

นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว กับการปรับตัวของสินค้าทางวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ภัทรพรรณ ทำดี *

Abstract

The main objective of this study is to explain the state of cultural product adaptation and compatible tourism promotion policy. In-depth interviews and focus group discussions with community leaders, community development officers and cultural product producers were conducted within 8 communities in Ayutthaya province. The results show that it is necessary for the cultural product producers to modify their production process such as by finding alternative raw materials, creating product differentiation and engaging in product innovation. The study also finds that the main obstacle for most producers is the lack of labor and necessary raw materials, which contributes to production shortage and unstable costs. However, these cultural product producers have maintained their cultural identity, which reflects the history of and reciprocity in Thai agricultural society; for example, cooperation and division of labor. Therefore, for the continuous production of cultural products to preserve the distinct cultural identity of the community there needs to be cooperation at the community level as well as supporting policy at the national level. The tourism promotion policy that provides precedence to the economic, natural resources and environment, and cultural community dimensions should take this into account.

Keywords: cultural product, policy, adaptation, Ayutthaya province

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายสภาพการณ์ในการปรับตัวของสินค้าทางวัฒนธรรม และนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องต่อการปรับตัวดังกล่าว โดยอาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสนทนากลุ่มกับผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน และผู้

*อาจารย์ประจำภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมจาก 8 ชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า ผู้ผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมจำเป็นต้องมีการปรับตัวโดยการหาวัตถุดิบทดแทน การสร้างความแตกต่างของสินค้า และการสร้างสรรค์รูปแบบสินค้าใหม่ๆ ซึ่งปัญหาสำคัญของผู้ผลิตส่วนใหญ่คือการขาดแคลนแรงงาน และวัตถุดิบ ส่งผลให้ผู้ผลิตสินค้าไม่ทันกับความต้องการของตลาดและไม่สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ยังคงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะร่วมกันของสินค้าทางวัฒนธรรมเหล่านี้ คือ การเป็นภาพสะท้อนของประวัติศาสตร์ และลักษณะวิถีชีวิตที่อยู่อย่างเกื้อกูลและช่วยเหลือพึ่งพากันของสังคมเกษตรกรรมไทย เช่น ความร่วมมือและการแบ่งงานกันทำในกระบวนการผลิต ดังนั้นการจะส่งเสริมให้สินค้าทางวัฒนธรรมเหล่านี้ยังคงดำรงอยู่โดยสามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนไว้ได้จึงจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือในระดับชุมชน และการสนับสนุนด้านนโยบายระดับชาติ นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงควรให้ความสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมชุมชนควบคู่กันไป

คำสำคัญ: สินค้าทางวัฒนธรรม, นโยบาย, การปรับตัว, จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

บทนำ

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาขึ้นชื่อว่าเป็นจังหวัดซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของไทยเนื่องจากเคยเป็นราชธานีเก่าแก่ที่มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าที่สะสมมาอย่างยาวนาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งดึงดูดใจของผู้ที่อยู่ต่างชุมชน ต่างอารยธรรม ที่ต้องการมีโอกาสได้เห็น สัมผัส และเรียนรู้สิ่งที่มีคุณค่าเหล่านี้ ไม่เพียงแต่โบราณสถาน โบราณวัตถุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเท่านั้นที่เป็นจุดสนใจสำหรับการท่องเที่ยว แต่ทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ การประกอบอาชีพ การละเล่นดนตรีพื้นบ้าน บทกลอน อาหาร ประเพณี งานฝีมือช่าง งานศิลป์ ฯลฯ ที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างกันไปของแต่ละท้องถิ่นได้กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นทรัพยากรสำคัญทางการท่องเที่ยว โดยวัฒนธรรมสามารถสร้างรายได้ให้กับการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันการท่องเที่ยวก็ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสืบทอดวัฒนธรรมให้คงอยู่ด้วย เพราะ “วัฒนธรรมไทย” คือสินค้า

ขึ้นเอกของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศจำนวนมากให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการได้รู้จักกับชุมชนในระดับที่ลึกกว่าการท่องเที่ยวทั่วไปในรูปแบบที่เคยชิน โดยให้ความสนใจกับสินค้าทางวัฒนธรรม เพื่อให้ตนเองได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ทั้งประสบการณ์ตรงที่สามารถจับต้องได้และประสบการณ์ที่ทำให้เกิดการรับรู้ แต่ไม่สามารถจับต้องได้ ฉะนั้น การจัดการวัฒนธรรมจึงเป็นอีกหนึ่งเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งนับเป็นส่วนสำคัญและเป็นปัจจัยหนึ่งของความสำเร็จในการสร้างคุณค่า ความทรงจำ สำหรับทั้งนักท่องเที่ยวและชุมชนเอง การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (creative tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาให้ชุมชนนั้นๆ เกิดความยั่งยืน โดยมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตใน

ชุมชน ในเชิงการเรียนรู้และการทดลองให้ได้มาซึ่งประสบการณ์ที่เป็นอยู่จริงในชุมชน นอกจากนั้น ชุมชนจะต้องสามารถใช้การจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชนและผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ ทั้งในรูปแบบที่เป็นผลประโยชน์ตอบแทนอิงตามระบอบทุนนิยมและความยั่งยืนของการพัฒนาในชุมชน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2554ก)

นโยบายการส่งเสริมความหลากหลายของสินค้าทางวัฒนธรรมเป็นอีกเป้าหมายหนึ่งที่สำคัญในแผนงานของยูเนสโกเพื่อตอบสนองต่อกระแสของความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นมาในแต่ละประเทศเช่นเดียวกับเรื่องของการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม การเคารพในสิทธิและความหลากหลายทางวัฒนธรรมของชุมชน (วิริยะ สว่างโชติ 2549) อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีประเทศไทยมุ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแต่เพียงในแง่เศรษฐกิจ ด้วยการหยิบยกเอาการท่องเที่ยวมาเป็นวาระแห่งชาติเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจแฮมเบอร์เกอร์ที่เกิดขึ้นในสหรัฐอเมริกา ทำให้กระแสการท่องเที่ยวตื่นตัวเป็นอย่างมาก แต่ก็เพียงในแง่เศรษฐกิจเท่านั้น ผลที่ตามมาคือ คำถามที่ว่า ชุมชนมีความพร้อมในการเข้าสู่กระแสการท่องเที่ยวหรือไม่ มีการเตรียมรับมือกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาบริโภคทรัพยากรในท้องถิ่นมากน้อยเพียงใด และสุดท้ายมีความคุ้มค่าในระยะยาวของการพัฒนาการท่องเที่ยวหรือไม่ (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2554ข)

อย่างไรก็ตาม เมื่อมองจากมุมมองวัฒนธรรมและมรดกของชาติในด้านการผลิตสินค้าวัฒนธรรมเป็นสินค้าส่งออกจำเป็นจะต้องกำหนดแผนการ

พัฒนาวัฒนธรรมใหม่หมด จุดอ่อนภายในประเทศคือ การปะทะกันระหว่างวัฒนธรรมเก่าและวัฒนธรรมใหม่ที่เป็นกระแสจากโลกาภิวัตน์ (globalization) ในทุกประเทศ ตัวอย่างเช่น ประเทศเกาหลีซึ่งประสบความสำเร็จกับอุตสาหกรรมสินค้าทางวัฒนธรรมก็ประสบปัญหานี้เช่นเดียวกันคือ วัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (traditional culture) ซึ่งคนรุ่นเก่า (aged population) มักจะนิยมอนุรักษ์ไว้ด้วยเหตุผลของการคงให้เหลือเป็นมรดกของชาติได้ต่อไป มักจะสวนทางกับการยอมรับวัฒนธรรมสมัยนิยม (popular culture) ที่เกิดขึ้นจากกระแสโลก ซึ่งส่วนใหญ่ผู้สร้างวัฒนธรรมนี้ก็คือคนรุ่นใหม่ (young generation) ซึ่งบางครั้งผู้ใหญ่ในสังคมอาจจะไม่เห็นด้วยกับวัฒนธรรมนี้ ซึ่งทางออกทางหนึ่งคือการพัฒนาให้รูปแบบทั้งสองแบบข้างต้นเป็นวัฒนธรรมร่วมสมัย (contemporary culture) (จิราพันธ์คนข่าว 2554)

ปัจจุบัน แนวคิดวัฒนธรรมชุมชนได้รับการยอมรับมากขึ้นเป็นลำดับในสังคมไทยจนเป็นแนวคิดหลักขององค์กรพัฒนาเอกชน และเป็นแนวคิดสำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ที่ระบุว่าส่งเสริมให้สถาบันครอบครัวและชุมชนเป็นสถาบันของการพัฒนา (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และคณะ 2541, 2) การศึกษาชุมชนตามแนวทางนี้จึงเป็นทั้งการทำความเข้าใจและแสวงหาแนวทางการพัฒนาที่มีได้เน้นความเพิ่มพูนทางเศรษฐกิจด้านเดียว แต่เป็นการพัฒนาที่มีศูนย์กลางอยู่ที่ชุมชนชนบท มีหลักหัวใจความอยู่ดีที่การเชื่อมั่นและส่งเสริมศักยภาพของชาวบ้านผู้รับผลของการพัฒนาว่าสามารถที่จะฟื้นฟูดำรงอยู่และพัฒนาตนเองได้ด้วยพื้นฐานทางความเชื่อ ความสัมพันธ์ในชุมชน และภูมิปัญญา หรือที่รวมเรียกว่า “วัฒนธรรม” ของตนเอง (ยุคติ มุกดาวิจิตร 2548, 2)

