที่ยวชาวไทยมาท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑสถานบ้านปราสาท ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 8 คน ประกอบด้วย

- 2.1 คุณวิโรจน์ ศรีวาพันธ์
- 2.2 คุณสมบัติ ละกำป็น
- 2.3 คุณเกษม ชำนาญดี
- 2.4 คุณกมล แก้วดี
- 2.5 คุณปรานวีร์ ธีรภาพธรรมกุล
- 2.6 คุณนัฐยา ชำยกระโทก
- 2.7 คุณทองสุข อ่อนศรี
- 2.8 คุณประกอบ สุขเกษม

3. เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 1 จังหวัดนครราชสีมา คุณชูเกียรติ โพธิโต

- การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยผู้วิจัยได้เข้าไปคลุกคลีและร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างที่มีนักท่องเที่ยวมาพักที่บ้านปราสาท เพื่อสังเกตรูปแบบของการใช้สื่อพื้นบ้าน และบทบาทของสื่อพื้นบ้านที่มีต่อการส่งเสริมทุนวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวของบ้านปราสาท พร้อมทั้งจัดบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสังเกตอย่างละเอียด

## 2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิได้มาจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย แผ่นพับแนะนำแหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท หนังสือบ้านปราสาทแหล่งโบราณคดีอีสานล่าง ของกรมศิลปากร ตำราทางวิชาการ และเว็บไซต์ต่าง ๆ

## ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลอย่างเป็นทางการ ระหว่างเดือนมีนาคม – เมษายน 2544 เป็นระยะเวลา 2 เดือน ซึ่งรวมวันหยุดราชการ และที่ผู้วิจัยได้เลือกเอาระยะเวลา ระหว่างเดือนมีนาคม – เมษายน เนื่องจากในช่วง 2 เดือนนี้เป็นที่มีวันสำคัญเทศกาลต่าง ๆ เช่น วันวัฒนธรรมแห่งชาติ และวันสงกรานต์ รวมทั้งได้รับข้อมูลจากทางชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) ของบ้านปราสาทว่า ได้มีกลุ่มนักท่องเที่ยวติดต่อมาแล้วว่าจะมาที่พักทาง วัฒนธรรมในช่วงเวลาดังกล่าว ก่อนหน้านี้ผู้วิจัยได้แวะเวียนเข้าไปศึกษาและพูดคุยกับชาวบ้านเป็น ระยะ ๆ เพื่อทำความรู้จักกับผู้นำชุมชน สร้างความคุ้นเคยกับชาวบ้าน และเก็บข้อมูลแวดล้อมอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย

## เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ใช้การอัดเทปการสัมภาษณ์ การจัดบันทึกสิ่งที่ได้จากการสังเกต การถ่ายภาพ และการ ถ่ายวีดีโอ และการใช้แนวคำถามประกอบการสัมภาษณ์เพื่อช่วยในการเก็บข้อมูล

- การอัดเทปการสัมภาษณ์ เพื่อช่วยให้รายละเอียดที่ได้จากการสัมภาษณ์มีความ ถูกต้องและชัดเจนยิ่งขึ้น
- การจัดบันทึก ผู้วิจัยจะมีสมุดหนึ่งเล่มสำหรับการบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสังเกต การใช้สื่อพื้นบ้านของชาวบ้านปราสาท และเนื้อหาจากการสัมภาษณ์ อย่างละเอียด
- การถ่ายภาพ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลส่วนหนึ่งจากภาพถ่ายกิจกรรมการต้อนรับ ที่สามารถ แสดงให้เห็นถึงการเลือกใช้สื่อพื้นบ้านของชาวบ้านปราสาท เป็นภาพประกอบในวิทยานิพนธ์เพื่อให้ ผู้อ่านได้เห็นภาพประกอบเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อความเข้าใจที่ชัดเจนยิ่งขึ้นนอกเหนือจากการอ่าน รวมถึง การใช้เป็นภาพประกอบในการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปอภิปราย
- การถ่ายวีดีโอ ผู้วิจัยใช้การเก็บข้อมูลด้วยการถ่ายวีดีโอ โดยเน้นการถ่ายภาพ กิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างที่นักท่องเที่ยวพักอยู่ที่บ้านปราสาท เพื่อให้เป็นส่วนประกอบในการวิเคราะห์ ข้อมูลและสรุปอภิปราย

- แนวคำถามประกอบการสัมภาษณ์ โดยใช้ประกอบการสัมภาษณ์ พูดคุย อย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งประกอบด้วย แนวคำถามที่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการต้อนรับของชาวบ้านปราสาท ความประทับใจของนักท่องเที่ยว ผลของสื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรมที่มีต่อความเข้าใจ ความประทับใจของนักท่องเที่ยว และการส่งเสริมธุรกิจชุมชน เป็นต้น

ในส่วนของชาวบ้านปราสาทจะมีแนวคำถามเกี่ยวกับ แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อพื้นบ้าน ในฐานะทุนวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรม ประโยชน์ที่ชาวบ้านได้รับจากสื่อพื้นบ้านและการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พิกทางวัฒนธรรม เป็นต้น

รวมทั้งการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือเขต 1 จังหวัดนครราชสีมา ในประเด็นที่เกี่ยวกับการส่งเสริมและสนับสนุนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พิกทางวัฒนธรรมของบ้านปราสาท

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ปฏิบัติตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. อ่านและศึกษาข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากบันทึกที่ได้จากการสังเกต การสัมภาษณ์ ภาพถ่าย ภาพจากวิดีโอ เพื่อให้ได้ข้อมูลในการนำมาวิเคราะห์
2. จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้
  - ตอนที่ 1 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่พิกทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์)
  - ตอนที่ 2 ทุนวัฒนธรรม
  - ตอนที่ 3 ที่พิกทางวัฒนธรรมและสื่อพื้นบ้านกับการเกิดเศรษฐกิจชุมชน

### การนำเสนอข้อมูล

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยเลือกใช้การนำเสนอข้อมูล โดยการเขียนพรรณนาสิ่งต่าง ๆ ที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลแยกออกเป็นข้อ ๆ ตามขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

## ผลการดำเนินการวิจัย

### ตอนที่ 1 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่พิกทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์)

ที่พิกทางวัฒนธรรมได้เกิดขึ้นที่บ้านปราสาทหลังจากที่ได้มีการค้นพบโครงกระดูกมนุษย์โบราณและได้รับการส่งเสริมจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการพัฒนาหลุมขุดค้นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวภายใต้ชื่อ “แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท” จากนั้นในปี 2536 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบที่พิกทางวัฒนธรรมขึ้นที่บ้านปราสาท ด้วยเหตุผลคือ

“เรามีแหล่งท่องเที่ยว เราก็มองว่าเมื่อเราส่งเสริมด้านอื่นแล้ว นักท่องเที่ยวเข้าไปดูแหล่งโบราณคดีที่บ้านปราสาทแล้ว มันมีกิจกรรมอื่นอีกใหม่ที่จะส่งเสริมที่จะสร้างความหลากหลายให้กับหมู่บ้าน ถ้ามีโฮมสเตย์ชาวบ้านแข็งแรงพอใหม่ ชาวบ้านพร้อมใหม่ ชาวบ้านสนใจใหม่และเมื่อชาวบ้านสนใจชาวบ้านพร้อมและชาวบ้านยินดีเราก็เข้าไปช่วยแนะนำ โดยให้ชุมชนเป็นคนดูแลการท่องเที่ยวกันเองมันก็จะเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน” (ชูเกียรติ โภชิต, พนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเขต 1. สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2544.)

ปัจจุบันการท่องเที่ยวแบบที่พิกทางวัฒนธรรมไม่ได้หยุดอยู่แค่ที่บ้านปราสาทเท่านั้น แต่ยังมีเกิดขึ้นอีกหลายหมู่บ้านในจังหวัดต่าง ๆ ซึ่งเริ่มหันมาให้ความสนใจจัดการท่องเที่ยวแบบที่พิกทางวัฒนธรรม เช่น บ้านปลายโพงพาง จังหวัดสมุทรสงคราม หมู่บ้านไทยทรงดำ จังหวัดราชบุรี เป็นต้น

#### 1. ความสำคัญของที่พิกทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์)

การท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรมหรือโฮมสเตย์ของบ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) รูปแบบหนึ่งที่กำลังได้รับการส่งเสริมอย่างมากในขณะนี้ ดังที่ปรากฏในบทวิพากษ์ในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ 17 เมษายน 2544 ว่า

“ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รัฐบาลได้มุ่งเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม”

คุณชูเกียรติ โภชิต แสดงทัศนะถึงความสำคัญของที่พักทางวัฒนธรรมไว้ดังนี้

“โฮมสเตย์มันเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยว เวลาเราเอาเมืองไทยเอาแหล่งท่องเที่ยวไปขายในต่างประเทศมันก็ต้องมีความหลากหลายของสินค้าที่เราจะเอาไปขาย เรามีทะเล ภูเขา งานประเพณีแล้วเราก็ยังมีโฮมสเตย์อีกมันก็เป็นตัวเลือกหนึ่ง แต่ถ้าพูดถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะไปพัก โฮมสเตย์มันก็ไม่เยอะ เขาเรียกว่ามันเพิ่มสีสัน เพิ่มความหลากหลายในการนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยว ให้เขาสนใจมาเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

คุณชูเกียรติ โภชิต ยังให้แนวคิดที่ชี้ให้เห็นความแตกต่างระหว่างที่พักทางวัฒนธรรมกับเกสเฮาส์ว่า

“โฮมสเตย์กับเกสเฮาส์มันบางมากแค่เส้นแบ่ง ถ้าเริ่มต้นเอาตัวเงินเป็นหลักผมว่ามันเป็นเกสเฮาส์ สมมติหมู่บ้านหนึ่งบอกว่าจะทำโฮมสเตย์เพื่อที่จะให้ได้เงิน ผมว่ามันไม่ใช่ะ ถ้าบอกว่าเราได้แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกัน ได้ค่าตอบแทนเป็นค่าใช้จ่ายที่เขาไปพักผ่อนประมาณ ได้ค่าผิงค์ฟอกซักผ้าปูที่นอน ได้ค่ากับข้าวที่เขาทานกับเรา ผมว่านี่คือโฮมสเตย์” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

คุณทองสุข อ่อนศรี มีอาชีพเป็นอาสากรรกีฬากรมพลศึกษา และเป็นชาวจังหวัดนครราชสีมาอีกคนที่สนใจไปท่องเที่ยวที่ที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทมาแล้วถึง 4 ครั้ง แสดงทัศนะถึงความสำคัญของที่พักทางวัฒนธรรมไว้ว่า

“โฮมสเตย์ทำให้ชาวบ้านได้ใช้ความรู้ที่เกิดจากภูมิปัญญามาประยุกต์ใช้ในการทำโฮมสเตย์ เช่น ให้นักท่องเที่ยวได้ฝึกหัดทอเสื่อ ทอผ้า และยังทำให้ชาวบ้านเห็นความสำคัญของการดำเนินชีวิตรูปแบบเดิม ๆ เหมือนกับคุณตาคุณยายของเขา นอกจากนี้ยังมีรายได้จากการทำสินค้าของกลุ่มชายให้ผู้มาโฮมสเตย์ เพื่อจะได้ใช้พัฒนาคนที่อยู่ภายในกลุ่มได้เป็นนายของตัวเอง” (สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2544.)

คุณประกอบ สุขเกษม นักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ได้เดินทางมาทัศนศึกษาที่บ้านปราสาท พูดังถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวแบบที่ที่พักทางวัฒนธรรมว่า

“เป็นสิ่งที่ดีเพราะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและทำให้ทุกคนได้ศึกษาอารยธรรมวัฒนธรรมท้องถิ่น” (สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2544.)

จากทัศนะของพนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัสผลการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมมาแล้ว ทำให้เห็นความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมว่า เป็นทางเลือกอีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่จะทำให้ประเทศไทยมีสินค้าในการนำเสนอสู่ตลาดการท่องเที่ยวทั่วโลก ซึ่งเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการจะศึกษาเรียนรู้และแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของท้องถิ่น

การจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) ของบ้านปราสาท จึงได้สอดคล้องกับการส่งเสริมของภาครัฐโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อให้ชุมชนบ้านปราสาทเป็นตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่พักทางวัฒนธรรม
2. ให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาและเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดั้งเดิมของชุมชน บ้านปราสาท
3. ให้ชุมชนได้มีอาชีพเสริมและรายได้จากการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของท้องถิ่นตนเอง

## 2. ลักษณะชุมชนที่เหมาะสมจะจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์)

คุณชูเกียรติ โภชิต พุดถึงลักษณะของชุมชนที่สามารถจะจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมได้นั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ดังนี้

“โฮมสเตย์มันน่าจะเป็นตัวรองจากแหล่งท่องเที่ยว อย่างเช่นที่บ้านปราสาทนี้เห็นชัดเจนมันมีแหล่งท่องเที่ยวก่อน มีหลุมขุดค้นทางโบราณคดีก่อน แล้วต่อมาก็มีโครงการโฮมสเตย์ตามเข้าไป หรือโดยรอบใกล้ ๆ บ้านปราสาทออกไปอีก 15 กิโลเมตรมีปราสาทหินพิมาย มันน่าจะเป็นอย่างนี้ก่อน ไม่ใช่ว่าเป็นหมู่บ้านโดด ๆ ในบริเวณนั้นไม่มีอะไรเลย ในบริเวณ 50-60 กิโลเมตร ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวแล้วจะเปิดเป็นโฮมสเตย์ จะเอาอะไรเป็นตัวขาย ขายการไปนอนพักอยู่กับชาวบ้านเหรอก ตื่นเข้ามาไปทำนา กับชาวบ้าน มันน่าจะไม่ใช่ มันน่าจะมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นตัวหลักก่อนแล้วก็มีกิจกรรมเสริมต่อไป” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

จากการพูดคุยกับผู้ใหญ่เทียม ละอองกลาง ผู้ใหญ่บ้านปราสาท ซึ่งมีประสบการณ์ในการเดินทางไปดูงานการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมในหลาย ๆ หมู่บ้าน เช่น ที่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราชและบ้านปลายโพรงพาง จังหวัดสมุทรสงคราม ผู้ใหญ่เทียม ให้แนวคิดเกี่ยวกับหมู่บ้านที่จะจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมว่า

“ควรจะเป็นหมู่บ้านที่มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ชาวบ้านมีความสามัคคี รวมถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นและกลุ่มอาชีพ แต่ถ้าไม่มีวัฒนธรรมที่เด่น ๆ ก็อาจจะเป็นในรูปแบบของธรรมชาติอย่างเช่นที่คีรีวงเขาก็จะเน้นที่สวนสมรมและภูมิประเทศที่เป็นภูเขา” (สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2544.)

อาจารย์คณินิตย์ จอมกลาง อาจารย์ประจำโรงเรียนบ้านปราสาท และเป็นผู้ที่มีบทบาทในการประสานงานของชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับชุมชนที่จะจัดการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมว่า

“นอกจากชุมชนนั้นจะมีลักษณะเด่นทางด้านวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น หรือความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแล้ว ที่สำคัญชุมชนนั้นจะต้องมีความสามัคคีและไม่เน้นที่ผลประโยชน์ด้านธุรกิจ เพราะการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ไม่ใช่อาชีพหลัก แต่จะเป็นอาชีพเสริมที่สร้างรายได้ระหว่างที่ว่างจากไร่นา ถ้าเมื่อใดที่โฮมสเตย์กลายเป็นธุรกิจจริงจัง ชาวบ้านก็อาจจะนึกถึงเรื่องของเงินทองเป็นหลักจนเกิดการขัดผลประโยชน์ทางการเงินและส่วนแบ่งรายได้เหมือนกับบางหมู่บ้านที่จัดโฮมสเตย์ไม่ประสบความสำเร็จเพราะเน้นธุรกิจมากเกินไป จนคนขาดความสามัคคี” (สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2544.)

คุณนัฐยา ข่ายกระโทก ข้าราชการชาวจังหวัดนครราชสีมา มีโอกาสได้ไปท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาท พูดยถึงลักษณะชุมชนที่น่าจะมีการส่งเสริมให้มีการจัดการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมว่า

“น่าจะเป็นหมู่บ้านที่มีสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชม เช่น ที่บ้านปราสาทก็มีแหล่งโบราณคดี รวมถึงสภาพหมู่บ้านก็ยังคงความเป็นชนบท มีท้องไร่ท้องนา คนที่มาจากในเมืองเขาจะได้ศึกษาด้วยว่าคนชนบทมีความเป็นอยู่กันอย่างไร” (สัมภาษณ์ 10 กันยายน 2544.)

คุณทองสุข อ่อนศรี ได้พุดถึงชุมชนที่น่าจะจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมว่า



“ชุมชนที่จะจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ได้นั้นสิ่งสำคัญขึ้นอยู่กับคนในชุมชนนั้นพร้อมแค่ไหนที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยว พร้อมหรือไม่ที่จะยิ้มแย้มต้อนรับด้วยความจริงใจ ยิ้มที่ออกมาจากใจจริง ๆ ไม่ใช่เสแสร้งแกล้งทำ และไม่ได้หวังที่จะร่ำรวยจากการทำโฮมสเตย์ แต่ควรที่จะหวังเพื่อการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ได้เพื่อนใหม่ ได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ มากกว่า” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ดังนั้น จึงสามารถสรุปลักษณะของชุมชนที่สามารถจะพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมได้นั้น จะต้องเป็นชุมชนที่มีลักษณะเด่น ๆ คือ

1. มีวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์และสามารถบ่งบอกความเป็นตัวตนของชุมชนนั้น ๆ ได้อย่างชัดเจน
2. หากไม่มีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมประเพณี ก็ควรจะเป็นชุมชนที่มีความสมบูรณ์ของธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก สวนป่าเพื่อการศึกษาทางธรรมชาติ เป็นต้น
3. เป็นชุมชนที่ประชาชนในหมู่บ้านมีความสมัครสมานสามัคคี เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน ที่สำคัญคือ ไม่คิดถึงเรื่องของธุรกิจมากกว่าการสร้างเศรษฐกิจชุมชนแบบพอเพียง การได้แลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ความรู้ และการได้เพื่อนใหม่

คุณชูเกียรติ โพธิโต พูดถึงลักษณะของการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมว่า

“ไม่ได้แบ่งประเภทตายตัว แต่จะขึ้นอยู่กับศักยภาพของชุมชน เช่น โฮมสเตย์ที่บ้านปราสาทคือเรื่องของวัฒนธรรม แต่ที่ศรีวัง อาจจะเป็นเรื่องของธรรมชาติ เข้าสวนเงาะสวนผลไม้ มันอยู่ที่สภาพของแหล่งแต่มีพื้นฐานเดียวกันคือ การไปพักอาศัยกับชาวบ้านไปแลกเปลี่ยนศึกษาวัฒนธรรม” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ดังนั้นจากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยจึงได้สรุปรูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์) ได้ 2 แบบ คือ

1. การจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมโดยเน้นที่วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น ดังเช่น ที่บ้านปราสาท ซึ่งจะต้องมีกิจกรรมด้านวัฒนธรรมที่เด่น ๆ เช่น พิธีบายศรีสู่ขวัญ การรำวง การตักบาตรยามเช้า เป็นต้น

2. การจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมโดยเน้นที่สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา สวนป่า ซึ่งหมู่บ้านที่จัดการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมในรูปแบบนี้และมีชื่อเสียงก็คือ ที่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช

### 3. ลักษณะของชุมชนบ้านปราสาท

ชุมชนบ้านปราสาทเป็นชุมชนที่ชาวบ้านส่วนใหญ่ยังคงดำรงชีวิตผูกพันอยู่กับไร่นา มีอาชีพหลักในการทำไร่ทำนา ชาวบ้านบางคนมีอาชีพเสริมด้วยการเปิดร้านเสริมสวย ตัดเสื้อผ้า รวมทั้งการเป็นสมาชิกชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) และกลุ่มอาชีพอื่น ๆ

ลักษณะเด่นทางภูมิศาสตร์ของบ้านปราสาทก็คือ สองข้างทางที่จะเข้าสู่หมู่บ้านถูกชนาบข้างด้วยทุ่งนาและต้นไม้มากมาย ถึงฤดูหนาวกล้าและดำนาทั่วทั้งท้องทุ่งก็จะดูเขียวจีเต็มไปหมด จนถึงฤดูกาลเก็บเกี่ยวสีเขียวก็จะเปลี่ยนเป็นสีเหลืองทองของรวงข้าวสุดลูกหูลูกตา

ชาวบ้านปราสาทได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะชุมชนของตนเองดังนี้

“บ้านปราสาทมีแหล่งโบราณคดี มีกลุ่มอาชีพที่เหนียวแน่นและเรายังมีวัฒนธรรมที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ เช่น การเล่นดนตรี การทอเสื่อ ทอผ้า และชาวบ้านเราก็ยิ้มแย้มแจ่มใส พร้อมทั้งจะต้อนรับนักท่องเที่ยว” (ชวย แรมพิมาย. ประธานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม)บ้านปราสาท. สัมภาษณ์, 29 มีนาคม 2544.)

“แม้ว่าเราจะไม่มีทะเล น้ำตก หรือว่าภูเขา แต่เรายังมีแหล่งโบราณคดี มีวัฒนธรรม และกลุ่มอาชีพ ให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชมและศึกษาหาความรู้ได้ด้วย แล้วเรายังต้อนรับเขาด้วยรอยยิ้ม” (เทียม ละอองกลาง. ผู้ใหญ่บ้านปราสาทและกรรมการประสานงานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม)บ้านปราสาท. สัมภาษณ์ 30 มีนาคม 2544.)

“หมู่บ้านของเราเป็นหมู่บ้านแบบชนบท อยู่กันแบบเรียบง่าย ชาวบ้านยังทำไร่ทำนา เวลานักท่องเที่ยวมาเขาก็ได้มาเห็นท้องไร่ท้องนา มาเห็นว่าคนในชนบทเขาเป็นอยู่กันอย่างไร แล้วก็มาดูแหล่งโบราณคดีของเรา และเราก็ยังรักษาวัฒนธรรมเอาไว้ อย่างเช่น การรำวง รวมทั้งพิธีบายศรี” (สำเรียง อ่อนโคกสูง. สมาชิกชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) บ้านปราสาท. สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2544.)

“เรามีแหล่งโบราณคดี มีกลุ่มอาชีพ ให้นักท่องเที่ยวได้ดู แล้วชาวบ้านเราก็มีความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยว” (ทองพวน แนบกลาง. สมาชิกชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) บ้านปราสาท. สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2544.)

คุณชูเกียรติ โภชิต พุดถึงลักษณะเด่นของชุมชนบ้านปราสาทที่ส่งผลให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเข้าไปส่งเสริมให้มีการจัดการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมว่า

“เราชื่นชมชาวบ้านปราสาทอยู่อย่างหนึ่งว่าเขาไม่ค่อยปรับเปลี่ยนวิถีของเขา ในแนวทางเพื่อที่จะไปสู่โฮมสเตย์ เขาเป็นอย่างไรก็เป็นอย่างนั้น เขาไม่ได้ไปซื้อหาอะไรมาหลากหลายเพื่อเอาใจนักท่องเที่ยว” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

สรุปได้ว่าบ้านปราสาท เป็นชุมชนที่ชาวบ้านมีการดำรงชีวิตอยู่อย่างเรียบง่าย ด้วยการประกอบอาชีพทำไร่ทำนาเป็นอาชีพหลัก พร้อม ๆ กับการดำรงรักษาวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น มีแหล่งโบราณคดีซึ่งค้นพบโครงกระดูกมนุษย์โบราณเปรียบเสมือนศูนย์กลางที่ทำให้ชาวบ้านรำลึกถึงบุญคุณของบรรพบุรุษ ดังที่อาจารย์คนึงนิตย์ จอมกลาง ได้บอกไว้ว่า

“คนบ้านปราสาทน่าจะเป็นบ้านที่มีบุญ เพราะอยู่ ๆ ก็มีการค้นพบโครงกระดูกโบราณ ส่งผลให้ชาวบ้านได้รับการส่งเสริมทั้งด้านการท่องเที่ยวและกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ทุกคนจึงให้ความเคารพและระลึกถึงพระคุณของบรรพบุรุษที่อยู่ในแหล่งโบราณคดีด้วยการทำบุญทุก ๆ ปี” (สัมภาษณ์. 26 มกราคม 2544.)

ชุมชนบ้านปราสาทจึงยังมีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่นำมาเป็นสื่อพื้นบ้านและแปรเป็นทุนวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และสร้างเอกลักษณ์การท่องเที่ยวของหมู่บ้านได้จนทุกวันนี้

## ตอนที่ 2 ทุนวัฒนธรรม

บ้านปราสาทได้นำเอาวัฒนธรรมที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษและวัฒนธรรมที่เกิดจากการเรียนรู้มาสร้างเป็นทุนโดยผ่านบริการด้านการท่องเที่ยวภายใต้ชื่อ “ที่พักทางวัฒนธรรม” ซึ่งชาวบ้านได้มีกระบวนการสร้างทุนวัฒนธรรม และการใช้สื่อพื้นบ้านมาเป็นทุนวัฒนธรรมดังต่อไปนี้

### 1. กระบวนการสร้างทุนวัฒนธรรม

การสร้างทุนวัฒนธรรมด้วยการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมของบ้านปราสาท มีกระบวนการสร้างจาก 2 หน่วยงานด้วยกัน ได้แก่

1.1 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยส่งเจ้าหน้าที่เข้าไปชี้แนะและให้ความรู้แก่ชาวบ้าน เริ่มตั้งแต่ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม การวางรากฐานทางความคิดและการจัดการบริการด้านที่พักและการท่องเที่ยวให้กับชาวบ้าน

“เราเริ่มเข้าไปแนะนำชาวบ้านปี 34-35 หลังจากชุดค้นแหล่งโบราณคดี ก่อนจะทำกิจกรรมเรคุยกับชาวบ้านก่อน โฮมสเตย์ต้องมีพื้นฐาน ต้องอธิบายให้ชาวบ้านเข้าใจ ไม่ใช่ให้ท่องเที่ยวกันเป็นข้อ ๆ อย่างกับผู้ใหญ่บ้านเราก็บอกว่าโฮมสเตย์ไม่ใช่อาชีพของผู้ใหญ่ อาชีพของผู้ใหญ่คือทำนา ก็ต้องทำนา ป้าที่ขายกล้วยเดี๋ยวก็นั่งขายกล้วยเดี๋ยวก โฮมสเตย์คือสิ่งที่เราเพิ่มขึ้นเพื่อความหลากหลาย และให้ทุกคนเห็นว่าแหล่งชุมชนบ้านปราสาทมีความรุ่งรวยทางวัฒนธรรม เรากำลังไขว่คว้าให้โลกทั้งโลกรู้จักบ้านปราสาท ให้เกิดความภาคภูมิใจกับลูกหลาน ไม่ใช่ต้องการเงินเป็นตัวหลัก” (ชูเกียรติ โภชิต. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม..)

จากการวางรากฐานการจัดการและแนวคิดจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทำให้ปัจจุบันกระบวนการสร้างทุนวัฒนธรรมของบ้านปราสาทจึงยังยึดมั่นที่การลงทุนเพื่อการแลกเปลี่ยนและเรียนรู้ทางวัฒนธรรม มากกว่าเม็ดเงินจากการท่องเที่ยว

1.2 ชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) บ้านปราสาท เริ่มจากการตั้งคณะกรรมการด้วยการเลือกตั้งกันเองของสมาชิกชมรมฯ เพื่อดูแลและบริหารงาน โดยตำแหน่งบริหารสูงสุดมีตำแหน่ง “ประธานชมรม” คณะกรรมการและสมาชิกของชมรมจะมีการประชุมเพื่อวางแผนงานและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อการจัดการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมว่าควรจะมีกิจกรรมอะไรบ้างสำหรับการต้อนรับและตลอดระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวพักอยู่ที่บ้านปราสาท

จากการประชุมและวางแผนของคณะกรรมการชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) บ้านปราสาท ส่งผลให้การจัดการท่องเที่ยวของบ้านปราสาทได้เกิดการใช้สื่อพื้นบ้านเป็นทุนวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน โดยคุณลุงช่วย แรมพิมาย ซึ่งเป็นประธานชมรมฯ เล่าให้ผู้วิจัยฟังว่า

“การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไม่ได้กำหนดว่าเราจะต้องทำอะไรบ้างหรือใช้วัฒนธรรมอะไรบ้าง เพียงแต่แนะนำและให้แนวทางว่าการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมเป็นอย่างไร จากนั้นเราก็จะมาประชุมกันเองว่าจะมีกิจกรรมอะไรบ้าง โดยเน้นว่าจะต้องเป็นวัฒนธรรมหรือสิ่งเด่น ๆ ของหมู่บ้าน จังหวัด หรือภาคอีสานของเรา” (สัมภาษณ์, 29 มีนาคม 2544.)

ผู้ใหญ่เทียม ละอองกลาง พูดถึงการบริหารงานของชมรมฯ ว่า

“เราประชุมกันทุกครั้งที่จะมีโฮมสเตย์มา เพื่อถามความสมัครใจของสมาชิก ใครพร้อมจะรับ ใครไม่พร้อมจะรับ และปรึกษาหารือปัญหาต่าง ๆ หลังจากนักท่องเที่ยวไปแล้วเราก็มาแบ่งเงินกันหักค่าใช้จ่ายและประชุมกันอีกครั้ง โดยดูจากแบบสอบถามว่านักท่องเที่ยวเสนอความคิดเห็นอะไรไว้บ้าง เราก็จะนำมาพูดคุยกัน” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ดังนั้นกระบวนการสร้างทุนวัฒนธรรมโดยส่วนใหญ่จึงเกิดจากแนวคิดและภูมิปัญญาของชาวบ้านที่ได้ประชุมและวางแผนว่าควรจะมีกิจกรรมอะไรบ้าง สื่อพื้นบ้านที่ใช้ควรประกอบไปด้วยอะไรบ้าง โดยมีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้คอยให้การสนับสนุนอยู่เบื้องหลัง

## 2. ประเภทของสื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม

จากการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์และสังเกตผู้วิจัยจึงพบว่าชาวบ้านปราสาทมีการใช้สื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมตามแนวคิดเรื่องสื่อพื้นบ้านของสมควร กวียะ (2535) ดังต่อไปนี้

2.1 **ครรลองโสิต** ซึ่งหมายถึงสื่อประเภท เพลง ดนตรี การบอกเล่า เมื่อนำสื่อพื้นบ้านที่ชาวบ้านปราสาทใช้ในกระบวนการของการจัดที่พักทางวัฒนธรรมมาวิเคราะห์พบว่า มีการใช้สื่อพื้นบ้านประเภทครรลองโสิต ดังต่อไปนี้

### 2.1.1 เพลงและดนตรี

เพลงและดนตรีที่ชาวบ้านปราสาทใช้ประกอบไปด้วยการใช้เพลงพื้นบ้านในกิจกรรมของการรำวงร่วมกันระหว่างชาวบ้านและนักท่องเที่ยว รวมถึงวงมโหรีของหมู่บ้าน ประกอบไปด้วย

- เพลงโคราชซึ่ง ที่ประยุกต์มาจากเพลงโคราชที่เป็นเพลงพื้นเมืองดั้งเดิมของโคราชหรือจังหวัดนครราชสีมา แต่มีการใส่ทำนองดนตรีเข้าไปให้มีจังหวะที่เร็วและสนุกสนาน สามารถร้องกันได้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่เพราะไม่ต้องอาศัยการฝึกฝนเป็นเวลานานเหมือนกับเพลงโคราชตำรับดั้งเดิม ชาวบ้านปราสาทจะใช้เพลงโคราชซึ่งในระหว่างที่มีการรำวงร่วมกันระหว่างชาวบ้านกับนักท่องเที่ยว ผู้ใหญ่เทียม ละอองกลาง ซึ่งเป็นผู้นำในกิจกรรมการรำวงและมักจะร้องเพลงโคราชซึ่งอยู่เป็นประจำ เล่าว่า

“ที่เลือกใช้เพลงโคราชซึ่งแทนที่จะเป็นเพลงโคราชดั้งเดิม เพราะเพลงโคราชซึ่งมีจังหวะดนตรีที่สนุกสนาน ถึงแม้ว่าภาษาร้องจะเป็นภาษาโคราชและนักท่องเที่ยวอาจจะไม่เข้าใจในภาษา แต่ก็สนุกสนานได้เพราะจังหวะดนตรี” (สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2544.)

คุณนัฐยา ช่างกระโทก เป็นนักท่องเที่ยวคนหนึ่งที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครราชสีมา และมีโอกาสได้ไปท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาท แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำเพลงโคราชมาเป็นสื่อพื้นบ้านไว้ว่า

“น่าจะมีการนำเอาเพลงโคราชแบบดั้งเดิมมาแสดงให้นักท่องเที่ยวได้ชมได้ฟังด้วย นักท่องเที่ยวที่มาจากต่างถิ่นจะได้รู้ว่าเพลงโคราชแบบดั้งเดิมเป็นอย่างไร มีวิธีการร้อง การแต่งตัวอย่างไรบ้าง แม้จะฟังเข้าใจยากแต่ก็เป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมของโคราช” (สัมภาษณ์, 31 มีนาคม 2544.)

นับเป็นแนวความคิดหนึ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการใช้สื่อพื้นบ้านมาส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม ในฐานะที่คุณนัฐยาก็เป็นคนในจังหวัดเดียวกันและเห็นความสำคัญของเพลงโคราช เพราะนอกจากเพลงโคราชจะช่วยสร้างความสนุกสนานให้กับนักท่องเที่ยวแล้วอีกสิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการฟังเพลงโคราชก็คือ การเรียนรู้ภาษาท้องถิ่น นั่นก็คือ “ภาษาโคราช”<sup>1</sup> ที่

<sup>1</sup> ดูรายละเอียดเรื่องภาษาโคราชได้ที่ บทที่ 1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา หน้าที 6

การออกเสียงแตกต่างจากภาษาไทยภาคกลาง และภาษาอีสาน ซึ่งเป็นภาษาที่ใช้กันเฉพาะที่จังหวัด นครราชสีมา หรือ เมืองโคราชเท่านั้น

- เพลงร่ำวง การร่ำวงจะเป็นการเล่นอย่างหนึ่งของคนไทยที่นิยมกันทั่วทุก ภาคโดยจะมีเพลงที่ร้องกันเพื่อการละเล่นนี้ที่เรียกว่าเพลงร่ำวง ซึ่งจะเป็นเพลงพื้นบ้านหรือเพลงไทยใน อดีตที่มีจังหวะสนุกสนาน เพลงร่ำวงของชาวบ้านปราสาทจะเป็นเพลงที่รู้จักกันดีในหมู่คนไทย และเป็น เพลงที่นิยมร้องกันเวลาที่มิกิจกรรมร่ำวง เช่น เพลงลอยกระทง เพลงช้าง เพลงสวรรค์บันดาล เพลงข่อ มาลี และเพลงอื่น ๆ ตามแต่ว่าใครจะนึกได้เพลงใดก็ช่วยกันร้องขึ้นมา การร้องเพลงร่ำวงนี้จะไม่ได้ จำกัดว่าใครจะเป็นคนร้อง แต่จะเป็นการเปิดโอกาสให้แสดงความสามารถตามความต้องการของแต่ละ คนทั้งชาวบ้านและนักท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่แล้วผู้ใหญ่บ้านจะเป็นผู้นำในการเริ่มต้นร้องเพลงร่ำวง

- วงมโหรี เป็นสื่อประเภทดนตรีที่เป็นวัฒนธรรมที่ชาวบ้านปราสาทได้ สืบทอดกันมาเป็นเวลายาวนาน โดยในหมู่บ้านจะมีวงมโหรีของหมู่บ้าน ที่เรียกชื่อกันตามชื่อของ หมู่บ้านว่า "วงมโหรีบ้านปราสาท" โดยชาวบ้านที่มีความรู้เรื่องการเล่นดนตรีไทยจะมารวมกลุ่มกัน เป็นชมรมวงมโหรี รับจ้างเล่นตามงานต่าง ๆ เช่น งานบวชนาค งานขึ้นบ้านใหม่ งานศพ เป็นต้น เมื่อมี นักท่องเที่ยวมาพักที่พักรถทางวัฒนธรรมก็จะมาเล่นขับกล่อมในคืนที่มีการบายศรีสู่ขวัญ

วงมโหรีจะประกอบด้วยเครื่องดนตรีไทยชนิดต่าง ๆ ได้แก่ ซออู้ ซอด้วง ตะโพน ปี่ ฉิ่งและฉาบ

คุณลุงอุทัย ทัพกลาง หนึ่งในสมาชิกวงมโหรีและเป็นผู้ที่มีความรู้ทั้งด้านการทำ เครื่องดนตรีและเล่นดนตรี เล่าว่า

"ผมมีความรู้เรื่องดนตรีมาตั้งแต่เล็ก ๆ เห็นคนในหมู่บ้านเขาเล่นดนตรีและทำ เครื่องดนตรีกัน ผมรู้สึกชอบมากก็เลยจำแบบอย่างเขามาแล้วก็มาลองทำดู" (สัมภาษณ์, 29 มีนาคม 2544.)

จากคำบอกเล่าของคุณลุงอุทัย ทัพกลาง เป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นได้ว่าดนตรีไทยเป็น สิ่งที่อยู่คู่กับบ้านปราสาทมานาน ชาวบ้านปราสาทไม่เพียงแต่รู้จักการเล่นดนตรีเท่านั้นแต่ยังมีความรู้ใน เรื่องการทำเครื่องดนตรีด้วย

คุณวิโรจน์ ศรีวราพันธ์ อาจารย์ประจำโรงเรียนแห่งหนึ่งที่จังหวัดตรัง ได้มีโอกาส มาพักที่พักรักษาตัว ณ บ้านปราสาทในระหว่างที่มารักษาตัวด้านสิ่งแวดล้อม ได้พูดถึงวงมโหรี บ้านปราสาทว่า

“เป็นสิ่งที่ไม่คาดหวังมาก่อนว่าจะได้มาเจอ ได้มาเห็นชาวบ้านเล่นดนตรีให้ฟัง”  
(สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2544.)

รวมทั้งความประทับใจของคุณัญญา ชายกระโทก ที่มีต่อการมาพักที่พักรักษาตัว ณ บ้านปราสาท ก็มีความประทับใจต่อวงมโหรีบ้านปราสาทด้วย

“ประทับใจทุกขั้นตอนทุกกิจกรรมตั้งแต่การต้อนรับ มีชาวบ้านที่เป็นเจ้าของบ้าน พักนำพวงมาลัยมาอบให้ มีการแสดงของนักเรียน ได้ฟังการบรรเลงของวงมโหรี เป็นสิ่งที่น่าประทับใจทั้งหมด” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

วงมโหรีจึงน่าจะเป็นสื่อพื้นบ้านประเภทครรลองโลดที่มีความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักรักษาตัว ณ บ้านปราสาท เพราะนักท่องเที่ยวก็มีความชื่นชอบที่มีโอกาสได้ชมและได้ฟังการบรรเลงดนตรีไทยจากชาวบ้าน รวมถึงการสร้างความแตกต่างที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ให้กับที่พักรักษาตัว ณ บ้านปราสาท

- คำสวดหรือคาถาสำหรับการบายศรีสู่ขวัญ โดยมีหมอสูทขวัญ ซึ่งเป็นผู้เฒ่าผู้แก่ในหมู่บ้านที่มีความรู้ด้านประเพณีและคาถาคำสวดต่าง ๆ เป็นอย่างดี เป็นผู้นำในการดำเนินพิธีโดยคำสวดหรือคาถาจะเป็นภาษาบาลี มีความหมายสำคัญเพื่อให้เจ้าของขวัญหรือผู้ที่ร่วมพิธีมีความเป็นสิริมงคล และมีความสุขความเจริญ ซึ่งเน้นว่าการสวดต้องออกเสียงให้ชัดเจน สละสลวย ไพเราะ คำสวดหรือคาถาเรียกขวัญจะทำให้พิธีนี้ดูมีความศักดิ์สิทธิ์และสร้างความอบอุ่นใจให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ที่จะต้องมาพักอยู่ต่างบ้านต่างเมือง

### 2.1.2 การบอกเล่า เช่น คำพังเพย นิทาน หรือเรื่องตลกพื้นบ้าน

นักท่องเที่ยวที่มาพักที่พักรักษาตัว ณ บ้านปราสาทจะมีโอกาสได้รับความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับบ้านปราสาทจากการบอกเล่าของผู้หลักผู้ใหญ่ในหมู่บ้าน จากการศึกษาด้วยการสังเกตพบว่า ทุกครั้งที่นักท่องเที่ยวมาพักที่พักรักษาตัว ณ บ้านปราสาทจะมีการเล่าตำนานต่าง ๆ ดังนี้

- ตำนานเกี่ยวกับพิธีบายศรีสู่ขวัญ โดยคุณลุงช่วย แรมพิมาย ประธานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักรักษาตัว ณ บ้านปราสาท) จะบอกเล่าเรื่องราวของการบายศรีสู่ขวัญให้แก่นักท่องเที่ยว



ได้ฟังกันหลังจากที่เสร็จพิธีบายศรีสู่ขวัญแล้ว เนื่องจากว่านักท่องเที่ยวที่มาพักก็จะเป็นคนที่มาจากต่างท้องถิ่นแม้จะเป็นคนไทยด้วยกันแต่บางคนก็ไม่เคยรู้จักว่าบายศรีสู่ขวัญคืออะไร มีความสำคัญอย่างไรจึงต้องมีการบายศรีสู่ขวัญในพิธีการต้อนรับด้วย

คุณลุงช่วย แรมพิมาย ได้เล่าถึงตำนานการบายศรีสู่ขวัญว่า

“ตำนานบายศรีสู่ขวัญเป็นเรื่องเล่ามาแต่บรรพบุรุษ ว่าเริ่มมาตั้งแต่สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ในช่วงเวลานั้นชาวบ้านที่เป็นผู้ชายถูกเกณฑ์ให้ไปเป็นทหารเป็นจำนวนมาก ดังนั้นเมื่อใครที่รอดตายจากสงครามกลับมา ก่อนที่จะเข้าบ้านจะต้องไปทำพิธีบายศรีสู่ขวัญที่วัดเสียก่อน เพื่อขับไล่สิ่งไม่ดีที่ติดตามตัวมาให้ออกจากตัวและเพื่อเป็นการรับขวัญให้เกิดสิริมงคลกับทหารกล้าที่รอดตายกลับมา” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

การนำเอาตำนานบายศรีสู่ขวัญมาบอกเล่าให้นักท่องเที่ยวได้ฟังทำให้การท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมมีประโยชน์เพิ่มขึ้นว่าการท่องเที่ยวทั่วไป คือ นักท่องเที่ยวจะได้รับความรู้ด้วย

- ตำนานลำธารปราสาทและชื่อหมู่บ้านปราสาท ชาวบ้านปราสาทเชื่อกันว่าลำธารปราสาทเป็นแหล่งน้ำศักดิ์สิทธิ์ โดยเชื่อกันว่ามีเทพเจ้าหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่คอยคุ้มครองลำน้ำแห่งนี้ จากคำบอกเล่าของผู้ใหญ่เทียม ละอองกลาง เล่าว่า

“บรรพบุรุษของชาวบ้านปราสาทตั้งแต่อดีตมาแล้ว จะให้ความเคารพลำธารนี้มาก จะไม่มีใครกล้าลงไปเล่นน้ำกันหรือถ้ามีความจำเป็นก็ต้องขอขมาลาโทษต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์เสียก่อน เพราะถ้าไม่กระทำเช่นนั้น บุคคลที่ไปเล่นน้ำโดยไม่บอกกล่าวก็จะเจ็บป่วย จนอาจจะถึงแก่ชีวิตได้สำหรับชื่อของลำธาร ซึ่งเป็นชื่อเดียวกับหมู่บ้านนั้น ก็เนื่องจากว่ามีการพบซากของโบราณสถานอยู่ในลำน้ำ ที่มีลักษณะคล้ายกับปราสาทล่าง จึงเป็นที่มาของชื่อลำธารและชื่อหมู่บ้านที่เรียกขานกันมาจนทุกวันนี้” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

นอกจากนี้อาจารย์คนึงนิตย์ จอมกลาง อาจารย์โรงเรียนบ้านปราสาท เป็นผู้หนึ่งที่ให้ความร่วมมือกับชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) ตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง ก็ได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า

“ชาวบ้านปราสาทมีความผูกพันกับลำธารปราสาทมาตั้งแต่อดีต ในสมัยที่ยังไม่มีการสร้างถนน ชาวบ้านทั้งสองฝั่งน้ำก็ไปมาหาสู่กันโดยการคมนาคมทางน้ำ สังเกตได้จากบ้านเรือนที่

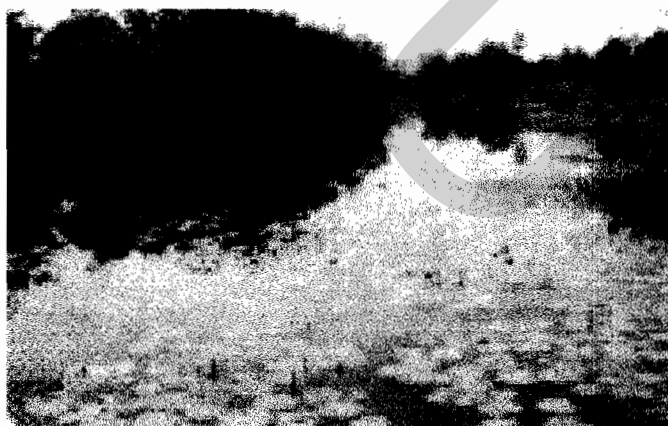
ปลูกสร้างกันมาตั้งแต่อดีตและโรงเรียนจะหันหน้าไปทางลำธารปราสาท” (สัมภาษณ์, 29 มีนาคม 2544.)

