

การใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน:

กรณีศึกษา: กลไกการสถาปนาแนวคิด “วิถีมงคล”

เพื่อสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของเมืองหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา*

LEVERAGING CULTURAL CAPITAL AS A TOOL FOR SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT: A CASE STUDY OF THE ESTABLISHMENT MECHANISM OF THE “AUSPICIOUS WAY OF LIFE” CONCEPT TO CREATE A NEW IDENTITY FOR HAT YAI CITY, SONGKHLA PROVINCE

ดวงธิดา พัฒโน^{1*}, สิริวิธ อัสโร¹, ณัฐกานต์ รัตนพันธุ์¹, จุมพล ชื่นจิตต์ศิริ², ธีรศักดิ์ จินดาบถ¹

Duangthida Pattano^{1*}, Siriwit Issaro¹, Nattakan Rattanapan¹, Jumphon Chuenjitsiri², Teerasak Jindabot¹

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สงขลา ประเทศไทย

¹Faculty of Management Sciences, Prince of Songkla University, Songkhla, Thailand

²คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สงขลา ประเทศไทย

²Faculty of Law, Prince of Songkla University, Songkhla, Thailand

*Corresponding author E-mail: ajduangtida@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยว การรับรู้และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อเมืองหาดใหญ่ผ่านมุมมองทุนทางวัฒนธรรม 2) สำรวจทุนทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ในพื้นที่เมืองหาดใหญ่ และ 3) เสนอกลไกการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของเมืองหาดใหญ่ผ่านทุนทางวัฒนธรรมที่จะต่อยอดไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ 400 คน ด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพเก็บผ่านการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมร่วมกับภาคีเครือข่ายในพื้นที่ 28 คน ใช้การสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) อาหารเป็นทุนวัฒนธรรมที่โดดเด่นที่สุด 2) นักท่องเที่ยวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสูงกว่าชาวไทย 2.4 เท่า (10,209.49 บาท เทียบกับ 4,237.72 บาท) และ 3) การพัฒนาแนวคิด “วิถีมงคล” นำไปสู่การระบุจุดสำคัญทางวัฒนธรรม 51 จุดที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ โดยได้มีกลไกการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของเมืองหาดใหญ่ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนทำให้ได้ “โมเดลวิถีมงคล” ของเมืองหาดใหญ่ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) อาหารมงคล 2) มงคลแห่งศรัทธา 3) เทศกาลมงคล และ 4) วิถีชีวิตมงคล ซึ่งนำไปสู่กลยุทธการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนสำหรับเมืองหาดใหญ่ โดยข้อเสนอแนะจากการวิจัย คือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำ “โมเดลวิถีมงคล” ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเน้นการส่งเสริมทุนทางวัฒนธรรมด้านอาหารและความเชื่อ และควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการขยายแนวคิด “วิถีมงคล” ให้ครอบคลุมมิติความหลากหลายทางวัฒนธรรมมากขึ้น

คำสำคัญ: ทุนทางวัฒนธรรม, เครื่องมือการพัฒนา, การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, กลไกการสถาปนา, วิถีมงคล

Abstract

This research aims to: 1) Explore tourist behaviors, perceptions, and opinions of tourists and stakeholders towards Hat Yai city through the lens of cultural capital; 2) Investigate both tangible and intangible cultural capital in the Hat Yai urban area; and 3) Propose mechanisms for creating a new identity for Hat Yai city through cultural capital that will lead to sustainable tourism development. The study employed a mixed-methods research design, collecting quantitative data from 400 Thai and foreign tourists using questionnaires, analyzed through descriptive statistics. Qualitative data was gathered through participatory action research with 28 local network partners, utilizing focus group discussions and in-depth interviews, analyzed through content analysis. The findings reveal that: 1) Food is the most prominent cultural capital; 2) Foreign tourists' average expenditure per person is 2.4 times higher than that of Thai tourists (10,209.49 THB compared to 4,237.72 THB); and 3) The development of the “Auspicious Way” concept led to the identification of 51 cultural points of interest, representing both tangible and intangible cultural capital. A mechanism for creating a new identity for Hat Yai city comprises five key steps, resulting in the “Auspicious Way Model” for Hat Yai with four components: 1) Auspicious Food, 2) Auspicious Faith, 3) Auspicious Festivals, and 4) Auspicious Lifestyle. This model serves as a strategy for sustainable cultural tourism development in Hat Yai. The research recommends that relevant agencies should apply the “Auspicious Way Model” in tourism development, emphasizing the promotion of cultural capital in food and beliefs. Further studies should explore expanding the “Auspicious Way” concept to encompass greater cultural diversity dimensions.

Keywords: Cultural Capital, Development Tool, Sustainable Tourism, Establishment Mechanism, Auspicious Way of Life

บทนำ

“วัฒนธรรม” ถือเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาเมือง โดยองค์การเพื่อการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) และธนาคารโลก (World Bank) ได้อธิบายว่า วัฒนธรรมมีฐานจากทั้งมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ สถานที่แกนกลางของเมืองที่มีประวัติศาสตร์ รากเหง้าของผู้คน และสถาบันทางวัฒนธรรมที่มีชีวิตชีวา เช่น พิพิธภัณฑ์ หอสมุด ห้องแสดงคอนเสิร์ต โรงละครโอเปร่า ฯลฯ คุณลักษณะเหล่านี้ทำให้เมืองมีเอกลักษณ์และดึงดูดใจทั้งผู้อยู่อาศัยและนักท่องเที่ยว จนอาจกล่าวได้ว่า หากปราศจากวัฒนธรรมแล้ว เมืองในฐานะพื้นที่แห่งชีวิตอันขับเคลื่อนด้วยพลวัตย่อมไม่อาจดำรงอยู่ได้ (UNESCO and The World Bank, 2021) ทั้งนี้ Throsby, D. ได้อธิบายว่า วัฒนธรรมเป็นรากฐานที่ก่อให้เกิด “ทุนทางวัฒนธรรม” (Cultural Capital) ซึ่งเป็นสินทรัพย์ที่ฝังตัว สะสม และให้คุณค่า ทั้งในรูปแบบที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ (Throsby, D., 2001) โดยในสถานการณ์ปัจจุบัน Han, H. & Li, B. ชี้ให้เห็นว่ามีความพยายามผสมผสานการดำรงอยู่ของทุนทางวัฒนธรรมให้เข้ากับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่จะก่อให้เกิดการยกระดับคุณค่ามูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยเชื่อว่าสังคมที่ใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือจะทำให้ผู้คนที่อยู่อาศัยในพื้นที่นั้น ๆ มีชีวิตที่มีคุณภาพสูง โดยเป็นชีวิตที่เต็มไปด้วยความหมาย มีเกียรติ และมีรสนิยม (Han, H. & Li, B., 2023) ซึ่งหากพิจารณาความเชื่อมโยงในมิติด้านการท่องเที่ยว Smitha, S. รวมถึง Anton, Y. et al. เน้นย้ำว่า ทุนทางวัฒนธรรมมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวโดยเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว และช่วยสร้าง

