

แนวทางการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษ

ศิริวุฒิ วรรณทอง

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

Guidelines for the development of cultural capital by community participation for cultural tourism in Si Sa Ket province

Siriwuth Wannathong

Faculty of humanity and social sciences, Sisaket Rajabhat University, Thailand

Article Info:	Research Article
Article History:	Received October 03, 2025
	Revised November 08, 2025
	Accepted November 30, 2025
Corresponding Author:	Siriwuth Wannathong
E-mail Address:	siriwuth.w@sskru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งนำเสนอแนวทางการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดศรีสะเกษ โดยมีหัวใจสำคัญอยู่ที่ การสร้างกระบวนการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นศูนย์กลางอย่างแท้จริง แทนที่จะเป็นเพียงการนำเสนอสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม ผลการศึกษาได้สะท้อนให้เห็นถึงพิมพ์เขียว สำหรับการเปลี่ยนผ่านวัฒนธรรมท้องถิ่นให้กลายเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยมิติที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ ในมิติแรก คือ การวางรากฐานโครงสร้างการบริหารจัดการ งานวิจัยชี้ว่าความสำเร็จไม่ได้ขึ้นอยู่กับตัวแหล่งท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่ต้องเริ่มจากการสร้างกลไกการทำงานที่เข้มแข็ง การจัดทำฐานข้อมูลแหล่งเรียนรู้ การประสานงานกับทุกภาคส่วน และการกำหนดยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน ถือเป็นขั้นตอนพื้นฐานที่จำเป็นอย่างยิ่ง นอกจากนี้ การจัดตั้งหน่วยงานประสานงานและคณะกรรมการที่มาจากคนในพื้นที่โดยตรง เป็นการสร้าง "เจ้าภาพ" ที่มีความเข้าใจและเป็นเจ้าของร่วมกันอย่างแท้จริง โครงสร้างเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นเสมือนกระดูกสันหลังที่ค้ำจุนให้กิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถดำเนินไปได้อย่างมีทิศทางและเป็นเอกภาพ มิติที่สอง คือ การพัฒนาทุนมนุษย์และทุนทางสังคมซึ่งเป็นมิติที่ลึกซึ้งกว่าแค่การบริหารจัดการ แต่เป็นการสร้าง "จิตวิญญาณ" ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน การปลูกฝังจิตสำนึกให้คนในชุมชนรู้สึกรับผิดชอบร่วมกันในการดูแลรักษามรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม คือการเปลี่ยนสถานะของชาวบ้านจากเพียง "ผู้พักอาศัย" ให้กลายเป็น "ผู้พิทักษ์และเจ้าของวัฒนธรรม" ยิ่งไปกว่านั้น แนวทางการเพิ่มมูลค่าโดยการสืบค้นและฟื้นฟูสิ่งที่ดีงามในอดีต รวมถึงการชูภูมิปัญญาท้องถิ่นของปราชญ์ชาวบ้านให้เป็น "จุดขาย" ถือเป็นการสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างและมีคุณค่าสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นการแปลงสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีชีวิตชีวาและน่าสนใจ มิติสุดท้ายคือการสร้างความยั่งยืนผ่านการประเมินและสถาปนารูปแบบการพัฒนาที่นำเสนอไม่ใช่รูปแบบที่หยุดนิ่ง แต่เป็นกระบวนการที่ต้องมีการประเมินและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนและนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปได้เสมอ ขั้นตอนนี้สร้างกลไกการเรียนรู้และพัฒนาที่ไม่สิ้นสุด ซึ่งนำไปสู่เป้าหมายสูงสุดคือการทำให้ "ทุนทางวัฒนธรรม"

กลายเป็นสิ่งที่ได้รับการ "สถาปนา" กล่าวคือ เป็นที่ยอมรับ มีรูปแบบการจัดการที่เป็นรูปธรรม และกลายเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์และวิถีชีวิตของชุมชนอย่างถาวร ไม่ว่าชุมชนนั้นจะมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์เพียงใดก็ตาม

คำสำคัญ: การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, การมีส่วนร่วมของชุมชน, จังหวัดศรีสะเกษ

Abstract

This research presents guidelines for developing cultural capital for tourism in Si Sa Ket Province. Its core principle lies in creating a truly community-centric tourism management process rather than merely showcasing pre-existing cultural assets. The findings reveal a blueprint for transforming local culture into a tool for sustainable economic and social development which consists of systematically interconnected dimensions. The first dimension is laying the foundation of a managerial infrastructure. The research indicates that success depends not only on the tourist attractions themselves but must begin with building strong operational mechanisms. Establishing a database of learning resources coordinating with all sectors and defining clear strategies are essential foundational steps. Furthermore, establishing coordination units and committees composed directly of local people creates a sense of true "ownership" and shared understanding. These structures act as the backbone that supports tourism activities allowing them to proceed with clear direction and unity. The second dimension the development of human and social capital is more profound than mere management; it is about creating the "spirit" of community-based tourism. Instilling a sense of shared responsibility among community members for preserving cultural heritage and the environment transforms residents from mere "inhabitants" into "guardians and custodians of their culture." Moreover, the approach of adding value by researching and reviving valuable traditions as well as highlighting the local wisdom of folk scholars as a "selling point" creates distinct and valuable experiences for tourists. This process transforms intangible cultural assets into vibrant and engaging tourism products. The final dimension is achieving sustainability through evaluation and institutionalization. The development model proposed is not static; it is a dynamic process that requires continuous evaluation and improvement to ensure it can consistently respond to the changing needs of both the community and visitors. This step creates a mechanism for perpetual learning and development leading to the ultimate goal of making "cultural capital" an "institutionalized" asset. This means it becomes recognized has a concrete management structure and is permanently integrated into the community's identity and way of life regardless of the community's ethnic diversity.

Keywords: Cultural Capital Development, Cultural Tourism, Community Participation, Si Sa Ket Province

บทนำ

ในยุคปัจจุบัน ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน จากเดิมที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงปริมาณ (Mass Tourism) ซึ่งมุ่งเน้นจำนวนผู้มาเยือนและรายได้จากการบริโภค กลายเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพประสบการณ์และความหมายเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวยุคใหม่มีความปรารถนาที่จะสัมผัสแก่นแท้ของวัฒนธรรมท้องถิ่น เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน และสร้างปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับผู้คนในพื้นที่ ความเปลี่ยนแปลงนี้ได้ผลักดันให้ “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” (Cultural Tourism) กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในระดับท้องถิ่น การพัฒนาที่ยั่งยืนจึงไม่ใช่ทางเลือก แต่เป็นหัวใจสำคัญในการสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม และการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

งานวิจัยก่อนหน้านี้ชี้ให้เห็นว่าทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนสามารถเป็นฐานในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ พบว่าการศึกษาของ Srithon, A., & Tularak, U. (2021) ได้ศึกษาการใช้ทุนทางวัฒนธรรมในมิติการท่องเที่ยวชุมชน พบว่าชุมชนสามารถนำเรื่องเล่า ตำนาน ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น และวิถีชีวิตของผู้คนมาเชื่อมโยงเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างสร้างสรรค์ โดยทุนทางวัฒนธรรมสามารถจัดจำแนกออกเป็น 7 มิติ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เชิงนิเวศ เชิงวัฒนธรรม เชิงสุขภาพ เชิงธุรกิจ เชิงอนุรักษ์ และเชิงพุทธ การพัฒนาการท่องเที่ยวในทั้งเจ็ดมิตินี้ไม่เพียงแต่สร้างรายได้และระบบเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคง แต่ยังเป็นแรงผลักดันให้เกิดการสร้างสรรครูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในขณะที่งานวิจัยของวันโชค หุ่นผดุงรัตน์ (2564) ศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่บ้านวังไผ่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าชุมชนมีทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น ทั้งด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น ความงดงามทางธรรมชาติ และภูมิปัญญาที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้จริง แต่ยังมีข้อจำกัด เช่น ความรู้ด้านการจัดการโฮมสเตย์ และสภาพที่พักที่ยังไม่พร้อม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องมาพร้อมกับการสร้างองค์ความรู้และทักษะด้านการจัดการควบคู่ไปด้วย ขณะเดียวกัน ศัพพล จันเพชร และพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2557) ศึกษาการบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมในชุมชนบ้านซากแก้ว จังหวัดชลบุรี พบว่าความสำเร็จเกิดขึ้นเมื่อมีการมีส่วนร่วมของชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ การร่วมมือระหว่างชุมชนกับหน่วยงาน ความเข้มแข็งของชุมชนด้านการบริหารจัดการ การเรียนรู้และตระหนักถึงประโยชน์ร่วมกัน การเห็นคุณค่าและการอนุรักษ์ทุนทางวัฒนธรรม และการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกอย่างต่อเนื่อง

จังหวัดศรีสะเกษเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมอย่างเด่นชัดที่สุดแห่งหนึ่งของภาคอีสานใต้ มีทั้งกลุ่มลาว เขมร ส่วยหรือกูย เยอ และชุมชนดั้งเดิมอื่น ๆ ซึ่งสืบทอดวิถีชีวิตและภูมิปัญญามาหลายชั่วอายุคน ทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลายนี้มีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นฐานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง แต่ความรู้ด้านการจัดการวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมยังมีจำกัด ทำให้หลายชุมชนไม่สามารถใช้ทุนทางวัฒนธรรมให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจฐานราก

ปัญหาหลักเกิดจากความขาดแคลนความรู้ด้านกระบวนการจัดการวัฒนธรรม ตั้งแต่การสำรวจข้อมูล การจำแนกคุณค่า การตีความวัฒนธรรม การออกแบบกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ และการตลาดที่เหมาะสม นอกจากนี้ ความเข้าใจเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนยังคลาดเคลื่อน หลายชุมชนคิดว่าการเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดโดยหน่วยงานภายนอกคือการมีส่วนร่วมแล้ว ทั้งที่แท้จริง การมีส่วนร่วมต้องเริ่มตั้งแต่การคิด การตัดสินใจ และการกำหนดทิศทางการพัฒนาวัฒนธรรมของตนเอง

