

บทนำ

บทที่ 1

ภูมิหลัง

ตลอดระยะเวลากว่า 50 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นแม่แบบในการพัฒนาประเทศได้ส่งผลให้สังคมไทยเปลี่ยนจากสังคมเกษตรกรรมสู่สังคมทันสมัยและกระแสโลกาภิวัตน์ได้สะสมปัญหาเชิงโครงสร้างอย่างต่อเนื่องจนก่อให้เกิดปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจเมื่อปีพ.ศ. 2540 สร้างความเสียหายทางเศรษฐกิจแก่ประเทศชาติอย่างมหาศาล คิดเป็นจำนวนเงินประมาณ 5.34 ล้านล้านบาท นอกจากนี้ยังเกิดปัญหาภาระหนี้สินภาคครัวเรือนและความอ่อนแอของชนบท รวมทั้งปัญหาอื่นที่ขึ้นล้นแต่เป็นข้อพิพจน์และยืนยันปรากฏการณ์นี้ได้เป็นอย่างดี (อัมมาร์ สยามวาลา, 2547, หน้า 15-25 ; อาคม เต็มพิทยาไพสิฐ, 2554, หน้า 6-7)

ภายหลังวิกฤตทางเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 เกิดการทบทวนการพัฒนาของประเทศไทยครั้งใหญ่ ได้ตระหนักว่าการบริหารการพัฒนาก่อนหน้านี้เป็นการพัฒนาที่ไม่สมดุลและยั่งยืน จุดนี้เองเกิดกระแสแนวคิดใหม่ของการบริหารการพัฒนาคือคิดชุมชน“พึ่งตนเอง” ชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเอง ‘ท้องถิ่นภิวัตน์’ ฟันฟูภูมิปัญญาชุมชน และรากเหง้าวัฒนธรรมที่ถูกกลืนหายไป ซึ่งเน้นการเจริญเติบโตจากภายใน (สำนักงานคณะกรรมการแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2540 : คำนำ ; อานันท์ กาญจนพันธุ์, 2544, หน้า 111-125) แนวทางหนึ่งเพื่อแก้ปัญหาประเทศไทยที่ผ่านมานั้น อาทิ ประเวศ เสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาคือชุมชนในแนวราบเปิดด้านที่มีความสัมพันธ์ยึดโยงกันอย่างบูรณาการ (ประเวศ วะสี, 2550, หน้า 42-43) และเสรีให้ไว้ว่า สร้างชุมชนเข้มแข็งพึ่งตนเองได้ เป็นชุมชนเรียนรู้และมีอิสระในการตัดสินใจ สามารถจัดการทุนชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ (เสรี พงศ์พิศ, 2552, หน้า 136) และสร้างกระแสการพัฒนาทางเลือกใหม่ซึ่งมีลักษณะการบูรณาการ (Integration) และเป็นองค์รวม (Holistic) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2555, หน้า ๑-๕)

นอกจากนี้ นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและชุมชนเข้มแข็งของรัฐบาล ยังมุ่งเน้นสร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจจากภายในประเทศ โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นทางเลือกหนึ่งที่ชุมชนนำไปใช้เป็นเครื่องมือการบริหารการพัฒนา อีกทั้งยังเป็นกิจกรรมที่ผู้คนในโลกสมัยใหม่ให้ความสนใจ ดังเห็นได้จากจำนวนบริษัท เส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นหนึ่งในหลายกิจกรรมท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น คือ การท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ อาทิ การจัดงานชุมชนเผ่าไทยมุกดาหาร มะขามหวานชายโขง งานไหลเรือไฟเทศกาลออกพรรษาจังหวัดนครพนม หรืองานแสดงแสงเสียงชุด ‘อาข่า-คนภูเขา’ ที่จัดขึ้นที่จังหวัด เชียงราย (Smith, 1978, P. 2 ; อภินันท์ บัวหัทธิต, 2550, หน้า 55 ; ขนิษฐา พอนอ่วม, 2551, หน้า 21)

จากการที่รัฐส่งเสริมการอนุรักษ์พันธุ์ พันธุ์วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ในท้องถิ่นต่าง ๆ ของประเทศและส่งเสริมสนับสนุนการนำวัฒนธรรมท้องถิ่น อันหลากหลายเหล่านั้นเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว ประกอบกับการเข้ามาของการท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่น ทำให้กลุ่มชาติพันธุ์และชุมชนหลายแห่งในสังคมไทย ปัจจุบันตื่นตัวลุกขึ้นมาฟื้นฟู ประดิษฐ์และสร้างสรรค์วัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของตน ขึ้นใหม่ให้เหมาะสมกับบริบท เงื่อนไขทางสังคมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทางตรงของการท่องเที่ยว (Tourism Direct GDP : TDGDP) ประมาณร้อยละ 5.45 เมื่อเทียบกับ GDP รวมของประเทศ สัดส่วนดังกล่าว มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยลำดับ รายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ โดยในปี พ.ศ. 2557 จำนวน 2.0 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2558 จำนวน 2.2 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2559 มีเป้าหมาย 2.3 ล้านบาท (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559, หน้า 22-23) อรุณศรี เอื้อศรีวงศ์ (2551) ได้ศึกษากระบวนการจัดการเรียนรู้มาจัดการท่องเที่ยวเน้นชุมชนเป็นศูนย์กลางโดยให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมทำให้ชุมชนสามารถจัดการท่องเที่ยวงานวิจัยของ สมเกียรติ ชัยพิบูลย์ (2551) วิจัยเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และงานวิจัยของ วีระพล ทองมา และคณะ (2554) เรื่อง การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของชุมชนชาวจีนในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่จอน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาได้ชี้ให้เห็นถึงการเรียนรู้ที่ยังคงรักษาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ด้านความเชื่อและค่านิยมตามวิถีชีวิตการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ชุมชนปฏิบัติการ เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตัวอย่างของชุมชน

แม่น้ำตาปีที่โดดเด่นอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ถูกนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว (วันสาต ศรีสุวรรณ ,2553) อย่างไรก็ตามยังมีงานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แสดงการผลิตเชิงสัญญะของกลุ่มที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อาทิ ปานแพร เซาว์นประยูร (2555) เป็นจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ได้นำกระบวนการอัตลักษณ์ สร้างอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวและการผลิตวัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของ วันทนี สว่างอารมณ์ (2553) และงานวิจัยของซัช วินวรปรีชา (2554) พบว่า ชุมชนจัดการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมและชุมชนปฏิบัติการพร้อมยังคงดำรงอยู่ของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์จากงานวิจัยข้างต้นเห็นได้ว่าการพัฒนาการบริหารโดยชาวบ้านนำเอามรดกทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เป็นวิธีการหรือรูปแบบหนึ่ง การบริหารจัดการของชุมชนเพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ไปสู่การดูแลรักษาฟื้นฟูอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (นิภารัตน์ สายประเสริฐ, 2553) สอดคล้องกับงานเขียนของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา (2557, หน้า 211-223) เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า การจัดการการท่องเที่ยวภายใต้แผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) เพื่อดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) ปัจจุบันเมืองหรือหมู่บ้านต่าง ๆ มีความพยายามส่งเสริมภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งในด้านวิถีชีวิต ภาษา การแต่งกาย อาหาร ศิลปะพื้นถิ่น แหล่งประวัติศาสตร์ เทศกาลงานประเพณี ความเชื่อ ศาสนา โบราณสถาน มรดกทางวัฒนธรรมและชนเผ่า เพื่อนำเสนอให้นักท่องเที่ยว เป็นเสมือนเครื่องมือที่ช่วยลดผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวและเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์วัฒนธรรมในท้องถิ่น (Figini and Vici, 2012, pp. 825-839) ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงถือเป็น “เครื่องมือ” สำคัญในการบริหารการพัฒนาหมู่บ้านมีหลายชุมชนประสบความสำเร็จมีชื่อเสียง อาทิ ชุมชนเชียงคาน จังหวัดเลย ชุมชนเกาะยาวน้อย จังหวัดพังงา ชุมชนคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช แต่อีกหลายชุมชนไม่ประสบผลสำเร็จเนื่องจากปัจจัยหลายอย่าง ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมเป็นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และวัฒนธรรมอยู่บนพื้นฐานการดำเนินชีวิตร่วมกัน นอกจากนี้ผู้ได้รับผลประโยชน์โดยตรงจากการท่องเที่ยวกระจุกตัวอยู่กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพียงไม่กี่หลังคาหรือกับคนพวกหนึ่งในชุมชนเท่านั้น อย่างไรก็ตามยังมีหลายชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยที่มีความภาคภูมิใจและยังคงดำรงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์อย่างเหนียวแน่น นำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เป็นแรงดึงดูดหรือจุดขายเพื่อสร้างฐานะทางเศรษฐกิจ ยกกระดับความเป็นอยู่ในชุมชนให้ดีขึ้นด้วยรากฐาน

วัฒนธรรมของตน หรือเพื่อสร้างความอยู่รอดในบริบทโลกาภิวัตน์ขณะเดียวกัน เพื่อประกาศตัวตนกลุ่มตนให้กับคนภายนอกได้รับรู้และดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของตนด้วย อาทิเช่น งานวิจัยของปานแพร เซาว์น ประยูร (2555) เรื่องการสร้างอัตลักษณ์และการให้ความหมายเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว เป็นจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ได้นำกระบวนการอัตลักษณ์ สร้างอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวและการผลิตวัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า และงานวิจัยของเยาวดี ด้วงกุล (2555) เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ภาคใต้ตอนบนให้ไว้ว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านศิลปกรรม สถาปัตยกรรม พิธีกรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชนมีศักยภาพและสามารถเพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยว อีกทั้งยังมิงงานวิจัยของ อรวรรณ บุญพัฒน์ (2557) เรื่อง การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงราย ที่ว่ารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ให้โอกาสนักท่องเที่ยวได้มีโอกาสศึกษาและสัมผัสประสบการณ์จริงเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมมีส่วนร่วมในการจัดการเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ทั้งนี้จะต้องมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควบคู่กันไปด้วย

บ้านภู ตำบลบ้านเป้า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร เป็นหมู่บ้านกลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไทหนึ่งที่ดำเนินชีวิตอยู่ภายใต้การเปลี่ยนแปลงกระแสโลกาภิวัตน์ผลกระทบจากกระแสการพัฒนาตามภาวะความทันสมัย ช่วงแรกการพัฒนาเน้นโครงสร้างพื้นฐานน้ำไหล ไฟสว่างและต่อมาลักษณะของหมู่บ้านแห่งนี้มีข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่ทำกิน เพราะเป็นหมู่บ้านที่รายล้อมไปด้วยป่าและภูเขา ทำให้ชาวบ้านส่วนหนึ่งออกไปทำงานข้างนอก แต่ว่าชาวบ้านในอีกส่วนหนึ่งยังคงรักษาวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม มีการปลูกข้าวเพื่อบริโภคและทำงาน มิงงานเพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัว เช่น จักสาน ทอผ้า โดยครั้งหนึ่งได้เคยเอาผ้าไหมนำไปถวายแด่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถบ้านภูแบ่งออกเป็น 2 หมู่ คือ หมู่ 1 และหมู่ 2 มีจำนวนครัวเรือน 263 ครัวเรือน ประชากรทั้งหมดประมาณ 835 คน อาชีพหลัก คือ การทำนา เลี้ยงสัตว์ ทอผ้า อยู่ในระบบเศรษฐกิจสังคมของผู้ผลิตขนาดเล็ก มีเทคนิควิธีการผลิตแบบง่าย ๆ ไม่สลับซับซ้อน วิถีชีวิตแบบยังชีพ ต่างจากระบบอุตสาหกรรม ความสัมพันธ์ทางสังคมมักเป็นความสัมพันธ์ระหว่างสังคมในเมืองกับชนบท “สังคมชานา” (สุเทพ สุนทรภาศ์ช, 2548, หน้า 117) เหมือนกับหมู่บ้านส่วนใหญ่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นหมู่บ้านที่พยายามดำเนินการพัฒนาตามแนวทางปรัชญาของ

เศรษฐกิจพอเพียง ด้วยวิสัยทัศน์คือ “เป็นหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงแบบสร้างสรรค์ที่เข้มแข็ง โดยเน้นชุมชนเป็นศูนย์กลางและใช้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนำการพัฒนาเพื่อสร้างความสุขของชุมชนโดยชุมชน” (ถวัลย์ ผิวซ่า, สัมภาษณ์, 14-15 สิงหาคม 2557 ; บุญธรรม แก้วศรีนวม, สัมภาษณ์, 20-21 กันยายน 2557 ; เพ็ญศักดิ์ แสนโคตร, สัมภาษณ์, 20-21 กันยายน 2557)

กำหนดเพ็ญศักดิ์ ตำบลบ้านเป้า เล่าว่าเดิมที่บ้านภูมีความแตกแยกอยู่บ้าง กิจกรรมที่ทำในหมู่บ้านก็ทำตามความรู้เท่าที่มี จนเริ่มเกิดการรวมตัวกันจากแกนนำเพียงไม่กี่คนเป็นการรวมกลุ่ม เอาประเด็นปัญหาจากการจัดตั้งกลุ่มต่าง ๆ เป็นปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นโดยลำดับ (เพ็ญศักดิ์ แสนโคตร, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2558) หลังจากมีการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ชาวบ้านมีการมองหารูปแบบการพัฒนาว่า การพัฒนาแบบไหนเหมาะสมเป็นไปในทิศทางที่ยั่งยืน ด้านหนึ่งก็นำสู่พัฒนาการเกษตร การแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชน และการท่องเที่ยวโดยชุมชน เมื่อมีการพัฒนาอย่างนี้ ชาวบ้านภูปรับตัวบริหารจัดการสิ่งที่เปลี่ยนแปลงนั้นอย่างไร ประเด็นสาระสำคัญเรื่อง การบริหารการพัฒนาในรูปแบบใดเพราะชุมชนบ้านภูมีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่ได้ปฏิบัติสืบต่อกันมาช้านาน อาทิเช่น อาหารพื้นบ้าน พ้อนผู้ไท การแต่งกายและใช้ภาษาพูดสื่อสารกันนอกจากนั้น ชาวผู้ไทยังมีภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีดำรงชีวิตได้สืบทอดต่อกันมาจนถึงรุ่นลูกรุ่นหลานไม่ว่าจะเป็น การเลือกที่ตั้งถิ่นฐาน เข้าป่าล่าสัตว์และเก็บหาของป่า เป็นต้น ต่อมาเมื่อรัฐบาลได้ประกาศพระราชบัญญัติป่าไม้ เมื่อปี พ.ศ.2484 เกี่ยวกับ “ไม้และเก็บของป่า” โดยห้ามเข้าไปทำมาหากินในรูปแบบต่าง ๆ ส่งผลกระทบให้ชาวผู้ไท ไม่สามารถประกอบอาชีพเก็บหาของป่าและทำไร่ทำสวนในพื้นที่เดิมได้อีกต่อไปก่อเกิดการ “ช่วงชิงพื้นที่” ต่อร่องระหว่างภาครัฐกับประชาชนนำไปสู่ความขัดแย้งและส่งผลกระทบต่อวิถีการดำรงชีวิตของคนในชุมชนจนนำไปสู่ภาวะหนี้สินในภาคครัวเรือนเพิ่มมากขึ้นทำให้คนหนุ่มสาวมีความจำเป็นต้องอพยพไปขายแรงงานในกรุงเทพมหานครและตามเมืองใหญ่สิ่งเหล่านี้จึงทำให้ผู้สูงอายุชาวบ้านภูเริ่มลุกขึ้นมาและรวมตัวกันเพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟูอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของกลุ่มผู้ไทบ้านภูเพื่อต่อสู้กับผลกระทบจากการบริหารการพัฒนาจากนโยบายภาครัฐและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรม และที่สำคัญเศรษฐกิจแบบทุนนิยมเสรีตามกระแสโลกาภิวัตน์ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ชาวบ้านภูเผชิญเช่นเดียวกับหมู่บ้านอื่น ๆ ทั่วไป ชาวบ้านภูตอบสนองสภาพการณ์ดังกล่าวด้วยการพยายามบริหารจัดการตนเองมีการสร้างกระบวนการจัดการตนเอง เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของชุมชนและสอดคล้องกับความต้องการ

ต้องการ คือ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการทำงานร่วมกันของคนในชุมชนและนอกชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพในการพึ่งตนเองของชุมชนบ้านภู เริ่มจากการดำเนินโครงการพัฒนาหมู่บ้านเป็น “หมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไท” ต่อมาปี พ.ศ. 2548 ได้น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาหมู่บ้าน ในปีเดียวกันนั้น บ้านภูยังได้รับการคัดเลือกเป็นหมู่บ้านอาสาพัฒนาตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงภาคตะวันออกเฉียงเหนือของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติมีการถ่ายทำรายการโทรทัศน์ “ทุ่งแสงตะวัน” (เพ็ญศักดิ์ แสนโคตร, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2558)

ปี พ.ศ. 2550 ได้ดำเนินการเปิดเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในลักษณะ “โฮมสเตย์” และผ่านการประเมินคุณภาพตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย สามารถรองรับคณะนักท่องเที่ยวเข้าพักค้างคืนวันละประมาณ 300 คน โดยชุมชนบ้านภูนำเอาหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาสร้างเป็น “ฐานกิจกรรมการเรียนรู้ชุมชน” นอกจากนี้บ้านภูยังได้บริหารการจัดการตนเองร่วมกับภาคีเครือข่ายเป็น “หมู่บ้านโอท็อป เพื่อการท่องเที่ยว” (OTOP Village Champion : OVC) สนับสนุนโดยกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ถัดมาชาวผู้ไทบ้านภูได้รับรางวัลชุมชนดีเด่นทางด้านการท่องเที่ยว ‘กินรี ทองคำ’ ในปี พ.ศ. 2556 จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ถวัลย์ผิวขำ, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2558) รางวัลหลายอย่างหลายประเภทมากที่หมู่บ้านได้รับ เวลาต่อมาบ้านภู กลายเป็นหมู่บ้านต้นแบบการท่องเที่ยวบนพื้นฐานเศรษฐกิจสมัยใหม่ ทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าไปสู่ระบบเศรษฐกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อดำรงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ให้คงอยู่อย่างเข้มแข็ง ดังนั้นจึงกลายเป็นว่า การท่องเที่ยวเป็นตัวอุปถัมภ์ค้าชุกการอนุรักษ์วัฒนธรรมของชาวผู้ไทบ้านภู โดยเป็นทั้งแหล่งรายได้และเป็นความภาคภูมิใจในวัฒนธรรม

เห็นได้ว่าบ้านภูจัดการท่องเที่ยวโดยใช้ฐานชุมชนเป็นฐานการบริหารการพัฒนา เริ่มต้นจากกลุ่มผู้นำทางธรรมชาติและ การสนับสนุนจากองค์ภาครัฐจัดตั้งองค์การบริหารการพัฒนา ประกอบในปี พ.ศ. 2558 หน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ส่งเสริมบ้านภูเป็นทัวร์ชุมชนอีสาน ดำเนินงานตามแผนส่งเสริมด้านตลาดการท่องเที่ยวอีสานโดยนำเอาวิถีชุมชนท้องถิ่นมาเป็นจุดขายสำหรับกลุ่มสนใจพิเศษ เลือกพื้นที่บ้านภูมาเตรียมดำเนินงานด้านการตลาดด้วยเห็นว่าชุมชนดังกล่าวมีความเข้มแข็งพร้อมรองรับการท่องเที่ยวหลากหลายมิติรวมทั้งวัฒนธรรมดั้งเดิมโดดเด่นนอกจากนั้นชาวผู้ไทที่อพยพข้ามฝั่งโขงกันมาตั้งแต่วารปี พ.ศ. 2378 โดยไม่มีการเคลื่อนย้ายถิ่นฐานไปยังที่ใดอีกเลย มีจุดขายสำคัญของชุมชนแห่งนี้ คือ การพร้อมใจกันรักษาวัฒนธรรมของตนเอง ประกอบ

กับการบริหารการพัฒนาของหมู่บ้านนี้มีความโดดเด่นมาก จนต้องศึกษาและสร้างกระบวนการเรียนรู้เพื่อนำไปขยายผลและต่อยอดสู่ชุมชนอื่น ๆ ปัจจุบันชุมชนชาวผู้ไทบ้านภูได้เปิดพื้นที่ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน ชาวบ้านภูพร้อมใจกันการดำเนินชีวิตภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และมีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว อาทิ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ด้านวิถีชุมชน แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา โบราณสถาน ธรรมชาติป่าเขา และการมีส่วนร่วมเพื่อแสวงหาประสบการณ์ด้านการเกษตรชุมชน นอกจากนี้ยังมีความพร้อมของสถานที่พักแบบโฮมสเตย์ เพื่อนักท่องเที่ยวสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเชิงปรัชญาในการดำเนินชีวิตและทำกินจากผู้คนในท้องถิ่น โดยนำเสนอวิถีชีวิตชาวบ้านภูที่เกี่ยวพันกับการปลูกฝ้ายปั่น และอ้วฝ้าย รวมถึงการทอผ้าฝ้าย เป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น (ธวัชชัย อรัญญิก, 2557, หน้า 14)

จากบริบทดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทกับการบริหารการพัฒนาในบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนของบ้านภู โดยผู้วิจัยสนใจแนวคิดและทฤษฎีเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัยประกอบด้วย แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการพัฒนา แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องพื้นที่แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็น “ไฟส่องทาง” ศึกษาและทำความเข้าใจปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นและวิเคราะห์ข้อมูลสนาม รายละเอียดโครงการวิจัยดังนี้

คำถามของการวิจัย

1. บริบทของบ้านภู ตำบลบ้านเป้า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร มีสภาพเป็นอย่างไร และอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทมีลักษณะอย่างไร
2. บริบทการท่องเที่ยวชาวผู้ไทบ้านภูมีการบริหารการพัฒนาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์อย่างไร และมีกระบวนการนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์อย่างไร
3. ชาวบ้านภูมีวิธีการหรืออันนำไปสู่การพัฒนาเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนได้อย่างไร

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. ศึกษาสภาพทั่วไปของชุมชนผู้ไททั้งในด้านภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทบ้านภู
2. ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนของหมู่บ้านภู
3. ศึกษารูปแบบอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทกับการบริหารการพัฒนา เพื่อนำไปสู่การเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านภูที่ยั่งยืน

ความสำคัญของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง บ้านภู : อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทกับการบริหารการพัฒนา ในบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนผู้วิจัยเห็นว่า มีความสำคัญที่มีประโยชน์ทางวิชาการ (Contribution) ด้านการบริหารการพัฒนา ดังนี้

1. งานศึกษาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (Ethnic Identity) เพื่อหยาบยการผลผลิตสินค้าและบริการ “วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว” หรือ เอาการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมและหมู่บ้านถูกพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวด้วยกระบวนการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า (Cultural Commodification) เป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio-Economic Space) ผลการวิจัยทำให้เข้าใจบริบทชุมชนและอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทบ้านภู เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน อีกทั้งยังส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว (Community Based Tourism : CBT) และกระบวนการเรียนรู้ชุมชนปฏิบัติการเพื่อการดำรงชีวิตอยู่ท่ามกลางการเปลี่ยนของโลกได้ด้วยความสำเร็จงานศึกษาอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์เพื่อการท่องเที่ยวนี้ พบว่า มีเพียงงานทางมานุษยวิทยาของ วรเมธ ยอดบุญ (2548) เรื่อง อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ในบริบทการท่องเที่ยว เป็นศึกษาเมื่อการท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ทั้งภาษา การแต่งกาย ค่านิยม และอาชีพ อันเป็นการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เข้ากับบริบทการท่องเที่ยวและบริบทอื่น ๆ ที่เข้ามา มีอิทธิพลต่อชุมชน ส่วนสิ่งที่ไม่เปลี่ยนแปลง คือ สำนึกของความเป็นชาติพันธุ์ และงานวิจัยของ Cohen, Erik (2001) เรื่อง Ethnic Tourism in Southeast Asia พบว่า กลุ่มชาติพันธุ์ที่เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นมิใช่ข้อต่อรองทางอำนาจกับรัฐชาติของตนเอง และการท่องเที่ยวยังถือเป็นปัจจัยกำหนดอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ว่าจะสร้าง

อัตลักษณ์อย่างไรในบริบทแบบไดอันเป็นอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ ส่วนงานศึกษาของ ปานแพร เซาว์นประยูร (2555) เป็นการเสนอรูปแบบการจัดทำ ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการประยุกต์อัตลักษณ์และสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์เพื่อการ พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับ อัตลักษณ์การท่องเที่ยวในบริบทและสถานที่แตกต่างกัน คนในพื้นที่เองก็ได้รับความ เปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนด้วย แต่งานศึกษานี้จึงเป็นงานบุกเบิก ขึ้นสำคัญของการนำเอาการบริหารการพัฒนาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เพื่อการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน

2. งานศึกษาชิ้นนี้เป็นการศึกษาพื้นที่ (Space) ของบ้านภูโดยตรงไม่ใช่ การศึกษาเรื่อง “พื้นที่” หรือสถานที่เท่านั้นแต่ต้องการศึกษาทั้งกระบวนการ ความสัมพันธ์ ขั้นตอนและรายละเอียดของการบริหารการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยว ผ่านพื้นที่ “บ้านภู” ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไทบ้านภูเป็นเครื่องมือในการสร้างเงื่อนไข ความสัมพันธ์เพื่อการจัดการท่องเที่ยว งานศึกษาชิ้นนี้จึงเป็นการศึกษาที่ให้ความสำคัญ กับทฤษฎีรัฐประศาสนศาสตร์มากกว่าทฤษฎีทางด้านอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ หรือ การท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียว

3. รูปแบบและวิธีการศึกษาแบบชาติพันธุ์วรรณา (Ethnography) ที่พัฒนา จากงานศึกษานี้ด้วยการให้ความสำคัญเน้นข้อมูลสนามอย่างยืดหยุ่นคงมีประโยชน์ทาง การศึกษาต่อการศึกษาทำความเข้าใจพื้นที่ของหมู่บ้านอื่น ที่ต้องการอธิบายอัตลักษณ์ทางชาติ พันธุ์กับการบริหารการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นแนวทางการอธิบายและทำ ความเข้าใจในพื้นที่อย่างลึกซึ้งซึ่งประกอบกับการศึกษาแบบเป็นองค์รวม (Holistic)

4. ผลของการศึกษานี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาชุมชน เนื่องจากผลการศึกษาได้ชี้ให้เห็นว่า อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์กับการบริหารการพัฒนา เพื่อการท่องเที่ยวเมื่อบ้านภูเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง เพื่อดำรงโดยการท่องเที่ยวเป็นตัว อุปถัมภ์ค้าชูการอนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาไปสู่การเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว ชุมชนเข้มแข็ง สามารถนำไปกำหนดเป็นนโยบายการท่องเที่ยวระดับประเทศจนถึงชุมชนท้องถิ่น

กรอบแนวคิดของการวิจัย

1. การบริหารการพัฒนา “Development Administration” ผู้วิจัยเน้นเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวกับการบริหารการพัฒนาว่าชุมชนบ้านภูน้ำเอามรดกทาง วัฒนธรรม รวมทั้งอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ มานำเสนอนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ประกอบด้วย 1) นโยบายแผน แผนงาน โครงการ 2) คนในและนอกชุมชน 3) การจัดการ ตนเองของชุมชน 4) เครื่องมือ 5) ทูตทางวัฒนธรรม (วิรัช วิรัชนิภาวรรณ, 2550, หน้า 23-24; โกวิท พวงงาม, 2553, หน้า 381-382) และกระบวนการชุมชนจัดการตนเอง ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การนำองค์กร และการควบคุม

2. อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ “Ethnic Identity” ศึกษาวิเคราะห์อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทกับการบริหารการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยว ด้วยแนวคิดเรื่อง อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ “Ethnic Identity” ประกอบด้วย 1) การสร้างอัตลักษณ์ (Construct Identity) อาทิเช่น งานศึกษาของทวิช ศึกษาปรากฏการณ์การท่องเที่ยวในอำเภอปางมะผ้า พบว่า การหยิบ ยืมและช่วงชิงอัตลักษณ์สร้างขึ้นมาใหม่วัฒนธรรมลูกผสมนำเสนอเป็นสินค้าขายให้แก่ นักท่องเที่ยว (ทวิช จตุรพรฤกษ์, 2551) และงานศึกษาของนิธิ ศึกษาเรื่อง “ท่องเที่ยวบุญ บั้งไฟในอีสาน : บุญบั้งไฟต้องรับใช้ชาวยโสธร” ซึ่งชี้ให้เห็นการสร้างประเพณีท้องถิ่น ในชนบทให้กลายเป็นประเพณีของชุมชนระดับเมือง (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2536) 2) การรื้อ สร้างอัตลักษณ์ (Deconstruct Identity) อาทิเช่น งานศึกษาของปนัดดา เรื่อง “ชนเผ่าอาข่า : ภาพลักษณ์ที่ถูกสร้างให้สกปรกแล้วแต่ตึงตูดใจ” เป็นการชี้ให้เห็นถึงอัตลักษณ์ทาง ชาติพันธุ์ชาวอาข่าที่ถูกรื้อสร้างและผลิตซ้ำผ่านสื่อต่าง ๆ (ปนัดดา บุญยสารน้อย, 2546) และงานศึกษาของปราโมทย์ เรื่อง “คนแม่แจ่ม” ในกระบวนการรื้อฟื้นวัฒนธรรมผ้าซิ่น ตีนจก (ปราโมทย์ ภัคดีณรงค์, 2549) 3) การผลิตซ้ำอัตลักษณ์ (Reconstruct Identity) อาทิเช่น งานศึกษาของสมหมาย เรื่อง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับปัญหาและผลกระทบต่อชุมชนด้านการผลิตซ้ำอุตสาหกรรมชายเป็นใหญ่ ผ่านพิธีกรรมความเชื่อเรื่องผีปะกำของ ชาวไทยกวย ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านซ่าง (สมหมาย ชินนาค, 2541) และ งานศึกษาของรัตนารัตน์ ศึกษาเรื่อง วิถีชีวิตความเป็นอยู่ชาวผู้ไท และงานศึกษาของวิญญู เรื่อง พิธีกรรมการเลี้ยงผีบรรพบุรุษของชาวผู้ไทชี้ให้เห็นถึงการผลิตซ้ำองค์ประกอบและ ขั้นตอนของพิธีกรรม (วิญญู ผลสวัสดิ์, 2536) ซึ่งกระบวนการทางอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ มีผู้รู้ให้รายละเอียดไว้ อาทิ (Jacques Derrida, 2000, P. 41; Michael Foucault, 1980,

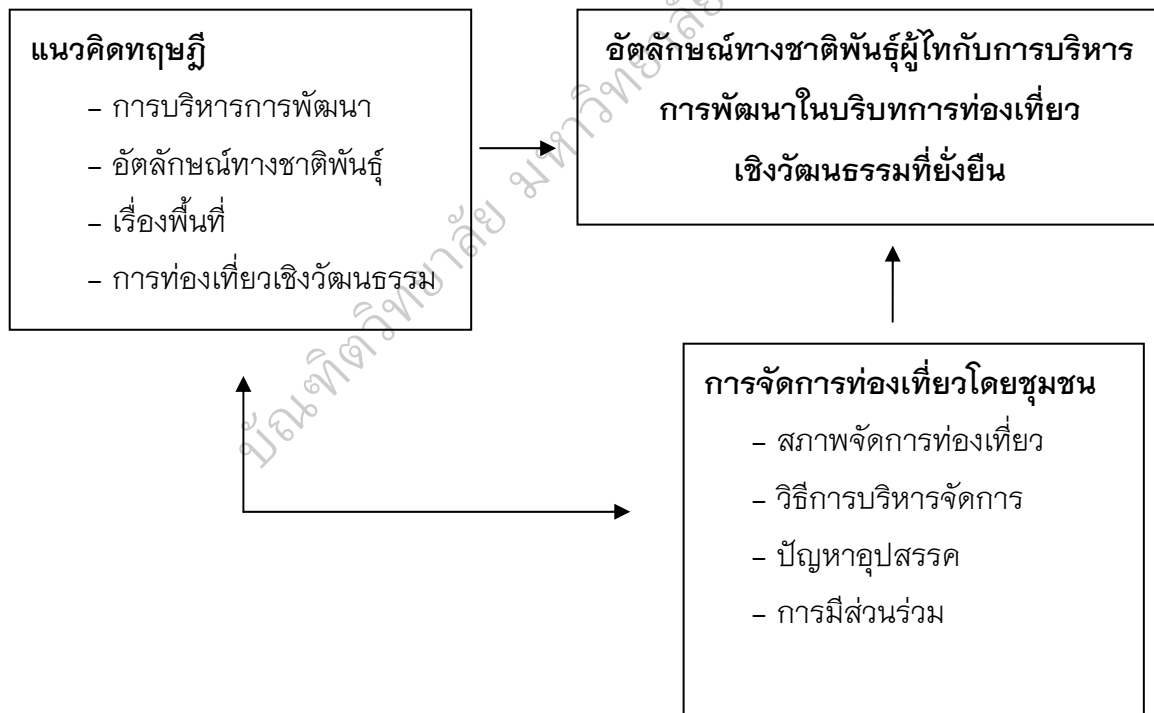
P.56 ; ปานแพร เซวาร์นประยูร, 2555, หน้า3) เป็นการศึกษาอัตลักษณ์ที่มีอยู่และที่สูญหายไปด้วยกระบวนการดังกล่าว นอกจากนี้ยังมีประเด็นอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไท เชื่อมโยงกับนโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวระดับชาติจนถึงระดับท้องถิ่น ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่า อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทของบ้านภู ยังมีหลายอย่างไม่ได้ถูกหยิบยก มานำเสนอแก่นักท่องเที่ยว ที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทบ้านภูยังขาดการวิจัยทำให้ไม่ตรงกับเป้าหมายที่ควรจะเป็น

3. พื้นที่ “Space” เป็นแนวคิดศึกษาโครงสร้างทางสังคมและความสัมพันธ์ของชาวผู้ไทหมู่บ้านภูในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พื้นที่นั้นเป็นผลผลิตจากการให้ความหมายของผู้คนในสังคมการนิยามหรือการสร้างและเลือกนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่ถูกสร้างให้กับพื้นที่อันเกิดจากการปฏิสัมพันธ์ของคนกับคนหรือคนกับธรรมชาติ อันเกิดลักษณะพื้นที่สามประการ คือ 1) พื้นที่ทางกายภาพ (Physical Space) 2) พื้นที่ทางสังคม (Social Space) 3) พื้นที่จินตนาการ (Mental Space) งานศึกษาของ อองรี เลอแฟบ (Henri Lefebvre, 1991, pp. 14–22) การเมืองเรื่องพื้นที่สู่การยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนและงานชิ้นนี้วิเคราะห์ด้วยทฤษฎีการก่อตัวของโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม ‘Social Structuration’ งานศึกษาของ กิดเดนส์ (Giddens, 1989, P. 252) ในการวิจัยครั้งนี้ด้วย

4. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม “Cultural Tourism” เป็นแนวคิดที่ใช้เป็นมุมมอง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวบ้านภูค้นหาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ผู้วิจัยกำหนดประเด็นการศึกษาประกอบด้วย 1) นักท่องเที่ยว ‘Tourist’ เป็นการศึกษา ความต้องการและความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวในบริบทการท่องเที่ยวและการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวรวมถึงการจัดการนักท่องเที่ยว 2) คนในชุมชนและนอกชุมชน เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ ‘ผู้กระทำ (Actor) ผู้ถูกกระทำ (The Tour Was) 3) ตัวแทนหน่วยงาน (Agency) ภาครัฐและเอกชนผู้วิจัยได้ศึกษาผลงานของผู้รู้ที่ให้ไว้หลาย ท่าน อาทิเช่น บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา, (2557, หน้า 209–220) เรื่อง การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังมีการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมคนในชุมชน เป็นผู้ถูกท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องการดำเนินวิถีชีวิตปกติของชาวผู้ไทกับการปฏิบัติตน ในฐานะผู้ถูกท่องเที่ยวหรือสินค้าวิถีชีวิตนอกจากนี้ยังศึกษาวิเคราะห์อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทกับการบริหารการพัฒนาบ้านภูด้วยแนวคิดเรื่อง ‘สินค้าทางวัฒนธรรม’ (Commoditization of Culture) ของ Jean Boudrillard (1981, อ้างใน สุภาวงศ์ จันทวานิช,

2552, หน้า 304–308 ; พัฒนา กิติอาษา, 2546, หน้า 28–30) และได้นำเอาแนวคิด “การทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า” ของ อานันท์ กาญจนพันธ์ (2549, หน้า 27–28) และการผลิตวัฒนธรรมการค้าวิถีชีวิตเป็นสินค้าเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มรายได้แก่คนในชุมชน (Kinnaird and Hall, 1994, pp. 18–19) อย่างไรก็ดีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการบริหารจัดการมรดกทางวัฒนธรรม แนวคิดประเพณีประดิษฐ์ ‘Invention of Tradition’ ของ Eric Hobsbawm (1983, pp. 4–5) เสนอว่า ประเพณีประดิษฐ์ทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยหนึ่งที่ได้ปรับเปลี่ยนวิถีแห่งประเพณีเก่าอันเนื่องมาจากการประเพณีเก่านั้นไร้ประสิทธิภาพหรือขาดคุณสมบัติที่จะปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ ทางสังคมในเวลานั้น

5. รูปแบบอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทกับการบริหารการพัฒนาในบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนจากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยกำหนดประเด็นไว้เพื่อนำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยที่เกิดจากความสัมพันธ์ของ 3 องค์ประกอบหลัก รายละเอียดสรุปได้ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากภาพกรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้นเห็นได้ว่า แนวคิดทฤษฎี มีความสัมพันธ์กับกระบวนการการจัดท่องเที่ยวโดยชุมชน ถือเป็นกระบวนการทำให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม เห็นได้จากการเปลี่ยนความหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวบ้านภูที่ว่าเป็น “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” (Cultural Tourism) มาเป็น “วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว” (Tourism Cultural) ในนัยยะของการเป็นกระบวนการฟื้นฟูวัฒนธรรมขึ้นมาอีกครั้งหนึ่งเป็นการจัดการท่องเที่ยวโดยใช้ “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” กับ “อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์” เป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนสอดคล้องกับที่ว่า “การท่องเที่ยวรับใช้ชาวบ้าน” สู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน เป็นกลไกที่จะทำให้ช่วยขจัดความยากจนโดยให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมสร้างชุมชนเข้มแข็งโดยระบบการเคารพผู้อาวุโสและการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริงในทุกกระบวนการเพื่อนำไปสู่ “อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์กับการบริหารการพัฒนาในบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน”

นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นิยามศัพท์เฉพาะ ไว้ดังนี้

1. การบริหารการพัฒนา หมายถึง การดำเนินงานตามกระบวนการให้สำเร็จตามเป้าหมายองค์ประกอบด้วย นโยบาย แผนงาน โครงการกระบวนการจัดการตนเองของชุมชน เครื่องมือหรือสัญลักษณ์ที่กลุ่มชาตินำมาใช้แสดงออกถึงสำนึกทางชาติพันธุ์ ทูทางวัฒนธรรม และคนในชุมชนและนอกชุมชนโดยองค์การบริหารการพัฒนาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทกับการบริหารการพัฒนาเพื่อจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนของบ้านภู ตำบลบ้านเป้า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร
2. อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไท หมายถึง การนิยามสำนึกความเป็นผู้ไทบ้านเราคือใคร แตกต่างจากหรือเหมือนกับคนอื่นอย่างไร นำเสนอตัวตนเป็นสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายแทนความจริง เป็นเครื่องมือที่กลุ่มชาตินบ้านภู ตำบลบ้านเป้า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร นำมาใช้แสดงออก เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเพื่อสร้างความชอบธรรมให้กับความแตกต่างที่เกิดขึ้นมาจากสำนึกทางชาติพันธุ์ของตนเอง ผ่านกระบวนการทางสังคม ไม่หยุดนิ่งสิ้นไหลไปตามสถานการณ์เงื่อนไขทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง

วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่เข้ามากระทบ เพื่อดำรงอยู่และนำเสนอเป็นจุดขาย ดึงดูดนักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นแหล่งรายได้และความภาคภูมิใจในวัฒนธรรม

3. อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์กับการบริหารการพัฒนา หมายถึง การดำเนินงานนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทบ้านภู เพื่อเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยชาวบ้านภูดำเนินการสร้างและพัฒนากลไกการขับเคลื่อนการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยกระบวนการอัตลักษณ์ และกระบวนการนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของบ้านภูอย่างเป็นระบบและแบบองค์รวม

4. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งมุ่งเรียนรู้วัฒนธรรม เพื่อให้เกิดโลกทัศน์ใหม่ที่กว้างไกลจากการมีประสบการณ์ในแหล่งวัฒนธรรมที่ยังดำรงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ อีกทั้งเป็นการศึกษาหาความรู้หรือพักผ่อนหย่อนใจในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์และสัมผัสวิถีชีวิตชุมชนเยี่ยมชมการแสดงศิลปวัฒนธรรมนบธรรมเนียมนิเวศน์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ด้านวิถีชุมชน แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาโบราณสถาน ธรรมชาติป่าเขา และการมีส่วนร่วมเพื่อแสวงหาประสบการณ์ด้านการเกษตรชุมชน นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือการพัฒนาหมู่บ้านอย่างเป็นระบบมีโครงสร้างความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน

5. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน หมายถึง การจัดการท่องเที่ยวโดยใช้ระบบอาวุโสที่มีความเข้มแข็ง ระบบการควบคุมทางสังคมเป็นวัฒนธรรมของชุมชน โดยชุมชนมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริงทุกขั้นตอนกระบวนการ รวมถึงระบบการจัดการที่ไม่แน่นอนตายตัวสามารถปรับเปลี่ยนสื่อนโยบายตามสถานการณ์หรือนโยบายแห่งรัฐ อีกทั้งความร่วมมืออันเกิดจากสำนึกความเป็นผู้ไทบ้านภู ตำบลบ้านเป้า ไม่สร้างความแตกแยกที่สำคัญชุมชนได้สร้างคนรุ่นใหม่สืบทอดการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนเวทีการแสดงวิถีชุมชน

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยใช้แนวคิดเป็นกรอบนำทางศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย

1) แนวคิดเกี่ยวกับบริหารการพัฒนา 2) แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ 3) แนวคิด

เกี่ยวกับเรื่องพื้นที่ 4) แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ 5) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องรายละเอียดตามลำดับ ดังนี้

1. เอกสารแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการพัฒนา

การบริหารเป็นกลไกที่จะขับเคลื่อนให้บรรลุวัตถุประสงค์ถึงเป้าหมายที่ต้องการโดยใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และการบริหารมีวิธีการดำเนินงานได้อย่างสัมฤทธิ์ผลนั้น ยังจำเป็นต้องใช้แนวความคิดอื่น ๆ อีกมากมาย (Drucker, 1999, pp. 53-54)

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการพัฒนา

คำว่า “การบริหารการพัฒนา” (Development Administration) มีผู้ให้ความหมายของการบริหารการพัฒนาไว้ในหลายประเด็นแตกต่างกันไป ดังนี้

Swerdlow, I. (1963, P. 2) ได้ให้ความหมายของการบริหารการพัฒนา ไว้ว่าการบริหารการพัฒนารอบคลุมถึงภารกิจใหม่ ๆ สอดคล้องกับ Weidner, E.W. (1962, P. 254) ให้ไว้ 2 ส่วน คือ 1) การนำเอาแผนงาน ซึ่งก่อให้เกิดความทันสมัยมาปฏิบัติ และ 2) ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในระบบบริหารส่วน Riggs, F.W., 1967, P. 75) และรหัสแสงส่อง (2547, หน้า 15) เห็นสอดคล้องนอกจากนี้ กวี รัชชชน และคณะ (2539, หน้า 44) ให้ไว้เสริมว่า การบริหารการพัฒนานั้นขึ้นอยู่กับกลุ่มชนชั้นผู้นำและผู้ที่มีอำนาจในการกำหนดนโยบายที่จะเลือกวิถีทางออกของการพัฒนาประเทศ ส่วน วิรัช วิรัชนิภาวรรณ (2550, หน้า 24) ได้ให้ไว้ว่า เป็นวิธีการหรือแนวทางการบริหารงานที่เป็นระบบ เป็นวิชาการ มีทิศทางที่ชัดเจน ครอบคลุมและช่วยเพิ่มความมั่นใจในการบริหารงานให้แก่เจ้าหน้าที่ของรัฐ ทั้งภายในและภายนอกประเทศอีกด้วยซึ่งการบริหารการพัฒนาแยกเป็น 2 ส่วน

1) เป็นลักษณะของสมรรถนะการบริหารเพื่อการพัฒนาและวิธีการที่จะเพิ่มสมรรถนะเหล่านั้น และ 2) เป็นองค์การและการจัดการการพัฒนา (Department of Economic and Social Affairs, United Nations, 1975, P. 65)

Gant, G.F.(1979 pp. 19-21) ให้ไว้หลายนัยด้วยกัน คือ 1) เป็นการบริหารงานที่เน้นการสนับสนุนและการจัดการเกี่ยวกับการพัฒนา 2) เป็น “เศรษฐศาสตร์การพัฒนา” (Development Economics) 3) เป็นกลุ่มของหน่วยงาน ระบบการจัดการ และกระบวนการที่รัฐบาลตั้งขึ้นมาเพื่อเป็นเครื่องมือ 4) เป็นการพัฒนาเพื่อยกระดับและอำนวยความสะดวก

สะดวกแก่แผนงานพัฒนา Honadale, G. (1982, P.175) ได้ให้เพิ่มเติมไว้ว่า เป็นวิธีปฏิบัติ (สาขาวิชากิจกรรมและกระบวนการ) 3 ด้าน คือ 1) เน้นทฤษฎีมาเป็นเน้นการบริหาร โครงการพัฒนา 2) ตระหนักถึงความสำคัญของวิถีชีวิต และ 3) จากเน้นความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมาเป็นสมรรถนะทางการบริหาร