ประสบการณ์อันลึกซึ้งผ่านการเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของท้องถิ่น (Smitha, S., 2022); (Anton, Y. et al., 2023)

สำหรับประเทศไทย เป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นจากลักษณะทางภูมิศาสตร์ และความผสมผสานของผู้คนหลายเชื้อชาติเข้ามาตั้งรกราก ทำให้ไทยสามารถนำเสนอคุณค่าของทุนทางธรรมชาติและทุนทางวัฒนธรรมได้อย่างมีเอกลักษณ์ การศึกษาของ สุกานดา ถิ่นฐาน และอนุชา แพ่งเกสร ชี้ให้เห็นว่าความหลากหลายทางวัฒนธรรมของไทยสามารถนำมาพัฒนาต่อยอดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ได้ อันเป็นกุญแจสำคัญสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสร้างภาพลักษณ์อันโดดเด่นให้แก่แหล่งท่องเที่ยว (สุกานดา ถิ่นฐาน และอนุชา แพ่งเกสร, 2566) หากพิจารณาเฉพาะพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา การศึกษาของ ชนิษฐา ชุสุข และคณะ ได้ชี้ให้เห็นว่า เมืองหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภาคใต้ที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน โดยมีจุดเปลี่ยนสำคัญเมื่อมีการสร้างทางรถไฟสายใต้ในปี พ.ศ. 2452 ส่งผลให้หาดใหญ่กลายเป็นชุมทางการค้าชายแดนที่สำคัญ เชื่อมโยงกับสิงคโปร์และปีนัง (ชนิษฐา ชุสุข และคณะ, 2557) นอกจากนี้ ทิพวัลย์ ขำเล็ก กล่าวถึงปัจจัยสนับสนุนการเติบโตของเมืองหาดใหญ่ ประกอบด้วย การเป็นศูนย์กลางคมนาคม การศึกษา และความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยเป็นที่อยู่อาศัยของผู้คนต่างศาสนา ทั้งไทย พุทธ มุสลิม และจีน ในด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว เป็นแหล่งรวมสินค้าราคาประหยัดและศูนย์รวมความบันเทิง มีย่านการค้าสำคัญใจกลางเมือง และสินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลายทั้งสินค้าท้องถิ่นและนำเข้าจากต่างประเทศ (ทิพวัลย์ ขำเล็ก, 2559) ด้วยลักษณะทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมที่หลากหลายนี้ หาดใหญ่จึงเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งอาจเป็นต้นแบบสำคัญในการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืนในมิติต่าง ๆ ในอนาคตได้ อย่างไรก็ตาม ในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา สื่อต่าง ๆ ในโลกออนไลน์ทั้งสื่อหลักและสื่อท้องถิ่น อาทิ ประชาชาติ วอยซ์ทีวี กิมหยงดอทคอม สนธิทอล์ค ฯลฯ นำเสนอให้เห็นว่าเมืองหาดใหญ่กำลังอยู่ในภาวะวิกฤติด้านเศรษฐกิจอย่างหนักหลายปีต่อเนื่อง สาเหตุมาจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ภาคใต้ ประกอบกับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจทั่วโลก นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักของหาดใหญ่กำลังประสบปัญหาค่าเงินอ่อนค่า ทำให้แนวโน้มนักท่องเที่ยวลดลง นอกจากนี้ สภาพพื้นที่ในภาคใต้กำลังเผชิญกับราคาพืชผลทางการเกษตรที่ตกต่ำ ส่งผลต่อรายได้และการจับจ่ายใช้สอยของประชาชน ผนวกกับการขยายตัวของโมเดิร์นเทรดขนาดใหญ่ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมสั่งสินค้าออนไลน์ ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พื้นที่เศรษฐกิจของมหานครหาดใหญ่ซบเซาอย่างหนัก จนเมื่อเศรษฐกิจประสบเคราะห์ซ้ำซ้ำจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ทำให้แผงร้านค้าต่าง ๆ ในหาดใหญ่ไม่สามารถหล่อเลี้ยงธุรกิจอยู่รอด เกิดปรากฏการณ์การปิดป้ายปิดกิจการเป็นจำนวนมาก จนเกิดวาทกรรม “หาดใหญ่กำลังจะตาย” แพร่หลายในสื่อสังคมออนไลน์ไปอย่างแพร่หลาย (ไฮไลต์ประชาชาติ, 2561); (วอยซ์ทีวี, 2565); (สนธิทอล์ค, 2565) สิ่งเหล่านี้ ทำให้ผู้คนวิตกกังวลเกี่ยวกับอนาคตของเมืองหาดใหญ่ และยิ่งตอกย้ำถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการฟื้นฟูเศรษฐกิจและภาพลักษณ์ของเมือง

ทว่าท่ามกลางความยากลำบากนี้ ด้วยทุนทางสังคมเดิมของเมืองหาดใหญ่ที่เข้มแข็ง ทำให้หาดใหญ่ยังมีโอกาสในการฟื้นฟูเมืองผ่านการใช้ประโยชน์จาก “ทุนทางวัฒนธรรม” อยู่บ้าง เนื่องจากหาดใหญ่มีความได้เปรียบในด้านห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว อีกทั้งยังอุดมไปด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรมอันเนื่องมาจากการตั้งรกรากของผู้คนหลากหลายเชื้อชาติ ศาสนา ดังนั้น จึงเป็นโอกาสใหม่ให้แก่เมืองที่จะใช้ประโยชน์จาก “ทุนทางวัฒนธรรม” ที่มีอยู่ เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ และเมื่อเชื่อมโยงจากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาหลายชิ้น ยังพบข้อจำกัดบางประการที่ควรขยายผลเติมเต็มมิติในการศึกษา เช่น 1) ยังมีการศึกษาเชิงลึกในบริบทของเมืองที่กำลังเผชิญวิกฤตเศรษฐกิจอยู่น้อยที่จะมีกลยุทธ์เฉพาะในการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจ



2) ยังไม่มีการบูรณาการมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายภาคส่วนในการกำหนดกรอบทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และ 3) การศึกษาเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์เมืองผ่านทุนทางวัฒนธรรมยังมีอยู่อย่างจำกัด โดยเฉพาะในบริบทของเมืองที่ต้องการปรับภาพลักษณ์ใหม่ งานวิจัยนี้จึงมุ่งตอบคำถามที่สำคัญได้แก่ 1) ทุนทางวัฒนธรรมใดบ้างที่โดดเด่นและสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเมืองหาดใหญ่ได้ โดยใช้มุมมองจากนักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง และ 2) กลไกการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของเมืองหาดใหญ่จากเมืองพาณิชย์สู่เมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยบูรณาการมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายภาคส่วน ควรดำเนินการอย่างไร และหาดใหญ่ควรมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเกื้อหนุนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอย่างไร ทั้งนี้ การศึกษานี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในบริบทของเมืองหาดใหญ่ที่กำลังเผชิญวิกฤตเศรษฐกิจ โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมในการฟื้นฟูและพัฒนาเศรษฐกิจของเมือง นอกจากนี้ การวิจัยนี้ยังให้ความสำคัญกับการบูรณาการมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากหลากหลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน ประชาสังคม และชุมชนท้องถิ่น เพื่อสร้างความเข้าใจที่ครอบคลุมและนำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การศึกษาในลักษณะนี้ยังมีอยู่อย่างจำกัด โดยเฉพาะในบริบทของเมืองที่กำลังประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ ดังนั้น ผลการวิจัยนี้จึงมีความสำคัญทั้งในเชิงวิชาการและการประยุกต์ใช้ในการกำหนดนโยบายและแนวทางการพัฒนาเมืองในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การรับรู้ และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อเมืองหาดใหญ่ผ่านมุมมองทุนทางวัฒนธรรม
2. เพื่อสำรวจทุนทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ในพื้นที่เมืองหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
3. เพื่อเสนอกลไกการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของเมืองหาดใหญ่ที่จะต่อยอดไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Approach) ประกอบด้วยการศึกษาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณมุ่งศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การรับรู้และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อภาพลักษณ์ของเมืองหาดใหญ่ผ่านมุมมองทุนทางวัฒนธรรม โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน ซึ่งคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ และการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ในแต่ละกลุ่ม เครื่องมือวิจัยได้รับการพัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมและตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พร้อมทั้งทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.87 ซึ่งอยู่ในช่วงที่เป็นไปตามหลักการที่ Hair, J. F. et al. เสนอว่า ถือว่าอยู่ในระดับยอมรับได้ (Hair, J. F. et al., 2010) เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในโรงแรมและแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในเมืองหาดใหญ่ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้ในการสำรวจทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ รวมถึงพัฒนากรอบแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวบนฐานทุนวัฒนธรรม โดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จาก 5 ภาคส่วน รวม 28 คน คัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่ เก็บข้อมูลด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis)



ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยว การรับรู้และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อภาพลักษณ์ของเมืองหาดใหญ่ผ่านมุมมองทางวัฒนธรรม คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และพบผลการศึกษาในเชิงปริมาณ ดังนี้

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะ	นักท่องเที่ยวชาวไทย (n = 200)	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (n=200)
เพศหญิง	72%	56%
อายุ	31 - 40 ปี (37.50%)	21 - 30 ปี (32.50%)
ศาสนา	พุทธ (58%)	อิสลาม (72%)
สัญชาติ	ไทย (100%)	มาเลเซีย (88.50%)
วัตถุประสงค์หลัก	ประชุม/สัมมนา (60%)	ทัวร์อาหาร (41.19%)
ลักษณะการเดินทาง	มากับครอบครัว (27.50%)	มากับบริษัททัวร์ (43%)
ความถี่ในการมาเยือน	3 - 4 ครั้ง/ปี (21.50%)	มากกว่า 2 ครั้ง (42%)

จากตารางที่ 1 พบว่า ความแตกต่างที่สำคัญระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (72%) อายุ 31 - 40 ปี (37.50%) นับถือศาสนาพุทธ (58%) มาเพื่อประชุม/สัมมนา (60%) และเดินทางมากับครอบครัว (27.50%) โดยมักมาเยือนหาดใหญ่ 3 - 4 ครั้งต่อปี (21.50%) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นชาวมาเลเซีย (88.50%) อายุ 21 - 30 ปี (32.50%) นับถือศาสนาอิสลาม (72%) มาเพื่อทัวร์อาหาร (41.19%) และเดินทางมากับบริษัททัวร์ (43%) โดยส่วนใหญ่เคยมาหาดใหญ่มากกว่า 2 ครั้ง (42%) ความแตกต่างเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม

1.2 การใช้จ่ายและระยะเวลาพำนักร

เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบการใช้จ่ายและระยะเวลาพำนักรของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเชิงเปรียบเทียบ พบผลดังตารางที่ 2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2 การใช้จ่ายและระยะเวลาพำนักรของนักท่องเที่ยว

รายการ	นักท่องเที่ยวชาวไทย (n = 200)	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (n = 200)
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน	4,237.72 บาท	10,209.49 บาท
ระยะเวลาพำนักรเฉลี่ย	2 คืน	2 คืน

จากตารางที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสูงกว่าชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญ (10,209.49 บาท เทียบกับ 4,237.72 บาท) แม้ว่าจะระยะเวลาพำนักรเฉลี่ยจะเท่ากันที่ 2 คืน ข้อมูลนี้ชี้ให้เห็นถึงศักยภาพทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูงขึ้น



1.3 มุมมองการรับรู้ต่อทุนทางวัฒนธรรม

ผลการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ต่อทุนทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่ม ปรากฏผลดัง