ผลจากปัญหาเหล่านี้คือ ทุนทางวัฒนธรรมจำนวนมากในศรีสะเกษยังไม่ได้ถูกนำมาใช้เต็มศักยภาพ บางประเพณีถูกดัดแปลงจนสูญเสียความแท้จริง ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ที่ควรเป็นจุดขายของจังหวัดกลับถูกนำเสนออย่างเหมารวม โอกาสในการสร้างจุดยืนทางการท่องเที่ยวในฐานะ “ดินแดนพหุวัฒนธรรมของอีสานใต้” จึงยังไม่เกิดขึ้นอย่างเต็มที่ อีกทั้งการ

ขาดความรู้ด้านการจัดการวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมยังเสี่ยงต่อความไม่ยั่งยืนของการท่องเที่ยวในระยะยาว ด้วยเหตุนี้ การสร้างความเข้าใจและพัฒนาความรู้ให้ชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของวัฒนธรรมของตนเอง การจัดการและนำเสนอทุนทางวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งกระบวนการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง จึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้ทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษสามารถกลายเป็นฐานของการสร้างรายได้ การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก และการยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดศรีสะเกษ” เป็นการศึกษาที่มุ่งทำความเข้าใจบริบทเชิงลึกของชุมชน ตลอดจนสถานการณ์ ปัจจัย และกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทุนทางวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วม เพื่อแสวงหาแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมและยั่งยืน สำหรับเหตุผลดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงเลือกใช้ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) อันเป็นแนวทางที่เอื้อต่อการเก็บข้อมูลเชิงลึกจากประสบการณ์จริง มุมมองของผู้เกี่ยวข้อง และพลวัตทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละพื้นที่ การกำหนดระเบียบวิธีดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่รอบด้าน ครอบคลุมทั้งมิติทางสังคม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว และสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อย่างครบถ้วน โดยมีขั้นตอนและแนวทางการดำเนินงานสำคัญดังต่อไปนี้

1.การกำหนดประชากรและพื้นที่ศึกษา

การวิจัยนี้ได้กำหนดประชากรและคัดเลือกพื้นที่ศึกษาด้วย วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีเจตนาที่จะศึกษาชุมชนที่มีลักษณะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยมากที่สุด

1.1 พื้นที่ศึกษา

ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่มีทุนทางวัฒนธรรมโดดเด่นในจังหวัดศรีสะเกษเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของการศึกษา โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกพื้นที่ศึกษาไว้ 3 ประการหลัก ได้แก่ ด้านอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ ด้านความชัดเจนทางวัฒนธรรม และ ด้านศักยภาพการท่องเที่ยว ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการเลือกพื้นที่การศึกษา ดังนี้ ประการแรก ด้านอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ ผู้วิจัยมุ่งเลือกชุมชนที่เป็นพื้นที่ตั้งถิ่นฐานหนาแน่นของกลุ่มชาติพันธุ์หลักในจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อให้สามารถศึกษาวัฒนธรรมที่มีรากเหง้าลึกและสะท้อนพลวัตทางสังคมวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์นั้นได้อย่างชัดเจน ประการที่สอง ด้านความชัดเจนทางวัฒนธรรม ชุมชนที่ได้รับคัดเลือกต้องเป็นพื้นที่ที่ยังคงรักษาและสืบทอดวิถีชีวิต ประเพณี ภูมิปัญญา และพิธีกรรมดั้งเดิมอันเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ไว้ได้อย่างเข้มแข็ง ซึ่งช่วยให้ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ทุนทางวัฒนธรรมในมิติที่มีชีวิตและยังคงปฏิบัติอยู่จริง และประการที่สาม ด้านศักยภาพการท่องเที่ยว พื้นที่ศึกษาเป็นชุมชนที่มีการริเริ่มหรือมีประสบการณ์ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาก่อน เพื่อให้การศึกษาได้สะท้อนศักยภาพ โอกาส และข้อจำกัดจากบริบทปฏิบัติจริง อันเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์แนวทางพัฒนาในอนาคต

จากเกณฑ์ทั้งสามประการนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกพื้นที่ศึกษา 4 ชุมชน ซึ่งเป็นตัวแทนของกลุ่มชาติพันธุ์หลักในจังหวัดศรีสะเกษ ได้แก่ ชุมชนบ้านกู่ ตัวแทนกลุ่มชาติพันธุ์ขุย ชุมชนบ้านปราสาทเยอ ตัวแทนกลุ่มชาติพันธุ์เยอ ชุมชนบ้านใจดี (เก็บ

ข้อมูลในพื้นที่บ้านลำภู) ตัวแทนกลุ่มชาติพันธุ์เขมร และชุมชนบ้านฝั่ง ตัวแทนกลุ่มชาติพันธุ์ลาว การคัดเลือกชุมชนทั้ง 4 แห่งนี้ช่วยให้การศึกษาครอบคลุมความหลากหลายทางชาติพันธุ์และทุนวัฒนธรรมในจังหวัดศรีสะเกษได้อย่างสมบูรณ์และรอบด้าน

1.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่สะท้อนทั้งภาพรวมและความลึกซึ้งของการจัดการทุนทางวัฒนธรรมในชุมชนได้อย่างแท้จริง กระบวนการคัดเลือกมุ่งเน้นไปที่บุคคลซึ่งมีบทบาท ความรู้ และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) กลุ่มผู้นำชุมชน ประกอบด้วยกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำองค์กรชุมชน ผู้นำทางจิตวิญญาณ หรือผู้ที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดทิศทางการพัฒนาในระดับหมู่บ้านและตำบล บุคคลกลุ่มนี้มีมุมมองเชิงนโยบายชุมชนและบทบาทในการขับเคลื่อนกิจกรรมด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว 2) กลุ่มประชาชนผู้มีความรู้และประสบการณ์เฉพาะด้าน ได้แก่ ปราชญ์ชาวบ้าน ศิลปินพื้นบ้าน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว กลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรม หรือสมาชิกชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางวัฒนธรรมโดยตรง บุคคลเหล่านี้เป็นผู้สืบทอดองค์ความรู้และเป็นผู้ปฏิบัติจริงในกระบวนการผลิต สร้างสรรค์ และนำเสนอทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน และ 3) กลุ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล เจ้าหน้าที่วัฒนธรรมประจำพื้นที่ หรือผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับการส่งเสริม สนับสนุน หรือกำกับดูแลการจัดการวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว บุคคลกลุ่มนี้ให้ข้อมูลในเชิงนโยบาย มาตรการสนับสนุน และโครงสร้างการทำงานของภาครัฐ

เพื่อให้ข้อมูลมีความครอบคลุมและสะท้อนความหลากหลายของบริบทชุมชนอย่างรอบด้าน ผู้วิจัยกำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลในแต่ละพื้นที่จำนวน ประมาณ 20 คน โดยพิจารณาจากระดับความเกี่ยวข้องกับประเด็นวิจัย ความพร้อมของผู้ให้ข้อมูล และความสามารถในการให้ข้อมูลที่มีคุณภาพเชิงลึก

กระบวนการเก็บข้อมูลอาศัยทั้ง การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และ การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถถ่ายทอดประสบการณ์ มุมมอง ข้อเท็จจริง รวมถึงความรู้สึกและความคิดเห็นที่สะท้อนความเข้าใจต่อการจัดการวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวของชุมชนได้อย่างรอบด้าน วิธีการดังกล่าวช่วยให้ผู้วิจัยสามารถมองเห็นทั้งโครงสร้าง ความสัมพันธ์ บทบาทของผู้เกี่ยวข้อง และความท้าทายที่เกิดขึ้นในบริบทการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

2.ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครอบคลุมเนื้อหา 3 ส่วนหลัก คือ ส่วนแรกสถานภาพและทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน ได้แก่ การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นของแต่ละชุมชน ส่วนที่สองเป็นการศึกษาศักยภาพและความพร้อมของชุมชน โดยการประเมินความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมิติต่าง ๆ เช่น การตระหนักถึงคุณค่า ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ บุคลากร และการจัดการสิ่งแวดล้อม และส่วนที่สามเป็นการแสวงหาแนวทางการพัฒนา โดยการสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรท้องถิ่นเป็นหัวใจสำคัญ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพถูกออกแบบเพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกที่สะท้อนความคิด ประสบการณ์ และพลวัตของชุมชน ซึ่งไม่สามารถวัดได้ด้วยตัวเลข โดยมีเครื่องมือหลักดังนี้

3.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ใช้เข้าถึงข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก เช่น ราษฎรชาวบ้าน ผู้เฒ่า ผู้นำชุมชน ศิลปินพื้นบ้าน ผู้ประกอบการ และเจ้าหน้าที่รัฐ เพื่อเข้าใจประสบการณ์ ทักษะ ความเชื่อ และภูมิปัญญา เครื่องมือที่ใช้คือ “แนวคำถามแบบปลายเปิด” ซึ่งยืดหยุ่นและกระตุ้นให้ผู้ให้ข้อมูลเล่าเรื่องราวได้อย่างเป็นธรรมชาติ ทำให้ได้ข้อมูลเชิงเล่าเรื่อง ความทรงจำ และโลกทัศน์ของผู้คนในชุมชน

3.2 การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ใช้ทำความเข้าใจความคิดเห็นร่วมและพลวัตทางสังคมของชุมชน ผู้วิจัยใช้ “แนวทางการสนทนา” และทำหน้าที่ผู้ดำเนินรายการ กลุ่มสนทนาขนาด 20 คน คัดเลือกให้มีลักษณะที่หลากหลาย หรือเฉพาะกลุ่มตามวัตถุประสงค์ ข้อมูลที่ได้สะท้อนค่านิยม บรรทัดฐานทางสังคม และแนวคิดร่วมที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนระหว่างสมาชิกในชุมชน