จากแนวความคิดของ Gant, G.F. อนันต์ เกตุวงศ์ และ กรมเศรษฐกิจและสังคม องค์การสหประชาชาติ สามารถสรุปความหมายของการบริหารการพัฒนาว่า เป็นการพัฒนาการบริหาร (Development of Administration D of A) มีองค์ประกอบด้วย โครงสร้างองค์กร กลไก กระบวนการและเครื่องมือเทคโนโลยีและ การบริหารเพื่อการพัฒนา (Administration of Development A of D) ส่วนการบริหารเพื่อพัฒนานั้น เป็นแผนงาน โครงการที่จะผลักดันให้บรรลุเป้าหมายทั้งสองส่วนล้วนคำนึงถึง สภาพแวดล้อมด้วย (ดิน ปรัชญาพุทธ, 2528, หน้า 162-163)

ส่วนหลักการที่ดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายมักจะมีหลักการที่คล้ายคลึงกัน อาทิ วิรัช วิรัชนิภาวรรณ (2550, หน้า 23-24) ได้สรุปไว้ 12 ประการ ได้แก่ 1) เป็นการบริหารจัดการ 2) เป็นการบริหารกิจกรรมพัฒนา 3) เป็นการบริหารหน่วยงาน 4) มีจุดมุ่งหมาย 5) เป็นการกำหนดทิศทางเปลี่ยนแปลงไว้ล่วงหน้า 6) เป็นกระบวนการดำเนินงาน 7) เน้นกิจกรรมพัฒนา 8) เป็นการบริหารราชการทั้งภายในและนอกหน่วยงาน 9) เป็นการปฏิบัติตามนโยบาย แผน แผนงาน และโครงการ 10) เป็นการปฏิบัติงาน ที่ให้ความสำคัญทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และการบริหาร 11) ตอบสนอง ความต้องการของประชาชน 12) เป็นการพัฒนาเฉพาะด้านเรื่องและงานเขียนของ เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ (2558, หน้า 1-29) ให้ไว้ว่า การบริหารการพัฒนาเป็นแนวคิดและ ทฤษฎีการพัฒนา ระบบวิธีการและกิจกรรมการพัฒนา และกลไกการพัฒนาและการวิจัย

1.2 แนวคิดการจัดการตนเอง (Self-Reliance Management) ศตวรรษที่ 21 หลายประเทศ ได้มีเจตจำนง (Win) อันแน่วแน่นในการก้าวเข้าสู่เศรษฐกิจใหม่ที่เรียกกันว่า เศรษฐกิจบนฐานความรู้ (Knowledge Based Economy) และการก้าวข้ามพรมแดน จากสังคมโลกาภิวัตน์ (Globalization) เป็นกระแสชุมชนท้องถิ่นพัฒนา (Localization) ซึ่งเป็นการบริหารจัดการขับเคลื่อนชุมชนท้องถิ่นโดยชุมชน (ราชภูมิ รัตนรินทร์ และคณะ, 2557, หน้า 1) ผู้วิจัยได้แยกอธิบายเพื่อสร้างความเข้าใจ รายละเอียดตามนี้

1.2.1 ความหมายการจัดการตนเองคำว่า “การจัดการตนเองชุมชนท้องถิ่น” ชุมชนสามารถจัดการด้วยตนเองพื้นฐานความอิสระจากภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือเกิดขึ้นจาก

การสังสมประสบการณ์ (โกวิทย์ พวงงาม, 2553, หน้า 381-382) และพื้นฐานปรัชญาการพัฒนาชุมชน (นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์, 2550, หน้า5-7)

1.2.2 พัฒนาการแนวคิดการจัดการตนเองของชุมชนคำว่า “การจัดการ” ควบคู่กับคำว่า ‘การบริหาร’ เป็นแนวคิดที่ปรากฏมีหลักฐานการก่อกำเนิดในทางตะวันตก ตั้งแต่สมัยพลาโตและอริสโตเติล ก่อนคริสตกาล ปัจจุบันแนวคิดการจัดการตนเองของชุมชนมีความแตกต่างกับแนวคิดการจัดการ (Management) มีฐานคิด มรรควิธีและเป้าหมาย เพื่อการเผชิญอยู่ของชาวบ้าน อาทิ การรวมกลุ่มกันทำการปรึกษาหารือร่วมคิด เพื่อหาทางออกให้กับการจัดการวิถีชีวิตของตนเองต่อไปด้วยใช้ยุทธศาสตร์การทบทวนย้อนกลับไปในอดีตเป็นการเรียนรู้รากเหง้าของตัวเองตามคำกล่าวเปรียบเปรยที่ว่า “ไปข้างหน้า ให้มองไปข้างหลัง” ในการร่วมคิด ร่วมปรึกษาหารือ (ชนินทร์ วะสีนนท์, 2549, หน้า 294-295)

1.2.3 องค์ประกอบการจัดการตนเองเช่น งานศึกษาของบัญญัติ ให้ไว้ว่า
1) การริเริ่มโครงการ 2) การบริหารจัดการ 3) การระดมทุน 4) การต่อช่องทางทางการเมือง และ 5) ผู้นำ (บัญญัติ แก้วส่องและคณะ, 2537, หน้า 32-33)

1.2.4 กลไกและกระบวนการจัดการตนเองของชุมชนจากงานศึกษาของโกวิทย์ ได้สังเคราะห์ผลศึกษาชุมชนพึ่งตนเองได้10 ชุมชนเพื่อเป็นแนวทาง (Approach) ให้ชุมชนท้องถิ่นบริหารจัดการตนเอง ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ 3 กลไก หลัก 6 หลักการ 6 กระบวนการ และ 7 เครื่องมือ (โกวิทย์ พวงงาม, 2555 หน้า 636-650)

ส่วนกระบวนการจัดการตนเองของชุมชน ประกอบด้วย 1) สร้างจิตสำนึก 2) สร้างอุดมการณ์ 3) สร้างเครือข่าย 4) ชุมชนเข้าใจปัญหาของตนเอง 5) การมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา และสุดท้าย ตัวชี้วัดการจัดการตนเองชุมชนสอดคล้องกับอัมพร ได้ให้ไว้ว่า
1) การมีส่วนร่วมของชุมชน 2) กระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 3) กระบวนการฟื้นฟูและผลิตซ้ำใหม่ 4) กระบวนการใช้สิทธิชุมชน 5) กระบวนการตัดสินใจร่วม 6) กระบวนการสร้างเครือข่ายและการพัฒนา และ 7) กระบวนการด้านการจัดการตนเอง (อัมพร แก้วหนู, บรรณาธิการ, 2554, หน้า 6-7)

ดังนั้น การบริหารการพัฒนาเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องคำนึงถึงกระบวนการจัดการที่มีลักษณะเชิงซ้อน ความหลากหลายของชุมชนท้องถิ่น (อานันท์ กาญจนพันธ์, 2544, หน้า 165-166) ซึ่งจัดการตนเองของชุมชนเป็นกระบวนการคิด ตัดสินใจทำงานร่วมกันของชุมชนอย่างเป็นระบบ(เกษม จันท์แก้ว, 2536, หน้า 465 ; ธงชัย สันติวงษ์, 2539,

หน้า 26) และงานศึกษาของภาวิตา ให้ไว้เพิ่มเติมว่า “การจัดการ” มีองค์ประกอบ คือ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การนำ (Leading) การควบคุม (Controlling) (ภาวิตา ธาราศรีสุทธิ, 2542, หน้า 4)

สรุป การบริหารการพัฒนาเป็นศาสตร์และศิลป์ รวมถึงกระบวนการ วิธีการ จัดตั้งและการพัฒนาการบริหารองค์การ เพื่อดำเนินงานและการบริหารการพัฒนา โดยนำแผนงานโครงการ กิจกรรมสู่การปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมาย และนำไปใช้กำหนด เป็นกรอบการวิจัยซึ่งมีความสอดคล้องกับข้อมูลในพื้นที่การวิจัยเมื่อรัฐออกนโยบาย ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชาวบ้านภูมิการรวมกลุ่มจัดตั้งเป็นองค์การการบริหาร การพัฒนาหมู่บ้านขึ้น และได้มีการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน ได้นำเอามรดกทางวัฒนธรรมหรืออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทมานำเสนอแก่นักท่องเที่ยว กำหนดไว้ 5 ประเด็นที่มีความสัมพันธ์กัน ประกอบด้วย นโยบาย แผนงาน โครงการ คนใน และนอกชุมชนเครื่องมือทุนทางวัฒนธรรมและการจัดการตนเองของชุมชน อันได้แก่ กลไก หลักหลักการ และกระบวนการ ไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม

2. แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (Ethnic Identity)

อัตลักษณ์และชาติพันธุ์มักจะเป็นคำที่ใช้คู่กัน เพราะความเป็นอัตลักษณ์ ถูกนิยามด้วยปัจจัยหลายอย่าง ที่สำคัญอย่างหนึ่งคือ “ชาติพันธุ์” กับ “อัตลักษณ์” เริ่มได้รับความสนใจทั้งจากนักวิชาการและบุคคลทั่วไปทั้งในระดับโลก ภูมิภาคและท้องถิ่น เนื่องจากอัตลักษณ์ได้กลายเป็นเครื่องมือในการสร้างความรู้ความเข้าใจทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรม (ณัฐกานต์ ลิ้มสถาพร, 2546, หน้า 3-4) และ อัตลักษณ์ของชุมชนช่วยบ่งบอกถึงการดำรงอยู่ของควมมีตัวตนและตัวตนของความเป็น มนุษย์(สายยันต์ ไพรชาญจิตร, 2550, หน้า 26-27)

2.1 แนวคิดอัตลักษณ์

อัตลักษณ์ (Identity) เป็นสิ่งที่บ่งบอกบุคคลหรือกลุ่มบุคคลหนึ่ง มีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลอื่น มีรากศัพท์มาจากภาษาลาติน คือ Identitas เดิมใช้คำว่า “Idem” มีความหมายว่าเหมือนกัน (The Same) ความเหมือนและ ความเป็นลักษณะเฉพาะที่แตกต่างออกไปมีนัยการตีความความหมายความเหมือนกันบน

พื้นฐานของความสัมพันธ์และการเปรียบเทียบกัน (ศุภชัยมานุษยวิทยาสิรินธร, 2547, หน้า 32-34)

อัตลักษณ์ ประกอบด้วยคำว่า อัต มาจากคำว่า อุตต แปลว่า ตน ตัวตน กับคำว่า ลักษณะ 'อัตลักษณ์' จึงแปลว่า ลักษณะของตนเอง ลักษณะของตัวเอง ตรงกับ คำภาษาอังกฤษว่า "Character" เป็นลักษณะเฉพาะของบุคคล แต่ปัจจุบันมีการนำ คำว่าอัตลักษณ์ไปใช้แทนคำว่า ตน ตัวตนมากขึ้น นอกจากนี้ใช้อัตลักษณ์เพื่อแทนคำว่า เอกลักษณ์ ซึ่งทั้งสองคำนี้อาจดูมีความหมายใกล้เคียงกันมาก แต่มีลักษณะเน้นต่างกัน (กาญจนา นาคสกุล, 2547, หน้า 32-37) ส่วนแนวโน้มทฤษฎียุคหลังสมัยใหม่ (Postmodernism) การนิยามความหมายสามารถเลื่อนไหลเปลี่ยนไปตามบริบท และคำว่า อัตลักษณ์ ดูเหมาะสมกว่าคำว่า เอกลักษณ์ในความหมายใหม่ของ 'Identity' (อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2546, หน้า 71-72) สอดคล้องกับสายชล อธิบายว่า เรา คือ ใครและควรที่ อยู่กันอย่างไร อัตลักษณ์นี้มีได้หยุดนิ่ง แต่มีพลวัตเปลี่ยนแปลงไปตามบริบททางสังคม (สายชล สัตยานุรักษ์, 2545, หน้า 27)

อัตลักษณ์ (Identity) เป็นการสร้างความหมายเชิงวัฒนธรรมให้แก่ตัวเองของปัจเจกหรือกลุ่มชนตามที่ตนเองได้นิยามไว้ให้แก่ตัวเอง (Castells, 2004, P. 52) อัตลักษณ์ มีความหลากหลาย ทั้งปัจเจกบุคคล กลุ่มหรือองค์กร สอดคล้องกับ Berger และ Luckman ได้ให้ไว้ว่า เป็นสิ่งซึ่งถูกสร้างหรือทำให้เกิดขึ้นโดยกระบวนการทางสังคมทั้งจากคน ภายนอกและคนภายใน อาจมีลักษณะเฉพาะเลื่อนไหลเป็นไปตามการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและบริบท (Berger และ Luckman, 1967, P. 173) ส่วนพิศิษฐ์ ให้ไว้ว่า เป็นความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองว่า "ฉันคือใคร" เกิดจากการปฏิสังสรรค์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น และ "ฉันเป็นใคร" เป็นความเหมือนความแตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างไร (พิศิษฐ์ คุณวโรตม์, 2546, หน้า 36-40 ; อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2546, หน้า 25-59) อัตลักษณ์แบ่งออกได้ เป็นสองระดับ คือ อัตลักษณ์บุคคล (Personal Identity) และอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) (อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2546, หน้า 55) สอดคล้องกับ Jenkins ให้ไว้ว่า อัตลักษณ์ เป็นผลจากการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่ก่อให้เกิดความหมาย (Meaning) ที่เข้าใจร่วมกัน เช่นเดียวกับวัฒนธรรม ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลง สร้างและผลิตซ้ำได้ตลอดเวลา (Jenkins, 1996, pp. 3-5) อัตลักษณ์ยังถูกผลิต บริโภคและควบคุมภายใต้วัฒนธรรม โดยสร้างผ่านสัญลักษณ์ของการนำเสนอ (Woodward, 1997, P. 2) สรุปเมื่อใช้เกณฑ์ การมองจากภายนอกและการมองจากภายใน พบว่า อัตลักษณ์มี 2 ประเภท คือ

อัตลักษณ์ที่เกิดจากการนิยามตนเอง และอัตลักษณ์ที่สังคมนิยามให้ตั้งแนวคิดของ Goffman (1963, pp. 118–121)

2.2 แนวคิดทางชาติพันธุ์(Ethnicity)

นักวิชาการทางด้านสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา ได้ให้ความหมายคำว่าชาติพันธุ์คล้ายคลึงกันดังที่ (สุเทพ สุนทรเกษม, 2548, หน้า 15) ให้ไว้ว่า วรรณกรรมทางสังคมวิทยา ‘ชาติพันธุ์’ เป็นคำคุณศัพท์ที่มีการอ้างถึงเชื้อชาติวัฒนธรรม ศาสนาหรือการมีภาษาร่วมกัน การมีค่านิยมและสำนึกทางวัฒนธรรมร่วมกัน (ราชบัณฑิตยสถาน, 2549, หน้า 112–113) สอดคล้องกับอัมรา กล่าวว่าเป็นกลุ่มคนที่มีวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษาพูดเดียวกัน และเชื่อว่าสืบเชื้อสายมาจากบรรพบุรุษเดียวกัน (อัมรา พงศาพิชญ์, 2537, หน้า 156) พจนานุกรมอ็อกฟอร์ด (Compact Oxford Dictionary, 2548, p. 15) ให้ไว้ว่า ชาติพันธุ์มาจากคำว่า Ethnikos เป็นคำคุณศัพท์ในภาษากรีก มีความหมายเกี่ยวกับคนนอกศาสนา ความหมายชัดเกี่ยวกับความเป็นชาติหรือประชาชาติ (National) เมื่อคำชาติพันธุ์เข้ามาอยู่ในคำภาษาอังกฤษหมายถึงคนต่างชาติและคนนอกศาสนา และสุเทพ ได้เพิ่มเติมว่า อีกความหมายหนึ่งเป็นความหมายทั่วไปตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 19 เป็นต้นมา ความหมายเกี่ยวกับคนนอกศาสนาค่อย ๆ หายไป(สุเทพ สุนทรเกษม, 2548, หน้า 15)

พัฒนาการการบุกเบิกศึกษาชาติพันธุ์มาจากนักมานุษยวิทยาชาวอเมริกัน ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สองเพื่อทำความเข้าใจบุคลิกภาพ วัฒนธรรมประเพณี ประเทศต่าง ๆ และนำมาสู่การวางนโยบายที่เหมาะสมต่อประเทศนั้นงานศึกษาชาติพันธุ์ในระยะแรกเป็นงานศึกษาศาสนากับชนชาวพื้นเมืองในประเทศแอฟริกา อย่างไรก็ตามประเทศไทยก็ได้รับการศึกษาจากนักมานุษยวิทยาสายซิดคาโกหลายท่าน เช่น เอ็มบริ (Embree, 1952) แทมบาย (Tambiah, 1976) เป็นต้น งานศึกษาชาติพันธุ์วรรณนา คือ การจำแนกประเภทของมนุษย์ที่แตกต่างกันด้วยกรอบ คือ “วัฒนธรรม” ซึ่งมีความหมายถึงผลผลิตของมนุษย์ทั้งสิ่งที่เป็นนามธรรมและรูปธรรมทุกประเภท ในระยะแรกศึกษาด้วยกรอบแนวคิดบุคลิกภาพเชิงจิตวิทยา ต่อมายกขึ้นสู่แนวคิดโครงสร้างหน้าที่ในการศึกษาอย่างไรก็ดีปัจจุบันยุคหลังสมัยใหม่งานชาติพันธุ์ได้ถูกอธิบายด้วยแนวคิดการสร้าง การรื้อสร้าง ผลิตซ้ำหรือวาทกรรม (Discourse) นักวิชาการให้ค่านิยมกลุ่มชาติพันธุ์มีหลากหลาย อย่างไรก็ตามสาระสำคัญของค่านิยมคล้ายกันที่ว่า กลุ่มชาติพันธุ์หมายถึงกลุ่มสมาชิกที่มีสายเลือดเดียวกันมีวัฒนธรรมร่วมกันบนพื้นฐานสายเลือด ภาษา

ระบบเศรษฐกิจ ความเชื่อมีขอบเขตอาศัยที่แน่นอน แอบเนอร์โคเฮนให้ความหมายชาติพันธุ์ว่าเป็นกลุ่มคนที่มีแบบแผนพฤติกรรมบางอย่างร่วมกันผ่านกระบวนการเรียนรู้คุณค่า ค่านิยมโดยมีการจัดระเบียบความสัมพันธ์ในกลุ่มจนมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่น ๆ (Cohen, 1974, P.39)

นักวิชาการของประเทศไทยอธิบายเป้าหมายลักษณะการจำแนกชาติพันธุ์ คือ 1) การให้สำคัญกับรากเหง้าเดิม (Primordialist) บนพื้นฐานความเข้าใจความหมายของชาติพันธุ์ในลักษณะที่เรียกว่า แก่นสารนิยมหรือสารัตถนิยม (Essentialism) 2) ชาติพันธุ์ เป็นเสมือนเครื่องมือในการกำหนดความสัมพันธ์ทางสังคม (Instrumentalist) 3) ชาติพันธุ์ ในลักษณะที่ถือเป็นการสร้างความหมายความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชนต่าง ๆ (อาพันธ์ กาญจนพันธ์, 2546, หน้า 8-9)

แนวคิดชาติพันธุ์ งานการศึกษาการสืบเชื้อสายตระกูลของกลุ่มที่มีการสืบทอด วัฒนธรรม ภาษา ความเชื่อ วิถีชีวิต มีผู้วิจัยแบ่งการศึกษาชาติพันธุ์ไว้ 3 ยุคสมัย ได้แก่ 1) สมัยมโนทัศน์ก่อนชาติพันธุ์ดำรงทางสังคมศาสตร์ 2) สมัยชาติพันธุ์ดำรงช่วง ทศวรรษที่ 1960-1980 โดยนักมานุษยวิทยาแยกศึกษาชาติพันธุ์กับวัฒนธรรมออกจากกัน งานศึกษาระยะนี้จะเห็น (1) กระบวนการและหน้าที่การดำรงความแตกต่างทางชาติพันธุ์ (2) ความสัมพันธ์ระหว่างการแสดงออกในเรื่องอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และการปฏิสัมพันธ์ ข้ามกลุ่มชาติพันธุ์ และ (3) การเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ และ 3) สมัยหลัง ชาติพันธุ์ งานศึกษาช่วงนี้สนใจสังคมสมัยใหม่และความสลับซับซ้อนทางชาติพันธุ์อาทิ อเมริกาศึกษาชนกลุ่มน้อยในการเรียกร้องสิทธิเสรีภาพ (ฉวีวรรณ ประจวบเหมาะ, 2549, หน้า 45)

2.3 อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ (Ethnic Identity)

แนวคิดอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เป็นการอธิบายตนเองของมนุษย์อันเกิดจากการ ปฏิสังสรรค์ในกลุ่มและนอกกลุ่มตั้งแต่กลุ่มเล็ก ๆ จนถึงระดับโลก “อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์” เป็นความรู้สึกร่วมอัตลักษณ์ความเป็นกลุ่มเดียวกันแตกต่างจากกลุ่มชาติพันธุ์อื่น ภูมิพัฒน์กล่าวว่า เป็นสัญลักษณ์หรือเครื่องมือที่กลุ่มชาติพันธุ์ นำมาใช้แสดงออกหรือ สำนึกในทางชาติพันธุ์ของตน เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเพื่อสร้างความชอบธรรมให้กับความแตกต่าง ที่เกิดขึ้นมาจากสำนึกในทางชาติพันธุ์ (ภูมิพัฒน์ เชตียนนท์, 2546, หน้า 19-20)

ส่วนสำนึกในทางชาติพันธุ์ เป็นการเลือกที่จะรับรู้ว่าเป็นใคร สังกัดอยู่ในกลุ่มชาติพันธุ์ใด เป็นโครงสร้างที่มีหน้าที่สร้างความรู้สึกของการเป็นพวกเดียวกันของคนในกลุ่ม (ภูมิพัฒน์ เชตียนนท์, 2546, หน้า 19-20)

กลุ่มชาติพันธุ์ (Ethnic Groups) ต่างจากเชื้อชาติ (Race) ตรงที่กลุ่มชาติพันธุ์ถือเอาองค์ประกอบทางวัฒนธรรมเป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มเช่นภาษาขนบธรรมเนียมประเพณีบรรพบุรุษถิ่นที่มาและการแต่งกายส่วนเชื้อชาตินั้นถือเอาลักษณะทางชีววิทยาเป็นเกณฑ์เช่นสีผิวสีตารูปร่างและลักษณะผมที่มาของคำว่า “กลุ่มชาติพันธุ์” (Ethnic Groups) (ฉวีวรรณ ประจวบเหมาะ, 2549, หน้า 53-54) สำหรับการเรียนรู้อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ตัวอย่างงานศึกษาของแฮนิตา (F.B. Hanita) ที่ศึกษาชาวในอเมริกาที่ถูกกดดันจากสังคมใหญ่จนต้องเกาะกันเป็นกลุ่มแล้วแยกตัวออกมา (Hanita, 1992 อ้างใน ฉวีวรรณ ประจวบเหมาะ, 2549, หน้า 54) พบว่า ยิวรวมตัวกันเมื่อต่างตกอยู่ในชะตากรรมเดียวกัน อีกทั้งยังเรียนรู้กระบวนการปฏิสัมพันธ์ภายในกลุ่มมากกว่ากับภายนอกแนวคิดชาติพันธุ์สัมพันธ์ (Ethnicity) ดังที่สุเทพ สุนทรเกสัช (2548, หน้า 81-97) สรุปไว้ว่าปรากฏการณ์ทางสังคมวัฒนธรรมที่แพร่หลายโดยทั่วไปทั้งในอดีตและปัจจุบันจะพบว่าหมู่บ้านกลุ่มชนเผ่าพันธุ์ตลอดจนชุมชนที่ครั้งหนึ่งเคยโดดเดี่ยวและมีความเป็นอยู่อย่างอิสระได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของรัฐชาติที่เกิดขึ้นใหม่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ (Ethnic Groups)