เรื่องของตำนานหมู่บ้านปราสาทและลำธารปราสาทนี้ นักท่องเที่ยวจะมีโอกาสได้รับฟังในระหว่างที่เดินทางเที่ยวชมหมู่บ้าน ทำให้การท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมที่บ้านปราสาทนอกจากจะเป็นการท่องเที่ยวแล้วยังเปรียบได้กับการทัศนศึกษา เช่น เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางชมหมู่บ้านไปถึงลำธารปราสาท ประธานชมรม ผู้ใหญ่บ้าน หรือสมาชิกคนใดคนหนึ่งของชมรมก็จะบอกเล่าเรื่องราวเหล่านี้ให้นักท่องเที่ยวได้ฟัง หรือในบางครั้งก็จะถูกถ่ายทอดโดยผ่านเยาวชนของหมู่บ้านที่ทำหน้าที่เป็นยุวมัคคุเทศก์

นักท่องเที่ยวบางคนก็อาจจะมีโอกาสได้รับฟังเรื่องราวเหล่านี้โดยผ่านทางเจ้าของบ้านพักที่พร้อมจะบอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ของหมู่บ้านด้วยความยินดีและสีหน้าท่าทางที่แสดงถึงความภาคภูมิใจในท้องถิ่น ดังที่ผู้วิจัยได้ไปพบ

#### ภาพที่ 17

รูปภาพแสดงภาพลำธารปราสาท ซึ่งเป็นลำน้ำศักดิ์สิทธิ์ของหมู่บ้าน



2.2. **ครรลองทัศน์** สื่อพื้นบ้านประเภทครรลองทัศน์ของชาวบ้านปราสาทประกอบไปด้วย

2.2.1 **จิตรกรรมและปฏิมากรรม** บ้านปราสาทสื่อพื้นบ้านที่เป็นครรลองทัศน์ ในประเภทจิตรกรรมและปฏิมากรรมที่มีส่วนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรมอยู่หลายอย่าง ที่เด่นชัดก็คือ รูปปั้นและหม้อดินเผาทรงปากแตร

ที่พิพิธภัณฑ์บ้านปราสาทมีรูปปั้นมนุษย์โบราณถือปลาอยู่ด้านหน้าพิพิธภัณฑ์ คุณลุงช่วย แรมพิมาย บอกเล่าให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทได้ทราบถึงที่มาของรูปปั้นตัวนี้ว่า

“รูปปั้นมนุษย์โบราณถือปลา ทำเอาไว้ตามประวัติศาสตร์จากการขุดพบโครงกระดูกมนุษย์โบราณ เพื่อให้รู้ว่ามนุษย์สมัยก่อนดำรงชีวิตอยู่ได้ด้วยวิธีการล่าสัตว์ และปลาก็เป็นสัตว์ประเภทหนึ่งที่มนุษย์เราใช้เป็นอาหารมาตั้งแต่อดีต”

ส่วนหม้อดินเผาทรงปากแตร เป็นภาชนะของมนุษย์โบราณที่ขุดพบในหลุมฝังศพ ดังนั้นที่บ้านปราสาทจึงมีการจัดทำหม้อดินเผาทรงปากแตรแสดงไว้ที่ถนนเข้าสู่หมู่บ้านและขุมประตูดบ้านปราสาท เพื่อให้เป็นสัญลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ของหมู่บ้าน แต่มีความแตกต่างกันก็คือ หม้อดินเผาทรงปากแตรที่อยู่ถนนเขาหมู่บ้านและหน้าวัดทำขึ้นจากปูนซีเมนต์ ไม่ได้ทำจากดินเหมือนกับที่ขุดพบในหลุมโครงกระดูก

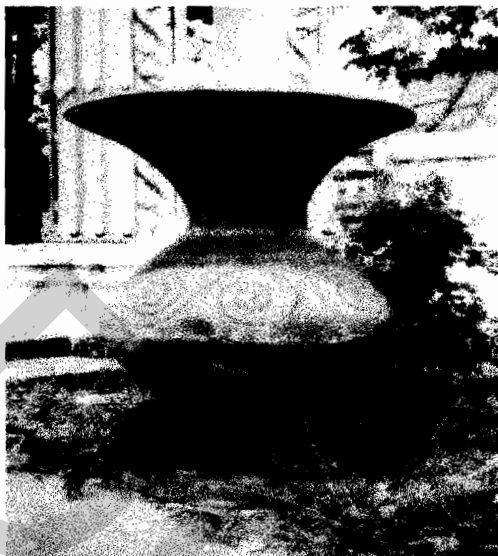
คุณลุงช่วย แรมพิมาย ประธานชมรมฯ พูดถึงเหตุผลที่ต้องใช้ปูนซีเมนต์มาทำเป็นหม้อดินเผาแทนดินว่า

“ดูตามสภาพดินของที่บ้านปราสาทแล้ว ไม่น่าจะเป็นดินที่เหมาะสมสำหรับการปั้นหม้อ คิดว่าสมัยโบราณอาจจะนำดินมาจากที่อื่น เราต้องการทำหม้อลักษณะเหมือนในหลุมโครงกระดูก จึงใช้ปูนซีเมนต์มาทำแทน” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

คุณลุงช่วยยังเพิ่มเติมอีกว่า ต้องการให้หน่วยงานราชการมาช่วยศึกษาที่มาของดินด้วยเช่นกันจะได้เป็นประโยชน์ทางประวัติศาสตร์ให้แก่คนรุ่นใหม่อีก

## ภาพที่ 18

รูปภาพแสดงหม้อปั้นทรงปากแตร สือพื้นบ้านประเภทจิตรกรรม  
และปฏิมากรรมของบ้านปราสาท



2.2.2 สถาปัตยกรรม สือพื้นบ้านที่เป็นงานสถาปัตยกรรมของบ้านปราสาทซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้พบเห็นและเรียนรู้มีหลายประเภท แต่ที่เด่นชัดจะประกอบไปด้วย

- **พิพิธภัณฑ์และแหล่งโบราณคดี** ซึ่งได้รับการส่งเสริมและจัดสร้างขึ้นจากหลายหน่วยงาน อาทิ กรมศิลปากร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และโครงการอีสานเขียว เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาทเป็นแหล่งศึกษาด้านประวัติศาสตร์และส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์อีกแห่งหนึ่งของประเทศ ส่วนพิพิธภัณฑ์บ้านปราสาทก็มีความสำคัญเพื่อการเก็บสะสมโบราณวัตถุ รวมถึงเครื่องมือเครื่องใช้โบราณที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ทั้งที่ได้จากการขุดค้นจากหลุมโครงกระดูกและจากการบริจาคของชาวบ้าน จึงทำให้พิพิธภัณฑ์และแหล่งโบราณคดีบ้านปราสาทนี้เป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวที่บ้านปราสาทตั้งแต่ปี 2534 เป็นต้นมา โดยทุกวันจะมีนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกภูมิภาคทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาเที่ยวชมเป็นจำนวนมาก

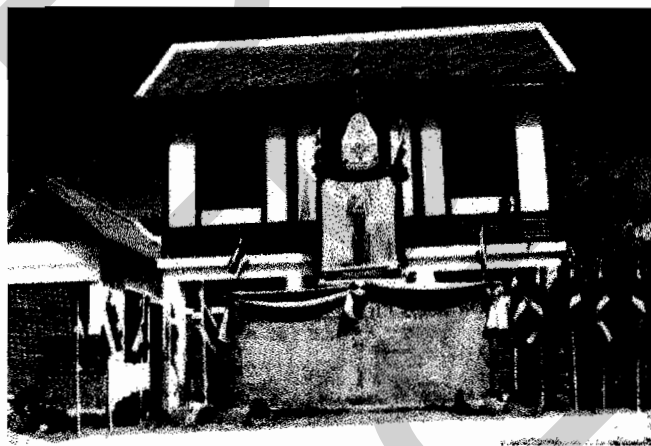
แหล่งโบราณคดี เป็นสถานที่ที่ขุดค้นพบโครงกระดูกมนุษย์โบราณ ประกอบด้วยหลุมโครงกระดูก 3 หลุม หลุมที่ใหญ่และสมบูรณ์ที่สุดจะอยู่กลางหมู่บ้านใกล้ ๆ กับพิพิธภัณฑ์ นักท่องเที่ยวที่มาที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทจะมีโอกาสได้เยี่ยมชมแหล่งโบราณคดีทั้ง 3 หลุมใน

วันที่สองของการมาพัก ซึ่งจะมีกิจกรรมการเยี่ยมชมหมู่บ้าน ลักษณะทางสถาปัตยกรรมของแหล่งโบราณคดี คือ จะเป็นการปลูกสร้างลักษณะคล้าย ๆ กับศาลา คือ มุงหลังคาด้วยกระเบื้องเพื่อบังแดดและฝน แต่ไม่มีฝาผนัง จึงเรียกว่าเป็น “แหล่งโบราณคดีกลางแจ้ง”

พิพิธภัณฑสถานปราสาทเป็นสถาปัตยกรรมที่ปลูกสร้างแบบผสมผสานคือ เป็นเรือนทรงไทยประยุกต์ 2 ชั้น ก่อสร้างด้วยไม้ผสมกับปูนเพื่อความมั่นคงแข็งแรง ภายในพิพิธภัณฑสถานประกอบไปด้วย โบราณวัตถุที่ขุดค้นพบจากหลุมโครงกระดูก และเครื่องมือเครื่องใช้โบราณพร้อมคำอธิบาย

### ภาพที่ 19

รูปภาพแสดงลักษณะสถาปัตยกรรม พิพิธภัณฑสถานและแหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท



- บ้าน แม้ว่าความเจริญด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ จะแผ่ขยายไปจนถึงชุมชนชนบทเกือบทั่วทั้งประเทศแล้ว แต่ที่บ้านปราสาทก็ยังคงมีสภาพบ้านเรือนที่เป็นบ้านไม้ ใต้ถุนสูง ซึ่งเป็นลักษณะบ้านไทยตามแบบโบราณให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสอยู่บ้าง อย่างไรก็ตามสภาพบ้านเช่นนี้ก็เพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น เพราะบ้านบางหลังที่ปลูกสร้างกันใหม่ก็นิยมที่จะสร้างเป็นบ้านตึกหรือบ้านปูนด้วยเหตุผลต่าง ๆ เช่น ความมั่นคงแข็งแรง บ่งบอกถึงฐานะของเจ้าของบ้าน เป็นต้น ซึ่งค่อนข้างขัดกับแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และความต้องการของคณะกรรมการชมรมฯ เพราะบ้านที่สร้างด้วย

ปูนจะสื่อสารออกมาถึงลักษณะของวัฒนธรรมตะวันตก ต่างจากบ้านไม้ที่สื่อสารถึงความเป็นไทยและ วัฒนธรรมการปลูกสร้างบ้านแบบไทย

เมื่อชาวบ้านเริ่มนิยมการสร้างบ้านด้วยปูนจึงขัดต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ซึ่ง เป็นการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้และศึกษาวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และความเป็น ตัวตนของแต่ละท้องถิ่น ถ้าเริ่มมีการก่อสร้างบ้านปูนมากขึ้นนักท่องเที่ยวก็จะขาดการศึกษาและเรียนรู้ ด้านสถาปัตยกรรมบ้านเรือน จุดขายของการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความสมบูรณ์ ทางคณะกรรมการชมรม ฯ จึงไม่ต้องการให้ชาวบ้านสร้างบ้านด้วยปูนหรือบ้านตึกหลังใหญ่โต ดังนั้นสิ่งหนึ่งที่คณะกรรมการชมรม ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) บ้านปราสาทได้เน้นและขอร้องสมาชิกในชมรมก็คือ การก่อสร้างบ้านเรือนที่ต้องการให้คงสภาพความเป็นบ้านชนบทโคราชให้มากที่สุด นั่นคือ เป็นบ้านไม้ได้ดูสูง ดังการให้สัมภาษณ์ของผู้ใหญ่เทียม ละอองกลาง ที่บอกไว้ว่า

“เรื่องการสร้างบ้านก็มีการคุยและคิดกันหนักเหมือนกันว่าจะทำอย่างไรดี เพราะ บ้านที่ปลูกสร้างมานานก็จะเริ่มผุพัง เราจึงพยายามหาทางแก้ไขปัญหา เพราะต้องการให้มีบ้านไม้ ไม่ต้องการให้มีบ้านตึกเกิดขึ้นแต่เดี๋ยวนี้ก็เกิดขึ้นแล้ว เคยไปพูดกับคนที่สร้างบ้านแบบตึก ให้นึกถึงสภาพ แวดล้อมของหมู่บ้าน แต่ก็ทำอะไรมากกว่าไม่ได้เพราะมันเป็นสิทธิของเขา เดี่ยวจะเป็นการไปบังคับ สิทธิของเขา จึงมีการประกาศตามเสียงตามสายเหมือนกันว่า อยากให้ช่วยกันรักษาสภาพแวดล้อมของ หมู่บ้าน เช่น รั้วบ้านอย่าให้มีการสร้างรั้วปูนควรจะทำให้เป็นรั้วกินได้” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

การมาที่พักทางวัฒนธรรมแล้วได้พบกับสภาพบ้านบางหลังคาเรือนเป็นบ้านตึก หลังใหญ่โต ก็สร้างความผิดหวังให้เกิดขึ้นกับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน โดยเฉพาะถ้าเป็นกลุ่ม นักอนุรักษ์ ดังที่ ผศ. เกษม ชำนาญดี ประธานสภาวัฒนธรรมและผู้อำนวยการสำนัก ศิลปวัฒนธรรม ของสถาบันราชภัฏพระนคร ซึ่งได้เดินทางมาพักที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาท ได้ ปรารภกับผู้วิจัยในระหว่างที่เที่ยวชมบริเวณหลุมโครงกระดูก เมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2544 ว่า

“รู้สึกผิดหวังเหมือนกันที่มาเจอบ้านตึกที่ใหญ่โตมโหฬารอยู่ภายในหมู่บ้าน แม้จะ เป็นเพียงหลังเดียวหรือสองหลัง โดยเฉพาะเมื่ออยู่ใกล้กับแหล่งโบราณคดี จะยิ่งทำให้ภูมิทัศน์ส่วนนี้ต้อง เสียไป ในความรู้สึกของอาจารย์นั้น เมื่อมาพักในหมู่บ้านตามชนบทก็ต้องการที่จะพักบ้านที่เป็นบ้านไม้ ธรรมดา ๆ มากกว่าที่จะมาพักบ้านตึก เพราะชีวิตความเป็นอยู่ในเมืองกรุงก็อัดอัดเหมือนถูกขังอยู่แล้ว”

คุณสมบัติ ละกำป็น ยังพูดถึงความความคาดหวังของตนเองที่มีต่อลักษณะบ้าน  
ของชาวบ้านปราสาท ไว้ว่า

“พูดถึงความคาดหวังก็ได้บ้างไม่ได้บ้าง ที่ได้ตามที่คาดหวังก็คือได้อยู่บ้านไม้ มีได้  
ดู แต่ก็ผิดหวังบ้างที่เห็นในหมู่บ้านมีบ้านปูนอยู่หลายหลังเหมือนกัน มันทำให้ดูเหมือนสังคมเมืองมาก  
ขึ้น” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ดังนั้นเพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทมีความ  
สมบูรณ์ของจุดขาย คือ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตของท้องถิ่น ชาวบ้านปราสาทจึงควรตระหนักและ  
ให้ความสำคัญต่อการก่อสร้างบ้านเรือน แม้จะเป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งของการท่องเที่ยวและเป็นเพียง  
ส่วนน้อยนิดจากบ้านพักทางวัฒนธรรมทั้งหมด ก็ยังส่งผลด้านจิตใจทำให้นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งรู้สึกผิดหวัง  
เมื่อใดที่หมู่บ้านเต็มไปด้วยตึกและบ้านปูนความน่าสนใจก็จะเริ่มลดน้อยลง คำว่า “หมู่บ้านชนบท” ก็  
จะหายไปและส่งผลต่อการเป็นที่พักทางวัฒนธรรม เพราะแม้คุณจะมีวัฒนธรรมที่งดงามแต่ขาดสภาพแวดล้อม  
อันเป็นเอกลักษณ์แห่งตัวตนที่แท้จริง ก็คงไม่สามารถเรียกได้ว่าเป็นที่พักทางวัฒนธรรม

#### ภาพที่ 20

รูปภาพแสดงลักษณะบ้านของชาวบ้านปราสาท



2.2.3 อุปกรณ์การแสดง สื่อพื้นบ้านที่เป็นอุปกรณ์การแสดงของชาวบ้านปราสาทจะสื่อออกมาทางเสื้อผ้าที่นักเรียนบ้านปราสาทได้สวมใส่ เพื่อการแสดงในการต้อนรับนักท่องเที่ยว เสื้อผ้าที่ใช้ในการแสดงก็จะมีรูปแบบตามลักษณะของการแสดงชุดต่าง ๆ แต่ชุดที่มีลักษณะเด่นและมีการบรรยายถึงความหมายของสีสันของชุดให้นักท่องเที่ยวฟัง ก็คือ ชุดรำทวาราวดี โดยชุดนี้จะตัดเย็บจากผ้า 2 สี ก็คือ สีน้ำเงินและสีเหลือง ซึ่งเป็นสีประจำโรงเรียนบ้านปราสาท

อาจารย์คนึงนิตย์ จอมกลาง อธิบายถึงความหมายของสีประจำโรงเรียนซึ่งเป็นสีของชุดรำทวาราวดีด้วยว่า

“สีเหลือง หมายถึง ดินแดนที่มีความสงบสุข และดินแดนที่มีการธำรงรักษาวัฒนธรรมประเพณีอันเก่าแก่ เพราะสิ่งของหลาย ๆ ประเภทที่เกี่ยวกับศาสนาพุทธมักจะมีสีเหลือง ส่วนสีน้ำเงิน หมายถึง ความแน่นแฟ้น” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ความหมายของสีชุดรำทวาราวดี จึงมีความหมายที่ตรงกับลักษณะทางสังคมของชาวบ้านปราสาท นั่นคือเป็นหมู่บ้านที่ประชาชนมีความสมัครสมานสามัคคี และช่วยกันธำรงรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมของบรรพบุรุษ จนสามารถนำมาก่อให้เกิดประโยชน์ในการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับตนเองได้

### ภาพที่ 21

รูปภาพแสดง การแสดงของนักเรียนบ้านปราสาท และลักษณะของชุดการแสดง





2.2.4 ของเล่นของใช้ บ้านปราสาทเป็นหมู่บ้านที่สืบทอดวัฒนธรรมหลาย ๆ อย่างจากบรรพบุรุษ บางสิ่งก็ยังใช้กันอยู่จนทุกวันนี้แต่บางสิ่งก็เก็บรักษาไว้ในพิพิธภัณฑ์ของหมู่บ้าน จึงทำให้ในวันนี้ชาวบ้านปราสาทยังคงมีของเล่นของใช้ที่ถือเป็นสืบทอดบ้านอยู่หลากหลาย ดังนี้

- เครื่องเรือนเครื่องใช้โบราณ ได้แก่ โบราณวัตถุที่ได้จากการขุดค้นหลุม โครงกระดูก เช่น หม้อดินเผา คนโทใส่น้ำ แวดินเผาซึ่งเป็นอุปกรณ์ทอผ้าของคนโบราณ ขวานที่ทำจากหิน เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีกระทายชูดมะพร้าว เต้าทำอาหารแบบโบราณ เครื่องมือล่าสัตว์ และเครื่องมือเครื่องใช้อื่น ๆ ตามแบบบ้านโคราชโบราณ เป็นต้น ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะจัดแสดงไว้ให้นักท่องเที่ยวได้ชมกันภายในพิพิธภัณฑ์บ้านปราสาท พร้อมทั้งคำอธิบายความเป็นมาและประโยชน์ใช้สอย

- เสื่อ เป็นเครื่องเรือนที่คุ้นเคยของคนไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะคนในชนบท เสื่อเป็นเครื่องเรือนที่ทุก ๆ บ้านจะมีเอาไว้ ที่บ้านปราสาทนักท่องเที่ยวจะได้พบเห็นการใช้ประโยชน์จากเสื่อในหลาย ๆ รูปแบบ ตั้งแต่การรับประทานอาหาร โดยเฉพาะในวันที่มีการบายศรีสู่ขวัญ ชาวบ้านจะปูเสื่อไว้ให้นักท่องเที่ยวได้นั่งรับประทานอาหาร หรือแม้แต่ในระหว่างที่มีพิธีบายศรีสู่ขวัญก็ยังนั่งทำพิธีกันบนเสื่อ จนถึงเวลาอน ที่นอนที่ชาวบ้านเตรียมไว้ให้ก็ยังถูกพับทับลงบนเสื่อ เพื่อป้องกันไม่ให้ที่นอนสกปรก

- ผ้าทอพื้นบ้าน ที่บ้านปราสาทเป็นหมู่บ้านหนึ่งที่มีวัฒนธรรมการทอผ้ามาตั้งแต่บรรพบุรุษ จนถึงปัจจุบันผู้หญิงบางคนในหมู่บ้านก็ยังสามารถและสืบทอดการทอผ้ากันอยู่ แต่ที่แปลกและยากที่จะเห็นได้จากที่อื่น ๆ ก็คือ ที่บ้านปราสาทนี้มีผู้ชายอยู่คนหนึ่ง ยึดอาชีพทอผ้าอย่างเป็นล่ำเป็นสันและเป็นประธานกลุ่มทอผ้าของหมู่บ้านอีกด้วย นั่นก็คือ คุณลุงสุภาพ แนบกลาง คุณลุงได้บอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับการทอผ้าไว้ว่า

“เดิมทีคนสมัยก่อนเขาก็ทำกัน อย่างรุ่นแม่ลุงเขาก็ทอผ้าฝ้ายใช้กันเอง แต่อยู่มาก็เลิกทอกันเพราะซื้อของเจ๊กมันสะดวกกว่า ลุงเห็นว่าทอผ้ายังไม่มีการรื้อฟื้นก็เลยสนใจที่จะมาทำ เพราะแฟนลุงก็พอจะมีความรู้เรื่องทอผ้าอยู่บ้าง” (สัมภาษณ์, 29 มีนาคม 2544.)

นอกจากคุณลุงสุภาพแล้ว คุณลุงอุทัย ทักกลาง ก็ได้บอกเล่าถึงผ้าทอของบ้านปราสาทไว้ว่า

“ตอนที่ผมเป็นหนุ่มเขาจะใส่ผ้าทอสีขาวย้อมครามกัน รู้สึกว่ามันเท่ดี ส่วนชุดทำนาก็ย้อมด้วยเปลือกไม้ให้เป็นสีดำ ๆ เทา ๆ” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

## ภาพที่ 22

รูปภาพแสดง คุณลุงสุภาพ แขนบกลาง ผู้ชายที่สืบสานวัฒนธรรมการทอผ้า



- **ผลิตภัณฑ์จากต้นตาล** ชาวบ้านปราสาทเรียนรู้จากนำเอาวัสดุจากต้นตาลมาประดิษฐ์เป็นสิ่งของสำหรับใช้สอยมาเป็นเวลายาวนานแล้วและที่เด่นชัดประกอบไปด้วย โต๊ะเก้าอี้จากก้านตาลและหมวกสานจากใบตาล คุณลุงสุภาพ แขนบกลาง เล่าให้ฟังว่า

“การทำเก้าอี้จากก้านตาลของบ้านปราสาทเคยโด่งดังถึงขนาดนิคมสารบ้านและสวนเคยมาสัมภาษณ์และนำเรื่องราวการทำเก้าอี้ของคุณลุงลงในนิตยสารด้วย เพราะสมัยที่คุณลุงยังทำอยู่นั้นมีการนำเอาเสื่อที่ทอกันในหมู่บ้านมาอยู่กับโต๊ะและเก้าอี้ด้วย ทำให้มีความสวยงามและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่ทุกวันนี้ต้นตาลในหมู่บ้านเริ่มเหลือน้อยเพราะคนไม่นิยมปลูกกันทำให้ลุงหยุดทำ ส่วนคนที่ยังทำอยู่ก็ไม่ได้ทำแบบเป็นล่ำเป็นสันกันสักเท่าไร” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

### ภาพที่ 23

รูปภาพแสดงภาพเก้าอี้ที่ผลิตขึ้นจาก้านตาล



ในส่วนของหมวกก็เป็นเครื่องใช้ที่คุ้นเคยกันดีทั้งคนในเมืองและชนบท วิวัฒนาการของหมวกมีมาตั้งแต่โบราณ เพราะคนไทยส่วนใหญ่มีอาชีพทำการเกษตร ต้องทำงานกลางแจ้ง แดดจ้า หมวกจึงเป็นเครื่องใช้ที่มีไว้สวมใส่เพื่อป้องกันความร้อนจากแสงแดด ที่บ้านปราสาทมีการสานหมวกตั้งแต่ยังไม่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรม หมวกที่ชาวบ้านทำใช้กันเป็นหมวกที่ทำจากใบตาล โดยเก็บใบตาลมาจากต้นตาลที่เกิดอยู่ตามทุ่งนามาเป็นวัสดุในการทำ และปัจจุบันหมวกจากใบตาลก็เป็นสินค้าที่นักท่องเที่ยวนิยมที่จะซื้อไปเป็นของที่ระลึกเพราะมีราคาไม่แพงเพียงใบละ 30 – 50 บาท ตามขนาดของหมวก

คุณยายทิพย์ ถ้ำกลาง เป็นผู้หนึ่งที่มีความเชี่ยวชาญการทำหมวกใบตาล เล่าว่า

“ยายไปวัดแล้วเห็นคนแก่ที่วัดเขาเอาใบตาลมาสานเป็นหมวก ยายก็นั่งดูเขาทำ พอเขาหยุดเคี้ยวหมากยายก็เลยลองเอามาทำดูก็ทำได้ก็เลยหัดทำมาเรื่อยจนทุกวันนี้ ทางอำเภอเขาไม่ให้ยายหยุดทำ เขาให้ยายเป็นตัวแทนอำเภอไปแสดงตามงานต่าง ๆ ด้วย” (สัมภาษณ์, 29 มีนาคม 2544.)

ปัจจุบันคุณยายทิพย์ จิ๊งยังยึดอาชีพสานหมวก และสอนให้กับเยาวชนในหมู่บ้านรวมทั้งนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจด้วย

## ภาพที่ 24

รูปภาพแสดง คุณยายทิพย์ ถ้ำกลาง กับงานสานหมวกที่ยึดเป็นอาชีพมานาน



- เครื่องดนตรีไทย ที่บ้านคุณลุงอุทัย ทัพกลาง ซึ่งเป็นประธานกลุ่มวงมโหรีบ้านปราสาท เป็นบ้านที่นักท่องเที่ยวจะมีโอกาสได้สัมผัสกับเครื่องดนตรีไทย เพราะคุณลุงอุทัยเป็นผู้ที่มีความสามารถทั้งด้านการเล่นดนตรีและทำเครื่องดนตรี ที่มีทั้งเครื่องดนตรีที่คุณลุงทำไว้แสดงให้นักท่องเที่ยวชมและให้ได้เลือกซื้อกัน คุณลุงมีความสามารถในการทำเครื่องดนตรีหลายชนิด เช่น ซอประเภทต่าง ๆ และวันที่ผู้วิจัยไปเก็บข้อมูลก็พบว่าคุณลุงกำลังทำพิณจากไม้ประดู่ คุณลุงอุทัย พูดถึงการอนุรักษ์ดนตรีไทยไว้ว่า

“ผมกลัวเหมือนกันว่านับวันมันจะเสื่อมสูญไป เราจะต้องรีบช่วยกันอนุรักษ์ เหมือนกับวงมโหรีเหมือนกัน ผมก็เลิกเล่นมานาน แต่เมื่อเห็นว่าไม่มีใครสนใจสืบทอดก็มาคิดว่าถ้าเราไม่เริ่มมันก็จะหายไปเลย จึงมาเริ่มทำเครื่องดนตรีมาเริ่มเล่นดนตรีอีกครั้ง โดยเฉพาะการทำนี้หาคนทำเป็นยาก มีแต่คนเล่นเป็นแล้วก็ซื้อเครื่องดนตรีที่มีขายในตลาดมาเล่นกัน ผมอยากจะทำอนุรักษ์การทำเครื่องดนตรีไว้ให้ลูกหลาน” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ปัจจุบันคุณลุงอุทัยจึงพยายามที่จะหาเยาวชนในหมู่บ้านที่มีความสนใจในเรื่องเครื่องดนตรีไทยมาช่วยกันสืบสานและอนุรักษ์ด้วย แต่ก็ยังมีปัญหาที่ส่วนใหญ่จะมีแต่คนที่สนใจการเล่นดนตรีไทย แต่คนที่จะทำเครื่องดนตรีหาได้ยาก เพราะจะต้องมีใจรักจริง ๆ มีความละเอียดอ่อนและอดทนที่จะเรียนรู้

- เครื่องสีข้าวและครกกระเดื่อง ที่บ้านของคุณลุงอุทัย ทัพกลาง เป็นบ้านที่นักท่องเที่ยวจะได้มีโอกาสได้พบและสัมผัสกับเครื่องมือเครื่องใช้โบราณหลายชนิด รวมทั้งเครื่องสีข้าวและครกกระเดื่องที่มีไว้สำหรับตำข้าว หรือตำแป้งทำขนมแบบโบราณด้วย

คุณลุงอุทัย บอกว่า ต้องการเก็บสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ไว้เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้มาดูกันว่าคนไทยในอดีตเขาสีข้าวกันอย่างไร เวลาที่จะเตรียมแป้งสำหรับทำอาหารเขาทำกันอย่างไร ซึ่งทุกวันนี้ครอบครัวของคุณลุงอุทัยก็ยังคงใช้ประโยชน์จากครกกระเดื่องอยู่ เช่น เวลาที่จะทำขนมจิ้นกินกันในครอบครัวก็ใช้ครกกระเดื่องสำหรับตำแป้งขนมจิ้น สำหรับเครื่องสีข้าวนอกจากจะนำมาไว้ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์แล้ว ลุงอุทัยยังมีความตั้งใจว่าจะเอาไว้สีข้าวกลองจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวในราคาถูก เพื่อส่งเสริมการรับประทานข้าวกลอง

### ภาพที่ 25

รูปภาพแสดง “เครื่องสีข้าว” สีสู่พื้นบ้านประเภทของเล่นของใช้ ของบ้านปราสาท



## ภาพที่ 26

รูปภาพแสดง “ครกกระเดื่อง” สือพื้นบ้านประเภทของเล่นของใช้ ของบ้านปราสาท



- ชันโตก เมื่อพูดถึงชันโตก มักจะนึกถึงภาชนะที่ใช้สำหรับจัดสำหรับอาหารทางภาคเหนือ แต่ปัจจุบันนี้วัฒนธรรมการรับประทานอาหารโดยใช้ชันโตกในการจัดสำรับได้แพร่กระจายไปเกือบทั่วประเทศ รวมทั้งที่จังหวัดนครราชสีมาด้วย ในหลาย ๆ ครั้งที่มีการจัดงานเลี้ยงรับประทานอาหารค่ำแบบไทย ๆ ก็มักจะมีชันโตกเป็นภาชนะจัดสำหรับอาหารกันเสมอ ๆ เช่น “คีน กินเซ่าค้ำ” (รับประทานอาหารเย็น) ในงาน “เที่ยวโคราช ของดีตะดาต” ซึ่งอาจจะเรียกได้ว่าเป็นการหยิบยืมทางวัฒนธรรมจนกลายมาเป็นวัฒนธรรมอันดีงามที่ช่วยกันสืบทอดเอาไว้ เพราะชันโตกทำให้เกิดความสะดวกในการจัดสำหรับอาหารและสะดวกในการนั่งรับประทาน

ดังนั้นที่บ้านปราสาทนักท่องเที่ยวก็จะได้สัมผัสกับวิธีการรับประทานอาหารโดยใช้ชันโตกคล้าย ๆ กับการรับประทานอาหารในภาคเหนือ จะต่างกันก็เฉพาะอาหารที่จัดไว้ในสำรับที่เปลี่ยนจากอาหารทางภาคเหนือมาเป็นอาหารทางภาคอีสานแทน โดยเฉพาะอาหารที่เป็นอาหารพื้นบ้านโคราช

## ภาพที่ 27

รูปภาพแสดง “ขันโตก” สื่อพื้นบ้านประเภทของเล่นของใช้ซึ่งใช้จัดสำรับอาหาร



- ตะเกียง เป็นเครื่องใช้อีกอย่างหนึ่งในอดีตเคยมีความสำคัญต่อชาวบ้าน ปราสาท เพราะในอดีตที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้ ยามค่ำคืนชาวบ้านได้อาศัยแสงสว่างจากตะเกียงเป็นหลัก แต่เมื่อความเจริญก้าวเข้าไปถึง ชาวบ้านมีไฟฟ้าใช้แทนตะเกียงแล้ว แต่ชาวบ้านก็ยังไม่ลืมประโยชน์ของ ตะเกียง ดังนั้นเมื่อมีนักท่องเที่ยวมาที่พิกทางวัฒนธรรม ชาวบ้านปราสาทจึงเลือกใช้ตะเกียงเป็น อุปกรณ์ให้แสงสว่างจุดเรียงรายเป็นแถวไปตามถนนหน้าโรงเรียน

ผู้ใหญ่เทียม ละอองกลาง พูดถึง ความสำคัญของตะเกียงไว้ว่า

“จุดขายของเราคือที่พิกทางวัฒนธรรม เราจึงต้องเน้นในส่วนนี้มาก อยากให้ ชาวบ้านอนุรักษ์วัฒนธรรมเก่าแก่ที่เรายังหลงเหลืออยู่ เช่น เมื่อมีนักท่องเที่ยวมาเราจะจุดตะเกียงจาก ทางเข้าโรงเรียนจนถึงหอประชุม เพื่อให้รู้ว่าเมื่อก่อนเรายังไม่มีไฟฟ้าชาวบ้านได้อาศัยแสงสว่างจาก ตะเกียง” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

- กระสุนไม้ เป็นอาวุธสำหรับล่าสัตว์ของคนในสมัยโบราณ ลักษณะคล้ายคัน ธนู และใช้ก่อนดินเหนียวปั้นเป็นทรงกลม หรือก่อนหินเป็นลูกกระสุนแทนลูกธนู ลูกอุทัย ทัพกลาง ได้สืบ ทอดการทำกระสุนไม้จากบรรพบุรุษเอาไว้เพราะไม่ต้องการให้เครื่องมือเครื่องใช้ประเภทนี้สูญหายไป โดยกระสุนไม้ที่คนอุทัยได้ทำขึ้นนั้นส่วนหนึ่งจะมีไว้แสดงให้เห็นนักท่องเที่ยวที่บ้านของคุณลุง อีกส่วน

จะส่งให้ร้านค้าในหมู่บ้านเพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว คุณลุงเล่าว่า บ่อยครั้งเหมือนกันที่นักท่องเที่ยวมาเห็นแล้วก็ซื้อไปเพราะเห็นว่ามันแปลก ไม่เคยได้เห็นจากที่อื่น

### ภาพที่ 28

รูปภาพแสดง “กระสุนไม้” เครื่องมือล่าสัตว์ที่เป็นสื่อพื้นบ้านประเภทของเล่นของใช้



- เครื่องใช้และของที่ระลึกจากกะลามะพร้าว เช่น ทัพพีตักข้าว กระบวยตักน้ำ เข็มขัด และตัวดาดา (โครงกระดูกแกะสลักจากกะลามะพร้าว) ล้วนเป็นฝีมือการประดิษฐ์ของคุณลุงอุทัย ทัพกลาง โดยนักท่องเที่ยวสามารถชมฝีมือการประดิษฐ์สิ่งของต่าง ๆ เหล่านี้ได้เมื่อได้ร่วมกิจกรรมการเยี่ยมชมกลุ่มอาชีพ รวมทั้งถ้านักท่องเที่ยวคนใดต้องการซื้อสิ่งของเหล่านี้ไปไว้ใช้หรือฝากญาติพี่น้องก็สามารถหาซื้อได้ที่บ้านของคุณลุงหรือที่ร้านค้าขายของที่ระลึกในหมู่บ้าน

คุณลุงอุทัย ได้พูดถึง เครื่องใช้ที่ประดิษฐ์ขึ้นจากกะลามะพร้าวไว้ว่า

“ความจริงแล้ว การทำสิ่งของต่าง ๆ จากกะลามะพร้าวมันมีมานานแล้ว คนสมัยก่อนเขาก็เอากะลามะพร้าวมาเป็นกระบวยตักน้ำดื่มที่ใส่เอาไว้ในโอ่งดินเผา ส่วนตัวดาดา ลุงก็ดูตัวอย่างจากโครงกระดูกในหลุม ตอนทำแรก ๆ ท่านรัฐมนตรี จุรินทร์ ลักษณะวิศิษย์ ท่านมาเห็นลุงทำท่านก็ชอบนะ ถามลุงว่าอยากได้เครื่องมืออะไรเพิ่มเติมสำหรับเอาไว้ทำสิ่งของพวกนี้ไหม” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)



- ชุดแต่งกายพื้นบ้าน การแต่งกายของชาวบ้านปราสาทก็จะเป็นลักษณะของชาวบ้านในชนบททั่วไป คือ ผู้หญิงส่วนใหญ่ก็นุ่งผ้าถุง โดยเฉพาะคนเฒ่าคนแก่ ซึ่งเป็นลักษณะการแต่งกายของผู้หญิงไทยตั้งแต่โบราณ ส่วนสาว ๆ วัยรุ่นหรือคนวัยกลางคนก็จะนุ่งกางเกงกันเป็นส่วนใหญ่ สำหรับผู้ชายในหมู่บ้านก็จะสวมกางเกงขาสั้นบ้างขายาวบ้าง บางคนก็จะมีผ้าขาวม้าคาดพุงตามแบบฉบับผู้ชายไทยในชนบทตั้งแต่โบราณที่นิยมการคาดพุงด้วยผ้าขาวม้า โดยเฉพาะเวลาไปไร่ไปนา ก็อาจจะใช้ผ้าขาวม้าผูกมัดสิ่งของ หรือใช้ผูกเป็นสายสะพายอุปกรณ์การทำไร่ทำนา

สิ่งที่สังเกตได้จากการแต่งกายของชาวบ้านก็คือ ในระหว่างที่มีนักท่องเที่ยวมาที่พิพิธภัณฑสถาน จะเห็นชาวบ้านที่อยู่ในกลุ่มชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พิพิธภัณฑสถาน) สวมใส่เสื้อที่มีการสกรีนรูปโครงกระดูกและหม้อโบราณ พร้อมกับข้อความ “แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท” ซึ่งโครงกระดูกและหม้อโบราณที่ใช้เป็นสัญลักษณ์ของเสื้อประจำชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พิพิธภัณฑสถาน) เป็นสื่อที่แสดงออกถึงลักษณะเด่นของหมู่บ้านว่าเป็นหมู่บ้านที่มีแหล่งโบราณคดีที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์

ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นว่าลักษณะของเนื้อผ้าที่สวมใส่จะมีความแตกต่างกันไปบางคนจะสวมแบบผ้าม่อฮ่อม บางคนก็จะสวมแบบผ้ายืด

จากการพูดคุยกับชาวบ้าน ทำให้ได้ทราบว่า เสื้อของชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พิพิธภัณฑสถาน) มีความแตกต่างกันก็เพราะว่า ผ้าม่อฮ่อมซึ่งเป็นผ้าไทยประเภทหนึ่งนั้น มีราคาแพงกว่าผ้ายืด บางคนที่ไม่ค่อยจะมีเงินจึงเลือกแบบผ้ายืดกันมากกว่าเพราะว่ามีราคาถูกกว่า

เครื่องเล่นเครื่องใช้ของชาวบ้านปราสาทที่เป็นสื่อพื้นบ้าน และชาวบ้านได้ใช้ให้เกิดประโยชน์สนับสนุนการท่องเที่ยวที่พิพิธภัณฑสถานไม่ได้มีเพียงเท่าที่ได้ยกตัวอย่างมาเท่านั้น แต่ที่ยกตัวอย่างมานี้ถือว่าเป็นสื่อเด่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวทุกคนที่ไปเที่ยวที่พิพิธภัณฑสถานได้พบเห็นตามขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยว ยังมีสื่อพื้นบ้านอื่น ๆ ที่อาจจะได้พบเจอตามบ้านเรือนที่นักท่องเที่ยวไปพัก เช่น บางบ้านอาจจะมีกระต่ายขูดมะพร้าวแบบโบราณ หรือตะกร้า กระบุง เป็นต้น ดังเช่น ที่ผู้วิจัยได้ไปเที่ยวชมร้านค้าในหมู่บ้านร้านหนึ่ง ภายในร้านมีกระบุงแบบโบราณขนาดใหญ่ สอบถามกับเจ้าของร้านทราบว่า เป็นกระบุงเก่าแก่ของบรรพบุรุษก็เลยเอามาตั้งแสดงไว้ในร้านให้นักท่องเที่ยวได้ชมกัน

ภาพที่ 29  
รูปภาพแสดง ชุดแต่งกายของผู้หญิงชาวบ้านปราสาท



### 2.3 ครรลองโสตทัศน์ ได้แก่

2.3.1 การพ็อนรำ สื่อพื้นบ้านในรูปแบบของการพ็อนรำนั้นชาวบ้านจะสื่อออกมาผ่านการแสดงของนักเรียน โดยระหว่างที่นักท่องเที่ยวกำลังรับประทานอาหารในคืนที่มีการแสดงต้อนรับ จะมีการแสดงของนักเรียนโรงเรียนบ้านปราสาท การแสดงที่เลือกใช้เพื่อแสดงให้ชมนั้นจะมีทั้งการแสดงที่เป็นศิลปะของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และการแสดงที่บ่งบอกถึงยุคสมัยของแหล่งโบราณคดีของหมู่บ้านอันได้แก่

- การแสดงชุดรำทวาราวดี คือศิลปะการแสดงที่ได้รับอิทธิพลจากการขยายอาณาจักรทวาราวดีทั่วภาคอีสาน ชาวบ้านปราสาทจึงเลือกรำชุดนี้แสดงให้นักท่องเที่ยวได้ชม

เพื่อเป็นการสื่อสารให้ทราบว่า จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์พบว่าแหล่งโบราณคดีที่บ้านปราสาทนั้นมีช่วงเวลาหนึ่งที่อยู่ในยุคของอาณาจักรทวารวดี

- **รำเซ็ง** ซึ่งเป็นศิลปะการแสดงประจำภาคอีสาน ลักษณะเด่นของรำเซ็งคือ จังหวะดนตรีที่สนุกสนาน ดนตรีของรำเซ็งจะบรรเลงด้วยแคนและพินเป็นหลัก ซึ่งเครื่องดนตรีทั้งสองประเภทนี้เป็นเครื่องดนตรีประจำภาคอีสาน หรือบางครั้งก็จะบรรเลงโดยวงโปงลาง

การรำเซ็งจะแสดงโดยนักเรียนของโรงเรียนบ้านปราสาท โดยดนตรีที่ใช้ในการรำจะใช้วิธีการเปิดเพลงจากเครื่องเล่นเทป เพราะที่นี้ไม่มีวงโปงลางที่จะมาเล่นเพลงรำเซ็งได้

รำทวารวดีและรำเซ็งเป็นศิลปะการแสดงที่ช่วยจรรโลงชีวิตชีวาและความเพลิดเพลินระหว่างรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งนัก เพราะชาวบ้านได้เลือกให้มีการแสดงทั้งสองชุดนี้ในระหว่างที่นักท่องเที่ยวกำลังรับประทานอาหารเช้า เพื่อให้การรับประทานอาหารไม่เจียบเหงาแต่กลับมีความเพลิดเพลิน เพิ่มอรรถรสของการรับประทานอาหาร ซึ่งการชมการแสดงระหว่างรับประทานอาหารเช้า หากไม่ได้มาพักที่พักรักษาตัวที่อุทยานประวัติศาสตร์บ้านปราสาทแล้ว ก็จะพบเห็นได้ก็แต่ตามโรงแรมชั้นเลิศเท่านั้น และจะต้องเสียค่าบริการเพิ่มเติมอีกไม่ใช่น้อย แต่เมื่อมาที่นี่และต้องการชมการแสดงระหว่างรับประทานอาหารเช้าก็มีค่าการแสดงเพิ่ม 500 บาทต่อนักท่องเที่ยว 1 คนเท่านั้น

2.3.2 การละเล่น ชาวบ้านปราสาทได้เลือกเอา “รำวง” ซึ่งเป็นการละเล่นประจำชาติมาบรรจุไว้เป็นกิจกรรมตัวหนึ่งของการมาพักที่พักรักษาตัวที่อุทยานประวัติศาสตร์ เพราะการรำวงเป็นการละเล่นที่เป็นที่นิยมกันในโอกาสมงคลต่าง ๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ สงกรานต์ หรืองานบวช เป็นต้น

การรำวงเป็นการละเล่นที่สามารถร่วมสนุกกันได้ทุกผู้ทุกคน ไม่ว่าจะเป็เด็กหรือผู้ใหญ่ ไม่จำกัดภาคหรือเชื้อชาติ สำหรับคนไทยการรำหรือรำวงเป็นสิ่งที่รู้จักและนิยมกันทั่วทุกภาค หรือแม้ว่านักท่องเที่ยวที่มาพักที่พักรักษาตัวที่อุทยานประวัติศาสตร์จะเป็นชาวต่างชาติก็ยังสามารถร่วมรำวงกับชาวบ้านได้ แม้จะไม่เข้าใจในสำนวนภาษาที่ใช้แต่งเป็นเนื้อเพลง ก็อาศัยการสื่อสารกันด้วยเสียงดนตรี ความสนุกสนานของจังหวะดนตรีก็ทำให้ผู้คนมาร่วมรำวงด้วยกันได้ โดยเฉพาะถ้านักท่องเที่ยวเป็นชาวต่างชาติก็จะมีโอกาสได้เรียนรู้ทำรำวงจากการฝึกหัดให้โดยชาวบ้าน

คุณนริญา ข่ายกระโทก เป็นผู้หนึ่งที่มีโอกาสได้ไปที่พักรักษาตัวที่อุทยานประวัติศาสตร์บ้านปราสาท พுகถึงการรำวงไว้ว่า

