



## การท่องเที่ยวและการเปลี่ยนแปลงสินค้าและ ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเพื่อตอบสนอง ความต้องการของนักท่องเที่ยว Tourism and Commoditisation

- ดร. กานต์ ยโสธรศรีกุล
- อาจารย์ประจำภาควิชาการท่องเที่ยว
- คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
- มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- E-mail: noon2278@yahoo.com

### บทคัดย่อ

การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาไปสู่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในภูมิภาคต่างๆ โดยทั่วไป (Crick, 1989) ด้วยเหตุนี้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มักต้องการให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในชุมชน ท้องถิ่น หรือภูมิภาคของพวกเขา คนในท้องถิ่นมักพยายามพัฒนาการท่องเที่ยวและต้องการมีส่วนร่วมในการทำแผนการตลาดเพื่อหาแนวทางที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ การที่คนในท้องถิ่นทำเช่นนี้เพราะเชื่อว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวจะนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นในชีวิตของพวกเขา (Wall, 1996) นอกจากนี้ พวกเขาต้องการที่จะเห็นการพัฒนาชุมชนเพื่อให้คนในพื้นที่มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เพิ่มการจ้างงาน พวกเขาต้องการงานทำและต้องการรายได้ที่สูงขึ้น ทั้งนี้ก็เพื่อให้บุตรหลานของตนมีโอกาสและทางเลือกในชีวิตที่ดีขึ้น แม้ผลประโยชน์ที่ได้มาจากการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะส่งผลในด้านบวกต่อเศรษฐกิจของภูมิภาคหรือประเทศนั้นๆ แต่การท่องเที่ยวอาจนำมาซึ่งผลข้างเคียงทางด้านอื่นด้วยเช่นกัน ประการแรก แม้จะมีมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวโดยมีความพยายามที่จะกระจายรายได้ไปที่ท้องถิ่นต่างๆ จนถึงระดับชาติโดยเท่าเทียมกัน แต่อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติแล้วการจ่ายรายได้อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวก็ยังไม่เท่าเทียมและทั่วถึงตัก และ ความเหลื่อมล้ำทางสังคมก็ยังคงปรากฏอยู่ ประการที่สอง ผลที่ตามมาจากการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมวัฒนธรรมมักจะเป็นผลกระทบในเชิงลบเสียส่วนใหญ่

(Greenwood, 1972, 1989) ดังนั้น การศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวใดๆ เราไม่ควรพิจารณาผลกระทบทางเศรษฐกิจเพียงด้านเดียว แต่ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบในด้านอื่นๆ ด้วยไม่ว่าจะเป็นผลกระทบที่มีต่อสังคมและวัฒนธรรม หรือผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Murphy, 1985; Pizam and Milman, 1984) บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมโดยมีใจความสำคัญอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงของสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

**คำสำคัญ:** ผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรม การเปลี่ยนแปลงของสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

## Abstract

Over the decades, the growth of the tourism industry has led to it becoming a major contributor to increased economic activity throughout the world (Crick, 1989). According to previous researchers, residents of destination areas often not only want tourists but strongly want them to come. They seek tourism development and engage in marketing to attract the tourists in anticipation that their lives will change; they want jobs, higher incomes, increased tax revenues and better opportunities for their children. In spite of the benefits provided by tourism being largely economic, there may also be adverse consequences. Firstly, despite tourism providing a considerable stimulus to the local and national economy, it also results in an increasingly unequal distribution of wealth. Secondly, environmental and socio-cultural factors are often found to associate negatively with acquiring the benefits (Greenwood, 1972, 1989). Therefore, it is suggested that to assess any impact of tourism, one should consider not only the tangible economic effects, but also the non-economic and intangible effects, such as socio-cultural and environmental impacts (Murphy, 1985; Pizam and Milman, 1984). This article aims to discuss past studies on socio-cultural impacts of tourism. The focus of the paper is on tourism and commoditisation.

**Keywords:** Socio-cultural Impacts, Commoditisation

## ผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรม Socio-Cultural Impacts

ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1970 เป็นต้นมา นักวิจัยทางการท่องเที่ยวจำนวนมาก ศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ อาทิ ผลกระทบทางเศรษฐกิจ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรม (Ap and Crompton, 1998; Mathieson and Wall, 1982; Pizam, 1978; Wall, 1996) งานวิจัยส่วนใหญ่ให้ความสนใจศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจ คือ ศึกษาถึงรายได้ของประเทศที่มาจากการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ หรือศึกษาการท่องเที่ยวที่กระตุ้นการจ้างงาน รวมไปถึงการลงทุนก่อสร้างสาธารณูปโภคต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การลงทุนก่อสร้างโรงแรม และการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจ และการทำประโยชน์ให้สมดุลต่อการชำระหนี้ (Balance of Payment) สำหรับประเทศกำลังพัฒนาดังกล่าวต้องการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของตน ดังนั้น การศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบทางการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงถูกจำกัดไว้ที่การศึกษาถึงผลกระทบทางบวกของการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจของแหล่งท่องเที่ยวปลายทาง (Ap and Crompton, 1998; Mathison and Wall, 1982; Pizam, 1978; Snaith and Haley, 1994)

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวไม่ได้มีผลกระทบต่อทางเศรษฐกิจเพียงเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับด้านสังคมวัฒนธรรม การเมือง และสิ่งแวดล้อมด้วย (Cater, 1987; Pizam and Milman, 1984) ทั้งนี้เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคม และเป็นกระบวนการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่างๆ และประเทศต่างๆ เดินทางมา