2.4 แนวคิดหลังสมัยใหม่กับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ก่อนแนวคิดของยุคหลังสมัยใหม่ คือ อัตลักษณ์ยุคสมัยใหม่ (Modernism) มีวิธีคิดหลัก คือ ปรัชญาในยุคแสงสว่างแห่งภูมิปัญญา (Enlightenment) ในราวศตวรรษที่ 18 ลัทธิปัจเจกนิยม (Individualism) เชื่อมั่นในศักยภาพมนุษย์การเข้าถึงความรู้ “ความจริง” (Truth) ที่เป็นสากล การมองโลกในแง่ดีเป็นทัศนคติของยุคพฤติกรรมที่สอดคล้องกับระเบียบและความเป็นเหตุเป็นผลของความจริงสูงสุด วิทยาศาสตร์เป็นคัมภีร์ส่องทางไปสู่ความก้าวหน้าของอารยธรรมในทุก ๆ ด้าน Jenkins (1996, P.112) กล่าวว่า อัตลักษณ์มีใช้สิ่งที่มีอยู่แล้วในตัวของมันเองหรือกำเนิดขึ้นมาพร้อมกับคนหรือสิ่งของแต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นและมีลักษณะของความ เป็นพลวัตอยู่ตลอดเวลา สอดคล้องกับเบอร์เจอร์และลัคแมนที่ให้ไว้ว่า อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นจากกระบวนการทางสังคมครั้นเมื่อตกผลึกแล้วอาจมีความคงที่และปรับเปลี่ยนหรือแม้แต่เปลี่ยนแปลงรูปแบบใหม่ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นหลัก คือ การรับรู้เกี่ยวกับตัวเองอย่างไรและคนอื่นรับรู้เราอย่างไร โดยมีกระบวนการทางสังคม

ในการสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบทของความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีต่อคนหรือกลุ่มอื่น ๆ ด้วย

อย่างไรก็ตาม Hall (1997, P.45) ชี้ให้เห็นว่าความเป็นตัวตน คือ ชิ้นส่วนหลาย ๆ ส่วนที่ประกอบรวมกันขึ้นมาในบริบทของสถานการณ์อย่างหนึ่ง มีการเชื่อมต่อร้อยรัด “ชิ้นส่วน” ต่าง ๆ และการแสดงออกของปัจเจกอีกรูปแบบหนึ่งก็ได้ จึงสามารถสร้างอัตลักษณ์ที่หลากหลายได้ในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน การผสมผสานองค์ประกอบของวาทกรรมเหล่านั้นไปในทิศทางที่แตกต่างกัน ส่วน อานันท์ กาญจนพันธ์ (2544, หน้า 58) กล่าวถึงอัตลักษณ์ของชุมชนเป็นความพยายามของชุมชนที่จะบอกให้คนอื่นรับรู้ว่าคุณสมบัติของตนเองเป็นใคร อย่างไรและเป็นความพยายามกำหนดความสัมพันธ์ของชุมชนกับกลุ่มชนอื่นในสังคม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าอัตลักษณ์ คือ “พลังในการจัดการความสัมพันธ์ทางสังคมนั่นเอง” ต่อมาวันดี สันติวุฒิมณี (2545, หน้า 34) ได้เพิ่มเติมว่าอัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ให้การรับรู้สึกว่าเป็นเราหรือพวกเราที่แตกต่างไปจากเขาหรือพวกเขา หรือคนอื่นอัตลักษณ์ไม่จำเป็นต้องมีหนึ่งเดียวอาจมีหลากหลายอัตลักษณ์ที่ประกอบกันขึ้นเป็นตัวเรา พวกเรา และอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ หมายถึง สิ่งที่ทำให้สมาชิกในกลุ่มชาติพันธุ์รับรู้ใน “ความเหมือน” และ “ความแตกต่าง” จากกลุ่มชาติพันธุ์อื่น

นอกจากนี้ นพพร ลออพิพัฒน์ (2544, หน้า 36-37) ได้นำเอาระบบโครงสร้างสังคมมาอธิบายอัตลักษณ์ว่า ชุดินนิยมและการกำหนดคุณค่าของวัฒนธรรม ระบบโครงสร้างใด ๆ ก็ตามจะไม่ใช้สิ่งตายตัว เคลื่อนไหวไปตามการเปลี่ยนแปลงไปตามระบบโครงสร้างนั้น ๆ ส่วนอภิญา เพ็ญฟูสกุล (2546, หน้า 43-48) ได้นิยามอัตลักษณ์อีกมุมมองหนึ่งว่า เป็นกระบวนการที่ปัจเจกต่อรองตั้งคำถามหรือปฏิเสธตำแหน่งที่ทางสังคมที่ถูกยึดเหนี่ยวให้ การปฏิเสธอาจไม่จำเป็นต้องหมายถึงการต่อต้านตรง ๆ หรือสร้างอัตลักษณ์ตรงข้ามขึ้นมา โดยพลิกสร้างนัยของความหมายใหม่ขึ้นมาแทนและอัตลักษณ์ยังหมายถึงการให้ความหมายของคนหรืออะไรบางอย่างว่าไม่มีลักษณะเฉพาะคงอยู่ ไม่เปลี่ยนแปลง ไม่สามารถที่จะสรุปคนหรือสิ่ง ๆ นั้นแบบขาว-ดำ หรือถูก-ผิดได้ แต่ให้ความหมายตัวตนของคนหรือสิ่งนั้น ๆ ในลักษณะที่มองว่ามีการสร้าง (Construct) การผลิตซ้ำ (Reconstruct) การรื้อสร้าง (Deconstruct) เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา แนวคิดเรื่อง “สินค้าทางวัฒนธรรม” (Commoditization of Culture) ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ Boudrillard (1981, อ้างใน สภางค์ จันทวานิช, 2552, หน้า 304-308 ; อ้างใน พัฒนากิติอาษา, 2546, หน้า 28-30) และได้นำเอาแนวคิด “การทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า”

ของอานันท์ กาญจนพันธ์ (2549, หน้า 27-28) มาอธิบายร่วมกันเกี่ยวกับทุนนิยมและวัฒนธรรม จากภาวะความทันสมัยเชื่อมต่อกับยุคหลังความทันสมัย ในส่วนแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่วัฒนธรรมถูกทำให้เป็นสินค้าว่า คุณค่าสินค้าวัฒนธรรมจะเน้นการสร้างมูลค่าทางจิตใจของวัฒนธรรม และเป็นการทำให้สินค้านั้นผูกอยู่กับอุดมคติที่ตายตัวและไร้ชีวิตชีวา วัฒนธรรมฝังอยู่ในตัวสินค้าเชิงสัญลักษณ์ เช่นเดียวกันกับการเป็นทาสของมายาคติ (Fetishism)

ดังปรากฏการณ์บ้านภู จัดกิจกรรมท่องเที่ยวนอกจากเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมเป็นสินค้าวิถีชีวิตแล้วหน่วยงานระดับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัด อำเภอยังได้ส่งเสริมแนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry) นอกจากนี้ยังมี รัชสรรค์ ณะพรพันธ์ (2539, หน้า 1) กล่าวเพิ่มเติมว่าสินค้าทางวัฒนธรรม คือ สินค้าและบริการที่วัฒนธรรมฝังตัวเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าหรือบริการนั้นการที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการใดมาบริโภคก็ตามสิ่งที่ผู้บริโภครับมาไม่ใช่เฉพาะตัวสินค้าแต่ยังได้วัฒนธรรมที่ฝังตัวในสินค้าหรือบริการนั้นมาด้วยทำให้เกิดความแตกต่างของสินค้าและบริการ (Product Differentiation) ทั่วไปปกติ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการของสินค้าและบริการ การทำวัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าในแต่ละพื้นที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในหลายรูปแบบ ทั้งในแง่ลบและแง่บวกโดยประเด็นด้านคุณค่าและมูลค่ายังคงเป็นแกนกลางหลักในการถกเถียง แต่ในปัจจุบันองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ได้สร้างความเข้าใจอย่างลึกซึ้งใน “จิตวิญญาณของพื้นที่” (Spirit of Place) ซึ่งให้เห็นว่าแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นกระบวนการทัศน์และทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยว (วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2554, หน้า ๓; หน้า 76-78)

ขณะเดียวกันผู้วิจัยได้นำแนวคิดที่เกี่ยวข้องเรื่อง แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของ Theodor Adorno และ Max Horkheimer (1995) มาปรับใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการทำ “วัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้า” พื้นที่ลานวัฒนธรรมและฐานการเรียนรู้ในบริบทการจัดการท่องเที่ยว ชาวบ้านภูโดยเฉพาะอาจารย์ถวัลย์ ผิวซ่า ประธานกลุ่มโฮมสเตย์สร้าง รื้อสร้าง และผลิตซ้ำสินค้าทางวัฒนธรรม ตลาดการท่องเที่ยวตลอดจนกระบวนการรื้อฟื้นและการนำเสนอมรดกทางวัฒนธรรมในอดีตให้กลายเป็นสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการในการบริโภคความเป็นวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรมซึ่งเขาและเธอได้เขียนหนังสือร่วมกันเรื่อง The Dialectic of

Enlightenment กล่าวถึงอุตสาหกรรมวัฒนธรรม เป็นกระบวนการทำอุตสาหกรรมของการผลิตวัฒนธรรมมวลชนและระบบการค้าขายโดยวิเคราะห์สิ่งประดิษฐ์ทางวัฒนธรรมในบริบทของการผลิต (Theodor Adorno and Max Horkheimer, 1995, pp. 11–15) และ Appadurai ได้ไว้ให้เพิ่มเติมอีกว่าการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกระบวนการเปลี่ยนวัฒนธรรมเป็นสินค้าเกิดจากความต้องการบริโภคหรืออุปสงค์ (Demand) เป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจและการเมืองของสังคมมนุษย์ ดังนั้นนอกจากจะเป็นความปรารถนาของมนุษย์ที่ไม่อาจจะบุบได้มาแล้วความต้องการบริโภคยังมีสถานะเป็นองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญต่อปฏิบัติการและการจัดความสัมพันธ์เชิงอำนาจในสังคม เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ส่งผลต่อความต้องการบริโภคสินค้าของคนเราในปัจจุบัน (Appadurai, 1986, p. 29) ส่วนคายนส์ ให้ไว้ว่าพื้นที่ทางสังคมร่วมกันภายใต้พลวัตทางเศรษฐกิจของ “ทุน” จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสากลเงื่อนไขแห่งสินค้าทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการรื้อฟื้นและประดิษฐ์สร้างประเพณีวัฒนธรรม (Re-Inventing of Tradition) ทำให้อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ “ชุมชน” ดำรงอยู่และดำเนินการเป็น “เวทีแห่งการรื้อฟื้นและประดิษฐ์สร้างทางวัฒนธรรมประเพณี” ที่มีความหมายกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อจัดแสดงจำหน่ายและบริการให้กับนักท่องเที่ยวผู้เดินทางเข้ามาบริโภค “วิถีชีวิตและอัตลักษณ์สินค้าทางวัฒนธรรม” เป็นพื้นที่ทางสังคมใหม่ (New Social Space) มีความเปลี่ยนแปลงที่แตกต่างจากอดีตอย่างมีนัยสำคัญชาร์ลส์เอฟ. คายนส์ (อ้างใน ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์, 2551 หน้า 283) กระบวนการกลายเป็นสินค้า เป็นการศึกษานิวประวัติศาสตร์ของโดยมองสิ่งของในฐานะสิ่งสร้างทางวัฒนธรรมที่ถูกนิยามให้มีความหมายเฉพาะเจาะจงและได้รับการจัดจำแนกหรือยกเลิการเป็นวัตถุหรือสินค้า “สินค้า” จึงเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ทั่วไปการดำรงอยู่ของสินค้าเกิดขึ้นควบคู่ไปกับการซื้อขายแลกเปลี่ยนสิ่งของทั้งที่เป็นวัตถุและบริการ (ทวิช จตุวรรพฤกษ์, 2551, หน้า 178–179)

2.5 อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้านการท่องเที่ยว

นโยบายและกิจกรรมของภาครัฐต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้นำเสนอสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความเป็นชาติพันธุ์ด้วย เช่น การจัดงาน “ชุมชนม่วนเผ่าไทยมุกดาหาร มะขามหวานชายโขง” ที่จัดขึ้นในเดือนมกราคมของทุกปีที่จังหวัดมุกดาหาร และจัดงาน “วันผู้ไทโลก” จัดขึ้นในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี ซึ่งเป็นการหมุนเวียนการจัดงานในสามจังหวัดคือ นครพนม สกลนครและมุกดาหาร (อภิวัฒน์ บัวหัทธิตี, 2550, หน้า 54–56) หรือ

การแสดง แสง – เสียงชุด “อาซ่า – คนภูเขา” จัดขึ้นที่จังหวัดเชียงราย (ชนิษฐา พอนอ่วม, 2551, หน้า 21)

ในปี พ.ศ. 2558 รัฐบาลดำเนินการด้วยการสร้างอัตลักษณ์ของความเป็นไทย เพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ประกาศให้เป็นปีแห่งการท่องเที่ยววิถีไทย “2015 Discover Thainess” และโครงการ “Dream Destination 2015 กาลครั้งนั้น ... ความฝันผลิบาน” และพัฒนาอัตลักษณ์และวิถีชีวิตท้องถิ่นการท่องเที่ยวเส้นทางดอกไม้ 22 เส้นทางทั่วประเทศ (ภราเดช พยัทธิเชียร, 2549, หน้า 3) ศรีศักร กล่าวว่าการเคลื่อนไหวของการท่องเที่ยวในปัจจุบันนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการระหว่าง การท่องเที่ยวแบบมวลชน ที่เน้นการตลาดตามแบบเศรษฐกิจแบบทุนเสรีนิยมในกระแส โลกาภิวัตน์ได้ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม จึงได้เกิดแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยว แบบยั่งยืนขึ้น โดยใช้ทรัพยากรทางปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาจัดการร่วมกัน (ศรีศักร วัลลิโภดม, 2552, หน้า 43–48) ดังนั้นการสร้างอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Identity Tourism) เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ที่แสดงถึงการสร้าง การตีความผ่านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (Pitchford, 2008) ซึ่งแนวคิดอัตลักษณ์กับการท่องเที่ยว เป็นแนวคิดที่ถูกนำมาใช้เพื่อเป็นการส่งเสริม กิจกรรม ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว “อัตลักษณ์” เป็นภาพแสดงความจริง เป็นสิ่งถูกสร้างและรับรู้ขึ้นโดยกลุ่มคนกลุ่มหนึ่ง ทั้งที่เป็นกลุ่มคนที่อยู่ในพื้นที่และกลุ่มคน ภายนอก ดังนั้นอัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง

การสร้างอัตลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเปิดตัว ตลาดท่องเที่ยวระยะแรก ๆ เมื่อปี พ.ศ. 2503 ได้จัดพิมพ์หนังสือ ‘Holiday Time in Thailand’ และจดหมายข่าว อสท. (นิตยสารท้องถิ่น) โครงการ Visit Thailand Year ในปี พ.ศ. 2530 เป็นแคมเปญที่ทำให้เกิดคล้าย ๆ กัน เช่น Visit Malaysia Year, Visit Lao Year รวมถึงในภูมิภาคอื่นในโลกต่อมาช่วงปี พ.ศ. 2545 ถึง ปัจจุบันรัฐบาลกำหนดฐานะ ประเทศไทยเป็น “สวรรค์บนดิน” รัฐบาลจัดทำแคมเปญด้านการตลาดต่างประเทศ มากมายคล้ายคลึงกับ ‘The World Our Guest’ โดนในช่วงแรกเนื้อหายังเป็น “Amazing Thailand” สโลแกนของแคมเปญในปัจจุบันเป็น ‘Happiness on Earth’ ส่วนตลาดใน ประเทศก็ดำเนินการเช่นเดียวกัน แคมเปญว่า ‘เที่ยวเมืองไทย ไปได้ทุกเดือน 2545’ ต่อมาได้เปลี่ยนเป็น ‘Unseen Thailand’ แคมเปญใหม่ได้เปิดตัวในทุก ๆ ปี เช่น เที่ยวเมืองไทยไม่ไปไม่รู้ และวันเดียวเที่ยวสนุก (ภราเดช พยัทธิเชียร, 2549, หน้า 1–13)

อย่างไรก็ตามแต่งงานวิจัยชิ้นนี้ ได้ยึดโยงองค์ประกอบอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ จากงานศึกษาหลายคน อาทิ งานศึกษาของรัฐจวนได้ให้ไว้ว่า อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ประกอบด้วย 1) ด้านอาหาร 2) ด้านภาษา 3) ด้านการแต่งกาย 4) ด้านกิจกรรมประเพณี 5) ด้านสภาพแวดล้อมตามสภาพภูมิศาสตร์ อากาศและพืชพันธุ์ไม้ 6) ด้านบุคลิกลักษณะ และวิถีชีวิต 7) ด้านสถาปัตยกรรม 8) ด้านจิตรกรรมและประติมากรรม 9) ด้านบุคลิกลักษณะและวิถีชีวิต 10) ด้านอื่น ๆ เช่น หัตถกรรมพื้นบ้านการจัดการท่องเที่ยวและการแพทย์แผนไทย (รัฐจวน ประวัติเมือง , 2556, หน้า ก-ข) และงานศึกษาของสมเกียรติได้ให้ไว้เพิ่มเติมว่า การจัดหมวดหมู่ของอัตลักษณ์ของชาวผู้ไทได้ตาม ลักษณะและองค์ประกอบอัตลักษณ์ ได้แก่ 1) ด้านการตั้งถิ่นฐานและลักษณะที่อยู่อาศัย 2) ด้านโครงสร้างทางสังคม ประกอบด้วย ด้านสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ ด้านการประกอบอาชีพและการทำมาหากิน ด้านครอบครัวและสังคม 3) ด้านวิถีชีวิต สังคม เศรษฐกิจและความสัมพันธ์ 4) ด้านคุณธรรม 5) ด้านวัฒนธรรม และค่านิยม อาทิ ภาษา การแต่งกาย อาหาร ศิลปะ ความเชื่อ พิธีกรรมและระเบียบประเพณี การจัดการท่องเที่ยว (สมเกียรติ สัจจารักษ์, 2554, หน้า ค-ง)

สรุปจากแนวคิดข้างต้น อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ เป็นการสร้างสัญลักษณ์และเป็นการให้ค่าสิ่งที่ชาวบ้านได้สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองแก่ผลประโยชน์ของตน ทำให้เห็นถึงการมีอำนาจของคนกลุ่มนั้นในสังคมผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวนำไปใช้ในศึกษาครั้งนี้ คือ ชาวบ้านสำนึกความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท รวมทั้งการนิยามความเป็นตัวตนของชาวบ้าน ด้วยกระบวนการสร้างสัญลักษณ์หรือการเลือกใช้สัญลักษณ์ที่บ่งบอกความเป็นชาวผู้ไทบ้านภู โดยกระบวนการอัตลักษณ์ อาทิ การสร้างเป็นการประดิษฐ์ของใหม่ขึ้นมาใช้การหรือสร้างเป็นการนำของเก่ามาใช้หรือปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เข้ามากระทบ และการผลิตซ้ำ เป็นการทำสิ่งของที่มีอยู่มาผลิตใหม่ผลิตตามความต้องการของผู้ซื้อสินค้าและบริการ นอกจากนี้ยังนำเสนอในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตามกระบวนการนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทบ้าน เริ่มตั้งแต่ สำนึกความเป็นผู้ไทบ้านภู การนิยามความเป็นผู้ไท การสร้างและคัดเลือกสัญลักษณ์ สุดท้าย การนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทของชาวบ้านภูในบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ ที่ชาวบ้านร่วมกันบริหารจัดการในรูปแบบของสินค้าและบริการ

3. แนวคิดเกี่ยวกับเรื่อง “พื้นที่” (Space)

แนวคิดเรื่องพื้นที่ พูโกบอกว่าแม้ทุกวันนี้ “พื้นที่” จะปรากฏตัวในฐานะเป็นประเด็นของการสร้างขอบเขตความสนใจทฤษฎีหรือระบบต่าง ๆ หากว่ามันไม่ใช่นวัตกรรมใหม่แต่อย่างใดเพราะว่าพื้นที่ด้วยตัวมันเองนั้นมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนานในประสบการณ์ของตะวันตกโดยมีการเชื่อมประสานกันของ “เวลา” กับ “พื้นที่” จะเกี่ยวข้องกับชีวิตของผู้คนซึ่งพูโกเรียกว่า “พื้นที่ของการจัดวาง” (Space of Emplacement) ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ (Sacred) พื้นที่สาธารณ (Profane) หรือพื้นที่ซึ่งได้รับการปกป้อง (Protected) และพื้นที่เปิด (Open) หรือพื้นที่เมืองกับพื้นที่ชนบทและในทางทฤษฎีจักรวาลวิทยาก็ยังมีพื้นที่เหนือสวรรค์ (Supercelestial) กับพื้นที่สวรรค์ (Celestial) และพื้นที่สวรรค์ที่ตรงข้ามกับพื้นที่ธรรมดาโลก (Terrestrial) เป็นต้น เพื่อใช้ในการมองหมู่บ้านในบริบทสังคมและวัฒนธรรมชุมชน รวมทั้งด้านพื้นที่ เวลา ระบบความสัมพันธ์ทางสังคม และการเข้ามาจัดการพื้นที่ของชาติและคนในชุมชน เรียกว่า “ชุดความสัมพันธ์” ต่าง ๆ ที่ถูกกำหนดไว้แล้ว