3.3 การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participant Observation) ช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมจริง วิถีชีวิต และบริบททางสังคม-วัฒนธรรม ผ่านการสังเกตในสถานการณ์จริง ผู้วิจัยใช้ตนเองเป็นเครื่องมือหลัก ร่วมกับสมุดบันทึกภาคสนาม โดยเข้าร่วมกิจกรรมและชีวิตประจำวันของชุมชน ข้อมูลที่ได้สะท้อนพฤติกรรม ปฏิสัมพันธ์ และความรู้ฝังลึกที่อาจไม่สามารถอธิบายด้วยคำพูด

3.4 การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) ใช้ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ และหลักฐานทางการ เพื่อสนับสนุนและตรวจสอบข้อมูลภาคสนาม เอกสารที่ใช้ ได้แก่ ประวัตินุ้ยบ้าน แผนพัฒนาท้องถิ่น รายงานประชุม หนังสือ สิ่งพิมพ์ ภาพถ่ายเก่า และข้อมูลจากหน่วยงานต่าง ๆ

งานวิจัยนี้ใช้เครื่องมือหลายประเภทควบคู่กันในลักษณะ “การตรวจสอบสามเส้า (Triangulation)” เพื่อเปรียบเทียบและยืนยันข้อมูลจากหลายมิติ ทำให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือ ลุ่มลึก และสามารถสะท้อนความต้องการของชุมชนได้อย่างแท้จริง

4.การเก็บรวบรวมข้อมูล

กระบวนการเก็บข้อมูลภาคสนามเป็นหัวใจสำคัญของการวิจัยเชิงคุณภาพ เพราะเป็นช่วงเวลาที่ยูวิจัยต้องลงพื้นที่เพื่อสัมผัสชีวิตจริงของชุมชน ทำความเข้าใจบริบททางวัฒนธรรม และสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่ป็นเจ้าขององค์ความรู้ กระบวนการนี้จึงต้องดำเนินอย่างรอบคอบ เป็นขั้นตอน และคำนึงถึงควมไว้วางใจของชุมชนเป็นสำคัญ

ช่วงแรกของการลงพื้นที่คือการเตรียมการและการสร้างความสัมพันธ์ ยูวิจัยจะประสานงานกับผู้นำชุมชนเพื่อแนะนำตัว ชี้แจงวัตถุประสงค์ของงานวิจัย รวมถึงขออนุญาตเข้าศึกษาในพื้นที่ จากนั้นจึงค่อย ๆ สร้างความคุ้นเคยกับชาวบ้านผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมหรือพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการ เพื่อให้เกิดความไว้วางใจ ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้ชุมชนยินดีแบ่งปันข้อมูลเชิงลึก นอกจากนี้ ยูวิจัยยังต้องคัดเลือกและนัดหมายผู้ให้ข้อมูลหลัก พร้อมชี้แจงเรื่องสิทธิและการเก็บรักษาความลับ เพื่อให้การให้ข้อมูลเป็นไปโดยสมัครใจและโปร่งใส

เมื่อเข้าสู่ขั้นตอนการเก็บข้อมูลจริง ยูวิจัยจะใช้เครื่องมือเชิงคุณภาพหลายรูปแบบควบคู่กัน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกช่วยให้เข้าถึงมุมมอง ประสบการณ์ และเรื่องราวส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล ขณะที่การสนทนากลุ่มทำให้เห็นความคิดเห็นร่วมและพลวัตทางสังคมที่เกิดขึ้นภายในชุมชน นอกจากนี้ การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมยังเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ยูวิจัยได้เห็นพฤติกรรม วิถีชีวิต และปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจริงในบริบทของชุมชน ซึ่งบางครั้งเป็นข้อมูลที่ไม่ถูกกล่าวถึงโดยตรง แต่สะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน

ในระหว่างการเก็บข้อมูล ยูวิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อมกันเพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลมีความครบถ้วนเพียงใด กระบวนการนี้นำไปสู่การประเมิน “จุดอึดตัวของข้อมูล” ซึ่งหมายถึงช่วงเวลาข้อมูลที่ใหม่ไม่ก่อให้เกิดประเด็นเพิ่มเติมที่มีนัยสำคัญ เมื่อถึงจุดนี้ ยูวิจัยจะยุติการเก็บข้อมูลภาคสนาม เพราะถือว่าข้อมูลมีความหนาแน่น ลึกซึ้ง และครอบคลุมเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ต่อไป

กล่าวโดยสรุป กระบวนการเก็บข้อมูลภาคสนามไม่ได้เป็นเพียงการรวบรวมข้อมูลเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ ทำความเข้าใจวิถีชุมชน และถ่ายทอดเสียงของผู้คนในพื้นที่อย่างเคารพและรอบด้าน เพื่อให้ผลการวิจัยมีความจริงแท้และสะท้อนชีวิตวัฒนธรรมของชุมชนอย่างแท้จริง

5. กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data Analysis Process)

เมื่อเก็บข้อมูลภาคสนามเสร็จสิ้น กระบวนการวิเคราะห์จึงเริ่มต้นขึ้นเพื่อเปลี่ยนข้อมูลดิบให้กลายเป็นข้อค้นพบที่มีความหมาย กระบวนการนี้มีได้ดำเนินแบบเส้นตรง หากแต่เป็นวงจรที่ต้องกลับไปกลับมาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้าใจข้อมูลอย่างลึกซึ้ง

ขั้นแรกคือการจัดการข้อมูล ผู้วิจัยจะถอดความเสียงจากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มให้เป็นลายลักษณ์อักษร แล้วจัดระบบข้อมูลทั้งหมด รวมถึงบันทึกภาคสนามและเอกสารประกอบต่าง ๆ เพื่อให้สามารถสืบค้นและใช้งานได้ง่าย

จากนั้นเข้าสู่การลดทอนและเข้ารหัสข้อมูล ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ผู้วิจัยจะอ่านข้อมูลซ้ำหลายรอบเพื่อให้เห็นภาพรวม ก่อนเริ่มกำหนดรหัสหรือคำสำคัญให้กับข้อความที่สะท้อนประเด็นสำคัญ กระบวนการนี้ช่วยจัดระเบียบข้อมูลจำนวนมากให้เห็นโครงสร้างเบื้องต้นของเนื้อหา

เมื่อได้รหัสจำนวนมาก ผู้วิจัยจะนำรหัสเหล่านั้นมารวมเป็นหมวดหมู่ตามความใกล้เคียงของเนื้อหา และต่อยอดสู่การสังเคราะห์แก่นเรื่อง ซึ่งเป็นประเด็นหลักที่อธิบายพฤติกรรมทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้น เช่น ความตึงเครียดระหว่างการรักษาอัตลักษณ์ดั้งเดิมกับความต้องการทางการตลาดในการท่องเที่ยววัฒนธรรม

ขั้นสุดท้ายคือการตีความและนำเสนอข้อสรุป ผู้วิจัยจะตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยการเปรียบเทียบจากหลายแหล่ง ทั้งคำบอกเล่า สิ่งที่เกิดขึ้น และเอกสาร เพื่อยืนยันความสอดคล้อง แล้วจึงเขียนอธิบายแต่ละแก่นเรื่องอย่างเป็นระบบ พร้อมยกคำพูดจากผู้ให้ข้อมูลมาประกอบเพื่อสะท้อนมุมมองของชุมชนอย่างแท้จริง กระบวนการทั้งหมดนี้นำไปสู่ข้อค้นพบและแนวทางพัฒนาที่ตั้งอยู่บนฐานข้อมูลที่ลึกซึ้งและรอบด้าน และนำเสนอข้อมูลในรูปของการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัย

จังหวัดศรีสะเกษเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและชาติพันธุ์อย่างเด่นชัด ซึ่งสะท้อนผ่านประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐาน วิถีชีวิต และขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนต่าง ๆ ผลการวิจัยพบว่า

1. ด้านสถานภาพของทุนทางวัฒนธรรม

จากข้อความข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า พื้นที่จังหวัดศรีสะเกษมีความโดดเด่นและสามารถแบ่งออกได้เป็นสองมิติหลัก คือ มรดกจับต้องได้และมรดกจับต้องไม่ได้ เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ด้านมรดกจับต้องได้ จังหวัดศรีสะเกษมีโบราณสถานและสถาปัตยกรรมโบราณที่สำคัญ อาทิ ปราสาทหินบ้านปราสาทเขยและปราสาทบ้านกู่ ซึ่งสะท้อนรากฐานอารยธรรมขอมโบราณ นอกจากนี้ วัตถุโบราณ เช่น เครื่องปั้นดินเผา เครื่องมือเกษตร และศิลปวัตถุท้องถิ่น ยังเป็นแหล่งข้อมูลทางประวัติศาสตร์และเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจการเรียนรู้และสัมผัสวัฒนธรรมโดยตรง และด้านมรดกจับต้องไม่ได้ ชุมชนในจังหวัดยังคงสืบทอดประเพณี พิธีกรรม และวิถีชีวิตดั้งเดิมของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ อย่างเข้มแข็ง ตัวอย่างเช่น ประเพณีบุญบั้งไฟของชาวลาว ประเพณีทำบุญตามแบบชาวเขมร และงานเทศกาลท้องถิ่นของกลุ่มญะและเยอ รวมถึงศิลปะการแสดงดนตรีพื้นบ้าน การทอผ้า และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน ทุนทางวัฒนธรรมเหล่านี้ไม่เพียงเป็นมรดกทางสังคม แต่ยังมีศักยภาพสูงในการเชื่อมโยงกับการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงวัฒนธรรมซึ่งนายอินทรี บ้านกู่ (สัมภาษณ์ : 2566) กล่าวถึงในประเด็นนี้ว่า “ผมมองว่าทุนวัฒนธรรมของพวกเรายังมีอยู่ครบ ทั้งภาษา เครื่องดนตรีอย่างกลองญะ การฟ้อนรำแบบญะ แต่ขาดการจัดระบบ ไม่มีคนทำงานด้านเอกสารเก็บข้อมูล ถ้าจะพัฒนาเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวก็ยังไม่มีความรู้ด้านการ