“เขาจะมีการแสดงพื้นบ้านของเขาที่แสดงให้เราดู มีโอกาสได้ร่วมรำวงกับชาวบ้าน ซึ่งเป็นการสืบสานวัฒนธรรมที่ดี ชอบมาก” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

2.3.3 พิธีการและวิถีชีวิต ,พิธีการที่โดดเด่นมากในกิจกรรมการต้อนรับนักท่องเที่ยวของบ้านปราสาทประกอบไปด้วย

- พิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นพิธีที่จะพบได้ในงานสำคัญ ๆ ที่เป็นงานมงคลในภาคอีสานและภาคเหนือ โดยปกติแล้วพิธีบายศรีสู่ขวัญจะจัดขึ้นในคืนวันแรกที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาที่บ้านปราสาท คล้าย ๆ กับเรื่องเล่าในตำนานการบายศรีสู่ขวัญที่ว่าเป็นการรับขวัญของคนที่ผ่านมาทาง หรือผจญอันตรายมา ซึ่งในอดีตก็เป็นเรื่องของการรอดตายมาจากสงคราม

คุณลุงช่วย แรมพิมาย ประธานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) บ้านปราสาท บอกไว้ว่า

“กิจกรรมทุก ๆ กิจกรรม มีความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมของบ้านปราสาท แต่ที่เด่น ๆ คิดว่าน่าจะเป็นการบายศรีสู่ขวัญ เพราะที่อื่น ๆ เขาไม่มีกัน” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ในส่วนของอาจารย์จัญญ์ จอมกลาง ก็ได้ยกให้การบายศรีสู่ขวัญเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมที่โดดเด่นของบ้านปราสาทด้วยเช่นกัน

“วัฒนธรรมดั้งเดิมที่นำมาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม นอกจากการต้อนรับด้วยอัญมณีไม้ตรี ก็ยังมีการบายศรีสู่ขวัญ และอาหารพื้นบ้าน” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

พิธีบายศรีสู่ขวัญเป็นสื่อพื้นบ้านที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมของบ้านปราสาทได้มาก โดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังที่คุณวิโรจน์ ศรีวราพันธ์ ชาวจังหวัดตรังพูดถึงพิธีบายศรีสู่ขวัญว่า

“ไม่คิดว่าจะมีโอกาสได้มาร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เพราะเป็นคนใต้ ที่โน่นไม่มีพิธีเช่นนี้” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

คุณกมล แก้วดี ก็เป็นอีกผู้หนึ่งที่ประทับใจพิธีบายศรีสู่ขวัญแม้จะเคยร่วมพิธีนี้มาแล้วครั้งหนึ่งที่ภาคเหนือ

“ประทับใจในพิธีบายศรีสู่ขวัญ เพราะมันเป็นพิธีที่ดีที่คนไทยยังนิยมกันอยู่ เพราะโอกาสที่เราจะได้พบกันอย่างนี้มันมีน้อย เป็นการสร้างความประทับใจว่าเรามาที่นี่แล้วมาเจอหน้าใจ เจอการต้อนรับที่จริงใจ” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

นักท่องเที่ยวอีกคนหนึ่งที่ประทับใจในพิธีบายศรีสู่ขวัญก็คือคุณ ปราณวิทย์ ธีรภาพธรรมกุล ชาวกรุงเทพมหานคร

“วัฒนธรรมที่ประทับใจมาก ก็คือ การบายศรีสู่ขวัญ เพราะไม่เคยรู้จัก ไม่เคยได้ร่วมพิธีอย่างนี้มาก่อน มันเป็นพิธีกรรมที่น่าเลื่อมใส เรามาจากถิ่นอื่นเราก็รู้สึกอุ่นใจ” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

พิธีบายศรีสู่ขวัญจึงเปรียบเสมือนตัวแทนที่แสดงออกถึงการต้อนรับอันอบอุ่น ที่ชาวบ้านมีต่อนักท่องเที่ยว มีชาวบ้านจำนวนมากมาร่วมพิธี ความอบอุ่นด้านจิตใจของนักท่องเที่ยวก็เริ่มต้นได้ตั้งแต่ครั้งแรกที่เห็นชาวบ้านมาคอยต้อนรับ จนกระทั่งถึงเวลาผูกข้อมือด้วยด้านสายสิญจ์ตามรูปแบบของพิธีชาวบ้านก็จะพร้อมใจกันนำด้านสายสิญจ์จากพานบายศรีซึ่งผ่านการทำพิธีและคำสวดมาแล้ว มาผูกข้อมือรับขวัญนักท่องเที่ยวพร้อมกับคำพูดต่าง ๆ ที่เป็นศริมงคล เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้พักอยู่ในหมู่บ้านอย่างอบอุ่นใจ

การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ นอกจากความประทับใจสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มีโอกาสร่วมพิธีเป็นครั้งแรกแล้ว ความสำคัญของพิธีบายศรีสู่ขวัญก็คือ นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น รวมทั้งการสร้างความรู้สึกทางจิตใจว่านักท่องเที่ยวจะสามารถพักอาศัยและท่องเที่ยวอยู่ในบ้านปราสาทได้ด้วยความอบอุ่นใจ ปลอดภัยจากอันตรายที่มองไม่เห็น

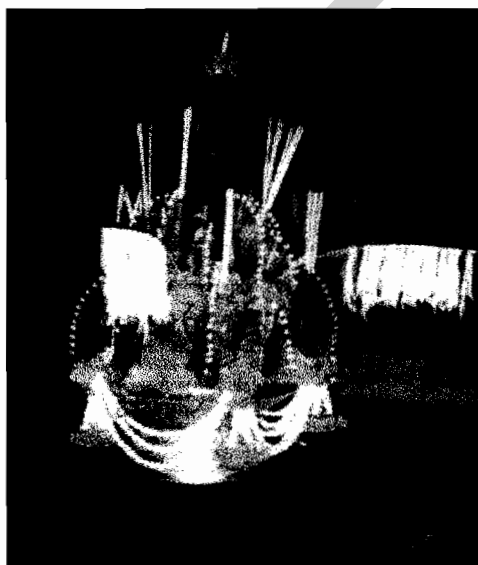
ภาพที่ 30

รูปภาพแสดง คุณบัวพวง แรมพิมาย ขณะกำลังทำพานบายศรี



ภาพที่ 31

รูปภาพแสดงพานบายศรีที่ทำเสร็จสมบูรณ์เพื่อใช้ประกอบพิธีบายศรีสู่ขวัญ



- ตักบาตรยามเช้า การตักบาตรถือได้ว่าเป็นวิถีชีวิตและกิจวัตรประจำวันของพุทธศาสนิกชนที่ได้ยึดปฏิบัติมาเป็นเวลายาวนาน บ้านปราสาทก็เป็นหมู่บ้านหนึ่งที่ชาวบ้านทั้งหมู่บ้านนับถือศาสนาพุทธ ดังนั้นชาวบ้านถึงใช้วัฒนธรรมการทำบุญตักบาตรยามเช้ามาแปรเป็นทุนวัฒนธรรมได้อย่างลงตัว โดยตอนเช้าเจ้าของบ้านแต่ละหลังจะเตรียมดอกไม้ ข้าวและกับข้าวไว้ให้นักท่องเที่ยวที่พักที่บ้านของตนได้ใส่บาตร

คุณสมบัติ ละกำปัน พูดถึงการได้มาตักบาตรที่บ้านปราสาทว่า

“ที่ประทับใจมากก็คือ ได้ตื่นเข้ามาใส่บาตรพร้อม ๆ กับชาวบ้าน เพราะปกติก็จะชอบใส่บาตรอยู่แล้ว” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

คุณวิโรจน์ ศรีวรพันธ์ พูดถึงความประทับใจไว้ว่า

“ประทับใจที่เขายังรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิม เช่น ตอนเช้ามีการตักบาตร” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ส่วนสำคัญที่ทำให้การตักบาตรสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้นั้น อาจสืบเนื่องมาจากการที่ผู้คนส่วนใหญ่ในประเทศนับถือศาสนาพุทธ การตักบาตรยามเช้าของชาวบ้านและให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมด้วยจึงเป็นกิจกรรมที่ดึงดูดใจและแสดงออกถึงการดำรงรักษาและสืบทอดพระพุทธศาสนา ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อจิตใจของนักท่องเที่ยว สร้างความแตกต่างจากการท่องเที่ยวที่อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวอาจจะไม่มีโอกาสได้เริ่มเช้าวันใหม่พร้อมกับความอึดใจจากการทำบุญตั้งแต่เช้า

- วิถีชีวิตเกี่ยวกับการส่งและลาญาติที่มาเยี่ยม ซึ่งเป็นวิถีชีวิตตามแบบไทย ตั้งแต่อดีตเวลาที่มีญาติหรือบุคคลที่เคารพนับถือมาเยี่ยมเยือนที่บ้าน ก่อนที่แขกจะกลับเจ้าของบ้านก็มักจะเตรียมสิ่งของไว้ให้เป็นของฝากที่ระลึกหรืออาจจะเป็นอาหารไว้ให้รับประทานระหว่างการเดินทาง ซึ่งที่บ้านปราสาทนักท่องเที่ยวจะมีโอกาสได้สัมผัสกับวิถีชีวิตเช่นนี้ด้วย

จากที่ผู้วิจัยสังเกตระหว่างการเดินทางไปพักเพื่อเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้พบกับภาพที่ประทับใจดังที่ชาวบ้านบอกไว้ว่า ชาวบ้านจะดูแลนักท่องเที่ยวเหมือนเป็นญาติคนหนึ่ง และการกระทำของชาวบ้านก็เกิดจากความห่วงใยที่แสดงถึงน้ำใจอันเป็นมิตร

ก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางกลับจะเห็นภาพชาวบ้านที่เป็นเจ้าของบ้านแต่ละหลังถืออาหารและสิ่งของติดไม้ติดมือมาแทบทุกคน บางคนก็ถือกล้วยน้ำว้า บางคนก็ถือขนมของกลุ่มแม่บ้าน บ้างก็ถือสิ่งของที่ระลึกที่เป็นฝีมือของกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในหมู่บ้าน ทุกคนนำมาด้วย

ความตั้งใจที่ตรงกันคือ เพื่อนำมามอบให้เป็นที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวที่มาพักบ้านของตน แสดงออกถึงความมีน้ำใจของชาวบ้านที่นักท่องเที่ยวไม่ได้จากการไปท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นหรือในสถานที่อื่น ๆ สำหรับผู้วิจัยก็ได้รับเหรียญ “หลวงพ่อกุณ ปริสุทธิ” ซึ่งเป็นเกจอาจารย์ชื่อดังของโคราชเป็นที่ระลึกจากคุณลุงช่วย แรมพิมาย เจ้าของบ้านพักที่ผู้วิจัยไปพัก

2.3.4 ภาษาท่าทาง สื่อพื้นบ้านประเภทครรลองโสดทัศนในลักษณะของภาษาท่าทาง เป็นสื่อที่สำคัญมากอีกอย่างหนึ่งต่อการจัดการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม อันเนื่องมาจากเป็นประเภทของสื่อพื้นบ้านที่ถ่ายทอดผ่านตัวบุคคล นั่นก็คือ ชาวบ้านปราสาท โดยภาษาท่าทางจะสื่อออกมาในรูปของอธยาศัยไมตรีของชาวบ้านที่มีต่อนักท่องเที่ยว ดังคำให้สัมภาษณ์ของคณะกรรมการชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) และชาวบ้านปราสาทหลาย ๆ ท่านที่บอกไว้ว่า

“วัฒนธรรมดั้งเดิมที่เรานำมาใช้ในการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่สำคัญอย่างหนึ่งก็คืออธยาศัยไมตรีและไมตรีจิตของชาวบ้าน” (จรัญ จอมกลาง. กรรมการประสานงานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม). สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

“หัวใจหลักของโฮมสเตย์บ้านปราสาทน่าจะอยู่ที่อธยาศัยน้ำใจของชาวบ้าน เพราะวัฒนธรรมท้องถิ่นของภาคอีสานแต่ละจังหวัดก็ไม่ต่างกันสักเท่าไร ดังนั้นเสน่ห์จริง ๆ ของบ้านปราสาทน่าจะเป็นตรงน้ำใจมากกว่า” (คณินนิตย์ จอมกลาง. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

“เอกลักษณ์ของคนบ้านปราสาทก็น่าจะเป็นเรื่องการต้อนรับที่ยิ้มแย้มแจ่มใส น้ำใจของชาวบ้าน เวลาที่นักท่องเที่ยวมาเราก็ทำเหมือนกับเขาเป็นญาติที่มาเยี่ยมเรา” (สุนันท์ อาสากลาง. สมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเลือกกบ้านปราสาท. สัมภาษณ์, 29 มีนาคม 2444.)

“คิดว่าจุดเด่นของโฮมสเตย์ที่น่าจะเป็นน้ำใจ ความเป็นกันเองของชาวบ้านเรา เมื่อมีนักท่องเที่ยวมาเราก็จะอยู่กันเหมือนพี่เหมือนน้อง จากคำบอกเล่าของนักท่องเที่ยวหลาย ๆ กลุ่ม เขาก็บอกว่า เขาอบอุ่น ประทับใจในการต้อนรับของเรา” (ดอกอ้อ กลิ่นสกุล. ประธานกลุ่มศิลปอาชีพหัตถกรรมบ้านปราสาท. สัมภาษณ์, 29 มีนาคม 2544.)

“ตามที่พูดคุยกับคนที่มาพักส่วนใหญ่ก็บอกว่าชอบในน้ำใจของคนบ้านปราสาท คิดว่าเรื่องน้ำใจน่าจะเป็นจุดเด่นของเรา เราต้อนรับเขาด้วยความจริงใจ เป็นกันเองกับเขา เขาก็เป็นกันเองกับเรา ซึ่งเป็นวัฒนธรรมเรื่องการต้อนรับของคนไทย” (ลำเรียง อ่อนโคกสูง. สมาชิกชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม), สัมภาษณ์, 29 มีนาคม 2544.)



หลากหลายความคิดเห็นของชาวบ้านปราสาทต่อการใช้สื่อพื้นบ้านประเภท  
ครรลองโสดทัศน์ในลักษณะของภาษาท่าทางในฐานะทุนวัฒนธรรมที่ชาวบ้านมั่นใจว่าจะสร้างความ  
ประทับใจให้เกิดขึ้นได้กับนักท่องเที่ยว แต่ความประทับใจจะเกิดขึ้นได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญอย่าง  
หนึ่งก็คือ จะต้องเป็นการแสดงที่ออกมาจากความจริงใจจริง ๆ และนักท่องเที่ยวหลาย ๆ คนที่มา  
ท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทก็ได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องนี้ไว้อย่างหลากหลาย

จากการที่ผู้วิจัยได้พูดคุยกับตัวแทนนักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งก็ทำให้ทราบว่า  
นักท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยมีโอกาสดูด้วยนั้น ส่วนใหญ่จะเพิ่งเคยได้สัมผัสการท่องเที่ยวแบบที่พักทาง  
วัฒนธรรมครั้งนี้เป็นครั้งแรก มีเพียงคุณวิโรจน์ ศรีวราพันธ์ เท่านั้นที่เคยมีประสบการณ์มาแล้วจากการ  
ไปท่องเที่ยวรูปแบบเดียวกันที่บ้านศรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช แต่ไม่ว่าจะเป็นครั้งแรกหรือว่าเคยมี  
ประสบการณ์มาแล้วก็ตาม ทุกคนก็ล้วนมีความประทับใจกับน้ำใจและอัธยาศัยไมตรีของชาวบ้าน  
ปราสาท

คุณปราณวิทย์ ธีรภาพธรรมกุล ชาวกรุงเทพมหานคร แสดงความคิดเห็นไว้ว่า

“ประทับใจมากโดยเฉพาะบ้านที่ได้ไปพัก รู้สึกว่าเจ้าของบ้านมีความจริงใจที่จะ  
ต้อนรับ ออบอุ่นมาก” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

นอกจากนี้คุณปราณวิทย์ ยังบอกอีกว่า “จะไปเล่าเกี่ยวกับความประทับใจในการ  
ต้อนรับเพราะไม่ค่อยได้มาทางภาคอีสาน เมื่อมาเห็นการต้อนรับที่อบอุ่นก็ประทับใจมาก อยากจะชวน  
เพื่อน ๆ ให้มาเที่ยวที่นี่ด้วยกัน”

คุณกมล แก้วดี ข้าราชการชาวจังหวัดปราจีนบุรี เป็นผู้หนึ่งที่มีโอกาสได้มาที่พัก  
ทางวัฒนธรรมและเกิดความประทับใจการต้อนรับของชาวบ้าน

“การต้อนรับจากชาวบ้าน เขาดูแลเราดีทั้งเรื่องอาหารการกิน ที่หลับที่นอน”  
(สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2544.)

คุณสมบัติ ละกำป็น เป็นอีกผู้หนึ่งที่ประทับใจในน้ำใจของชาวบ้าน

“เกี่ยวกับการดูแลเราของคนในครอบครัวที่เราพัก เขาให้เกียรติเรา ดูแลเรา  
เหมือนว่าเราเป็นคนหนึ่งในครอบครัว” (สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2544.)

รวมถึงคุณวิโรจน์ ศรีวราพันธ์ ที่บอกไว้ว่า

“ประทับใจในน้ำใจของผู้คน เขามีความสมัครสมานสามัคคี” (สัมภาษณ์, แหล่ง  
เดิม.)

และคุณนัฐยา ช่างกระโทก บอกไว้ว่า

“อบอุ่นและประทับใจกับการต้อนรับของชาวบ้าน” (สัมภาษณ์, 31 มีนาคม  
2544.)

จากความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งที่มีโอกาสได้มาท่องเที่ยวที่พักทาง  
วัฒนธรรมบ้านปราสาท จะเห็นได้ว่าสิ่งสำคัญของสื่อพื้นบ้านที่เป็นภาษาท่าทางก็คือ น้ำใจและอัธยาศัย  
ไมตรี ที่ชาวบ้านแสดงออกต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งน้ำใจและอัธยาศัยไมตรี ก็คือ “การให้” เช่น เจ้าของบ้าน  
คอยสอบถามสารทุกข์สุขดิบเหมือนเป็นญาติพี่น้อง การเอาใจใส่เรื่องอาหารการกิน ที่นอน หรือแม้แต่  
เวลาที่จะอาบน้ำก็จะดูแลว่านักท่องเที่ยวมีสบู่ มียาสีฟันหรือยัง หรือบางบ้านก็จะเตรียมใส่ขันไว้ให้เป็น  
อย่างดี รวมถึงเวลาที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางกลับเจ้าของบ้านแต่ละหลังก็ยังได้เตรียมสิ่งของไว้มอบให้  
เป็นที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวที่พักบ้านของตนเองด้วย ดังเช่น ครั้งที่ผู้วิจัยได้ไปทดลองพักในครั้งแรก พบ  
ว่าชาวบ้านคนหนึ่งได้นำกล้วยน้ำว้ามอบให้กับนักท่องเที่ยวที่พักที่บ้านของตนเอง โดยบอกว่า “ให้  
เอาไว้กินระหว่างการเดินทาง”

ดังนั้นสื่อพื้นบ้านที่เป็นภาษาท่าทางซึ่งแสดงออกผ่านตัวบุคคล นั่นก็คือ ชาวบ้าน  
ปราสาท นับเป็นสื่อพื้นบ้านอีกประเภทหนึ่งที่สามารถช่วยสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นได้กับ  
นักท่องเที่ยวและกลายเป็นทุนวัฒนธรรมที่สำคัญ ด้วยภาษาท่าทางที่แสดงออกอย่างจริงใจในกระบวนการ  
การต้อนรับ การดูแลนักท่องเที่ยวของเจ้าของบ้านแต่ละหลัง ซึ่งความประทับใจเหล่านี้ไม่ได้เกิดขึ้นและ  
อยู่ในใจของนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่มันยังจะสื่อสารไปยังบุคคลต่าง ๆ ได้โดยผ่านการบอกเล่าของ  
นักท่องเที่ยวที่มีโอกาสได้มาสัมผัส ดังที่นักท่องเที่ยวบางท่านบอกว่าจะไปเล่าให้เพื่อน ๆ ฟังถึงความ  
ประทับใจในการต้อนรับของชาวบ้าน

### ภาพที่ 32

รูปภาพแสดงการทักทายด้วยการไหว้และโบกหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส  
ระหว่างชาวบ้านปราสาทกับนักท่องเที่ยว



#### 2.4. ครรลองรส หรือกลิ่น ได้แก่ รสและกลิ่นของอาหารพื้นบ้าน หรือดอกไม้

- อาหารพื้นบ้าน โคราชหรือนครราชสีมา เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคอีสานที่มีวัฒนธรรมด้านอาหารการกินที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของเมืองโคราช อาหารหลายอย่างขึ้นชื่อจนกลายเป็นของฝากที่ใครมาโคราชแล้วก็ต้องซื้อหากลับไปฝากญาติมิตร เช่น กุนเชียง หมูยอ ไส้กรอกอีสาน ไก่ย่าง เป็ดย่าง และหมี่โคราช เป็นต้น

ดังนั้นเมื่อบ้านปราสาทจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบของที่พักรทางวัฒนธรรมสิ่งทีขาดไม่ได้ก็คือ วัฒนธรรมด้านอาหารการกิน เพราะถือเป็นโอกาสดีที่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนจะมีโอกาสได้ลิ้มลองรสชาติของอาหารที่ขึ้นชื่อของเมืองโคราช

อาหารที่กลุ่มทำอาหารและขนมของบ้านปราสาทเลือกนำมาประกอบอาหารเพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ลิ้มลองกันนั้นจะมีอาหาร 2 ชนิดที่เป็นรายการหลักคือ ผัดหมี่โคราชและส้มตำโคราช

คุณเวียงพิงค์ เสริมกลาง ซึ่งเป็นสมาชิกของชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักรทางวัฒนธรรม) และเป็นสมาชิกของกลุ่มแม่บ้านทำขนมและอาหาร บอกเล่าถึงลักษณะเด่นของเส้นหมี่โคราชไว้ว่า

“ความแตกต่างของเส้นหมี่กับเส้นก๋วยเตี๋ยวที่เห็นชัด ๆ เลย ก็คือ เส้นหมี่โคราช เป็นเส้นหมี่ที่ชาวบ้านทำกันเอง ที่มีชื่อเสียงก็ เช่น ที่อำเภอพิมาย เมื่อนำมาผัดแล้วเส้นมันจะเหนียวนุ่ม การผัดก็ต้องอาศัยความชำนาญ เพราะถ้าคนที่ผัดไม่เป็นอาจใส่น้ำมากเกินไปจนทำให้เส้นและไม่น่ากิน แต่ที่บ้านปราสาทผัดตามสูตรโคราชจริง ๆ นักท่องเที่ยวบางคนได้กินแล้วก็ติดใจถามกันใหญ่ว่าเส้นอะไร เพราะส่วนใหญ่เขาเคยกินแต่ที่เอาเส้นก๋วยเตี๋ยวมาผัด” (สัมภาษณ์, 29 มีนาคม 2544.)

อาหารพื้นบ้านของโคราชอีกอย่างหนึ่งก็คือ “ส้มตำโคราช” สำหรับความแตกต่างของส้มตำโคราชกับส้มตำอีสานหรือส้มตำไทย จนกลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวเรียกว่าเป็น ส้มตำโคราชก็เพราะว่า ส้มตำโคราชจะมีความผสมผสานกันระหว่างส้มตำไทยและส้มตำอีสาน คือ เป็น ส้มตำที่ใส่ปู ใส่ปลาหมึกเหมือนส้มตำอีสาน รวมทั้งใส่กุ้งและถั่วเหมือนส้มตำไทยด้วย แต่ถ้าจะให้ครบ สูตรส้มตำโคราชจริง ๆ แล้วก็ต้องใส่ปลาป่นและซิงอ่อนด้วย บางครั้งจึงเห็นรายการอาหารในร้านส้มตำ บางร้านในจังหวัดนครราชสีมาเรียกกันว่า “ส้มตำสองฝั่งโขง” หรือ “ส้มตำผสม” เป็นต้น<sup>1</sup>

นอกจากอาหารทั้ง 2 ชนิดนี้แล้วยังมีอาหารอีกหลาย ๆ ชนิดที่สมาชิกของชมรมฯ ซึ่งเป็นเจ้าของบ้านพักทำให้นักท่องเที่ยวรับประทานกันก็พยายามที่จะเน้นความเป็นไทยและความเป็น ชุมชนชนบท ดังเช่นคำบอกเล่าของคุณประนอม ละอองกลาง ประธานกลุ่มแม่บ้านทำอาหารและขนม รวมทั้งเป็นเจ้าของบ้านพักได้เล่าว่า

“เวลาที่มีนักท่องเที่ยวมาพักที่บ้าน ถ้ามีเวลามากพอบางทีก็จะไปเก็บบอนที่ ทุ่งนามาแกลงให้เขาได้ลองกินกัน บางครั้งนักท่องเที่ยวเขามาจากกรุงเทพฯไม่เคยกินไม่เคยรู้จักพอได้ลอง แล้วก็จะติดใจ” (สัมภาษณ์, 29 มีนาคม 2544.)

ในบางครั้งผู้วิจัยมีโอกาสไปสังเกตอาหารการกินตามบ้านต่าง ๆ ที่มีนักท่องเที่ยว ไปพักก็พบว่าอาหารที่ชาวบ้านทำหรือซื้อมาให้ให้นักท่องเที่ยวรับประทานจะเป็นอาหารพื้นบ้าน เช่น ครั้ง หนึ่งได้ไปที่บ้านของคุณเวียงพิงค์ เสงี่ยมกลาง พบว่าคุณเวียงพิงค์ได้ซื้อเบ็ดย่างมาให้ให้นักท่องเที่ยวที่พัก ที่บ้านของเธอรับประทาน โดยให้เหตุผลว่า เบ็ดย่างเป็นอาหารที่ขึ้นชื่อของอำเภอพิมายจึงฝากให้เพื่อน บ้านซื้อมาให้เพราะต้องการให้นักท่องเที่ยวที่พักบ้านของเธอได้ลองรับประทานกันดู

<sup>1</sup> สนใจข้อมูลเกี่ยวกับอาหารพื้นเมืองโคราชสามารถศึกษาเพิ่มเติมได้ที่หนังสือ “ของดีโคราช หมวด คนกรรมศิลป์” จัดพิมพ์โดยสถาบันราชภัฏนครราชสีมา มปป.

นอกจากชนิดของอาหารที่จะทำให้นักท่องเที่ยวรับประทาน ยังมีปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งก็คือ เรื่องความสะอาดของอาหาร คุณประนอม ละอองกลาง ประธานกลุ่มแม่บ้านทำขนมและอาหาร บอกว่า

“เรื่องความสะอาดของอาหารเป็นสิ่งที่เราเน้นกันมาก โดยจะขอความร่วมมือกับเจ้าของบ้าน เน้นว่าไม่ให้ซื้อแกงถุง ส่วนผักก็ให้เน้นผักที่มีตามบ้านหรือทุ่งนา ผักที่ซื้อจากตลาดให้ใช้ให้น้อยที่สุด” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

นอกจากเรื่องของอาหารแล้วน้ำดื่มก็เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง ที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ด้วย เพราะวิถีชีวิตของคนในชนบทน้ำดื่มที่ชาวบ้านใช้ดื่มกันจะเป็นน้ำฝนที่รองจากหลังคาบ้านใส่โถงหรือถังเก็บน้ำเอาไว้ บางบ้านก็อาจจะมิโถงดินเผาไว้ใส่น้ำดื่มเพื่อให้รู้สึกเย็นชื่นใจโดยไม่ต้องพึ่งพาตู้เย็น แต่เมื่อวันเวลาผ่านไปและความเจริญของเทคโนโลยีเข้าไปถึงทำให้การเก็บน้ำดื่มในโถงดินเผาเปลี่ยนไปเป็นตู้เย็นแทน แต่สิ่งที่ยังไม่เปลี่ยนแปลงคือ น้ำที่ชาวบ้านดื่มยังคงเป็นน้ำฝน เมื่อมีการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม เน้นอนว่าความแตกต่างเรื่องของน้ำดื่มระหว่างชาวบ้านกับนักท่องเที่ยวที่เป็นคนที่มาจากกรุงเทพ คนที่อาศัยอยู่ในตัวจังหวัด หรือนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศก็ย่อมเกิดขึ้น เพราะคนเหล่านั้นอาจจะไม่คุ้นเคยต่อการดื่มน้ำฝน ทำให้ชาวบ้านต้องเตรียมน้ำดื่มบรรจุขวดเอาไว้

อาจารย์คณินดิษฐ์ จอมกลาง ให้เหตุผลของการที่ต้องใช้น้ำดื่มบรรจุขวดมาให้นักท่องเที่ยว ไว้ว่า

“การใช้น้ำดื่มบรรจุขวดจะเป็นแขกบางประเภท ถ้าเป็นชาวต่างประเทศเราจะใช้น้ำดื่มบรรจุขวด เพราะเมื่อก่อนเราใช้น้ำฝนใส่เหยือกเอาไว้แล้วเขาไม่ดื่มกัน เราก็เลยลองเอาน้ำดื่มบรรจุขวดมาให้เขา ขนาดล้างหน้าเขาก็ยังใช้น้ำบรรจุขวด แต่ถ้าเป็นคนไทยก็จะเน้นว่าให้ใช้น้ำฝน” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ผู้วิจัยได้พูดคุยกับเจ้าของบ้านพักทางวัฒนธรรมถึงกรณีนี้ โดยคุณประภาวดี คล่องแคล่ว บอกว่า

“นักท่องเที่ยวบางคนเขาคิดว่าน้ำฝนมันสกปรก อย่างคนในเมืองหรือว่าฝรั่ง เราเคยลองเอาน้ำฝนให้เขากินเขาไม่ยอมกินกัน เหมือนไม่มั่นใจในความสะอาด เราก็เลยต้องปรับเข้าหา

เขาบ้างโดยหาน้ำขวดมาให้เขา แต่อย่างอื่นเราก็พยายามให้เป็นตัวเรามากที่สุด” (สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2544.)

ส่วนคุณสำเรียง อ่อนโคกสูง ซึ่งเป็นเจ้าของบ้านพักก็ได้ให้ความเห็นในเรื่องนี้ว่า “จะเป็นน้ำฝน แซ่ตู้เย็นเอาไว้ให้เขาดื่มกัน อย่างแขกที่มาพักวันนี้เขาก็ต้องการให้เราดูแลเขาแบบชาวบ้าน ๆ ไม่ต้องมีอะไรพิเศษ แต่ถ้าเป็นชาวต่างชาติก็ต้องเป็นน้ำดื่มบรรจุขวด เพราะเขาไม่ยอมกินน้ำฝนกัน” (สัมภาษณ์, 29 มีนาคม 2544.)

### ภาพที่ 33

รูปภาพแสดงสื่อพื้นประเภท อาหารของบ้านปราสาท



- ผลไม้และขนมไทย กลุ่มแม่บ้านทำขนมและอาหาร ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบเรื่องอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวในคืนวันงานต้อนรับ นอกจากนี้จะเตรียมอาหารให้นักท่องเที่ยวได้รับประทานกันแล้ว หลังจากรับประทานอาหารก็ยังคงรับประทานอาหารด้วยผลไม้ไทย เช่น แตงโม แตงไทย กล้วยน้ำว่า เป็นต้น รวมทั้งขนมที่เป็นฝีมือของกลุ่มแม่บ้าน คุณประนอม ละอองกลาง ประธานกลุ่มแม่บ้านทำขนมและอาหารบอกว่า

“ขนมที่ทำก็มีขนมไทย ๆ เราบ้าง เช่น ขนมฝักบัว ขนมนางเล็ด หรือขนมห่อ แต่หลัง ๆ มาไม่ค่อยได้ทำ เพราะถ้าทำขนมไทย ๆ จริง ๆ แล้วมันมีหลายขั้นตอนต้องใช้เวลาในการทำไม่ค่อยสะดวก เพราะเราต้องทำอาหารด้วย”



“การต้อนรับที่ประทับใจก็เป็นต้นว่า มีชาวบ้านที่เป็นเจ้าของบ้านพักนำพวกมาลัยมามอบให้” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

การต้อนรับด้วยพวกมาลัยดอกไม้สด นอกจากจะแสดงถึงความมีน้ำใจและความตั้งใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นสื่อที่สร้างความประทับใจแรกพบให้เกิดขึ้น เพราะแสดงให้เห็นถึงความมีน้ำใจไมตรีและมิตรภาพที่ชาวบ้านมอบให้กับนักท่องเที่ยว

2.5. **ครรลองทักษะ ได้แก่ การกระทำ หรือการมีส่วนร่วม** ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้รับผ่านกิจกรรมการเยี่ยมชมกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ภายในหมู่บ้าน

ตั้งแต่เช้าของวันที่ 2 ของการมาพักที่พักริมทางวัฒนธรรม หลังจากที่ได้รับประทานอาหารกันที่บ้านที่ตนเองพักแล้ว นักท่องเที่ยวจะมารวมกลุ่มกันที่พิพิธภัณฑ์กลางหมู่บ้านเพื่อเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ที่ได้รวบรวมข้าวของเครื่องใช้ในอดีต และสิ่งของบางส่วนที่ขุดพบจากหลุมโครงกระดูก ก่อนที่จะไปเที่ยวชมหลุมโครงกระดูกหลุมที่หนึ่ง หลุมที่สองและสามตามลำดับ

จากนั้นจะเป็นการเยี่ยมชมกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ภายในหมู่บ้าน ในขั้นตอนนี้เองที่นักท่องเที่ยวจะมีโอกาสได้เห็นกระบวนการและขั้นตอนในการผลิตสินค้าประเภทต่าง ๆ ของชาวบ้าน เช่น การทอเสื่อ ทอผ้า การทำกระเป๋าสานจากต้นกก ว่ามีขั้นตอนและวิธีการทำกันอย่างไร ใครที่ต้องการจะเรียนรู้วิธีการทำก็จะมีโอกาสได้ฝึกปฏิบัติกันตามความสนใจของแต่ละคน

คุณสุนัน อาสากลาง ซึ่งเป็นประธานกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเสื่อกกบ้านปราสาทพูดถึงการเยี่ยมชมกลุ่ม ๆ ว่า

“งานของกลุ่มฯ ทำให้กลุ่มโฮมสเตย์ได้มีกิจกรรมพานักท่องเที่ยวมาดูการทอเสื่อว่าเป็นอย่างไร นักท่องเที่ยวเขามากก็ได้ลองทำดู” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

คุณลุงสุภาพ แนนกลาง ก็ให้ความคิดเห็นไว้ว่า

“งานทอผ้านี้มีประโยชน์มาก ๆ เพราะนอกจากเขามาดูโครงกระดูกแล้ว เขาก็จะได้มาดูงานของเรา ถ้าไม่มีกลุ่มเหล่านี้ที่เกี่ยวหลัก ๆ ในหมู่บ้านก็จะมีแต่หลุมโครงกระดูก เราก็อาศัยสิ่งเหล่านี้ให้เขาดู ให้เขาได้ลองทำกันดู” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

นอกจากนี้ คุณดอกอ้อ กลิ่นสกุล ประธานกลุ่มศิลปาชีพหัตถกรรมบ้านปราสาท ยังบอกอีกว่า



“กลุ่มของเราได้มีโอกาสช่วยสนับสนุนโฮมสเตย์ เวลาที่นักท่องเที่ยวเขามาชมการทำงานของกลุ่มเรา กลุ่มเราก็จะเป็นกิจกรรมเสริมของกลุ่มโฮมสเตย์ บางคนที่มีโอกาสมาโฮมสเตย์ถ้าเขาสนใจอยากจะทำดูบ้างเราก็จะฝึกสอนให้ โดยเฉพาะเวลาที่มีนักศึกษาเข้ามาเขาจะสนใจที่จะฝึกทำกันมาก” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ส่วนนักท่องเที่ยวก็พูดถึงงานของกลุ่มอาชีพที่ตนเองได้ฝึกหัดจากการเยี่ยมชมกลุ่มอาชีพ เช่น คุณทองสุข อ่อนศรี ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวก็มีโอกาสได้ฝึกหัดทอเสื่อ

“เมื่อไปชมกลุ่มอาชีพการทำเสื่อจากต้นกกก็ได้ลองทำ เรียนรู้วิธีทำด้วย เห็นชาวบ้านมีต้นกกก็ขอรหัสจากเขาด้วยอยากเอาไปปลูกที่บ้านบ้าง เมื่อไว้หัดทอเสื่อเล่น ๆ” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

“ได้ลองทำขนมกระหรีปี่” (ประกอบ สุขเกษม. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

นี่คือเสน่ห์อีกอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรมที่บ้านปราสาท จากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะสนใจและรู้สึกตื่นเต้นที่มีโอกาสได้ทดลองทำงานต่าง ๆ ของกลุ่มอาชีพ บางคนก็จะลองทอเสื่อ ทอผ้า หรือเล่นดนตรีไทย เป็นต้น

#### ภาพที่ 34

รูปภาพแสดงนักท่องเที่ยวได้ฝึกหัดทอเสื่อ ขณะเยี่ยมชมกลุ่มอาชีพ



3. ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) และชาวบ้านปราสาทเกี่ยวกับสื่อพื้นบ้านและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมในอนาคต

จากการสัมภาษณ์และพูดคุยกับคณะกรรมการชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) และชาวบ้านปราสาท พบว่ามีแนวทางของการเพิ่มสื่อพื้นบ้านและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมที่คณะกรรมการชมรมฯ และชาวบ้านเห็นว่าควรจะต้องเพิ่มเติมดังนี้

- **คุณลุงช่วย แรมพิมาย** ประธานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) เห็นว่า ในอนาคตอยากจะหาเกวียนมาให้นักท่องเที่ยวได้นั่งชมรอบหมู่บ้าน เพราะเกวียนเป็นพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาตั้งแต่อดีต ถ้านำเกวียนมาใช้ในการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวก็จะได้สัมผัสกับการเดินทางแบบโบราณ และไม่ต้องเดินตากแดดร้อน ๆ กันอีก

นอกจากนี้คุณลุงช่วย ยังมีแนวความคิดอีกว่า ต้องการจะหาที่ว่าง ๆ ภายในหมู่บ้าน สร้างบ้านรูปทรงบ้านโคราชในอดีต ไว้ให้นักท่องเที่ยวได้เห็นกันว่า ลักษณะของบ้านโคราชที่แท้จริงเป็นอย่างไร ภายในบ้านมีอุปกรณ์เครื่องใช้อะไรกันบ้าง

- **คุณเทียม ละอองกลาง** ผู้ใหญ่บ้านปราสาท พูดถึงแนวความคิดเกี่ยวกับสื่อพื้นบ้านที่ต้องการให้เพิ่มเติมในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทว่า หลังจากที่มีการขุดลอกลำธารปราสาทแล้ว อยากจะให้มีการจัดการท่องเที่ยวทางเรือ เช่น พานักท่องเที่ยวล่องเรือเที่ยวชมลำธาร เพราะชาวบ้านมีความผูกพันกับลำธารแห่งนี้มาตั้งแต่อดีต

นอกจากนี้ผู้ใหญ่เทียม ยังมีแนวความคิดว่า น่าจะมีการรื้อฟื้นวัฒนธรรมเก่า ๆ เช่น วิธีการทำไร่ไถนาโดยใช้วัว ใช้ควายไถนา เป็นต้น โดยให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเที่ยวชมหรือสัมผัสวิถีชีวิตในส่วนนั้นด้วย

- **อาจารย์คณินนิตย์ จอมกลาง** อาจารย์โรงเรียนบ้านปราสาท มีแนวความคิดที่คล้ายกับผู้ใหญ่บ้าน คือ อยากจะให้มีการพานักท่องเที่ยวชมลำธารปราสาท ในลักษณะของแพทางวัฒนธรรม เช่น มีอาหารพื้นบ้านให้นักท่องเที่ยวรับประทาน มีวงมโหรีเล่นให้นักท่องเที่ยวฟังไปพร้อมๆ กับการล่องแพ

- อาจารย์จริญ จอมกลาง กรรมการประสานงานชมรมฯ เสนอว่า น่าจะมีการละเล่นแบบไทย ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และการพานักท่องเที่ยวไปร่วมทำงานในอาชีพหลักและอาชีพเสริมทุก ๆ ฤดูกาล

- คุณสำเรียง อ่อนโคกสูง เจ้าของบ้านพักทางวัฒนธรรม เสนอว่า น่าจะมีกิจกรรมการละเล่นแบบไทย ๆ เพิ่มเติม โดยที่ชาวบ้านก็นำเสนอการละเล่นของท้องถิ่นของตนเอง ส่วนนักท่องเที่ยวก็มีการละเล่นมาแลกเปลี่ยนร่วมสนุกกับชาวบ้านด้วย

แนวทางการเพิ่มเติมกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของสมาชิกในชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) ปราสาท แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของสื่อพื้นบ้าน เพราะทุกคนล้วนมีความต้องการที่จะนำเอาสื่อพื้นบ้านที่มีอยู่มาเป็นกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมของหมู่บ้าน เพื่อต้องการให้การท่องเที่ยวที่ที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทมีจุดดึงดูดความสนใจเพิ่มขึ้น นั่นเป็นเพราะว่าแม้บ้านปราสาทจะมีวัฒนธรรมที่ต่างหลากหลายแต่สิ่งหนึ่งที่เป็นจุดด้อยของการท่องเที่ยวที่บ้านปราสาทคือ ขาดแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ดังนั้นการที่ชาวบ้านพยายามที่จะดึงวัฒนธรรมภายในท้องถิ่นมาเป็นสื่อพื้นบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงนับเป็นจุดที่น่าสนใจและเป็นจุดขายที่สำคัญของการท่องเที่ยวว่า จุดขายซึ่งเป็นจุดเด่นของกิจกรรม วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นของชุมชนบ้านปราสาทที่สามารถลบล้างจุดด้อยลงไปได้ จุดขายหรือจุดเด่นดังกล่าว จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้หากปราศจาก ความร่วมมือและจิตใต้สำนึกอันเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของชาวบ้าน

#### 4. การแปรสื่อพื้นบ้านให้เป็นทุนวัฒนธรรม

การศึกษาในส่วนของ การแปรสื่อพื้นบ้านให้เป็นทุนวัฒนธรรมของการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาท ผู้วิจัยได้ยึดแนวคิดเรื่องทุนวัฒนธรรม ของ "รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์" ในส่วนของ "กระบวนการแปรวัฒนธรรมเป็นสินค้า" มาเป็นหลักในการวิเคราะห์และหาผลการวิจัย

รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์ (แหล่งเดิม.) ให้แนวคิดไว้ว่า วัฒนธรรมจะแปรเปลี่ยนกลายเป็นสินค้าได้ก็ต่อเมื่อ วัฒนธรรมนั้นมีราคา มีความต้องการซื้อ และเมื่อมีความต้องการซื้อจนคุ้มก็เกิดการผลิตจนเกิดเป็นอุตสาหกรรมสินค้าทางวัฒนธรรม

การแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าของบ้านปราสาท ได้ใช้วิธีการนำเอาสื่อพื้นบ้านมาแปรเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมของหมู่บ้าน ผ่านกระบวนการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ที่พักทางวัฒนธรรม เพื่อให้

สื่อพื้นบ้านของบ้านปราสาทมีราคา มีความต้องการซื้อ จนเกิดเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่ส่งเสริมธุรกิจบริการทางการท่องเที่ยว อันประกอบไปด้วย

#### 4.1. การแปรรูปสื่อพื้นบ้านให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมด้วยกระบวนการขายบริการด้านที่พักและการท่องเที่ยว

โดยมีแนวความคิดว่า ให้ที่พักของบ้านปราสาทเป็นที่พักทางวัฒนธรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสและเรียนรู้วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนไทยในชนบทแถบภาคอีสานว่ามีความเป็นอยู่กันอย่างไร สภาพบ้านเรือนเป็นเช่นใด รวมถึงอาหารการกิน และที่พักอาศัย โดยสิ่งที่เป็นตัวกลางในการสื่อให้เห็นวิถีชีวิต และวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่นได้ก็คือ สื่อพื้นบ้าน

ที่พักทางวัฒนธรรมของบ้านปราสาทมีความแตกต่างจากการไปพักตามโรงแรมหรือรีสอร์ท ดังนี้

- ราคาที่พักค่อนข้างถูก นั่นคือ คิดค่าพักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย 300 บาท ต่อคืน รวมอาหาร 2 มื้อ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะคิด 400 บาท ต่อคืน และรวมอาหาร 2 มื้อเช่นกัน

เพราะที่พักที่นักท่องเที่ยวไปพักจะเป็นการพักในบ้านของชาวบ้าน เหมือนไปเยี่ยมญาติที่อยู่ห่างไกลกัน และอาหารที่ชาวบ้านทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประทานก็เป็นอาหารพื้นบ้าน เหมือนกับที่ชาวบ้านทำกินกันอยู่ทุก ๆ วัน ทำให้การจัดบริการต้อนรับนักท่องเที่ยวในแต่ละครั้งมีต้นทุนต่ำ ราคาจึงถูกกว่าโรงแรมหรือรีสอร์ท

อาจารย์จรัญ จอมกลาง (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.) ซึ่งเป็นกรรมการประสานงานของชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการคิดค่าบริการที่พักทางวัฒนธรรมว่า มีปัจจัย 3 ประการคือ

1. ค่าอาหาร 2 มื้อ 100 บาท
2. ค่าที่พัก 1 คืน 100 บาท
3. ค่ากิจกรรมกลุ่ม 100 บาท

ส่วนเหตุผลที่ต้องคิดค่าที่พักกับชาวต่างประเทศแพงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มอีก 100 บาทนั้น คุณลุงช่วย แรมพิมาย ประธานชมรมฯ บอกว่า

“เราคิดตามธรรมเนียมการเก็บค่าท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จะเห็นว่าไม่ว่าจะไปเที่ยวที่ไหน ๆ ในประเทศไทยก็จะมีกรเก็บค่าเข้าชมหรือค่าธรรมเนียมจากชาวต่างประเทศแพงกว่าคนไทย เราก็เลยตกลงกันว่าจะเก็บเพิ่มจาก 300 บาท เป็น 400 บาท” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