เนื่องจากการศึกษาชุมชนแนววัฒนธรรม ชุมชนมีลักษณะที่เน้นการพัฒนาคนหรือตัวบุคคล และมองมนุษย์ในลักษณะเป็นองค์รวม มิใช่ มนุษย์เศรษฐกิจ การพัฒนาแนวนี้จึงมองมนุษย์ เป็นศูนย์กลาง และพยายามสร้างกระบวนการ และเงื่อนไขที่เหมาะสมเพื่อให้ศักยภาพของมนุษย์ แต่ละคนรวมถึงศักยภาพของชุมชนได้บรรลุจุด สูงสุด (กาญจนา แก้วเทพ 2538, 167-175) อย่างไรก็ตาม การพัฒนาประเทศย่อมส่งผลต่อการ เปลี่ยนแปลงในชุมชนทั้งเหมาะสมและไม่เหมาะสม การมีวิถีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีรายได้มากขึ้นจาก การเปลี่ยนแปลงอาชีพอาจเป็นความเหมาะสม กับสมาชิกครัวเรือนในระดับปัจเจกบุคคล แต่ อาจจะไม่เหมาะสมกับการอยู่ร่วมกันในชุมชนที่ มีการแบ่งปัน พึ่งพากัน เนื่องจากคนในชุมชนได้ รับการจูงใจให้มีการผลิตเพื่อขายแทนการผลิต เพื่อบริโภค นอกจากนั้น ระบบและกระบวนการ ให้บริการของรัฐที่สำคัญโดยเฉพาะระบบการ ศึกษา ระบบสินเชื่อ ระบบการให้บริการทางด้านการเกษตร และกระบวนการพัฒนาชนบท มีส่วน สำคัญที่กระตุ้นให้คนให้คุณค่ากับความรู้ในระบบ โรงเรียน การเข้าถึงสินเชื่อเพื่อนำไปลงทุนด้านการเกษตรและการศึกษา รวมทั้งการให้คุณค่ากับ วิถีชีวิตแบบสมัยใหม่ อีกทั้งระบบความรู้ที่ได้รับการสร้างสรรค์และสะสมอยู่ในชุมชนยังถูกแทนที่ ด้วยระบบความรู้ใหม่ที่คนในชุมชนไม่ได้เป็นผู้ สร้างสรรค์ขึ้นมา ทำให้คนตกอยู่ในภาวะที่ต้อง พึ่งพิงความรู้และเทคโนโลยีจากภายนอก ขาดพลัง สร้างสรรค์ในการปรับเปลี่ยนความรู้ให้ตอบสนอง ความต้องการรวมทั้งลดทอนความสามารถในการจัดการปัญหาต่างๆ ด้วยตนเอง ซึ่งสะท้อน ให้เห็นได้จากสถานการณ์ของชุมชนในช่วงของ การพัฒนาไปสู่ความทันสมัยกลายเป็นชุมชนที่มีความเสี่ยงสูง โดยชุมชนไม่สามารถควบคุมและ

จัดการกับสภาวะการณ์ของความเสี่ยงในเรื่องต่างๆ ที่สำคัญ เช่น การผลิต ราคาของผลผลิต การบริโภค การเป็นหนี้สิน ได้ด้วยตนเอง หากแต่ต้องพึ่งพิง ความรู้ องค์การทางสังคม และบุคคลจากภายนอก ชุมชน ซึ่งมีผลทำให้จิตสำนึกในการแก้ไขปัญหา ร่วมกันของคนในชุมชนเริ่มลดน้อยลง คนเริ่มหา ทางแสวงหาทางออกแบบตัวใครตัวมันมากขึ้น (เนภาภรณ์ หะวานนท์ และคณะ 2546)

อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม ทั่วโลกในปัจจุบันได้ขยายขอบเขตออกไปค่อนข้างมาก ซึ่งครอบคลุมทั้งในรูปแบบของเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม เครื่องประดับ เพอร์นิเจอร์ แฟชั่น ภาพยนตร์และโปรแกรมโทรทัศน์ เพลง ตลอดจน जनเอกสารสิ่งพิมพ์ต่างๆ ทั้ง หนังสือ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และหนังสือการ์ตูน บริการด้านการ ออกแบบ และการโฆษณา (Scott 2004) อย่างไรก็ตาม สินค้าทางวัฒนธรรมที่ยังคงเอกลักษณ์โดดเด่นในประเทศไทยอาจจะแตกต่างจากสินค้าทาง วัฒนธรรมที่เป็นจุดเด่นของประเทศอื่นๆ ซึ่ง เป็นได้ทั้งรูปแบบของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น เกาหลี หรือญี่ปุ่น ที่เน้นสินค้าทางวัฒนธรรม ประเภทที่เป็นสื่อบันเทิงเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของบทเพลง ละครชุด ภาพยนตร์ และการ์ตูน เพราะส่วนใหญ่ยังคงเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม ประเภทที่เป็นงานฝีมือ นาฏศิลป์ กลอนกวี และ ศิลปกรรมแขนงต่างๆ ซึ่งไม่ได้มีลักษณะเป็นสินค้า ทั่วไปที่จะนำมาบริโภคเพื่อประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก แต่เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่เน้นขายคุณค่า ความหมาย รสนิยม และสะท้อนรูปแบบการใช้ ชีวิต ผู้ที่จะเสพหรือบริโภคสินค้าเหล่านี้จึงไม่ใช่ แค่การใช้หรือเสพตัววัตถุสินค้าเท่านั้น แต่เน้นเสพ สัญญา (sign) ที่แนบอยู่ในสินค้านั้นๆ มากกว่า และต้องยอมรับว่าปัจจุบันการผลิตสินค้าทาง วัฒนธรรมเหล่านี้ได้ยกระดับขึ้นเป็นการผลิตเพื่อ

การค้าในเชิงพาณิชย์เป็นหลัก โดยเฉพาะสินค้าประเภทงานฝีมือต่างๆ แต่ยังคงลักษณะสำคัญที่แตกต่างจากสินค้าประเภทอื่น คือ เป็นสินค้าที่มีคุณค่าเนื่องจากเต็มไปด้วย “ความหมาย” ซึ่งผู้ซื้อตัดสินใจซื้อสินค้านั้นไม่ใช่เพราะวัตถุประสงค์หรือคุณค่าในเชิงอรรถประโยชน์ของการใช้งาน แต่เป็นเพราะความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่ผู้ซื้อมีต่อสินค้านั้นๆ

แนวคิดของ Jean Baudrillard ที่ว่าด้วยตรรกวิทยาแห่งการบริโภค (logic of consumption) ส่วนหนึ่งที่กล่าวถึงสินค้าทางวัฒนธรรมที่ถูกผลิตผ่านระบบอุตสาหกรรมของสังคมนิยมได้สะท้อนให้เห็นถึงการยกเลิกวิธีแบ่งขาดระหว่างวัฒนธรรมกับสินค้า จะเห็นได้ว่าในยุคนี้วัฒนธรรมและระบบสัญลักษณ์ได้ถูกผนวกให้เข้ากับระบบอุตสาหกรรมสมัยใหม่เพื่อกระตุ้นการบริโภคสินค้าเหล่านั้นให้เกิดขึ้นได้ ยกตัวอย่างเช่น ปลาหูช้างที่วางขายอยู่ในตลาดสด ปลาหูช้างที่ขายอยู่ริมฟุตบาท และปลาหูช้างที่ขายอยู่ในซูเปอร์มาร์เก็ต หูของห้างสรรพสินค้าชื่อดัง ถึงแม้ปลาหูช้างสามแข่งต่างก็เป็นปลาหูช้างเหมือนกันในเชิงขององค์ประกอบของวัตถุ (element/material) แต่ในแง่ของสัญลักษณ์หรือความหมาย (sign/meaning) ปลาหูช้างสามแข่งกลับมีคุณค่าและสถานภาพเชิงสัญลักษณ์ที่ต่างกันโดยสิ้นเชิง ซึ่งการบริโภคของมนุษย์ยุคนี้ไม่ใช่แค่การใช้หรือเสพสินค้าที่เป็นวัตถุรูปธรรมเท่านั้น หากแต่มีด้านของการเสพสัญลักษณ์ที่แนบอยู่ในสินค้านั้นๆ ด้วย Baudrillard ได้เปลี่ยนวิธีวิเคราะห์สินค้าจากมิติเศรษฐกิจมาสู่มิติทางวัฒนธรรม โดยให้นิยามว่า สินค้าก็คือ “ผลผลิตรูปธรรมที่สุดของวัฒนธรรม” เนื่องจากกระบวนการผลิต/แพร่กระจาย/บริโภคสินค้าต่างๆ จะสัมพันธ์กับเงื่อนไขของวัฒนธรรมในแต่ละสังคม และหากสินค้าเป็นเครื่องแสดงออกซึ่งวัฒนธรรม สินค้า

ต่างๆ ก็จะมีสัมพันธ์กับรสนิยมทั้งของผู้ใช้และผู้บริโภค ในท้ายที่สุดแล้ว หากการบริโภคสัมพันธ์กับผู้บริโภคและงอนไขทางวัฒนธรรมแล้ว สินค้าต่างๆ ก็จะมีหน้าที่ในการธำรงรักษากฎเกณฑ์ทางวัฒนธรรมไปพร้อมๆ กัน ซึ่งถ้าเป็นสินค้าทั่วไปจะถูกนำมาบริโภคเพื่อประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก แต่สินค้าทางวัฒนธรรมจะเป็นสินค้าที่มีผลกระทบในระดับจิตใจ/จิตวิญญาณ (spiritual impact) และเป็นสินค้าที่ขายสัญลักษณ์เป็นหลัก หรือเป็นสินค้าที่เน้นขายคุณค่า/ความหมาย/รสนิยม/รูปแบบการใช้ชีวิต ฯลฯ (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน 2551, 440-481)

ในขณะเดียวกัน ผู้ผลิตสินค้านั้นก็ไม่ได้ทำหน้าที่ในการผลิตสิ่งของเพื่อการใช้งาน แต่เป็นการสร้างสรรค์และสืบถอดความหมายเหล่านั้น สินค้าและบริการทุกอย่างจึงเต็มเปี่ยมไปด้วยวัฒนธรรมและมีคุณค่าเฉพาะตามกรอบของวัฒนธรรมนั้นๆ การแปรรูปวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าหรือมีคุณค่าในทางเศรษฐกิจจึงเป็นปรากฏการณ์ที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมากในปัจจุบัน (Lawrence and Phillips 2002) และสิ่งหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้การผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นก็คือการหันมาให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (cultural tourism) ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ถูกจัดขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้เกี่ยวกับสถานที่หรือเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งครอบคลุมทั้งการเยี่ยมชมทรัพยากรทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ สิ่งก่อสร้าง พิพิธภัณฑสถาน รวมถึงคุณค่าทางประวัติศาสตร์ที่สอดแทรกอยู่ในสื่อรูปแบบต่างๆ เช่น การเข้าชมภาพยนตร์ การจัดแสดงงานศิลปะ หรืองานเทศกาลต่างๆ (Cengiz, H., Eryilmaz, S. and Eryilmaz, Y. 2006)