จัดการ แม้คนในหมู่บ้านอยากเห็นวัฒนธรรมถูกกลับมาเข้มแข็งก็ตาม” ในขณะที่ “ชุมชนมีแหล่งโบราณสถานและกระดูกโบราณของเยอที่เป็นหลักฐานประวัติศาสตร์ แต่ยังไม่มีการอธิบายหรือการจัดการให้เป็นแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม ถ้าได้รับการสนับสนุนและการมีส่วนร่วมจริง ๆ เราทำได้แน่นอน เพราะคนเยอรักวัฒนธรรมของตัวเองมาก” ในขณะที่นางบุญมี โตบ้านฝั่ง (สัมภาษณ์ : 2566) อายุ 72 ปี ผู้เผ่าภาษาและพิธีกรรมลาวโบราณ ได้กล่าวถึงในประเด็นนี้ว่า “พวกเขามีฮีตสิบสองคองสิบสี่ครบทุกอย่าง แต่คนรุ่นใหม่ไม่ค่อยสืบทอด โดยเฉพาะพิธีบุญคุณลานหรือการพ่อนแห่บั้งไฟ ถึงยังทำอยู่แต่ก็ลดความละเอียดลง เพราะบมีคนรู้พิธีแบบเก่าเต็ม ๆ แล้ว”

อย่างไรก็ตาม การแปลงศักยภาพทางวัฒนธรรมเหล่านี้ให้เป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนยังเผชิญกับความท้าทายหลายประการ ชุมชนส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และทักษะในการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเชิงพาณิชย์ ขาดระบบการจัดเก็บและจัดการข้อมูลวัฒนธรรม ขาดความร่วมมือระหว่างชุมชนกับหน่วยงานรัฐ และเสี่ยงต่อการลดค่าและปรุงแต่งวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าเชิงพาณิชย์โดยไม่คำนึงถึงความถูกต้องและคุณค่าแท้

จังหวัดศรีสะเกษมีทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลายและเข้มแข็ง ทั้งในมิติที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ซึ่งสามารถเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน แต่ความสำเร็จในการใช้ทุนเหล่านี้ต้องอาศัยกลไกการจัดการที่เหมาะสม การสร้างความร่วมมืออย่างแท้จริง และการให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและรับผลประโยชน์อย่างเท่าเทียม เพื่อให้ทุนทางวัฒนธรรมยังคงคุณค่าและต่อยอดได้ในระยะยาว

2. ด้านศักยภาพชุมชน

ชุมชนในจังหวัดศรีสะเกษส่วนใหญ่จะมีทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น แต่ยังมีชุมชนบางแห่งที่ยังไม่มีความพร้อมเพียงพอในการจัดการและพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ศักยภาพของชุมชนเหล่านี้ถูกจำกัดด้วยปัจจัยหลายประการ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

ประการแรกคือ ขาดความรู้และทักษะในการจัดการทุนทางวัฒนธรรม ชุมชนบางพื้นที่ยังไม่มี ความเข้าใจเชิงระบบเกี่ยวกับวิธีการบริหารจัดการวัฒนธรรม ทั้งในแง่การบันทึกข้อมูล การอนุรักษ์ประเพณี และการออกแบบกิจกรรมที่สามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงคุณค่าได้ ทำให้ศักยภาพของทรัพยากรวัฒนธรรมเหล่านี้ไม่สามารถแปรเป็นผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมได้เต็มที่ ในประเด็นนี้นายอินทร์ ศรีกุล (สัมภาษณ์ : 2566) อายุ 67 ปี ผู้อาวุโสของชุมชนบ้านกู่ กล่าวว่า “ศักยภาพเรามีอยู่ แต่ยังไม่มีความประสานงานอย่างจริงจัง ชุมชนเลยไม่รู้ว่าต้องเตรียมตัวอย่างไร หลายคนคิดว่าการท่องเที่ยวจะทำให้วิถีชีวิตเปลี่ยนไป ก็เลยยังตั้งรับมากกว่าเปิดรับ” ในขณะที่นางดวงพร เยอแท้ (สัมภาษณ์ : 2566) อายุ 54 ปี ผู้รู้พิธีกรรมเยอ อธิบายว่า “ชาวเยอมีพิธีบูชาผีบรรพบุรุษที่เป็นเอกลักษณ์ แต่คนในหมู่บ้านเองก็ยังไม่มั่นใจว่าจะเปิดให้คนนอกเข้ามาดูได้แค่ไหน กลัวว่าจะไม่เหมาะสมหรืออาจทำผิดแบบแผน ทำให้คนรุ่นเก่าไม่ค่อยเห็นด้วยกับการท่องเที่ยว”

ประการที่สองคือ ขาดทรัพยากรและโครงสร้างพื้นฐาน หลายชุมชนขาดสถานที่รองรับนักท่องเที่ยว ขาดอุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการจัดกิจกรรมวัฒนธรรม และขาดแหล่งทุนสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐหรือเอกชน ทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมเป็นไปได้อย่างจำกัด ในประเด็นนี้นายสมชาย ลาวสงวน (สัมภาษณ์ : 2566) อายุ 39 ปี กลุ่มเกษตรกร พยายามชี้ให้เห็นว่า “แม้ชุมชนอยากให้มีท่องเที่ยว แต่เรายังขาดโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำสาธารณะ ป้ายบอกทาง และที่จอดรถ ซึ่งทำให้คนในหมู่บ้านยังเห็นว่าชุมชนไม่พร้อมรองรับนักท่องเที่ยว”

ประการที่สามคือ การขาดการมีส่วนร่วมและการเชื่อมโยงกับเครือข่ายภายนอก ชุมชนบางแห่งยังไม่ได้สร้างกลไกการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนหรือเครือข่ายกับหน่วยงานภายนอก เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานวัฒนธรรม หรือสถาบันการศึกษา ส่งผลให้การวางแผนและการตัดสินใจด้านวัฒนธรรมขาดความต่อเนื่องและยั่งยืน และประการสุดท้ายคือ ความเสี่ยงต่อการลดค่าและสูญเสียอัตลักษณ์ เนื่องจากขาดแนวทางการจัดการเชิงระบบ ชุมชนที่ไม่มีความพร้อมมีแนวโน้มถูกดึงเข้ากับกระแสการค้าโดยไม่ได้ควบคุม ส่งผลให้ประเพณีหรือวิถีชีวิตดั้งเดิมอาจถูกปรับเปลี่ยนหรือเสื่อมคุณค่าไปโดยไม่ตั้งใจ

ในประเด็นนี้ นายถวิล ชัยคง (สัมภาษณ์ : 2566) อายุ 46 ปี ชาวบ้านทั่วไป กล่าวอย่างน่าสนใจว่า “ชุมชนยังขาดความรู้เรื่องการบริหารจัดการ และกลัวว่าหากมีคนเข้ามาเยอะจะกระทบความเป็นอยู่เดิม คนส่วนใหญ่จึงยังไม่พร้อมเปิดให้ท่องเที่ยว”

ผลสรุปด้านนี้พบว่า ชุมชนที่ยังไม่มีความพร้อมในการจัดทุนทางวัฒนธรรมมีศักยภาพอยู่บ้างในเชิงวัฒนธรรมและภูมิปัญญา แต่ถูกจำกัดโดยปัจจัยด้านความรู้ ทรัพยากร การเชื่อมโยง และการมีส่วนร่วม การพัฒนาอย่างยั่งยืนจึงต้องอาศัยการสร้างความรู้และทักษะ การสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน การสร้างเครือข่าย และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้ทุนทางวัฒนธรรมสามารถต่อยอดสู่การท่องเที่ยวที่สร้างคุณค่าและยั่งยืนได้อย่างแท้จริง

3.แนวทางการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

จากผลการวิจัยทั้งด้านสถานภาพทุนทางวัฒนธรรมและศักยภาพของชุมชน และการลงพื้นที่จริงในการวิจัยตลอดจนการสัมภาษณ์สมาชิกชุมชนต่าง ๆ ในพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษ การประชุมกลุ่มชุมชน และเวทีเสวนา โดยสามารถนำข้อเสนอต่าง ๆ มาวางแผนการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดโดยเน้นการสร้างกรอบยุทธศาสตร์แบบองค์รวมที่เชื่อมโยงแต่ละมิติเข้าด้วยกัน ในการนี้สามารถแบ่งออกเป็น 7 มิติ ดังต่อไปนี้

มิติที่ 1 การวางรากฐานโครงสร้างพื้นฐานเชิงข้อมูล (Information Infrastructure) ผลการวิจัยชี้ชัดว่า อุปสรรคประการแรกและเป็นรากฐานที่สำคัญที่สุดของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหลายพื้นที่ เมื่อพิจารณาตามการเสนอของ Mousavi, S. S., Doratli, N., Mousavi, S. N., & Moradiahari, F. (2016) คือ การขาดฐานข้อมูลทางวัฒนธรรมที่เป็นระบบ ครบถ้วน และเข้าถึงได้ง่าย ข้อมูลทางวัฒนธรรมที่มีอยู่มักกระจัดกระจาย อยู่ในความทรงจำของปราชญ์ชาวบ้าน ในเอกสารทางราชการ หรือในงานวิจัยที่ไม่ถูกนำมาเผยแพร่ในวงกว้าง ทำให้การวางแผน การตลาด และการสร้างสรรค์ประสบการณ์ท่องเที่ยวเป็นไปอย่างขาดทิศทางและขาดความลึกซึ้ง ดังนั้น แนวทางแรกที่จำเป็นต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วน คือ การสร้างโครงสร้างพื้นฐานเชิงข้อมูล ที่เปรียบเสมือนการวางเสาเข็มให้กับอาคารแห่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ตามแนวคิดของ Du Cros, H., & McKercher, B. (2020) ได้แก่