“ที่ต้องคิดค่าพักจากต่างชาติมากกว่าคนไทยก็เพราะว่าเราต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเช่น น้ำดื่มเขาก็จะเติมน้ำโพลาริส หรือกับข้าวก็อาจจะต้องมีความแตกต่างจากคนไทยบ้าง” (เทียม ละอองกลาง, ผู้ใหญ่บ้านและกรรมการประสานงานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม), สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

คุณชูเกียรติ โภชิต แสดงทัศนะในประเด็นของการเก็บค่าบริการจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแพงบความชาวไทยว่า

“การเก็บเงินจากต่างชาติแพงกว่าคนไทย ไม่ได้มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวเลย อย่างชาวญี่ปุ่นเขาตั้งใจจะมาเลย บางคนมาถึงก็ไปพักเลย เพราะว่าจริง ๆ ที่มันแพงกว่าชาวบ้านเขามองว่าถ้าเป็นต่างชาติก็ต้องทำกับข้าวเพิ่มเพราะมีหลายอย่างที่เขาทานไม่ได้ ก็เลยจำเป็น ถ้าเป็นคนไทยเขาก็ทำเหมือนที่เขาเคยทาน และก็ไม่เคยมีต่างชาติพูดเรื่องที่ว่าราคาแพงกว่า” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ด้วยราคาที่พักและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ถูกมากเมื่อเทียบกับการพักตามโรงแรมหรือรีสอร์ท จนกระทั่งทำให้ คุณสมบัติ ละกำป็น หนึ่งในนักท่องเที่ยวที่ได้มาท่องเที่ยวที่พัทางวัฒนธรรมบ้านปราสาท แสดงความห่วงใยไว้ว่า

“ถ้ามองเรื่องรายได้โดยมสเดยก็มีส่วนช่วยให้ชาวบ้านเขามีรายได้เพิ่มขึ้น แต่ก็เป็นห่วงเหมือนกันว่าจะคุ้มไหม เพราะเขาดูแลเราดีมาก” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

- นักท่องเที่ยวจะพักภายในบ้านของชาวบ้าน โดยเจ้าบ้านจะคอยดูแล พุดคุย สอบถามสารทุกข์สุกดิบ และบอกเล่าเรื่องราวของท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้ฟัง ไม่ใช่ส่งเข้าห้องแล้วจากไปเหมือนการพักตามโรงแรมหรือรีสอร์ท

การให้บริการที่เป็นพิเศษเช่นนี้อาจเป็นจุดขายที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในบริการที่ชาวบ้านมีให้เองเป็นกันเอง

ลักษณะภายในบ้านของชาวบ้านจะมีทั้งบ้านที่มีการกันห้องอย่างชัดเจน และบางบ้านก็จะกันโดยใช้ผ้าม่านหรือตู้เสื้อผ้า และจะมีพื้นที่ว่างบนบ้านเป็นที่สำหรับรับรองนักท่องเที่ยว โดยจะปูเสื่อเอาไว้เพื่อเป็นที่นั่งพุดคุยกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน บางบ้านก็อาจจะมีโต๊ะไม้ขนาด

ใหญ่ตั้งไว้ใต้ถุนบ้าน เวลาที่จะรับแขกก็นำเอาเสื่อมาปูรองนั่ง หรือบางบ้านก็อาจจะมีโต๊ะรับแขกที่ทำจากไม้ เมื่อถึงเวลากลางคืนเจ้าของบ้านก็จะเตรียมปูที่นอนไว้ให้ อาจจะนอนในห้องหรือเปลี่ยนจากที่นั่งพูดคุยเป็นที่สำหรับปูที่นอนก็แล้วแต่ที่บ้านที่นักท่องเที่ยวไปพักนั้นเป็นลักษณะใด

อาจารย์จรัญ จอมกลาง กรรมการประสานงานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) ได้บอกถึงลักษณะเด่นของที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทว่า

“ลักษณะเด่นของโฮมสเตย์บ้านปราสาท คือ การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยอภัยาคัยไมตรี เหมือนนักท่องเที่ยวเป็นญาติคนหนึ่งของคนรอบครัว” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้นักท่องเที่ยวที่มีโอกาสได้มาท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทได้รับการดูแลเอาใจใส่ศุภญาติมิตร ซึ่งคุณลุงช่วย แรมพิมาย ประธานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) บอกไว้ว่า

“ประโยชน์อย่างหนึ่งของโฮมสเตย์ก็คือ เราได้ญาติเพิ่ม” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

นอกจากนี้ชาวบ้านปราสาทยังได้พูดถึงความรู้สึกที่มีต่อการที่มีนักท่องเที่ยว ซึ่งถ้ามองในด้านของความสัมพันธ์แล้วก็เปรียบเสมือนเป็นคนแปลกหน้าที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อนแต่ต้องมาพักที่บ้านของตนเอง ดังนี้

“ไม่ลำบากใจอะไรนะเพราะเราก็อยู่บ้านเฉย ๆ ดีใจทุกครั้งที่มีแขกจะมาพักบ้าน เราก็เตรียมปิดบ้านกวาดบ้าน เพราะปกติถ้าเราอยู่งานก็อาจจะไม่ค่อยได้ดูแลบ้านสักเท่าไร แต่เมื่อรู้ว่าจะมีแขกมาพักเราก็เตรียมทำความสะอาด” (ลำเรียง อ่อนโคกสูง. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

“ไม่ลำบากใจ เพราะคิดว่าเขาเหมือนญาติคนหนึ่งที่มาเยี่ยมเรา แต่ก็คิดเหมือนกันว่าจะถูกใจเขาไหม อย่างคนที่เขาเคยอยู่สบายแล้วต้องมาอยู่แบบบ้านนอกเรา” (ดอกอ้อ กลิ่นสกุล. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

“เราไม่คิดว่าเขาเป็นคนอื่น เรามาอยู่กันอย่างพี่น้องและเต็มใจต้อนรับ” (ทองพวน แนนกลาง. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

“ไม่ลำบากใจ คิดว่ามีสนุกด้วย เรามีโอกาสได้พบแขกต่างบ้านต่างเมือง เราได้แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน” (อุทัย แนนกลาง. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ความคิดเห็นจากชาวบ้านปราสาทที่มองว่าการที่นักท่องเที่ยวซึ่งเริ่มจากการเป็นคนแปลกหน้ามาพักอาศัยในบ้านไม่ได้สร้างความลำบากใจให้กับชาวบ้าน แต่กลับมองว่านักท่องเที่ยวเป็นเสมือนญาติคนหนึ่ง เหตุผลที่ชาวบ้านรู้สึกเช่นนี้ก็เนื่องจากการต้อนรับนักท่องเที่ยวทุก ๆ ครั้งจะเกิดจากผลการประชุมและความสมัครใจของเจ้าของบ้าน และยังเกิดจากพื้นฐานด้านความคิดและจิตใจของคนไทย โดยเฉพาะคนไทยในชนบทที่ยังคงลักษณะของคนที่มีน้ำใจ มีความเป็นมิตรและพร้อมที่จะมีรอยยิ้มให้กับทุก ๆ คน รวมทั้งลักษณะทางสังคมของชาวบ้านปราสาทก็ยังเป็นสิ่งค้ำพิงพาอาศัย มีความสัมพันธ์กันในลักษณะเครือญาติ

คุณสมบัติ ละกำป็น ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาท ก็แสดงความคิดเห็นในเรื่องการต้อนรับและดูแลนักท่องเที่ยวไว้ว่า

*“คนในครอบครัวที่เราที่พัก เขาให้เกียรติเราดูแลเราเหมือนเราเป็นคนหนึ่งในครอบครัว”*  
(สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

รวมทั้งคุณ ปราณวีณ์ อธิภาพธรรมกุล ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวคนหนึ่ง ก็บอกไว้ว่า

*“ประทับใจมากโดยเฉพาะบ้านที่ได้ไปพัก เจ้าของบ้านมีความจริงใจที่จะต้อนรับอบอุ่นมาก”*  
(สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2544.)

ที่บ้านคุณลุงช่วย แรมพิมาย ซึ่งเป็นประธานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) และเป็นเจ้าของบ้านพักที่ผู้วิจัยได้ไปพัก โดยผู้วิจัยพบว่า คุณลุงช่วยและสมาชิกในบ้านได้ให้ความเป็นกันเองกับผู้วิจัยและดูแลเหมือนกับผู้วิจัยเป็นญาติคนหนึ่ง ทำให้ไม่เกิดความรู้สึกว่าเหวหรือลำบากใจใด ๆ จะมีก็แต่ความเกรงใจ เพราะครอบครัวของลุงช่วยดูแลผู้วิจัยดีมาก ในลักษณะของเจ้าของบ้านที่ดี เช่น จะดูแลจนแขกเข้านอนก่อนเจ้าของบ้านถึงจะเข้านอน และคอยถามสารทุกข์สุกดิบอยู่เสมอ

- การรับประทานอาหารที่บ้านปราสาท จะเป็นการรับประทานอาหารร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้าน โดยอาหารที่รับประทานก็จะเป็นอาหารพื้นบ้าน เช่น น้ำพริก ผัก ส้มตำ ผัดหมี่ เป็นต้น

โดยกระบวนการในการรับประทานอาหารระหว่างที่นักท่องเที่ยวพักอยู่ที่บ้านปราสาท ชาวบ้านก็ได้ยึดรูปแบบการรับประทานอาหารที่ปฏิบัติกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ นั่นก็คือ การนั่งรับประทานอาหารบนพื้น โดยมีเสื่อซึ่งเป็นผืนมือการทอของชาวบ้านมาเป็นวัสดุปูสำหรับรองนั่ง

นอกจากนี้ยังมีการนำวัฒนธรรมไทย ที่แสดงถึงความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ของคนไทยมาใช้ในกระบวนการแปรสื้อพื้นบ้านเป็นทุนวัฒนธรรมผ่านการรับประทานอาหาร โดยการรับประทานอาหารมือกลางวัน ชาวบ้านที่เป็นเจ้าของบ้านพักแต่ละหลังจะนำข้าวและกับข้าวจากบ้านของตนเองมารวมกันที่บ้านของผู้ใหญ่บ้าน เพื่อที่จะให้ท่องเที่ยวได้รับประทานอาหารที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นน้ำพริก ผักแกง ต้มยำ ไข่เจียว เป็นต้น ตามแต่ที่บ้านไหนจะทำอาหารอะไรมา

วัฒนธรรมเรื่องอาหารการกินเช่นนี้ เป็นวัฒนธรรมที่หาได้เสมอในสังคมชนบท ชาวบ้านที่อยู่บ้านใกล้เรือนเคียงกันมักจะนำอาหารมารับประทานร่วมกัน หรือมาช่วยกันทำอาหารรับประทาน บางคนที่บ้านมีมะละกอ ผักสด ผักตอง หรือเนื้อปลาเนื้อไก่ ก็จะนำมาช่วยสำหรับ หรือนำมาร่วมเป็นเครื่องปรุงในการประกอบอาหาร ซึ่งเป็นวิถีชีวิตที่หาได้ยากในสังคมเมือง

### ภาพที่ 35

รูปภาพแสดงการรับประทานอาหารร่วมกันระหว่างเจ้าของบ้านกับนักท่องเที่ยว



#### - นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้ร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรม

กิจกรรมทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวจะมีโอกาสได้ร่วมและสัมผัสเมื่อมาท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมที่บ้านปราสาทมีมากมาย ตั้งแต่ก้าวแรกที่นักท่องเที่ยวก้าวเท้ามาถึงบ้านปราสาท

การต้อนรับก็จะเป็นการต้อนรับแบบไทย ๆ ด้วยพวงมาลัยดอกไม้สดที่ทำขึ้นจากดอกไม้ไทย ๆ ที่ปลูกกันไว้ภายในบ้านหรือหาเก็บตามทุ่งนา รวมถึงพิธีบายศรีสู่ขวัญ ซึ่งเป็นพิธีที่



ทำขึ้นตามความเชื่อของชาวบ้านในท้องถิ่นภาคอีสานและภาคเหนือ เพื่อปิดป่าสิ่งไม่เป็นมงคลระหว่างการเดินทางให้สิ้นไป และทำให้นักท่องเที่ยวมีความอบอุ่นใจเมื่อต้องมาพักอยู่ในที่ที่ไม่ใช่บ้านของตนเอง

“ที่ชาวบ้านเอาดอกไม้มาต้อนรับผมว่ามันน่ารัก แล้วคงทราบว่าดอกไม้เขาไม่ได้ซื้อ เขาทำเอง ผมเป็นพิธีกรให้เขาบ่อยโดยเฉพาะเวลาที่ ททท.สำนักงานอื่น ๆ ไปดูงาน ผมจะพูดตลอดเลยว่า ผมรู้เลยว่าดอกไม้ที่บ้านไหนทำ บ้านนี้ต้องดอกไม้ทั้งปี จนเราจำได้” (ชูเกียรติ โภชิตโต, สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

กิจกรรมที่สร้างความสนุกสนานระหว่างชาวบ้านกับนักท่องเที่ยวก็ยังคงเป็นกิจกรรมที่เกิดจากการนำเอาวัฒนธรรมไทย ๆ มาส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างความสนุกสนานร่วมกัน นั่นก็คือ “การรำวง” คนไทยคุ้นเคยกับการรำวงกันเป็นอย่างดีไม่ว่าเด็กหรือผู้ใหญ่ ไม่เว้นงานที่เกี่ยวข้องวันสำคัญทางประเพณีหรืองานที่จัดขึ้นในวาระโอกาสอันเป็นมงคล คนไทยก็มักจะมีกิจกรรมรำวงมาเป็นส่วนหนึ่งของงานเสมอรวมทั้งที่บ้านปราชญ์ด้วย นั่นเป็นเพราะว่ารำวงเป็นวัฒนธรรมที่จะทำให้ชาวบ้านกับนักท่องเที่ยวได้มีการทำกิจกรรมร่วมกันมีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน

เมื่อตื่นเช้าวันใหม่ นักท่องเที่ยวยังได้เริ่มต้นวันใหม่ด้วยความเป็นสิริมงคล ด้วยการทำบุญตักบาตรตั้งแต่เช้า โดยที่เจ้าของบ้านจะเตรียมอาหารสำหรับตักบาตรไว้ให้ เมื่อถึงเวลาประมาณ 06.30 นาฬิกา พระสงฆ์ก็จะเดินบิณฑบาตรมาตามถนนในหมู่บ้านและหยุดที่หน้าบ้านทุกบ้านที่มีชาวบ้านยืนรอที่จะตักบาตร

วัฒนธรรมการตักบาตร การต้อนรับด้วยพวงมาลัย หรือการรำวง แม้ว่าจะจะเป็นสิ่งที่คุ้นเคยกันสำหรับคนในหมู่บ้าน เมื่อชาวบ้านนำสื่อพื้นบ้านที่เป็นวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของตนเองมาเป็นกิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับหมู่บ้าน จึงเป็นวิธีการแปรสื่อพื้นบ้านมาเป็นทุนวัฒนธรรมด้วยวิธีที่ชาญฉลาด ลงทุนน้อย และมีความเรียบง่ายแต่ประทับใจโดยไม่ต้องแต่งเติมสีสัน เช่น สร้างความอบอุ่นด้วยการต้อนรับด้วยพวงมาลัยดอกไม้สด สร้างความสนุกสนานและมิตรภาพด้วยการรำวง และใช้การแทรกกิจกรรมการท่องเที่ยวเข้าไปในกิจกรรมในชีวิตประจำวันของชาวบ้านด้วยการตักบาตรยามเช้า

#### 4.2. การแปรสื้อพื้นบ้านให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมด้วยกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว

ระหว่างที่นักท่องเที่ยวมาที่พิกทางวัฒนธรรมบ้านปราสาท ชาวบ้านจะเตรียมกิจกรรมต่าง ๆ ไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมประเพณี และวิถีชีวิต อันประกอบไปด้วย

- กิจกรรมการต้อนรับ เป็นกิจกรรมที่จะสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวได้ตั้งแต่ก้าวแรกที่มาถึง ซึ่งจะประกอบด้วย การต้อนรับด้วยพวงมาลัยดอกไม้สด พิธีบายศรีสู่ขวัญ การบรรเลงดนตรีของวงมโหรีบ้านปราสาท การแสดงของนักเรียน การร่วมรำวงกันระหว่างนักท่องเที่ยวและชาวบ้าน และการรับประทานอาหารร่วมกันระหว่างชาวบ้านและนักท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งต่าง ๆ นี้ล้วนเป็นสื้อพื้นบ้านที่ชาวบ้านได้นำมาแปรเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมในรูปของกิจกรรม ประกอบกับการขายบริการด้านที่พักและการท่องเที่ยว

- กิจกรรมการเที่ยวชมหมู่บ้าน เป็นกิจกรรมที่ชาวบ้านจะพานักท่องเที่ยวไปเที่ยวชมหมู่บ้านเป็นเวลาครึ่งวัน โดยจะเริ่มตั้งแต่ พิพิธภัณฑสถานกลางหมู่บ้าน แหล่งโบราณคดีหลุมที่หนึ่ง , สอง และสาม ตามลำดับ รวมทั้งการเยี่ยมชมกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ของหมู่บ้าน ระหว่างที่เที่ยวชมหมู่บ้าน จะมีชาวบ้านบรรยายประวัติหรือเรื่องราวของสิ่งต่าง ๆ ภายในหมู่บ้าน ซึ่งผู้บรรยายอาจจะเป็น ประธานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พิกทางวัฒนธรรม) ผู้ใหญ่บ้าน หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นซึ่งเป็นเด็ก ๆ และเยาวชนในหมู่บ้าน

การเที่ยวชมหมู่บ้านทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้เห็นสภาพแวดล้อมภายในหมู่บ้าน มีโอกาสได้พูดคุยกับชาวบ้านที่นอกเหนือจากบ้านที่ตนเองพักอยู่ รวมทั้งวิถีการดำรงชีวิตของชาวบ้านในชนบท บางบ้านอาจจะมีการเลี้ยงวัว – เลี้ยงควาย และกำลังต้อนวัว-ควายไปเลี้ยงตามท้องไร่ท้องนา หรือชาวบ้านบางคนก็กำลังออกไปไถนา เพาะปลูกพืชผล หรือกำลังเผาถ่านไว้ใช้ เป็นต้น

## ภาพที่ 36

รูปภาพแสดง การพาชมหมู่บ้านโดยยุวมัคคุเทศก์



## ภาพที่ 37

รูปภาพแสดงสภาพแวดล้อมในหมู่บ้าน



#### 4.3. การแปรรูปพื้นบ้านให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมด้วยผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ

ชาวบ้านปราสาทมีการรวมกลุ่มกันเป็นกลุ่มอาชีพต่าง ๆ เพื่อผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติมาเป็นวัตถุดิบในการผลิต เพื่อจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย

- ผลิตภัณฑ์จากต้นกก ต้นไผ่ เช่น เสื้อ ผ้าไหมเอกลีลา หมวก ก่องกระดาดหิซซู กระเป๋า ตะกร้า เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์จากต้นตาล ได้แก่ แก้วจากก้านตาล หมวกสานจากใบตาล
- ผ้าทอพื้นบ้าน ผ้าทอของบ้านปราสาทจะมีทั้งผ้าฝ้ายและผ้าไหม
- ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว เช่น ทัพพีตักข้าว เข็มขัด ตัวดาดา (กะลามะพร้าวแกะสลักเป็นรูปโครงกระดูกตามลักษณะโครงกระดูกในหลุม) เป็นต้น
- เครื่องดนตรีไทย เช่น ซอ พิณ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่สนใจสามารถสั่งทำได้เป็นพิเศษ เพราะโดยปกติแล้วคุณลุงอุทัย ทัพกลาง ซึ่งเป็นผู้ที่มีความสามารถด้านทำเครื่องดนตรีประจำหมู่บ้าน จะทำไว้เฉพาะใช้เล่นหรือฝึกให้กับเยาวชนในหมู่บ้าน เมื่อนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชื่นชอบบางคนเกิดขึ้นชอบและต้องการซื้อเก็บไว้เป็นที่ระลึกคุณลุงก็จะทำขายให้
- เครื่องมือล่าสัตว์แบบโบราณ เรียกว่า "กระสุนไม้" ซึ่งนักท่องเที่ยวบางคนก็จะซื้อไปเป็นของสะสม

## รูปที่ 38

รูปภาพแสดง คุณลุงอุทัย ทักกลาง กำลังผลิตเครื่องดนตรีไทย



นอกจากการผลิตสื่อพื้นบ้านจากวัสดุธรรมชาติเป็นสินค้าเพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวแล้ว สื่อพื้นบ้านประกอบกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมอันประกอบไปด้วย

- เสื่อ ใช้ปูนั่งรับประทานอาหาร ประกอบพิธีบายศรีสู่ขวัญ บูรองที่นอน เป็นต้น
- ชานโตก ใช้จัดสำหรับกับข้าวในคืนที่มีการรับประทานอาหารร่วมกันที่หอประชุม

โรงเรียน

## ภาพที่ 39

รูปภาพแสดง เยาวชนในหมู่บ้านกำลังจุดตะเกียงที่ถนนหน้าโรงเรียน



การแปรสื้อพื้นบ้านให้เป็นทุนวัฒนธรรมนั้นเป็นกระบวนการและวิธีการที่ชาวบ้านปราสาทได้นำสื้อพื้นบ้านมาแปรเป็นทุนวัฒนธรรมให้กับหมู่บ้าน โดยผ่านการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม และทำให้ที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมที่อื่น ๆ ซึ่งความแตกต่างและความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสื้อพื้นบ้านนี้เองที่จะสามารถช่วยส่งเสริมให้การท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมของบ้านปราสาทเป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยว และทำให้การท่องเที่ยวของบ้านปราสาทมีสินค้าที่เป็นทุนวัฒนธรรมอันยั่งยืน มีราคา เกิดความต้องการ และขายได้ ดังที่นักท่องเที่ยวหลาย ๆ คนได้แสดงความคิดเห็นเอาไว้

## 5. การลงทุนทางวัฒนธรรม

ลงทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทไม่ได้มีเพียงการนำเอาวัฒนธรรมมาแปรเป็นสินค้าเท่านั้น แต่ยังมีการลงทุนในรูปแบบอื่น ๆ ที่ต่อเนื่องกันเพื่อการจัดการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ

คุณชูเกียรติ โภธิโต พูดถึงการลงทุนทางวัฒนธรรมของการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม บ้านปราสาท ว่า

“การลงทุนในเชิงพาณิชย์ไม่มีอะไรมาก ดอกไม้ก็ดอกไม้จากบ้านเขา จะมีบ้างก็เป็นค่าใช้จ่ายที่อยู่ในกองทุน ก็อยู่ใน 300 บาทนั่นแหละ การลงทุนแทบจะไม่มี” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ชาวบ้านปราสาทได้พูดถึงการลงทุนของตนเองเมื่อมีนักท่องเที่ยวมาพักที่ที่พักทางวัฒนธรรม ดังนี้

“ถ้าพูดถึงด้านการลงทุนก็ไม่เยอะ อย่างพวงมาลัยเราก็ไม่ได้ซื้อหา ดอกดาวเรือง ดอกรักเราก็ไปหาเก็บเอาจากที่ปลูกไว้หน้าบ้านบ้าง ทุ่งนาบ้าง ถ้าหน้าฝนก็จะมีมาก ถ้าเป็นหน้าแล้งก็ดอกเฟื่องฟ้าง่ายที่สุด อาจจะลงทุนเพียงแคในเรื่องของการต้อนรับ ก็ต้องลงทุนแรง อธิยาศัยไมตรี ลงทุนรอยยิ้ม ถ้าคิดเป็นเรื่องอาหารก็มีบ้างนิดหน่อยต้องทำเพิ่มเติมจากที่เรากินกัน ของใช้ส่วนตัวอย่างเช่น สบู่ยาสีฟัน แปรงสีฟัน เรามีอยู่ในห้องน้ำแล้ว ส่วนผ้าเช็ดตัว ผ้าถู ก็มีไว้กันลิ้มแต่ส่วนมากแขกเขาก็จะเตรียมของเขามา แต่ถ้าเขาลืมเราก็มีสำรองเอาไว้ติดบ้านเป็นประจำ ส่วนที่นอนก็เป็นของที่เรามีไว้เพื่อเตรียมรับญาติพี่น้องที่มาเยี่ยมอยู่แล้วเป็นฟูกสามห้องเหมือนที่เรานอนกัน แต่ก็ดูถ้ามันเก่าก็อาจจะ

ซื้อใหม่บ้าง เช่นผ้าปูที่นอน มุ้ง ปลอกหมอนก็ดูให้มันสะอาด" (ผู้ใหญ่เทียม ละอองกลาง. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

"การลงทุนก็ไม่ได้ลงทุนอะไรมาก อย่างสบูยาสีฟันเราก็ต้องมีไว้ติดบ้านอยู่แล้ว เพราะเราเองก็ต้องใช้ หรืออย่างกับข้าวเราก็ทำให้มากกว่าที่ทำกินกันทุกวัน เพราะเราก็จะกินด้วย ลูกเราก็ได้กินด้วย ที่นอนมีเตรียมเอาไว้เลยเป็นที่นอนฟองน้ำ ผ้าเช็ดตัวเราก็มีเตรียมเอาไว้ แต่ส่วนใหญ่เขาจะมีมากันเอง อย่างไรก็ตามเราก็ต้องเตรียมไว้ให้พร้อมทุกอย่างรวมทั้งกาแฟด้วย ถ้าเป็นเด็กเขาจะไม่กินแต่ถ้าเป็นผู้ใหญ่ที่เคยกินเป็นประจำเขาก็จะกินกัน" (ลำเรียง อ่อนโคกสูง. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

"ที่บ้านที่มีที่นอนไว้สำหรับรับแขกหรือว่าญาติพี่น้องอยู่แล้ว แต่อาจจะเพิ่มเติมในส่วนของกระตักน้ำร้อน เมื่อก่อนเราไม่เคยกินกาแฟ มีแขกมาเราก็ต้องเตรียมไว้เผื่อเขากินกาแฟ ถ้าเขามาพักแต่ละครึ่งเราก็เอาเงินที่เขาให้เราไปซื้อของใช้ต่าง ๆ มาไว้ นี่แหละคือกำไร เราได้มีของได้ซื้อของเข้าบ้าน อย่างเช่นครั้งแรกที่มีแขกมาพักพี่ก็ได้เงินไปซื้อผ้าห่มมาเพิ่มเอาไว้อีก 1 ผืน ก็จะทยอยซื้อไปเรื่อย ๆ ตามความจำเป็น ส่วนสบู ยาสีฟัน ก็จะใช้ด้วยกัน เพราะเขาบอกว่าอยากมาพักแบบชาวบ้าน อะไรก็ต้องใช้รวมกัน" (ดอกอ้อ กลิ่นสกุล. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

"ของใช้ต่าง ๆ เราก็เตรียมของเราไว้อยู่แล้ว เขาก็ใช้อย่างที่เราใช้กัน แต่ถ้าเขาไม่ได้เอามาและอยากจะได้ของใหม่เราก็มีเตรียมไว้เหมือนกัน แต่ก็ไม่ได้ใช้หรอกเพราะเขาเตรียมกันมาทุกคน ที่นอนก็เป็นของเราที่ต้องเตรียมไว้อยู่แล้วเพราะเราก็มีญาติต่างจังหวัดมาเยี่ยมอยู่แล้ว" (ทองพวน แนนกลาง. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

การลงทุนของสมาชิกชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) บ้านปราสาท จึงเป็นการลงทุนที่ไม่สูงนัก เพราะสิ่งของต่าง ๆ ที่ต้องเตรียมไว้เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว เช่น เครื่องนอน อุปกรณ์อาบน้ำ เป็นสิ่งที่ชาวบ้านมักจะเตรียมไว้อยู่แล้วเพื่อไว้ใช้เองและเวลาที่มีญาติมาเยี่ยม ส่วนค่าอาหารก็จะเพิ่มขึ้นบ้างเพราะต้องทำในปริมาณที่มากกว่าที่รับประทานอยู่ทุกวัน

จากการพูดคุยกับชาวบ้านปราสาทและการสังเกตเวลาที่มียักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาท ผู้วิจัยพบว่า การลงทุนทางวัฒนธรรมของชาวบ้านปราสาทจะแบ่งเป็น 4 ประเภท คือ

5.1. การลงทุนด้วยแรงงาน ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกของชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) ทุกคนล้วนมีส่วนร่วมในชมรม โดยเริ่มตั้งแต่

- การลงทุนแรงงานเพื่อช่วยกันดูแลความสะอาดของบ้านเรือนและบริเวณต่าง ๆ ในหมู่บ้าน เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว ผู้ใหญ่เทียม ละอองกลาง เล่าถึงการดูแลความสะอาดของบ้านเรือนและบริเวณรอบหมู่บ้านว่า

“การดูแลความสะอาดของบ้านเรือนเป็นหน้าที่ของเจ้าของบ้านทุกหลังที่จะต้องดูแลให้บ้านสะอาดและเป็นระเบียบ ทางชมรมจะบอกเสมอว่า บ้านเราไม่สวยงามไม่เป็นไรแต่ต้องสะอาด ส่วนบริเวณถนนหนทางในหมู่บ้านนั้นก็ไม่มีปัญหาเพราะบ้านที่เป็นบ้านพักโฮมสเตย์จะกระจายอยู่ทั่วหมู่บ้าน เขาก็จะช่วยกันดูแลถนนหนทางในบริเวณบ้านของตนเองด้วย” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

- การลงทุนแรงงานเพื่อช่วยกันจัดเตรียมสถานที่ต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในคืนแรกที่มีพิธีบายศรีสู่ขวัญนั้นชาวบ้านที่เป็นสมาชิกของชมรมฯ จะต้องมาช่วยจัดเตรียมสถานที่ โดยสถานที่ที่จะจัดต้อนรับนักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนไปตามความเหมาะสม ถ้านักท่องเที่ยวมาถึงก่อนค่ำชาวบ้านก็จะต้อนรับที่พิพิธภัณฑสถานกลางหมู่บ้าน แต่ถ้าหากนักท่องเที่ยวมาถึงตอนค่ำแล้ว ชาวบ้านจะจัดต้อนรับนักท่องเที่ยวที่หอประชุมโรงเรียนบ้านปราสาท

- การลงทุนแรงงานเพื่อช่วยกันประกอบอาหารต้อนรับนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นหน้าที่ของกลุ่มแม่บ้านทำอาหารและขนม ที่จะต้องจัดเตรียมอาหารไว้ให้นักท่องเที่ยวได้รับประทานร่วมกันในคืนวันต้อนรับ

- การลงทุนแรงงานเพื่อเตรียมพวงมาลัยดอกไม้สดไว้มอบให้นักท่องเที่ยว ดอกไม้ที่ชาวบ้านใช้ร้อยมาลัยไม่ต้องซื้อหาแต่จะเก็บกันตามบ้านหรือท้องไร่ท้องนา จากนั้นนำมาร้อยเป็นพวงมาลัยพร้อมกับความตั้งใจที่จะทำไว้มอบให้กับนักท่องเที่ยวที่มาพักบ้านของตนเอง

- การลงทุนแรงเพื่อร่วมกิจกรรมการต้อนรับ การละเล่นต่าง ๆ รวมถึงการพานักท่องเที่ยวไปเที่ยวชมหมู่บ้าน ซึ่งล้วนเป็นหน้าที่ของชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) และชาวบ้านที่เป็นสมาชิกของกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ที่ร่วมแรงร่วมใจบริการนักท่องเที่ยวด้วยการอธิบายและสาธิตวิธีการทำงานหัตถกรรมต่าง ๆ ของชาวบ้านให้นักท่องเที่ยว

5.2 การลงทุนด้วยจิตใจและแรงใจ นั่นคือ ชาวบ้านจะต้องมีหัวใจของการบริการ มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ พร้อมทั้งจะดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยว ดังเช่นคำพูดของชาวบ้านหลายคนที่เคยได้ยกตัวอย่างมาแล้วว่า พวกเขา รู้สึกว่านักท่องเที่ยวเปรียบเสมือนญาติคนหนึ่ง หากการต้อนรับ



นักท่องเที่ยวของชาวบ้านไม่มีการลงทุนด้วยหัวใจ คือ ถ้าไม่มีหัวใจของการบริการ ไม่เอาใจใส่พูดคุย ได้ตามสารทุกข์สุกดิบ ทำตัวเป็นเจ้าของบ้านที่ขาดมนุษยสัมพันธ์ ก็จะส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ด้วยการบอกกันปากต่อปากจากนักท่องเที่ยวไปยังกลุ่มญาติพี่น้อง เพื่อน หรือบุคคลที่รู้จักจนทำให้เสียชื่อเสียงของหมู่บ้าน และกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยว

5.3 การลงทุนด้วยวัฒนธรรม เป็นการนำเอาวัฒนธรรมมาเป็นทุนและแปรเป็นสินค้าเพื่อการจัดการท่องเที่ยว แม้ว่าวัฒนธรรมจะเป็นสิ่งที่ไม่ต้องซื้อหาแต่เกิดจากการสืบทอดต่อกันมาจากรุ่นหนึ่งสู่อีกหนึ่ง เมื่อมีการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พิกทางวัฒนธรรมเกิดขึ้น ชาวบ้านต้องมีการประชุมเพื่อหารือกันว่าควรจะนำเอาวัฒนธรรมใดบ้างมาเพื่อเป็นจุดขายและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับหมู่บ้าน ตัวอย่างเช่น การรื้อฟื้นสิ่งที่เคยเลิกทำกันแล้วให้กลับมาใหม่ เช่น การทอผ้า ที่คุณลุงสุภาพ แนนกลาง ได้รวมกลุ่มเป็นกลุ่มอาชีพทอผ้าและรื้อฟื้นมาใหม่อีกครั้งหลังจากที่เคยละเลยไม่เห็นความสำคัญของผ้าทอกันอยู่ระยะหนึ่ง หรือคุณลุงอุทัย ทักกลาง ที่หันกลับมาสนใจการเล่นดนตรีไทยและทำเครื่องดนตรีไทยอีกครั้งหลังจากที่วางมือไปนาน เป็นการรื้อฟื้นวัฒนธรรมที่มีคุณค่าของหมู่บ้านขึ้นมาใหม่อีกครั้งเพื่อเป็นทุนในการแปรให้เป็นสินค้าและกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรม

วัฒนธรรมที่ชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พิกทางวัฒนธรรม) บ้านปราสาทนำมาลงทุนเพื่อจัดการท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรม มีทั้งวัฒนธรรมที่เป็นลักษณะของพิธีกรรม ดนตรี กิจกรรมต่าง ๆ และวัฒนธรรมที่มาในรูปของงานหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น พิธีบายศรีสู่ขวัญ การรำวง การตักบาตรวงมโหรี การต้อนรับด้วยพวงมาลัย ผ้าทอพื้นบ้าน งานหัตถกรรมจากต้นกก ต้นไทร เป็นต้น

5.4. การลงทุนด้วยเงิน ชาวบ้านจะต้องลงทุนเงินทองเพื่อเตรียมสิ่งของต่าง ๆ ไว้ต้อนรับและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ได้แก่

- เสื้อของชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พิกทางวัฒนธรรม) บ้านปราสาท เป็นสิ่งหนึ่งที่ชาวบ้านต้องลงทุนเพื่อเป็นสื่อสัญลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นชมรม และทำให้นักท่องเที่ยวได้สังเกตได้ว่าจะสามารถขอความช่วยเหลือหรือประสานงานกับใครได้บ้าง แต่ปัจจุบันการลงทุนในลักษณะของเสื้อประจำชมรม ก็ยังมีการลงทุนที่ยังไม่เท่าเทียมกัน เพราะบางคนจะสวมเสื้อที่ตัดเย็บจากผ้ามือห้อม แต่คนที่ไม่ต้องการจะจ่ายเงินมากก็จะซื้อเป็นเสื้อยืด

- เครื่องนอน เช่น ที่นอน หมอน มุ้ง และผ้าห่ม จากข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการพูดคุยกับชาวบ้านทำให้ทราบว่า เครื่องนอนที่ชาวบ้านเตรียมไว้ให้นักท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่มีกันอยู่แล้ว

เพราะในอดีตที่ยังไม่มีการจัดการท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรม ชาวบ้านก็ต้องเตรียมเครื่องนอนเหล่านี้ไว้เผื่อเวลาที่มีญาติพี่น้องมาเยี่ยมเยือน บางครอบครัวก็อาจจะมีการซื้อของใหม่บ้างในกรณีที่เครื่องนอนที่ใช้อยู่เก่าหรือขาด

- อุปกรณ์อาบน้ำ เช่น สบู่ ยาสีฟัน ยาสระผม และผ้าเช็ดตัว ชาวบ้านบอกว่าจะมีเตรียมไว้เสมอในยามฉุกเฉินกรณีที่นักท่องเที่ยวไม่ได้เตรียมมา

- อาหารการกิน แม้ทางชมรมฯ จะเน้นว่าให้เป็นอาหารท้องถิ่นที่ชาวบ้านรับประทานกัน แต่เมื่อมีนักท่องเที่ยวมาพักก็จะต้องเพิ่มปริมาณให้มากขึ้น ซึ่งควบคู่ไปกับจำนวนเงินค่าอาหารที่ต้องเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งชาวบ้านบอกว่า เจลลี่แล้วค่าอาหารจะเพิ่มขึ้นอีกประมาณ 40-50 บาท จากที่เคยใช้จ่ายซื้ออาหารกันในแต่ละวัน นอกจากอาหารหลักในแต่ละมื้อแล้ว ก็ยังมีเครื่องดื่มประเภทกาแฟที่ชาวบ้านต้องเตรียมเอาไว้ให้นักท่องเที่ยว ซึ่งผู้ใหญ่เทียม ละอองกลาง ให้เหตุผลที่ต้องเตรียมกาแฟไว้สำหรับนักท่องเที่ยวว่า

“ความจริงทุกวันนี้กาแฟก็เป็นเครื่องดื่มที่ชาวบ้านหลาย ๆ คนก็ดื่มกัน การเตรียมกาแฟไว้ให้นักท่องเที่ยวจึงไม่ใช่เรื่องยากเย็นอะไร” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

นอกจากนี้ยังมีน้ำดื่ม เพราะชาวบ้านได้เรียนรู้จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว บางกลุ่มที่ไม่ดื่มน้ำฝน ทำให้ชาวบ้านต้องซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดเอาไว้ให้นักท่องเที่ยวดื่ม

### ตอนที่ 3 ที่พิกทางวัฒนธรรมและสื่อพื้นบ้านกับการเกิดเศรษฐกิจชุมชน

วัตถุประสงค์ข้อหนึ่งของการจัดการท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทบอกไว้ว่า

“ให้ชุมชนได้มีอาชีพเสริมและรายได้จากการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวท้องถิ่นของตนเอง”

นั่นหมายความว่าวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งของการจัดการท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรมก็เพื่อส่งเสริมให้มีการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านในรูปแบบของ “เศรษฐกิจชุมชน” ทำให้การสร้างเศรษฐกิจชุมชนจากการจัดการท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรมของบ้านปราสาทโดยมีสื่อพื้นบ้านมาเป็นตัวช่วยเสริมความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นอีกแนวทางหนึ่งตามนโยบายของรัฐบาลชุดใหม่ในชื่อโครงการ “1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์” ที่มุ่งมั่นว่า

“เตรียมพัฒนา 49 ชุมชน เป็นต้นแบบ ผลานการท่องเที่ยวเชิงอีโคทัวริซึม” (www.Bangkokbiznews.com, 17 เมษายน 44.)