อย่างไรก็ตาม เมื่อความนิยมเพิ่มสูงขึ้น การแข่งขันในตลาดก็ยิ่งมีความเข้มข้นมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมในลักษณะที่เน้นเชิงพาณิชย์จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถคงอยู่ในระบบตลาดได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้ต้องมีการปรับตัวหลายอย่างเพื่อให้แตกต่างจากมาตรฐานเดิม ทั้งความแตกต่างในเชิงการใช้สอย อิทธิพลด้านกฎเกณฑ์และนโยบายของรัฐ ความแตกต่างในรูปแบบการบริโภคของผู้ซื้อ การแข่งขันกันเองในตลาดระดับท้องถิ่น และปัจจัยด้านกฎระเบียบและกฎหมาย (Barbu 2011) ในสถานการณ์เช่นนี้ ผู้ผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมในประเทศไทยเอง โดยเฉพาะในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นหลักจึงต้องมีการปรับตัวอย่างสูง ส่วนหนึ่งเพราะผู้ผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมเหล่านี้บางส่วนเน้นผลิตในเชิงพาณิชย์ถึงแม้จะไม่ใช้การผลิตในลักษณะอุตสาหกรรมขนาดใหญ่แต่ถือเป็นธุรกิจของครัวเรือนที่สำคัญและเป็นการประกอบอาชีพเพื่อเลี้ยงปากท้องเป็นอาชีพหลักทำให้จำเป็นต้องใช้ความพยายามในการรักษาตลาดของสินค้าไว้ภายใต้สถานการณ์การผลิตที่ไม่มีความแน่นอนทั้งในด้านแรงงาน วัตถุดิบ และสถานการณ์การท่องเที่ยวที่ผูกติดอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง โดยเฉพาะปัจจัยด้านการเมือง ในขณะที่ทั้งแวดวงวิชาการและงานการพัฒนาได้เสนอแนวทางการพัฒนารูปแบบใหม่ในแง่ของการพัฒนาแนววัฒนธรรมชุมชนเพื่อเน้นให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองและแสดงศักยภาพของตนเองได้อย่างเต็มที่โดยอาศัยวัฒนธรรมชุมชนเป็นรากฐานสำคัญ แต่ในสถานการณ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันผู้ผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมเหล่านี้ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนแต่การผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมในปัจจุบันยัง

ไม่ได้หลอมรวมหรือยึดโยงกับความเป็นชุมชนอย่างแท้จริง ทำให้ชุมชนและการพัฒนาชุมชนยังมีลักษณะแยกส่วนและเป็นการดำเนินการในลักษณะปัจเจกเป็นหลัก

การศึกษาในครั้งนี้จึงมุ่งเน้นที่การศึกษาสถานการณ์และการปรับตัวของการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม และแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งเป็นข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายที่สอดคล้องกับรูปแบบการปรับตัวดังกล่าว และสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาตามแนวคิดวัฒนธรรมชุมชน ทั้งนี้เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมไปพร้อมๆ กับการพัฒนาศักยภาพของชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย

ข้อมูลที่นำมาใช้ในการอธิบายผลการศึกษาในครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของผลการศึกษาทั้งหมดจากโครงการวิจัย การสร้างดัชนีคุณภาพสินค้าเชิงวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (วรรณรัตน์ รัตนวราภรณ์, ภัทรพรรณ เล้านิรัมย์ และจรรววรรณ ข้าเพชร 2549) โดยนำเฉพาะข้อมูลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลพื้นฐานชุมชน และข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญของแต่ละชุมชนซึ่งได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) กับกลุ่มผู้นำชุมชน ผู้อาวุโสในชุมชน ประธานกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมในชุมชน และผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ จาก 8 ชุมชนซึ่งผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่

- 1) ผู้ผลิตปลาตะเพียนโบราณ ตำบลภูเขาทอง อำเภอพระนครศรีอยุธยา
- 2) ผู้ผลิตตะกร้าหวาย ตำบลบ้านกระทุ่ม อำเภอสนา
- 3) ผู้ผลิตงอบโบราณ ตำบลบางนางร้า อำเภอบางปะหัน

- 4) ผู้ผลิตเชิงปลาทุ ตำบลน้ำเต้า อำเภอ
มหาราช
- 5) ผู้ผลิตพัตสาน ตำบลบ้านใหม่ อำเภอ
บ้านแพรง
- 6) ผู้ผลิตขนมกง ตำบลลาดชิด อำเภอผักไห่
- 7) ผู้ผลิตมีดอรัญญิก ตำบลท่าช้าง อำเภอ
นครหลวง
- 8) ผู้ผลิตหัวโขนจำลอง ตำบลหนองน้ำใส
อำเภอภาชี ซึ่งทั้ง 8 ชุมชน คัดเลือกแบบเฉพาะ
เจาะจง (purposive sampling) จากคำแนะนำ
ของเจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัด
พระนครศรีอยุธยา ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับกลุ่ม
ผู้ผลิตสินค้าต่างๆ ในจังหวัด

นอกจากนั้น ยังอาศัยข้อมูลจากการ
สนทนากลุ่มกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริม
การท่องเที่ยว และส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรม
ในชุมชน ได้แก่ กลุ่มผู้นำชุมชนและเจ้าหน้าที่
ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน และกลุ่มผู้
ที่มีส่วนร่วมในฐานะผู้ผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมใน
แต่ละชุมชน เพื่อร่วมกันหาแนวทางในการพัฒนา
และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจาก ‘มุมมอง’
ของทั้งสองฝ่าย แล้วนำข้อมูลจากทั้งสองส่วน
มาทำการวิเคราะห์ในเชิงเนื้อหา (content analysis)
ตามประเด็นที่กำหนดไว้ในการศึกษาครั้งนี้ต่อไป

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาครั้งนี้จำแนกออกเป็น 2 ส่วน คือ
ส่วนที่สะท้อนให้เห็นถึงสภาพการณ์ในการปรับตัว
ของการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม และส่วนที่เป็น
แนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมจากมุมมองของผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่
ที่เกี่ยวข้องกับงานส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรม
ตลอดจนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมในชุมชน
ต่างๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1) สภาพการณ์ในการปรับตัวของการ ผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม

จากการศึกษาสถานการณ์การผลิตสินค้า
ทางวัฒนธรรมในชุมชนทั้ง 8 แห่ง ในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา พบว่า มีลักษณะเฉพาะหลาย
อย่างร่วมกัน กล่าวคือ สินค้าทางวัฒนธรรม
ในแต่ละชุมชนแต่เดิมเคยเป็นการผลิตสินค้าใน
ลักษณะอาชีพเสริมของคนในชุมชนมาตั้งแต่ครั้ง
อดีตที่อยู่ควบคู่กับอาชีพการทำเกษตรกรรมของ
คนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งเป็นเมืองอู่ข้าว
อู่น้ำที่สำคัญมานาน ไม่ว่าจะเป็นปลาตะเพียนสาน
ตะกร้าหวาย งามบายลาน เชงปลาทุ พัตสาน
ขนมไทย มีดอรัญญิก และหัวโขน บางชุมชนมี
มานานกว่าร้อยปี ที่มาของผลิตภัณฑ์เหล่านี้ใน
หลายชุมชนสะท้อนให้เห็นความเกี่ยวเนื่องในเชิง
ประวัติศาสตร์ เช่น มีด “อรัญญิก” ที่เกี่ยวข้อง
กับการอพยพและการตั้งถิ่นฐานของชาวลาว
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มาของชื่อมีด
“อรัญญิก” ที่มาจากชื่อของตลาดดั้งเดิมซึ่งเคย
เป็นศูนย์กลางทางการค้าขายแลกเปลี่ยน และ
ศูนย์กลางทางสังคมในสมัยก่อน นอกจากนั้น
ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ยังสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะวิถี
ชีวิตที่อยู่อย่างเกื้อกูลกัน และช่วยเหลือซึ่งพากัน
มาแต่อดีตของสังคมเกษตรกรรม สังเกตได้จาก
ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ต้องอาศัยแรงงานการผลิตจาก
คนในหลายๆ ครัวเรือนในชุมชน เนื่องจากเป็นงาน
ฝีมือซึ่งต้องแบ่งแยกกันทำในแต่ละขั้นตอน แล้ว
จึงนำมาประกอบเป็นผลงานที่สำเร็จได้ เนื่องจาก
เมื่อเริ่มมีการผลิตเป็นสินค้าจำเป็นต้องอาศัยความ
รวดเร็ว และเพิ่มจำนวนในการผลิตมากขึ้น นำมา
ซึ่งระบบการทำงานที่จำเป็นต้องช่วยเหลือเกื้อกูล
และเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันของคนในชุมชนนั่นเอง
และนำไปสู่การเกิดกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์
ของคนในชุมชนในรูปแบบต่างๆ ตั้งแต่การรวม

กลุ่มกันทำงานอย่างไม่เป็นทางการ จนมาถึงการรวมกลุ่มในลักษณะกลุ่มอาชีพแบบเป็นทางการในปัจจุบัน หรือที่มาของการสานปลาตะเพียนหรือสานพัด ซึ่งส่วนหนึ่งเชื่อว่ามาจากการติดต่อกันผ่านทางคารมมาคมทางน้ำในสมัยก่อน และขนมกง ขนมสามเกลอ ซึ่งเคยเป็นขนมมงคลที่ใช้ในการเสี่ยงทายในพิธีแต่งงานของคนไทยในสมัยก่อน เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนสะท้อนให้เห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในรุ่นก่อนได้เป็นอย่างดี