ตาราง

ตารางที่ 3 การรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นของเมืองหาดใหญ่ จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ทุนทางวัฒนธรรม	นักท่องเที่ยวชาวไทย (n = 200)			นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (n = 200)			ภาพรวม (n = 400)	
	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ การ รับรู้	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ การ รับรู้	ค่าเฉลี่ย	ระดับ การ รับรู้
อาหาร	4.01	0.72	มากที่สุด	4.32	0.71	มากที่สุด	4.17	มากที่สุด
สถาปัตยกรรม เช่น วัด อาคาร โบราณ	3.65	0.83	มาก	3.88	0.76	มาก	3.76	มาก
วิถีชีวิตของคนในพื้นที่ เช่น การ เดินตลาดเช้า การเป็นเมือง	3.89	0.81	มาก	3.89	0.68	มาก	3.89	มาก
การค้า								
ประเพณีและเทศกาลที่จัดเป็น ครั้งคราว เช่น กินเจ ตรุษจีน	3.87	0.89	มาก	3.89	0.69	มาก	3.88	มาก
ไหว้พระจันทร์								
ความเชื่อและความศรัทธา เช่น การไหว้พระ ไหว้เจ้า	3.74	1	มาก	3.84	0.73	มาก	3.79	มาก
การแต่งกาย เช่น ผ้าปาเต๊ะ ชุด พื้นเมืองของมุสลิม	3.54	0.97	มาก	3.90	0.72	มาก	3.72	มาก
ความโดดเด่นของพหุวัฒนธรรม ได้แก่ ไทย จีน มุสลิม	3.77	0.82	มาก	3.96	0.72	มาก	3.86	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า มุมมองของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ แสดงให้เห็นถึงความประทับใจในระดับสูงต่อหลากหลายมิติทางวัฒนธรรมของเมือง โดยอาหารได้รับการประเมินสูงสุดด้วยค่าเฉลี่ย 4.17 ซึ่งอยู่ในระดับ “รับรู้มากที่สุด” ตามด้วยวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำ (3.89) ประเพณีและเทศกาล (3.88) และศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น (3.86) ที่ได้รับการประเมินการรับรู้ในระดับ “มาก” ทั้งสิ้น น่าสนใจว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีแนวโน้มให้คะแนนการรับรู้สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในเกือบทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการแต่งกายพื้นเมืองที่มีความแตกต่างชัดเจน (3.90 vs 3.54) แม้ว่าจะได้รับคะแนนการรับรู้ต่ำสุดในภาพรวม แต่ก็ยังอยู่ในระดับ “มาก” ผลการประเมินนี้สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของเมืองหาดใหญ่ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านอาหาร วิถีชีวิต และประเพณีท้องถิ่น ซึ่งได้รับการยอมรับอย่างสูงจากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางวัฒนธรรมและพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า มีความเชื่อมโยงที่สำคัญระหว่างการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมกับรูปแบบการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับอาหารในฐานะทุนทางวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 4.17) มีแนวโน้มที่จะใช้เวลาในการท่องเที่ยวมากขึ้น (เฉลี่ย 2.5 วัน) และมีค่าใช้จ่ายสูงกว่า (เฉลี่ย 5,500 บาทต่อทริป) เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับทุนทางวัฒนธรรมอื่น ๆ นอกจากนี้ ยังพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวมลายูเซีย มีความสนใจในทุนทางวัฒนธรรมด้านความ

เชื้อและศรัทธา (ค่าเฉลี่ย 3.84) มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย (ค่าเฉลี่ย 3.74) ซึ่งส่งผลให้มีการเยี่ยมชมสถานที่ทางศาสนาและวัฒนธรรมมากขึ้น

2. ผลการสำรวจ รวบรวมทุนทางวัฒนธรรม และปึกหมุดแผนที่วัฒนธรรม

สำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสำรวจทุนทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ในพื้นที่เมืองหาดใหญ่ จังหวัดสงขลานั้น จากการเดินสำรวจพื้นที่และรวบรวมทุนทางวัฒนธรรมของเมืองหาดใหญ่ในขอบเขตพื้นที่ 4 ชุมชนที่เป็นพื้นที่ศึกษาวิจัย พบว่า มีความหลากหลายอันเนื่องมาจากการอยู่ร่วมกันของชาวไทยเชื้อสายจีน พุทธ และมุสลิม โดยสามารถจำแนกทุนทางวัฒนธรรมของหาดใหญ่ออกได้เป็น 2 กลุ่ม 6 ประเภท ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Capital) ประกอบด้วย 1) อาคาร/สถาปัตยกรรม เช่น ตึก Chino-European Architecture บริเวณถนนนิพัทธ์อุทิศ 1 วัดฉือฉาง วัดถาวราราม และ 2) เครื่องแต่งกาย เช่น ผ้าปาเต๊ะ ชุดมุสลิม และชุดตามเทศกาลเฉพาะ

กลุ่มที่ 2 ทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Capital) ประกอบด้วย 1) อาหาร ทั้งสูตรอาหารจีน อาหารไทย และอาหารฮาลาล 2) ประเพณี เช่น ฟเทศกาลตรุษจีน เทศกาลไหว้พระจันทร์ เทศกาลกินเจ 3) ความเชื่อ ความศรัทธา เช่น การไหว้เจ้าตามศาลเจ้าต่าง ๆ และวัด ซึ่งกระจายอยู่ทั่วพื้นที่ และ 4) วิถีชีวิตอื่น ๆ เช่น ตลาดเช้า การเขียนพู่กันจีน และการเล่นดนตรีจีน

ความหลากหลายนี้แสดงให้เห็นถึงความเป็นพหุวัฒนธรรมของหาดใหญ่ ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ เพื่อให้เกิดความชัดเจน คณะผู้วิจัยได้มีการจัดเวทีสาธารณะเพื่อรวบรวมและปึกหมุดแผนที่วัฒนธรรม โดยมีตัวแทนจาก 5 ภาคส่วนสำคัญประกอบด้วย 1) กลุ่มภาคธุรกิจเอกชนในพื้นที่ 2) หน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 3) กลุ่มศิลปินในพื้นที่ 4) ชุมชนและภาคประชาสังคม และ 5) สถาบันอุดมศึกษา รวมทั้งสิ้น 28 คน โดยผลการปึกหมุดแผนที่ได้ระบุจุดสำคัญทางวัฒนธรรม จำนวน 51 จุดครอบคลุมทั้งร้านอาหารเก่าแก่ ศาลเจ้า สถาปัตยกรรม และประเพณีในชุมชน