โครงการ 1 ผลิภัณฑ์ 1 ตำบล จึงเป็นโครงการที่ตรงกับแนวทางที่บ้านปราสาทกำลังดำเนินการอยู่ ดังที่สุชาติ ศรีตะมา (แหล่งเดิม.) ให้แนวคิดไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งไม่ว่าจะเป็นวัดวาอาราม วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ประจำชุมชน จะแตกต่างกันตรงที่ บ้านปราสาทได้เริ่มการจัดการท่องเที่ยวแบบอีโคทัวริซึม หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และมีผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เกิดจากการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นออกสู่ตลาดมาตั้งแต่ปี 2536 แล้ว และถือว่าเป็นการเริ่มต้นก่อนที่จะมีโครงการตามนโยบายของรัฐบาลชุด พ.ต.ท.ดร. ทักษิณ ชินวัตร มาเกือบ 10 ปี ทำให้บ้านปราสาทได้เปรียบหมู่บ้านหรือตำบลอื่น ๆ ที่กำลังจะเริ่มโครงการตามนโยบายของรัฐบาล

### 1. การพลิกฟื้นเศรษฐกิจชุมชน

กระบวนการพลิกฟื้นเศรษฐกิจชุมชนของบ้านปราสาท เป็นกระบวนการที่คล้ายคลึงกับแนวคิดของ นภากาศ หะวานนท์ และคณะ (แหล่งเดิม) ที่นำเสนอไว้ว่า “ชุมชนหมู่บ้านไทยมีศักยภาพ พล้ง และภูมิปัญญาที่สั่งสมมาอยู่มากมาย”

เมื่อวิเคราะห์ให้ลึกลงไปจะพบว่า การสร้างเศรษฐกิจชุมชนของบ้านปราสาทนั้น นำเกิดจากความรูที่ได้จาก “ฐานคิดในเรื่องศักยภาพทางวัฒนธรรมของชุมชน” (นภากาศ หะวานนท์ และคณะ. แหล่งเดิม.) ที่เห็นความสำคัญในศักยภาพของชุมชนที่ดำรงอยู่ได้ด้วยการพึ่งตนเองตั้งแต่อดีตจนกระทั่งชุมชนเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมแต่ชุมชนก็ยังสามารถยืนหยัดอยู่ได้ด้วยวัฒนธรรมการพึ่งพาตนเองในระบบเศรษฐกิจชุมชน

ชาวบ้านปราสาทได้พลิกฟื้นวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาที่สั่งสมมาแต่ครั้งบรรพบุรุษ เช่น วัฒนธรรมด้านอาหารการกิน ความเชื่อ วิถีชีวิต งานหัตถกรรม มาใช้เป็นกิจกรรมและองค์ประกอบของการสร้างเศรษฐกิจชุมชนด้วยการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม และการส่งเสริมกลุ่มอาชีพต่าง ๆ โดยผ่านคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ของรัฐนั่นก็คือ เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ได้มาวางรากฐานของการจัดการท่องเที่ยวไว้ให้โดยการนำเยาวชนจากภาคต่าง ๆ มาพักเพื่อให้ชาวบ้านได้เรียนรู้วิธีการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมมาตั้งแต่ปี 2536 เมื่อเห็นว่า

ชาวบ้านมีความเข้าใจในกระบวนการและวิธีการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบนี้แล้วจึงส่งเสริมให้มีการจัดตั้งเป็นชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) บ้านปราสาท จนกลายเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างจริงจังในปี 2540

แม้ว่าจะได้รับการส่งเสริมให้มีการจัดการในรูปของธุรกิจการท่องเที่ยวแล้วแต่สิ่งหนึ่งที่ทางชมรมฯ ยังยึดมั่นก็คือ การทำธุรกิจแบบเศรษฐกิจพอเพียง ดังที่คุณลุงช่วย แรมพิมาย ประธานชมรมฯ บอกไว้ว่า

“มีบริษัททัวร์ติดต่อเข้ามาเหมือนกัน บอกว่าจะเอานักท่องเที่ยวมาลงให้ทุกอาทิตย์แต่มีข้อแม้ว่าเราจะต้องจัดบ้านพักที่ไม่มีเจ้าของบ้านไว้ให้หนึ่งหลัง เราจึงไม่ตกลงด้วยเพราะเราไม่ได้ต้องการเงินทองมากมายจากการจัดการท่องเที่ยว อีกอย่างถ้าทำอย่างนั้นเขาเอายาเสพติดเข้ามาด้วยหรือเปล่า เราก็ไม่รู้ และก็ไม่ใช่ไปตามวัตถุประสงค์ของทางชมรมที่ต้องการให้เป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้าน” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

คุณชูเกียรติ โภชิต พุดถึง การสร้างเศรษฐกิจชุมชนจากการจัดการท่องเที่ยวของบ้านปราสาทไว้ว่า

“ที่บ้านปราสาทนี่นะ เขาไม่ได้เอาเงินเป็นตัวหลัก เพราะเศรษฐกิจของเขาได้จากอาชีพหลักอยู่แล้ว แต่มันมีตัวเสริมว่าเงินมันเหลือมันก็เข้ากองทุนไป ในหมู่บ้านอยากจะทำอะไรก็เอาเงินกองทุนนั้นแหละไปทำไปพัฒนาชุมชนขึ้นมา ไปพัฒนาบ้านตนเองขึ้นมา ไม่ต้องไปรองบ อบจ. อบต. ชาวบ้านสามารถช่วยเหลือตนเองได้ไม่ต้องรอพึ่งพารัฐเพียงอย่างเดียว” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

คุณชูเกียรติ ยังได้แสดงทัศนะเพิ่มเติมอีกว่า

“รูปแบบของมันถ้าเป็นอย่างทุกวันนี้มันอยู่ได้ ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแส ไม่ได้เป็นเพียง 2 ชั้น และสิ่งสำคัญคือ ถ้าไม่เอาตัวเลขเป็นโจทย์เขาก็อยู่ได้ไปเรื่อย ๆ อย่างหลายๆ แห่งที่เกิดขึ้นมันเอาตัวเลขเป็นโจทย์มันก็เลยอยู่ไม่ได้ การหวังรายได้ ถ้าจะคิดว่าทำไมเดี๋ยวนี้บ้าน ก ไม่ได้นักท่องเที่ยวเลยทำไมได้แต่บ้าน ข การบริหารจัดการมันก็มีความสับสนวุ่นวายเกิดปัญหาขึ้นเยอะ” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ชาวบ้านมีความต้องการที่จะพลิกฟื้นเศรษฐกิจชุมชนภายใต้หลักเศรษฐกิจพอเพียง ไม่ได้หวังว่าจะต้องสร้างความร่ำรวยจากการจัดการท่องเที่ยว โดยมีหัวใจหลักที่สำคัญก็คือการนำเสนอวิถี

ชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่น ให้เป็นสื่อพื้นบ้านที่สื่อความเป็นตัวตนของชุมชนออกไปสู่ นักท่องเที่ยวที่มาจากต่างถิ่นทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

## 2. การสร้างเศรษฐกิจชุมชนผ่านการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม

แม้ว่าบ้านปราสาทจะมีแหล่งโบราณคดีบ้านปราสาทเป็นแหล่งท่องเที่ยวเริ่มต้นที่ทำให้มีการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในบ้านปราสาท แต่หากขาดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมแล้ว ชาวบ้านก็ อาจจะไม่มีรายได้เสริมที่เด่นชัดจากการเป็นแหล่งท่องเที่ยว นั่นเป็นเพราะว่ารูปแบบการมาท่องเที่ยว แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาทจะเป็นการมาเดินชมเพียง 5 -10 นาที ก็จะเดินทางกลับ โดยที่ แหล่งโบราณคดีนี้เปิดให้ชมฟรีโดยไม่มีการเก็บค่าเข้าชมใด ๆ จะมีก็แต่เพียงชาวบ้านที่มีร้านค้าอยู่ ใกล้ ๆ กับแหล่งโบราณคดีที่จะมีรายได้จากการขายน้ำ ขายขนม หรือของที่ระลึกเล็ก ๆ น้อย ๆ

เมื่อมีการส่งเสริมให้มีการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม จึงเกิดการสร้างเศรษฐกิจ ชุมชนให้กับชาวบ้านอย่างจริงจังและสามารถสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านหลาย ๆ ด้าน ทั้งค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่ากิจกรรมบายศรีสู่ขวัญ รายได้จากการขายของที่ระลึก สร้างชื่อเสียงให้งานหัตถกรรมของ หมู่บ้านเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยการเที่ยวชมกลุ่มอาชีพเป็น กิจกรรมหนึ่งของการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทที่มีส่วนส่งเสริมให้เกิดรายได้ให้กับกลุ่ม อาชีพต่าง ๆ ในหมู่บ้าน ดังที่คุณลุงช่วย แรมพิมาย ได้บอกไว้ว่า

“นอกจากกลุ่มที่รับนักท่องเที่ยวเข้าพักจะได้รายได้แล้ว กลุ่มผู้ทำงานหัตถกรรม กลุ่มอาชีพ ต่าง ๆ ของหมู่บ้านก็จะมีรายได้ด้วย เพราะนักท่องเที่ยวเขามีโอกาสได้เยี่ยมชมกลุ่มต่าง ๆ เห็นวิธีทำว่า เราทำกันจริง ๆ ไม่ได้ซื้อมาจากที่อื่น เขาก็จะช่วยกันอุดหนุน” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

การจัดสรรแบ่งรายได้จากการจัดการท่องเที่ยวของบ้านปราสาทเปรียบได้กับ “ความรู้ที่ได้ จากฐานคิดเชิงวิพากษ์” (นภาพรณี หะวานนท์ และคณะ. แหล่งเดิม.) คือ ให้ความสำคัญกับประเด็น เรื่องการจัดสรรค้ำปัจจัยการผลิตและผลตอบแทนจากการผลิต ส่งผลให้รายได้ที่เกิดจากการที่มี นักท่องเที่ยวมาที่พักทางวัฒนธรรมแต่ละครั้งครอบคลุมทั้งชาวบ้านที่เป็นสมาชิกของชมรมท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) และชาวบ้านที่เป็นสมาชิกของกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ของหมู่บ้านด้วย ซึ่ง ชาวบ้านแต่ละครอบครัวก็จะมีรายได้ที่แตกต่างกันออกไป บางครอบครัวมีรายได้จากค่าที่พัก บางครอบครัวแม้จะไม่ได้อยู่ในชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) แต่อยู่ในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ก็อาจจะมีรายได้จากการขายของที่ระลึกหรืองานหัตถกรรมต่าง ๆ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ครอบครัวของคุณลุงอุทัย ทักกลาง เป็นครอบครัวหนึ่งที่มีรายได้หลาย ๆ ทางจากการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม

“บ้านผมได้ค่าที่พัก แม่บ้านไปทำบายศรีก็ได้ค่าทำบายศรี ได้ค่าขายของที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยว เป็นรายได้ที่มีตลอดเวลาที่มีคนมาโฮมสเตย์” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

รวมถึงครอบครัวของคุณลุงสุภาพ แนบกลาง ก็เช่นเดียวกัน

“ผมมีรายได้จากการที่มีนักท่องเที่ยวมาพัก แล้วก็จากการขายผ้า ซึ่งก็เป็นรายได้เสริมที่ดี นอกเหนือจากการทำนา” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

คุณยายทิพย์ ถ้ำกลาง ก็เป็นอีกผู้หนึ่งเช่นกันที่มีรายได้ถึงสองทาง เมื่อมีนักท่องเที่ยวมาที่พักทางวัฒนธรรม

“เวลามีคนมาพักบ้านยาย ยายก็จะได้ค่าที่พัก บางคนเขามาบ้านยายเห็นยายसानหมวก เขาก็ช่วยซื้อหมวกของยาย” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

คุณเวียงพิงค์ เสี่ยงกลาง พูดถึงรายได้ของตนเองเมื่อมีนักท่องเที่ยวมาที่พักทางวัฒนธรรม บ้านปราสาทว่า

“เวลามีนักท่องเที่ยวมาครั้งหนึ่งก็จะได้ค่าที่พักและจากการขายขนมที่เข้าร่วมกับกลุ่มแม่บ้าน” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

การจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมไม่ได้ช่วยสร้างรายได้ให้กับสมาชิกในชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) เท่านั้น แต่ยังสามารถสนับสนุนและสร้างรายได้ให้กับให้สมาชิกของชมรมอื่น ๆ ในหมู่บ้านอีกด้วย เพราะหากขาดการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม สินค้าทางวัฒนธรรมที่ได้รับการส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มกันผลิตขึ้นมา ก็อาจจะยังเป็นที่รู้จักกันน้อย ดังที่ คุณดอกอ้อ กลิ่นสกุล ประธานกลุ่มศิลปาชีพหัตถกรรมบ้านปราสาท บอกไว้ว่า

“ส่วนใหญ่คนจะรู้จักสินค้าของเราจากการที่ได้มาพักโฮมสเตย์ แล้วได้มาชมกลุ่ม มาเห็นการทำงานของเรา” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

รวมทั้งคุณลุงอุทัย ทักกลาง ก็บอกไว้ว่า

“ส่วนใหญ่เขารู้จักสิ่งของต่าง ๆ ที่ผมทำจากการมาโฮมสเตย์ เพราะเราจะพานักท่องเที่ยวไปชมกลุ่มต่าง ๆ เมื่อก่อนก็ไม่ค่อยมีใครรู้จักว่าผมทำอะไรบ้าง อย่างของที่ทำจากกะลามะพร้าวก็ไม่ได้มี

แค่ตัวดาตา (กะลามะพร้าวแกะสลักเป็นโครงกระดูก) ผมทำที่พิพิธภัณฑ์ชาว พวงกุญแจ ทำเข็มขัด เขามาเห็นก็ได้ช่วยกันซื้อ” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

คุณสุนัน อาสากลาง ก็พูดถึงการขายสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมเสื้ออก ว่า

“ถ้าไม่มีโฮมสเตย์เข้ามาก็จะมีโอกาสไปขายเวลาที่ม้งงานย่าโม งานแข่งเรือพิมาย หน่วยงาน สหกรณ์ แต่พอมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเขาก็มีการบอกต่อ ๆ กัน เพราะมาเห็นว่าเราทำกันจริง ๆ บางทีก็มี ออร์เดอร์สั่งเขามาคราวละมาก ๆ รวมถึงเวลาที่ ททท. เขามีงานเขาก็สั่งเข้ามาเสมอ ๆ” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

จากการพูดคุยกับนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยยังพบว่านักท่องเที่ยวที่ได้มาท่องเที่ยวที่พักทาง วัฒนธรรมบ้านปราสาทได้อุดหนุนสินค้าทางวัฒนธรรมของหมู่บ้าน ดังนี้

คุณปราณวิทย์ อธิภาพธรรมกุล

“ตอนนี้ยังไม่ได้อุดหนุน แต่สนใจเสื้อทอของชาวบ้าน” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

คุณกมล แก้วดี

“ได้ซื้อกระเป๋าไปฝากแม่บ้านครับ” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

คุณสมบัติ ละกำป็น

“ก่อนกลับจะซื้อกะหรี่ปั๊พ เพราะได้ลองทานแล้วอร่อยดี” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

คุณวิโรจน์ ศรีวรพันธ์

“ได้ซื้อของที่ระลึกเป็นพวงกุญแจ และใช้จ่ายในการซื้ออาหารและขนม” (สัมภาษณ์, แหล่ง เดิม.)

ข้อมูลที่ได้จากการพูดคุยกับนักท่องเที่ยวและชาวบ้านปราสาทที่เป็นสมาชิกของกลุ่มอาชีพ ต่าง ๆ ภายในหมู่บ้านชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ของการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมที่นอกจาก จะช่วยสร้างรายได้ให้กับสมาชิกของชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่พักทางวัฒนธรรมแล้ว ยังแพร่กระจาย ไปถึงกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ในหมู่บ้านอีกด้วย

## ภาพที่ 40

รูปภาพแสดง นักท่องเที่ยวอุดหนุนขนมของกลุ่มแม่บ้านก่อนเดินทางกลับ



### 3. ที่พักทางวัฒนธรรมช่วยสร้างเศรษฐกิจชุมชนโดยอาศัยสื่อพื้นบ้าน

จุดขายของที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทก็คือ การเน้นถึงจุดเด่นของวัฒนธรรมชนบทธรรมเนียมประเพณี และวิถีชีวิตของชาวบ้าน (สัมภาษณ์, จรัญ จอมกลาง. แหล่งเดิม.) ดังนั้นสิ่งที่ จะสร้างให้เกิดกิจกรรมที่ตรงตามจุดขายของที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทได้ก็คือ การเลือกใช้ สื่อพื้นบ้านมาเป็นองค์ประกอบหลักของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมเพราะสื่อพื้นบ้าน คือ สื่อที่แสดงออกถึงวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งตรงตามลักษณะแนวคิดในการ สร้างเศรษฐกิจชุมชน จากความรู้ที่ได้จาก “ฐานคิดในเรื่องศักยภาพทางวัฒนธรรมของชุมชน” (นภาพรณี หะวานนท์ และคณะ. แหล่งเดิม.) ที่ให้ความสำคัญกับการใช้วัฒนธรรมชุมชนเป็นแบบแผนความเป็นอยู่ วิถีการดำเนินชีวิต และการประกอบอาชีพ ท่ามกลางการเข้าแทรกแซงของกระแสทุนนิยมและกระบวนการ พัฒนาไปสู่ความทันสมัย ตามแนวทางที่บ้านปราสาทกำลังใช้อยู่ในขณะนี้

คุณลุงช่วย แรมพิมาย ประธานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) พูดถึงจุด ดึงดูดความสนใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทที่ โดยให้ความสำคัญที่ สื่อพื้นบ้านด้วยเช่นกัน



“จุดดึงดูดคือ อันดับแรกมาดูแหล่งโบราณคดี สองคือ มาแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน สามก็มาดูกิจกรรมในหมู่บ้าน สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ และสี่ก็มาดูกลุ่มอาชีพต่าง ๆ” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

อาจารย์จรัญ จอมกลาง ซึ่งเป็นกรรมการประสานงานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) ก็ยืนยันเรื่องนี้ โดยบอกว่า

“วัฒนธรรมท้องถิ่นและสื่อพื้นบ้านมีความสำคัญต่อที่พักทางวัฒนธรรมมากเพราะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงวิถีชีวิตของชุมชน ชนบธรรมเนียม ประเพณีอันดีงาม และถ้าขาดวัฒนธรรมท้องถิ่นและสื่อพื้นบ้านแล้วที่พักทางวัฒนธรรมที่บ้านปราสาทจะไม่ประสบความสำเร็จ” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

อาจารย์ณิชนิตย์ จอมกลาง พูดถึงการสร้างเศรษฐกิจชุมชนจากการขายวัฒนธรรมของบ้านปราสาทว่า

“คิดว่าเราจะนำเอาสื่อพื้นบ้านมาสร้างให้เกิดรายได้ได้ต่อไป เพราะต่อไปนี้กระแสวัฒนธรรมตะวันตกมันแรงมาก สิ่งที่เรามีโอกาสจะหายไป เด็กรุ่นต่อ ๆ ไปก็อาจจะไม่รู้ว่ามีวัฒนธรรมไทยเป็นอย่างไร แต่ถ้าบ้านปราสาทสามารถช่วยกันรักษาวัฒนธรรมเหล่านี้ไว้ได้ เราก็จะขายมันได้ตลอดไป” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

คุณประภาวดี คล่องแคล่ว เจ้าของบ้านพักก็ได้พูดถึงความสำคัญของสื่อพื้นบ้านที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวของบ้านปราสาทและการสร้างเศรษฐกิจชุมชนของบ้านปราสาทว่า

“บ้านปราสาทเราขายวัฒนธรรม อย่างทำอาหาร ตำส้มตำ ผัดหมี่ เราก็ทำให้นักท่องเที่ยวรับประทานกัน พวกนี้เป็นวัฒนธรรมของเราที่เราทำกันมานาน นักท่องเที่ยวเขาก็ประทับใจเมื่อมีนักท่องเที่ยวมากขึ้นเยอะเราก็มีรายได้” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

คุณเวียงพิงค์ เสงี่ยมกลาง พูดถึงจุดเด่นของที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทที่เน้นสื่อพื้นบ้านและวัฒนธรรมท้องถิ่นว่า

“เรามีโครงกระดูกโบราณให้เขาชมและได้รู้เรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ และคิดว่ากิจกรรมของเราน่าจะแตกต่างจากที่อื่น ๆ ที่เขาไม่สามารถดูได้จากที่อื่นต้องมาดูที่บ้านปราสาท เช่น มีการต้อนรับด้วยพวงมาลัย มีบายศรีสู่ขวัญ คิดว่าน่าจะเป็นสิ่งที่เราแตกต่างจากที่อื่น ๆ มันทำให้นักท่องเที่ยวชอบ ชาวบ้านก็มีรายได้” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

รวมทั้งคุณสำเริง อ่อนโคกสูง ซึ่งเป็นเจ้าของบ้านพักก็บอกไว้ว่า

“วัฒนธรรมพื้นบ้านทำให้เรามีสิ่งที่จะนำเสนอความเป็นพื้นบ้านของเรา แล้วเราก็สืบสานให้มันคงอยู่ต่อไปเรื่อย ๆ โดยเอามาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมโฮมสเตย์ นักท่องเที่ยวเขาจะได้รู้จักวัฒนธรรมของเรา ถ้าไม่มีวัฒนธรรมมันอาจจะทำให้นักท่องเที่ยวไปที่อื่นแทนที่จะมาที่นี่ เพราะเราคุยกับเขา เขาก็บอกว่าชอบวัฒนธรรมของเรา บางคนก็บอกว่าชอบที่มีตะเกียงจุด มันเหมือนมาบ้านไทย ๆ สมัยก่อนที่ใช้ตะเกียงกัน” (สัมภาษณ์. แหล่งเดิม.)

นอกจากความคิดเห็นของชาวบ้านปราสาทแล้วยังมีนักท่องเที่ยวที่มาที่พักทางวัฒนธรรมก็ได้ยืนยันถึงความสำคัญของสื่อพื้นบ้านในอันที่จะช่วยสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืนได้ ดังที่ผู้วิจัยได้หยิบยกความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาท ในส่วนของประเภทของสื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมมาแล้ว และต่อไปนี้คือ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของบ้านปราสาทที่ให้ความสำคัญกับสื่อพื้นบ้านว่าจะสามารถสร้างเศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืนได้

คุณกมล แก้วดี บอกว่า

“วิธีการนี้ช่วยสร้างความสามัคคีให้เกิดขึ้นในชุมชน ถ้าชาวบ้านรวมกลุ่มกันเช่นนี้ตลอดไปก็จะเกิดชุมชนเข้มแข็ง แล้วเขายังให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ถ้าเป็นอย่างนี้ต่อไปเขามีรายได้ที่ยาวนานแน่นอน” (สัมภาษณ์. แหล่งเดิม.)

คุณสมบัติ ละกำป็น พูดถึงประโยชน์ของสื่อพื้นบ้านไว้ว่า

“โฮมสเตย์นี่เป็นสิ่งที่น่าสนใจมาก คนมีน้ำใจมาก น่ารักมาก ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะตัวของคนพื้นบ้าน เป็นวัฒนธรรมที่ดี ถ้าเขารักษาความดีนี้ได้ เขาก็จะขายมันได้ตลอดไป” (สัมภาษณ์. แหล่งเดิม.)

คุณวิโรจน์ ศรีวราพันธ์ พูดถึง ความแตกต่างของการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมจากประสบการณ์ของตนเองไว้ว่า

“เคยไปโฮมสเตย์ที่ศรีวัง นครศรีธรรมราช แต่จะแตกต่างจากที่นี่ ศรีวังจะเป็นลักษณะของธรรมชาติ ต้นไม้ ป่าเขา แต่ที่นี่เป็นการได้มาสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่นและสื่อพื้นบ้านที่หลากหลาย มันน่าจะเป็นจุดขายของที่นี่และทำให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนได้” (สัมภาษณ์. แหล่งเดิม.)

แนวความคิดของชาวบ้านปราสาทและนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งที่ได้สัมผัสการท่องเที่ยวแบบที่ พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาท ต่างก็ให้ความสำคัญกับสื่อพื้นบ้านว่าเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยว ในรูปแบบที่พักทางวัฒนธรรม และตราบใดที่ชาวบ้านยังเห็นความสำคัญของสื่อพื้นบ้านและได้นำ สื่อพื้นบ้านมาเป็นองค์ประกอบสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวก็จะสามารถทำให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนที่ ยั่งยืนได้ นั่นเป็นเพราะปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่สร้างรายได้ให้แก่แต่ละประเทศเป็นจำนวนมหาศาล จนหลายประเทศใช้กลยุทธ์เรื่องการท่องเที่ยวเป็นตัวแปรสำคัญในการดึงเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ ประเทศ รวมทั้งประเทศไทยด้วย ถ้าชาวบ้านปราสาทยังสามารถรักษาวัฒนธรรม ประเพณี และนำมา เป็นสื่อพื้นบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อไป การท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมของบ้านปราสาทก็ จะเป็นที่ต้องการจากนักท่องเที่ยวและสร้างเศรษฐกิจชุมชนได้ต่อไปเรื่อย ๆ

เมื่อสื่อพื้นบ้านเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทมีจุดขาย มีความ เป็นเอกลักษณ์และสามารถก่อให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืนได้ ชาวบ้านปราสาทได้แสดงความคิดเห็น ไว้ในกรณีนี้ ถ้าสักวันหนึ่งบ้านปราสาทไม่มีสื่อพื้นบ้าน ไว้หลากหลาย ดังนี้

คุณลุงช่วย แรมพิมาย ประธานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) บ้าน ปราสาท แสดงความคิดเห็นไว้ว่า

“โฮมสเตย์เราขายวัฒนธรรม ถ้าเราไม่ช่วยกันรักษาวัฒนธรรม เราก็คงไม่มีสิ่งที่ทำให้ นักท่องเที่ยวได้ชื่นชม เขาก็คงไปเที่ยวที่อื่นกันหมด” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ผู้ใหญ่เทียม ละอองกลาง แสดงความคิดเห็นไว้ว่า

“โฮมสเตย์ที่อื่นเขาก็มีกันแต่เขาไม่เหมือนเรา เรามีแหล่งโบราณคดี มีกลุ่มอาชีพ โฮมสเตย์ เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ชาวบ้านมีรายได้ ซึ่งเราจะไม่หวังรายได้มากมาย เราทำเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มาดู ชีวิตความเป็นอยู่ มาเห็นวัฒนธรรม ถ้าขาดวัฒนธรรมอันดีงามโฮมสเตย์ที่นี้คงหมดเสน่ห์ ชาวคนสนใจ มาท่องเที่ยว เพราะที่เราทำคือ ขายวัฒนธรรม” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

อาจารย์จรัญ จอมกลาง ก็แสดงทัศนะไว้ว่า

“ถ้าขาดสื่อพื้นบ้านแล้วโฮมสเตย์บ้านปราสาทน่าจะไม่ประสบผลสำเร็จ เพราะจุดขายคือ เอกลักษณ์ที่โดดเด่นด้านวัฒนธรรม” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

รวมทั้งคุณลำเรียง อ่อนโคกสูง เจ้าของบ้านพักทางวัฒนธรรม ก็บอกว่า

“ถ้าไม่มีวัฒนธรรมหรือสื่อพื้นบ้านอาจจะทำให้นักท่องเที่ยวไปที่อื่น แทนที่จะมาที่นี่ เพราะเราคุยกับเขา เขาก็บอกว่าชอบวัฒนธรรมของเรา” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ดังนั้นปัจจุบันสื่อพื้นบ้านจึงมีบทบาทและหน้าที่เพิ่มขึ้น คือ กลายเป็นทุนวัฒนธรรมที่สามารถนำมาแปรเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม สร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมของบ้านปราสาทจนเกิดการสร้างเศรษฐกิจชุมชนจากการท่องเที่ยวในลักษณะของ “วัฒนธรรมนำรายได้” คือ เมื่อยังมีสื่อพื้นบ้าน มีวัฒนธรรม ที่พักทางวัฒนธรรมก็จะมีความเป็นเอกลักษณ์ น่าสนใจ และนำรายได้มาสู่หมู่บ้าน

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “สื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรม : ศึกษาเฉพาะกรณีบ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา” เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพในเชิงพรรณนา (Qualitative Data Research) ด้วยวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ของการวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงกระบวนการที่ชาวบ้านปราสาทใช้เพื่อการแปรสื่อพื้นบ้านให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบที่พิกทางวัฒนธรรม
2. เพื่อศึกษาถึงประเภทและวิธีการใช้สื่อพื้นบ้านที่ชาวบ้านปราสาทใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรม
3. เพื่อศึกษาถึงประโยชน์ของสื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรมที่ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของบ้านปราสาท

ผู้วิจัยได้สรุปและอภิปรายผลของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการวิจัย

##### 1. ความสำคัญของที่พิกทางวัฒนธรรม

การจัดการท่องเที่ยวแบบที่พิกทางวัฒนธรรมหรือโฮมสเตย์เป็นตัวเลือกหนึ่งของการท่องเที่ยวในประเทศไทย ทำให้ประเทศไทยมีสินค้าจากวัฒนธรรมและภูมิปัญญาชาวบ้านที่ถูกแปรเป็นทุนที่จะนำเสนอสู่นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งยังส่งผลดีต่อชาวบ้านทำให้ชาวบ้านได้ใช้ความรู้และภูมิปัญญาจัดการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นของตนเอง ซึ่งการท่องเที่ยวแบบที่พิกทางวัฒนธรรมเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการจะศึกษาเรียนรู้และแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของท้องถิ่น

## 2. ลักษณะชุมชนที่เหมาะสมจะจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์)

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ชาวบ้านปราสาทและนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยพบว่าชุมชนที่เหมาะสมจะจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. มีวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์และสามารถบ่งบอกความเป็นตัวตนของชุมชนนั้น ๆ ได้อย่างชัดเจน
2. หากไม่มีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรม ประเพณี ก็ควรจะเป็นชุมชนที่มีความสมบูรณ์ของธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก สวนป่าเพื่อการศึกษาทางธรรมชาติ
3. เป็นชุมชนที่ประชาชนในหมู่บ้านมีความสมัครสมานสามัคคี เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน ที่สำคัญคือ ไม่คิดเรื่องของธุรกิจมากกว่าการสร้างเศรษฐกิจชุมชนแบบพอเพียง การได้แลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ความรู้ และการได้เพื่อนใหม่

## 3. ลักษณะชุมชนบ้านปราสาท

จากการพูดคุยกับชาวบ้านปราสาทและการสังเกตสภาพแวดล้อมภายในหมู่บ้านผู้วิจัยพบว่าบ้านปราสาทเป็นชุมชนที่ชาวบ้านดำรงชีวิตอยู่อย่างเรียบง่ายไม่ค่อยปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตเพื่อสร้างความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยว ภายในหมู่บ้านปราสาทมีแหล่งท่องเที่ยวที่ถือเป็นหัวใจหลักของการท่องเที่ยวของบ้านปราสาทก็คือ แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท ซึ่งเป็นหลุมขุดค้นโครงกระดูกมนุษย์โบราณ ชาวบ้านปราสาทหลายคนพูดถึงหมู่บ้านปราสาทของตนเองว่า เป็นหมู่บ้านแบบชนบทที่อยู่กันแบบเรียบง่าย ชาวบ้านยังทำไร่ทำนาเป็นอาชีพหลัก ส่วนการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมเป็นเพียงอาชีพเสริมเท่านั้น แม้ว่าหมู่บ้านปราสาทจะไม่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่ชาวบ้านก็ภูมิใจว่ายังมีวัฒนธรรมที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ เช่น การเล่นดนตรีไทย การทอเสื่อ การทอผ้า เป็นต้น และที่สำคัญชาวบ้านปราสาทมีความยิ้มแย้มแจ่มใสพร้อมที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ

#### 4. ประเภทของสื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม

สื่อพื้นบ้านที่ชาวบ้านปราสาทใช้ในฐานะทุนวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมเกิดจากการประชุมของชาวบ้านที่เป็นสมาชิกชมรม โดยแบ่งเป็น 5 ประเภท ตามแนวคิดของสมควร กวียะ ดังนี้

##### 4.1 ครรลองโสต อันได้แก่ เพลง ดนตรี คำพังเพย นิทาน หรือเรื่องตลกพื้นบ้าน

ชาวบ้านได้ใช้วิธีการนำเอาเพลงและดนตรีพื้นบ้านมาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมในการต้อนรับ การสร้างความสนุกสนานและคุ้นเคยระหว่างชาวบ้านกับนักท่องเที่ยว โดยใช้เพลงโคราชซึ่งซึ่งพัฒนามาจากเพลงโคราชซึ่งเป็นเพลงพื้นบ้านของโคราช เพลงรำวง และวงมโหรี มาประกอบกันเพื่อให้เกิดกิจกรรมการรำวงที่สร้างความสนุกสนาน นอกจากนี้วงมโหรียังช่วยสร้างบรรยากาศการรับประทานอาหารแบบไทย ๆ เหมือนได้ย้อนไปยังอดีตกาล ในส่วนของคาถาและคำสวด ก็ทำให้พิธีบายศรีสู่ขวัญมีความศักดิ์สิทธิ์ สร้างความอบอุ่นใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องมาค้างแรมต่างถิ่น

บ้านปราสาทยังมีตำนานความเป็นมาของหมู่บ้าน ลำธารปราสาท และพิธีบายศรีสู่ขวัญไว้บอกเล่าให้นักท่องเที่ยวอีกด้วย โดยคำบอกเล่าเกี่ยวกับตำนานเหล่านี้นักท่องเที่ยวจะได้รับฟังทั้งจากคุณลุงช่วย แรมพิมาย ซึ่งเป็นประธานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) ในคืนวันจัดงานต้อนรับ หรือจากผู้ใหญ่บ้าน เจ้าของบ้านพัก และยุวมัคคุเทศก์ ในระหว่างการเที่ยวชมหมู่บ้าน เป็นต้น

4.2 ครรลองทัศน์ คือ สื่อพื้นบ้านประเภทสถาปัตยกรรม อุปกรณ์การแสดง ของเล่นของใช้ และภาษาท่าทาง

บ้านปราสาทมีสถาปัตยกรรมที่เด่น ๆ ซึ่งถือได้ว่าเป็นสื่อพื้นบ้าน ก็คือ พิพิธภัณฑสถานและแหล่งโบราณคดีที่สร้างลักษณะเรือนไทยประยุกต์ รวมถึงลักษณะบ้านของชาวบ้าน ซึ่งบ้านตามชนบทแบบดั้งเดิมจะเป็นบ้านไม้ได้ถุนสูง ถึงแม้ว่าปัจจุบันชาวบ้านจะนิยมสร้างบ้านปูนกันเพื่อความมั่นคงแข็งแรง แต่ก็ยังมีบ้านไม้ได้ถุนสูงหลงเหลืออยู่บ้าง ซึ่งชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) ก็ได้พยายามที่จะเน้นขอให้ชาวบ้านได้คงรูปแบบบ้านแบบดั้งเดิมไว้ให้มากที่สุด

เนื่องจากสื่อพื้นบ้านประเภทครรลองทัศนียภาพในส่วนที่บ้านพักอาศัยเป็นสื่อหนึ่งที่มีความสำคัญมากต่อความรู้สึกของนักท่องเที่ยว เพราะด้วยจิตวิญญาณของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบที่พักทางวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวย่อมต้องการความเป็นตัวตนของท้องถิ่นให้มากที่สุด หากชาวบ้านไม่เห็นความสำคัญของรูปแบบบ้านแบบดั้งเดิม ในลักษณะของบ้านไม้ได้ถูกลงและรื้อบ้านแบบรั้วกินได้โดยการปลูกพืชผักต่างๆ รอบรั้วบ้าน แต่กลับนิยมการสร้างบ้านตึก สร้างรั้วปูน มนต์เสน่ห์ของความเป็นชนบทก็จะหมดไป และย่อมส่งผลต่อความรู้สึกของนักท่องเที่ยว ว่าไม่มีความแตกต่างจากการพักอาศัยในเมือง และอาจส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะมาที่พักทางวัฒนธรรมด้วย

สำหรับสื่อพื้นบ้านประเภทครรลองทัศนียภาพในลักษณะของอุปกรณ์การแสดงก็จะเน้นในเรื่องของชุดการแสดงของนักเรียนที่จะสวมใส่เพื่อแสดงต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยใช้สีประจำโรงเรียนมาเป็นสีของชุดการแสดง คือ สีเหลืองและสีน้ำเงิน โดยสีเหลือง หมายถึง ดินแดนที่มีความสงบสุข และสีน้ำเงิน หมายถึง ความแน่นแฟ้น ตามลักษณะเด่นของบ้านปราสาท

บ้านปราสาทยังมีของเล่นของใช้ที่ถือเป็นสื่อพื้นบ้านที่สำคัญมากมาย ที่เด่นชัดและนำมาเป็นสื่อพื้นบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย ของใช้ที่ผลิตจากกำนตาลและใบตาล เครื่องดนตรีไทย เครื่องสีข้าวโบราณ ครกกระเดื่อง ตะเกียง กระสุนไม้ ชุดแต่งกายพื้นบ้าน ผ้าทอพื้นบ้าน เสื้อและผลิตภัณฑ์จากต้นกกต้นไผ่ เครื่องเรือนเครื่องใช้โบราณ ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว เป็นต้น

#### 4.3 ครรลองโสตทัศนียภาพ ประกอบด้วย การพ้อนรำ การละเล่น พิธีการและวิถีชีวิต

ชาวบ้านปราสาทได้ใช้การพ้อนรำ นั่นก็คือ รำทวาราวดีและการรำเชิงเป็นสื่อพื้นบ้านเพื่อใช้แสดงในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ส่วนการละเล่นก็ได้เลือกใช้การรำวง ด้วยเหตุผลที่ว่ารำวงเป็นกิจกรรมการละเล่นของไทยที่สนุกสนานได้ทุกชนชาติ ไม่ว่าจะคนไทยหรือคนต่างประเทศก็ร่วมสนุกได้โดยอาศัยจังหวะดนตรีช่วยสร้างความสนุกสนาน

ในส่วนของวิถีชีวิตที่เป็นสื่อพื้นบ้านประเภทครรลองโสตทัศนียภาพ ชาวบ้านก็ได้เลือกใช้พิธีบายศรีสู่ขวัญ ซึ่งคนทางภาคอีสานถือว่าเป็นพิธีที่ศักดิ์สิทธิ์ก่อให้เกิดสิริมงคลกับผู้เข้าร่วมพิธี โดยเฉพาะกับผู้ที่ต้องเดินทางมาค้ำแรมต่างถิ่นก็จะได้อบอุ่นใจได้ด้วย รวมทั้งการตักบาตรยามเช้า ซึ่งเป็นวิถีชีวิตแบบไทย ๆ ที่ชาวบ้านยังอนุรักษ์และถือปฏิบัติกันอยู่



สำหรับภาษาท่าทาง ซึ่งเป็นสื่อพื้นบ้านที่สำคัญที่จะช่วยสร้างความประทับใจที่มั่นคงและยาวนานให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวนั้น ชาวบ้านก็เน้นที่ความจริงใจ ความมีน้ำใจ และความเอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยวดุจญาติมิตร

#### 4.4 ครรลองรสหรือกลิ่น ได้แก่ รสและกลิ่นของอาหารพื้นบ้านหรือดอกไม้

โคราชหรือจังหวัดนครราชสีมาขึ้นชื่อว่าเป็นจังหวัดที่มีอาหารพื้นเมืองที่ขึ้นอยู่หลายชนิด และอาหารที่ชาวบ้านปราสาทเลือกมาเป็นอาหารพื้นบ้านที่สำคัญสำหรับการต้อนรับนักท่องเที่ยวก็คือ ส้มตำและผัดหมี่โคราช นอกจากนี้ยังมีน้ำพริกปลาทุ ผักสด และผลไม้ไทย ๆ โดยเน้นว่าให้เป็นอาหารพื้นบ้านเหมือนกับที่ชาวบ้านรับประทานกันอยู่ทุกวัน สำหรับอาหารในมือที่นักท่องเที่ยวจะได้รับประทานระหว่างมือที่รับประทานกับเจ้าของบ้านพัก ผู้วิจัยได้ไปสังเกตตามบ้านต่าง ๆ ก็พบว่า ยังคงเน้นความเป็นอาหารพื้นบ้านง่าย ๆ เช่น บางบ้านพอบ้านไปหาปลามาได้ก็อาจจะนำเอามาทำปลาเผา หรือทำขนมจีนน้ำยาปลา หรือทำน้ำพริก เป็นต้น

สำหรับดอกไม้ นั้น จะอยู่ในส่วนของพิธีการต้อนรับและการบายศรีสู่ขวัญ โดยชาวบ้านที่เป็นเจ้าของบ้านพักจะร้อยพวงมาลัยจากดอกไม้ที่ปลูกกันไว้แต่ละบ้าน เช่น ดอกดาวเรือง ดอกบานไม่รู้โรยหรือไปเก็บดอกธัญมาจากท้องนา เพื่อเป็นพวงมาลัยต้อนรับนักท่องเที่ยวที่พักที่บ้านของตนเอง ส่วนพานบายศรีสู่ขวัญก็จะประดับด้วยดอกไม้ที่ปลูกกันตามบ้านและเก็บตามท้องนาเช่นกัน

#### 4.5 ครรลองทักษะ ได้แก่ การกระทำหรือการมีส่วนร่วม

การท่องเที่ยวที่บ้านปราสาทนับเป็นการท่องเที่ยวที่คุ้มค่า เพราะนอกจากนักท่องเที่ยวจะได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลินแล้ว นักท่องเที่ยวยังจะได้ทดลอง หรือฝึกหัดงานหัตถกรรมพื้นบ้านของกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ด้วย เช่น การทอเสื่อ การสานกระเปาะจากต้นกก ต้นไผ่ การทอผ้า รวมทั้งการเล่นดนตรีไทย ซึ่งการใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ฝึกหัดทำงานหัตถกรรมเหล่านี้เป็นเอกลักษณ์อีกอย่างหนึ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวที่บ้านปราสาทมีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แบบที่พักทางวัฒนธรรมที่อื่น ๆ

ผลจากที่ผู้วิจัยได้พูดคุยกับชาวบ้านและนักท่องเที่ยวพบว่า สื่อพื้นบ้านที่ชาวบ้านปราสาทภาคภูมิใจว่าทำให้การท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทมีเอกลักษณ์และความแตกต่างจากการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมที่อื่น ๆ เช่น ที่ศรีวัง หรือที่สมุทรสวรรค์ ก็คือ พิธีบายศรี

สู่ขวัญ รวมทั้งความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวหลาย ๆ คนก็ยกให้พิธีบายศรีสู่ขวัญเป็นสื่อพื้นบ้านที่สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาจากท้องถิ่นอันมีความแตกต่างด้านวัฒนธรรม

## 5. การแปรสื่อพื้นบ้านให้เป็นทุนวัฒนธรรม

มีกระบวนการในการแปรสื่อพื้นบ้านให้เป็นทุนวัฒนธรรม 3 แนวทาง คือ

5.1 การแปรสื่อพื้นบ้านให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมด้วยกระบวนการขายบริการด้านที่พักและการท่องเที่ยว ด้วยจุดเด่นคือ มีราคาถูก ได้เรียนรู้และศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่น

5.2 การแปรสื่อพื้นบ้านให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมด้วยกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมการต้อนรับแบบไทย ๆ ด้วยพวงมาลัยดอกไม้สด พิธีบายศรีสู่ขวัญ รวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวชมหมู่บ้าน แหล่งโบราณคดีและกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ของชาวบ้าน

5.3 การแปรสื่อพื้นบ้านให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมด้วยผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ มีทั้งผลิตภัณฑ์จากต้นกก ต้นไทร ผลิตภัณฑ์จากต้นตาล ผ้าทอพื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว เครื่องดนตรีไทย และเครื่องมือล้าสมัยวิเศษโบราณ เป็นต้น

## 6. สื่อพื้นบ้านกับการสร้างเศรษฐกิจชุมชน

### 6.1 การพลิกฟื้นเศรษฐกิจชุมชน

บ้านปราสาทเป็นหมู่บ้านมีความเป็นประวัติศาสตร์จากการค้นพบโครงกระดูกมนุษย์โบราณภายในบริเวณของหมู่บ้านจนกระทั่งมีการพัฒนาให้เป็นแหล่งโบราณคดี เปิดให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชมกันโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังได้ส่งเสริมให้มีการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม หรือโฮมสเตย์อีกด้วย ซึ่งนับเป็นการเริ่มต้นพลิกฟื้นเศรษฐกิจชุมชนอย่างจริงจังภายใต้ความรู้ที่ได้จากฐานคิดในเรื่องศักยภาพทางวัฒนธรรมของชุมชน ที่ให้ความสำคัญกับศักยภาพของชุมชน ภูมิปัญญาและการพึ่งพาตนเอง

ดังนั้นการส่งเสริมให้มีการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมจึงเป็นจุดเริ่มต้นของการพลิกฟื้นเศรษฐกิจชุมชนบ้านปราสาท โดยได้ดึงเอาภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นและวัฒนธรรมประเพณีออกมาสร้างเป็นธุรกิจของชุมชนโดยทุกอย่างอยู่ภายใต้การบริการทางการท่องเที่ยวที่เรียกว่า “ที่พักทางวัฒนธรรม” หรือ “โฮมสเตย์”

## 6.2 การสร้างเศรษฐกิจชุมชนผ่านการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมสามารถช่วยให้ชาวบ้านมีรายได้ ไม่ใช่เพียงแต่รายได้ จากค่าที่พักและกิจกรรมการท่องเที่ยวเท่านั้น ชาวบ้านบางคนที่เป็นเจ้าของบ้านพักอยู่ในชมรมท่องเที่ยว เจริญอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) และเป็นสมาชิกกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ด้วย ก็สามารถมีรายได้เสริมทั้งจาก ค่าที่พัก และรายได้จากการขายสินค้าอื่น ๆ ของกลุ่มอาชีพ

นอกจากนี้ยังมีชาวบ้านที่อยู่ในกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ที่มีรายได้จากการที่มีนักท่องเที่ยวมาพัก ที่พักทางวัฒนธรรม เช่น มีรายได้จากการขายเสื้อผ้า กระเป๋า ขนม และของที่ระลึกอื่นๆ เป็นต้น

ดังนั้นเศรษฐกิจชุมชนของบ้านปราสาทจึงเริ่มต้นและยั่งยืนได้โดยผ่านการท่องเที่ยวที่พัก ทางวัฒนธรรม

## 6.3 ที่พักทางวัฒนธรรมช่วยสร้างเศรษฐกิจชุมชนโดยอาศัยสื่อพื้นบ้าน

บ้านปราสาทมีวัฒนธรรมที่ชาวบ้านได้ช่วยกันอนุรักษ์เอาไว้ เมื่อมีการท่องเที่ยวแบบที่พัก ทางวัฒนธรรมชาวบ้านก็ได้เลือกใช้วัฒนธรรมมาเป็นสื่อพื้นบ้านเพื่อเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และ จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ผู้วิจัยพบว่านักท่องเที่ยวหลาย ๆ คน ได้ให้ความสนใจในสื่อพื้นบ้านว่า ช่วยให้การท่องเที่ยวของบ้านปราสาทมีความเป็นเอกลักษณ์ น่าสนใจ และแตกต่างจากการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ที่อื่น ๆ สื่อพื้นบ้านจึงเป็นจุดดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวสนใจ หรือบางคนไม่เคยรู้ว่าที่พักทาง วัฒนธรรมบ้านปราสาทเป็นอย่างไรเมื่อได้มาสัมผัสแล้วก็มักจะประทับใจกับสื่อพื้นบ้านที่ชาวบ้าน ปราสาทนำเสนอผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างการท่องเที่ยวและพักอยู่ที่บ้านปราสาท

การสร้างเศรษฐกิจชุมชนโดยใช้แนวทางการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมเป็น แนวทางที่ตรงกับนโยบายการส่งเสริมของรัฐบาลชุดปัจจุบัน (พ.ต.ท. ดร. ทักษิณ ชินวัตร เป็นนายกรัฐมนตรี) ที่กำลังผลักดันการท่องเที่ยวให้นโยบายท่องเที่ยวธรรมชาติ ศึกษาวัฒนธรรม และเสริมสร้าง สุขภาพ เข้ามาแทนที่การท่องเที่ยวแบบฉับพลัน มั่วเซ็กซ์ ที่จุดการท่องเที่ยวไทยให้ตกต่ำลงทุกที โดย การท่องเที่ยวลักษณะดังกล่าวจะยึดโยงกับชุมชนระดับรากหญ้าอย่างแนบแน่น ชุมชนจะมีส่วนร่วมใน การจัดการท่องเที่ยว โดยไม่จำเป็นต้องทำลายทรัพยากรธรรมชาติหรือเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต หากแต่จะ เป็นการส่งเสริมให้ชาวบ้านรักษาทรัพยากรธรรมชาติและขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีอยู่ให้ยั่งยืน เพราะ นั้นคือ “จุดขายสำคัญ” ซึ่งเป้าหมายของนโยบายการท่องเที่ยวดังกล่าวจะช่วยให้มีการลงทุน การผลิต

สินค้าและบริการ และจะเป็นแหล่งรายได้จากการขายสินค้าและบริการแห่งใหม่ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน<sup>1</sup> ตั้งที่บ้านปราสาทกำลังทำเพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชนอยู่ในขณะนี้

ดังนั้น トラบโดที่ชาวบ้านปราสาทยังให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี และนำมาแปรให้เป็นสื่อพื้นบ้านเพื่อการจัดการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน บ้านปราสาทก็จะสามารถสร้างเศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืนได้ต่อไป

## อภิปรายผล

### 1. ความสำคัญของที่พักทางวัฒนธรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเศรษฐกิจชุมชน

#### 1.1 ความสำคัญของที่พักทางวัฒนธรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

จากการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์และการสังเกตจากเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ชาวบ้านปราสาทและนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยพบว่า ที่พักทางวัฒนธรรมได้ส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตามแนวทางของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีหัวใจหลักอยู่ที่ การอนุรักษ์ การฟื้นฟู การประยุกต์และการสร้างใหม่ โดยมีปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดการปฏิบัติตามแนวทางของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ที่การใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและจุดขายของการท่องเที่ยวแบบที่ที่พักทางวัฒนธรรม บ้านปราสาทซึ่งวางจุดขายอยู่ที่ “วัฒนธรรมท้องถิ่น” ดังนั้นที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทจึงมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ดังนี้

- การอนุรักษ์ วัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่นที่ยังคงยึดถือหรือปฏิบัติกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษก็นำมาเป็นสื่อพื้นบ้านในกิจกรรมต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวเพื่อให้สื่อพื้นบ้านเหล่านั้นได้รับการอนุรักษ์เอาไว้อย่างมีค่าและมีประโยชน์ เช่น พิธีบายศรีสู่ขวัญ เพลงโคราช เพลงรำวง วงมโหรี ภูมิปัญญาในการประดิษฐ์เครื่องดนตรีและการเล่นดนตรีไทย เป็นต้น เมื่อเยาวชนของหมู่บ้านได้เห็นพ่อแม่ได้รับประโยชน์จากการอนุรักษ์สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ในรูปแบบของรายได้ที่เกิดจากการจัดการท่องเที่ยวก็จะเป็นแนวทางหนึ่งที่ทำให้เยาวชนของหมู่บ้านเห็นความสำคัญของสื่อพื้นบ้านในอีกมุมมอง

<sup>1</sup> ผู้จัดการรายสัปดาห์ วันที่ 2-8 กรกฎาคม 2544 “ฉิ่งฉับทิวร มั่วเซ็กส์ถอยไป ธรรมชาติ วัฒนธรรม สุขภาพ คำตอบใหม่ท่องเที่ยวไทย”

หนึ่งก็จะก่อให้เกิดการร่วมแรงร่วมใจกันอนุรักษ์ขึ้นมาได้ ดังที่อาจารย์คนึงนิตย์ จอมกลาง อาจารย์โรงเรียนบ้านปราสาทที่ได้มีส่วนในการช่วยงานของชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) บ้านปราสาท กล่าวไว้ว่า