นอกจากความเป็นมาและลักษณะเฉพาะที่เหมือนกันแล้ว สถานการณ์การผลิตในปัจจุบันก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งซึ่งแต่ละชุมชนที่ผลิตสินค้าวัฒนธรรมเหล่านี้ต้องประสบพบเจอไม่คล้ายแตกต่างกันด้วย โดยได้ผ่านช่วงเวลาของคนในชุมชนเลิกทำอาชีพเหล่านี้เพื่อไปประกอบอาชีพอื่นเป็นจำนวนมากด้วยเหตุผลคล้ายคลึงกัน คือ เรื่องของรายได้ที่ไม่เพียงพอกับการใช้ชีวิตในขณะนั้น เนื่องจากงานฝีมือเหล่านี้ต้องใช้ทั้งเวลาและความอดทน ความปรารถนาละเอียดอ่อนอย่างสูง แต่เมื่อเทียบกับรายได้ที่ได้รับแล้วถือว่าเป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่า จึงเป็นสาเหตุให้คนในหลายชุมชนเปลี่ยนแปลงอาชีพเข้าสู่อาชีพนอกภาคเกษตรกรรม เช่น อาชีพรับจ้างในโรงงานอุตสาหกรรมที่ขยายตัวเพิ่มมากขึ้นในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่มีโอกาสได้รับการศึกษาในระดับที่สูงขึ้น หลังจากเรียนจบแล้วจึงหันไปประกอบอาชีพที่สอดคล้องกับระดับการศึกษา เช่น รับราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือเป็นพนักงานในองค์กรต่างๆ ทำให้ผู้ประกอบการเหล่านี้เริ่มลดจำนวนลง

ผลจากการศึกษา พบว่า ชุมชนทั้ง 8 แห่งที่ผลิตสินค้าวัฒนธรรมเหล่านี้ปัจจุบันประสบปัญหาใหญ่ที่เหมือนกัน คือ ปัญหาในเรื่องของ

แรงงาน ไม่ใช่ปัญหาในเรื่องตลาดที่จะขายสินค้า ซึ่งปัจจุบันได้รับการส่งเสริมมากขึ้น มียอดสั่งซื้อและความต้องการสินค้ามากขึ้น แต่ขาดแรงงานที่จะผลิตสินค้าให้ได้ตามความต้องการ จนบางครั้งต้องปฏิเสธการสั่งซื้อเหล่านั้น อย่างไรก็ตาม ภาวะดังกล่าวได้เริ่มมีการฟื้นตัวอีกครั้งในช่วงหลังที่เริ่มมีการกระตุ้นและส่งเสริมทั้งในแง่ของการใช้สินค้า การตลาด และที่สำคัญคือการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้เริ่มมีคนหันกลับมาประกอบอาชีพเหล่านี้มากขึ้น แต่โดยส่วนใหญ่เป็นการทำเป็นอาชีพเสริมมากกว่าที่จะยึดเป็นอาชีพหลักเพียงอย่างเดียวด้วยเหตุผลในเรื่องค่าครองชีพอีกเช่นเดียวกัน แต่หลายชุมชนยังมีความหวังว่า คนในชุมชนที่ปัจจุบันยังทำงานอื่นๆ อยู่ เช่น งานในโรงงานอุตสาหกรรม เมื่อถึงเวลาหนึ่งคนเหล่านี้อาจจะกลับมาเป็นแรงงานสำคัญในการผลิต เนื่องจากอายุที่มากขึ้น ความต้องการกลับมาอยู่ถิ่นฐานเดิม และภาวะความรับผิดชอบที่ลดน้อยลง จนในที่สุดคนเหล่านี้จะกลับมาเป็นกำลังสำคัญที่จะสืบทอดอาชีพเหล่านี้ไม่ให้สูญหายหรือขาดช่วงไป และเพื่อรอคนรุ่นใหม่ที่จะค่อยๆ กลับมาสืบต่องานเหล่านี้เมื่อถึงเวลาอันเหมาะสม สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งจึงต้องมีการรักษาสืบต่อไว้ให้ได้อย่างต่อเนื่องไม่ให้มีการขาดช่วงนั่นเอง ซึ่งเป็นที่น่าเสียดายเนื่องจากในบางชุมชนได้มีการเปลี่ยนแปลงอาชีพไปจนเกือบจะไม่เหลืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมในชุมชนอยู่แล้ว เช่น ชุมชนที่ผลิตแข่งปลาทุ ซึ่งปัจจุบันเหลือบ้านที่ผลิตอยู่ไม่กี่ครัวเรือน เนื่องจากปัญหาในเรื่องค่าครองชีพทรพย์ากในการผลิตที่มีราคาสูง และหาได้ยากขึ้น และการสืบทอดต่อของคนรุ่นหลัง

จากสถานการณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของกระบวนการในการถ่ายทอด

วัฒนธรรมเหล่านี้ไปสู่สมาชิกในรุ่นต่อๆ ไป ซึ่งปัจจุบันส่วนใหญ่ยังมีการถ่ายทอดทั้งในระดับครัวเรือน ในระดับชุมชน นอกจากนั้นยังขยายวงกว้างไปถึงสถาบันการศึกษาทั้งภายในและภายนอกชุมชนในรูปแบบของการไปเป็นวิทยากร การสาธิต และการเปิดโอกาสให้ผู้ที่สนใจเข้ามาศึกษาดูงาน และศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมเหล่านี้ในชุมชน ตลอดจนการส่งเสริมจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในการประชาสัมพันธ์ให้คนภายนอกได้รับทราบ เห็นคุณค่าของสินค้าทางวัฒนธรรมเหล่านี้ในรูปแบบของการส่งเสริมการท่องเที่ยว การสนับสนุนด้านการตลาด เป็นต้น ซึ่งกระบวนการเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมให้สินค้าทางวัฒนธรรมเหล่านี้ยังคงได้รับการถ่ายทอดโดยมิสูญหาย แต่ปัจจุบันคงต้องยอมรับในระดับหนึ่งว่า วัฒนธรรมเหล่านี้เมื่อแปลงเป็นสินค้าเพื่อให้เกิดมูลค่าแล้ว บางส่วนอาจจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดมากขึ้น จะเห็นได้จากความพยายามในการสร้างความหลากหลายให้กับสินค้าจากดั้งเดิมซึ่งผลิตขึ้นเพื่อใช้เพียงวัตถุประสงค์ในด้านใดด้านหนึ่ง แต่ปัจจุบันต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ และประเภทการใช้สอยต่างๆ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการได้มากยิ่งขึ้นอันจะนำมาซึ่งมูลค่าของสินค้าที่เพิ่มมากขึ้นด้วย

ตัวอย่างของการปรับตัวที่เห็นได้อย่างชัดเจน คือ การผลิตงอบโบราณ ซึ่งเดิมผลิตกันที่ประเพณีนี้มีไว้เพื่อวัตถุประสงค์ในการสวมใส่เพื่อใช้ในการทำงานหรือในชีวิตประจำวันในบางโอกาสเท่านั้น แต่ปัจจุบันเนื่องจากกลุ่มอาชีพที่จำเป็นต้องใช้งอบโดยตรง คือ เกษตรกรมีความต้องการในการใช้ลดลงเนื่องจากมีผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่นใช้แทน หรือโอกาสในการใช้งานลดลงเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงอาชีพและแรงงาน การ

จะคงตลาดและการผลิตเอาไว้ได้จึงจำเป็นต้องผลิตเพื่อใช้งานในรูปแบบอื่นมากขึ้น เช่น การทำปิ่นปักผมซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ประดับตกแต่งเพื่อความสวยงาม ประกอบเข้ากับปลาดะเพียนสานเพื่อใช้ประดับตกแต่ง หรือยังคงวัตถุประสงค์เดิมไว้คือใช้สวมใส่แต่เพิ่มรูปแบบให้มีความหลากหลายมากขึ้น หรือในกรณีของมิด “อรัญญิก” ซึ่งแต่เดิมผลิตขึ้นเพื่อใช้ในครัวเรือนหรือเพื่อใช้งานในการต่อสู้ แต่ปัจจุบันมีการผลิตเพื่อใช้งานในหลายรูปแบบ เช่น มิดสำหรับการเดินป่า มิดพกพา หรือ มิดสวยงาม เป็นต้น เช่นเดียวกับปลาดะเพียนสาน ซึ่งแต่เดิมมีขนาดไม่ค่อยแตกต่างกันและส่วนใหญ่ใช้แขวนเหนือเปลเด็ก แต่ปัจจุบันมีขนาดที่หลากหลายตั้งแต่ใหญ่มากถึงเล็กจิ๋ว เพื่อใช้แขวนประดับตกแต่ง เป็นพวงกุญแจ เป็นของชำร่วย หรือใช้ประดับตั้งโต๊ะได้ หรือแม้แต่หัวโขนซึ่งสมัยก่อนเป็นเครื่องประกอบการแสดงมหรสพ แต่ปัจจุบันเมื่อมหรสพประเภทโขนมีการจัดแสดงให้น้อยลง จึงมีการย่อขนาดเป็นหัวโขนจำลองเพื่อใช้เป็นเครื่องประดับตกแต่งแทน

ในขณะที่ทัศนคติและตระกร้าหวายก็จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนและพัฒนารูปแบบให้ตรงตามความต้องการมากขึ้น เช่น เพิ่มความหลากหลายของรูปทรง ปรับเปลี่ยนการใช้วัสดุบางอย่างและผลิตตามความต้องการหรือรูปแบบที่ลูกค้าต้องการมากขึ้น เช่น สานเป็นชื่อคนหรือชื่องานต่างๆ ที่นำพัดไปแจกเป็นของขวัญ มีการนำอุปกรณ์อื่นๆ เช่น ผ้ามาผูกภายในตระกร้าหวายเพื่อนำไปใช้งานสำหรับเด็กอ่อนหรือโรงพยาบาล มีการย้อมสีที่เปลี่ยนมาใช้สีสังเคราะห์เพื่อให้ติดทนนาน และมีสีล้นที่หลากหลายให้เลือกสรรมากขึ้น หรือแม้แต่การทำขนมไทยประเภทต่างๆ จากกรณี “บ้านขนมสวย” ก็จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ ขนาดของขนมกงให้เล็กลงเพื่อบริโภคง่ายขึ้น