1.1 การจัดทำคลังข้อมูลวัฒนธรรมชุมชน (Community Cultural Database) กระบวนการนี้ต้องเริ่มต้นจากการสำรวจและรวบรวมข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมอย่างละเอียดและให้ความเคารพต่อเจ้าของวัฒนธรรม โดยไม่ใช่แค่การเก็บข้อมูลจากเอกสาร แต่ต้องให้ความสำคัญกับ “ประวัติศาสตร์บอกเล่า” (Oral History) จากปราชญ์ชาวบ้าน ผู้เฒ่าผู้แก่ และผู้รู้ในชุมชน ซึ่งเป็นคลังความรู้ที่มีชีวิต ข้อมูลที่ต้องรวบรวมครอบคลุมตั้งแต่ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชุมชน ตำนานพื้นบ้าน ความหมายของประเพณีและพิธีกรรมต่างๆ ขั้นตอนและเคล็ดลับของภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การทอผ้า การทำเครื่องปั้นดินเผา การทำอาหาร ไปจนถึงปฏิทินวัฒนธรรมตลอดทั้งปี ข้อมูลเหล่านี้ต้องถูกจัดเก็บอย่างเป็นระบบในรูปแบบดิจิทัล (Digital Archive) ที่สามารถสืบค้นได้ง่าย เพื่อเป็นสมบัติส่วนกลางของชุมชนและเป็นวัตถุดิบสำคัญในการพัฒนาต่อไป

1.2 การพัฒนากลไกการเผยแพร่และสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ เมื่อมีคลังข้อมูลที่ดีแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการ “ปรุง” ข้อมูลเหล่านั้นให้น่าสนใจและส่งต่อออกไปสู่กลุ่มเป้าหมายในวงกว้างผ่านช่องทางที่หลากหลายและทันสมัย การสื่อสารต้องก้าวข้ามการให้ข้อมูลแบบสารานุกรม แต่ต้องใช้ “การเล่าเรื่อง” (Storytelling) เป็นหัวใจหลักในการนำเสนอ เพื่อสร้างอารมณ์ร่วมและความผูกพันให้กับผู้รับสาร ช่องทางการสื่อสารต้องผสมผสานทั้งสื่อดั้งเดิม เช่น แผ่นพับ คู่มือการท่องเที่ยว และสื่อดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ที่ทันสมัย แอปพลิเคชันบนมือถือ และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) อย่างมีกลยุทธ์ เช่น การสร้างคอนเทนต์วิดีโอสั้นบอกเล่าเรื่องราวของปราชญ์ชาวบ้าน หรือการทำ Live สดบรรยายภาคงานประเพณีท้องถิ่น โดยเนื้อหาต้องปรับให้เข้ากับแต่ละแพลตฟอร์มและมีการปรับปรุงข้อมูลให้ถูกต้องและเป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

1.3 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านข้อมูล การจัดการข้อมูลที่มีประสิทธิภาพไม่สามารถทำได้โดยหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง แต่ต้องอาศัยการประสานความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ภาครัฐ เช่น สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ต้องสนับสนุนด้านนโยบายและงบประมาณในการสร้างแพลตฟอร์มกลาง ภาคเอกชน เช่น บริษัททัวร์

โรงแรม สามารถช่วยกระจายข้อมูลไปสู่นักท่องเที่ยว และที่สำคัญที่สุดคือ ชุมชน ต้องเป็นเจ้าของข้อมูลและมีส่วนร่วมในการตรวจสอบความถูกต้องและให้ความยินยอมในการเผยแพร่ข้อมูล เพื่อป้องกันการนำข้อมูลไปใช้ในทางที่บิดเบือนหรือไม่ให้ความเคารพต่อวัฒนธรรม การจัดตั้งเวทีกลางเพื่อแลกเปลี่ยนและบูรณาการข้อมูลระหว่างภาคส่วนต่างๆ จะช่วยสร้างความเป็นเอกภาพและเพิ่มพลังในการสื่อสารแบรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดศรีสะเกษให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

มิติที่ 2 การกำหนดยุทธศาสตร์ร่วมเพื่อสร้างความพร้อม (Collaborative Strategy Formulation) เมื่อมีฐานข้อมูลที่แข็งแกร่งแล้ว ขั้นต่อไป Giovane di Girasole, E., Daldanise, G., & Clemente, M. (2019) เสนอให้มีการนำข้อมูลและความเข้าใจเหล่านั้นมาแปลงเป็นแผนที่นำทางเชิงยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนและเป็นที่ยอมรับร่วมกันของทุกภาคส่วน การพัฒนาที่ขาดทิศทางเชิงยุทธศาสตร์มักนำไปสู่การทำงานที่ซ้ำซ้อน การใช้ทรัพยากรที่ไม่มีประสิทธิภาพ และอาจสร้างผลกระทบเชิงลบต่อชุมชน ดังนั้น แนวทางที่สองจึงมุ่งเน้นการสร้างกระบวนการกำหนดยุทธศาสตร์ที่เน้นการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ควรดำเนินการดังนี้

2.1 การประเมินศักยภาพและกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (SWOT & Positioning) ยุทธศาสตร์ที่ดีต้องเริ่มต้นจากการเข้าใจตนเองอย่างถ่องแท้ กระบวนการนี้ควรเริ่มต้นด้วยการทำ SWOT Analysis ร่วมกันของชุมชนและภาคีเครือข่ายในประเด็นต่าง ๆ เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) เช่น อัตลักษณ์วัฒนธรรมที่โดดเด่น จุดอ่อน (Weaknesses) เช่น ทักษะการจัดการ โอกาส (Opportunities) เช่น กระแสการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ และอุปสรรค (Threats) เช่น การเข้ามาของทุนภายนอก การประเมินนี้จะนำไปสู่การ กำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) ที่ชัดเจนของแต่ละชุมชนและของจังหวัดโดยรวม เช่น ชุมชนบ้านกู่อาจางตำแหน่งเป็น "ศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตชาวภูยโบริาน" ในขณะที่จังหวัดศรีสะเกษอาจวางตำแหน่งเป็น "ดินแดนแห่งอารยธรรมขอมและชาติพันธุ์ที่หลากหลาย"

2.2 การออกแบบยุทธศาสตร์โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน (Community-Based Strategic Planning) หัวใจของแนวทางนี้คือการเปลี่ยนกระบวนทัศน์จากการวางแผนแบบบนลงล่าง (Top-Down) มาเป็น การวางแผนแบบล่างขึ้นบน (Bottom-Up) โดยจัดให้มีเวทีประชาคมหรือการประชุมเชิงปฏิบัติการที่ออกแบบมาอย่างดี เพื่อให้ชาวบ้าน ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ได้ร่วมกันแสดงความคิดเห็น ร่วมกันวิเคราะห์ และที่สำคัญที่สุดคือ ร่วมกันตัดสินใจ กำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนตนเอง เพื่อให้มั่นใจว่ายุทธศาสตร์ที่เกิดขึ้นจะสอดคล้องกับวิถีชีวิต ความต้องการ และศักยภาพในการรองรับของชุมชนอย่างแท้จริง และเป็นการป้องกัน "การพัฒนาที่ถูกยัดเยียด" ตามแนวคิดของ Chatkaewnapanon, Y., & Lee, T. J., (2022)

2.3 การพัฒนายุทธศาสตร์ด้านศักยภาพบุคลากรและการอนุรักษ์ Dai, R., & Zhang, Z. (2024) ชี้ให้เห็นว่ายุทธศาสตร์ต้องไม่มองแค่เรื่องการตลาด แต่ต้องให้ความสำคัญกับการ พัฒนาคมน และการอนุรักษ์วัฒนธรรม ควบคู่กันไปด้วย ต้องมีการกำหนดยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้พร้อมรับการท่องเที่ยว เช่น การจัดทำหลักสูตรฝึกอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น การพัฒนาทักษะการจัดการโฮมสเตย์ การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกที่สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่น นอกจากนี้ ต้องกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการอนุรักษ์ที่จับต้องได้ เช่น การจัดตั้งกองทุนเพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมที่หักรายได้ส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวมาใช้ในการบำรุงรักษาโบราณสถานหรือฟื้นฟูประเพณีที่กำลังจะเลือนหายไป เพื่อให้การพัฒนาและการอนุรักษ์เดินไปข้างหน้าพร้อมกันอย่างสมดุล

มิติที่ 3 การจัดตั้งกลไกประสานงานกลาง (Central Coordinating Body) แม้หลายภาคส่วนจะมีความตั้งใจที่ดี แต่การทำงานแบบต่างคนต่างทำเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้การพัฒนาไม่ต่อเนื่องและขาดพลัง การประสานงานที่มีประสิทธิภาพคือเส้นเลือดใหญ่ที่หล่อเลี้ยงให้ระบบนิเวศการท่องเที่ยวทั้งหมดทำงานร่วมกันได้อย่างราบรื่น ดังนั้น แนวทางที่สามจึงเสนอให้มีการ จัดตั้งหน่วยงานหรือกลไกประสานความร่วมมือที่เป็นรูปธรรม ทำหน้าที่เป็น "กาวใจ" หรือ "ศูนย์กลางการขับเคลื่อน"

หน่วยงานนี้ไม่จำเป็นต้องเป็นหน่วยงานราชการที่จัดตั้งขึ้นใหม่ แต่อาจอยู่ในรูปแบบของ คณะทำงานร่วม (Joint Working Group) หรือ เครือข่ายประชาสังคม (Civil Society Network) ที่มีองค์ประกอบของตัวแทนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- เครือข่ายภาคประชาชน ได้แก่ ตัวแทนจากชุมชนท้องถิ่นต่างๆ ประชาชนชาวบ้าน กลุ่มเยาวชน
- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ได้แก่ ตัวแทนจากองค์การบริหารส่วนตำบล หรือเทศบาลในพื้นที่
- หน่วยงานภาครัฐส่วนกลางและภูมิภาค ได้แก่ ตัวแทนจากสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พัฒนาชุมชน