“ปัจจุบันกระแสวัฒนธรรมตะวันตกกำลังมาแรง เมื่อเด็กเขาเห็นผู้ใหญ่ทำ เห็นผู้ใหญ่ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมและให้เด็กได้ร่วมด้วยก็จะเป็นการสอนเขาโดยตรงให้เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวของบ้านปราสาท” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ความคิดเห็นของคุณวิโรจน์ ศรีวรพันธ์ ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวคนหนึ่ง แสดงความคิดเห็นไว้ว่า

“ถ้ามีนักท่องเที่ยวมามากชุมชนก็จะเกิดความตื่นตัวในการรักษาวัฒนธรรมเพื่อเป็นจุดขาย” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

การจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมจึงน่าจะเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ส่งเสริมให้เกิดกระแสอนุรักษ์สื่อพื้นบ้านและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมุมมองและแนวคิดใหม่ ๆ ว่าเป็นปัจจุบันสื่อพื้นบ้านสามารถนำมาแปรเป็นทุนวัฒนธรรมในกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเพื่อนำรายได้เข้าสู่ชุมชน เมื่อชาวบ้านช่วยกันอนุรักษ์สื่อพื้นบ้านจุดขายของการท่องเที่ยวที่เน้นที่การขายวัฒนธรรม ก็จะมีที่ยืน

- **การฟื้นฟู** ด้วยการนำเอาสื่อพื้นบ้านที่ถูกกลืนหรือหลงลืมไปตามกาลเวลากลับมาใช้ใหม่ โดยให้เป็นสื่อพื้นบ้านส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น คุณลุงสุภาพ แนนกลาง ที่ได้ฟื้นฟูการทอผ้าซึ่งเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมของบ้านปราสาทขึ้นมาใหม่ หลังจากที่ความเจริญและความสะดวกสบายทำให้คนในหมู่บ้านนิยมการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากกว่าการทอผ้าจนทำให้วัฒนธรรมการทอผ้าจางหายไปจากหมู่บ้าน เมื่อคุณลุงสุภาพฟื้นฟูวัฒนธรรมการทอผ้าขึ้นมาใหม่อีกครั้ง ชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) ก็ได้ใช้การทอผ้าเป็นหนึ่งในกิจกรรมการท่องเที่ยวชมหมู่บ้านให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิธีการทอผ้า และทำให้นักท่องเที่ยวมั่นใจว่าได้ผ้าทอจากฝีมือของชาวบ้านจริง ๆ

- **การประยุกต์** ที่บ้านปราสาทมีการนำเอาสื่อพื้นบ้านที่มีอยู่ในหมู่บ้านมาประยุกต์จนเกิดประโยชน์และสร้างความสำคัญต่อการแปรสื่อพื้นบ้านให้เป็นทุนวัฒนธรรมและแนวทางการพัฒนาสื่อพื้นบ้าน อาทิเช่น ตันกก ตันไหล ที่ในอดีตนิยมนำมาทอเป็นเสื้อ แต่ในปัจจุบันชาวบ้านประยุกต์ให้กกและไหลมีประโยชน์มากขึ้นด้วยการนำเอามาสานเป็นกระเป๋า แจกัน จานรองแก้ว กล่องทิชชู เป็นต้น นอกจากนี้จะได้สืบสานวัฒนธรรมการผลิตเครื่องใช้จากตันกกและตันไหลแล้ว ยังได้สินค้า

ตัวใหม่ และทำให้การเที่ยวชมหมู่บ้านมีสินค้าใหม่ที่เกิดจากการประยุกต์เอาสื่อพื้นบ้านมาสร้างสรรค์อย่างลงตัวอีกด้วย

- **การสร้างใหม่** เกิดจากการเรียนรู้ของชาวบ้านที่ได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานราชการ ด้วยการนำเอาสื่อพื้นบ้านของท้องถิ่นอื่นมาให้ชาวบ้านได้เรียนรู้และปฏิบัติ นั่นก็คือ “ขนมกะหรี่ปั๊ฟ” ซึ่งเป็นขนมที่มีชื่อเสียงโด่งดังมากที่จังหวัดสระบุรี เมื่อชาวบ้านได้จัดทำจนชำนาญก็นำมาเป็นขนมให้นักท่องเที่ยวได้รับประทานและฝึกจัดทำด้วย รวมทั้งเป็นสินค้าของกลุ่มแม่บ้านทำขนมและอาหารที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อไปเป็นของฝากเพราะติดใจในรสชาติ

การสร้างใหม่นี้ยังรวมถึงวิธีการที่ชาวบ้านได้ให้บทบาทใหม่ให้กับสื่อพื้นบ้านว่าไม่ได้เป็นแค่สื่อประเพณี หรือสิ่งที่สร้างความสนุกสนานและมีความสำคัญต่อกิจกรรมด้านวัฒนธรรมประเพณีเท่านั้น แต่แนวทางการนำสื่อพื้นบ้านมาเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมยังสร้างบทบาทใหม่ให้กับสื่อพื้นบ้าน ว่าเป็นสิ่งที่มีมูลค่า สร้างความต้องการและสนองความต้องการให้กับนักท่องเที่ยว จนเป็นจุดขายที่สำคัญของการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาท

การจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมด้วยการสร้างสื่อพื้นบ้านใหม่ ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น เช่น การขาดเอกลักษณ์ของสื่อพื้นบ้านที่เกิดจากการสร้างใหม่ การนำเอาขนมกะหรี่ปั๊ฟมาเป็นขนมให้นักท่องเที่ยวได้ฝึกจัดทำและจำหน่ายเป็นของที่ระลึก ควรมีการพูดคุยให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงที่มาที่ไปและเหตุผลที่ต้องเลือกใช้ขนมกะหรี่ปั๊ฟ โดยการสอดแทรกเข้าไปกับการสนทนาขณะทำขนมระหว่างชาวบ้านกับนักท่องเที่ยว

## 1.2 ความสำคัญของที่พักทางวัฒนธรรมที่มีต่อเศรษฐกิจชุมชน

แม้ว่าการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมของบ้านปราสาทจะไม่ใช่อาชีพหลักของชาวบ้าน ชาวบ้านยังคงมีอาชีพหลักอยู่ที่การทำไร่ ทำนา หรือบางคนก็เป็นช่างเสริมสวย ช่างตัดเย็บเสื้อผ้า ดังที่คุณชูเกียรติ โพธิโต พนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวฯ แสดงความคิดเห็นไว้ว่า

“โฮมสเตย์มันไม่ใช่อาชีพหลัก แต่บังเอิญเงินมันเหลือมันได้มาเป็นกองทุนของหมู่บ้าน พอเวลาผัดหมี่เยอะ ๆ รวมกันในหมู่บ้านมันก็เลยเหลือเท่านั้นเอง แล้วอาชีพหลักก็เหมือนเดิม ไม่ใช่ นั่งรอว่าคุณชูเกียรติเมื่อไรฝรั่งจะมา” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ที่พักทางวัฒนธรรมทำให้ชาวบ้านพึ่งพาตนเองได้ ทำให้เกิดกองทุนของหมู่บ้านเพื่อพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ภายในหมู่บ้านโดยไม่ต้องรอแต่งบประมาณของรัฐเพียงอย่างเดียวเท่านั้น

ความสำคัญของที่พักทางวัฒนธรรมยังได้ส่งผลให้ชาวบ้านปราสาทได้มีรายได้ที่เพิ่มขึ้น และหมุนเวียนกันไปตั้งแต่สมาชิกชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สมาชิกของกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ดังที่คุณลุงช่วย แรมพิมาย ประธานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กล่าวว่

“โฮมสเตย์สร้างรายได้ให้กับชาวบ้านได้ดี โดยเฉพาะเมื่อมีกิจกรรมโฮมสเตย์ งานฝีมือของชาวบ้านเริ่มรู้จักมากขึ้น ชาวบ้านเริ่มเห็นความสำคัญเข้าร่วมกลุ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ความคิดเห็นของชาวบ้านที่เป็นเจ้าของบ้านพักและเป็นสมาชิกของกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ด้วย ได้พูดถึงรายได้ของตนเองระหว่างที่มีนักท่องเที่ยวมาที่ที่พักทางวัฒนธรรม ไว้ว่า

“ผมมีรายได้จากการที่มีนักท่องเที่ยวมาพักแล้วก็จากการขายผ้า ซึ่งก็เป็นรายได้เสริมเพราะงานหลักก็คือการทำนา” (สุภาพ แนนกลาง, สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ผู้ใหญ่เทียม ละอองกลาง ได้ถ่ายทอดความคิดเห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างที่พักทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างชัดเจน

“โฮมสเตย์ที่อื่นเขาก็มีกันแต่เขาไม่มีเหมือนเรา เรามีแหล่งโบราณคดี มีกลุ่มอาชีพโฮมสเตย์เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้ชาวบ้านมีรายได้ เราไม่ได้หวังรายได้มากมาย เราทำเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวให้ได้มาดูชีวิตความเป็นอยู่ มาเห็นวัฒนธรรม ถ้าชาตวัฒนธรรมอันดีงามโฮมสเตย์ที่นี้ก็คงหมดเสน่ห์ขาดคนสนใจมาท่องเที่ยว เพราะสิ่งที่เราทำคือ ขายวัฒนธรรม” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ที่พักทางวัฒนธรรมจะก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเศรษฐกิจชุมชนได้ดีเพียงใดนั้น ปัจจัยหลักสำคัญที่สุดก็คือ ชาวบ้านปราสาท โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้วางรากฐานทางความคิดให้กับชาวบ้านไว้ว่านี่คืออาชีพเสริมเท่านั้น รายได้หลักของชาวบ้านไม่ได้มาจากการท่องเที่ยว บ้านของชาวบ้านคือที่พักทางวัฒนธรรมไม่ใช่เกสเฮาส์หรือโรงแรม การช่วยกันอนุรักษ์วัฒนธรรมที่ดีงามของท้องถิ่นเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งต่อรูปแบบการท่องเที่ยวและจำนวนของนักท่องเที่ยว เมื่อใดที่หมู่บ้านขาดเอกลักษณ์และหนีจากความเป็นตัวตนเองตนเอง ก็อาจจะส่งผลต่อจำนวนของนักท่องเที่ยว

## 2. ความคิดเห็นของชาวบ้านปราสาทที่มีต่อการลงทุนและผลได้ผลเสียที่เกิดขึ้นจากการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม

แม้ว่าการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมของบ้านปราสาท จะไม่ใช่รูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องอาศัยการลงทุนที่สูง แต่ก็ยังมีความจำเป็นที่จะต้องลงทุน ดังที่ผู้วิจัยได้แยกประเภทการลงทุนของชาวบ้านปราสาทมาแล้วว่า ประกอบไปด้วยการลงทุน 4 ประเภท คือ

- การลงทุนด้วยแรงงาน
- การลงทุนด้วยจิตใจและแรงใจ
- การลงทุนด้วยวัฒนธรรม
- การลงทุนด้วยเงิน

ชาวบ้านปราสาทแสดงความคิดเห็นที่มีต่อการลงทุนของตนเองเพื่อการต้อนรับนักท่องเที่ยวในแต่ละครั้งถึงผลได้และผลเสียที่เกิดขึ้นดังนี้

“คุ้มนะ เพราะรายได้ก็ได้นหลายบาท อย่างถ้าพัก 3 คนก็ได้ 900 บาท หักเข้ากลุ่ม 100 บาท ค่าอาหาร 150 บาท และค่ากิจกรรมกลุ่ม 50 บาท ก็จะเหลือ 600 บาท ค่ากับข้าวระหว่างที่เขายู่ที่บ้านเรา 1 เวลา ก็จะทำอาหาร 3 อย่าง เช่น แกง 2 อย่าง ไข่ทอดด้วย หรืออาจจะมิน้ำพริก ผัก ก็จะหมดประมาณ 100 บาท กินกันได้ทั้งเราด้วยแขกด้วย ก็จะเหลือจริง ๆ ประมาณ 500 บาท ก็ถือว่าคุ้ม” (สำเรียง อ่อนโคกสูง.สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

“เราไม่ได้คิดในเชิงธุรกิจ ถ้าพูดถึงเรื่องเงินก็ไม่ได้เป็นกอบเป็นกำ แต่เรามีความภูมิใจที่เราได้ร่วมมือกับหมู่บ้าน ทำให้บ้านปราสาทมีชื่อเสียง มีรายได้เข้ามา บางทีเงินกำลังจะขาดมือ แต่พอนักท่องเที่ยวมาพักก็ได้เงินจนเกือบครบครัวได้อีก” (ดอกอ้อ กลุ่มสกุล. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

“เราคิดว่ามันคุ้มกับความพอใจของเราเพราะเขาไม่ได้มาอยู่กับเราทุกวันนาน ๆ ถึงจะมากขึ้นที่เราจะได้รู้จักเพื่อนใหม่ด้วย เราไม่คิดว่าเป็นธุรกิจ แต่ก็ทำให้เรามีรายได้เสริมเวลาที่ไม่ได้ทำอะไรทำนา” (ทองพวน แนนกลาง. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

“เรื่องรายได้ถ้าจะให้มันคุ้มได้เป็นกอบเป็นกำมันก็ไม่ได้ เราก็เอาส่วนใหญ่ไปประมาณ คิดว่าแขกที่มาเขาเอาเงินมาใช้ประเทศเรา อย่างต่างชาติมาเขาก็เอาเงินมาให้ประเทศเราปีหนึ่งก็หลายร้อยล้านบาท เรานึกถึงประเทศของเรา ชาวบ้านได้นิดหน่อยก็ไม่เป็นไร เพราะมันเป็นอาชีพเสริม จากการทำไร่ทำนา” (อุทัย ทัทกลาง. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)



ชาวบ้านส่วนใหญ่มองว่าการลงทุนของชาวบ้านเพื่อการจัดการท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรมเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า แม้ว่าการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พิกทางวัฒนธรรมจะเป็นเพียงอาชีพเสริมของชาวบ้านและรายได้ที่ชาวบ้านได้รับจะไม่ได้เป็นกอบเป็นกำจนยึดเป็นอาชีพหลักได้ แต่สามารถทำให้เกิดเงินหมุนเวียนรวมทั้งยังต้องมองถึงความคุ้มค่าในระดับประเทศว่าแต่ละปีการท่องเที่ยวได้สร้างเงินมากมายให้กับประเทศ

### 3. จุดขายของที่พิกทางวัฒนธรรมบ้านปราสาท และการเลือกซื้อพื้นบ้าน

#### 3.1 จุดขาย

เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและชาวบ้านปราสาทส่วนใหญ่มีมุมมองที่เหมือนกันว่าการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พิกทางวัฒนธรรมมีจุดขายอยู่ที่ “วัฒนธรรม” เนื่องจากบ้านปราสาทเป็นหมู่บ้านที่ขาดความงดงามทางธรรมชาติในลักษณะของ ภูเขา น้ำตก ทะเล หรือ สวนป่าธรรมชาติ แต่มีจุดเด่นที่ชัดเจนอยู่ที่วัฒนธรรม เริ่มตั้งแต่การขุดค้นพบแหล่งโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์ยุคโลหะ ที่มีอายุราว 3,000 ปี ดังนั้นในการจัดการท่องเที่ยวของหมู่บ้านจึงเน้นที่การขายวัฒนธรรมตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

คุณชูเกียรติ โภธิโต พนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวฯ พูดถึงจุดขายของที่พิกทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทไว้ว่า

“โฮมสเตย์บ้านปราสาทก็คือ วัฒนธรรม คุณไปอยู่ไปนอนอยู่บ้านเขา เขาทำอะไรก็ทำไป” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ส่วนคุณลุงช่วย แรมพิมาย ก็พูดถึงจุดขายของที่พิกทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทไว้ว่า

“อันดับแรกคือมาดูแหล่งโบราณคดี สองคือ มาแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน และสามก็มาดูกิจกรรมในหมู่บ้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ สี่ก็ดูกลุ่มอาชีพ” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

รวมทั้งอาจารย์คณินนิตย์ จอมกลาง ที่มองจุดขายของที่พิกทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทว่า

“ถ้าเรามองว่าโฮมสเตย์บ้านปราสาทเป็นเรื่องของการตลาดจุดขายจริง ๆ ที่เราอยากนำเสนอเขาทำอะไร คิดว่าเป็นวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของหมู่บ้านเรา” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

นอกจากการต้อนรับด้วยพวงมาลัย หรือพิธีบายศรีสู่ขวัญ ที่ดึงเอาวัฒนธรรมของชุมชนบ้านปราสาทมาเป็นจุดขายแล้ว วัฒนธรรมอีกส่วนซึ่งกลายเป็นจุดขายที่เด่นชัดของการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมของบ้านปราสาท คือ น้ำใจและอัธยาศัยไมตรีของชาวบ้านที่ให้ความใกล้ชิดและเป็นกันเองกับนักท่องเที่ยวดูจตุคามคนหนึ่ง

เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจที่มาท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมที่บ้านปราสาท สิ่งที่นักท่องเที่ยวจะได้รับคือ การเรียนรู้และศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างชาวบ้านกับนักท่องเที่ยว และการต้อนรับที่อบอุ่นด้วยน้ำใจไมตรีของชาวบ้าน โดยผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชาวบ้านกำหนดขึ้น

### 3.2 การเลือกซื้อพื้นบ้าน

คุณชูเกียรติ โภธิโต ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำเสนอซื้อพื้นบ้านสู่สายตา นักท่องเที่ยวไว้ว่า “เราชี้แนะไม่ใช่ชี้หน้า” ชาวบ้านจะเป็นผู้วางแผนการเลือกสรรซื้อพื้นบ้านที่จะใช้เป็นกิจกรรมต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม โดยผ่านขั้นตอนการประชุมของสมาชิกชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) บ้านปราสาท

คุณลุงช่วย แรมพิมาย ได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องของการเลือกสรรซื้อพื้นบ้านไว้ว่า “การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไม่ได้กำหนดว่าชาวบ้านจะต้องมีกิจกรรมอะไรบ้าง แต่ชาวบ้านจะมาประชุมกันเพื่อวางแผนกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยตนเอง ว่าควรจะมีกิจกรรมอะไรบ้าง” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ดังนั้น การเลือกสรรซื้อพื้นบ้านที่ชุมชนบ้านปราสาท เกิดขึ้นจากการร่วมแรงร่วมใจประสานงานของชาวบ้านในชุมชนและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำให้เกิดการอนุรักษ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นำรายได้มาสู่ท้องถิ่น

#### 4. การส่งเสริมและสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม

##### 4.1 การส่งเสริมและสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

หลังจากที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ส่งเจ้าหน้าที่ไปให้ความรู้และวางรากฐานเกี่ยวกับแนวทางการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมจนกระทั่งชาวบ้านมีความเข้าใจดีจึงมอบหมายให้การจัดการและบริหารงานเป็นหน้าที่ของชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) บ้านปราสาทแล้ว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก็ยังทำหน้าที่เป็นผู้คอยดูแลอยู่เบื้องหลัง

คุณชูเกียรติ โภธิโต พนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว ฯ พูดถึงแนวทางการส่งเสริมและสนับสนุนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวของบ้านปราสาทไว้ว่า

“การทำงานกับชุมชนอย่าไปชี้หน้า ต้องให้ข้อมูลเขาทั้งหมด อยากรู้ใหม่ ทำแล้วมีปัญหาให้มาถาม เดี่ยวจะลงมือแก้ไขช่วย มันต้องหลักการอย่างนั้น ถ้าไปชี้หน้าเมื่อไรปัญหาจะเกิดขึ้นทันทีเพราะเราไม่รู้ว่าในความเป็นจริงเขาอยากทำหรือเปล่า ชาวบ้านปราสาทอยากทำโฮมสเตย์กันหรือเปล่า นี่แหละมันถึงอยู่ได้มาเกือบ 10 ปี” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้การส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมของบ้านปราสาท ดังนี้

1. ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ด้วยการจัดทำโบรชัวร์เผยแพร่เป็นภาษาต่าง ๆ ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส และภาษาญี่ปุ่น
2. เป็นที่ปรึกษาเวลาที่ชาวบ้านมีปัญหาและต้องการข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
3. จัดสรรงบประมาณให้เพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว
4. ส่งเจ้าหน้าที่ไปช่วยดูแลเวลาที่มีคณะและกลุ่มต่าง ๆ มาศึกษาดูงาน
5. เป็นตัวกลางประสานงานกับนักท่องเที่ยวที่ติดต่อเข้ามาและต้องการไปพักที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาท

นอกจากนี้คุณชูเกียรติ โภธิโต ยังพูดถึงความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวของบ้านปราสาทว่าเกิดจากความภูมิใจ

“มีหน่วยงานต่าง ๆ มาชื่นชม มาดูงาน บ้านปราสาทได้รางวัลเยอะแยะ เพราะชาวบ้านเขาไม่หวังว่าจะได้เงิน ผมพาเขาไปออกงานที่เซ็นทรัล ลาดพร้าว ไปดำส้มตำและกั๊กผัดหมี่ ผู้คนชื่นชมเขาว่าผัดหมี่อร่อยที่สุดในโลกชาวบ้านเค้าก็หน้าบาน เขาชื่นชมที่มีคนมาหมู่บ้านของเขา ต้องมาดูงานที่บ้านปราสาทจึงจะทำโฮมสเตย์ได้ นี่คือการภาคภูมิใจ หมู่บ้านอื่นที่มีปัญหาเพราะไม่ได้เกิดจากความภาคภูมิใจ มองว่าฉันลงทุนไป 2,000 บาท จะต้องมีฝรั่งมาพักก็ครั้งจึงจะได้ทุนคืน” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ดังนั้นการส่งเสริมและสนับสนุนที่เป็นหัวใจหลักของการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทก็คือ การวางรากฐานทางความรู้ ความคิดและการจัดการที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ปูพื้นฐานไว้เป็นอย่างดีจนทำให้การบริหารงานและจัดการท่องเที่ยวมีความมั่นคงและปราศจากปัญหาความขัดแย้งมาจนทุกวันนี้ ปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยสำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 1 จึงมีหน้าที่หลักคือ คอยให้คำปรึกษา ช่วยประชาสัมพันธ์และประสานงานนักท่องเที่ยวที่ติดต่อมาโดยผ่านทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

#### 4.2 ความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม

##### 4.2.1 ความคาดหวังของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม

บ้านปราสาทได้ก้าวไปสู่ความเป็นชุมชนเข้มแข็งที่มีความสามารถในการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเองได้อย่างมั่นคงและเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับชุมชนอื่น ๆ ได้ โดยมีหน่วยงานและหมู่บ้านต่าง ๆ มาดูงานที่บ้านปราสาทอย่างต่อเนื่อง

คุณชูเกียรติ โภชิต แสดงความคิดเห็นในฐานะที่เป็นพนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว เกี่ยวกับความคาดหวังที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมในชุมชน หรือหมู่บ้านอื่น ๆ อย่างน่าสนใจไว้ว่า

“ททท. อยากสนับสนุนการทำกิจกรรมโฮมสเตย์ แต่บางที่มันเกิดความไม่เข้าใจกัน ทั้งภาครัฐด้วยกันเองก็ไม่เข้าใจกัน อยากให้หมู่บ้านไหนเป็นโฮมสเตย์มันต้องเริ่มจากการปูพื้นฐาน ทำความเข้าใจกันให้ได้ถ้าไม่ได้คุณพังแน่ อีกไม่ถึง 2-3 ปีข้างหน้าพี่น้องต้องทะเลาะกันเอง อะไรก็ตามถ้ามีผลประโยชน์เข้ามา การจัดการไม่ถูกต้องมันจะทะเลาะกันเอง บ้านปราสาทเขามีความเข้มแข็งมาก ๆ เข้าอกเข้าใจกัน พูดยกกันรู้เรื่อง มีการประชุมกันตลอด” (สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ตั้งเป้าหมายด้านการท่องเที่ยวในแผนการท่องเที่ยวปี 2000 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ตั้งเป้าหมายไว้ว่า

“ให้พัฒนาการท่องเที่ยวไทยไปในทิศทางที่ช่วยอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนได้มาตรฐานสากล รวมทั้งให้เป็นเครื่องมือในการแสวงหาเงินตราต่างประเทศกระจายรายได้และอาชีพสู่ท้องถิ่น” (แหล่งเดิม.)

ความคาดหวังของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปัจจุบัน จึงอยู่ที่การต้องการเห็นชุมชนหรือหมู่บ้านอื่น ๆ ที่ต้องการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมมีการบริหารจัดการที่ดี คำนึงถึงผลประโยชน์เป็นเรื่องรองเพื่อความเข้มแข็งของชุมชน ดังแนวทางที่บ้านปราสาทกำลังดำเนินอยู่ในขณะนี้

#### 4.2.2 ความคาดหวังของชาวบ้านปราสาทที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม

ชาวบ้านปราสาทได้แสดงความคาดหวังจากการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมไว้ดังนี้

“ความคาดหวังของเราหลังจากที่มีโฮมสเตย์ เราก็คิดว่าจะทำให้คนในหมู่บ้านเรามีอาชีพเสริม อย่างที่เห็นก็มีการส่งเสริมกลุ่มอาชีพต่าง ๆ แล้วมันยังทำให้เราได้ญาติเพิ่มด้วย เราได้ศึกษา ได้ความรู้จากคนที่มาพักกับเรา” (เทียม ละอองกลาง. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

“ความคาดหวังในเรื่องรายได้ก็คิดว่าก็คงจะสร้างรายได้ไม่มากเท่าไรแต่มันเป็นความภูมิใจของเรามากกว่า และมันยังสร้างชื่อเสียงของหมู่บ้านเราไปถึงต่างประเทศด้วย” (ประภาวดี คล่องแคล่ว. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

“โฮมสเตย์ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวทำให้ชาวบ้านมีรายได้ หมู่บ้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักไปทั่ว” (ทิพย์ ถ้ำกลาง. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

ความคาดหวังของชาวบ้านส่วนใหญ่มุ่งไปที่การสร้างรายได้ในลักษณะของรายได้เสริมจากงานหลักมากกว่าการทำให้เกิดอาชีพหลักและรายได้หลักของชาวบ้าน และสิ่งหนึ่งที่ชาวบ้านคาดหวังไว้ก็คือ การทำให้หมู่บ้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของผู้คนทั้งในประเทศและต่างประเทศรวมถึงมิตรภาพระหว่างชาวบ้านกับนักท่องเที่ยว

#### 4.2.3 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาท พบว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังดังนี้

“ไม่เคยได้รู้จักว่าโฮมสเตย์เป็นอย่างไร ก็เลยไม่ได้คาดหวังอะไร คิดไว้แค่จะมาพักที่บ้านของชาวบ้านแทนพักโรงแรม แล้วก็มาดูแหล่งโบราณคดี” (ปราณวิทย์ ธีรภาพธรรมกุล. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

“คงจะเป็นโครงการแบบฝรั่งที่ไปพักบ้านของชาวบ้าน และน่าจะได้รับการต้อนรับที่ดี” (กมล แก้วดี. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

“คิดว่าคงจะเหมือนกับที่พักเวลาที่นักเรียนไปเรียนต่างประเทศ ได้มาอยู่กับครอบครัวของชาวบ้าน แต่เรามาอยู่หมู่บ้านในต่างจังหวัดก็น่าจะได้มาอยู่บ้านไม้ มีได้ดู ทุ่งกระโจม ออกอาบน้ำ ใช้ชีวิตแบบชาว ๆ ชาวบ้าน” (สมบัติ ละกำป็น. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

“คาดหวังว่า อาจจะเจอวัฒนธรรม วิถีชีวิต ประเพณีของบ้านปราสาท และโบราณวัตถุ คือ โครงกระดูก” (วิโรจน์ ศรีวราพันธ์. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

“คิดว่าคงจะได้ไปดูแหล่งโบราณคดีและได้ไปพักกับครอบครัวของชาวบ้าน” (นัฐยา ช่ายกระโทก. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

เมื่อสอบถามถึงผลของการท่องเที่ยวที่มีต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวว่าได้ตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ ผลปรากฏว่า

“รู้สึกดีมาก เป็นอย่างที่คิดเอาไว้ หลาย ๆ กิจกรรมของที่นี่เป็นการสานสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชาวบ้านกับนักท่องเที่ยว” (กมล แก้วดี. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

“ได้บ้างไม่ได้บ้าง ได้หมู่บ้านไม่มีได้ดู แต่ก็ผิดหวังบ้างที่เห็นในหมู่บ้านมีบ้านปูนอยู่หลายหลังเหมือนกัน” (สมบัติ ละกำป็น. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

“ส่วนใหญ่จะได้ตามที่คาดหวังทั้งหมด” (วิโรจน์ ศรีวราพันธ์. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

“อบอุ่นและประทับใจมากกับการต้อนรับของชาวบ้าน” (นัฐยา ช่ายกระโทก. สัมภาษณ์, แหล่งเดิม.)

การท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมโดยใช้สื่อพื้นบ้านเป็นตัวส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ช่วยให้นักท่องเที่ยวที่มาพักที่พักทางวัฒนธรรมมีความอบอุ่น ประทับใจจากการต้อนรับ รวมถึงการเรียนรู้และศึกษาวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น

เมื่อวิเคราะห์จากความคาดหวังของกลุ่มบุคคลทั้ง 3 กลุ่ม คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ชาวบ้านปราสาทที่เป็นสมาชิกชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) และนักท่องเที่ยว พบว่า การจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมได้บรรลุตามความคาดหวังของบุคคลทั้ง 3 กลุ่ม คือ

1. มีระบบการบริหารและจัดการที่ดี ชาวบ้านมีความสามัคคี และชุมชนมีความเข้มแข็งไม่คำนึงถึงรายได้มากกว่าการได้เผยแพร่ เรียนรู้และแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมตามความคาดหวังของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2. นักท่องเที่ยวประทับใจการต้อนรับ น้ำใจและอัธยาศัยไมตรีของชาวบ้าน ตามความคาดหวังของชาวบ้านปราสาท

3. นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณีโดยผ่านสื่อพื้นบ้านและการพักกับครอบครัวของชาวบ้าน ตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

##### 5. การตลาดของการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาท

การนำเอาสื่อพื้นบ้านมาแปรเป็นทุนวัฒนธรรมจนเกิดเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมประเภทบริการด้านการท่องเที่ยว ทำให้การตลาดด้านการท่องเที่ยวของบ้านปราสาทเดินไปในแนวทางเดียวกับนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพราะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้วางนโยบายและแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างปี 2540 - 2546 ด้วยการมุ่งเน้นที่จะส่งเสริมการอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงคุณภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะยาวและคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของชาติ

กลุ่มเป้าหมายของตลาดการท่องเที่ยวของบ้านปราสาทจึงได้แก่ ผู้ที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบเรียบง่าย พร้อมทั้งจะเรียนรู้และศึกษาวิถีชีวิต วัฒนธรรมนิยม วัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่นไม่ถึงกับจะต้องมีลักษณะที่มักจะเรียกกันว่า "ติดดิน" แต่จะต้องเปิดใจกว้างที่จะรับและเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่อาจจะไม่คุ้นเคย รวมทั้งละทิ้งความสะดวกสบายที่เคยได้รับ มาใช้บริการที่เรียบง่ายแต่อบอุ่นแทน

ตลาดการท่องเที่ยวของบ้านปราสาทมีลักษณะเฉพาะของการให้บริการ "แบบใกล้ชิด" นั้น เพราะตั้งแต่ก้าวแรกที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงที่บ้านปราสาทก็จะได้รับการต้อนรับที่อบอุ่น เริ่มตั้งแต่การสร้างความรู้จักรหว่างชาวบ้านกับนักท่องเที่ยวก็เลือกใช้วิธีการให้เจ้าของบ้านนำพวงมาลัยมามอบให้นักท่องเที่ยวที่พักบ้านของตนเอง และระหว่างที่นักท่องเที่ยวพักอยู่ที่บ้านของชาวบ้านก็จะได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิดเหมือนกับเป็นญาติคนหนึ่ง การพูดคุยสอบถามสารทุกข์สุขดิบตามนิสัยของคนไทยและการมีโอกาสดูรับประทานอาหารร่วมกัน เป็นสิ่งหนึ่งที่ช่วยสร้างความรู้สึกทางจิตใจให้นักท่องเที่ยวซึ่งมาจากต่างถิ่นให้ไม่รู้สึกว่าตนเองเป็นคนแปลกหน้าสำหรับท้องถิ่นใหม่

#### - หลักการตลาด 4 P's

การตลาดของการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาท วิเคราะห์ตามหลักการตลาด 4 P's (Kotler, Philip and Gray Armstrong. อ้างใน ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, แหล่งเดิม.) ดังนี้

1. **สินค้าและบริการ (Product)** การจัดการท่องเที่ยวของบ้านปราสาทมีสินค้าที่สำคัญคือ การขายบริการ "ที่พักทางวัฒนธรรม" ด้วยการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มาพักที่บ้านของชาวบ้าน จากนั้นก็มีกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน ตั้งแต่การท่องเที่ยวชมแหล่งโบราณคดี และเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นจากกิจกรรมการต้อนรับและการละเล่นระหว่างชาวบ้านกับนักท่องเที่ยว รวมถึงการเยี่ยมชมกลุ่มอาชีพต่าง ๆ และฝึกหัดงานหัตถกรรมที่ตนเองสนใจ

บริการที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาท จึงมีลักษณะเด่นและแตกต่างจากบริการด้านการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น เพราะไม่ได้เป็นเพียงบริการที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว แต่เป็นที่พักที่นักท่องเที่ยวจะได้รับการดูแลเอาใจใส่จากชาวบ้านเหมือนกับเป็นญาติคนหนึ่ง และนักท่องเที่ยวยังได้รับความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น

2. **ราคา (Price)** เป็นส่วนประสมการตลาดที่เป็นตัวแปรสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ในระดับปานกลาง ย่อมมีความต้องการบริการด้านการ



ท่องเที่ยวที่มีราคาไม่แพงนัก ที่บ้านปราสาทเป็นบริการการท่องเที่ยวที่มีราคาค่อนข้างถูก เมื่อเปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับเพราะนักท่องเที่ยวจ่ายเงินเพียง 300 บาทสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 400 บาทสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ก็จะได้รับบริการทั้งที่พัก อาหารและกิจกรรมทางวัฒนธรรมทำให้การท่องเที่ยวที่บ้านปราสาทน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการการท่องเที่ยวแบบประหยัดไปพร้อม ๆ กับการเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น

3. **ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** ปัจจุบันใช้วิธีการติดต่อด้วยโทรศัพท์ผ่านทาง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) บ้านปราสาท โรงเรียนบ้านปราสาท และอาจารย์จัญญ์ จอมกลาง ที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทยังไม่มีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางบริษัทท่องเที่ยว เนื่องจากการจัดการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทเป็นรูปแบบของอาชีพเสริมไม่ได้เป็นอาชีพหลักของชาวบ้านหรือการทำธุรกิจแบบเป็นล่ำเป็นสัน

4. **การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** ประกอบด้วย การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ด้วยการเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์และรายการส่งเสริมการท่องเที่ยว คุณลุงช่วยแรมพิมาย ซึ่งเป็นประธานชมรมฯ พูดถึงการส่งเสริมการตลาดในอนาคตไว้ว่า

“ในอนาคตเมื่อมีอินเทอร์เน็ตชุมชนเข้ามาในองค์การบริหารส่วนตำบล ผมในฐานะที่เป็นรองประธานบริหารอยู่ด้วยก็มีแนวความคิดว่าจะนำข้อมูลข่าวสารเรื่องการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทเข้าไปเผยแพร่ด้วย” (สัมภาษณ์ 23 มิถุนายน 2544.)

อินเทอร์เน็ตจึงเป็นช่องทางใหม่ในการส่งเสริมและเผยแพร่ให้ธุรกิจชุมชนของบ้านปราสาทเป็นที่รู้จักมากขึ้นด้วยข้อมูลที่ผ่านการกลั่นกรองจากชาวบ้านที่เป็นเจ้าของธุรกิจโดยตรง

นอกจากนี้ยังมีน้ำใจของชาวบ้านปราสาทที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการตลาดให้การท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทได้โดยที่ชาวบ้านไม่รู้ตัว นั่นก็คือ สิ่งที่ชาวบ้านได้มอบให้เป็นของฝากของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวก่อนที่จะเดินทางกลับ ตามประเพณีไทยที่ยึดถือกันมานาน เมื่อมีญาติพี่น้องมาเยี่ยมก็ต้องมีสิ่งของติดไม้ติดมือให้เวลากลับเสมอ ๆ

ในแง่ของการส่งเสริมการตลาด สิ่งที่ชาวบ้านให้แก่นักท่องเที่ยวถือเป็น “ของแถม” จากน้ำใจของชาวบ้านที่เป็นเจ้าของบ้านพักทางวัฒนธรรม เป็นการทำการตลาดจากพื้นฐานวัฒนธรรม โดยไม่ต้องอาศัยการลงทุนซื้อหาหรือจัดเตรียมสิ่งของที่มีราคาแพงไว้ให้แก่นักท่องเที่ยว เพียงหยิบเอาสิ่ง

ที่มีอยู่ในบ้านเรือนหรือในหมู่บ้านมาให้เป็นที่ระลึกก็สร้างความประทับใจได้แล้ว เพราะสิ่งที่มีค่ามากกว่าสิ่งของก็คือ “น้ำใจ” ของชาวบ้าน

## 6. ความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสี่พื้นบ้านของบ้านปราสาท

จากการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทพบว่า นักท่องเที่ยวมีความประทับใจต่อสี่พื้นบ้านและที่พิกทางวัฒนธรรมดังต่อไปนี้

1. ความประทับใจต่อพิธีบายศรีสู่ขวัญ เนื่องจากว่านักท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์ส่วนใหญ่จะมีภูมิลำเนาอยู่ในภูมิภาคอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บางคนเพิ่งจะเคยได้ร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญเป็นครั้งแรกที่บ้านปราสาท บางคนเคยได้ร่วมพิธีเมื่อครั้งที่ไปดูงานที่ภาคเหนือแต่เมื่อมีโอกาสได้มาร่วมพิธีที่นี้อีกครั้งก็ยิ่งประทับใจอีกครั้ง และบางคนก็บอกว่าพิธีนี้ทำให้เกิดความอบอุ่นใจเมื่อมาต่างบ้าน นักท่องเที่ยวจึงประทับใจพิธีบายศรีสู่ขวัญกันมาก

เหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจในพิธีบายศรีสู่ขวัญอาจจะสืบเนื่องมาจากมีการอธิบายให้นักท่องเที่ยวได้รู้ถึงประวัติความเป็นมาและความสำคัญของพิธีนี้หลังจากที่เสร็จสิ้นพิธีแล้ว

2. วัฒนธรรมการตักบาตรยามเช้า เพราะนักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญของการรักษาประเพณีดั้งเดิมและสืบทอดพระพุทธศาสนา บางคนยึดถือการตักบาตรยามเช้าเป็นกิจวัตรประจำวันเมื่อมาเที่ยวแล้วได้ตักบาตรด้วยก็ประทับใจเพราะทำให้ไม่ขาดกิจวัตรประจำวันนี้ไป

วัฒนธรรมการตักบาตรจึงเป็นสี่พื้นบ้านที่เกิดจากกิจวัตรของพุทธศาสนิกชน ที่ถูกนำมาแปรเป็นทุนวัฒนธรรม สร้างกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวโดยตั้งเอาศาสนาเข้ามาร่วมด้วยได้อย่างลงตัว

3. การต้อนรับด้วยมาลัยดอกไม้สด ซึ่งเป็นประเพณีการต้อนรับแบบไทยซึ่งหาไม่ได้จากการไปท่องเที่ยวที่อื่น ๆ มาที่บ้านปราสาทแล้วนักท่องเที่ยวจะได้รับการต้อนรับที่เท่าเทียมกัน ไม่ว่านักท่องเที่ยวผู้นั้นจะมีฐานะทางสังคมอย่างไรก็ตาม ไม่เหมือนการไปพักตามโรงแรม ถ้าไม่ใช่แขกที่มีระดับหรือมีความสำคัญจริง ๆ ก็จะไม่ได้รับการต้อนรับด้วยพวงมาลัยดอกไม้สดเหมือนกับนักท่องเที่ยวที่ได้รับพวงมาลัยดอกไม้สดที่ร้อยขึ้นด้วยความปรารถนาดีจากชาวบ้าน

4. วงมโหรี นักท่องเที่ยวท่านหนึ่งบอกว่า คิดไม่ถึงว่าที่บ้านปราสาทจะมีชาวบ้านมาเล่นดนตรีให้ดูให้ฟัง จึงประทับใจมากเพราะแปลกและแตกต่างจากการไปท่องเที่ยวที่อื่น ๆ และไม่เคยเห็นที่ไหนที่มีการเล่นดนตรีไทยโดยชาวบ้านเช่นที่นี่

5. น้ำใจและอัธยาศัยไมตรีของชาวบ้าน เพราะเป็นความประทับใจที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมของชาวบ้านปราสาทที่แสดงออกและปฏิบัติกับนักท่องเที่ยวด้วยความจริงใจ ถ้าพฤติกรรมที่ชาวบ้านแสดงออกมาไม่มีความจริงใจย่อมจะไม่สามารถสร้างความประทับใจได้ยาวนานตลอดเวลาของการจัดการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมมาเกือบ 10 ปี

เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจแล้ว สิ่งที่จะเกิดขึ้นเมื่อเขากลับไปแล้ว ก็คือ การนำไปเล่าและบอกต่อกับญาติพี่น้อง หรือเพื่อน ๆ ในลักษณะของการตลาดแบบ “ปากต่อปาก” (Word of mouth marketing) ซึ่งถือได้ว่าเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมอันดีงามของชาวบ้านปราสาท รวมทั้งเป็นการทำการตลาดที่มีประสิทธิภาพให้กับบ้านปราสาทด้วยวิธีการบอกเล่าปากต่อปาก ซึ่งนับว่าเป็นการตลาดที่มีประสิทธิภาพสูงสุด และจากการสัมภาษณ์และพูดคุยกับนักท่องเที่ยวพบว่า ความประทับใจที่นักท่องเที่ยวจะนำไปบอกเล่ากับบุคคลอื่น ๆ มีดังนี้

- คุณปรานวิทย์ อธิภาพธรรมกุล บอกถึงความประทับใจที่จะนำไปบอกต่อว่า

“จะไปเล่าเกี่ยวกับความประทับใจในการต้อนรับ เพราะไม่ค่อยได้มาทางภาคอีสาน เมื่อมาเห็นการต้อนรับที่อบอุ่นก็ประทับใจมาก อยากจะชวนเพื่อน ๆ ให้มาเที่ยวที่นี่ด้วยกัน” (สัมภาษณ์. แหล่งเดิม.)

- คุณกมล แก้วดี บอกถึงสิ่งที่จะนำไปเล่าและบอกต่อว่า

“ในฐานะที่เป็นศึกษานิเทศก์ก็จะเอาประสบการณ์ตรงนี้ไปขยายผลยังโรงเรียนต่าง ๆ ว่า มีชุมชนของโรงเรียนไหนบ้างที่พอจะทำได้ อาจจะให้เขามาดูงานที่นี่เพื่อนำไปเป็นแบบอย่างถ้ามีหมู่บ้านในอำเภอของผมที่พอจะมีความสามารถที่จะทำเช่นนี้ได้บ้างก็จะได้บุทางให้ชุมชนมีรายได้” (สัมภาษณ์. แหล่งเดิม.)

- คุณสมบัติ ละกำป็น มีความตั้งใจที่จะไปเล่าให้นักเรียนที่สอนฟัง ดังนี้

“การไปเล่าให้คนอื่น ๆ ฟังเป็นเรื่องอันดับหนึ่ง โดยเฉพาะกับนักเรียนที่สอน เพราะเราเห็นความสามัคคีที่น่ายกย่อง ไม่เห็นแก่ตัว ได้ถามคุณลุงที่เล่นดนตรีว่าภูมิใจในหมู่บ้านของตนเองไหม เขาก็บอกว่าเขาภูมิใจ” (สัมภาษณ์. แหล่งเดิม.)

- คุณวิโรจน์ ศรีวรพันธ์ บอกว่าจะกลับไปเล่าให้ครอบครัวและที่ทำงานฟัง

“จะต้องไปเล่าให้ครอบครัวและที่ทำงานฟัง ถ้ามีโอกาสจะพาครอบครัวมาสักครั้งหนึ่ง เพราะมีความแตกต่างจากที่อื่นตรงที่ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณี มีพิธีกรรมทางศาสนา และตอนเช้ายังได้ใส่บาตรร่วมกับชาวบ้าน ซึ่งไปที่อื่นจะไม่ได้เจออย่างนี้” (สัมภาษณ์. แหล่งเดิม.)

- คุณนัฐยา ข่ายกระโทก จะบอกเล่าถึงที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทว่า

“อยากจะกลับไปเล่าให้ที่ทำงานฟังว่า โฮมสเตย์ที่น่าสนใจมาก เพราะไม่เคยคิดเลยว่าบ้านปราสาทจะมีแหล่งโบราณคดีคิดว่ามีแต่ที่พิมาย เมื่อได้ไปแล้วก็รู้ว่าที่บ้านปราสาทมีอะไรดี ๆ เยอะมาก” (สัมภาษณ์. แหล่งเดิม.)