เปลี่ยนแปลงหีบห่อบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม อธิบายรายละเอียดส่วนผสมไว้ข้างหีบห่อ ใช้เทคโนโลยีช่วยในการผลิต และเพิ่มความหลากหลายให้สินค้าโดยการทำขนมที่เป็นที่นิยมอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ขนมปังหรือขนมเค้กแบบฝรั่ง เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนรายละเอียดของสินค้าเพื่อภาวะตลาดก็ตาม แต่ในแต่ละชุมชนเองก็ยังคงพยายามรักษาเอกลักษณ์ของสินค้าที่เคยทำมาตั้งแต่ครั้งบรรพบุรุษดั้งเดิมไว้ ซึ่งเอกลักษณ์และคุณภาพกลายเป็นปัจจัยหลักสำคัญอย่างหนึ่งที่จะเป็นตัวกำหนดราคาสินค้าด้วย เพราะปัจจุบันมีการผลิตสินค้าในรูปแบบที่ใกล้เคียงกันออกมามาก การจะรักษาระดับราคาและลูกค้าไว้ได้สิ่งสำคัญ คือฝีมือ เอกลักษณ์ และคุณภาพ ซึ่งแต่ละชุมชนและแต่ละบุคคลเองจะมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันไป และการพยายามถ่ายทอดสิ่งเหล่านี้ให้กับทายาทหรือคนในชุมชนในรุ่นต่อๆ มาก็ยังเป็นสิ่งสำคัญ จะเห็นได้ว่าแรงงานในการผลิตส่วนใหญ่ยังเป็นแรงงานในครอบครัวและคนในชุมชน ถึงแม้บางครอบครัวจะมีผู้ที่ประกอบอาชีพอื่นๆ อยู่บ้าง ทั้งนี้เพื่อเป็นรายได้ที่มาเสริมกันให้งานฝีมือยังคงอยู่ได้ ตลอดจนถึงมีการถ่ายทอดให้กับเยาวชนคนรุ่นใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่ยังคงทำได้ แต่การจะให้ยึดเป็นอาชีพหลักยังมีความเป็นไปได้น้อยในปัจจุบัน

นอกจากปัญหาในเรื่องของแรงงานในการผลิตที่ขาดแคลนอยู่ในหลายชุมชนแล้ว ผลิตภัณฑ์ของชุมชนบางอย่างกำลังเริ่มมีปัญหาเรื่องของทรัพยากรหรือวัสดุที่ใช้ในการผลิต เพราะบางแห่งเป็นวัสดุที่ต้องนำมาจากท้องถิ่นอื่น แต่เริ่มขาดแคลน และราคาสูง อันจะนำมาซึ่งปัญหาเกี่ยวกับราคาของสินค้า และรายได้ เนื่องจากเมื่อวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น แต่ราคาสินค้าปรับเพิ่มสูงขึ้นไม่ได้ ทำให้รายได้ลดลง หรือจำเป็นต้องมีการ

ผลิตเพิ่มเติมเป็นจำนวนมากขึ้น แต่เนื่องจากวัสดุที่ขาดแคลนเป็นบางช่วง โดยเฉพาะสินค้าที่อาศัยวัตถุดิบชนิดเดียวกัน เช่น การสานปลาตะเพียน และการทำอบ ซึ่งต้องอาศัยโบราณเป็นทรัพยากรหลัก ซึ่งในอดีตยังไม่มีปัญหาเนื่องจากความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร จึงต้องปรับตัวโดยการอาศัยวัตถุดิบบางอย่างทดแทนในส่วนที่ทดแทนได้ เช่น “คร้า” ที่ใช้ในการผูกของอบ ซึ่งปัจจุบันเปลี่ยนมาใช้เชือกที่หาง่ายกว่าแทน แต่วัสดุพื้นฐานบางอย่างก็เปลี่ยนแปลงไม่ได้ เนื่องจากวัสดุอื่นใช้ทดแทนไม่ได้ และมีคุณภาพต่ำกว่า เช่น โบราณถือเป็นสิ่งสำคัญที่ยังจำเป็นต้องใช้ และไม่สามารถปลูกในพื้นที่ได้เนื่องจากสภาพทางภูมิศาสตร์ไม่เอื้ออำนวยจากที่เคยทดลองปลูกแล้ว กรณีการเปลี่ยนมาใช้หวายใหญ่แทนหวายเล็กของการผลิตตะกร้าหวาย เนื่องจากหาวัสดุได้ง่ายกว่า และทำให้ผลิตได้จำนวนมากกว่า หรือในกรณีของมีดอรัญญิกที่ต้องอาศัยวัตถุดิบสำคัญคือ เหล็กที่ต้องซื้อมาจากกรุงเทพฯ โดยชุมชนผู้ผลิตเองไม่สามารถควบคุมราคาของวัตถุดิบเหล่านี้ได้ ซึ่งเป็นปัญหาในการผลิตอีกอย่างหนึ่งซึ่งมีแนวโน้มจะส่งผลกระทบต่อภาวการณ์ผลิตของชุมชนในระยะยาว

2) แนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่างมาด้วยความศรัทธา และมีความต้องการที่จะมาศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมอันเก่าแก่ แต่อาจจะแตกต่างกันบ้างในนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เช่น ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มักจะสนใจมาศึกษาวัฒนธรรมเก่าแก่อย่างลึกซึ้ง ให้มีความสำคัญกับประวัติศาสตร์ความเป็นมา ความ

สวยงามของสถาปัตยกรรมสมัยก่อน ความเก่าแก่ของโบราณสถานต่างๆ ในขณะที่ นักท่องเที่ยวชาวไทยจะนิยมมาท่องเที่ยวเพื่อกราบไหว้บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มีชื่อเสียงในจังหวัด สำหรับกลุ่มของนักท่องเที่ยวต่างชาติเองก็มีความแตกต่างกันบ้าง เช่น ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวชาวเอเชียมักจะให้ความสนใจในด้านของการมีประวัติศาสตร์บางอย่างเกี่ยวข้องกัน เช่น ชาวญี่ปุ่น เข้ามาดูโบราณสถานที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับประเทศญี่ปุ่น เช่น หมู่บ้านญี่ปุ่น หรือถ้าเป็นชาวจีนหรือคนไทยเชื้อสายจีน จะชอบมาวัดพันญเชิง เพราะมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่คนเชื้อสายจีนให้ความเคารพนับถือ เป็นต้น

การจะส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาควรจะต้องมีการพิจารณาควบคู่กันไปหลายเรื่อง เช่น ในด้านภูมิทัศน์และความสะอาด เพราะในมุมมองของคนที่อาศัยอยู่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเองรู้สึกว่าเป็นด้านความสวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อยของถนนหนทางและพื้นที่โดยรอบต่างๆ ยังต้องมีการจัดระเบียบและปรับปรุงอีกมาก สภาพของถนนหนทางหลายแห่งมีการซ่อมแซมอยู่ตลอดเวลา ทำให้เกิดความไม่สะดวก อีกทั้งความสะอาดในพื้นที่ ซึ่งนอกจากเทศบาลที่มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลโดยตรงในการจัดการดูแล จัดระเบียบ และมอบหมายให้ผู้ที่มีความรู้เข้าใจในการจัดและปรับปรุงภูมิทัศน์ในด้านต่างๆ แล้ว ประชาชนทุกคนก็ควรมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งเหล่านี้ด้วย ถ้าประชาชนขาดระเบียบวินัยไม่ร่วมกันดูแลรักษา อยุธยาก็คงเป็นเมืองที่สวยงามและมีระเบียบเรียบร้อยไม่ได้ สาเหตุส่วนหนึ่งที่ทำให้ไม่ค่อยได้รับความร่วมมือจากประชาชนในพื้นที่อาจเป็นเพราะปัจจุบันจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีประชากรในลักษณะประชากรแฝงหรือประชากรที่ย้ายถิ่นเข้ามาทำงาน

หรืออยู่อาศัยในเขตเมืองค่อนข้างมาก ซึ่งบางส่วนของประชากรเหล่านี้ไม่มีความรู้สึกว่าเป็นเจ้าของพื้นที่เนื่องจากอาจเพิ่งเข้ามาอยู่อาศัยไม่นานหรือเป็นการเข้ามาอยู่ชั่วคราวเท่านั้น จึงทำให้รู้สึกว่าจะไม่ได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาเมือง อย่างไรก็ตามคนในพื้นที่เองก็มีบางส่วนที่ไม่ค่อยให้ความสนใจในเรื่องนี้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลต่อการธำรงรักษาวัฒนธรรมด้วย

นอกเหนือจากการปรับปรุงด้านภูมิทัศน์แล้ว สิ่งที่ต้องทำควบคู่กันไป คือ การจัดการเรื่องการคมนาคม ปัจจุบันในตัวเมืองมีปัญหาการจราจรติดขัดในช่วงเวลาเร่งด่วน เช่น ตอนโรงเรียนเลิก โดยเฉพาะเส้นทางคมนาคมในเกาะเมืองที่มีปัญหาติดขัดมาก ในเรื่องนี้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องคงต้องร่วมมือกันแก้ไขปัญหามาบางส่วนมีความเห็นว่าน่าจะย้ายสถานศึกษา โดยเฉพาะโรงเรียนอนุบาลหรือประถมศึกษาไปอยู่บริเวณรอบนอก ส่วนหนึ่งเพื่อบรรเทาปัญหาการจราจรติดขัด ในขณะเดียวกัน โรงเรียนเหล่านี้ควรเป็นสถานที่ที่มีพื้นที่กว้างขวางเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของเด็ก จึงไม่ควรกระจุกตัวอยู่ในเขตตัวเมืองซึ่งมีพื้นที่จำกัด อีกส่วนหนึ่งควรจะมีเพิ่มเติม เนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นเมืองท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบถนนคนเดินน่าจะ เป็นอีกวิธีการหนึ่งซึ่งนอกจากจะช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวแล้ว ยังจะช่วยแก้ไขปัญหการใช้รถใช้ถนนในเขตเมืองด้วย หรือการรณรงค์การใช้จักรยานในการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันมีการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้แต่นักท่องเที่ยวยังไม่ได้รับความปลอดภัยเท่าที่ควรเพราะมีรถยนต์วิ่งมากซึ่งอาจเกิดอุบัติเหตุกับนักท่องเที่ยวที่ใช้จักรยานได้ โดยรถรับส่งขนาดใหญ่ควรให้จอดไว้รอบนอก และจัดรถรับส่งขนาดเล็ก หรือรถชมเมืองออกไปรับเข้ามายังสถานที่ท่องเที่ยว หรืออาจจะมีการ