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Henri Lefebvre (1991, pp. 14–22) และ Michel Foucault (1984 ; 2003, pp. 34–42) รวมทั้งแนวคิดพื้นที่ของนิธิ เอียวศรีวงศ์ (2538, หน้า 130–149) และ อานันท์ กาญจนพันธุ์ (2548, หน้า 86–92) ที่มองพื้นที่กับคนในลักษณะแบบวัฒนธรรมไทยและอีกส่วนหนึ่งของการวิเคราะห์จะมุ่งเน้นในวิถีชีวิตของชาวบ้านที่ได้รับผลกระทบจากการที่ภาครัฐเข้ามาจัดการพื้นที่ แล้วนำไปสู่วิธีการคิดและวิธีการปรับตัวเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงเรื่องการใช้พื้นที่โดยนำแนวคิดทฤษฎีเรื่อง วิธีคิดระบบความคิดและกระบวนการคิดของมนุษย์ในงานของ อานันท์ กาญจนพันธุ์ (2548) และแนวคิดเรื่อง “สิทธิ” ของ ธเนศ อาภรณ์สุวรรณ (2549) มาร่วมวิเคราะห์ด้วย ทั้งนี้ประเด็นเรื่อง วิธีคิดและการปรับตัวในการใช้พื้นที่ของชาวบ้านที่นำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ทำความเข้าใจในบริบทของชาวบ้านตั้งแต่การเข้ามาอยู่อาศัยด้วยการทำมาหากินของชาวบ้านที่มีความสัมพันธ์กับพื้นที่ จนกระทั่งภาครัฐเข้ามาจัดการในพื้นที่ที่สำคัญชาวบ้านได้นำเอา พื้นที่ทางสังคม พื้นที่ทางกายภาพและพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ มากำหนดเป็นเครื่องมือและเงื่อนไขสร้างความสัมพันธ์ทางชาติพันธุ์ นำไปสู่การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วย

Henri Lefebvre ได้อธิบายว่า พื้นที่ คือ “ผลผลิตจากการให้ความหมายของ ผู้คนในสังคม” เป็นความหมายหรืออัตลักษณ์ที่ถูกสร้างให้กับพื้นที่หนึ่ง ๆ นั้นเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ของพื้นที่ทั้งสาม ประกอบด้วย พื้นที่กายภาพ (Physical Space) พื้นที่ภายใน จินตนาการ (Mental Space) และพื้นที่ทางสังคม (Social Space) อย่างไรก็ตามความหมายของพื้นที่ เป็นสิ่งที่ไม่ตายตัว มนุษย์ได้สร้างความหมายใหม่ให้กับพื้นที่ตลอดเวลาเพื่อเป็นเป้าหมายในการยึดครองและครอบงำตลอดจนใช้เป็นเครื่องมือในการโต้ตอบต่อรอง และขัดแย้งอำนาจที่เกิดจากความขัดแย้งเรื่องผลประโยชน์บนพื้นที่ การใช้พื้นที่ที่มีความทับซ้อนกัน แต่ไม่ใช่ความขัดแย้งหรือแสดงความสัมพันธ์อะไรบางอย่าง เป็นต้น

ในชีวิตประจำวันของคนในสังคมจึงเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับความสัมพันธ์เชิงอำนาจของพื้นที่หรือการต่อสู้ช่วงชิงในการให้ความหมายกับพื้นที่รอบตัวที่เรียกว่า “การเมืองเรื่องพื้นที่” (Politics of Space) อย่างมากอย่างไรก็ตามในงานเขียนหนังสือ The Production of Space ของ Henri Lefebvre (1991) ถือว่าเป็นความพยายามเป็นงานสำคัญเกี่ยวกับ “เมือง” และการตั้งคำถามเกี่ยวกับ “พื้นที่” ในช่วงระยะเวลา 1964–1978 ความคิดของ Lefebvre ผ่านการนำเสนอเรื่องสังคมและทฤษฎีพื้นที่โดยแบ่ง “วิวัฒนาการของความเป็นเมือง” เป็นส่วนหนึ่งของแผน “การพัฒนาเศรษฐกิจ” กับ “การพัฒนาความเป็นเมือง” ที่เป็นวิวัฒนาการของพื้นที่และเป็นเสียงสะท้อนของการวิพากษ์การศึกษาความเป็นเมืองและภูมิศาสตร์จากงานดังกล่าว Lefebvre ได้แบ่งการศึกษา “พื้นที่” (Types of Space) ออกเป็น 3 ประเภทด้วยกันคือ พื้นที่ทางกายภาพ (Physical Space) พื้นที่ภายใน จินตนาการ (Mental Space) พื้นที่ทางสังคม (Social Space) (Lefebvre, 1991, P. 14) Lefebvre ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า พื้นที่ เป็นอาณาบริเวณที่สิ่งต่างๆ มาปะทะประสานกัน อย่างหลากหลายเรียกว่า “พื้นที่สาม” (Third Space) อันได้แก่ พื้นที่ที่หนึ่ง (First Space) คือพื้นที่ทางกายภาพในความหมายของพื้นที่อันมีอยู่จริงของโลกในเชิงวัตถุ (Real Material World) กับพื้นที่ที่สอง (Second Space) เป็นพื้นที่ทางจิตใจอันเกิดจากการตีความ (Conceived Space) ในความหมายของพื้นที่จากการตีความผ่านจินตนาการแทนความจริงของพื้นที่ (Imagined Representation of Spatiality) การมองพื้นที่ที่สาม (Third Space) ของ Lefebvre จึงเป็นการมอง “พื้นที่” ในฐานะสิ่งประดิษฐ์สร้างทางสังคม (Social Construct and Place Making) ที่ประจักษ์ด้วยความหมาย (Coded Space) ที่เกี่ยวข้อง และเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของคนในสังคม

นอกจากนี้สุธาาริน ได้เพิ่มเติมว่า เรื่องพื้นที่ ไม่ได้เป็นเพียงฉากที่ว่างเปล่า และหยุดนิ่ง เพื่อรองรับปรากฏการณ์ทางสังคมอีกต่อไป แต่กลับเป็นตัวกำหนดและมีปฏิสัมพันธ์กับปรากฏการณ์ทางสังคม (สุธาาริน คุณผล, 2546, หน้า 46-49) ฉะนั้นการศึกษาเรื่อง “พื้นที่” (Space) จึงไม่ใช่การศึกษาตัวพื้นที่แต่เป็นการศึกษากระบวนการขั้นตอนและรายละเอียดในการผลิตหรือสร้างพื้นที่ขึ้นมาที่มีความหมายต่อการดำรงชีวิตของคนในสังคมพื้นที่จึงไม่ใช่เรื่องหยุดนิ่งตายตัวและเป็นธรรมชาติแต่มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเป็นพื้นที่ทางการเมือง (Political Space) แบบหนึ่งเป็นการเมืองของพื้นที่ (The Politics of Space) และเป็นพื้นที่ของการเมือง (The Space of Politics) ที่สังคมแต่ละยุคแต่ละสมัยพากันผลิตสร้างหรือกำหนดขึ้นพื้นที่แต่ละแบบแต่ละยุคสมัยจึงมีปฏิบัติการจารีตว่าด้วยพื้นที่ (Spatial Practices and The Practices of Space) แตกต่างกันไป (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฟาร, 2545, หน้า 186)

ดังนั้น “พื้นที่” จึงถูกแปลความหมายใหม่ที่ไม่ใช่สิ่งตายเฉื่อยชาหรือเป็นวัตถุกระทำ (Object) แต่มีรูปร่างและมีชีวิตพื้นที่จึงมีชีพจรเต้นได้ไหลได้ปะทะหรือขัดแย้งกันกับพื้นที่อื่น ๆ ได้พื้นที่ได้รับการอธิบายว่าเป็นสิ่งเคลื่อนไหวที่ยิ่งใหญ่มีจังหวะที่กว้างขวางมีคลื่นที่มโหฬารซึ่งทั้งหมดขัดแย้งกันปะทะกันและรบกวนกับสิ่งอื่นได้ทุกพื้นที่จึงถูกกีดขวางด้วยกระแสมากมายในปัจจุบันซึ่งความจริงทางสังคม (Social Reality) บางอย่างได้สร้างขึ้นก่อนที่มันจะถูกสร้างขึ้นการสร้างหรือสร้าง และผลิตซ้ำเป็นไปตามกฎเกณฑ์ที่กำหนดไว้จากหนึ่งแบบไปสู่อีกแบบหนึ่งส่งผลให้มีการสร้างพื้นที่ใหม่ (Merrifield, 2006, pp. 105-107) อັตลักษณ์เป็นผลของการเปิดพื้นที่ในการนำเสนออັตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่ถูกสร้างขึ้นมาจากการให้ความสำคัญกับการนำเสนอประสบการณ์และวิถีคิดของมนุษย์มาประยุกต์ใช้อย่างสอดคล้องกับปรากฏการณ์ที่ซับซ้อนและมีพลวัต และ “การสร้างภาพตัวแทนความจริง” เป็นยุทธวิธีของการเปิดพื้นที่ที่แสดงถึงการไม่ยอมจำนนต่อพลังการครอบงำของอำนาจรัฐและกระแสโลกาภิวัตน์ (Hall, 1997, pp. 23-25)

สรุปจากการศึกษาแนวคิดเรื่องพื้นที่ ‘Space’ ดังกล่าว เห็นว่า เป็นการอธิบายโครงสร้างทางสังคมและความสัมพันธ์ทางสังคม ผู้วิจัยใช้แนวคิดเรื่องพื้นที่เป็นมุมมองสภาพการจัดการท่องเที่ยว การจัดวางพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงการประดิษฐ์สร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่ถูกสร้าง การทับซ้อน การต่อสู้อันซับซ้อน ขัดแย้ง และยอมรับ ซึ่งพื้นที่ให้ความถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจในสังคมขณะเดียวกันพื้นที่ใช้มองดูวิธีการจัดการชุมชน ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติ หรือเหนือธรรมชาติ เช่น ความเชื่อ

เรื่องผืนนอกจากนี้พื้นอธิบายปัญหาอุปสรรค การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและคนนอกชุมชน และการทำความเข้าใจในวิถีชีวิตความเป็นอยู่ชาวบ้านภู ผลผลิตจากพื้นที่เป็นเครื่องมือและเงื่อนไขกำหนดความสัมพันธ์ความเป็นชาติพันธุ์ สภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทบ้านภู อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทกับการบริหารการพัฒนาในบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว

4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

คำว่า “วัฒนธรรม”(Culture) จากงานศึกษาของปานแพร ให้ไว้ว่า เป็นผลรวมการสั่งสมสร้างสรรค์และภูมิธรรม ภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดสืบต่อกันมาของสังคม (ปานแพร เชาว์ประยูร, 2555, หน้า 42) นักมานุษยวัฒนธรรมได้อธิบายคำว่า วัฒนธรรม เป็นการผสมผสานของความหมายหลายอย่าง โดยมีธรรมชาติของความเป็นจริงได้ถูกค้นมาและดำรงรักษาไว้ โดยประชาชนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง อีกนัยหนึ่งเป็นการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมเป็นไปอย่างมีสุขและพึงพอใจ (นิศา ชัชกุล, 2551, หน้า 18) อีกทั้งการท่องเที่ยวได้นำเอาวัฒนธรรมมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวที่สนใจจะเรียนรู้วัฒนธรรม มรดกทางประวัติศาสตร์เยี่ยมชมงานสถาปัตยกรรม ทัศนกรรม และสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ตลอดจนภูมิปัญญา (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2553, หน้า 25-36) การท่องเที่ยวโดยชุมชนของบ้านภู เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของมนุษย์ (Ethnic Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้ รับประทานการณ์ตรงจากการสัมผัสกับวัฒนธรรมที่แท้จริงของชนชาติต่าง ๆ อย่างใกล้ชิด (สุนิสา ฉันทวีรัตน์โยธิน, 2546, หน้า 8-9) การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ อาจทำให้กลุ่มชาติพันธุ์ถูกมองว่าเป็นสินค้า การท่องเที่ยวถูกทำให้เป็นธุรกิจการค้าประเภทหนึ่งและนำมาสู่สินค้าทางวัฒนธรรม ซึ่ง Crick กล่าวว่า ภาวะของการเป็นสินค้า (Commoditization) เป็นเรื่องพื้นฐานของการท่องเที่ยว การพัฒนาของทุนวัฒนธรรมที่มีลักษณะเป็นสินค้า ซึ่งสินค้าทางวัฒนธรรมอาจจะเป็นรูปแบบในการดำรงชีวิต การแต่งกาย การแสดงพื้นบ้านหรือประเพณีพิธีกรรม (Crick, 2002, P. 40)

งานศึกษาของ Cohen ชี้ให้เห็นถึงการนำเสนอความทรงจำและประสบการณ์ในชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ผ่านตัวสินค้าด้วยงานผ้าปักของม้งเป็นสินค้าขายดี และลายปัก

แบบโบราณถูกแทนที่ด้วยลวดลายแบบใหม่ที่แสดงภาพชีวิตของพวกเขา วิธีชีวิตประจำวัน และความรู้สึกในชีวิตจริงได้รับการถ่ายทอดลงบนผ้าที่เป็นสินค้า (Cohen, 1984, P. 380) นอกจากนี้การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ที่ปรากฏการณ์โลกาภิวัตน์เปิดพื้นที่ให้ผู้คนได้มีอำนาจในการต่อสู้ต่อรองและช่วงชิงความหมายภายใต้สถานการณ์และบริบทที่แตกต่างกันไป ดังงานศึกษาของ Wood เรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในบาห์ลี พบว่า กลุ่มผู้นำศาสนาฮินดูในท้องถิ่นใช้ช่วงที่วัฒนธรรมของพวกเขากลายเป็นสินค้ามาต่อรองกับรัฐเพื่อใช้กฎหมายบังคับให้คนในท้องถิ่นปฏิบัติตามข้อบังคับทางศาสนาและให้แยกการปกครองระดับท้องถิ่นระหว่างสายบริหารของรัฐกับผู้นำศาสนา (Wood, 1984, P. 370) อย่างไรก็ตามการศึกษางานชิ้นนี้ผู้วิจัยนำเสนอการท่องเที่ยวอธิบายตามลำดับ ดังนี้

1. ความหมายและพัฒนาการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

มีผู้ให้คำนิยามการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

จำนวนมาก อย่างไรก็ตามคำนิยามเหล่านั้นมักจะเกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยว ผู้ท่องเที่ยว ตัวแทนองค์กร และผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงบวกและลบ

การให้คำนิยามที่เน้นสถานที่และผลกระทบของการท่องเที่ยว อาทิเช่น

Fennell ให้ไว้ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวตามชนบทนอกเมืองเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นสัมผัสทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม ในสภาพแวดล้อมที่ท้องถิ่นนั้นคงอยู่โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม (Fennell, 1999, p. 26) สอดคล้องกับ Kinnaird and Hall กล่าวว่า เป็นพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นธรรมชาติในเมืองหรือในหมู่บ้านชนบทก็ได้ ต้องให้การศึกษาแก่นักท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเกื้อหนุนให้เกิดการกระจายรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นแต่ต้องไม่ทำให้เกิดการซื้อขายวัฒนธรรม โดยคนท้องถิ่นผลิตวัฒนธรรมเป็นสินค้าขายให้แก่นักท่องเที่ยว (Kinnaird and Hall, 1994, pp. 18–19)

นอกจากนี้หนังสือ Irish Tourists Board ให้คำนิยามที่เน้นวัตถุประสงค์และสิ่งที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ อาทิ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสนองตอบความตั้งใจและความสนใจทั้งหมดหรือบางส่วนอันเป็นการเพิ่มความปิติยินดี พึงพอใจของคนที่มีต่อแหล่งทรัพยากรทางวัฒนธรรม (Irish Tourists Board, 1995, p. 23) การเคลื่อนไหวของผู้คนที่เกิดขึ้นจากปัจจัยกระตุ้นทางด้านวัฒนธรรม เช่น การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Study Tour) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมกับงานศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล การเข้าเยี่ยมชมอนุสรณ์สถาน การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษาธรรมชาติ หรือขนบธรรมเนียมความเชื่อที่สืบทอดกันมาของชุมชนท้องถิ่น (World Tourism Organization, 1995, P. 23)

การให้คำนิยามที่เน้นการเรียนรู้ที่ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับ อาทิเช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเดินทางเพื่อศึกษาและเรียนรู้ถึงวิถีทางการดำเนินชีวิต ประวัติศาสตร์ ศิลปะ และเทศกาลงานประเพณีต่าง ๆ ทั้งที่มีมานานแล้วและที่จัดขึ้นเป็นการเฉพาะ (Swarbrooke, 2002, pp. 306–308) สอดคล้องกับ Lickorish and Jenkins ได้ให้คำนิยามคล้ายกันว่าเป็นการเข้าไปสัมผัสกับประเพณี และแบบแผนการดำเนินชีวิตที่มีอัตลักษณ์เฉพาะของสังคมนั้น (Lickorish and Jenkins, 1997, pp. 76–79)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีพัฒนาการให้มีความสำคัญมากขึ้นตามลำดับ จากสองทศวรรษย้อนหลังจนถึงปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต โดยเฉพาะในกระแสการท่องเที่ยวของโลกในศตวรรษที่ 21 ที่กระแสการอนุรักษ์ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นมาตรการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่รักษาสีเขียวหรือ Green Tourism (จำไพพรรณ แก้วสุริยะ, 2544, หน้า ก-ข) ส่วนหลักการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ 1) เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่า ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว นั้น 2) เป็นการปลูกฝังสร้างจิตสำนึกคนในชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความรักหวงแหน รักษา 3) เป็นการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว และ 4) เป็นการเคารพวัฒนธรรมเพื่อนบ้านหรือชุมชนอื่น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา, 2557, หน้า 211– 222)

2. องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน

การบริหารและจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน จากงานศึกษาของจำไพพรรณ ได้กำหนดไว้ว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน มีคุณลักษณะ ประกอบด้วย

- 1) มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ดั้งเดิมเฉพาะถิ่น ร่มรื่น สะอาด 2) มีความพร้อมด้านการจัดสิ่งบริการอำนวยความสะดวก 3) มีศูนย์ข้อมูลอำนวยความสะดวกเบื้องต้น 4) มีการจัดทำเส้นทางศึกษาวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ทั้งนี้คำนึงถึงนักท่องเที่ยวสูงอายุและพิการด้วย 5) มีป้ายสื่อความหมายเส้นทางศึกษาสถานที่เป็นระยะ ๆ 6) มีแผนที่และคู่มือนำเที่ยวประกอบป้ายสื่อความหมาย 7) มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ 8) มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่น 9) มีการบริหารจัดการพื้นที่ร่วมประชาคมในท้องถิ่น 10) มีนโยบายและแผนการจัดการท่องเที่ยวทั้งระบบ 11) มีแผนพัฒนาบุคลากรและบริการสู่มาตรฐานสากล 12) หากมีที่พักแรมต้องรักษาสีเขียวและวัฒนธรรมท้องถิ่น และ 13) มีการตรวจสอบผลกระทบ ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว (จำไพพรรณ แก้วสุริยะ, 2543, หน้า 12–15)

องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อาทิ ศิลปะ หัตถกรรม ดนตรี ภาษา วิถีชีวิต ประเพณี และประวัติศาสตร์ (ปานแพร เซาว์นประยูร, 2555, หน้า 43-44) สอดคล้องกับบุญเลิศ ให้ไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ประกอบด้วย 1) ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ 2) โบราณคดีและพิพิธภัณฑสถาน 3) งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิม 4) ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้นและแกะสลัก 5) ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา 6) ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ 7) ภาษาและวรรณกรรม 8) วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย อาหาร 9) ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน เทศกาลต่าง ๆ และ 10) ลักษณะงานและเทคโนโลยี ภูมิปัญญาท้องถิ่น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 61-62)

3. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กระทรวงวัฒนธรรม ได้จัดประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ คือ

- 1) มรดกโลก เป็นสิ่งที่ปกป้องถึงคุณค่าของสิ่งที่มนุษยชาติหรือธรรมชาติสร้างขึ้นมา ควรแก่การอนุรักษ์ปกป้องให้ตกทอดไปยังชนรุ่นหลังและเป็นสิ่งที่ทุกคนในโลกปัจจุบันนี้เป็นเจ้าของร่วมกัน แบ่งออกเป็น (1) มรดกแห่งความทรงจำของโลก (2) มรดกโลกทางวัฒนธรรมและ (3) มรดกโลกทางธรรมชาติ 2) อุทยานประวัติศาสตร์ 3) พิพิธภัณฑสถาน เป็นหน่วยงานที่ไม่หวังผลกำไร เป็นสถาบันที่ถาวรในการรวบรวม สงวนรักษา ศึกษาวิจัย สื่อสาร และจัดแสดงนิทรรศการให้บริการแก่สังคมเพื่อการพัฒนา โดยมีความมุ่งหมายเพื่อการค้นคว้าการศึกษา และความเพลิดเพลิน โดยแสดงหลักฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับมนุษย์และสภาพแวดล้อม 4) แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น 5) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เกิดจากสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติและงานศึกษาของฉัตรเฉลิม ให้ไว้ว่า ประเภทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย 1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) 2) การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) 3) การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism/Village Tourism) 4) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) และ 5) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation Tourism) (ฉัตรเฉลิม องอาจฐานศาล, 2550, หน้า 43-48) และบุญเลิศ และคณะ ให้ไว้ว่า 1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ 2) การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี 3) การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท 4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และสันทนาการ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา, 2557, หน้า 222- 223)

4. นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

นักท่องเที่ยวมีคุณสมบัติที่สำคัญ คือ 1) เป็นเดินทางไปท่องเที่ยวยังท้องถิ่นใดแล้วก็มีความประสงค์ที่จะสร้างสัมพันธภาพร่วมกันและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันกับชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ 2) เป็นผู้ที่ใฝ่รู้ใฝ่เรียน เพื่อเพิ่มคุณค่าในการท่องเที่ยว เพิ่มพูนคุณภาพชีวิตเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมของผู้คน และระบบนิเวศของท้องถิ่นนั้น ๆ 3) เป็นผู้มีความประทับใจ ตื่นเต้นซาบซึ้งและแปลกใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้ไปชม 4) เป็นผู้มีอาชีพมั่นคงมีความต้องการความปลอดภัยต่อการเดินทางต้องการที่พักสะอาด ต้องการอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และ 5) เป็นผู้มีจิตสำนึกต่อการรักษาคุณค่าคุณภาพสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น อีกทั้งยังมีความห่วงใยต่อการเกิดผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา, 2557, หน้า 222)

5. ทูทางวัฒนธรรม

ทูทางวัฒนธรรมเกิดจากพัฒนาแนวคิดของคาร์ล มาร์กซ ซึ่งกาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, (2551, หน้า 69-71) เห็นว่า ทูทางเศรษฐกิจ (Economic Capital) เป็นเรื่องกำไร มูลค่าส่วนเกินค่านึงถึงกระบวนการผลิต ในประเทศไทยการพัฒนาทูทางวัฒนธรรมตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (2555-2559) ได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยเชื่อมโยงระหว่างทู 6 ทู คือ ทูธรรมชาติทูกายภาพทูสังคมทูมนุษย์ทูการเงินและทูวัฒนธรรม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2552, หน้า 21-23) คำว่า “ทูทางวัฒนธรรม” (Cultural Capital) นักวิชาการหลายคนให้นิยาม อาทิ Richardson (1986, pp. 241-258) ให้ไว้ว่า เป็นทูที่สะสมอยู่ในตัวตนของแต่ละบุคคล วัตถุประสงค์ของ และที่อยู่รูปแบบของสถาบันซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการหล่อหลอมและผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดผ่านระบบการศึกษา ผลผลิตที่ได้จากการสะสมทูทางวัฒนธรรมคือ รสนิยม (Taste) และทูทางวัฒนธรรมเป็นรูปแบบของทูอีกรูปแบบหนึ่งทูทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าความรู้ภูมิปัญญาและงานสร้างสรรค์ที่เกิดจากการค้นพบโดยผู้ทรงความรู้ในท้องถิ่น (ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์และคณะ, 2547, หน้า 51-53) ขณะที่ Throsby (2001, P. 46) ได้นิยามทูทางวัฒนธรรมเป็นสินทรัพย์ที่มีการฝังตัว (Embodies) สะสม (Stores) และให้ (Provides) คุณค่าทางวัฒนธรรมนอกเหนือจากมูลค่าทางเศรษฐกิจของสินทรัพย์นั้นทูทางวัฒนธรรมเป็น 2 ประเภทคือทูทางวัฒนธรรมที่สัมผัสได้