#### 7. ประโยชน์ที่ชาวบ้านปราสาทได้รับจากสื่อพื้นบ้านและการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม

นอกจากชาวบ้านปราสาทจะมีรายได้จากการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมแล้ว ผู้วิจัยได้สรุปความคิดเห็นของชาวบ้านปราสาทที่มีต่อประโยชน์ที่ชาวบ้านได้รับจากสื่อพื้นบ้านและการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม ดังนี้

1. การแลกเปลี่ยนทางภาษาและวัฒนธรรมกับนักท่องเที่ยว
2. ได้รับแนวความคิดการพัฒนาอาชีพหลักและอาชีพเสริมของชุมชน เพราะบางครั้งเมื่อนักท่องเที่ยวได้เที่ยวชมกลุ่มอาชีพต่าง ๆ แล้วก็จะมีความสนใจต่าง ๆ เช่น รูปแบบของสินค้า และลวดลาย เป็นต้น
3. ได้ญาติเพิ่ม เพราะชาวบ้านจะต้อนรับนักท่องเที่ยวเหมือนกับเป็นญาติพี่น้องที่มาเยี่ยมเยียนกัน

4. สร้างชื่อเสียง ทำให้หมู่บ้านเป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ
5. ชาวบ้านเกิดความภาคภูมิใจในหมู่บ้านและวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น ทำให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรม
6. ทำให้ได้ความรู้ใหม่ ๆ เพราะเมื่อมีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยว ชาวบ้านจะมีโอกาสได้พูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดและประสบการณ์ต่าง ๆ
7. สื่อพื้นบ้านทำให้ที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทมีความโดดเด่นและแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ

### ข้อเสนอแนะ

#### 1. ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวบางส่วนที่มาท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทได้เสนอแนะสิ่งที่น่าสนใจเป็นประโยชน์ต่อที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทไว้ดังนี้

- 1.1 ควรจะมีกลุ่มอาชีพเพิ่มขึ้น เพื่อให้เกิดการสร้างรายได้ให้ชาวบ้านได้มากขึ้น เช่น กลุ่มทำสมุนไพรจากพืชพื้นบ้าน เป็นต้น
- 1.2 แสงสว่างตามถนนหนทางไม่ค่อยมี ควรจะมีการเพิ่มไฟส่องสว่างตามถนนให้มากขึ้น
- 1.3 บ้านที่เป็นบ้านพักทางวัฒนธรรมควรมีป้ายบอกให้ชัดเจนว่าเป็นบ้านพักทางวัฒนธรรม โดยมีชื่อเจ้าของบ้านและลูกศรบอกเส้นทางบ้านแต่หลังให้ชัดเจน และควรมีรายละเอียดเกี่ยวกับบ้านพักแต่ละหลังด้วย เช่น จำนวนสมาชิกในครอบครัว
- 1.4 ควรเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เลือกได้ว่าต้องการจะพักบ้านหลังใด
- 1.5 บ้านพักบางหลังคาเรือนห้องน้ำไม่มิดชิด ควรจะมีการปรับปรุงให้มิดชิดกว่าเดิมแต่ไม่ต้องเน้นความสวยงามจนเกินไป

## 2. ข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย

ตั้งแต่เริ่มต้นที่จะทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "สื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พิกทางวัฒนธรรม : ศึกษาเฉพาะกรณีบ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา" ผู้วิจัยได้เดินทางไปที่บ้านปราสาทเพื่อศึกษาข้อมูลต่าง ๆ 6 ครั้ง รวมทั้งการไปพักที่พิกทางวัฒนธรรมและร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ตั้งแต่ต้นจนจบ 2 ครั้ง รวมทั้งสิ้น 8 ครั้ง ผู้วิจัยจึงได้พบเห็นสิ่งที่คิดว่าน่าจะมีการปรับปรุงดังนี้

2.1 ข้อเสนอสำหรับรับประทานอาหาร ผู้วิจัยพบว่าบางบ้านที่เป็นบ้านพิกทางวัฒนธรรม มีการใช้ช้อนส้อมเตรียมไว้ให้นักท่องเที่ยวใช้รับประทานอาหาร ผู้วิจัยเห็นว่าควรจะมีรูปแบบการรับประทานอาหารแบบท้องถิ่นเอาไว้ นั่นคือการใช้ช้อนที่เรียกว่า "ช้อนสั้น" น่าจะเหมาะสมกว่า เพราะในชีวิตประจำวันการรับประทานอาหารของชาวบ้านในชนบทจะเคยชินกับการรับประทานอาหารด้วยช้อนสั้นมากกว่าช้อนส้อม หรือบางมืออาจจะลองรับประทานอาหารด้วยมือตามแบบไทยแท้ ๆ แต่โบราณดูบ้างก็จะช่วยเสริมสร้างเสน่ห์ของการท่องเที่ยวแบบที่พิกทางวัฒนธรรมได้อีกแนวทางหนึ่ง เพราะการรับประทานอาหารด้วยมือก็ยังเป็นวัฒนธรรมที่คนไทยยังใช้กันอยู่บ้างในบางโอกาส เช่น เมื่อรับประทานอาหารกับน้ำพริก เป็นต้น

2.2 โต๊ะอาหาร จากการที่ผู้วิจัยได้ไปสังเกตตามบ้านต่าง ๆ ที่มีนักท่องเที่ยวมาพัก ผู้วิจัยพบว่าบางบ้านก็มีการจัดโต๊ะอาหารลักษณะเหมือนการรับประทานอาหารในร้านอาหารหรือภัตตาคาร เช่น มีผ้ารองจานที่สวยงาม ใช้ถ้วยชามที่แสดงออกถึงยี่ห้อและราคา ซึ่งผิดลักษณะการรับประทานอาหารตามชนบทและผิดจากลักษณะของการท่องเที่ยวแบบที่พิกทางวัฒนธรรมทางชมรมฯ ควรจะดูแลให้มีการรักษาความเป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับการรับประทานอาหารให้มากกว่านี้เพื่อคงความเป็นเอกลักษณ์ของบ้านชนบท

2.3 น้ำดื่ม ซึ่งก็เกี่ยวกับวัฒนธรรมการกินเช่นกัน พบว่า เจ้าของบ้านพิกส่วนใหญ่จะเน้นการเตรียมน้ำดื่มบรรจุขวดไว้ให้นักท่องเที่ยวดื่มแทนการดื่มน้ำฝน จากการพูดคุยกับชาวบ้านทำให้ทราบว่า เป็นเพราะนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม เช่น ชาวต่างประเทศไม่นิยมน้ำฝน ผู้วิจัยจึงคิดว่า น่าจะมีการสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวก่อนว่าเขาต้องการน้ำประเภทไหน เพราะถ้าเป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นจริง ๆ อาจต้องการดื่มน้ำฝนมากกว่าที่จะดื่มน้ำดื่มบรรจุขวด

2.4 อาหารเช้า ผู้วิจัยพบว่าบางบ้านจะเอาใจนักท่องเที่ยวจนเกินไป เพราะยึดติดว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนที่คุ้นเคยกับการใช้ชีวิตแบบคนในเมือง จึงจัดอาหารเช้าที่เอาใจนักท่องเที่ยว ประเภทขนมปัง กาแฟ เป็นต้น ซึ่งผิดไปจากหัวใจของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น

2.5 การฟื้นฟูอาหารพื้นบ้านโคราช เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมของการมาท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมได้ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า น่าจะมีการฟื้นฟูอาหารพื้นบ้านโคราชจริง ๆ มาเป็นสื่อพื้นบ้านครรถองรสและกลิ่น เช่น “ข้าวแฉะ” หรือที่ภาษาโคราชเรียกว่า “เช่าแฉะ” ซึ่งปัจจุบันความนิยมในการรับประทานลดลง เพราะคนแฉะคนแก่ที่ทำเป็นเริ่มจากไปก็เริ่มขาดผู้สืบทอด ถ้ามีการฟื้นฟูให้เป็นสื่อพื้นบ้านของบ้านปราสาทแล้ว นอกจากจะเพิ่มความเป็นเอกลักษณ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้ว ยังจะได้ช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมด้านอาหารพื้นบ้านโคราชได้ด้วย

ข้าวแฉะ หรือ เช่าแฉะ เป็นการหุงข้าวโดยใช้หางกะทิในการต้มข้าวให้สุกก่อนจึงใส่เครื่องแกง เนื้อสัตว์และผัก นับเป็นอาหารที่ให้คุณค่าสารอาหารครบทั้ง 5 หมู่ โดยเฉพาะผักจะใส่รวมกันหลาย ๆ ชนิด ทำให้อุดมไปด้วยเกลือแร่และวิตามิน (ของดีโคราช เล่ม 3 สาขาคุณธรรมศาสตร์, มปป.)

2.6 เสื้อของชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) บ้านปราสาท ควรจะเปลี่ยนจากเสื้อที่เป็นผ้ายัดมาเป็นเสื้อที่ตัดเย็บจากผ้าไทย และควรจะเป็นผ้าที่ทอกันในหมู่บ้านจะดีกว่า และได้พบว่าชาวบ้านบางคนก็จะใส่เสื้อที่เป็นผ้าหม้อฮ่อม แม้จะเป็นผ้าไทยแต่ก็เป็นผ้าจากท้องถิ่นอื่น ในเมื่อชาวบ้านมีศักยภาพในการผลิตผ้าได้เองควรจะนำผ้าทอของหมู่บ้านมาตัดเย็บเป็นเสื้อของชมรมฯ เพื่อเป็นสื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงฝีมือการทอผ้าของชาวบ้านปราสาทได้ด้วย

2.7 กลุ่มอาชีพ ในแต่ละกลุ่มควรจะมีการประสานงานและร่วมมือกันระหว่างกลุ่มให้มากกว่านี้ เช่น การผลิตกระเป๋าของกลุ่มหัตถกรรมเสื่อกก ซึ่งจะมีการใช้ผ้าทอมาเป็นวัสดุในการผลิตด้วยนั้น ควรจะมีการร่วมมือกันกับกลุ่มทอผ้า โดยใช้ผ้าทอที่เป็นผ้าของบ้านปราสาทมาเป็นวัตถุดิบแทนการรับผ้ามาจากที่อื่น ๆ จะได้ช่วยให้กระเป๋าของบ้านปราสาทมีความเป็นตัวตนทางวัฒนธรรม และมีเอกลักษณ์ความเป็นบ้านปราสาทนำเสนอผ่านกระเป๋าได้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งเป็นการกระจายรายได้ระหว่างกลุ่มอาชีพภายในหมู่บ้านด้วย

2.8 พาหนะเพื่อการท่องเที่ยว แนวคิดของคณะกรรมการชมรมบางคนที่เสนอว่า น่าจะนำเอา “เกวียน” ซึ่งเป็นพาหนะการเดินทางของคนไทยตั้งแต่โบราณมาเป็นพาหนะให้นักท่องเที่ยวได้นั่งชมหมู่บ้าน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นแนวความคิดที่ดีมาก เนื่องจากประเทศไทยเราเป็นเมืองร้อน ประกอบด้วยการเที่ยวชมหมู่บ้านและกลุ่มอาชีพต่าง ๆ เป็นการเดินในระยะทางประมาณ 2 กิโลเมตร ถ้าหากมีการนำเกวียนมาใช้เป็นพาหนะก็จะช่วยทำให้การเที่ยวชมหมู่บ้านและกลุ่มอาชีพต่างๆ มีความเพลิดเพลินเพราะไม่ต้องเหนื่อยและทนกับอากาศที่ร้อนอบอ้าว

### 3 ข้อเสนอแนะทางวิชาการ

การศึกษาเรื่องสื่อพื้นบ้านและการท่องเที่ยวไม่สามารถที่จะศึกษาได้ด้วยทฤษฎีใดเพียงทฤษฎีเดียว เพราะว่าการจัดบริการด้านการท่องเที่ยวและการสื่อสารที่ผสมผสานวัฒนธรรมและธุรกิจเข้าด้วยกันอย่างกลมกลืน มีองค์ประกอบอยู่หลายด้านที่จำเป็น

การจัดการท่องเที่ยวมีความจำเป็นที่ต้องศึกษาการตลาดของการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์) ต้องมีการศึกษาว่า นักท่องเที่ยวที่จะมาเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมคือใคร มีลักษณะเด่นอย่างไร มีความต้องการอะไรจากการท่องเที่ยว ชาวบ้านจะตอบสนองความต้องการนั้นได้อย่างไร โดยเฉพาะเมื่อจุดขายของการท่องเที่ยวคือวัฒนธรรม จึงต้องมีการวางแผนว่าจะมีการนำเอาสื่อพื้นบ้านอะไรบ้างมาเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น ซึ่งสื่อพื้นบ้านนั้นต้องสามารถสื่อสารเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิตของท้องถิ่นอย่างชัดเจน เพราะการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมไม่ได้มีแต่นักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น อย่างเช่นที่บ้านปราสาทก็ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมาพักอยู่เสมอ ๆ สื่อพื้นบ้านจึงเปรียบเสมือนตัวกลางของกระบวนการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจในวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่น และประทับใจต่อการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์)

นอกจากประโยชน์ที่ชาวบ้านจะได้รับจากการจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบของรายได้และการสร้างเศรษฐกิจชุมชนแล้ว สิ่งจำเป็นที่ควรจะมีการศึกษาก็คือ ผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม ว่าการท่องเที่ยวนั้นทำลายสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นหรือไม่ สิ่งที่มีส่วนช่วยให้การจัดการท่องเที่ยวไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นก็คือ การศึกษาแนวคิดด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมและการเป็นอยู่ของชุมชนนั้น ๆ ให้เกิดความเข้าใจถึงสภาพชุมชนอย่างแท้จริง รวมทั้งเข้าใจถึงการจัดการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง ก่อเกิดประโยชน์แก่ชุมชนซึ่งจะ



ช่วยสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชาวบ้าน ในขณะที่เดียวกันการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ยังไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น แต่ในทางกลับกันจะส่งผลต่อการสร้างจิตสำนึกที่ตระหนักรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและชาวบ้านในการช่วยกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิตของท้องถิ่น ให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่ยั่งยืนต่อไป

### แนวทางการศึกษาในอนาคต

จากการศึกษาเรื่อง “การศึกษาสื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรม : ศึกษาเฉพาะกรณีบ้านปราสาทจังหวัดนครราชสีมา” ผู้วิจัยพบว่ามีแนวทางที่จะศึกษาในเรื่องราวที่สอดคล้องหรือเพิ่มเติมต่อไปได้อีก อาทิเช่น

1. การศึกษาการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้วยสื่อพื้นบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมระหว่าง ชาวบ้านกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
2. การศึกษาแนวทางการสร้างเศรษฐกิจชุมชนด้วยสื่อพื้นบ้านในจังหวัดอื่น ๆ
3. การศึกษากระบวนการสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมที่ได้รับการส่งเสริมจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

หากมีการศึกษาวิจัยในมุมมองหรือแนวทางที่แตกต่างออกไปอีกผู้วิจัยมั่นใจว่าจะเกิดประโยชน์สูงสุดต่อการจัดการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง เพราะปัจจุบันรัฐบาลก็กำลังส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยไปในทางที่เป็นบวก

### สรุป

จากผลการวิจัยทั้งหมดทำให้ผู้วิจัยได้พบว่า ปัจจุบันสื่อพื้นบ้านไม่ได้มีฐานะเป็นเพียงสื่อที่มีบทบาทและหน้าที่เพื่อเป็นองค์ประกอบของพิธีกรรมตามความเชื่อหรือวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น รวมถึงการเป็นสื่อที่ให้ความบันเทิง หรือเป็นเครื่องเรือนเครื่องใช้ประจำครัวเรือนเท่านั้น แต่ปัจจุบันฐานะของสื่อพื้นบ้านเปลี่ยนไปเพราะได้กลายมาเป็นสื่อที่สร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับธุรกิจท่องเที่ยวโดยเฉพาะการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม สื่อพื้นบ้านได้กลายมาเป็นส่วนสำคัญของการจัดกิจกรรม

DRUC

บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสองวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, 2539.
- \_\_\_\_\_ . การวิเคราะห์สื่อด้วยแนวคิดและเทคนิค. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :  
โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- \_\_\_\_\_ . สื่อเพื่อชุมชน การประมวลองค์ความรู้. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุน  
สนับสนุนการวิจัย, 2543.
- \_\_\_\_\_ . สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :  
บริษัท เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์, 2543.
- กาญจนา แก้วเทพ กิตติ กัณภัย และปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. "การสื่อสารกับชุมชน :  
แนวคิดหลักเพื่อการพัฒนา" ใน เอกสารประกอบการประชุมประจำปีว่าด้วยเรื่อง  
ชุมชน ครั้งที่ 1 ชุมชนไทยท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลง. หน้า 7. กรุงเทพฯ :  
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2543
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. แผนการท่องเที่ยวปี 2000. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. นครปฐม : เพชรเกษมการพิมพ์, 2540.  
ขอนแก่น, มหาวิทยาลัย. โครงการศึกษาเพื่อทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคอีสาน.  
ขอนแก่น : ศูนย์บริการวิชาการมหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2540.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2542.
- ชัยอนันต์ สมุทวณิช. วัฒนธรรมคือทุน. กรุงเทพฯ : บริษัทสุขุมและบุตร จำกัด, 2540.
- ธิดิมา พิทักษ์ไพรวรรณ. ประวัติศาสตร์ยุคโบราณ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์,  
2526.
- นครราชสีมา, สถาบันราชภัฏ. ของดีโคราชเล่ม 1. นครราชสีมา : สถาบันราชภัฏนครราชสีมา,  
กระทรวงศึกษาธิการ, มปป.
- ประเวศ วะสี และคณะ. เศรษฐกิจชุมชนทางเลือกเพื่อทางรอดสังคมไทย. กรุงเทพฯ :  
อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, 2542.

- ปรีชา สุขนุ่น. ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น. นครศรีธรรมราช : วิทยาลัยครุนครศรีธรรมราช, 2533.
- พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. การตลาดเพื่อสังคม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.
- พชันี เขยจรรยา เมตตา วิวัฒน์านุกูล และถิรนันท์ อนุวัชศิริวงศ์. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : เอลโล่การพิมพ์, 2538.
- เมตตา วิวัฒน์านุกูล. "วัฒนธรรมการสื่อสารเพื่อสานสร้าง," ใน หนังสือชุดความรู้ โลกของสื่อ ลำดับที่ 2. หน้า 9-20 . กรุงเทพฯ : เค.ซี. พรินต์ แอนด์ แอด, 2541.
- รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์. ปาฐกถา ทุณวัฒนธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บริษัทสุขุมและบุตร, 2539.
- วินิจ วีรยางกูร. การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2532.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด, 2541.
- ศิลปากร, กรม. บ้านปราสาท แหล่งโบราณคดีอีสานล่าง. นครราชสีมา : หน่วยศิลปากรที่ 6, 2534.
- สมควร กวียะ. "สถานภาพปัจจุบันของสื่อพื้นบ้านกับการพัฒนาและถ่ายทอดวัฒนธรรม" ใน เอกสารสัมมนาเชิงปฏิบัติการ มิติใหม่ของสื่อพื้นบ้าน บทบาทของศิลปินพื้นบ้านในฐานะนักสื่อสารเพื่อการพัฒนาและถ่ายทอดวัฒนธรรม. หน้า 1-2. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2535.
- \_\_\_\_\_ . "สภาพสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย ประเภทสื่อบุคคลและสื่อประเพณี" ใน เอกสารสัมมนาเชิงปฏิบัติการ มิติใหม่ของสื่อพื้นบ้าน บทบาทของศิลปินพื้นบ้านในฐานะนักสื่อสารเพื่อการพัฒนาและถ่ายทอดวัฒนธรรม. หน้า 11-12. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2535.
- สุรพล วิรุฬห์รักษ์. "สื่อพื้นบ้านกับการพัฒนา" ใน เอกสารสัมมนาเชิงปฏิบัติการ มิติใหม่ของสื่อพื้นบ้าน บทบาทของศิลปินพื้นบ้านในฐานะนักสื่อสารเพื่อการพัฒนาและถ่ายทอดวัฒนธรรม. หน้า 3-4. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2535.
- สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. สื่อสารกับสังคม. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- อรนุช เลิศจรรยาวัักษ์ และ ดาราวรรณ สุขมาลชาติ. ทฤษฎีสื่อสารมวลชน. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : รุ่งศิลป์การพิมพ์, 2530.

## วารสาร

- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. "มารู้จักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกันเถอะ". *จุลสารการท่องเที่ยว*. 18 : 1 (มกราคม – มีนาคม 2542) 10 – 18.
- ยุวดี นิรัตน์ตระกูล. "Eco- Tourism : การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์". *จุลสารการท่องเที่ยว*. 14 : 3 (กรกฎาคม – กันยายน 2538) 50-58.
- \_\_\_\_\_. "การดำเนินงานเรื่อง Ecotourism ในประเทศไทย". *จุลสารการท่องเที่ยว*. 15 : 3 (กรกฎาคม – กันยายน 2539) 11 – 14.
- ศรีพร สมบุญธรรม. "Ecotourism การท่องเที่ยวแนวอนุรักษ์ สัญลักษณ์ใหม่แห่งทศวรรษ". *จุลสารการท่องเที่ยว*. 12 : 1 (มกราคม – มีนาคม 2536) 29 – 35.
- ไศรยา หอมชื่น. "ทรรคนะของ Tour operator ต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในเมืองไทย". *จุลสารการท่องเที่ยว*. 15 : 2 (เมษายน – มิถุนายน 2539) 25-27.

## หนังสือพิมพ์

- "อิงฉับทัวร์ มิวเซียมส์ ถอยไป : ธรรมชาติ วัฒนธรรม สุขภาพ คำตอบใหม่ท่องเที่ยวไทย". *ผู้จัดการรายสัปดาห์*. (2-8 กรกฎาคม 2544) 5.
- "ชี้สารพัดปัญหาวางแผนดันรายได้ 5 หมื่นล้าน" [www. Bangkokbiznews.com](http://www.Bangkokbiznews.com). (7 เมษายน 2544).

## วิทยานิพนธ์

- กรุณา เดชาติวงศ์ ณ อยุธยา. 2539. *ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสาร ความทันสมัย และความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่ กับทัศนคติที่มีต่อการพัฒนาเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวตัวอย่าง ของชาวบ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา*. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิราพร บุตรสันต์. 2539. *ลักษณะและปัญหาในการสื่อสารต่างวัฒนธรรมระหว่างชาวเลกับเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน : กรณีศึกษาโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตชาวเล ในตำบลราไวย์ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- จันทร์เพ็ญ ชาติพันธ์. 2530. การรับข่าวสารทางด้านจริยธรรมจากสื่อพื้นบ้านประเภทขอ  
ของประชาชนในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร  
มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- จาตุรศรี สอนเสริมศักดิ์. 2541. การเปิดรับโฆษณาโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ของนักท่องเที่ยว  
เที่ยวชาวต่างชาติ. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นพรัตน์ มณีรัตน์. 2541. การสื่อสารในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนศิวิล  
อ. ลานสกา จ. นครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปาริชาติ ยุทธพาทีกุล. 2536. การรับข่าวสารด้านสาธารณสุขจากสื่อพื้นบ้านประเภทหนังสือ  
ตะลุงของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มารีน รัตนฤทธิกุล. 2541. การศึกษาเชิงวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนา  
การท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

### สัมภาษณ์

- กมล แก้วดี. นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2544.
- เกษม ชำนาญดี. นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์, 29 มีนาคม 2544.
- คณินนิตย์ จอมกลาง. อาจารย์โรงเรียนบ้านปราสาท. สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2544.  
\_\_\_\_\_. อาจารย์โรงเรียนบ้านปราสาท. สัมภาษณ์, 29 มีนาคม 2544.  
\_\_\_\_\_. อาจารย์โรงเรียนบ้านปราสาท. สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2544.
- จรัญ จอมกลาง. กรรมการประสานงานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม).  
สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2543.  
\_\_\_\_\_. กรรมการประสานงานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม).  
สัมภาษณ์, 21 เมษายน 2544.
- ช่วย แรมพิมาย. ประธานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม). สัมภาษณ์,  
29 มีนาคม 2544.
- ชูเกียรติ โพธิ์โต. พนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคตะวันออก  
เชียงใหม่เขต 1. สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2544.

- ดอกอ้อ กลิ่นสกุล. ประธานกลุ่มศิลปินชาติพหุวัฒนธรรมบ้านปราสาท. สัมภาษณ์, 29 มีนาคม 2544.  
 \_\_\_\_\_ . ประธานกลุ่มศิลปินชาติพหุวัฒนธรรมบ้านปราสาท. สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2544
- ทองพวน แนนกลาง. สมาชิกชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม). สัมภาษณ์,  
 10 กันยายน 2544.
- ทองสุข อ่อนศรี. นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2544.
- ทิพย์ ถ้ำกลาง. สมาชิกชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม). สัมภาษณ์,  
 29 มีนาคม 2544.
- เทียม ละอองกลาง. ผู้ใหญ่บ้านและกรรมการประสานงานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์  
 (ที่พักทางวัฒนธรรม). สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2543.  
 \_\_\_\_\_ . ผู้ใหญ่บ้านและกรรมการประสานงานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์  
 (ที่พักทางวัฒนธรรม). สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2544.  
 \_\_\_\_\_ . ผู้ใหญ่บ้านและกรรมการประสานงานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์  
 (ที่พักทางวัฒนธรรม). สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2544.
- นัฐยา ช่างกระโทก. นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์, 31 มีนาคม 2544.  
 \_\_\_\_\_ . นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2544.
- ประกอบ สุขเกษม. นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2544.
- ประนอม ละอองกลาง. ประธานกลุ่มแม่บ้านทำขนมและอาหาร. สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2543.  
 \_\_\_\_\_ . ประธานกลุ่มแม่บ้านทำขนมและอาหาร. สัมภาษณ์, 29 มีนาคม 2544.
- ประภาวดี คล่องแคล่ว. สมาชิกชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม). สัมภาษณ์,  
 29 มีนาคม 2544.
- ปราณวิทย์ ธีรภาพธรรมกุล. นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2544.
- วิโรจน์ ศรีวราพันธ์. นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2544.
- เวียงพิงค์ เสงี่ยมกลาง. สมาชิกชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม). สัมภาษณ์,  
 29 มีนาคม 2544.
- สมบัติ ละกำป็น. นักท่องเที่ยว. สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2544.
- สุนัน อาสากลาง. สมาชิกกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์เลือกบ้านปราสาท. สัมภาษณ์, 29 มีนาคม  
 2544.
- สุภาพ แนนกลาง. ประธานกลุ่มทอผ้าบ้านปราสาท. สัมภาษณ์, 29 มีนาคม 2544.

ลำเรียง อ่อนโคกสูง. สมาชิกชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พัททางวัฒนธรรม). สัมภาษณ์,  
29 มีนาคม 2544.

\_\_\_\_\_. สมาชิกชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พัททางวัฒนธรรม). สัมภาษณ์,  
10 กันยายน 2544.

อุทัย ทัทกลาง. ประธานกลุ่มวงมโหรีบ้านปราสาท. สัมภาษณ์, 29 มีนาคม 2544.

\_\_\_\_\_. ประธานกลุ่มวงมโหรีบ้านปราสาท. สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2544.

### ภาษาอังกฤษ

Better Kaman Lee. and Ling Chen. "Cultural Communication Competence and Psychological Adjustment A Study of Chinese Immigrant Children's Cross-Cultural Adaptation in Canada" *CR Communication Research*, 2000, 27 : 6 .

Chingching Chang. "Polical Advertising in Taiwan and the US A Cross-Cultural Comparison of the 1996 Presidential Election Campaigns" *Asian journal of Communication*, 2000, 10 : 1.

Gudykunst William B. and Youn Kim. *Communication with Strangers : An Approach to intercultural Communication*. (2 nd Ed). New York : Mc Grew – Hill; 1992.

Hall, Edward T. *The Silent Language*. Fawcett; 1969.

Harris , Phillip R. an Robert T. Morgan. *Managing Cultural Differences*. Houston : Gulf publishing Company; 1983.

Hofstede Geert. *Culture and Organizations' Software of the Mind*. New York : Mc Graw Hill; 1997.

Rhinesmith, S. "Training for Cross-Culture." *Training and Development Journal*, 1997.

Samover, Larry A. and Porter, Richard E. *Communication Between Cultures, second edition*. California : Wadsworth Publishing Company, 1995.

Solomon , M. The Role of Product as Social Stimuli : A Symbolic Internationism Perspective, *Journal of Communication Research*, 10 : 319-329, 1983.

Triandis, H.C. *The Analysis of Subjective Culture*. New York : Wiley; 1972.



Draft

ภาคผนวก

## ภาคผนวก ก

### ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์

#### 1. ประเด็นคำถามสัมภาษณ์ชาวบ้านปราสาท

1. มีอะไรที่คุณคิดว่าเป็นเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของโฮมสเตย์บ้านปราสาท
2. สื่อพื้นบ้านหรือวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นได้เข้ามามีบทบาทต่อการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์หรือไม่ / อย่างไร
3. คุณคิดว่าควรมีการจัดกิจกรรมอะไรเพิ่มเติมหรือตัดกิจกรรมใดออกไปบ้างหรือไม่
4. การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวคนไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความแตกต่างกันบ้างหรือไม่ มีอะไรบ้างที่แตกต่าง
5. นอกจากวัฒนธรรมในท้องถิ่นตนเองแล้วมีการประยุกต์เอาวัฒนธรรมจากท้องถิ่นอื่น ๆ มาใช้ในกิจกรรมโฮมสเตย์หรือไม่
6. นอกจากรายได้จากการที่นักท่องเที่ยวมาพักโฮมสเตย์แล้ว ชาวบ้านยังมีรายได้อะไรบ้างในระหว่างที่มีนักท่องเที่ยวมาพักโฮมสเตย์
7. คุณคิดว่าสื่อพื้นบ้าน เช่น ศิลปวัฒนธรรม งานหัตถกรรม ได้มีส่วนในการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับบ้านปราสาทหรือไม่ / อย่างไร
8. คุณคิดว่าถ้าขาดสื่อพื้นบ้านหรือวัฒนธรรมประเพณีแล้วการจัดการท่องเที่ยวของบ้านปราสาทจะเป็นอย่างไรบ้าง
9. คุณคิดว่าการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์มีประโยชน์ต่อชุมชนอย่างไรบ้าง
10. มีความลำบากใจหรือไม่กับการที่ต้องต้อนรับบุคคลที่ไม่เคยรู้จักเข้ามาพักในบ้านในการต้อนรับนักท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ต้องลงทุนอะไรบ้าง
11. คุณต้องการให้นักท่องเที่ยวที่เขามาโฮมสเตย์ที่บ้านปราสาท พุดถึงโฮมสเตย์บ้านปราสาทว่าอย่างไรบ้าง

## 2. ประเด็นคำถามสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว

1. คุณทราบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่บ้านปราสาทจากที่ไหน
2. ทำไมถึงเลือกมาที่นี่
3. คุณมีความคาดหวังอะไรบ้าง เมื่อมาพักโฮมสเตย์ที่นี่ได้ในสิ่งที่คาดหวังหรือไม่ และอะไรที่คิดว่าเกินความคาดหวัง
4. คุณคิดว่าสื่อพื้นบ้านมีส่วนสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์หรือไม่ / อย่างไร
5. คุณประทับใจอะไรบ้างเกี่ยวกับการพักโฮมสเตย์ที่บ้านปราสาท
6. คุณประทับใจสื่อพื้นบ้านและวัฒนธรรมใดมากที่สุด
7. นอกจากการมาพักโฮมสเตย์แล้ว คุณได้อุดหนุนงานหัตถกรรมของชาวบ้านหรือไม่ / คุณซื้ออะไร / ทำไมถึงเลือกซื้อสิ่งนั้น
8. คุณคิดว่าการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์มีประโยชน์ต่อชาวบ้านอย่างไรบ้าง
9. คุณมีข้อเสนอแนะอะไรเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมโฮมสเตย์บ้างหรือไม่
10. คุณคิดว่าจะกลับมาเที่ยวที่นี่อีกไหม
11. ถ้าคุณจะเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับโฮมสเตย์ที่บ้านปราสาทให้คนอื่น ๆ ฟัง คุณจะเล่าให้พวกเขาฟังอย่างไรบ้าง

### 3. ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แยกประเภทของการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมหรือไม่ว่ามีรูปแบบอย่างไรบ้าง
2. หัวใจหลักของการจัดการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมคืออะไร
3. หมู่บ้านที่จะจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมควรมีลักษณะอย่างไร
4. ทำไมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงส่งเสริมให้บ้านปราสาทจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม
5. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเข้าไปช่วยเหลือและสนับสนุนอะไรบ้างในการจัดการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาท
6. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดหรือไม่ว่าในการจัดการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมต้องมีกิจกรรมอะไรบ้าง
7. คุณมีความคิดเห็นอย่างไรบ้างต่อแนวทางการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของชาวบ้านปราสาท และการนำเอาสื่อพื้นบ้านมาใช้ในกิจกรรมการท่องเที่ยว
8. คุณคิดว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวที่พักทางวัฒนธรรมบ้านปราสาทควรมีการปรับปรุงหรือเพิ่มเติมกิจกรรมและสื่อพื้นบ้านอีกหรือไม่
9. คุณคิดว่าชาวบ้านต้องลงทุนอะไรบ้างในการต้อนรับนักท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง
10. คุณคิดว่าชาวบ้านได้รับประโยชน์อะไรบ้างจากการจัดการท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรม

## ภาคผนวก ข

### พิธีบายศรีสู่ขวัญ

พิธีสู่ขวัญ บางทีเรียกว่า "พิธีบายศรี" หรือ "บายศรีสู่ขวัญ" เป็นประเพณีสำคัญอย่างหนึ่งของชาวอีสาน ประเพณีสู่ขวัญทำกันแทบทุกโอกาส ทั้งในมูลเหตุแห่งความดีและไม่ดี ชาวอีสานถือว่าเป็นประเพณีเรียกขวัญให้มาอยู่กับตัว พิธีสู่ขวัญนี้เป็นได้ทั้งการแสดงความชื่นชมยินดี และเป็น การปลอบใจให้เจ้าของขวัญจากคณะญาติมิตรและบุคคลทั่วไปผู้ได้ดีมีโชคหรือผู้หลักผู้ใหญ่ที่เรา เคารพนับถือมาเยี่ยมเราก็อยินดีจัดพิธีสู่ขวัญให้ ประเพณีสู่ขวัญจึงเป็นประเพณีทำกันอย่างกว้างขวาง คำว่า "ขวัญ" นั้นเชื่อว่าเป็นสิ่งไม่มีตัวตนคล้ายกับจิตหรือวิญญาณแฝงอยู่ในตัวคนและสัตว์ ตั้งแต่เกิด มาทุกคนมีขวัญกันทั้งนั้นและในบางแห่งเรามักแปลว่า "กำลังใจ" ก็มีคำว่า "ขวัญ" ยังมีความหมาย อีกร่วมว่าเป็นที่รักที่บูชา เช่นเรียกเมียที่รักว่า "เมียขวัญ" หรือ "จอมขวัญ" เรียกลูกรักหรือลูกแก้วว่า "ลูกขวัญ" สิ่งของผู้เคารพรักใคร่นับถือกันนำมาฝาก นำมาให้เพื่อเป็นการทะนุถนอมน้ำใจกันเราก็ เรียกว่า "ของขวัญ" "ขวัญ" อีกความหมายหนึ่ง หมายถึง ขน หรือผม ที่ขึ้นเวียนเป็นก้อนหอย พิธีสู่ ขวัญเป็นพิธีเก่าแก่ของชาวไทยเราแทบทุกภาค การทำพิธีก็ผิดเพี้ยนกันไปบ้างแต่ก็ยังยึดหลักใหญ่ อยู่เหมือนกัน พิธีสู่ขวัญในบทความนี้ จะกล่าวถึงพิธีของชาวอีสานเป็นส่วนใหญ่ การทำพิธีสู่ขวัญเรา อาจทำได้ถึง ๒ วิธีพร้อม ๆ กัน คือวิธีทางพุทธศาสนาและวิธีทางพราหมณ์ศาสนา วิธีทางพุทธ ศาสนา โดยการนิมนต์พระสงฆ์อย่างน้อย ๕ รูป มาเจริญพระพุทธมนต์ ตั้งบาตรน้ำมนต์ เสร็จแล้ว ประพรมน้ำมนต์ พระสงฆ์สวดชัยมงคลคาถาดำมีศรีธธาพอจะถวายภัตตาหารเช้า หรือเพลพระสงฆ์ ด้วยก็ได้ ส่วนพิธีทางพราหมณ์ ก็คือการสู่ขวัญ ซึ่งจะได้อธิบายให้ละเอียดต่อไปการทำพิธีสู่ขวัญต้อง เตรียมอุปกรณ์ต่างๆ หลายอย่างดังนี้...

#### พาขวัญหรือพานบายศรี

คำว่า "บายศรี" นี้ น่าจะมาจากภาษาเขมร คือคำว่า บาย + ศรีข้าว (สุก) ที่เป็นมงคลข้าว นี้จะเป็นส่วนประกอบของการจัดพานบายศรี จะขาดไม่ได้ การจัดพาขวัญนี้ ปกติต้องจัดด้วยพาน ทองเหลืองและมีสัมฤทธิ์ (ขันลงหิน) หลาย ๆ ใบ ซ้อนกัน มีใบตอง ดอกไม้สด ด้ายสำหรับผูกข้อมือ (ผูกแขน) ปัจจุบันเริ่มมีการนำเอากระดาษสีต่างๆ แต่ก็ผิดธรรมเนียมของท้องถิ่นไป พาขวัญอาจจัด เป็นชั้นๆ จะเป็น ๓ ชั้น ๕ ชั้น ๗ ชั้น แล้วแต่ความสามารถ แต่คนเก่าคนแก่ของเมืองอุบล ฯ กล่าวว่ พาขวัญ ๓ ชั้น ๕ ชั้น เป็นของบุคคลธรรมดา ส่วน ๗ ชั้น และ ๙ ชั้นนิยมจัดเฉพาะสำหรับเชื้อ พระวงศ์ และพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ชั้นล่างของพาขวัญจะเป็นพานมีบายศรี (ทำด้วยใบ

ตอง) ดอกไม้ ช้างตัม ไช้ตัม ขนมห ก้วย อ้อย บั้นข้าว เงินฮาง มีด้ามแก้ว ชั้น ๒ , ๓, ๔ จะได้รับการ ตกแต่งด้วยใบศรี และ ดอกไม้ซึ่งมักจะเป็นดอกฝาง ดอกดาวเรือง ดอกรัก ใบเงิน ใบคำ ใบคุณ ใบยอ ป่า อย่างสวยงาม ส่วนชั้นที่ ๕ จะมีใบศรี และด้ายผูกข้อมือ เทียนเวียนหัว (ทำด้วยขี้ผึ้ง) ของเจ้าของ ขวัญ นอกจากพาวัวแล้วจะมีเครื่องบูชาและอื่นๆ เช่น ขันบูชา มีพานขนาดกลางสำหรับวางผ้า ๑ ผืน แพร ๑ วา หวี กระจกเงา น้ำอบ น้ำหอม สร้อย แหวนของผู้เป็นเจ้าของขวัญ ด้ายสำหรับผูกข้อมือ (ด้ายผูกแขน) นั้นต้องเป็นด้ายดิบนำมาจับเป็นวงยาวพอที่จะพันรอบข้อมือได้ โบราณถือว่าคน ธรรมดา วงละ ๓ เส้นผู้ที่มีศักดิ์ตระกูล ๕ เส้น (อาชญา ๕ ขี้ข้า ๓) เมื่อบวงแล้วให้เด็ดหรือดึงให้ขาด เป็นเส้นๆ ห้ามใช้มีดตัดจะใช้มีดตัดได้เฉพาะด้ายที่มีดศพเท่านั้น ถ้าเป็นพาวัวงานแต่ง คนจะเริ่ม จัดพาวัวต้องเป็นคนบริสุทธิ์ (ปลอด) คือเป็นคนดีผิวเดียวเมียเดียว ถ้าจัดไม่เป็นเพียงมาจับพอเป็น พิธีแล้วให้คนอื่น ๆ จัดต่อไปจนเสร็จ ต้องจัดทั้งฝ่ายชายและฝ่ายหญิง พาวัวฝ่ายชายจะให้ หญิงบริสุทธิ์ (เด็กหญิงยังไม่มีประจำเดือน) หาบด้วยไม้ม้วนผ้าทอหูกเพราะถือเคล็ดเอาความ สลามคศิริกใครของผ้าและไม้ และการสูตรขวัญต้องสูตรเวลาค่ำประมาณ ๓ - ๔ ทุ่มหลังรับประทาน อาหารค่ำเสร็จถือว่าเป็นเวลาหนูเข่า (ยามหนูเข่า) พาวัวงานแต่งจะต้องมีอาหารคาวหวานเป็น ส่วนประกอบอีกด้วยพาวัวแต่งเสร็จแล้วจะตั้งวางไว้ในที่อันเหมาะสมก่อนพอได้เวลาสูตรขวัญ คือ จะทำพิธีจึงให้ยกไปตั้งท่ามกลางญาติมิตรบนผ้าห่มหรือผ้าเช็ดตัวของเจ้าของขวัญ ช้างๆพาวัว นอกจากจะมีอุปกรณ์ต่างๆ ดังกล่าวแล้ว ยังต้องมีแก้วน้ำเย็น แก้วใส่น้ำส้มป่อย (กระถินป่า) และ แก้วเหล้าสำหรับหมอสสูตรขวัญจะได้ดื่มหรือพ่น หรือจุ่มด้วยดอกไม้สลดใส่พาวัวซึ่งเรียกว่า "ฮดฟาย"

### การสวดหรือการสูตรขวัญ

เจ้าภาพผู้จัดพิธีขวัญจะต้องจัดหาหมอนวดหรือสูตรขวัญซึ่งมักเรียกว่า "พราหมณ์" หรือ "พ่อพราหมณ์" ไว้ล่วงหน้า ปกตินี้พ่อพราหมณ์มักจะเป็นผู้ที่ทราบประเพณีขวัญเป็นที่นับถือของ ชาวบ้านในหมู่บ้านนั้น หมอสสูตรขวัญสมัยก่อนๆ นุ่งห่มธรรมดาเพียงให้มีผ้าขาวหรือให้มีผ้าขาวม้า พาดบ่าก็พอปัจจุบันนิยมนุ่งขาวห่มขาว นับว่าเป็นการพัฒนาให้เหมาะสมกับสังคมสมัยใหม่ ก่อนลง มือสวด เจ้าภาพต้องเตรียม "ด้ายผูกแขนพราหมณ์" ไว้เป็นด้ายผูกข้อมือธรรมดาเป็นแต่เพียงมัด ธนบัตรเป็นคำบูชาพราหมณ์จำนวนมากหรือน้อยแล้วแต่เจ้าภาพจะเห็นสมควร และเจ้าภาพจะเป็น คนผูกข้อมือพราหมณ์ด้วยด้ายผูกแขนพิเศษนี้ พราหมณ์จะจัดให้เจ้าของขวัญนั่งให้หันหน้าไปในทิศ ทางต่างๆ ตามตำรา เจ้าของขวัญนั่งลงแล้วยกมือไหว้พราหมณ์ เสร็จแล้วใช้มือขวาจับพาวัว ตั้งจิตอธิษฐานขอให้เทวดาบันดาลให้เป็นไปดังหมอสขวัญหรือพราหมณ์สูตร ญาติพี่น้องจะนั่งล้อม เป็นวงด้านหลังตั้งจิตอธิษฐานให้เจ้าของขวัญมีความสุขความเจริญ จึงเกิดแก่เจ้าของขวัญแล้ว อ่อนวอนเทวดาเป็นภาษาบาลีว่า "สัค เค กา เม จ รูป" ... จบแล้วว่านโม ๓ จบแล้วกล่าวคำบูชา

พระรัตนตรัย ครั้นจบแล้วจะสูขวัญอะไรก็เลือกเอาตามต้องการให้เหมาะกับงาน การสวดต้องให้เสียงชัดเจน สละสลวยไพเราะฟังแล้วเกิดความดีใจ ศรัทธาอุตสาหะ ในการทำความดียิ่งขึ้นจึงจะเป็นสิริมงคลแก่เจ้าตัวถ้าป่วยไข้ ไข้จะหาย ถ้าได้ดีได้เลื่อนยศ เลื่อนตำแหน่งก็จะรักษาความดีไว้ให้คงทนไม่ฟุ้งเพื่อเห่อเหิมจนลืมตัวเมื่อสวดเสร็จจะว่า "สัพพพุทธานุภาเวน สัพพธัมมานุภาเวน สัพพสังฆานุภาเวน สัพพโสทธิ ภวันตุ เต ยถา สัพพี ภวตุ สัพ " ฯลฯ การเข้านั่งล้อมพาชวีญถ้าเป็นการแต่งงานคู่บ่าวสาวพร้อมด้วยเพื่อนเจ้าบ่าวเจ้าสาวจะเข้าร่วมพิธีด้วย จะจัดให้เจ้าบ่าวเจ้าสาวนั่งชิดกันเวลาจับพาชวีญให้แขนเจ้าบ่าวทับแขนเจ้าสาวเพื่อน ๆ เจ้าบ่าวจะพยายามเบียดให้เจ้าสาวนั่งชิดกับเจ้าบ่าวให้มาก ๆ จะมีการแก่งเจ้าบ่าวต่าง ๆ นานาเป็นที่สนุกสนาน การมาร่วมพิธีสูขวัญนี้คนโบราณได้เล่าว่าเมื่อครั้ง ๗๐ ปีก่อนบ้านเมืองอุบลฯ อุดมสมบูรณ์ไปด้วยการเลี้ยงไหม ของขวัญผู้มาร่วมพิธีขวัญจึงเป็นใหม่เส้นเป็นใจ ๆ นับว่าเป็นของขวัญที่พอเหมาะพอควรและไม่เคยมีการนำเอาเงินมาเป็นของขวัญใหม่ที่เจ้าของขวัญรับไว้ก็จะนำไปทอเป็นผ้าได้ ภายหลังการเชิญขวัญ ก่อนสูตรขวัญถ้ามีเวลาพอก็ให้ว่าคำเชิญขวัญเสียก่อนทุกครั้ง การเชิญขวัญเป็นพิธีที่ต้อย่างหนึ่ง คือ เราขอความสำเร็จความศักดิ์สิทธิ์จากพระพุทธ พระธรรม พระสงฆ์ เทวดา อินทร์ พรหม ผู้มีอิทธิฤทธิ์มาประสิทธิ์ประสาทพรให้จะได้มีวาจาศักดิ์สิทธิ์เพราะผู้สวดและผู้ฟังไม่ใช่คนมีอิทธิฤทธิ์เมื่อเราขอท่านท่านก็คงเมตตาประทานให้ตามคำขอคำเชิญขวัญ คำเชิญขวัญนั้นมีหลายสำนวนไม่มีแบบตายตัวต่างหมวดต่างสรรหาลำนวนที่เห็นว่าเหมาะกับเหตุการณ์ เช่น คำเชิญขวัญสำหรับบุคคลธรรมดา ก็อีกสำนวนหนึ่ง สำหรับเชื้อพระวงศ์ก็อีกสำนวนหนึ่ง เป็นต้น