ส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงเวลากลางคืนเพิ่มเติม เพราะปัจจุบันยังขาดแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะนี้ แต่คงต้องใช้งบประมาณในการบริหารจัดการมาก โดยเฉพาะงบประมาณในด้านการรักษาความปลอดภัย

สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งอีกประการหนึ่ง ก็คือการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินทั้งของนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่ เนื่องจากปัจจุบันยังมีปัญหาเกิดเหตุการณ์ไม่สงบต่างๆ อยู่อย่างต่อเนื่อง แม้แต่กับคนในพื้นที่และเจ้าหน้าที่ที่ทำงานในพื้นที่เอง อาจเป็นเพราะค่าครองชีพที่สูงขึ้น แต่แต่ละคนจึงต้องต่อสู้ดิ้นรนและพยายามทุกวิถีทางให้อยู่รอด ซึ่งจะเป็นสาเหตุอย่างหนึ่งที่ทำให้ภาพลักษณ์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในสายตาท่องเที่ยวเป็นไปในทางลบ นอกจากนั้น การที่นักท่องเที่ยวถูกหลอกหรือถูกโกงราคาสินค้าจากพ่อค้าแม่ค้า การรบกวนให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้า รวมทั้งการเก็บค่าโดยสารเกินราคา หรือปัญหาผู้มีอิทธิพลต่างๆ สมควรแก้ไขอย่างเร่งด่วน

สถาบันการศึกษานับเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมสถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้โดยการส่งเสริมการสอนหรือถ่ายทอดเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ให้กับเด็กและเยาวชนในชุมชนได้มีความรู้ความเข้าใจในประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่สำคัญของท้องถิ่นตน เพื่อสร้างจิตสำนึกในการร่วมอนุรักษ์และธำรงรักษาวัฒนธรรมของท้องถิ่น ตลอดจนทราบข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนเพื่อถ่ายทอดให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจ โดยอาจจัดเป็นหลักสูตรเฉพาะของแต่ละท้องถิ่น ซึ่งเริ่มปลูกฝังได้ตั้งแต่ระดับชั้นอนุบาล รวมทั้งการสอนเรื่องการใช้ภาษาที่จะใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วย ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวได้ในกรณีที่ต้องการทราบข้อมูลหรือต้องการความช่วยเหลือ

เหลือ เช่น โครงการมัคคุเทศก์น้อย นอกจากเด็กนักเรียนแล้ว ยังควรส่งเสริมการสอนภาษาในกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวด้วย โดยเฉพาะกลุ่มพ่อค้าแม่ค้า เหมือนที่มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาจัดทำสื่อการสอนพ่อค้าแม่ค้าให้รู้จักใช้ศัพท์ง่ายๆ ที่จะใช้ในการพูดคุยกับนักท่องเที่ยวได้

การสร้างความร่วมมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและสินค้าทางวัฒนธรรมในชุมชนจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น ในกลุ่มของพัฒนากร จะช่วยเหลือชาวบ้านในชุมชนในเรื่องการรวมกลุ่ม การผลิตสินค้า และการส่งเสริมการจัดจำหน่ายต่างๆ ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากทางเทศบาลหรือผู้รับผิดชอบในพื้นที่ในการจัดการเรื่องการปรับปรุงภูมิทัศน์และการคมนาคมเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับการท่องเที่ยวด้วย รวมทั้งในเรื่องของตลาดหรือแหล่งที่ชาวบ้านในชุมชนจะสามารถกระจายผลิตภัณฑ์ของตนเองออกสู่ตลาด ควรจัดให้มีสถานที่ที่เป็นศูนย์กลางสำหรับการจำหน่ายสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนในตัวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีสถานที่หรือศูนย์ในลักษณะดังกล่าว ส่วนใหญ่จะเป็นการกระจายสินค้าตามร้านค้าในสถานที่ท่องเที่ยวใหญ่ๆ หรือเป็นลักษณะที่ชุมชนหาตลาดเองมากกว่า ในส่วนของความร่วมมือจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยคงจะเน้นเรื่องการประชุมสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และส่วนของตำรวจท่องเที่ยวซึ่งดูแลรับผิดชอบทั้งในส่วนของอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว และการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

สิ่งที่ควรส่งเสริมอีกอย่างหนึ่ง คือ งานที่เกี่ยวข้องกับการปลูกฝังจิตสำนึกทางวัฒนธรรม เพราะเท่าที่ผ่านมายังไม่ค่อยเห็นโครงการที่มุ่งเน้น

ในเรื่องการสร้างจิตสำนึกทางวัฒนธรรมมากเท่าที่ควร ซึ่งงานในส่วนนี้คงไม่ได้มีหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งรับผิดชอบแต่เพียงส่วนเดียว แต่เป็นงานที่ทุกฝ่ายต้องร่วมมือกันหมด ทั้งหน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษา รวมทั้งในส่วนของครอบครัวด้วย ซึ่งถือเป็นกลุ่มที่ใกล้ชิดสมาชิกในชุมชนมากที่สุด ปัจจุบันอาจเป็นไปได้ว่า การถ่ายทอดวัฒนธรรมของชุมชนในครอบครัวยังมีน้อย ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะพ่อแม่มีเวลาให้ลูกหลานหรืออยู่กับลูกหลานน้อยลงเพราะต้องทำมาหากิน ลูกก็ต้องไปโรงเรียน วิถีชีวิตของคนเปลี่ยนไปทำให้รูปแบบและวิธีการในการถ่ายทอดวัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงไป

การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ถ้าพิจารณาในด้านบวก จะพบว่ามียอดในด้านเศรษฐกิจอย่างชัดเจน เพราะช่วยในการสร้างรายได้ให้กับประชาชน แต่ถ้ามองในแง่ลบ จะพบข้อเสียในด้านการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงในด้านพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ ๆ เช่น การแต่งกาย หรือการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างหญิงชาย เป็นต้น ซึ่งเป็นหน้าที่ของทุกคนที่จะต้องสร้างกฎกติกาบางอย่างที่จะใช้การควบคุมไม่ให้การท่องเที่ยวเข้ามาเปลี่ยนแปลงเอกลักษณ์หรือสิ่งที่ดั้งเดิมที่เคยมีอยู่ในชุมชน ควรปลูกฝังจิตสำนึกให้กับคนในชุมชนโดยเฉพาะเด็กรุ่นใหม่ให้รู้สึกว่ามีอยู่เป็นสิ่งที่ได้อยู่แล้ว ควรค่าแก่การหวงแหนและรักษาอย่างไร ไม่มุ่งหวังแต่สิ่งแปลกใหม่จนลืมสิ่งที่มีอยู่ รู้สึกถึงความเป็นเจ้าของร่วมกันและเป็นหน้าที่ของทุกคนที่จะต้องรักษา สิ่งที่จะช่วยส่งเสริมได้อีกทางหนึ่ง คือ การกำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ของจังหวัด ในการสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง โดยไม่มุ่งหวังแต่เรื่องการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว เพราะถ้าชุมชนเข้มแข็ง สามารถดำรงเอกลักษณ์ของชุมชนไว้ได้ ความสนใจในเชิง

การท่องเที่ยวก็จะเข้ามาเอง โดยไม่ต้องไปดิ้นรนแสวงหา จึงควรมุ่งเน้นที่คนในชุมชนมากกว่า ให้ร่วมกันสร้างเอกลักษณ์ที่มีความเด่นชัด โดยแต่ละพื้นที่อาจมีความแตกต่างกันบ้าง เช่น ในบริเวณเกาะเมือง อาจจะมีความจำเป็นที่ต้องเน้นการท่องเที่ยวมาก่อนชุมชน แต่ถ้าเป็นในชุมชนรอบนอกความเป็นชุมชนควรมาก่อนการท่องเที่ยว แต่จากสถานการณ์ในปัจจุบันดูเหมือนว่าการท่องเที่ยวจะนำชุมชนอยู่

นอกจากสินค้าทางวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ได้รับการส่งเสริมอยู่ในปัจจุบัน ในรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานฝีมือ และโบราณสถาน โบราณวัตถุต่างๆ แล้ว ควรมีการส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมในรูปแบบอื่นๆ เพราะอยุธยายังมีของดีอีกหลายอย่าง เช่น ในด้านอาหาร เนื่องจากอยุธยาเป็นเมืองคู่ข้าวคู่น้ำของไทยมานาน ทั้งกุ้งแม่น้ำ ปลา และข้าวเส้าไห้ ซึ่งเป็นของพื้นเมืองดั้งเดิมของอยุธยาก็เป็นลักษณะเด่นที่ควรส่งเสริม รวมทั้งขนมไทยประเภทต่างๆ เช่น กระจ่างสารท ขนมงก เป็นต้น นอกจากนั้นอยุธยาก็ควรส่งเสริมเรื่องกานท์กวี ให้สมกับคำขวัญของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยส่งเสริมในเรื่อง การละเล่นพื้นบ้าน เพลงพื้นบ้าน ลีเก ลำตัด เพลงกล่อมเด็ก ซึ่งปัจจุบันนี้แม้เรื่องเพลงกล่อมลูกน้อยลง บางคนร้องได้แต่รู้สึกอายที่จะทำ เช่นเดียวกับกิจกรรมอื่นๆ ก็ลดน้อยลงเนื่องจากวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปทำให้คนมีเวลาว่างที่จะทำกิจกรรมเหล่านี้น้อยลง

โดยสรุปแล้ว การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในมุมมองของคนในชุมชนเองคิดว่าน่าจะส่งผลดีมากกว่าผลเสีย แต่ต้องมีการควบคุมให้อยู่ในขอบเขตที่เหมาะสม ไม่นั้นชุมชนจะถูกกลืนหายไป ชุมชนต้องรู้จักสร้างเสน่ห์ หรือตั้งกฎกติกาสำหรับการท่องเที่ยว ไม่