(Tangible Culture) เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัตถุผลงานทางศิลปะภาพเขียนรูปปั้น
 ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้นี้ไม่ได้ถูกจำกัดในรูปแบบเฉพาะมรดกทางวัฒนธรรมเท่านั้น
 แต่ยังสามารถขยายขอบเขตไปถึงทุนกายภาพหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเช่นอาคารสิ่งประดิษฐ์และ
 ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ (Intangible Culture) เป็นทุนที่อยู่ในรูปของทรัพย์สินทางปัญญา
 หรืออาจเรียกว่าวัฒนธรรมที่ไม่ใช้วัตถุ (Nonmaterial Culture) ได้แก่ความคิดการปฏิบัติ
 ความเชื่อและค่านิยมที่แบ่งปันระหว่างสมาชิกในชุมชนทั้งสองรูปแบบนี้สามารถปรากฏได้
 ในทุกช่วงของเวลาในฐานะทุนคงคลัง (Capital Stock) ซึ่งมีมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์และ
 คุณค่าทางวัฒนธรรมชัชอนันต์ สมุทวณิช (2540) ได้เรียกทุนคงคลังนี้ว่าวัฒนธรรมคงคลัง
 (Cultural Stock) สอดคล้องกับ Bourdieu (1986, pp. 64-75) ให้ไว้ว่าทุนวัฒนธรรมปรากฏ
 ได้ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งใน 3 รูปแบบ คือ 1) เป็นสิ่งที่ฝังในตัวคนหรือจิตใจ (Embodied
 as state of mind/body) เช่นความเชื่อ 2) เป็นสิ่งที่เป็นตัวตนจับต้องได้ (Objectified) อยู่ใน
 รูปแบบสินค้าวัฒนธรรมเช่นสิ่งประดิษฐ์สถาปัตยกรรม เป็นต้น และ 3) ความเป็นสถาบัน
 (Institutionalized) เป็นกติกาคำเชื่อการยอมรับที่หลายคนเห็นร่วมกันอาทิสถาบันศาสนา
 สถาบันการศึกษา รูปแบบที่ฝังในตัวคนหรือจิตใจสำคัญที่สุด

Richardson ได้ให้เพิ่มเติมว่าทุนทางวัฒนธรรม เป็นทรัพยากรที่สะสมอยู่ใน
 ระบบความคิด ความเชื่อ ค่านิยม วัตถุสิ่งของรวมไปถึงการดำเนินชีวิตในกลุ่มที่แต่ละคน
 เข้าไปมีส่วนร่วม การดำเนินการผลิตซ้ำเพื่อดำรงทุนทางวัฒนธรรมให้คงอยู่ ทุนทาง
 วัฒนธรรม คือ 1) ทุนที่มีตัวบุคคล (Embodied Form) 2) ทุนในเชิงสถาบัน (Institutionalized
 State) และ 3) ทุนในรูปของวัตถุ (Objectified Form) (Richardson, 1988, หน้า 241)

ดังนั้นชุมชนบ้านภูจัดการตนเองด้วยการบริหารจัดการองค์การการท่องเที่ยว
 เป็นไปอย่างบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ล่วงหน้าตามนโยบายแผน แผนงาน และโครงการ
 สะท้อนให้เห็นว่าชุมชนมีทุนทางวัฒนธรรม คือ ทุนที่มีในตัวบุคคล ด้านการคิดริเริ่ม
 สร้างสรรค์ แรงบันดาลใจที่สร้างชุมชนของตนให้พึ่งพาตนเองได้และมีจิตใจที่พร้อมบริหาร
 ทุนในเชิงสถาบัน คือทุนที่เป็นองค์ความรู้ของชุมชน ได้แก่ ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม
 ทางภาษา เป็นต้นที่สืบทอดกันมาร่วมกันดำรงอยู่ในกลุ่มบุคคล และทุนทางด้านวัตถุ คือ
 ผลผลิตทางวัฒนธรรม สิ่งก่อสร้าง สถาปัตยกรรม และของที่ระลึก เป็นต้น การบริหาร
 การพัฒนาเป็นการพัฒนาการบริหารและการบริหารเพื่อการพัฒนา องค์ประกอบ
 ที่มีความสำคัญในการบริหารการพัฒนาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์กลายเป็นสินค้าทาง
 วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวคือ “ทุนทางวัฒนธรรม” หรือมรดกทางวัฒนธรรม

การศึกษาทุนทางวัฒนธรรม เป็นการทำความเข้าใจว่า ผู้ที่เป็นเจ้าของทุนทางวัฒนธรรมมีวิธีการสะสมทุนทางวัฒนธรรม เลือกลงทุนหรือเปลี่ยนรูปแบบทุนทางวัฒนธรรมไปสู่ทุนอีกชนิดหนึ่งเพื่อดำรงรักษาหรือขับเคลื่อนตำแหน่งของตนในกลุ่มสังคม อย่างไรก็ตาม การย้ำให้เราตระหนักถึงความจริงข้อที่ว่า มนุษย์สร้างวัฒนธรรมและวัฒนธรรมต้องรับใช้มนุษย์ ซึ่งสอดคล้องกับ กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2551, หน้า 673-678) ได้สรุปว่า กระบวนการทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านการผลิต ด้านการเผยแพร่ ด้านการบริโภค ด้านการผลิตซ้ำ

6. แนวคิด “นิเวศวัฒนธรรม” ซึ่ง สันติภาพ ศิริวัฒน์ไพบูลย์ (2553, หน้า 7-8) เป็นการสร้างความเข้าใจกับสถานที่ (Location) ระบบนิเวศ (Ecosystem) การจัดการทางสังคม (Social Management) รวมถึงจิตวิญญาณท้องถิ่น (Local Spiritual) เป็นสิ่งสำคัญในการตั้งข้อสังเกต การทำความเข้าใจ และเรียนรู้ให้เห็นถึงเหตุและผลที่เชื่อมโยงกัน อยู่ในระบบนิเวศวัฒนธรรมทั้งหมด แนวคิดนิเวศวัฒนธรรมนี้ เป็นการสร้างสมดุลของกระบวนการเรียนรู้และไม่ได้มุ่งไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างอำนาจ แต่เป็นการสร้างการเปลี่ยนแปลงในระดับฐานรากของคน ชุมชนให้กลับมาสู่อารยธรรม ครรลอง วิถีของความ เป็นชุมชนท้องถิ่น นำพาชุมชนไปสู่จุดหมาย หรือสังคมอุดมคติที่ทุกคนต้องการให้ถึง ซึ่งอาจจะต้องอาศัยองค์ประกอบ 6 อย่าง คือ การสร้างสังคมที่เป็นธรรมในระดับชุมชนท้องถิ่น การสร้างความมั่นคงของชีวิต การสร้างความสมดุลและยั่งยืนของระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ และความหลากหลายทางชีวภาพ การค้นหาพลังวัฒนธรรมในการขับเคลื่อน รวมถึงการพัฒนาประชาธิปไตยระดับฐานราก และกระบวนการพัฒนาศักยภาพของคนทั้งในระบบและนอกระบบโรงเรียน นิเวศวัฒนธรรมจึงเป็นกระบวนการที่สร้างสำนึกจากภายใน ผ่านกระบวนการเข้าใจตนเอง เข้าใจท้องถิ่นในทุกมิติ และเกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับใหญ่ที่ขยายต่อไป

สรุป แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากการศึกษา เห็นว่า เป็นการอนุรักษ์ระบบนิเวศเพื่อความหลากหลายทางชีวภาพและความหลากหลายทางวัฒนธรรม อีกทั้งยังต้องการให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวมากกว่าความสนุกเพลิดเพลินอย่างเดียว เพื่อสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ และชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง ชุมชนท้องถิ่นยอมรับในผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่จะได้รับ เกิดการกระจายรายได้ที่เหมาะสม ผู้วิจัยนำไปใช้ในการศึกษา สำนึกทางชาติพันธุ์ กระบวนการอัตลักษณ์

ทางชาติพันธุ์ผู้ไทของหมู่บ้านภู ค้นหาปัญหาอุปสรรค แนวทางการแก้ไขปัญหา และสร้างอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในบริบทการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า และการประดิษฐ์สร้างวัฒนธรรม ทำวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว “วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว”

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาผู้วิจัยได้ทบทวนองค์ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้งงานวิจัยในประเทศไทยและต่างประเทศเพื่อต่อเติมช่องว่างองค์ความรู้และใช้เป็นแนวในการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยงานวิจัยนี้มีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก ผู้วิจัยได้ทบทวน รายละเอียดดังนี้

5.1 งานวิจัยในประเทศไทย

งานวิจัยในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่คุณวิจัยทำ เกี่ยวข้อง 2 ประเด็น คือ งานวิจัยอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

5.1.1 งานวิจัยประเด็นอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

งานวิจัยประเด็นอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ปรากฏอย่างน้อย 6 หลัก ได้แก่

1) ประเด็นวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต งานของ ราชันย์ นิลวรรณภา (2553) วิจัยเรื่องอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไทแดง 2) อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์กับการท่องเที่ยว เช่น อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ในบริบทการท่องเที่ยว : ศึกษากรณี หมู่บ้าน รวมมิตรอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ของ วรเมธ ยอดบุญ (2548) นอกจากนี้ยังมีการวิจัยเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่เป็นแหล่งดึงดูดการท่องเที่ยวชัดเจนที่สุดคือการแต่งกาย การละเล่นอาหารพื้นเมือง

งานศึกษาเรื่องปลาย : การสร้างอัตลักษณ์และการให้ความหมายเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวของ ปานแพร เซาว์นประยูร (2555) อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไม่เพียงเป็นมรดกทางวัฒนธรรมแต่ถูกสร้าง ผลิตและคงรักษาเพื่อเป็นทุนดึงดูดการท่องเที่ยว เป็นต้น 3) อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เป็นทุนในการแสวงหารายได้หรือเศรษฐกิจงานศึกษาของ เพชรศรี นนท์ศิริ (2555) เรื่อง รูปแบบการดำเนินงานของกลุ่มท่องเที่ยว โดยชุมชน 4) อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์กับมิติด้านสังคมสมัยใหม่ งานของ วิสุทธิ์ บิลล่าเต๊ะ (2553) กระบวนการดำรงอัตลักษณ์มุสลิมกับการสร้างชุมชนเข้มแข็งและ

มิ่งขวัญ ชนไฟโรจน์ (2551) วิจัยเรื่อง แนวทางการอนุรักษ์ฟื้นฟูและพัฒนาเอกลักษณ์
 ขนบธรรมเนียมประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์ภูลาในภาคอีสานและงานศึกษาของ
 อิศรา ญาณताल (2544, หน้า 457-466) กล่าวถึง การสร้างจินตนาของอัตลักษณ์ทางชาติ
 พันธุ์สื่อขึ้นใหม่ โดยอาศัยตัวหนังสือเป็นการสร้างอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ 5) อัตลักษณ์
 ทางชาติพันธุ์กับกระบวนการเรียนรู้ งานศึกษา ประคอง จุลสอน (2557) งานวิจัยเรื่อง
 รูปแบบกระบวนการเรียนรู้อัตลักษณ์ชุมชนผ่านเครือข่ายญาติ ตำบลคลองขาม
 อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษา อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์อยู่ในช่วงการ
 เปลี่ยนแปลงอันมาจากกระแสโลกภายนอกอัตลักษณ์ชุมชนญาติ บ้านสา มีความโดดเด่น
 เป็นของตัวเองทั้งด้านภาษา อาหาร และที่อยู่อาศัย เป็นต้น และ 6) อัตลักษณ์ทางชาติ
 พันธุ์กับการปฏิสังสรรค์กับวัฒนธรรมที่แตกต่างออกไป เช่น สมเกียรติ สัจจรักษ์ (2554)
 งานวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อรักษา อัตลักษณ์ชาวเลมอแกน อัตลักษณ์
 ทางชาติพันธุ์ของชาวเลมอแกนปฏิสังสรรค์กับโลกภายนอกความสำนึกทางอัตลักษณ์เริ่ม
 น้อยลงเรื่อย ๆ และทวิช จตุรพฤษ (2551) ศึกษาปรากฏการณ์การท่องเที่ยวในอำเภอบาง
 ปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า พรหมแดนชาติพันธุ์และอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ส่งผล
 ต่อการท่องเที่ยวเติบโตขึ้น ผ่านกระบวนการหีบห่อและช่วงชิงอัตลักษณ์ผลิตเป็นสินค้า
 และบริการนักท่องเที่ยวส่วนงานวิจัยของ สุรัชย์ ชินบุตร (2553) เรื่องการสืบทอดอำนาจ
 ศักดิ์สิทธิ์ของหมอเหยาและอัตลักษณ์ของผู้ไทในพิธีเหยาเลี้ยงผี : กรณีศึกษาตำบล
 โนนยาง อำเภอนองสูง จังหวัดมุกดาหาร พิธีเหยาเลี้ยงผีเป็นพิธีกรรมหนึ่งที่สืบทอด
 อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไทความเชื่อทางศาสนากับการรักษาโรคแบบพื้นบ้านของ
 ชาวผู้ไท นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ อ้อยฤดี สันทร (2553) เรื่อง ไทญ้อในอนุภูมิภาคลุ่ม
 น้ำโขง : การปรับเปลี่ยนและการดำรงอัตลักษณ์ของไทญ้อในประเทศไทยและสาธารณ
 รัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ศึกษาการสืบทอดและการดำรงอยู่ของอัตลักษณ์ไทญ้อ
 อย่างไรก็ตามยังมีผลงานการวิจัยของ นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2536) เรื่อง ท่องเที่ยวบุญบั้งไฟ
 ในอีสาน : บุญบั้งไฟต้องรับใช้ชาวยโสธรไม่ใช่ชาวยโสธรรับใช้บุญบั้งไฟแท้ที่จริงนิธิกล่าวว่า
 คุณค่าของงานบุญบั้งไฟไม่ได้อยู่ที่การท่องเที่ยว แต่เป็นการปรับประเพณีท้องถิ่นในชนบท
 ให้กลายเป็นประเพณีของชุมชนระดับเมือง ความต้องการของคนในท้องถิ่นเองที่ปรับปรน
 ประเพณีท้องถิ่นของตนให้เข้ากับบริบทและยุคสมัยที่เปลี่ยนไปองค์ความรู้ด้านอัตลักษณ์
 ทางชาติพันธุ์ในมิติต่าง ๆ นั้น มิติด้านการท่องเที่ยวมีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ทางชาติ
 พันธุ์ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ การให้คำนิยามตนเองของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับโลก

สมัยใหม่ โดยการปรับอัตลักษณ์มาสู่ทุนในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและ
เชิงนิเวศ ถือว่าเป็นการสร้าง ดำรงและรักษาอัตลักษณ์อย่างกลมกลืนกับกระแส
การท่องเที่ยวซึ่งจะก่อให้เกิดความยั่งยืนโดยการจัดการของชุมชน

5.1.2 งานวิจัยประเด็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมโดยชุมชนนำอัตลักษณ์
วัฒนธรรมชุมชนมาใช้เพื่อพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน สะท้อนให้เห็นตัวตนและ
อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์มีงานวิจัยจำนวนมากอธิบายปรากฏการณ์ อาทิเช่น จิรวัดณ์
พิระสันต์ (2556) วิจัยเรื่อง การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม
โดยชุมชนในเขตเทศบาลนครพิษณุโลก พบว่า การจัดการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่วางอยู่บน
พื้นฐานของการมีส่วนร่วม และสะท้อนให้เห็นตัวตนและอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นและงานวิจัย
ของ ทรงคุณ จันทจร (2552) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ศิลปะหัตถกรรมท้องถิ่นแต่ละภูมิภาคมีการสืบ
สานองค์ความรู้ ความสามารถความชำนาญต่าง ๆ ถ่ายทอดมายังกลุ่มชนรุ่นหลังและ
ประยุกต์ใช้ในชีวิตแม้กระแสโลกาภิวัตน์ความก้าวหน้าด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีจะเข้ามา
มีบทบาทต่อชุมชนและท้องถิ่น แต่ก็ยังมีงานวิจัยของ ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว และคณะ (2557)
เห็นแตกต่างพบว่า การพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยหลักการโซ่อุปทาน
การท่องเที่ยวโดยชุมชนและองค์ประกอบท้องถิ่นและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง
เป็นกลุ่มที่มีความสำคัญอย่างมากในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตามยังมีอุปสรรคมิได้ประสิทธิภาพขาดความต่อเนื่องของนโยบาย
การท่องเที่ยวในระดับจังหวัด การเมืองท้องถิ่นและผลประโยชน์ทับซ้อนและขาดการมี
ส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหลังจากที่แหล่งท่องเที่ยวพัฒนาขึ้นสำหรับ
การท่องเที่ยวแล้ว ไม่มีเวทีที่จะแสดงความคิดเห็นหรือมีส่วนร่วมการพัฒนาการท่องเที่ยว
สอดคล้องกับงานวิจัยของ รลิกา อังกูร (2547) วิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพ
การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น พบว่า เกิดปัญหาความเสื่อมโทรม
ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ปัญหาโครงสร้างพื้นฐาน ความปลอดภัยนักท่องเที่ยว
เป็นต้น

แต่อย่างไรก็ตามยังมีงานวิจัยของชาติพันธุ์ผู้ไทที่ดำเนินงานประสบความสำเร็จ
ที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง อาทิ พรรณนพพร ภิรมย์วงษ์, (2552)
ศึกษาอัตลักษณ์และการท่องเที่ยว : ศึกษากรณีผู้ไทบ้านภูต่าบบ้านเป่า อำเภอหนองสูง
จังหวัดมุกดาหาร ได้การศึกษา อัตลักษณ์ในชีวิตประจำวันของผู้ไทบ้านภู เป็นอัตลักษณ์

ที่ไม่หยุดนิ่งแต่เลื่อนไหลไปตามบริบทและสถานการณ์โดยขึ้นอยู่กับการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมส่วน ปรีวรรต สมณี (2553) วิจัยเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านภูกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม พบว่า 1) ภูมิปัญญาของชาวบ้านภูตามวิถีชีวิตของชาวผู้ไท 2) กระบวนการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านภูและงานศึกษาของ สุรศักดิ์ พิมพ์แสง และคณะ (2545) วิจัยเรื่อง ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผู้ไทบ้านโพนชี้ให้เห็นว่า ผู้ไทบ้านโพนยังมีขนบธรรมเนียมประเพณีเหนียวแน่น ส่วนในเรื่องศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า ด้านวัฒนธรรมการผลิตผ้าไหมแพรวา ความงดงามของผ้าไหมแพรวาทำให้เกิดการท่องเที่ยวในชุมชน ยังมีงานวิจัยของเยาวดี ด้วงกุล (2555) เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ภาคใต้ตอนบน พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สามารถเพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยวได้ ขณะเดียวกันยุทธศาสตร์ทางการพัฒนาการท่องเที่ยว อาทิ การบริหารจัดการ การเพิ่มมูลค่า และการเชื่อมโยงเครือข่าย รวมถึงศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านศิลปกรรม สถาปัตยกรรม วิถีชีวิต ประเพณี พิธีกรรม การมีส่วนร่วมของชุมชนนอกจากนี้งานวิจัยของ อรรวรรณ บุญพัฒน์ (2557) เรื่อง การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงราย ชี้ให้เห็นว่า รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ให้โอกาสนักท่องเที่ยวได้มีโอกาสศึกษาและสัมผัสประสบการณ์จริงเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรม เช่น ชุมชนสมาชิกในชุมชนหรือชาวบ้านมีส่วนร่วมในการจัดการ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสม

5.2 งานวิจัยในต่างประเทศ

งานวิจัยต่างประเทศที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวข้องของ ได้แก่ งานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และงานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนี้

5.2.1 งานวิจัยประเด็นการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิตเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของ Li Yang เรื่อง “Planning for Ethnic Tourism : Case Studies from Xishuangbanna, Yunnan, China” (2007) ผู้วิจัยกล่าวถึงผลกระทบทั้งเชิงลบและเชิงบวกของการจัดการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์เชิงลบ ได้แก่ ผลกระทบทางด้านวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่จะต้องได้รับการปกป้องเพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ ผลเชิงบวก ได้แก่ ก่อให้เกิดประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ งานชิ้นนี้จึงชี้ให้เห็นการสำรวจความเห็นทั้งหน่วยงานภาครัฐ บริษัทเอกชนที่จัดการการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว

และคนในชุมชนเพื่อทำความเข้าใจวัฒนธรรม ประเมินผลกระทบและวางยุทธศาสตร์ ดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ เพื่อขับเคลื่อนให้มีความสมดุลระหว่างประโยชน์ ทางด้านเศรษฐกิจและการอนุรักษ์อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์คล้ายกับงานวิจัยที่ชี้ให้เห็น การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ในยุคโลกาภิวัตน์เป็นสินค้าอีกประการหนึ่งทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ งานวิจัยของ Senesathith Simonekeo และ Pham Hong Long ศึกษาเรื่อง The New Emergence of Tourism in Lao PDR for the Two Decades 1990–2010 (2010) ขอบข่าย ของงานศึกษา อัตลักษณ์และวัฒนธรรมด้วย ประโยชน์ของหมู่บ้านในประเทศลาวได้รับ เป็นประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ กระตุ้นให้คนในชุมชนเกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางอัตลักษณ์ วัฒนธรรม การเห็นคุณค่าอัตลักษณ์วัฒนธรรมของตน มีการจ้างงาน ส่วนผลกระทบ เชิงลบ คือ การพึ่งพารายได้ต่างชาติดีคล้ายกับเป็นอาณานิคมทางด้านเศรษฐกิจนั่นเอง สอดคล้องกับ Cohen, Erik (2001) วิจัยเรื่อง “Ethnic Tourism in Southeast Asia” การท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พบว่า กลุ่มชาติพันธุ์เป็นทรัพยากร ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นมีข้อต่อรองทางอำนาจกับรัฐชาติของตนเองในการกำหนด เอกลักษณ์และสร้างภาพตัวแทนเพื่อตอบสนองการท่องเที่ยว อาทิ ความแปลกใหม่ ความดั้งเดิม ความสบายและสร้างความเป็นตัวตนของคนในพื้นที่