### การผูกแขนหรือข้อมือ

เมื่อพราหมณ์สูตรขวัญจบแล้วญาติพี่น้องจะเอาข้าว ไข่ กล้วย ใสมือเจ้าของขวัญมือซ้ายหรือมือขวาก็ได้ให้พราหมณ์ผูกข้อมือให้ก่อน ปกติจะผูกข้อมือซ้ายเพราะแขนซ้ายถือเป็นแขนขวัญเป็นแขนที่อ่อนแอใช้งานหนักไม่ได้ เป็นแขนที่น่ารักทะนุถนอม ในเวลาผูกข้อมือนั้นทุกคนยื่นมือขวาออกไปพุง (ใจ) แขนของเจ้าของขวัญที่พราหมณ์กำลังทำพิธีผูกข้อมือให้ ถ้าอยู่ห่างก็ยื่นมือจับแขนหรือแตะตัวกันต่อ ๆ มาเป็นเส้นสายเหมือนเชือกสอดแสดงถึงความสัมพันธ์ทางกายและใจเป็นอย่างยิ่ง แล้วตั้งจิตอธิฐานขอให้เจ้าของขวัญมีความสุขความเจริญ เมื่อผูกข้อมือเสร็จแล้วให้ผู้เป็นเจ้าของขวัญมีความสุขความเจริญ เมื่อผูกข้อมือเสร็จแล้วให้ผู้เป็นเจ้าของขวัญประนมมือไหว้ผู้ให้พรเป็นการรับเอาพร เมื่อพราหมณ์ผูกเสร็จแล้ว ต่อไปก็เป็นโอกาสของญาติมิตรทั่ว ๆ ไปจะเข้ามาผูกข้อมือให้กับเจ้าของขวัญด้วยผูกแขน (ด้วยผูกข้อมือ) ถือเป็นเรื่องดี ของศักดิ์สิทธิ์ควรรักษาไว้อย่าฟุ้งตั้งทิ้ง ให้ล่วง ๓ วันเสียก่อนจึงตั้งออก เวลาตั้งอย่าทิ้งลงที่สกปรกเพราะด้วยผูกแขนเป็นของขาวของบริสุทธิ์ เป็นจตุรรมแห่งจิตใจบริสุทธิ์หลายดวงจึงควรรักษาไว้ให้ดี ผู้เฒ่าผู้แก่เคยเล่าให้ฟังว่าด้วยผูก

แขนที่เก็บรักษาไว้เป็นของศักดิ์สิทธิ์ ป้องกันอันตรายได้เช่น มีโจรมาปล้น อธิฐานขอให้จิตทุกดวงช่วย  
ก็ปลอดภัยจากอันตรายได้และเป็นเสน่ห์ดึงดูดจิตใจให้คนรัก-ใคร่ชอบพอได้การผูกแขน (ผูกข้อมือ)  
การผูกแขนที่จะอำนวยประโยชน์สุขให้แก่เจ้าของขวัญควรประกอบด้วยองค์ ๔ คือ

- ผู้ผูกหรือพราหมณ์
- ผู้รับผูกหรือเจ้าของขวัญ
- ผู้เกี่ยวข้อง หรือญาติมิตร
- คำกล่าวขณะที่ผูก

คำกล่าวขณะที่ผูกเป็นคำเรียกร้องเชิญขวัญซึ่งเป็นคำที่ไพเราะ อ่อนหวาน สุภาพ เรียบ  
ร้อยมีความหมายไปในทางที่ดีงามโอกาสจัดพิธีสู่ขวัญ มีหลายโอกาสเช่น คารวะพระพุทธรูป บายศรี  
พระสงฆ์ สู่ขวัญแม่ออกกรรม (คลอดบุตรออกไฟ) สู่ขวัญเด็กน้อย สู่ขวัญเฮือน สู่ขวัญคนธรรมดา  
สู่ขวัญแต่งงาน สู่ขวัญหลวง สู่ขวัญเกวียน สู่ขวัญขึ้นเล่า (ยุ่ง) สู่ขวัญนอ่ยก่อนแต่งงาน สู่ขวัญคนป่วย  
สู่ขวัญขึ้นบ้านใหม่ สู่ขวัญวัวขวัญควาย จะเห็นได้ว่าพิธีสู่ขวัญนี้เป็นประเภท "ชนบประเพณี" คือ  
ประเพณีชาวอีสานได้เคยตั้งหรือร่างเป็นระเบียบแบบแผนขึ้นไว้เป็นธรรมดาของประเพณีที่อาจมีส่วน  
ปลีกย่อย แปรลกแตกต่างกันออกไปบ้าง ในลักษณะของการพัฒนาเป็นลักษณะของความเจริญ  
ให้เหมาะสมกับกาลสมัย แต่ส่วนสำคัญอันเป็นมูลฐานของประเพณีนี้ก็ยังคงอยู่และเป็นหน้าที่ของ  
พวกเรารุ่นต่อไปจะเป็นผู้รับช่วงระวังรักษาไว้ให้มรดกอันสำคัญนี้ยังยืนสืบไป เพื่อแสดงความเก่าแก่ของ  
ชาติบ้านเมืองเรา...ฯ



## ภาคผนวก ค

สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก  
(PACIFIC ASIA TRAVEL ASSOCIATION : PATA)

## ประวัติการก่อตั้ง

สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ก่อตั้งที่มลรัฐฮาวาย ประเทศสหรัฐอเมริกาเมื่อปี พ.ศ. 2494 (ค.ศ. 1951) เพื่อพัฒนา ส่งเสริมและอำนวยความสะดวกการเดินทางท่องเที่ยวไปสู่และระหว่างประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

## วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์หลัก คือ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งครอบคลุมเนื้อที่ 1 ใน 3 ของโลก และให้ความช่วยเหลือด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดย

1. เป็นสื่อกลางแห่งความร่วมมือระหว่างประเทศและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
2. ให้ความช่วยเหลือด้านการส่งเสริมและการพัฒนาแก่ประเทศสมาชิก และช่วยหาแหล่งเงินทุนสำหรับโครงการที่เกี่ยวกับที่พักและการพักผ่อนหย่อนใจ
3. ประสานงานระหว่างสมาชิกทั้งหมดกับวงการอุตสาหกรรมขนส่งและธุรกิจท่องเที่ยว ดำเนินการโฆษณา ส่งเสริม และประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเป็นที่รู้จักกว้างขวางในฐานะที่เป็นภูมิภาคที่ดีเด่นเหมาะสมสำหรับท่องเที่ยวพักผ่อนที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก
4. ส่งเสริมให้มีการบริการและการอำนวยความสะดวกในด้านการขนส่งทั้งที่เข้ามาและภายในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกให้พอเพียง
5. ดำเนินการด้านสถิติและค้นคว้าวิจัยแนวโน้มของการเดินทางท่องเที่ยวและการพัฒนาของการท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์แก่สมาชิกทั้งหมด

## สมาชิก

สมาชิกของ PATA ประกอบด้วยหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ สายการบิน หน่วยงานและสมาคมในธุรกิจการท่องเที่ยว ปัจจุบัน PATA มีสมาชิกมากกว่า 16,000 หน่วยงาน แบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้

1. Active Government ได้แก่ องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จาก 61 ประเทศ มีสิทธิออกเสียงได้หน่วยละ 1 คะแนน

2. Associate Government ได้แก่ หน่วยงานการท่องเที่ยว ซึ่งทำหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ หรือต่างประเทศ ที่ตั้งอยู่ในหรือนอกภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จำนวน 23 หน่วยงาน มีสิทธิออกเสียงได้หน่วยละ 1 คะแนน

3. Active Carrier ได้แก่ สายการบินแห่งชาติ ทั้งที่มีบริการมาสู่และภายในภูมิภาคแปซิฟิก มีสมาชิก 52 ราย มีสิทธิออกเสียงได้หน่วยละ 1 คะแนน

4. Active Industry ได้แก่ บริษัท โรงแรมที่มีสาขาในประเทศต่าง ๆ และมีโรงแรมในภูมิภาคแปซิฟิก และบริษัทท่องเที่ยวใหญ่ ๆ ที่ส่งนักท่องเที่ยวมาในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มีเพียง 4 ราย ที่มีสิทธิออกเสียง คือ American Express Company , Hilton International Hotel, Indonesia International และ Unitour

5. Allied ได้แก่ บริษัทนำเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

6. Affiliated – Allied ได้แก่ หน่วยงานสาขาของสมาชิกประเภท Allied

7. Associate ได้แก่ บริษัทโฆษณาเผยแพร่สื่อมวลชน บริษัทวิจัยที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ททท. เข้าเป็นสมาชิก PATA เมื่อปี พ.ศ. 2502 โดยเป็นสมาชิกประเภท Associate Government

## สำนักงานใหญ่

นครซานฟรานซิสโก สหรัฐอเมริกา

## เจ้าหน้าที่

1. Chairman

2. Vice Chirman (chirman Elect)
3. President
4. Vice President (President Elect)
5. Secretary / Treasurer
6. Executive Vice President เป็นผู้บังคับบัญชาสูงสุดของพนักงานประจำ

ผู้บริหารงานของสมาคมปัจจุบัน

### การดำเนินงาน

ในการดำเนินงานของสมาคม แบ่งออกเป็นคณะกรรมการต่าง ๆ ดังนี้

1. Excutive Committee ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาแก่สมาคม
  2. Bord of Directors ประกอบด้วยคณะกรรมการอย่างน้อย 46 คน โดยเป็นสมาชิกประเภท Active Member 30 คน (Government, Carrier, Industry) Associate Government 1 คน Ailled 12 คน และ Associate 3 คน มีหน้าที่กำหนดนโยบายและควบคุมการบริหารงานของสมาคม
  3. Development Authority Council ประกอบด้วยสมาชิกไม่เกิน 30 คน มีหน้าที่พิจารณาวางแผนและควบคุมการดำเนินงานด้านการพัฒนาและฝึกอบรม เพื่อสนองต่อคณะกรรมการบริการ
  4. Marketing Authority Council ประกอบด้วยสมาชิกไม่เกิน 30 คน มีหน้าที่พิจารณาวางแผนและควบคุมการดำเนินงานด้านการตลาด การท่องเที่ยว เพื่อสนองต่อคณะกรรมการบริหารงาน
  5. Managerment Committee มีหน้าที่ควบคุมการดำเนินงานด้านการเงินให้เป็นไปตามนโยบายของสมาคมและรายงานต่อ Executive Vice President
  6. Research Authority ประกอบด้วยสมาชิกไม่เกิน 30 คน มีหน้าที่วางโครงการและดำเนินงานด้านการวิจัยของสมาคมเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริการ
- นอกจากนี้สมาชิกของสมาคมได้จัดตั้งชมรมพาด้า (PATA Chapter) ดังนี้
1. Chapter จำนวน 65 ชมรม ในประเทศสมาชิก 39 ประเทศ เพื่อให้สมาชิกได้รับทราบความก้าวหน้าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภูมิภาคแปซิฟิก และของสมาคมดียิ่งขึ้น รวมทั้ง

ร่วมกันจัดกิจกรรมด้านการอำนวยความสะดวก การฝึกอบรม ปรับปรุงบริการ และเพื่อส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวมาสู่ภูมิภาคแปซิฟิกมากยิ่งขึ้น ที่ตั้งของ Chapter แบ่งตามภูมิภาคดังนี้

- 1.1 ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก 17 Chapters
- 1.2 ภูมิภาคยุโรป 12 Chapters
- 1.3 ภูมิภาคอเมริกาเหนือ 33 Chapters
- 1.4 ภูมิภาคอเมริกาใต้ 3 Chapters

2. Sattelite Chapters ขณะนี้มีจำนวน 40 ชมรม

### กิจกรรมและโครงการ

แบ่งเป็นด้านต่าง ๆ ที่สำคัญมีดังนี้

1. โครงการด้านการตลาด
2. โครงการด้านพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการงานด้านการท่องเที่ยว
3. โครงการด้านการวิจัย
4. โครงการด้านการฝึกอบรม

นอกจากนี้โครงการที่สำคัญดังกล่าว PATA ยังมีกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิกทั้งหมดดังนี้

1. ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวกับประเทศสมาชิก
2. จัดพิมพ์นิตยสารและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับโฆษณาเผยแพร่และการวิจัย
3. จัดการสัมมนาและฝึกอบรมเพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ให้แก่บรรดาสมาชิก

### การประชุม

PATA กำหนดให้มีการประชุมซึ่งเป็นข้อผูกพันสมาชิกและกรรมการในคณะกรรมการต่าง ๆ ดังนี้

1. การประชุมใหญ่ประจำปี (Annual Conference) เป็นการประชุมของสมาชิกทั้งหมดเพื่อกำหนดนโยบายให้ความเห็นชอบต่อโครงการดำเนินงานของสมาคม ให้สมาชิกมีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาคม

2. การประชุมทางวิชาการ (Workshop) กำหนดให้มีหลังการประชุมใหญ่ประจำปีเป็นประจำทุกปี โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวมาบรรยายเพื่อให้สมาชิกได้รับข่าวสาร ความรู้ และวิชาการใหม่ ๆ
3. คณะกรรมการบริหารมีการประชุมปีละ 2 ครั้ง
4. คณะเจ้าหน้าที่ด้านการพัฒนามีการประชุมปีละ 3 ครั้ง
5. การประชุมระดับภูมิภาคปีละ 1 ครั้ง

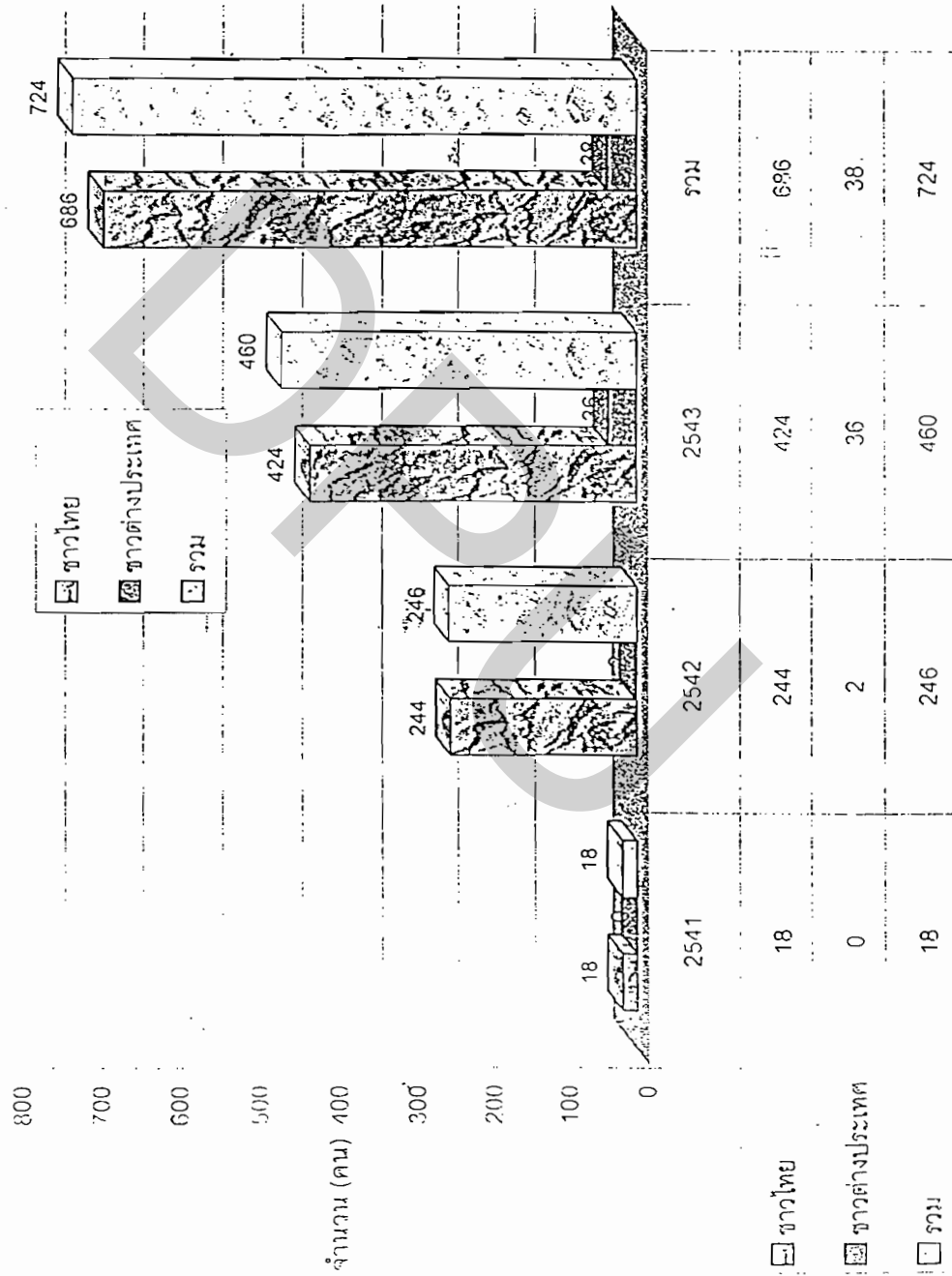
### ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ข่าวสารและความรู้ทางวิชาการใหม่ ๆ และสถิติข้อมูลการท่องเที่ยว
2. ได้รับความช่วยเหลือในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว
3. มีโอกาสได้ติดต่อกับธุรกิจการท่องเที่ยวในตลาดการท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ เช่น อเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น
4. เป็นการร่วมส่งเสริมการท่องเที่ยวกับประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งมีผลตอบแทนสูง ในขณะที่เป็นการประหยัดงบประมาณ
5. ได้รับประโยชน์จากโครงการดำเนินงานของสมาคมที่กำหนดสำหรับแต่ละประเทศโดยเฉพาะ เช่น โครงการฝึกอบรมวิชาการโรงแรม โครงการตลาด และโครงการช่วยพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

ภาคผนวก ข

แผนภูมิสถิตินักท่องเที่ยว Homestay บ้านปราสาท

แผนภูมิแสดงสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าพัก Home Stay บ้านปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา ปี 2541 - 2543



## ภาคผนวก ง

## แบบประสานงานบ้านพักโฮมสเตย์ 26 - 28 ม.ค. 2544

หลังที่ 1	แม่ทิพย์	ถ้ำกลาง	ผู้พัก	1. น. ส. ญาคา	ศรีงาม(เจียม)	2. น. ส. พรเพ็ญ	เพ็ญภาคกุล(จำ)
				3. นายชลธิศ ฉลองสวัสดิ์			
หลังที่ 2	นางสำเริง	ออนโลกสูง	ผู้พัก	1. น. ส. เกษราภรณ์	จงวิไลเกษม(เกษ)	2. น. ส. ศศิยา	มยุระสกุล(มุก)
หลังที่ 3	แม่เต็ม	ทัพกลาง	ผู้พัก	1. น. ส. สุนทรีย์	มีศกคณห์(ตุ๊ก)	2. น. ส. อจล	ศรีวรรณชะ คิมรัช(จะ)
หลังที่ 4	นางเวียงหิ๊งค์	แสงเม็กกลาง	ผู้พัก	1. น. ส. นิมา	2. น. ส. ไชยา	จากประเทศ สโลเวเนีย	
หลังที่ 5	นางประภาวดี	บัวกลาง	ผู้พัก	1. น. ส. ระวีวรรณ	บุญมาประสิทธิ์(วรรณ)	2. น. ส. กรมล	แตงมีเชาว์(ถาว)
หลังที่ 6	นายจรัส	แม่มกลาง	ผู้พัก	1. น. ส. กัญญาพัชร	สิมประเสริฐกุล(ตั้ม)	2. น. ส. นัชชา	เฮงเจริญ
หลังที่ 7	นายประเสริฐ	บัวกลาง	ผู้พัก	1. นายสหวัฒน์	กลิ่นไ้มุข	2. อาสาสมัครชาวต่างประเทศ	
				3. อาสาสมัครชาวต่างประเทศ			
หลังที่ 8	นางจำปี	ชะตาคี	ผู้พัก	1. นายติเรก	จาวละเอียค (ตุ้ม)	2. นายสิทธิเดช	ศรีประภา(โพธิ์)
หลังที่ 9	นายสุภาพ	แม่มกลาง	ผู้พัก	1. นายประยอม	สุขเกษม(บอล)	2. นายวิฑูรา	ชัยชนะ(อ้วน)

## กำหนดการ

วันที่ 26 มกราคม 2544

- เวลา 19.00 น. เดินทางถึงบ้านป้าสาท(ตอนรับหอพัก) - เวลา 20.00 น. นายศรีสุขวิชัย(อาหารเย็น)
- เวลา 21.00 น. เดินทางเข้าบ้านพักแม่มโฮมสเตย์

วันที่ 27 มกราคม 2544

- เวลา 07.30 น. รับประทานอาหารเช้านบ้านพัก
- เวลา 08.30 น. ฟังบรรยายสรุป(หลุมศพคนที่ 1)
- เวลา 10.00 น. เยี่ยมชมกลุ่มอาชีพต่างๆ
- เวลา 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน(ที่ทำการ)
- เวลา 13.30 น. เยี่ยมชมอุทยานประวัติศาสตร์พนมยงค์, พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพนมยงค์ และชมรมชาติภวันของโครงการ
- เวลา 16.30 น. เดินทางกลับที่พักใจจัดเตรียมกับชุมชน(รับประทานอาหารเย็นที่บ้านพัก)

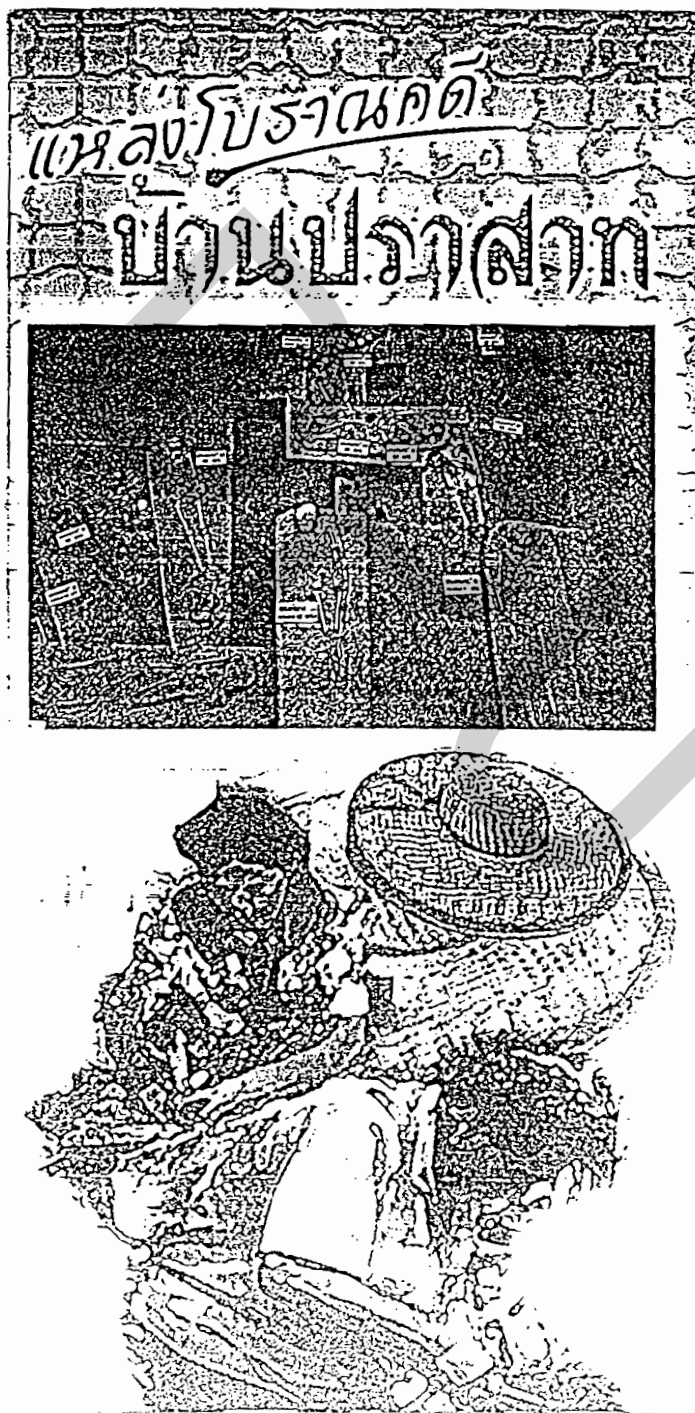
วันที่ 28 มกราคม 2544

- เวลา 08.30 น. คักขาคกรหน้าบ้านพักพร้อมกันเจ้าของบ้าน
- เวลา 07.30 น. รับประทานอาหารเช้านบ้านพัก
- เวลา 09.00 น. หี้อำลา( 8 นริ เวลตามจอดรถแดงไปร้านคักขาคกรหน้าป้าสาท)

## จำนวนบ้านพักโฮมสเตย์ มีสมาชิก 19 หลังคาเรือน

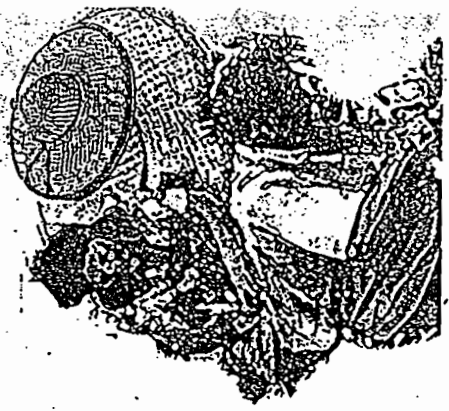
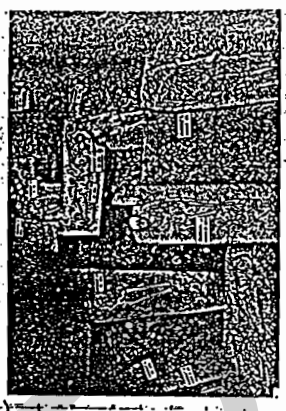
1. นายบุญช่วย	แม่มชยาม	2. นายเทียม	ฉะอองกลาง
3. นางบัว	มาสวัสดิ์	4. นายแสง	ศรีสูงเนิน
5. นายประเสริฐ	บัวกลาง	6. นางทิพย์	ถ้ำกลาง
7. นายสุภาพ	แม่มกลาง	8. นายจรัส	แม่มกลาง
9. นางเวียงหิ๊งค์	แสงเม็กกลาง	10. นายอุทัย	ทัพกลาง
11. นางละมุล	กุ่มกลาง	12. นางสำเริง	ออนโลกสูง
13. นายเหลือ	ศรีบัว	14. นายศักดิ์	กุ่มกลาง
15. นายไผ่โรจน์	แม่มกลาง	16. นายขวัญชัย	ป้าว้าขาว
17. นางประภาวดี	บัวกลาง	18. นางจำปี	ชะตาคี
19. นางทองดี	แม่มชยาม		

ตัวอย่างแผ่นพับประชาสัมพันธ์และเว็บไซต์การท่องเที่ยวบ้านปราสาท

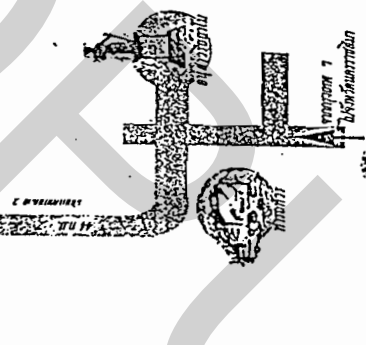




ASEAN  
**แพรวพราวทุกมิติ**  
**แพรวพราวทุกมิติ**



ASEAN  
**แพรวพราวทุกมิติ**  
**แพรวพราวทุกมิติ**



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  
 สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา  
 2102-2104 ถนนมิตรภาพ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000  
 โทร. (044) 213666, 213030 โทรสาร (044) 213667  
 E-mail : tat@tat.or.th

คำประกาศ 2 พฤศจิกายน 2539  
 PATATA AWARDS 1994  
 PATA HERITAGE & CULTURE FOR PACIFIC ASIA TRAVEL ASSOCIATION (PATA), INC.  
 ประกาศให้ THE ASEANTA AWARDS FOR EXCELLENCE IN TOURISM 1996 เป็นปีที่ THE BEST ASEAN CULTURAL PRESERVATION EFFORT

1. พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเมืองโบราณศรีเทพ  
 2. พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเมืองโบราณศรีเทพ  
 3. พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเมืองโบราณศรีเทพ  
 4. พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเมืองโบราณศรีเทพ  
 5. พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเมืองโบราณศรีเทพ

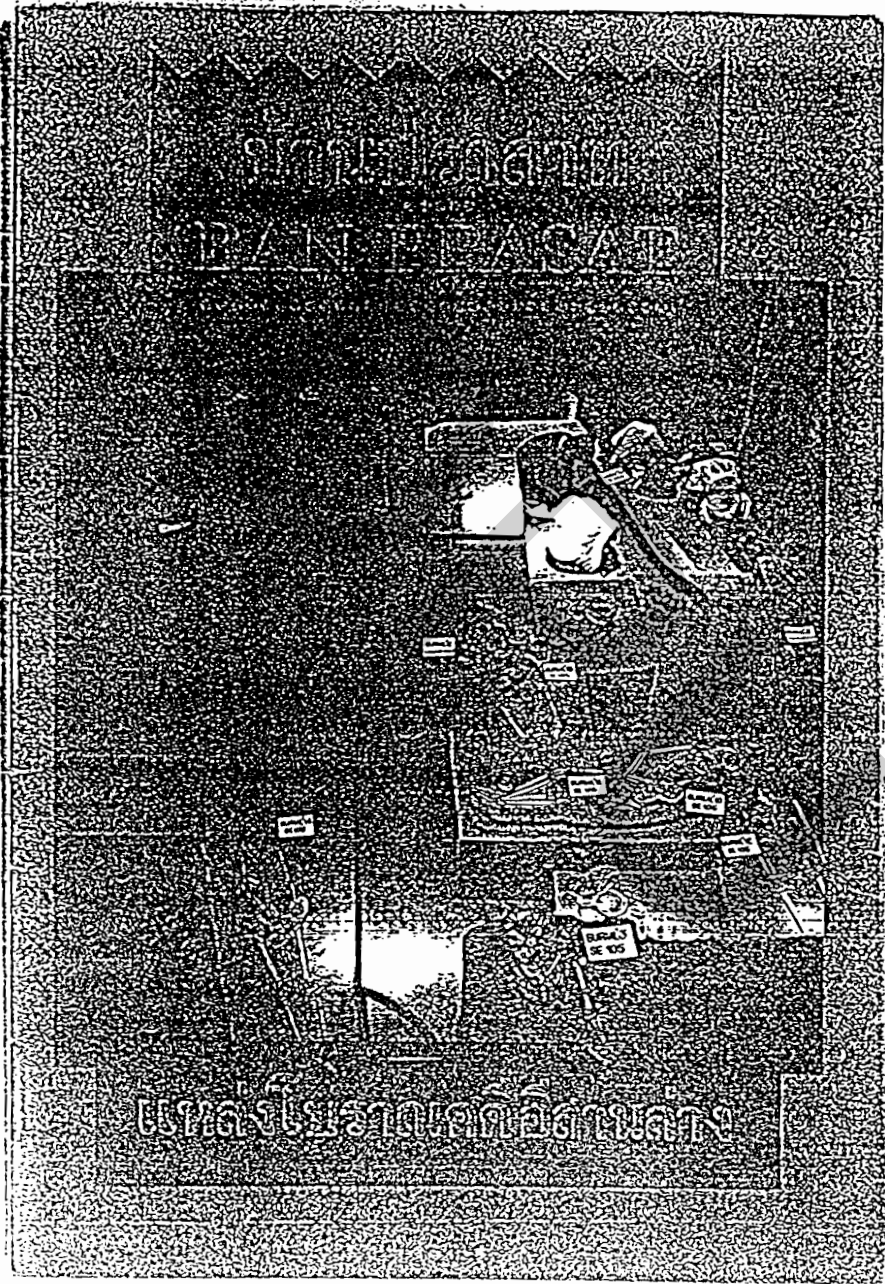


คำประกาศ 2 พฤศจิกายน 2539  
 PATATA AWARDS 1994  
 PATA HERITAGE & CULTURE FOR PACIFIC ASIA TRAVEL ASSOCIATION (PATA), INC.  
 ประกาศให้ THE ASEANTA AWARDS FOR EXCELLENCE IN TOURISM 1996 เป็นปีที่ THE BEST ASEAN CULTURAL PRESERVATION EFFORT

คำประกาศ 2 พฤศจิกายน 2539  
 PATATA AWARDS 1994  
 PATA HERITAGE & CULTURE FOR PACIFIC ASIA TRAVEL ASSOCIATION (PATA), INC.  
 ประกาศให้ THE ASEANTA AWARDS FOR EXCELLENCE IN TOURISM 1996 เป็นปีที่ THE BEST ASEAN CULTURAL PRESERVATION EFFORT

คำประกาศ 2 พฤศจิกายน 2539  
 PATATA AWARDS 1994  
 PATA HERITAGE & CULTURE FOR PACIFIC ASIA TRAVEL ASSOCIATION (PATA), INC.  
 ประกาศให้ THE ASEANTA AWARDS FOR EXCELLENCE IN TOURISM 1996 เป็นปีที่ THE BEST ASEAN CULTURAL PRESERVATION EFFORT

คำประกาศ 2 พฤศจิกายน 2539  
 PATATA AWARDS 1994  
 PATA HERITAGE & CULTURE FOR PACIFIC ASIA TRAVEL ASSOCIATION (PATA), INC.  
 ประกาศให้ THE ASEANTA AWARDS FOR EXCELLENCE IN TOURISM 1996 เป็นปีที่ THE BEST ASEAN CULTURAL PRESERVATION EFFORT



## Days Gone by at Ban Prasat

The former site of Ban Prasat, located in the village of Ban Prasat, is situated on the left bank of the Nam Song River, about 10 kilometers from the town of Ban Prasat. The site is situated on a hillside overlooking the river. The site is situated on a hillside overlooking the river. The site is situated on a hillside overlooking the river.

Ban Prasat is a prehistoric site, a notable example of early human settlement in the region. The site is situated on a hillside overlooking the river. The site is situated on a hillside overlooking the river. The site is situated on a hillside overlooking the river.

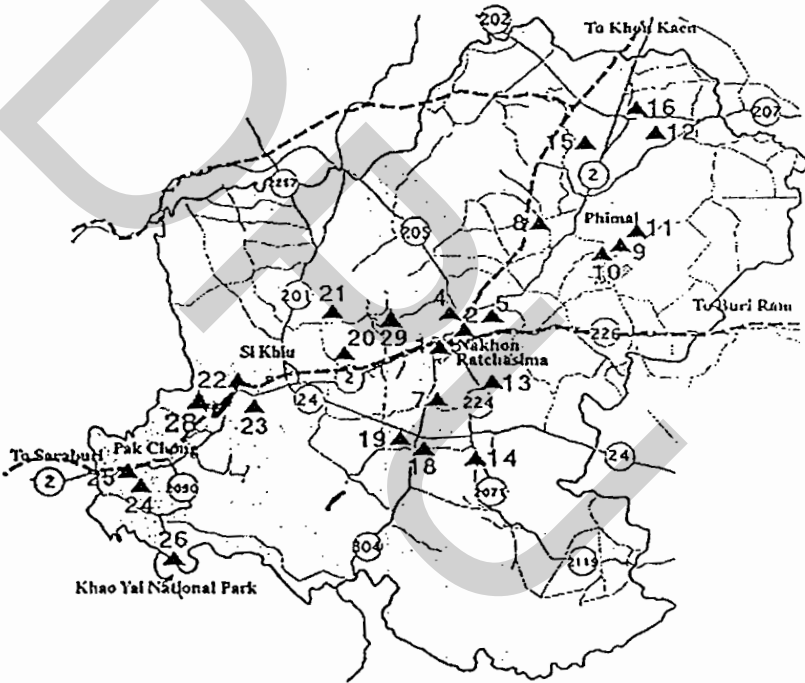
The prehistoric site at Ban Prasat produced their own pottery, which is made of a mixture of clay and sand. The pottery is decorated with geometric patterns and is similar to the pottery found at Ban Prasat and Ban Prasat. The site is situated on a hillside overlooking the river. The site is situated on a hillside overlooking the river. The site is situated on a hillside overlooking the river.

The communities developed for 500 years and the lifestyle was gradually complicated and finally clearly distinguished from their origin. Black Phum pottery, which is found densely around Nakhonratchasima Province, replaced red slipped and painted

# ท่องเที่ยว



ตัวสคี่รับขอคอนรับสูหนาทองเที่ยวของจังหวัด นครราชสีมา เรามีสถานที่  
ที่นาศนใจมากมายเลยนะครึบ ไม่วาจะเป็น ในตัวเมืองหรือตามอำเภอต่างๆ  
จากแผนที่ด้านล่าง ท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลโดย เลือกที่ตัวเลขในแผนที่ หรือ จาก  
รายการข้างล่างของแผนที่ สะดวกอย่างไรเชิญเลยนะครึบ เที่ยวให้สนุก แล้วถ้ามีอะไรแนะนำ  
กรุณาส่ง email มาที่ [yamo@korat.in.th](mailto:yamo@korat.in.th) เพื่อเราจะได้นำมาจัดใจจะครึบ



แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัด นครราชสีมา

[แผนที่เมืองโคราช] [แผนที่เมืองพิมาย] [ประตูเมืองโคราช]

**\*\* แหล่งโคราช \*\*\***

1. อุทยานริ้วท้าวสุรนารี
2. วัดศาลาลอย
4. อุทยานสถานนางพญเหลือ
5. ปราสาทหินพนมวัน
6. พระเมรุ และ อนุศิษย์ อำเภอ พิมาย
7. สวนสัตว์จังหวัดนครราชสีมา
8. แหล่งโบราณคดี บ้านปราสาท
9. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิมาย
10. อุทยานประวัติศาสตร์ พิมาย
11. ไทรงาม
12. ปราสาทหิน นางรำ
13. แหล่งเครื่องปั้นดินเผา ด่านเกวียน

16. ปรางค์คีตา
18. วัดโพธิ์เมืองปัก
19. วัดหน้าพระธาตุ
20. ปราสาทหิน เมืองแก่ง
21. วัดสมารธรรมจักร และเมืองเสมา
22. เขื่อนลำตะคอง
23. วัดตาเจ้านทร์งาม
24. วัดเทพพิทักษ์ไพศวรราน
25. ตลาดผลไม้ กลางดง
26. อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
27. วัดบ้านไร่ - หลวงพ่อคูณ
28. ที่กัถวิมทาง หรือ สวนนาคชาติ
29. วัดจีนสูงเนิน

Prasat Archaeological Site

## แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท



[ สถานที่ตั้ง ]

อยู่ที่ หมู่ที่ 7 บ้านปราสาท ต.ธารปราสาท ห่างจากตัวเมือง 45 กิโลเมตร  
การเดินทางสามารถใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 2 (นครราชสีมา-ขอนแก่น) ถึงหลักกิโลเมตรที่ 44  
จะมีทางแยกซ้ายเข้าไปอีก 1 กิโลเมตร มีป้ายบอกทางชัดเจน

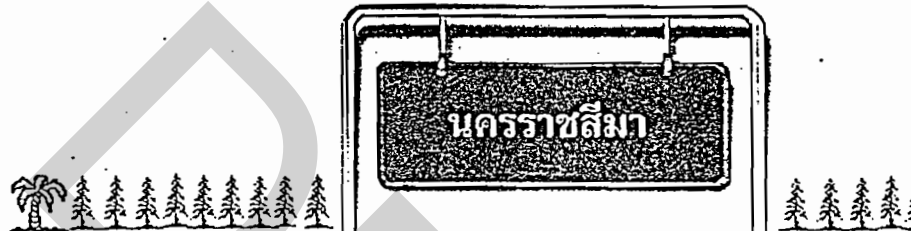


เป็นแหล่งโบราณคดีที่ขุดแต่งใหม่ ดำเนินการโดยกรมศิลปากรตามโครงการอีสานเขียว โดย ททท.  
เป็นผู้สนับสนุนงบประมาณ นับเป็นแหล่งโบราณคดีแห่งที่ 2  
คือจากบ้านเชียงที่ได้อุบัติเป็นลักษณะพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ  
จากการขุดแต่งหลุมทำให้พบโครงกระดูกมนุษย์ที่มีสภาพ สมบูรณ์และไม่สมบูรณ์  
ทั้งศีรษะไปทางทิศต่าง ๆ มีการฝังภาชนะดินเผาแบบเคลือบโคลนสีแดงแบบลายเรือกาทาบ  
เครื่องประดับต่าง ๆ เช่น กำไลเปลือกหอย ลูกปัด แหวน สร้อย กำไลสำริด  
เครื่องประดับศีรษะทำด้วยสำริด



จากหลักฐานที่ได้อุบัติพบสันนิษฐานว่าบ้าน ปราสาทมีชุมชนอาศัยอยู่ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์มา  
จนถึงสมัยประวัติศาสตร์ ที่มีหลักฐานของกลุ่มวัฒนธรรม แบบทวารวดีและแบบขอมโบราณ  
ระยะเวลาอยู่ในช่วงระหว่าง 2,500-3,000 ปีมาแล้ว

การบูรณะได้เสร็จสิ้นแล้ว (๑๒ เมษายน ๕๓) และได้มีการย้ายวัตถุ ต่างๆ มาเก็บไว้ที่ พิพิธภัณฑ  
ที่บ้านปราสาท ตัวอาคาร พิพิธภัณฑฯ ตั้งอยู่หน้า แหล่งขุดค้นที่ ๑



ภาคใด  
พร้อมทั้งเพื่อ ทั่วทุกจังหวัด  
ในประเทศไทย

**รายการหลัก**

- \* หน้าสรุป
- \* ข่าวเด็ดท่องเที่ยว
- \* ปฏิทินท่องเที่ยว
- \* ภาพถ่ายนักท่องเที่ยว
- \* e-card ท่องเที่ยว
- \* บริการเดินทาง
- \* ก็มีรางวัล
- \* ราคาทัวร์ทั่วไทย
- \* สอบถาม

**ภาคอีสาน**

เปิดดูรายละเอียด  
แผนที่รายทาง  
แผนที่ทั่วไทย  
คลิกที่นี่



ค้นหาสถานที่  
ท่องเที่ยวทั่วไทย

**แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา**

แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท ตั้งอยู่ที่บ้านปราสาทใต้ ตำบลธารปราสาท ห่างจากตัวเมือง 45 กิโลเมตร การเดินทางสามารถใช้เส้นทางสายมิตรภาพ จากจังหวัดนครราชสีมาขึ้นเหนือไปจังหวัดขอนแก่น ถึงหลักกิโลเมตรที่ 44 จะมีทางแยกซ้ายเข้าไปถึง 1 กิโลเมตร เป็น แหล่งโบราณคดีแห่งที่สอง ต่อจากบ้านเชียงที่ได้จัดทำเป็นลักษณะพิพิธภัณฑ์กลางแจ้ง จากการขุดค้นหลักฐานทำให้พบ โครงกระดูกมนุษย์ที่มีสภาพสมบูรณ์และไม่สมบูรณ์ สันนิษฐานไปทางทิศต่าง ๆ มีการฝังภาชนะดินเผาแบบเคลือบเคลือบ สีสันแบบลายเชือกทาบ เครื่องประดับต่าง ๆ เช่น กำไลเปลือกหอย ลูกปัด แหวนสำริด กำไลสำริด เครื่องประดับศีรษะ ทำด้วยสำริด

จากหลักฐานที่ได้ค้นพบสันนิษฐานว่า บริเวณบ้านปราสาทมีชุมชนอาศัยอยู่ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์มา จนถึงสมัยประวัติศาสตร์

ที่มีหลักฐานของกลุ่มวัฒนธรรมแบบทวารวดีและแบบเขมรโบราณ ระยะเวลาอยู่ในช่วง ระหว่าง 2,500-3,000 ปีมาแล้วคร

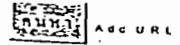
คะแนน vote ที่ได้ 19 คะแนน  
ช่วยกันโหวตให้สถานที่ท่องเที่ยวนี้ Click ที่นี่

**ส่งข้อมูลเพิ่มเติม**

จากชื่อ หรือ Email  
ข้อความ

Input field for additional information

ส่งข้อความ    ลบข้อความ



ไปเที่ยวแล้วก็มาเล่าให้เพื่อน ๆ ฟัง เชิญส่งเรื่องและรูปครับ

คำบรรยายภาพ

## ประวัติผู้วิจัย

นางสาววิไลภรณ์ จิรวัดมนเศรษฐ์ เกิดเมื่อ 31 สิงหาคม 2519 เป็นบุตรสาวคนโตของ ป้าสีทอง แม่ศรีนวล จิรวัดมนเศรษฐ์ และพ่อสงคราม แม่สำเรียง เปี่ยมกระโทก

### ประวัติการศึกษา

- สำเร็จการศึกษา - ระดับประถมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนบ้านใหม่ไทยเจริญ
- ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนโชคชัยสามัคคี
  - ระดับปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับ 2) สาขานิติศาสตร์ จากสถาบันราชภัฏนครราชสีมา

### ประวัติการทำงาน

สิงหาคม 2542 - พฤษภาคม 2543

ทำงานในตำแหน่งนักวิชาการฝึกอาชีพ ฝ่ายแผนงานและประเมินผล กองประสานการพัฒนาฝีมือแรงงานสตรีและเด็ก กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

ตุลาคม 2543 - กันยายน 2544

ได้รับทุนการศึกษาจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ทำงานในตำแหน่งผู้ช่วยอาจารย์ (T.A.) บัณฑิตศึกษา สาขานิติศาสตร์

### งานอิสระ

เขียนเรื่องย่อละครให้กับนิตยสารต่าง ๆ