ให้ชุมชนคล้อยตามหรือปรับเปลี่ยนตามทั้งหมด แต่ต้องคงความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนเอาไว้เป็นสำคัญ เช่น เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม เอกลักษณ์ด้านภูมิปัญญา และเอกลักษณ์ของผู้คนในชุมชน

อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่าปัจจุบันผู้ผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถดำรงตนอยู่ในระบบตลาดได้ต่อไป ภายใต้ปัญหาและอุปสรรคทั้งในด้านแรงงาน ทรัพยากรการผลิต และระบบตลาด แต่โดยส่วนใหญ่ยังเป็นการต่อสู้ดิ้นรนภายใต้ขีดความสามารถของตนเองที่พอจะทำได้ ในขณะที่ภายนอกก็พยายามเรียกร้องให้ชุมชนพยายามธำรงรักษาวัฒนธรรมชุมชนไว้ไม่ให้ปรับเปลี่ยนไปตามสิ่งแปลกใหม่ที่หลั่งไหลมาพร้อมกับการท่องเที่ยวที่เข้ามาแทรกซึมอยู่ทั่วไปในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งขึ้นชื่อว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของประเทศ

ดังนั้น นอกเหนือจากการที่ผู้ผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมแล้ว ในชุมชนต้องพยายามปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินกิจกรรมของตนไปพร้อมๆ กับการรักษาไว้ซึ่งมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมียุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐที่จะรองรับและสนับสนุนกิจกรรมดังกล่าวควบคู่กันไปด้วย ซึ่งจากผลการศึกษาครั้งนี้สามารถกำหนดข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่จะช่วยพัฒนาคุณภาพสินค้าทางวัฒนธรรมในมิติต่างๆ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชน และด้านวัฒนธรรม ได้ดังต่อไปนี้

1) ด้านเศรษฐกิจ

สิ่งที่ผู้ผลิตสินค้าในแต่ละชุมชนกำลังประสบปัญหาอยู่เช่นเดียวกันคือ ปัญหาในเรื่องการขาดแคลนแรงงาน เนื่องจากปัจจุบันมีผู้ที่ยึดอาชีพผลิตสินค้าเหล่านี้ในลักษณะอาชีพหลักน้อย ส่วนใหญ่ทำเป็นอาชีพเสริม และยังไม่เพียงพอกับยอดการสั่งซื้อสินค้าในบางพื้นที่ อีกทั้งยังขาดกำลังแรงงานจากคนรุ่นใหม่ สิ่งที่หน่วยงานภาครัฐ หรือภาคเอกชนที่สนใจจะสามารถเข้าไปช่วยสนับสนุนได้น่าจะเป็นสื่อกลางในการประสานงานกับศูนย์ฝึกอาชีพสำหรับผู้ว่างงานที่ต้องการงานเพื่อสร้างรายได้หรือมีทักษะในการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมในรูปแบบต่างๆ ในขณะที่กลุ่มผู้ผลิตเองก็มีแหล่งแรงงานที่จะช่วยผลิตสินค้าเมื่อมีความต้องการจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นการช่วยถ่ายทอดทักษะและวิธีการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมเหล่านี้ให้สืบต่อไปด้วย แต่ที่ต้อคำนึงถึงอีกอย่างหนึ่งคือ การถ่ายทอดวิธีการผลิตไปพร้อมๆ กับข้อมูลในเชิงประวัติศาสตร์ และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของสินค้าเหล่านี้ด้วย เพื่อไม่ให้กลายเป็นการผลิตในรูปแบบสินค้าทั่วไป

นอกจากการถ่ายทอดผ่านทางศูนย์ฝึกอาชีพแล้ว การถ่ายทอดโดยผ่านสถาบันการศึกษาก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเพิ่มช่องทางของแรงงานและยังเป็นช่องทางในการถ่ายทอดสินค้าทางวัฒนธรรมเหล่านี้ให้กับคนรุ่นใหม่ด้วย ถึงแม้ปัจจุบันจะมีการดำเนินการในลักษณะนี้อยู่บ้าง แต่เป็นการดำเนินการในลักษณะไม่เป็นทางการ และไม่ต่อเนื่อง ตามแต่ความสนใจของสถาบันการศึกษาบางแห่ง บางระดับ และตามความสนใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการศึกษาอาจจะพิจารณาในประเด็นนี้และนำไปจัดการในรูปแบบของหลักสูตร

ท้องถิ่นในสถาบันการศึกษาทุกระดับ หรือการจัดตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นสำหรับผู้สนใจและนักท่องเที่ยวก็จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเพิ่มกำลังแรงงานไปพร้อมๆ กับการถ่ายทอดวัฒนธรรมชุมชนให้ต่อเนื่องยาวนานขึ้นด้วย นอกเหนือจากการถ่ายทอดกันอย่างไม่เป็นทางการภายในครอบครัวและชุมชนเท่านั้น

ถึงแม้ว่าสถานการณ์ด้านตลาดจะอยู่ในภาวะวิกฤตน้อยกว่าด้านแรงงานและทรัพยากรในการผลิต แต่เพื่อความมั่นคงและต่อเนื่องของตลาดในระยะยาวเพื่อรองรับการขยายตัวของกำลังแรงงานในการผลิตในอนาคต หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจำเป็นต้องหาหรือเปิดตลาดใหม่สำหรับรองรับผลผลิตเหล่านี้ ซึ่งสิ่งที่ผู้ผลิตกำลังต้องการอยู่ในขณะนี้ คือ ตลาดที่เป็นศูนย์กลางหรือศูนย์รวมการจัดจำหน่ายสินค้าทางวัฒนธรรมของจังหวัด เนื่องจากปัจจุบันตลาดที่มีอยู่ส่วนใหญ่เป็นตลาดที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญที่มีอยู่เพียงไม่กี่แห่ง และเป็นตลาดที่ค่อนข้างอิ่มตัวแล้ว นอกนั้นก็จะเป็นตลาดภายนอกจังหวัดซึ่งขึ้นอยู่กับศักยภาพของผู้ผลิตแต่ละรายที่จะหาตลาดเอง การจะเข้าถึงตลาดเหล่านี้โดยเฉพาะผู้ผลิตรายใหม่จึงเป็นไปได้ยาก ซึ่งองค์กรที่จะมีศักยภาพในการจัดการด้านตลาดขนาดใหญ่ที่เป็นศูนย์กลางได้จำเป็นต้องอาศัยหน่วยงานที่มีอำนาจในระดับจังหวัดหรือการลงทุนจากภาคเอกชนเป็นหลัก และสิ่งที่ควรจะทำควบคู่กันคือการเปิดแหล่งซื้อ-ขายสินค้าควบคู่กับกิจกรรมในการส่งเสริมวัฒนธรรมโดยขายสินค้าควบคู่กับการถ่ายทอดเรื่องราวทางวัฒนธรรมของสินค้าไปควบคู่กันด้วยเพื่อเป็นการสร้างเอกลักษณ์ของตลาด และเป็นแหล่งในการสืบทอดวัฒนธรรมชุมชนไปพร้อมๆ กัน

ความพยายามในการสร้างความหลากหลายให้กับสินค้าจากดั้งเดิมซึ่งผลิตขึ้นเพื่อใช้

เพียงวัตถุประสงค์ในด้านใดด้านหนึ่ง แต่ปัจจุบันต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ และประเภทการใช้สอยต่างๆ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการได้มากยิ่งขึ้นอันจะนำมาซึ่งมูลค่าของสินค้าที่เพิ่มมากขึ้นด้วย การพัฒนาคุณภาพสินค้าในแง่ของรูปลักษณ์และประโยชน์ใช้สอยจึงเป็นสิ่งสำคัญทั้งในแง่ของการเพิ่มมูลค่าในทางเศรษฐกิจ และการพัฒนาหรือต่อยอดภูมิปัญญาในการผลิตสินค้า จะเห็นได้ว่าเพื่อความอยู่รอดของผู้ผลิตในปัจจุบันจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนหรือประยุกต์รูปแบบการใช้สอยของสินค้าทางวัฒนธรรมไปจากรูปแบบดั้งเดิม ซึ่งปัจจุบันส่วนใหญ่ยังเป็นการประดิษฐ์คิดค้นโดยกลุ่มผู้ผลิตเองและตามความต้องการของผู้ซื้อหรือตลาด แต่สิ่งที่องค์กรภายนอกอาจจะเข้าไปช่วยสนับสนุนได้ก็คือ การมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ ซึ่งปัจจุบันมีหลายหลักสูตรในสถาบันการศึกษาที่ฝึกฝนความเป็นผู้เชี่ยวชาญในทุกๆ การสร้างสรรค์เหล่านี้ตลอดจนมีความพร้อมทางเทคโนโลยีที่จะช่วยสร้างสรรค์สิ่งเหล่านี้ได้ เช่น หลักสูตรที่เน้นพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตสิ่งเหล่านี้ หรือหลักสูตรในการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ ซึ่งคนรุ่นใหม่ที่อยู่ในระบบการศึกษาในปัจจุบันมีศักยภาพในการคิดค้นและสร้างสรรค์สิ่งเหล่านี้ได้อย่างน่าชื่นชม ดังนั้นจึงควรเปิดโอกาสให้ผู้สร้างสรรค์นวัตกรรมกับผู้ผลิตสินค้าดั้งเดิมได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้สิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องการปรับปรุงและพัฒนาทั้งรูปลักษณ์และคุณภาพของสินค้าไปพร้อมๆ กัน โดยมีสถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่รับผิดชอบเป็นสื่อกลางจะทำให้สินค้าทางวัฒนธรรมได้พัฒนารูปลักษณ์ภายนอกไปพร้อมๆ กับการพัฒนาคุณภาพสินค้า และสืบต่อเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในตัวสินค้าด้วย