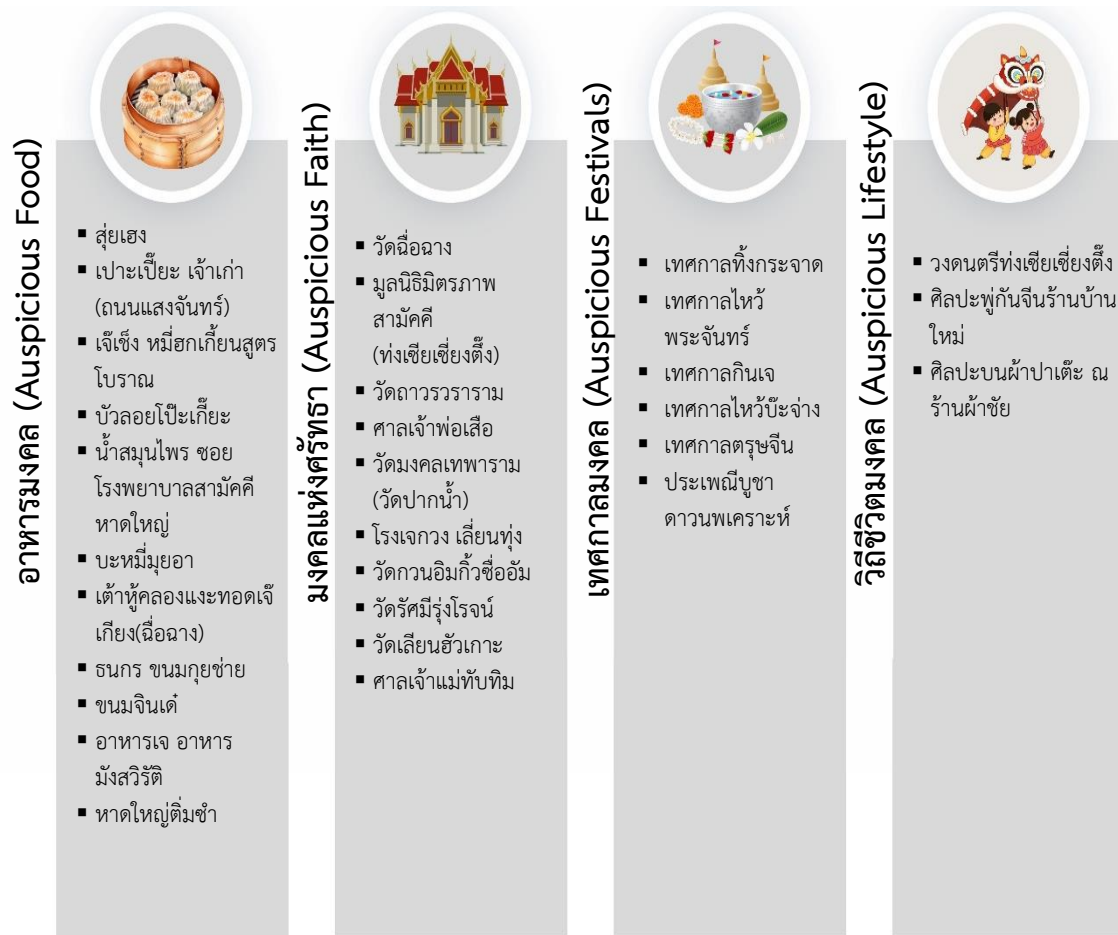
ภาพที่ 1 กิจกรรมปึกหมุดทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญในพื้นที่นครหาดใหญ่

3. การสถาปนาวาทกรรม “วิถีมิงคล” เป็นกลยุทธ์พลิกเมือง โดยใช้เป็นจุดหมายปลายทางใหม่ของการท่องเที่ยวเมืองหาดใหญ่ผ่านทุนทางวัฒนธรรม

จากการประมวลผลข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการสำรวจพื้นที่และการปึกหมุดทุนทางวัฒนธรรม คณะผู้วิจัยพร้อมด้วยภาคีเครือข่ายจึงได้พิจารณาผลการศึกษาร่วมกันภายใต้การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) และเห็นได้ชัดว่า เมื่อกล่าวถึงอัตลักษณ์ของหาดใหญ่ที่เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจ พบว่า สามารถสังเคราะห์จุดร่วมที่เป็นความเห็นพ้อง



ของผู้คน โดยเห็นว่าหาดใหญ่จำเป็นต้องเชิดชูเมืองภายใต้ภาพลักษณ์ใหม่ จากเดิมที่เป็นเมืองสีเทา หรือเมืองที่เต็มไปด้วยร้านค้าหนีภาษี สถานบันเทิงเรีงมย์ยามค่ำคิน โดยต้องยึดโยงภาพลักษณ์ใหม่ ใช้ “วิถีมงคล” (Auspicious Way of Life) เป็นจุดขาย และพลิกวิกฤตของเมือง โดยข้อมูลจากการระดมความคิดเห็นในเวทีสาธารณะ และการสนทนากลุ่มย่อย สามารถแบ่งมิติความมงคลที่สามารถนำไปใช้เป็นกรอบแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวบนฐานทุนทางวัฒนธรรมและขับเคลื่อนเศรษฐกิจเมืองหาดใหญ่ได้ 4 กลุ่ม ดังแสดงในภาพที่ 2 ได้แก่



ภาพที่ 2 ทุนทางวัฒนธรรม “วิถีมงคล” (Auspicious Way of Life) ของเมืองหาดใหญ่ภายในขอบเขต

4 ชุมชนพื้นที่ที่ศึกษาจากการสังเคราะห์ร่วมกันของภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

1. อาหารมงคล (Auspicious Food) หมายถึง อาหารคาวหวานที่มีการจำหน่ายในขอบเขตพื้นที่ 4 ชุมชน โดยผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม และใช้ส่วนประกอบของอาหารที่มีความเชื่อมโยงกับสิ่งที่เป็นมงคลในวัฒนธรรมชาวจีน ประกอบด้วย 12 แหล่ง

2. มงคลแห่งศรัทธา (Auspicious Faith) หมายถึง ความเชื่อ ความเลื่อมใสในสิ่งที่ดีงาม ซึ่งในที่นี้เชื่อมโยงกับสถานที่ที่ได้รับการยอมรับว่ามีความศักดิ์สิทธิ์ เป็นที่เคารพสักการะของคนทั่วไป และคนในชุมชน ได้แก่ ศาลเจ้า และวัดที่อยู่ในพื้นที่ ตลอดจนพิธีกรรมต่าง ๆ ทางด้านความเชื่อและความศรัทธา ประกอบด้วย 10 แหล่ง

3. เทศกาลมงคล (Auspicious Festivals) หมายถึง คือ เหตุการณ์ ซึ่งจัดตั้งหรือสืบทอดภายในชุมชนท้องถิ่นทั้ง 4 ชุมชนในนครหาดใหญ่ โดยมุ่งความสนใจและเฉลิมฉลองเอกลักษณ์บางอย่างของชุมชน และ