ประเทศไทย. พัฒนาชุมชน

- ภาคเอกชน ได้แก่ ตัวแทนจากผู้ประกอบการโรงแรม บริษัทนำเที่ยว สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว
- ภาควิชาการ ได้แก่ ตัวแทนจากสถาบันการศึกษาในพื้นที่

บทบาทหลักของหน่วยงานประสานงาน คือ 1) เป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนข้อมูลและสื่อสารระหว่างภาคี 2) จัดเวทีประชุมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอเพื่อวางแผน ติดตาม และแก้ไขปัญหาาร่วมกัน 3) ระดมทรัพยากรทั้งงบประมาณและองค์ความรู้จากแหล่งต่าง ๆ มาสนับสนุนการทำงานของชุมชน และ 4) เป็นตัวกลางในการเจรจาต่อรองและแก้ไขความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การมีกลไกกลางเช่นนี้จะช่วยลดความซ้ำซ้อน เพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างพลังวิคุณในการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดในภาพรวม

มิติที่ 4 การสร้างโครงสร้างการบริหารจัดการในพื้นที่ (Local Governance Structure) การจะทำให้การพัฒนาเกิดขึ้นจริงในระดับพื้นที่ได้นั้น จำเป็นต้องมี โครงสร้างการบริหารจัดการในระดับชุมชน ที่ชัดเจนและเข้มแข็ง เพื่อทำหน้าที่แปลงนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ให้เป็นการปฏิบัติจริง แนวทางที่สี่จึงมุ่งเน้นการจัดตั้งคณะกรรมการ 2 ระดับ ที่ทำงานสอดประสานกัน ดังนั้น Gould, P. G. (2018) เสนอว่าชุมชนควรมีกรรมการ 2 ชุด ได้แก่

4.1 คณะกรรมการอำนวยการ (Steering Committee) คณะกรรมการชุดนี้เปรียบเสมือน "คณะกรรมการบริษัท" หรือ "สภาที่ปรึกษา" ในระดับนโยบาย ควรประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐระดับสูง ผู้ทรงคุณวุฒิ และตัวแทนภาคเอกชน ทำหน้าที่หลักในการ 1) กำหนดทิศทางและนโยบายในภาพรวม 2) ให้คำปรึกษาเชิงกลยุทธ์ 3) อนุมัติแผนงานและงบประมาณหลัก และ 4) กำกับดูแลให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายและยุทธศาสตร์ที่วางไว้

4.2 คณะกรรมการดำเนินงานชุมชนวัฒนธรรม (Community-level Operating Committee) คณะกรรมการชุดนี้คือ "หัวใจของการปฏิบัติงาน" ในพื้นที่ ซึ่งต้องมาจากตัวแทนของคนในชุมชนอย่างแท้จริง เช่น ผู้นำท้องถิ่น ประชาชนชาวบ้าน ตัวแทนกลุ่มอาชีพต่าง ๆ (กลุ่มโฮมสเตย์ กลุ่มทอผ้า กลุ่มมัคคุเทศก์) และตัวแทนเยาวชน บทบาทหลักของคณะกรรมการชุดนี้คือ 1) จัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ของชุมชน 2) บริหารจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละวัน 3) จัดสรรผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม และ 4) เป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงต่อการดูแลรักษาทรัพยากรวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมในชุมชน การคัดเลือกคณะกรรมการชุดนี้ต้องมาจากกระบวนการประชาธิปไตยในชุมชนเพื่อให้ได้รับการยอมรับและเกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง การมีโครงสร้าง 2 ระดับที่ชัดเจนและทำงานเชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิด จะทำให้เกิดสมดุลระหว่างการมองภาพใหญ่เชิงนโยบายกับการปฏิบัติงานจริงในพื้นที่ ทำให้การขับเคลื่อนเป็นไปอย่างมีทิศทางและมีประสิทธิภาพ

มิติที่ 5 การเสริมสร้างจิตสำนึกและความเป็นเจ้าของ (Fostering Consciousness and Ownership) โครงสร้างและแผนงานที่ได้อาจไร้ความหมายหากคนในชุมชนขาด "จิตสำนึก" ในการหวงแหนมรดกทางวัฒนธรรมและขาด "ความรู้สึกเป็นเจ้าของ" ในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยว แนวทางที่ห้าจึงเป็นมิติเชิงสังคมและจิตวิทยาที่มุ่งเน้นการ "ลงทุนในทุนมนุษย์" ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อความยั่งยืน ดังนั้นกระบวนการสร้างจิตสำนึกต้องดำเนินการผ่านกิจกรรมที่หลากหลายและต่อเนื่อง ไม่ใช่แค่การจัดอบรมเพียงครั้งคราว แต่ต้องทำให้เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต ในประเด็นนี้ Nag, A., & Mishra, S. (2025) พยายามที่จะชี้ให้เห็นใน 3 ประเด็นที่สำคัญ ได้แก่

5.1 กิจกรรมสร้างความรู้และความภาคภูมิใจ โดย จัดกิจกรรม "สืบค้นรากเหง้า" โดยให้เยาวชนได้เรียนรู้ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชุมชนจากปราชญ์ชาวบ้านโดยตรง จัดทำหลักสูตรท้องถิ่นในโรงเรียน จัดประกวดเล่าเรื่อง ตำนานท้องถิ่น หรือประกวดภาพถ่ายอัตลักษณ์วัฒนธรรม เพื่อปลูกฝังความรักและความภาคภูมิใจในมรดกของตนเอง

5.2 กิจกรรมสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ โดยจัดกิจกรรมที่เชื่อมโยงวัฒนธรรมเข้ากับทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดค่ายเยาวชนอนุรักษ์ป่าชุมชนซึ่งเป็นแหล่งอาหารและสมุนไพรตามภูมิปัญญาดั้งเดิม การรณรงค์จัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวและในงานประเพณี การสร้างความเข้าใจว่าทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์คือส่วนหนึ่งของทุนทางวัฒนธรรมที่ต้องดูแลรักษาร่วมกัน

5.3 การสร้างความรับผิดชอบร่วมผ่านการลงมือทำ วิธีที่ดีที่สุดในการสร้างความเป็นเจ้าของคือการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการ "ลงมือทำ" โดยตรง เช่น การร่วมกันพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน การร่วมเป็นอาสาสมัครดูแลความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยว หรือการร่วมเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว เมื่อพวกเขาามีเหงื่อและแรงกายอยู่ในนั้น ความรู้สึกเป็นเจ้าของและความรับผิดชอบร่วมกันจะเกิดขึ้นโดยอัตโนมัติ

มิติที่ 6 การสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าจากภูมิปัญญาท้องถิ่น (Value Creation from Local Wisdom) เมื่อชุมชนมีความพร้อมทั้งด้านโครงสร้างและจิตสำนึกแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการแปลงทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ให้กลายเป็น "ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่า" และสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจกลับคืนสู่ชุมชนได้ แนวทางที่ทกจึงมุ่งเน้นกระบวนการสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนอยู่บนภูมิปัญญาท้องถิ่นดังต่อไปนี้ โดย de ROZARI ROZARI, P. E., POLINGGOMANG, Y., & FANGGIDAE, A. H. (2024) กล่าวว่า

6.1 การสืบค้นและฟื้นฟู "อัญมณีที่ซ่อนอยู่" ทุกชุมชนมีสิ่งที่ดึงดูดและเรื่องราวที่น่าสนใจที่อาจถูกกลืนหายไป กระบวนการนี้คือการที่ชุมชนร่วมกัน "สืบค้น" อัตลักษณ์เหล่านี้ เช่น ตำรับอาหารโบราณที่กำลังจะสูญหาย ลายผ้าทอโบราณ เพลงกล่อมเด็กพื้นบ้าน หรือตำนานสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ในชุมชน แล้วนำสิ่งเหล่านี้มา "ฟื้นฟู" และพัฒนาให้กลายเป็นจุดขายหลักของการท่องเที่ยว เช่น การจัดเทศกาลอาหารพื้นถิ่น การฟื้นฟูประเพณีลงแขกดำนาให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม หรือการสร้างพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีชีวิต

6.2 การนำภูมิปัญญาของปราชญ์ชาวบ้านมาเป็น "จุดขาย" หลักจุดเด่นของการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่การท่องเที่ยวแบบมวลชนไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ คือปฏิสัมพันธ์กับปราชญ์ชาวบ้านซึ่งเป็นผู้ถือครองภูมิปัญญาที่มีชีวิต แนวทางนี้คือการออกแบบกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และลงมือทำร่วมกับปราชญ์ชาวบ้านโดยตรง เช่น Workshop การทอผ้า ไม่ใช่แค่การสาธิต แต่ให้นักท่องเที่ยวได้ลองทอผ้าและเรียนรู้ความหมายของแต่ละลวดลายจากแม่ครูช่างทอ หรือ Cooking Class อาหารท้องถิ่น เรียนรู้การทำอาหารพื้นเมืองตั้งแต่การเก็บวัตถุดิบในสวนครัวไปจนถึงเคล็ดลับการปรุงจากแม่ครัวของชุมชน หรือเดินป่ากับพรานพื้นบ้าน เรียนรู้เรื่องสมุนไพรและการแกะรอยสัตว์จากผู้ชำนาญในท้องถิ่น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะเปลี่ยนสถานะของนักท่องเที่ยวจาก "ผู้ดู" ให้กลายเป็น "ผู้เรียนรู้" และเปลี่ยนปราชญ์ชาวบ้านให้กลายเป็น "ครู" ผู้ทรงคุณค่า เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับภูมิปัญญาและสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำอย่างยิ่ง