งานวิจัยศึกษาการท่องเที่ยวที่แตกต่างออกไปจากงานศึกษาสองชิ้นข้างต้น เป็นงานศึกษาใช้มุมมองโพสต์มอดิร์นเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ซึ่งจะปรากฏในงานศึกษา ปัจจุบันจำนวนมาก เช่น งานวิจัยของ Tetsuya Ohno เรื่อง “Backpacking as Means of “Seeking the Self”: A Case Study of Japanese Backpackers in Asia” (2010) งานส่วนใหญ่ มักจะศึกษาชุมชน แต่งานชิ้นนี้เป็นการศึกษานักท่องเที่ยวด้วยกรอบแนวคิดทาง จิตวิทยา สังคมวิทยาและปรัชญา การท่องเที่ยวแบบประหยัดของคนญี่ปุ่นเป็นการแสวงหา ความหมายตนเอง การแสวงหาตนเองได้มาจากการสร้างความแตกต่างตนเองกับกลุ่ม บุคคลอื่นที่แตกต่างหลากหลายในชุมชนที่ตนไปท่องเที่ยว เป็นการทดสอบและการผจญภัย ต่อสภาพแวดล้อมที่ทำนายและแตกต่างออกไปจากสภาพแวดล้อมการดำเนินชีวิตปกติ ก่อให้เกิดการค้นหาและความเข้าใจตนเองได้

นอกจากนี้ งานที่ใช้แนวคิดโพสต์มอดิร์นนี้ ได้แก่ งานของ Deutschlander, Siegrid และ Miller, Leslie J. เรื่อง Politicizing aboriginal cultural tourism : the discourse of primitivism in the tourist encounter (2003) สิ่งที่เป็นแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว คือ ความเป็นชาวอะบอริจินซึ่งเป็นชนเผ่าพื้นเมืองที่มีความแตกต่างทางอัตลักษณ์ทาง

วัฒนธรรม แสดง “ความเป็นอื่น” ที่แตกต่างจากผู้มาเที่ยว การให้ความหมายของชาว “อะบอริจิน” มาจากบุคคลนอกที่มองคนพื้นเมืองแบบ “คนป่าผู้ดี” กล่าวคือมีวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ขณะเดียวกันก็มีวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตที่มีเหตุผล พร้อมกันนั้นก็เกิดจากการให้คำนิยามตนเองของชาวพื้นเมืองเอง วาทกรรมเช่นนี้ยังทำงานเป็นกลไกส่งอิทธิพลต่อการตั้งตาคูการท่องเที่ยวนั่นเอง งานคล้ายกันนี้ คือ การใช้แนวคิดหลังทันสมัยเป็นกรอบในการศึกษา คือ ผลงานของ Hollinshead, Keith เรื่อง 'White' gaze, 'red' people – shadow visions : the disidentification of 'Indians' in cultural tourism (1992) งานชิ้นนี้แสดงให้เห็นทัศนะอันมาจากรากฐานทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวซึ่งมักจะเป็นชาวตะวันตกกับวัฒนธรรมของชาวพื้นเมือง ตะวันตกเป็นการมองโลกแบบเป็นเส้นตรง แยกย่อย ประเมินและแยกแยะ เป็นเราเป็นเขา คน “ขาว” คน “ดำ” การท่องเที่ยว คือ การเสพความแตกต่างที่ตนสร้างขึ้นและกดทับอีกฝ่าย ขณะที่คนพื้นเมืองมีทัศนะมองโลกแบบผสมผสาน โลกมนุษย์และสิ่งมีชีวิตอื่นหรือโลกธรรมชาติไม่ได้แยกออกจากกัน เป็นต้น งานอีกชิ้นหนึ่งที่มองด้วยกรอบทางเศรษฐศาสตร์ คือ งานของ Johnston, Alison M. เรื่อง Is the Sacred for Sale? : Tourism and Indigenous Peoples (2006) งานชิ้นนี้ชี้ว่าในยุคบริโภคนิยม เส้นแบ่งทุนนิยมกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ลดน้อยลง สิ่งศักดิ์สิทธิ์ถูกแปรเป็นทุนทางสินค้าและการท่องเที่ยวได้ ความหลากหลายในสังคมยุคใหม่ทำให้การมองปรากฏการณ์เดียวกันแตกต่างกันออกไปตามพื้นฐานทางวัฒนธรรม ทัศนะของคนในชุมชนไม่ถือเป็นการทำให้สินค้าแต่วัฒนธรรมที่แตกต่างกันจะมองเชิงวัตถุวิสัยคือการนำวัฒนธรรมเฉพาะที่รักษาไว้มาแปรสภาพเป็นสินค้าในสังคมยุคบริโภคนิยม ความศักดิ์สิทธิ์แสดงอัตลักษณ์ที่ใช้เป็นฐานการท่องเที่ยวเช่นเดียวกันอีกชุมชนหนึ่งนำวัฒนธรรมอย่างอื่นมาแสดงซึ่งมาจากอิทธิพลของกระแสบริโภคนิยม

งานของ Mason Kaley เรื่อง Sound and meaning in Aboriginal tourism (2004) เป็นงานอีกชิ้นหนึ่งที่วิเคราะห์ในเชิงสังคมวิทยาและแนวคิดยุคหลังสมัยใหม่ที่ว่าการท่องเที่ยวเป็นการปฏิสังสรรค์ระหว่างคนพื้นเมืองกับนักท่องเที่ยว เป็นการช่วงชิงอำนาจในการนิยามคนอื่นและตนเอง ทั้งผู้ถูกเที่ยวและผู้เที่ยว ผู้ถูกเที่ยวก็มีอำนาจในการเสนอสิ่งที่ตนต้องการจะใช้นักท่องเที่ยวได้เห็นอะไร ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวก็เลือกที่จะเห็นและให้ตีความหมายในแง่มุมมองของตนเองเช่นกัน

5.2.2 งานวิจัยประเด็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

งานท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีเนื้อหาไม่ได้แตกต่างจากการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ เพราะวัฒนธรรมเป็นสิ่งขยายอัตลักษณ์และอัตลักษณ์เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม อย่างไรก็ตามการแยกวิเคราะห์เป็นสองหัวข้อเพื่อชี้ให้เห็นจุดเน้นและแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาของงานวิจัยมีความแตกต่างกัน งานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมักอธิบายโดยใช้ฐานชุมชนเป็นตัวตั้งภายใต้กรอบแนวคิดโครงสร้างหน้าที่นิยม งานศึกษาดังกล่าว ได้แก่ งานของ Pham Hong Long เรื่อง “Resident’s Perception of Tourism Impacts and Their Support for Tourism Development : The Case of Cucphuong National Park, NinhBinh, Vietnam” งานชิ้นนี้เน้นเชิงปริมาณ ผลการศึกษาโดยภาพรวมคือ ทักษะของคนพื้นเมืองต่อบรรยากาศ ต่อนักท่องเที่ยว ต่อสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมของตนในเชิงบวก ซึ่งมีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อไป Xie (2001, pp. 16–20) ที่ได้วิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ไหลล้าประเทศจีน พบว่า เกาะไหหลำเป็นแหล่งท่องเที่ยวอันอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมที่เก่าแก่ เหมาะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุดงานศึกษาน่าสนใจอีกชิ้นหนึ่ง คือ งานของ Medina, Laurie เรื่อง Commoditizing culture tourism and Maya identity (2003) งานชิ้นนี้ชี้ให้เห็นการนำวัฒนธรรมทางชาติพันธุ์ที่สูงสูญหายไปแล้ว นำมาแสดงเป็นสินค้าการท่องเที่ยว เพราะโดยแท้จริงแล้ววัฒนธรรมของชาวมายาได้ล่มสลายไปแล้ว แต่ลูกหลานชาวมายาใช้วัฒนธรรมเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยสร้างอัตลักษณ์จำลองขึ้นมา ซึ่งมีได้เป็นส่วนหนึ่งที่แนบแน่นการดำเนินเช่นเดียวกับบรรพบุรุษ อัตลักษณ์คนรุ่นใหม่ได้ผ่านการเรียนรู้จากการดำเนินชีวิตแต่ผ่านการศึกษาในแบบแผน อย่างไรก็ตาม การจำลองอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ยังคงทำหน้าที่ตบสนองนักท่องเที่ยวได้อย่างดี งานของ Meyer, Carter Jones ; Royer, Diana เรื่อง Selling the Indian: Commercializing & Appropriating American Indian Cultures (2001) เนื้อหาของงานกล่าวถึงนักท่องเที่ยวมักจะมองวัฒนธรรมชาวอินเดียนแบบโรแมนติก และเห็นว่าประโยชน์ที่เกิดขึ้นผู้ท่องเที่ยวจะได้รับมากกว่าชาวพื้นเมือง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในศตวรรษที่ 20 เป็นการสร้างจากชาวตะวันตกและมักมีผลกระทบต่อชาวอินเดียนมากกว่าเชิงบวกเพราะภาพลักษณ์ของชาวอินเดียนักท่องเที่ยวเป็นผู้สร้าง คนอินเดียนสนองตอบด้วยการสร้างอัตลักษณ์บางอย่างเช่น สินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อขายเป็นสินค้าและบริการ

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่ศึกษาชุมชนเมือง โดยส่วนใหญ่งานวิจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมักศึกษาชุมชนขนาดเล็ก ท่างไกลความเจริญ เป็นต้น งานศึกษาสามชิ้นต่อไปนี้เป็นงานศึกษาเมือง ได้แก่ Antonio P. Russo และ Jan van der Borg เรื่อง Planning considerations for cultural tourism : a case study of four European cities (2002) ศึกษา 4 เมืองใหญ่ในยุโรป สาธารณรัฐของงานวิจัยศึกษาองค์ประกอบที่เมืองทั้งสี่ประสบความสำเร็จ (Best Practice) คือ ปัจจัยเอื้อต่อการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน เทคโนโลยี การสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูล ความสะดวกสบาย สินค้าที่มีคุณภาพ เป็นต้น งานศึกษาของ Jin Huh เรื่อง Tourist Satisfaction with Cultural/Heritage Sites : The Virginia Historic Triangle (2002) ศึกษาสามเมืองในรัฐเวอร์จิเนีย ได้แก่ เมือง วิลเลียมเบอร์ก เมืองเจมส์ทาวน์และเมืองยอร์กทาวน์ ประวัติศาสตร์สามเมืองในรัฐเวอร์จิเนียถือว่าเป็นพิพิธภัณฑสถานมีชีวิตที่ใหญ่ที่สุดในโลก มากกว่านั้น สถานที่ดังกล่าวเป็นแหล่งพักผ่อนที่ได้รับความนิยมแห่งหนึ่งในอเมริกา ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มากกว่าสี่ล้านคนต่อปี การศึกษาเชิงปริมาณ ผลการศึกษานักท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในทางประวัติศาสตร์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเที่ยวในสถานที่ดังกล่าวและงานของ Javier de Esteban Curiel เรื่อง Tourism Consumers and Contemporary Culture in Spain A Case Study of Madrid (2002) งานชิ้นนี้คล้ายกับงานสองชิ้นข้างต้นในแง่ ศึกษาในเมืองใหญ่ที่มีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจแล้ว ศึกษาวัฒนธรรม คือ พิพิธภัณฑสถานร่วมสมัย การท่องเที่ยวจึงเป็นการที่นักท่องเที่ยวศึกษาประวัติศาสตร์และศิลปะเดิมและศิลปะร่วมสมัย นักท่องเที่ยวมักจะมีฐานะและการศึกษาค่อนข้างดี ปัจจัยที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวนอกจากตัวพิพิธภัณฑสถานแล้ว สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นแรงดึงดูดอย่างมีนัยสำคัญอีกด้วย

สรุป งานศึกษาการท่องเที่ยวอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ทั้งงานวิจัยในประเทศไทยและงานวิจัยในต่างประเทศมีลักษณะร่วมและแตกต่างกันหลายประการ ได้แก่ ลักษณะร่วม 1) งานศึกษาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ส่วนใหญ่ศึกษาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของคนกลุ่มน้อยที่แตกต่างจากอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวโดยที่ชุมชนยังคงสืบทอดอัตลักษณ์ของคนไว้อย่างแน่นแฟ้นหรืออย่างน้อยพยายามสืบทอดอัตลักษณ์ของบรรพบุรุษของตน 2) งานศึกษาใช้ชุมชนเป็นฐานการศึกษา มักอธิบายด้วยแนวคิดโครงสร้างหน้าที่นิยม วัฒนธรรมมีหน้าที่บางประการในการรักษาคุณภาพทางสังคมกล่าวคือศึกษาเห็นภาพคุณภาพชุมชนความเข้มแข็งของชุมชน เป็นต้น 3) งานศึกษาส่วนใหญ่โดยเฉพาะงานศึกษาในประเทศไทยเห็นว่าชุมชนมีการสร้างและปรับตัวเองในกระแสทุนนิยมและกระแส

โลกาภิวัตน์ได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ ความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน จะมีจากคนในชุมชนจัดการตนเองและการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน ท่าที่เชิงบวกของคนในชุมชน ต่อนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหลักของการประสบความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยว

ส่วนในลักษณะความแตกต่าง 1) งานศึกษาโดยเฉพาะในต่างประเทศมีกรอบ และแนวคิดในการศึกษาที่หลากหลาย ปัจจุบันแนวคิดใหม่ ๆ เช่น แนวคิดปฏิสัมพันธ์ แนวคิดหลังทันสมัยมักใช้เป็นกรอบแนวคิด เช่น การศึกษาชาวอะบอริจิน ชาวอินเดียนแดง เป็นต้น การศึกษาในระยะหลังจะมีลักษณะการวิพากษ์และผลการศึกษาจะไม่ซ้ำงานก่อนหน้า 2) มิติการศึกษาไม่เน้นชุมชนที่เป็นภาพจะเน้นกระบวนการจัดการของชุมชน การปฏิสัมพันธ์กับโลกยุคโลกาภิวัตน์ 3) การวิเคราะห์ตามข้อเท็จจริงของโลกยุคใหม่ เช่น การให้สิ่งศักดิ์สิทธิ์เป็นสินค้าทางวัฒนธรรม 4) การเคลื่อนไหวและความเปลี่ยนแปลงของชุมชนที่ศึกษาไม่ได้เป็นภาพนิ่งคือมีความเปลี่ยนแปลง เพราะเผชิญกับกระแสทุนนิยมโลกาภิวัตน์ ชุมชนอยู่ในโลกของชุมชนตนเองและโลกยุคใหม่ ติดต่อกับสื่อสารกับโลกภายนอกตลอดเวลา วัฒนธรรมที่สืบทอดมีการปรับตกแต่ง เปลี่ยนแปลงอย่างสม่ำเสมอ เห็นได้ว่างานศึกษาที่ผ่านมาค่อนข้างครอบคลุมในแง่ชุมชนเมือง ชุมชนชนบท การใช้แนวคิด โครงสร้างหน้าที่นิยม แนวคิดสังคมวิทยาวัฒนธรรม ตลอดแนวคิดเศรษฐศาสตร์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เน้นกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลจากสนาม (Fieldwork) เป็นสำคัญดังคำกล่าวของ C. Wright Mills (1970) ว่าทฤษฎีที่ปราศจากข้อมูลคือความว่างเปล่าหากแต่ข้อมูลที่ปราศจากทฤษฎีคือความมืดบอดทางวิชาการซึ่งงานข้อมูลสนามจึงมีความสำคัญอย่างมากในการสร้างความรู้ใหม่ทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (Eriksen, 2001, P. 24 อ้างใน สพลันต์ เพชรคำ, 2551, หน้า 19-20) ผู้วิจัยเข้มงวดและให้ความสำคัญกับการเก็บข้อมูลภาคสนามดำเนินการดังนี้

1. พื้นที่การวิจัย

พื้นที่สนามการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลภาคสนามในบ้านภู (หมู่ที่ 1 และ หมู่ที่ 2) ตำบลบ้านเป้า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร ชาวบ้านจัดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนในหมู่บ้านของตนในลักษณะการท่องเที่ยวทางมรดกทางวัฒนธรรมและหมู่บ้านโฮมสเตย์ ชาวบ้านได้จัดการแต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นในหมู่บ้านเพื่อดำเนินการโดยเฉพาะผู้วิจัยได้รู้จักบ้านภูจากแผ่นซีดีสารคดีประชาสัมพันธ์การพัฒนาหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบที่กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ใช้บ้านภูเป็นพื้นที่นำร่อง (หมู่บ้านต้นแบบ) การพัฒนาหมู่บ้านตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผู้วิจัยเลือกพื้นที่วิจัยด้วยเห็นว่า บ้านภูหมู่บ้านผู้ไทที่มีประวัติความเป็นมาชัดเจน และเป็นหมู่บ้านแรกที่มาตั้งเป็นชุมชนในบริเวณนี้ ชาวบ้านยังคงรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีและพิธีกรรมของกลุ่มไว้อย่างเคร่งครัด ชาวผู้ไทที่บ้านภูมีกิจกรรมต่าง ๆ บริการให้นักท่องเที่ยว อีกทั้งพื้นที่มีการนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ มรดกทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น ชาวบ้านภูได้นำเอาความงดงามทางศิลปวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตของชุมชนกำหนดเป็นอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่โดดเด่น ใช้เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในวงกว้างในฐานะหมู่บ้าน “การท่องเที่ยว” ในหมู่บ้านมีการเปิดบ้านของชาวบ้านให้นักท่องเที่ยวเข้าพักในรูปแบบโฮมสเตย์ ที่นักท่องเที่ยวสามารถพักในหมู่บ้านได้ แต่อย่างไรก็ตามผู้วิจัยไม่ได้เน้นศึกษาที่กิจกรรมการท่องเที่ยวเท่านั้นเพราะว่านักท่องเที่ยวมายังบ้านภูด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตาม ชาวบ้านมีการนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในความเป็นผู้ไทแก่นักท่องเที่ยว เพราะความเป็นผู้ไทนั้นถือเป็นจุดขาย ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังบ้านภู นอกจากนี้ยังเป็นหมู่บ้านที่มีการบริหารจัดการองค์กรชุมชนรูปแบบการท่องเที่ยว “การท่องเที่ยว” เป็นเครื่องมือในการพัฒนาหมู่บ้าน มีข้อมูลครบตามประเด็นในกรอบแนวคิดการวิจัย เช่น กลไกการบริหารการพัฒนา กระบวนการ โครงการ แผนงาน ที่นำไปสู่การปฏิบัติในรูปแบบการบริหารจัดการองค์กรการท่องเที่ยวเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว ด้วยกิจกรรมจากกระบวนการของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ซึ่งบ้านภูมีต้นทุนทางสังคมสูง มีทุนชุมชนทั้งภายในและภายนอกหนุนเสริมทั้งภาครัฐและเอกชนหลายหน่วยมักคัดเลือกบ้านภูเป็นพื้นที่ดำเนินงาน เพราะชาวบ้านให้ความร่วมมือ และมีผลงานเกิดผลสัมฤทธิ์มากกว่าที่อื่น ประกอบกับการบริหารการพัฒนาชุมชนนี้มีความโดดเด่นมาก จนต้องศึกษาและสร้างกระบวนการเรียนรู้เพื่อนำไปขยายผลและต่อยอดสู่ชุมชนอื่น ๆ ซึ่งผู้วิจัยจึงได้นำ

ความรู้และประสบการณ์จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการศึกษาในครั้งนี้ไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานในหน้าที่ในพื้นที่หมู่บ้านและชุมชนต่อไป

2. ขั้นตอนการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและการวิจัยภาคสนามเป็นหลัก เน้นการวิเคราะห์การตีความเป็นหลัก ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้จากการศึกษาเอกสารแนวคิดของนักวิชาการด้านการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น ชาย โพธิสิตา (2554), Denzin & Lincoln (2000) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการสังเกตการณ์ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก และการประชุมเชิงปฏิบัติการโดยใช้ประเด็นการวิจัยเป็นแนวทางในการเข้าถึงความรู้ความจริงของ ชาย โพธิสิตา (2554) ซึ่งประเด็นในการเก็บข้อมูลการวิจัยได้ผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ นอกจากนี้ผู้วิจัยเองยังเป็นเครื่องมือที่สำคัญการวิจัยในครั้งนี้ด้วย การดำเนินการวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 2 ระยะ ดังนี้

2.1 ระยะที่ 1 กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ประกอบด้วย 1) สังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) สัมภาษณ์ผู้รู้ ประชาชนชาวบ้าน ผู้นำชุมชน จำนวน 10 คน การวิจัยระยะนี้ผู้วิจัยลงพื้นที่และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ประชากรผู้ให้ข้อมูลหลัก เครื่องมือที่ใช้ คือ ประเด็นในการเก็บข้อมูล คือ ปรัชญาการณที่เกิดขึ้นในอดีต ปัจจุบันและในอนาคตของชุมชนชาวผู้ไทหมู่บ้านภู เป็นแนวทางการสัมภาษณ์แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา กำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย การสำรวจและศึกษาข้อมูลทางเอกสาร (Document Data) ข้อมูลเอกสาร ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากตำรา เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ การท่องเที่ยวที่นำเอามรดกทางวัฒนธรรมมานำเสนอด้วยวิธีการจัดการองค์กรในหมู่บ้านโดยเฉพาะวิธีคิด ภูมิปัญญาของคนในชุมชน งานศึกษาที่เกิดผลกระทบในหมู่บ้านท่องเที่ยว รวมทั้งสำรวจงานศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไท และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แหล่งข้อมูลการศึกษาครั้งนี้มีทั้งแหล่งข้อมูลมาจากส่วนกลางและในท้องถิ่นอาทิ ห้องสมุดศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร เพื่อต้องการใช้ความรู้แบบ “สหวิทยาการ” (Interdisciplinary) ทำให้จำเป็นต้องศึกษางานเอกสารวิชาการเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีทางรัฐประศาสนศาสตร์ สังคมวิทยาและทางมานุษยวิทยาเป็นอย่างมาก รวมทั้งสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์ และสถาบันภาษาศิลปะและ

วัฒนธรรม และแหล่งข้อมูลจากท้องถิ่น อาทิเช่น เอกสารที่ชาวบ้านเรียบเรียงเกี่ยวกับบ้านภู รวมทั้งสมุดเยี่ยมที่นักท่องเที่ยวได้เขียนบันทึกไว้เมื่อมาเที่ยวยังบ้านภูทั้งที่อยู่ในศูนย์และตามบ้านพักโฮมสเตย์ ซึ่งสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการศึกษาได้

2.2 ระยะเวลาที่ 2 ดำเนินการศึกษาเพื่อตอบความมุ่งหมายของการวิจัย

โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างเป็นแบบ ‘ประเด็นในการเก็บข้อมูล’

ผู้วิจัยดำเนินการสังเกตการณ์ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักและการประชุมเชิงปฏิบัติการด้วยเทคนิควิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ประเด็นการวิจัย ผู้วิจัยได้ตรวจสอบสร้างแนวคิดสร้างทฤษฎีที่ใช้อธิบายขึ้นมาจากข้อมูลระดับฐานราก (ชาย โปธิสิตา, 2554, หน้า 239-285) เพื่อเป็นการง่ายในการวิเคราะห์ข้อมูล และส่วนข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องก็คัดออกไปเก็บข้อมูลในพื้นที่ศึกษา (Fieldwork Data)