เทศกาลนั้น มักเกี่ยวข้องกับประเพณี ความเชื่อ หรือศาสนาของชุมชน ตรุษจีน กินเจ ไหว้พระจันทร์ เป็นต้น และมักจัดขึ้นปีละครั้ง ประกอบด้วย 6 แห่ง

4. วิถีชีวิตมงคล (Auspicious Lifestyle) หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันที่เชื่อมโยงกับความเป็นมงคล และสิ่งเกี่ยวเนื่องกับวิถีชีวิต เช่น การใช้ภาษามงคล ดนตรี ฟ้าและการแต่งกาย เป็นต้น ประกอบด้วย 3 แห่ง

ทั้งนี้ ภายใต้วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอกลไกการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของเมืองหาดใหญ่ที่จะต่อยอดไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สามารถอธิบายกระบวนการหรือขั้นตอนในการศึกษาที่นำมาสู่แนวคิด “วิถีมงคล” ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนหลักสำคัญที่ได้จากการศึกษาวิจัย ดังภาพที่ 3 ต่อไปนี้



ภาพที่ 3 กลไกการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยการสถาปนาแนวคิด “วิถีมงคล” ในเมืองหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

จากภาพที่ 3 กลไกการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยการสถาปนาแนวคิด “วิถีมงคล” ในเมืองหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา นั้น สามารถอธิบายได้เป็นขั้นตอนต่าง ๆ ได้แก่

1. การศึกษาข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญในพื้นที่ โดยการสำรวจทุนทางวัฒนธรรมใน 4 ชุมชนเป้าหมาย ใช้วิธีการเก็บข้อมูลภาคสนาม
2. การสำรวจข้อมูลผู้ใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรม ได้แก่ นักท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กับนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน
3. การปักหมุดทุนทางวัฒนธรรม เป็นการระบุพื้นที่ที่มีข้อมูลสำคัญทางวัฒนธรรมลงบนแผนที่วัฒนธรรม (Cultural Map)
4. การจัดเวทีระดมข้อมูลทุนทางวัฒนธรรม โดยใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)
5. การสร้างเส้นทางวิถีมงคล เพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยใช้การสนทนากลุ่มและการวิเคราะห์เนื้อหา

โดยสรุปกระบวนการพัฒนาแนวคิด “วิถีมงคล” เกิดจากการบูรณาการข้อมูลจากการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยมีขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อระบุทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
2. การสำรวจและปักหมุดทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่ 4 ชุมชนหลักของเมืองหาดใหญ่
3. การจัดเวทีสนทนากลุ่มกับภาคีเครือข่ายเพื่อระดมความคิดเห็นและวิเคราะห์ศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรม
4. การสังเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดเพื่อกำหนดแนวคิดหลัก “วิถีมงคล” และองค์ประกอบ 4 ด้าน
5. การพัฒนา “โมเดลวิถีมงคล” โดยการออกแบบกลไกการนำแนวคิดไปสู่การปฏิบัติ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนสำคัญ

แนวคิด “วิถีมงคล” นี้ได้รับการยอมรับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียว่าสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของเมืองหาดใหญ่และมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและอาหาร นอกจากนี้ ความแตกต่างในพฤติกรรมและการใช้จ่ายระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดและการบริการที่แตกต่างกันเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพด้วยเช่นเดียวกัน

อภิปรายผล

ผลการวิจัยนี้ได้เผยให้เห็นถึงศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมในการฟื้นฟูและพัฒนาการท่องเที่ยวของเมืองหาดใหญ่ โดยมีประเด็นสำคัญที่สามารถอภิปรายผล ดังนี้

1. อาหารในฐานะทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น

ผลการวิจัยพบว่า “อาหาร” เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นที่สุดของหาดใหญ่ (ค่าเฉลี่ย 4.17 จาก 5) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Richards, G. ที่ชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกำลังมุ่งเน้นประสบการณ์ในชีวิตประจำวันมากขึ้น โดยเฉพาะด้านอาหาร (Richards, G., 2022) นอกจากนี้ Smith, M. K. et al. ยังพบว่า นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ความสนใจกับประสบการณ์ท้องถิ่นเพิ่มขึ้น (Smith, M. K. et al., 2023) สะท้อนถึงโอกาสในการพัฒนาหาดใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Culinary Tourism) ซึ่งกำลังเติบโตอย่างรวดเร็วทั่วโลก

2. การสร้างอัตลักษณ์เมืองผ่านทุนทางวัฒนธรรม: กรณี “วิถีมงคล” ของหาดใหญ่

Bourdieu, P. และ Throsby, D. ได้เสนอทฤษฎีทุนทางวัฒนธรรม โดยเน้นย้ำความสำคัญของทุนที่จับต้องไม่ได้ เช่น ความเชื่อ ประเพณี และวิถีชีวิต (Bourdieu, P., 1986); (Throsby, D., 2001) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่นำเสนอแนวคิด “วิถีมงคล” ในการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้กับเมืองหาดใหญ่ Richards,

G. ชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกำลังมุ่งเน้นประสบการณ์ในชีวิตประจำวันมากขึ้น (Richards, G., 2022) ซึ่งสอดคล้องกับการประยุกต์ใช้แนวคิดนี้ในบริบทของการท่องเที่ยว

ในส่วนของ Kavaratzis, M. & Ashworth, G. J. นำเสนอแนวคิดการสร้างแบรนด์เมือง (City Branding) ที่เน้นการใช้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในการสร้างภาพลักษณ์เมือง (Kavaratzis, M. & Ashworth, G. J., 2005) ซึ่งมีความสอดคล้องกับการพัฒนา “โมเดลวิถีมงคล” ในงานวิจัยนี้ Smith, M. K. et al. ยังสนับสนุนว่านักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ความสนใจกับประสบการณ์ท้องถิ่นเพิ่มขึ้น (Smith, M. K. et al., 2023) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า อาหารและความเชื่อเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นของหาดใหญ่

นอกจากนี้ Okazaki, E. เสนอทฤษฎีการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเน้นย้ำความสำคัญของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Okazaki, E., 2008) ซึ่งสอดคล้องกับการบูรณาการมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาแนวคิด “วิถีมงคล” ในงานวิจัยนี้

อย่างไรก็ตาม แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การการท่องเที่ยวโลก ชี้ให้เห็นข้อควรระวังว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานแนวคิดนี้จะต้องคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์วัฒนธรรมและการพัฒนาเศรษฐกิจด้วย (UNWTO, 2020)

3. ความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของ Dann, G. ซึ่งเป็นทฤษฎีคลาสสิกด้านการท่องเที่ยวที่กล่าวถึงปัจจัยผลักดันในการท่องเที่ยว สามารถอธิบายความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติได้ (Dann, G., 1981) โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยอาจถูกผลักดันด้วยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอาชีพ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอาจถูกดึงดูดด้วยปัจจัยด้านวัฒนธรรมอาหาร ความแตกต่างนี้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดและการบริการที่เฉพาะเจาะจงสำหรับแต่ละกลุ่ม

4. การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แนวคิด “วิถีมงคล” สอดคล้องกับกรอบแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การการท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะในมิติของการอนุรักษ์วัฒนธรรมและการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนท้องถิ่น (UNWTO, 2020) Bhandari, B. P. และ Jianhua, G. เสนอว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงวัฒนธรรมและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือเป็นกุญแจสำคัญสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Bhandari, B. P. & Jianhua, G., 2019) สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของ Okazaki, E. ที่เน้นย้ำความสำคัญของการมีส่วนร่วมของชุมชน (Okazaki, E., 2008)

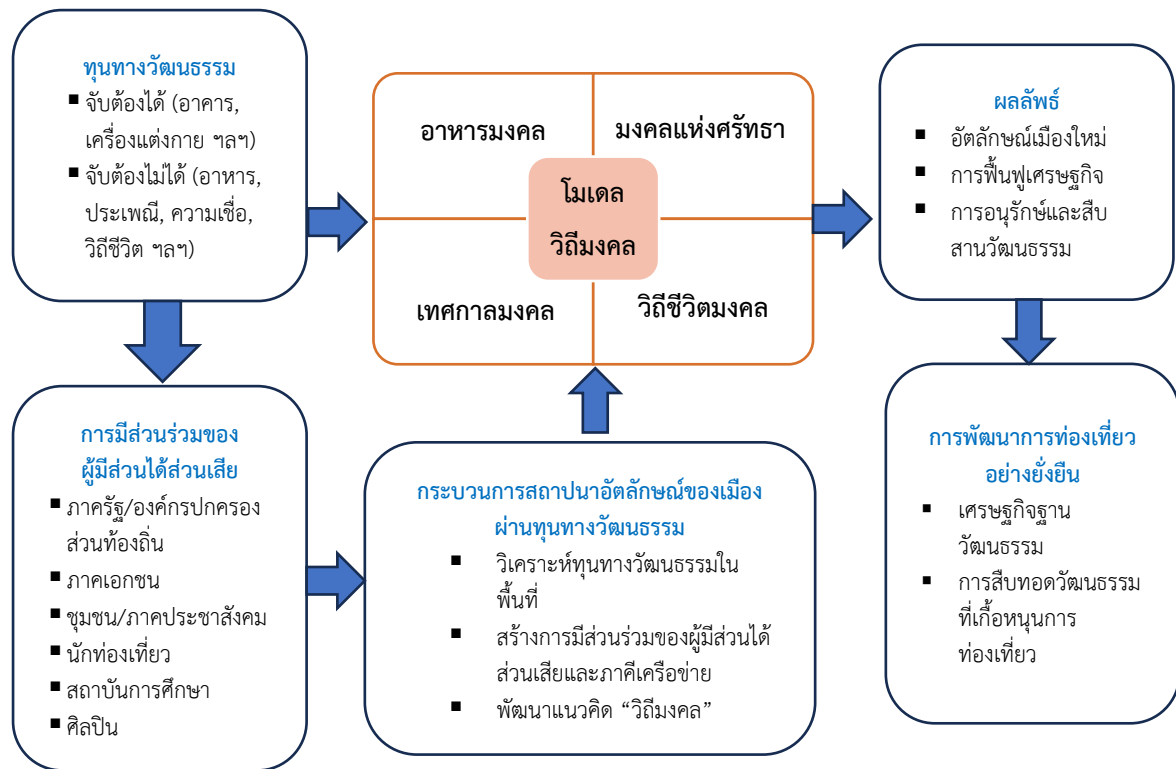
อย่างไรก็ตาม การศึกษานี้มีข้อจำกัดบางประการ เช่น การศึกษาเฉพาะในพื้นที่ 4 ชุมชนของหาดใหญ่ และการเก็บข้อมูลในช่วงเวลาสั้น ซึ่งอาจไม่สะท้อนความเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล การวิจัยในอนาคตควรขยายพื้นที่ศึกษาให้ครอบคลุมมากขึ้น และพิจารณาการศึกษาระยะยาวเพื่อติดตามผลการนำ “โมเดลวิถีมงคล” ไปใช้ การนำไปปฏิบัติจริงยังมีความท้าทายที่ต้องพิจารณาอย่างรอบคอบเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและสร้างประโยชน์ให้กับทุกภาคส่วน

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัยนี้คือ “โมเดลวิถีมงคล” ซึ่งเป็นกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนสำหรับเมืองหาดใหญ่ โมเดลนี้แสดงความเชื่อมโยงระหว่างทุนทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้ (เช่น อาคาร เครื่องแต่งกาย ฯลฯ) และจับต้องไม่ได้ (เช่น อาหาร ประเพณี ความเชื่อ วิถีชีวิต ฯลฯ) กับแนวคิด “วิถีมงคล” ที่สถาปนาขึ้นใหม่ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) อาหารมงคล 2) มงคลแห่งศรัทธา 3) เทศกาลมงคล และ 4) วิถีชีวิตมงคล การพัฒนาตามโมเดลนี้เน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน



ผ่านกระบวนการสถาปนาอัตลักษณ์ของเมือง ซึ่งประกอบด้วยการวิเคราะห์ทุนทางวัฒนธรรม การสร้างการมีส่วนร่วม และการพัฒนาแนวคิด "วิถีมงคล" ทั้งนี้ ในส่วนของผลลัพธ์ที่ได้คือการสร้างอัตลักษณ์เมืองใหม่ การฟื้นฟูเศรษฐกิจ และการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรม นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานวัฒนธรรม โมเดลนี้มีความยืดหยุ่นสูงในการปรับใช้กับเมืองอื่นๆ ที่มีบริบทคล้ายคลึงกัน ทำให้เป็นทั้งแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเครื่องมือในการสร้างอัตลักษณ์เมืองและฟื้นฟูเศรษฐกิจอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน ดังแสดงในภาพที่ 4