มิติที่ 7 การประเมินและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Evaluation and Improvement) โลกและความต้องการของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ การจัดการท่องเที่ยวที่หยุดนิ่งคือการนับถอยหลังสู่ความล้มเหลว ดังนั้นแนวทางสุดท้ายซึ่งเปรียบเสมือนวงจรที่ขับเคลื่อนให้กระบวนการทั้งหมดก้าวไปข้างหน้า คือ การสร้างวัฒนธรรมของการประเมินและปรับปรุงอย่างต่อเนื่องให้เป็นส่วนหนึ่งของ DNA ของชุมชนของ Ismagilova, G., Safiullin, L., & Gafurov, I. (2015) ในกระบวนการนี้ต้องเป็นสร้างวงจรแห่งการเรียนรู้ (Learning Cycle) ที่ประกอบขึ้นตามแนวคิดของ Mahdavi, D., Roknodin Eftekhari, A., & Sajasi, H. (2014) มีดังนี้

7.1 การเก็บข้อมูลเพื่อการประเมิน ชุมชนต้องมีกลไกในการเก็บข้อมูลผลตอบรับอย่างสม่ำเสมอ ทั้งจากนักท่องเที่ยวผ่านแบบสอบถาม กล้องแสดงความคิดเห็น การพูดคุย และจากคนในชุมชนเองผ่านเวทีประชุมประจำเดือน เพื่อประเมินความพึงพอใจและผลกระทบในด้านต่าง ๆ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

7.2 การวิเคราะห์ข้อมูลและระบุจุดเด่น-จุดด้อย นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ร่วมกันในที่ประชุมของคณะกรรมการดำเนินงานและเวทีประชาคม เพื่อระบุว่าการกิจกรรมใดประสบความสำเร็จ (จุดเด่น) และสิ่งใดคือปัญหาที่ต้องแก้ไข (จุดด้อย)

7.3 การร่วมกันวางแผนเพื่อปรับปรุง จากการวิเคราะห์ นำไปสู่การวางแผนเพื่อ "เสริมจุดเด่นและพัฒนาจุดด้อย" เช่น หากพบว่านักท่องเที่ยวประทับใจในความเป็นมิตรของชาวบ้าน (จุดเด่น) ก็ต้องหาวิธีรักษาและส่งเสริมสิ่งนี้ต่อไป หากพบว่ามีปัญหาเรื่องขยะ (จุดด้อย) ก็ต้องร่วมกันวางมาตรการแก้ไข

7.4 การนำแผนไปปฏิบัติและเริ่มต้นวงจรใหม่ นำแผนการปรับปรุงไปสู่การปฏิบัติ แล้วจึงเริ่มกระบวนการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินผลอีกครั้ง เป็นวงจรที่หมุนเวียนไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด การสร้างกระบวนการนี้จะทำให้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้มั่นใจได้ว่าการท่องเที่ยวจะสอดคล้องกับความต้องการของทั้งชุมชนและผู้มาเยือน สร้างความยั่งยืนในระยะยาวได้อย่างแท้จริง

ผลการวิจัยได้สังเคราะห์กรอบยุทธศาสตร์ 7 มิติ ซึ่งเป็นพิมพ์เขียวที่ครอบคลุมและเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบสำหรับการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วมในจังหวัดศรีสะเกษ ข้อค้นพบสำคัญชี้ให้เห็นว่า ความสำเร็จไม่ได้ขึ้นอยู่กับกำเนินงานเพียงมิติใดมิติหนึ่ง แต่ต้องอาศัยการขับเคลื่อนทุกมิติไปพร้อมกันเสมือนฟันเฟืองที่ทำงานสอดประสานกัน กรอบยุทธศาสตร์นี้ไม่ได้เป็นเพียงสูตรสำเร็จตายตัว แต่เป็นแนวทางที่ยืดหยุ่นซึ่งต้องนำไปปรับใช้ให้เข้ากับบริบทเฉพาะของแต่ละชุมชน โดยมี “การมีส่วนร่วมของชุมชน” เป็นหลักการพื้นฐานที่แทรกซึมอยู่ในทุกมิติ การนำกรอบยุทธศาสตร์นี้ไปสู่การปฏิบัติอย่างจริงจัง จะไม่เพียงแต่สร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในจังหวัดศรีสะเกษเท่านั้น แต่ยังเป็นการลงทุนที่สำคัญที่สุดในการปกป้อง อนุรักษ์ และสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่าให้คงอยู่เป็นความภาคภูมิใจของลูกหลานสืบไป สร้างสมดุลทั้งดงามระหว่างการพัฒนาและการอนุรักษ์ เพื่ออนาคตของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

สรุปและอภิปรายผล

1. สรุปผลการวิจัย

กรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาเชิงบูรณาการ 7 มิติ ซึ่งถือเป็นข้อค้นพบที่สำคัญที่สุดของงานวิจัยชิ้นนี้ กรอบยุทธศาสตร์ดังกล่าวสามารถสรุปเป็น 3 กลุ่มที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ ได้แก่ 1) การวางโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการจัดการ (Managerial Infrastructure) ซึ่งประกอบด้วยโครงสร้างคลังข้อมูลวัฒนธรรม (มิติที่ 1) การกำหนดยุทธศาสตร์ร่วม (มิติที่ 2) และการจัดตั้งกลไกประสานงานและบริหารจัดการทั้งในระดับภาพรวมและระดับชุมชน (มิติที่ 3 และ 4) โครงสร้างเหล่านี้เปรียบเสมือน “ฮาร์ดแวร์” ที่สร้างความพร้อมและทิศทางที่ชัดเจนให้กับการพัฒนา 2) การเสริมสร้างพลังคนและเพิ่มคุณค่าวัฒนธรรม (Human & Cultural Empowerment) ซึ่งมุ่งเน้นการปลูกฝังจิตสำนึกและความเป็นเจ้าของให้แก่คนในชุมชน (มิติที่ 5) และการสร้างสรรค์ประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าจากภูมิปัญญาท้องถิ่น (มิติที่ 6) อันเปรียบเสมือน “ซอฟต์แวร์” ที่ขับเคลื่อนให้โครงสร้างทั้งหมดมีความหมายและจิตวิญญาณ และ 3) การสร้างความยั่งยืนเชิงพลวัต (Dynamic Sustainability) ผ่านวัฒนธรรมการประเมินและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (มิติที่ 7) ซึ่งทำหน้าที่เป็น “วงจรแห่งการเรียนรู้” ที่ทำให้ระบบทั้งหมดสามารถปรับตัวและเติบโตได้อย่างยั่งยืน กรอบยุทธศาสตร์ที่ครบวงจรนี้ได้นำเสนอพิมพ์เขียวที่ชัดเจนในการแปลงศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมอันมั่งคั่งของจังหวัดศรีสะเกษให้กลายเป็นการพัฒนาที่จับต้องได้จริง

2.อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยที่ปรากฏในรูปของกรอบยุทธศาสตร์ 7 มิตินี้ ไม่เพียงแต่เป็นแนวทางปฏิบัติเท่านั้น แต่ยังสามารถอภิปรายในเชิงลึกเพื่อยืนยันและขยายความแนวคิด “การจัดการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชุมชนแบบยั่งยืนโดยอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชน” ได้อย่างมีนัยสำคัญใน 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

ประเด็นที่หนึ่ง กรอบยุทธศาสตร์ในฐานะรูปธรรมของ “การเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชน (Community Empowerment)” แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ยั่งยืนมีหัวใจสำคัญอยู่ที่การเปลี่ยนสถานะของชุมชนจาก “ผู้ถูกกระทำ” (Object of Tourism) ซึ่งเป็นเพียงฉากหลังหรือสินค้าทางวัฒนธรรมที่ถูกจัดแสดงให้แก่นักท่องเที่ยว ไปสู่การเป็น “ผู้กระทำการ” (Subject of Tourism) ที่มีอำนาจในการควบคุม กำหนดทิศทาง และจัดการทรัพยากรของตนเอง กรอบยุทธศาสตร์ 7 มิติที่วิจัยค้นพบนี้คือเครื่องมือที่เป็นรูปธรรมในการขับเคลื่อนกระบวนการเสริมสร้างพลังอำนาจดังกล่าวอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในมิติที่ 2, 3, และ 4 ที่เน้นการกำหนดยุทธศาสตร์แบบล่างขึ้นบน (Bottom-Up) และการจัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงานที่มาจากคนในชุมชนโดยตรง กระบวนการเหล่านี้ได้สร้างพื้นที่และโครงสร้างให้ชุมชนได้ใช้สิทธิ์ในการตัดสินใจ (Right to Decide) และบริหารจัดการผลประโยชน์ (Right to Benefit) อย่างแท้จริง การที่ชุมชนได้ร่วมคิด ร่วมวางแผน และร่วมบริหารจัดการ ย่อมนำไปสู่ความรู้สึกเป็นเจ้าของ (Sense of Ownership) ที่เข้มแข็ง ซึ่งเป็นภูมิคุ้มกันที่ดีที่สุดที่จะปกป้องวัฒนธรรมจากการถูกครอบงำโดยทุนภายนอก และทำให้การพัฒนาสอดคล้องกับคุณค่าและวิถีชีวิตดั้งเดิม อันเป็นหลักประกันสำคัญที่สุดของความยั่งยืนทางวัฒนธรรม