ผู้วิจัยเข้าไปพักอาศัยอยู่กับชาวบ้าน ปฏิบัติตัวเหมือนกับเป็นชาวบ้านคนหนึ่ง ที่เข้าไปอยู่บ้านภูทั้งในฐานะคนกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันและนักศึกษาที่เข้าไปทำการศึกษา และจัดเก็บข้อมูลในชุมชน และกินอาหารที่เจ้าบ้านทำให้ บางครั้งก็เข้าร่วมกิจกรรมของชาวบ้าน แต่บางครั้งก็จะไม่เข้าร่วม โดยการเข้าพื้นที่เพื่อจัดเก็บข้อมูลแต่ละครั้งนั้นผู้วิจัยได้เปลี่ยนบ้านพักโดยไม่ซ้ำบ้านที่เคยพักมาก่อน ใช้คุ้มบ้านและผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นเกณฑ์ในการเข้าบ้านพักโฮมสเตย์ในแต่ละครั้ง ระหว่างการเก็บข้อมูลชาวบ้านรู้ได้ว่าผู้วิจัยอยู่และเดินทางมายังบ้านภูเพื่อเก็บข้อมูลในการศึกษาวิจัย “ทำบุญกฐินพนธ์” ซึ่งชาวบ้านมักร้องถามว่า ดอกเตอร์ใกล้จบหรือยัง เพราะผู้วิจัยอยู่ในพื้นที่นานเกือบสองปีแล้ว การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดเป็น 3 ขั้นตอน รายละเอียดตามดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาบริบทและอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์วัฒนธรรมผู้ไท และปัญหาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในบ้านภูหมู่บ้านผู้ไทในภาพรวม โดยการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้รู้ (Key Informant) กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Informant) และกลุ่มผู้เกี่ยวข้องทั่วไป (General Informant) ในชุมชนบ้านภู ตามกลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยกำหนดและผู้เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านภู จำนวน 10 คน โดยใช้เครื่องมือ คือ ประเด็นในการเก็บข้อมูล ด้วยวิธีการวิจัย ได้แก่ การสังเกตการณ์ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ สภาพทั่วไปของหมู่บ้าน ประวัติความเป็นมาและการตั้งถิ่นฐานของชุมชนผู้ไท วัฒนธรรมชุมชน สำนักและอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ประวัติการท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชน

รูปแบบการท่องเที่ยวของชุมชน นโยบายของรัฐต่อการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน ผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทของบ้านภู ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความครบถ้วนและน่าเชื่อถือข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์ ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก จนข้อมูลอิ่มตัว แล้วนำมาจัดหมวดหมู่ตามประเด็นการวิจัยที่ตั้งไว้ วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ การวิจัยข้อ 1 โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตรวจสอบผลการวิเคราะห์ ด้วยวิธีการแบบสามเส้าและนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) (ปารณทัตต์ แสนวิเศษ, 2555, หน้า 205-208)

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน โดยการจัดตั้งองค์การบริหารการพัฒนาและกระบวนการอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ด้วยวิธีการวิจัย ได้แก่ การสังเกตการณ์ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยใช้เครื่องมือคือ ประเด็นในการเก็บข้อมูล ประชากรผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 40 คน ได้แก่ 1) กลุ่มผู้รู้ กลุ่มผู้ปฏิบัติ และกลุ่มผู้เกี่ยวข้องทั่วไป โดยใช้เครื่องมือ คือ ประเด็นในการเก็บข้อมูล ด้วยวิธีการวิจัย ได้แก่ การสังเกตการณ์ ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ สำนักทางชาติพันธุ์และอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ กระบวนการเกิดขึ้นของพิพิธภัณฑ์เฉลิมพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ศูนย์เรียนรู้ชุมชน ฐานเรียนรู้วิถีชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ฐานวัฒนธรรมผู้ไทบ้านภู ความสัมพันธ์ภายในกลุ่มของกลุ่มคนทำงานที่พิพิธภัณฑ์ กลุ่มคนทำงานที่กลุ่มคนทำงานที่ศูนย์เรียนรู้ชุมชน กลุ่มคนทำงานที่ฐานเรียนรู้วิถีชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และกลุ่มคนทำงานที่ฐานวัฒนธรรมผู้ไทบ้านภู ความสัมพันธ์ของกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน ผลกระทบการท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชน และความสัมพันธ์กับกลุ่มชาติพันธุ์อื่นที่อยู่ภายในชุมชนและรอบ ๆ ชุมชน 2) กลุ่มผู้ปฏิบัติ 'ผู้แสดงทางวัฒนธรรม' จำนวน 17 คน โดยประเด็นในการเก็บข้อมูล คือ สำนักทางชาติพันธุ์ และอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ การรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมการท่องเที่ยว กระบวนการนำเสนออัตลักษณ์ผ่านการแสดงทางวัฒนธรรม รูปแบบการแสดง ความสัมพันธ์ภายในกลุ่ม ความสัมพันธ์กับกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน 3) กลุ่มผู้ปฏิบัติ 'โฮมสเตย์' (Home Stay) จำนวน 23 คน โดยประเด็นในการเก็บข้อมูล คือ สำนักทางชาติพันธุ์ และอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ การรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมการท่องเที่ยว รูปแบบของบ้านพักและวิถีชีวิต

ที่นำเสนอ ความสัมพันธ์ภายในกลุ่ม ความสัมพันธ์กับกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม การท่องเที่ยวส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความครบถ้วน และนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก จนข้อมูลอิ่มตัวแล้วนำมาจัดหมวดหมู่ตามประเด็น การวิจัยที่ตั้งไว้ วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2 โดยการวิเคราะห์ เนื้อหา (Content Analysis) ตรวจสอบผลการวิเคราะห์ด้วยวิธีการแบบสามเส้าและนำเสนอ ผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ปารณทัตต์ แสนวิเศษ ,2555, หน้า 205–208)

ขั้นตอนที่ 3 สร้างรูปแบบอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทกับการบริหาร การพัฒนาในบริบทการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน กลุ่มประชากรผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ กลุ่มผู้รู้ กลุ่มผู้ปฏิบัติและกลุ่มผู้เกี่ยวข้องทั่วไป ‘กลุ่มผู้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว’ จำนวน 50 คน โดยแบ่งเป็นประชากรกลุ่มเป้าหมาย 1) กลุ่มคณะกรรมการ หมู่บ้าน จำนวน 12 คน 2) กลุ่มผู้ปฏิบัติ ทั้งผู้แสดงวัฒนธรรมและโฮมสเตย์ รวม 21 คน 3) ประธานกลุ่มองค์กรชุมชนทั้งหมด 18 กลุ่ม 4) กลุ่มเครือข่ายทางสังคมอื่น ๆ จำนวน 9 คน ได้แก่ ผู้อำนวยการโรงเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พัฒนาการจังหวัด การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด วัฒนธรรมจังหวัด พัฒนาการอำเภอ เกษตรอำเภอ สาธารณสุขอำเภอ โดยประเด็นในการเก็บข้อมูล คือ สภาพจัดการท่องเที่ยว ค้นหาปัญหา และสาเหตุของปัญหาการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา และสุดท้ายกลุ่มผู้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวร่วมกันสร้างอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทในบริบทการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบ ความครบถ้วนและนำเสนอข้อมูลที่ได้ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้นำหลักการวิจัยเชิงปฏิบัติการ แบบมีส่วนร่วม เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารการพัฒนาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไท ในบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน จำนวน 6 ขั้นตอน จนได้ข้อมูลอิ่มตัวแล้ว นำมาจัดหมวดหมู่ตามประเด็นการวิจัยที่ตั้งไว้ วิเคราะห์ข้อมูลตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อ 3 โดยการวิเคราะห์เนื้อหา ตรวจสอบผลการวิเคราะห์ด้วยวิธีการแบบสามเส้าและ นำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กันรวมทั้ง ค้นหาความสัมพันธ์ของส่วนประกอบย่อยต่าง ๆ เพื่อสร้างรูปแบบ (ชาย โปธิสิตา, 2555, หน้า 335–368)

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเรื่อง อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ แนวคิดคิดเรื่องพื้นที่ มาเป็นแนวคิดในการศึกษาวิเคราะห์ คือ ผลผลิตจากการให้ความหมายของผู้คนในสังคม ซึ่งความหมายหรืออัตลักษณ์ที่ถูกสร้างให้กับพื้นที่หนึ่ง ๆ นั้นเกิดจากปฏิสัมพันธ์ของพื้นที่ ทั้งสามกับกระบวนการสร้าง รื้อสร้างและการผลิตซ้ำอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และแนวคิด การบริหารการพัฒนา เป็นแนวคิดหลักในการศึกษาวิเคราะห์ผลผลิตจากการบริหารจัดการองค์กรชุมชน โดยใช้กระบวนการงานและโครงการ แผนงาน กิจกรรมเพื่อให้บรรลุ ตามเป้าหมายที่กำหนด

3. หน่วยในการวิเคราะห์

หน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of analysis) ที่สำคัญเป็นหน่วยระดับพื้นที่ (Spatial Unit) คือ ประชากรหมู่บ้าน ตำบลบ้านเป้า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร หน่วยศึกษา คือ หมู่บ้าน (Village) นอกจากนี้ ผู้วิจัยกำหนดระดับการวิเคราะห์ที่มีส่วน เกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในพื้นที่การวิจัยโดยแบ่งหน่วยวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือระดับครัวเรือนและระดับชุมชน

4. ระยะเวลาในการวิจัย

ผู้วิจัยเริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2557 ถึง สิงหาคม 2559 โดยการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและนำเสนอต่อที่ประชุม การจัด สัมมนาในชั้นเรียน ในส่วนการลงพื้นที่ศึกษาวิจัยในช่วงการเรียนการสอนรายวิชาการวิจัย ทางการบริหารการพัฒนาชั้นสูง วิชาการวิจัยเชิงคุณภาพ เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557 เป็นต้นมา ผู้วิจัยพักอาศัยอยู่บ้านภูทั้ง 3 ฤดู เพื่อจะได้เห็นวิถีชีวิตของชาวบ้านแบบสังคม ชาวนา ทำการเกษตรเป็นหลัก และการดำเนินวิถีชีวิตเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาลต่าง ๆ

5. เครื่องมือดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการ คือ 1) ผู้วิจัยเข้าดำเนินการสังเกตการณ์ทั้งแบบมีส่วนร่วม และไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักและจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ 2) แนวทางในการสังเกต (Observational Guide) การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบกับการศึกษาทางด้านมานุษยวิทยา ผู้วิจัยใช้เครื่องมือวิจัยในการศึกษาแนวทาง ในการสังเกตโดยยึดหลักการที่เป็นการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มชาติ พันธุ์ผู้ไท 3) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน (Participation) การเป็นส่วนหนึ่งของ ชุมชนจะทำให้เข้าใจทัศนคติ ซึ่งประกอบด้วย ความคิด (Thinking) ความเชื่อ (Belief) ความเข้าใจ (Cognitive) ส่งผลต่อพฤติกรรม (Behavior) ต่อบุคคลหรือต่อสภาพแวดล้อม

4) การพูดคุย (Dialogue) การพูดคุยเนื่องในโอกาสต่าง ๆ ที่ไม่เป็นทางการ

5) การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) โดยใช้ฐานข้อมูลที่ได้จากการสังเกตและการพูดคุยมาเป็นชุดตามจากเครื่องมือสังเกต (Observation) การพูดคุย (Dialogue) ใช้ศึกษากรณียังไม่ได้ข้อมูลที่ชัดเจนหรือยังมีประเด็นที่ยังขาดเนื้อหาอย่างไม่สมบูรณ์ประกอบการออกแบบวิธีการวิจัยเพื่อตอบความมุ่งหมายของการวิจัย

ผู้วิจัยออกแบบการวิจัย 1) บริบทชุมชนและอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไท ประกอบด้วย การศึกษาเอกสาร (Documentary Study) เป็นการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิในระยะแรก เพื่อทำความเข้าใจข้อมูลพื้นฐานของชุมชนและภาพรวมของกรณีศึกษาการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยที่ผู้วิจัยจะได้สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) และสังเกตแบบมีส่วนร่วม พูดคุย สนทนา (Dialogue, Un-Structure Interview) เจ้าอาวาส ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิก อบต. ประชาชนชาวบ้าน ผู้อาวุโส ในชุมชน (ตั้งอายุ 65 ปีขึ้นไป) ใช้ประเด็นในการจัดเก็บข้อมูล สัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ชุดที่หนึ่งแบบสังเกต และกลุ่มผู้รู้ ประกอบด้วย กรรมการบริหารกลุ่มโฮมสเตย์สมาชิกครัวเรือนกลุ่มโฮมสเตย์ กลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้มาศึกษาดูงานจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ แกนนำชุมชนการวิเคราะห์ปรากฏการณ์กลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไทบ้านภู แนวโน้มการบริหาร การพัฒนาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทในบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน

2) การบริหารการพัฒนาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทโดยผู้วิจัยทำการศึกษาการบริหารจัดการองค์การการท่องเที่ยวของบ้านภู ประกอบด้วย การสังเกตทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึกพัฒนาการจังหวัด การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด วัฒนธรรมจังหวัด อำเภอ พัฒนาการอำเภอ เกษตรอำเภอ สาธารณสุขอำเภอ โดยใช้ประเด็นในการเก็บข้อมูลประกอบด้วย กรรมการบริหารกลุ่มโฮมสเตย์สมาชิกกลุ่มครัวเรือนโฮมสเตย์ กลุ่มครัวเรือนไม่เป็นสมาชิกโฮมสเตย์ กลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้มาศึกษาดูงานกลุ่มผู้นำองค์การชุมชนการสัมภาษณ์สมาชิกฐานเรียนรู้ จำนวน 6 ฐาน อีกทั้งยังการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ ประกอบด้วย สมาชิกโฮมสเตย์ กรรมการหมู่บ้าน ผู้แทนครัวเรือนที่ไม่ได้เป็นสมาชิกโฮมสเตย์กรรมการบริหารงานกลุ่มโฮมสเตย์ และผู้อำนวยการโรงเรียน ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พัฒนาการจังหวัด การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด วัฒนธรรมจังหวัด พัฒนาการอำเภอ เกษตรอำเภอ สาธารณสุขอำเภอองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและสมาชิกสภาเทศบาลตำบลบ้านเป้า เป็นต้น 3) สร้างรูปแบบอัตลักษณ์

ทางชาติพันธุ์ผู้ไทกับการบริหารการพัฒนาในบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน โดยการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) โดยใช้เทคนิค SWOT Analysis และหลักการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม 6 ขั้นตอน อุปกรณ์ที่ใช้ในเก็บข้อมูลการวิจัย ประกอบด้วยอุปกรณ์ จัดกิจกรรมกลุ่ม และอุปกรณ์นำเสนอข้อมูลคืนให้กับชุมชน กล้องถ่ายภาพนิ่ง เครื่องอัดเทประบบดิจิตอล

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลในพื้นที่บ้านภู ตำบลบ้านเป้า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร โดยวิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้มีดังนี้

6.1 การศึกษาเอกสาร

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร เป็นวิธีการแรกที่จะได้มาซึ่งข้อมูล ข้อมูลที่ได้ประกอบไปด้วยเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ งานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่ได้เหล่านี้ได้ทบทวนความรู้ความเข้าใจเบื้องต้น และเป็นการศึกษาสำรองก่อนลงพื้นที่จริง

6.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

ในขั้นการเก็บข้อมูลภาคสนามนั้น ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการดังนี้

6.2.1 การสังเกตการณ์ มีทั้งการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ซึ่งได้นำไปใช้ร่วมกับการสัมภาษณ์และการจดบันทึก วิธีการสังเกตและจดบันทึก (Observation and Field-Note) ประเด็นในการเก็บข้อมูลคือ การจัดกิจกรรมเตรียมการต้อนรับ กิจกรรมต้อนรับ กิจกรรมการนำเสนอภาพสัญลักษณ์แสดงออกถึงความเป็นผู้ไทบ้านภูในความเป็นอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไท ทั้งที่ปรากฏในศูนย์เรียนรู้ชุมชนบ้านภู พิพิธภัณฑ์เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ฐานการเรียนรู้วิถีชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ลานวัฒนธรรมผู้ไทบ้านภู และตามบ้านพักโฮมสเตย์ของชุมชนจัดรับรองนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักแรมเพื่อสัมผัสกับวิถีชีวิตชนเผ่าผู้ไทของบ้านภู ทำให้ทราบถึงการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนของหมู่บ้าน ได้มีการนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทและการบริหารจัดการองค์การบริหารการพัฒนาของหมู่บ้าน

6.2.2 การสัมภาษณ์ ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยทำควบคู่ไปกับการสังเกต โดยการกำหนด

ประเด็นในการสัมภาษณ์อันได้แก่ สภาพทั่วไปของหมู่บ้าน ประวัติความเป็นมาและการตั้งถิ่นฐานของชุมชนผู้ไท วัฒนธรรมชุมชน สำนึกและอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ประวัติการท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชน รูปแบบการท่องเที่ยวของชุมชน นโยบายของรัฐต่อการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน ทำให้ทราบถึงบริบทและอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทของหมู่บ้าน และสำนึกทางชาติพันธุ์ และอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ กระบวนการเกิดขึ้นของพิพิธภัณฑ์เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ศูนย์เรียนรู้ชุมชน ฐานเรียนรู้วิถีชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ฐานวัฒนธรรมผู้ไทบ้านภู ความสัมพันธ์ภายในกลุ่มของกลุ่มคนที่พิพิธภัณฑ์ กลุ่มคนที่กลุ่มคนที่ศูนย์เรียนรู้ชุมชน กลุ่มคนที่ฐานเรียนรู้วิถีชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และกลุ่มคนที่ฐานวัฒนธรรมผู้ไทบ้านภู ความสัมพันธ์ของกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน ผลกระทบการท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชน และความสัมพันธ์กับกลุ่มชาติพันธุ์อื่นที่อยู่ในชุมชนและรอบ ๆ ชุมชน การสัมภาษณ์แบบมีจุดเน้นโดยเฉพาะ (Focused Interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยมีจุดเน้นหรือประเด็นที่น่าสนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะที่ต้องการได้คำตอบจากผู้ถูกสัมภาษณ์ ข้อมูลเชิงพฤติกรรม ข้อมูลเชิงสถิติ หรือสำมะโน และข้อมูลที่เป็นปัญหาเพื่อได้มาซึ่งรายละเอียดที่ลึกซึ้งมากกว่าการได้ข้อมูลแนวกว้างจากผู้ให้ข้อมูลหลัก

6.2.3 การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ประเด็นในการเก็บข้อมูล คือ ค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา และสุดท้ายสร้างรูปแบบการบริหารการพัฒนาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน

6.2.4 เทคนิควิธีการอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้ว คือ การบันทึกเสียงและการถ่ายภาพ โดยการบันทึกเสียงนั้นจะใช้เมื่อต้องการสัมภาษณ์บุคคลที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก ส่วนถ่ายภาพเป็นการบันทึกภาพสภาพแวดล้อมทางกายภาพของชุมชน ตลอดจนวิถีชีวิตของชาวบ้านที่แสดงออกให้เห็นอย่างเป็นรูปธรรม เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว

7. การจัดการข้อมูล

การจัดการและการวิเคราะห์ข้อมูล ภายหลังจากการจัดเก็บข้อมูลภาคสนามแล้วทุกครั้ง จะนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาจัดหมวดหมู่ โดยแยกข้อมูลเป็นประเภทต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์การวิจัย อันประกอบไปด้วย สภาพทั่วไปของชุมชนผู้ไททั้งในด้าน

ภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ การเมือง สังคม มรดกทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไท ศึกษาสำนักทางชาติพันธุ์ของชาวผู้ไทบ้านภู กระบวนการนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของชาวผู้ไทในบริบทของการท่องเที่ยวผ่านศูนย์เรียนรู้ชุมชนฐานเรียนรู้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ลานวัฒนธรรมผู้ไทบ้านภู และโฮมสเตย์ และศึกษาค้นหารูปแบบการบริหารการพัฒนาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ผู้ไทในบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนเป็นการค้นหาข้อความทั่ว ๆ ไปที่บอกความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ เป็นการสร้างแนวคิดสร้างทฤษฎีที่ใช้อธิบายขึ้นมาจากข้อมูลระดับฐานราก (ชาย โพธิสิตา, 2554, หน้า 335-368) เพื่อเป็นการง่ายในการวิเคราะห์ข้อมูล และส่วนข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องก็คัดออกไป

8. การวิเคราะห์

ในระหว่างที่เก็บข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามที่ได้ควบคุมกันไปกับการเก็บข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้หลักการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยมุมมองของคนในวัฒนธรรมนั้น และจากการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแล้วก็ต้องวิเคราะห์ข้อมูลอีกครั้ง โดยในการวิเคราะห์จะต้องวิเคราะห์เชื่อมโยงกับสิ่งต่าง ๆ ที่ได้เรียนรู้จากภาคสนามกับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ที่ผู้วิจัยได้ทบทวนมาแล้ว เพื่อตอบคำถามการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ และเพื่อนำไปสร้างข้อสรุปและแนวคิดต่อไปอย่างไรก็ตามผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลหลังจากการตรวจสอบความครบถ้วนและน่าเชื่อถือข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกต การสนทนากลุ่ม และการประชุมเชิงปฏิบัติการแล้ว ผู้วิจัยทำการตรวจสอบการบันทึกข้อมูล การจัดหมวดหมู่ตามประเด็นการวิจัยที่ตั้งไว้ และวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายการวิจัยโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตรวจสอบผลการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคแบบสามเส้า (Triangulation Technique) เพื่อให้ข้อมูลมีความเป็นจริงและน่าเชื่อถือโดยการใช้วิธีการเก็บข้อมูลในวิธีที่แตกต่างกันเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในเรื่องเดียวกัน เช่น การใช้การสัมภาษณ์ควบคู่ไปกับการสังเกตหรือการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญหลายคนในเรื่องเดียวกัน

หัวข้อเนื้อหาวิทยานิพนธ์โดยสังเขป

บทที่ 1 ภูมิหลัง คำถามการวิจัย ความมุ่งหมายของการวิจัย ความสำคัญของการวิจัย กรอบแนวคิดของการวิจัย และนิยามศัพท์เฉพาะ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิธีดำเนินการวิจัย เนื้อหาวิทยานิพนธ์ และข้อตกลงเบื้องต้น

บทที่ 2 บำบัด : อุตสาหกรรมทางชาติพันธุ์ชาวผู้ไท

บทที่ 3 การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนหมู่บ้าน

บทที่ 4 รูปแบบอุตสาหกรรมทางชาติพันธุ์ผู้ไทกับการบริหารการพัฒนาในบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน

บทที่ 5 สรุปอภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ข้อตกลงเบื้องต้น

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Description Analysis) ด้วยการสังเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม แต่คงรักษาความเที่ยงตรงของข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการศึกษาเฉพาะรายกรณี (Case Studies) ด้วยการเขียนข้อความบางประโยคให้คงรูปกับภาษาท้องถิ่นเพื่อให้ถูกถ่ายทอดจากทัศนะของผู้ถูกวิจัย (Native's Category) มากที่สุด