ภาพที่ 4 โมเดลวิถีมงคล: กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนสำหรับเมืองขนาดใหญ่

สรุปและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้ศึกษาการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเมืองขนาดใหญ่ผ่านแนวคิด "วิถีมงคล" ผลการศึกษาพบว่า อาหารเป็นทุนวัฒนธรรมที่โดดเด่นที่สุด และ "วิถีมงคล" ที่เชื่อมโยงอาหาร ความเชื่อ ประเพณี และวิถีชีวิต มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน สำหรับข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การบรรจุ "โมเดลวิถีมงคล" เข้าในแผนพัฒนาเมืองระยะยาวของเทศบาลนครหาดใหญ่ การพัฒนาแคมเปญการตลาดโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่เน้นอัตลักษณ์ "วิถีมงคล" และการสนับสนุนการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมโดยกระทรวงวัฒนธรรม ส่วนข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติ ควรจัดตั้งคณะทำงานจากหลายภาคส่วน พัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงจุดสนใจทางวัฒนธรรม และจัดฝึกอบรมผู้ประกอบการท้องถิ่น สำหรับการนำ "โมเดลวิถีมงคล" ไปประยุกต์ใช้ โดยเฉพาะภาคเอกชนและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ควรพิจารณาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่สอดคล้องกับแนวคิด "วิถีมงคล" เช่น การนำเสนอเมนูอาหารมงคล การจัดทัวร์ท่องเที่ยวเชิงศรัทธา หรือการพัฒนาของที่ระลึกที่สื่อถึงความเป็นมงคล นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้เกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมของเมืองหาดใหญ่ เพื่อสามารถให้ข้อมูลและสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้



อาจใช้กระบวนการ 5 ขั้นตอนของโมเดลในการวิเคราะห์และพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม ปรับแนวคิดให้สอดคล้องกับบริบทท้องถิ่นแต่ละพื้นที่ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน และพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างเมือง จะช่วยให้เมืองต่าง ๆ สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน สร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่น และฟื้นฟูเศรษฐกิจท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตการศึกษาให้ครอบคลุมพื้นที่อื่น ๆ ของเมืองหาดใหญ่ นอกเหนือจาก 4 ชุมชนหลัก เพิ่มความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้มากขึ้น ไม่จำกัดเฉพาะชาวมาเลเซีย ควรทำการศึกษาระยะยาวเพื่อติดตามผลการนำโมเดล “วิถีมงคล” ไปใช้ และควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการขยายการตีความ “วิถีมงคล” ให้ครอบคลุมมิติความหลากหลายของพหุวัฒนธรรมมากขึ้น โดยรวมถึงวิถีมงคลของชาวพุทธและมุสลิมในพื้นที่ เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของเมืองหาดใหญ่ได้อย่างครบถ้วนและนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความชิ้นนี้เป็นส่วนหนึ่งของผลการวิจัยเรื่อง “นครหาดใหญ่บนฐานทุนวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของชุมชน” ภายใต้กรอบวิจัย “มหาวิทยาลัยกับการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ ประจำปีงบประมาณ 2564” โดยได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.)

เอกสารอ้างอิง

- ชนิษฐา ชูสุข และคณะ. (2557). ความเป็นเมืองของหาดใหญ่. เรียกใช้เมื่อ 10 พฤษภาคม 2567 จาก <https://www.tei.or.th/thaicityclimate/public/work-17.pdf>
- ทิพวัลย์ ขำเล็ก. (2559). การบริหารจัดการธุรกิจซื้อขายสินค้าในตลาดกิมหยง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- วอยซ์ทีวี. (2565). หาดใหญ่ A DYING CITY. เรียกใช้เมื่อ 25 มกราคม 2566 จาก <https://www.facebook.com/watch/?v=1136047450531835>
- สนธิทอล์ค. (2565). หาดใหญ่ตายแล้ว: Sondhitalk (ผู้เล่าเรื่อง) EP.137. เรียกใช้เมื่อ 20 มกราคม 2566 จาก <https://youtu.be/fm3sT3TyTDw?si=s1v6j7LcqltZLYQ>
- สุกานดา ถิ่นฐาน และอนุชา แผงเกสร. (2566). สร้างสรรค์ สุข: การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นที่พหุวัฒนธรรม เพื่อสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในความปกติใหม่ จังหวัดกาญจนบุรี. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร, 43(2), 1-13.
- ไฮไลต์ประชาชาติ. (2561). ย่านเศรษฐกิจหาดใหญ่ซบสนิท แห่แข่งแข่งค้า “กิมหยง - สันติสุข”. ไฮไลต์ประชาชาติ. เรียกใช้เมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2566 จาก <https://www.prachachat.net/hilight-prachachat/news-179605>
- Anton, Y. et al. (2023). Cultural tourism and its role in the modern economy. *Ekonomika i upravljenje: problemi, rešenja*, 1/1(133), 12-19.
- Bhandari, B. P. & Jianhua, G. (2019). A conceptual framework for sustainable cultural heritage tourism development through value creation and collaboration. *Journal of Tourism & Hospitality*, 8(3), 1-7.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). New York: Greenwood.

- Dann, G. (1981). Tourist motivation- an appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187-219.
- Hair, J. F. et al. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Han, H. & Li, B. (2023). The Regeneration and Value Realization of Urban Cultural Resources in the Capital of Culture in East Asian Cities: The Examples from China. *Journal of Resources and Ecology*, 14(2), 357-363.
- Kavaratzis, M. & Ashworth, G. J. (2005). City branding: An effective assertion of identity or a transitory marketing trick? *Journal of Economic and Human Geography*, 96(5), 506-514.
- Okazaki, E. (2008). A community-based tourism model: Its conception and use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 511-529.
- Richards, G. (2022). Urban tourism as a special type of cultural tourism. In J. van der Borg (Ed.), *Research Agenda for Urban Tourism* (pp. 31-50). Cheltenham: Edward Elgar.
- Smith, M. K. et al. (2023). "The relative importance of culture in urban tourism: implications for segmentation". *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 18(2), 157-173.
- Smitha, S. (2022). Cultural Tourism. In *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing* (pp. 716-719). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- UNESCO and The World Bank. (2021). *Cities Culture Creativity: Leveraging culture and creativity for sustainable urban development and inclusive growth*. Retrieved February 10 , 2023, from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377427>
- UNWTO. (2020). *UNWTO recommendations on tourism and rural development-A guide to making tourism an effective tool for rural development*. Madrid: UNWTO.