2) ด้านทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

ปัญหาและอุปสรรคสำคัญอีกประการหนึ่งนอกเหนือจากความขาดแคลนในด้านแรงงานก็คือ ความขาดแคลนในแง่ของทรัพยากรการผลิตที่สื่อเค้าวว่าจะส่งผลในระยะยาวต่อไป เนื่องจากวัตถุดิบในการผลิตส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่ไม่สามารถหาได้ภายในท้องถิ่น เช่น ไม้ลาน เหล็ก ไม้ไผ่ ส่งผลให้ผู้ผลิตไม่สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ วัตถุดิบขาดช่วงเป็นระยะ การจะแก้ไขปัญหาโดยการปลูกหรือสร้างสิ่งเหล่านี้ในชุมชนคงเป็นไปได้ยากเพราะข้อจำกัดในเรื่องสภาพพื้นที่และสภาพอากาศ การปรับเปลี่ยนหาสิ่งอื่นทดแทนก็ทำได้เพียงแค่องค์ประกอบบางส่วนเท่านั้น สิ่งที่หน่วยงานภายนอกจะช่วยสนับสนุนในเรื่องนี้ได้ นอกเหนือจากการหาแหล่งวัตถุดิบเพิ่มเติมเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ผลิตแล้ว อาจช่วยส่งเสริมได้ในแง่ของการขนส่ง หรือส่งเสริมในการแข่งขันของการผลิตวัตถุดิบเพื่อส่งให้กับผู้ผลิตสินค้าโดยตรง นอกจากนี้ยังสามารถส่งเสริมในแง่ของการทำวิจัยผลิตภัณฑ์เหล่านี้เพื่อหาวิธีการในการนำวัตถุดิบท้องถิ่น หรือวัตถุดิบที่มีลักษณะใกล้เคียงกันมาใช้ประโยชน์ทดแทนในระยะยาว ทั้งนี้เพื่อรักษาคุณภาพของสินค้าไปพร้อมๆ กับการควบคุมราคาต้นทุนสินค้า ซึ่งนอกจากจะคำนึงเรื่องของประโยชน์ใช้สอยแล้ว สิ่งที่ขาดไม่ได้คือการคำนึงถึงเรื่องของการรักษาสภาพแวดล้อมไปพร้อมกันด้วยเพราะควรหลีกเลี่ยงการนำวัตถุดิบที่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ทดแทน

3) ด้านวัฒนธรรมชุมชน

การผลิตสินค้าวัฒนธรรมในชุมชนส่วนหนึ่งทำให้เกิดการรวมกลุ่มกันภายในชุมชนใน

ด้านการรวมกลุ่มกันผลิตสินค้า แต่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่เป็นการจัดตั้งรวมตัวกันในลักษณะกลุ่มของผู้ผลิตเอง แต่ไม่ได้มีส่วนของชุมชนเข้าไปเกี่ยวข้อง ยังไม่มีกลุ่มหรือองค์กรชุมชนที่ดำเนินการเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตและกระจายสินค้าที่บริหารโดยชุมชน ซึ่งการรวมกลุ่มในลักษณะนี้จะมีข้อดีในแง่ที่จะสามารถทำให้เกิดกิจกรรมชุมชนที่เกิดขึ้นหรือมีความเกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมในรูปแบบต่างๆ ในชุมชนเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง และเพิ่มอำนาจในการต่อรองกับระบบตลาด และการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกรณีที่ต้องการการสนับสนุนในเรื่องต่างๆ ในอีกแง่หนึ่งจึงเป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์ในชุมชนอีกทางหนึ่งด้วย นอกจากนั้นยังเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะสร้างเอกลักษณ์และความโดดเด่นของชุมชนโดยการนำสินค้าวัฒนธรรมที่เป็นสินค้าท้องถิ่นดั้งเดิมและมีเรื่องราวของประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบสำคัญมาเป็นศูนย์รวมความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในชุมชนอีกทางหนึ่งโดยให้สินค้าทางวัฒนธรรมเป็นแหล่งสะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นและสะท้อนเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของชุมชนหรือบอกเล่าเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับความเป็นมาของท้องถิ่น อีกทั้งเป็นสิ่งดึงดูดให้คนรุ่นใหม่ในชุมชนหันมาให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชนในด้านของสินค้าทางวัฒนธรรมไปพร้อมๆ กับการรักษาวัฒนธรรมชุมชนด้วย ซึ่งในระยะยาวหากมีการจัดตั้งกลุ่มในลักษณะดังกล่าวได้สำเร็จ สิ่งที่จะเกิดขึ้นตามมานอกเหนือจากผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ ยังสามารถสร้างศูนย์กลางในการให้ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมชุมชนไปพร้อมกับกระบวนการผลิตสินค้าวัฒนธรรมใน

ชุมชนด้วย ซึ่งสามารถให้บริการด้านข้อมูลและความรู้แก่ผู้สนใจทั้งภายในและภายนอกชุมชนได้ รวมทั้งสร้างความร่วมมือกับสถาบันต่างๆ ในชุมชน เช่น การเปิดหลักสูตรหรือวิชาสอนในสถาบันการศึกษาในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้และฝึกฝนการผลิตสินค้าวัฒนธรรมในชุมชนไปพร้อมๆ กับการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ชุมชนอีกทางหนึ่งด้วย

อย่างไรก็ตาม การจะดำเนินการในรูปแบบดังกล่าวได้ จำเป็นที่จะต้องมีการสร้างความเข้าใจและขอความร่วมมือในชุมชน ซึ่งในกรณีนี้ ผู้นำชุมชนเป็นผู้มีบทบาทสำคัญที่สุดที่จะก่อให้เกิดการรวมตัวหรือก่อตั้งองค์กรชุมชนในลักษณะดังกล่าว ซึ่งควรจะเป็นการริเริ่มความต้องการจากภายในชุมชนเอง ไม่ใช่การผลักดันจากภายนอก และชุมชนลงมือจัดตั้งเองด้วยความเต็มใจ ซึ่งถ้าสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพก็จะกลายเป็นต้นแบบสำคัญให้กับชุมชนอื่นที่ใช้วิธีการดังกล่าว เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับ

ชุมชนอีกทางหนึ่ง ซึ่งหน่วยงานภายนอกจะเข้าไปเกี่ยวข้องได้ในกรณีผู้สนับสนุนหรือให้คำปรึกษาชี้แนะในด้านเทคนิควิธีการ เช่น เป็นศูนย์กลางในการให้ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับการจัดตั้งกลุ่มองค์กร วิธีการดำเนินการ จัดการ และจัดสรรผลประโยชน์ของกลุ่ม หรืออาจจะดำเนินการได้ในด้านของการส่งเสริมการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่ประชาชนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการคิด เสนอแนะ และลงมือจัดการในเรื่องดังกล่าว โดยมีคณะผู้วิจัยคอยช่วยสนับสนุนและเรียนรู้ไปพร้อมๆ กัน การกำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงต้องคำนึงถึงผลในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของคนในชุมชนในลักษณะดังกล่าวด้วย ไม่ใช่เพียงกระตุ้นผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับคนในชุมชนเท่านั้น ซึ่งเป็นการส่งเสริมผลประโยชน์ในเชิงปัจเจกหรือกลุ่มย่อยบางกลุ่มที่มีแนวโน้มจะสร้างความขัดแย้งให้เกิดขึ้นในชุมชนมากกว่าโดยเฉพาะความขัดแย้งในการแย่งชิงทรัพยากรที่จะต่อ ยอดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ

เอกสารอ้างอิง

- Barbu, Catalin, M. 2011. Cultural Adaptation of Products. In http://www.mnmk.ro/documents/2011/9_Barbu%20FFF.pdf (accessed December 30, 2010)
- Cengiz, H., Eryilmaz, S. S., and Eryilmaz, Y. 2006. The Importance of cultural tourism in the EU integration process. 42nd ISoCaRP Congress. In www.isocarp.net/Data/case_studies/884.pdf (accessed December 30, 2010)
- Lawrence, Thomas B. and Phillips, Nelson. 2002. Understanding cultural industries. *Journal of Management Inquiry*. 11(4): 430-441.
- Scott, Allen J. 2004. Cultural-products industries and urban economic development: prospects for growth and market contestation in global context. *Urban Affairs Review* 39(4): 461-490.
- กาญจนา แก้วเทพ. 2538. *เครื่องมือการทำงานแนววัฒนธรรมชุมชน*. กรุงเทพฯ: สภาคทอลิกแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา.
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. 2551. *สายธารนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- จิราพันธ์คนข่าว (นามปากกา). 2554. วิพากษ์ไทยวัฒนธรรม: อะไรคือ Thai DNA ทางวัฒนธรรม ตอนที่ 1 ใน โอเคเนชั่น <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=23905> (accessed 30 ธันวาคม 2554)
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภาและคณะ. 2541. *ทฤษฎีและแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนชาวนา*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง.
- นภาพรณี หะวานนท์, นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล และปานจักษ์ เหล่ารัตนวรพงษ์. 2546. *ความกลมกลืนระหว่างทฤษฎีฐานรากกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในการสร้างดัชนีความเข้มแข็งชุมชน*. เอกสารนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาดัชนีความเข้มแข็งของชุมชน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (เอกสารอัดสำเนา).
- ยุกติ มุกดาวิจิตร. 2548. *อ่าน “วัฒนธรรมชุมชน” วาทศิลป์และการเมืองของชาติพันธุ์นิพนธ์แนววัฒนธรรมชุมชน*. กรุงเทพฯ: ฟ้ายเดียวกัน.

วรรณรัตน์ รัตนวรางค์, ภัทรพรรณ เล้านิรัมย์ และจารุวรรณ ข้าเพชร. 2549. **การสร้างดัชนีคุณภาพสินค้าเชิงวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.

วิริยะ สว่างโชติ. 2549. ความหลากหลายทางวัฒนธรรมในมุมมองยูเนสโก. ใน ไทยเอ็นจีโอ ข่าวสารวงการงานพัฒนาสังคม <http://www.thaingo.org/writer/view.php?id=176> (accessed 30 ธันวาคม 2554)

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). 2554ก. เพราะ “วัฒนธรรมไทย” คือสินค้าชิ้นเอกของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ใน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). http://www.dasta.or.th/th/sustain/detail_sustain.php?ID=237&SystemModuleKey=Create_Statement (accessed 30 ธันวาคม 2554)

2554ข. การท่องเที่ยวสร้างสรรค์: แนวคิด ใน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). http://www.dasta.or.th/th/Sustain/sub_sustain.php?SystemModuleKey=Create (accessed 30 ธันวาคม 2554)