ประเด็นที่สอง การนิยาม “ทุนทางวัฒนธรรม” จากสินทรัพย์คงที่สู่กระบวนการที่มีชีวิต การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ล้มเหลวจำนวนมากมีสาเหตุมาจากการมอง “ทุนทางวัฒนธรรม” เป็นเพียงสินทรัพย์คงที่ (Static Asset) ที่หยุดนิ่งเหมือนวัตถุในพิพิธภัณฑ์ รอวันที่จะถูกนำมา “ขาย” แต่ผลการวิจัยนี้ได้ท้าทายมุมมองดังกล่าว โดยเฉพาะในมิติที่ 5 และ 6 ที่ชี้ให้เห็นว่าทุนทางวัฒนธรรมที่แท้จริงนั้นมีลักษณะเป็น “กระบวนการที่มีชีวิต” (Living Process) การสร้างจิตสำนึก (มิติที่ 5) คือกระบวนการสร้างความหมายและคุณค่าให้กับมรดกทางวัฒนธรรมในใจของคนรุ่นใหม่ ส่วนการนำภูมิปัญญาของปราชญ์ชาวบ้านมาสร้างเป็นประสบการณ์ (มิติที่ 6) เช่น การจัดอบรมทอผ้าหรือทำอาหาร คือการแปลงทุนทางวัฒนธรรมจากสิ่งที่เป็น “ถูกมอง” ให้กลายเป็นสิ่งที่ “ถูกสัมผัสและเรียนรู้” เป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ทำให้วัฒนธรรมได้เคลื่อนไหว ถ่ายทอด และมีชีวิตชีวาขึ้นมาอีกครั้งในบริบทใหม่ แนวทางนี้สอดคล้องกับหลักการอนุรักษ์มรดกที่จับต้องไม่ได้ของ UNESCO ที่เน้นการส่งเสริมให้วัฒนธรรมได้ถูกปฏิบัติและสืบทอดต่อไป (Safeguarding through Transmission) มากกว่าการแช่แข็งให้อยู่กับที่ ดังนั้น การพัฒนาที่ยั่งยืนจึงไม่ใช่การขายอดีตแต่คือการสร้างพื้นที่ให้อดีตได้สนทนากับปัจจุบันและส่งต่อคุณค่าไปสู่อนาคต

ประเด็นที่สาม ระบบนิเวศที่เชื่อมโยงคือเงื่อนไขของความยั่งยืนที่แท้จริง ทฤษฎีการพัฒนาที่ยั่งยืนเน้นย้ำถึงความสมดุลของมิติต่าง ๆ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม กรอบยุทธศาสตร์ 7 มิติที่วิจัยค้นพบได้สะท้อนหลักการนี้อย่างชัดเจน โดยแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนไม่สามารถเกิดขึ้นได้จากการดำเนินงานแบบแยกส่วนหรือใช้สูตรสำเร็จเพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัย “ระบบนิเวศที่เกื้อหนุนกัน (Supporting Ecosystem)” โครงสร้างพื้นฐานเชิงข้อมูลและยุทธศาสตร์ (มิติที่ 1-4) จะไร้ความหมายหากปราศจากจิตวิญญาณและความเป็นเจ้าของของคนในชุมชน (มิติที่ 5) ในทางกลับกัน ชุมชนที่มีใจพร้อมแต่ขาดการจัดการที่เป็นระบบก็ยากที่จะประสบความสำเร็จในระยะยาว การสร้างสรรคประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ยอดเยี่ยม (มิติที่ 6) จะไม่ยั่งยืนหากขาดกระบวนการประเมินและปรับปรุง (มิติที่ 7) ดังนั้น ข้อค้นพบนี้จึงเป็นการยืนยันว่า ความยั่งยืนไม่ใช่เป้าหมายที่ไปถึงแล้วจะหยุดนิ่ง แต่เป็นผลลัพธ์ของกระบวนการเชิงพลวัตที่ทุกองค์ประกอบต้องทำงานสอดประสานกันอย่างต่อเนื่องและสมดุล

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

3.1.1 ปรับบทบาทจาก “ผู้กำกับ” สู่ “ผู้สนับสนุนและเอื้ออำนวย” หน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ อปท. ควรปรับเปลี่ยนบทบาทจากการเป็นผู้จัดทำโครงการหรือกำหนดแผนงานจากส่วนกลาง มาเป็นการทำหน้าที่เป็น “ผู้อำนวยความสะดวก” (Facilitator) และ “ผู้สนับสนุน” (Supporter) โดยให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ องค์ความรู้ทางวิชาการ การฝึกอบรม และการเชื่อมโยงเครือข่าย แต่ปล่อยให้กลไกการตัดสินใจหลักอยู่ที่คณะกรรมการและเวทีประชาคมของชุมชนตามกรอบที่วิจัยได้เสนอไว้

3.1.2 บรรจุกรอบยุทธศาสตร์ 7 มิติเข้าสู่แผนพัฒนาระดับจังหวัด เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและได้รับการสนับสนุนในระยะยาว ควรมีการนำกรอบยุทธศาสตร์ 7 มิติไปบรรจุไว้ในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดและแผนแม่บทด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดศรีสะเกษอย่างเป็นทางการ เพื่อให้เกิดการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

3.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการสำหรับชุมชนและผู้นำท้องถิ่น

3.2.1 เริ่มต้นจาก “การสร้างคน” และ “การสร้างความรู้” ในระยะแรกของการดำเนินงาน ชุมชนควรให้ความสำคัญสูงสุดกับมิติที่ 5 (การสร้างจิตสำนึก) และมิติที่ 1 (การจัดทำข้อมูล) เพราะคนที่มีความภาคภูมิใจและมีความรู้ในวัฒนธรรมของตนเอง คือรากฐานที่แข็งแกร่งที่สุดของการพัฒนา ควรจัดกิจกรรมสืบค้นรากเหง้าและรวบรวมข้อมูลวัฒนธรรมอย่างจริงจัง เพื่อสร้างความตื่นตัวและความพร้อมก่อนจะก้าวไปสู่การพัฒนาในมิติอื่นๆ ที่ซับซ้อนขึ้น

3.2.2 ใช้แนวทาง “เริ่มต้นเล็กๆ แต่มั่นคง” (Start Small, Scale Smart) ชุมชนไม่จำเป็นต้องพยายามดำเนินงานทั้ง 7 มิติให้สมบูรณ์แบบในคราวเดียว แต่ควรเลือก “โครงการนำร่อง” (Pilot Project) ที่มีขนาดพอเหมาะและมีโอกาสสำเร็จสูง เช่น การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมใน 1-2 หมู่บ้าน โดยใช้กรอบยุทธศาสตร์ทั้ง 7 มิติเป็นแนวทางในการดำเนินงาน เมื่อโครงการนำร่องประสบความสำเร็จ ก็จะกลายเป็นต้นแบบแห่งการเรียนรู้และเป็นแรงบันดาลใจในการขยายผลไปยังชุมชนอื่นๆ ต่อไป ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงและสร้างการเติบโตอย่างค่อยเป็นค่อยไปและมั่นคง

References

- คัชพล จันเพชร และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2557). การบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษา ชุมชนบ้านซากแก้ว อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*. 10(1) : 111-121. URL: <https://www.journal.nu.ac.th/JCDR/article/view/1726>
- วันโชค หุ่นผดุงรัตน์. (2564). การศึกษาทุนทางวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หอสมุดบ้านวังไผ่ ตำบลท่าตอน อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*. 11(3) : 460-470. URL: <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/JDAR/article/view/248841/168454>
- Chatkaewnapanon, Y., & Lee, T. J. (2022). Planning sustainable community-based tourism in the context of Thailand Community, development, and the foresight tools. *Sustainability*. 14(2) : 7413. doi.org/10.3390/su14127413
- Dai, R., & Zhang, Z. (2024). Cultural heritage and tourism development: Exploring strategies for the win-win scenario of heritage conservation and tourism industry. *Geographical Research Bulletin*. 3 : 129-141. DOI: 10.50908/grb.3.0_129

- de ROZARI ROZARI, P. E., POLINGGOMANG, Y., & FANGGIDAE, A. H. (2024). Sustainable Ecotourism and Creative Economy Development Model with Local Wisdom Perspective. **Journal of Tourism Economics and Policy**. 4(4) : 388-404. DOI: <https://doi.org/10.38142/jtep.v4i4.1124>
- Du Cros, H., & McKercher, B. (2020). **Cultural tourism**. Routledge. doi.org/10.4324/9780429277498. URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780429277498/cultural-tourism-hilary-du-cros-bob-mckercher>
- Giovene di Girasole, E., Daldanise, G., Clemente, M. (2019). Strategic Collaborative Process for Cultural Heritage. In: Calabrò, F., Della Spina, L., Bevilacqua, C. (eds) New Metropolitan Perspectives. ISHT 2018. Smart Innovation, Systems and Technologies, vol 101. **Springer**, Cham. DOI: 10.1007/978-3-319-92102-0_38
- Gould, P. G. (2018). **Empowering communities through archaeology and heritage the role of local governance in economic development**. London: Bloomsbury Publishing.
- Ismagilova, G., Safiullin, L., & Gafurov, I. (2015). Using historical heritage as a factor in tourism development. **Procedia-social and Behavioral sciences**. 188 : 157-162. DOI: 10.1016/j.sbspro.2015.03.355
- Mahdavi, D., Roknodin Eftekhari, A., & Sajasi, H. (2014). Tourism Development Procedure Assessment of Cultural–Historical Villages by Using Tourism Destination Lifecycle Model. **Journal of Tourism Planning and Development**. 3(10) : 11-32. URL: https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/?_action=articleInfo&article=846&lang=en&lang=fa&lang=en
- Mousavi, S. S., Doratli, N., Mousavi, S. N., & Moradiahari, F. (2016). Defining cultural tourism. In **International Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development**. 1(2) :70-75. DOI: 10.15242/IICBE.DIR1216411
- Nag, A., & Mishra, S. (2025). **Heritage-Led Destination Management Strategies for Competitive Advantage**. In Cases on Effective Destination Management. IGI Global Scientific Publishing. DOI: 10.4018/979-8-3693-1548-4.ch013
- Srithon, A., & Tularak, U. (2021). Cultural capital in the dimension of community tourism described through Stories, legends, local history and community way of life. **Academic and Research Journal of Liberal Arts (Online)**. 16(2) : 141–158. URL: <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/larhcu/article/view/254255>