ยังแหล่งท่องเที่ยวปลายทาง และมีโอกาสที่จะได้พบปะและพูดคุยกับคนท้องถิ่น ผลจากการพบปะและมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างชาวบ้านในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวต่างชาติหรือต่างถิ่นมักส่งผลกระทบต่อผู้คนของชุมชนในท้องถิ่นนั้นๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ผลกระทบดังกล่าวอาจจะปรากฏในรูปของการเปลี่ยนแปลงทางด้านรูปแบบและวิถีปฏิบัติของพิธีกรรมในชุมชน หรือการเปลี่ยนแปลงขนาดและรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม เพื่อตอบสนองอุปสงค์ด้านการท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ก็นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางด้านความเชื่อเกี่ยวกับประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชน และทัศนคติของชาวบ้านในชุมชนหรือท้องถิ่นนั้นๆ สืบเนื่องมาจากความต้องการของคนในชุมชนที่ต้องการมีชีวิตที่ดีกว่าเก่า มีรูปแบบชีวิตที่ทันสมัย (de Kadt, 1979) นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้คนในท้องถิ่นมีความเชื่อว่าชาวตะวันตกมีชีวิตที่มีความเจริญ มีวิถีชีวิตที่ควรเอาเป็นแบบอย่าง มีความสะดวกสบาย มีความมั่งคั่ง ซึ่งทัศนคติดังกล่าวนี้นำไปสู่พฤติกรรมเลียนแบบนักท่องเที่ยว พวกเขาจะเริ่มเลียนแบบนักท่องเที่ยวทั้งในเรื่องของพฤติกรรมแต่งกาย และการบริโภค และการใช้ชีวิตประจำวัน ดังนั้น การประเมินผลกระทบของการท่องเที่ยวใดๆ ควรพิจารณาไม่เพียงแต่ผลกระทบทางเศรษฐกิจ แต่ควรจะไปถึงการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบที่มีต่อสังคมและวัฒนธรรมด้วย (Murphy, 1985)

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาได้ศึกษาถึงผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมการท่องเที่ยวโดยการจัดกลุ่มออกเป็นสามประเภทที่มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น ได้แก่ commoditisation (การเปลี่ยนแปลงของสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว); staged authenticity

(การนำเสนอวัฒนธรรมพื้นบ้านผ่านการแสดงและจัดฉาก); demonstration effect (การเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติ พฤติกรรม ความเชื่อและพฤติกรรม การบริโภคของชาวบ้านซึ่งเป็นผลจากการมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว) ซึ่งบทความนี้จะพูดถึงการ commoditisation ของสินค้าทางวัฒนธรรม เป็นประเด็นหลัก

## กระบวนการการประเมินมูลค่าของสินค้า Commoditisation

### สินค้า หรือ Commodity

นับได้ว่า Karl Marx (1954) เป็นนักปรัชญาคนแรกๆ ที่ติดตามการเกิดและการพัฒนาทางประวัติศาสตร์ของรูปแบบสินค้า โดย Marx กล่าวถึงหลักการและโครงสร้างของระบบสังคมนิยม และ Marx ยังอ้างถึงคุณสมบัติของสินค้าไว้ 2 ประการด้วยกัน ประการแรก สินค้าเป็นวัตถุภายนอก เป็นสิ่งของที่มีคุณสมบัติในการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง และประการที่สอง สินค้าเป็นสัญลักษณ์ของอำนาจและความสามารถในการแลกเปลี่ยนสินค้าอื่นๆ ได้

นอกจากนี้ Marx ยังกล่าวถึงความสำคัญของสินค้าไว้สามข้อด้วยกัน ดังนี้ 1) สินค้าทุกอย่างเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากแรงงานของคน 2) แรงงานคนคือ หัวใจหลักของผลิตภัณฑ์ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าโภคภัณฑ์ที่มีการซื้อขายเป็นลำดับต่อไป ด้วย โดย Marx เชื่อว่า แรงงานคนเป็นตัวชี้วัดมูลค่าของสินค้าเนื่องจากการกำหนดราคาของสินค้านั้น สามารถกระทำได้โดยการวัดปริมาณของแรงงานที่ใช้ในการผลิตสินค้านั้นๆ เช่น ถ้าต้องใช้เวลาในการผลิตสินค้านานเท่าใด ราคาของสินค้านั้นก็จะเพิ่มขึ้นด้วย และ 3) เมื่อผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

ได้กลายเป็นสินค้าก็จะมีกระบวนการแนะนำสินค้านั้นเข้าสู่ flow trade หรือวงจรของการค้า ซึ่งอาจนำไปสู่การแลกเปลี่ยนสินค้าอื่นๆ ในภายหลัง

## การท่องเที่ยวและการเปลี่ยนแปลงสินค้า และผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว Tourism and Commoditisation

ในบริบทของการค้า Commoditisation หมายถึง กระบวนการประเมินมูลค่าของสิ่งของและกิจกรรม หลังจากนั้นสิ่งของและกิจกรรมดังกล่าวจะกลายเป็นสินค้าและบริการ และทำที่สุดกระบวนการดังกล่าวจะนำสินค้าหรือบริการเข้าไปสู่วงจรของการแลกเปลี่ยนและซื้อขาย (Cohen, 1988: 380) Commoditisation จัดเป็นการแพร่หลายของความคิดในระบบทุนนิยมและมีความเกี่ยวข้องกับขั้นตอนการผลิต และการแลกเปลี่ยนสินค้าอุปโภคและบริโภค การจัดการสินค้าและการกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงรสนิยมและประสบการณ์ของผู้บริโภคด้วย

แม้ทฤษฎีแรงงานและสินค้าโภคภัณฑ์ของ Marx จะได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง นักวิจัยทางการท่องเที่ยวอย่าง MacCannell (1976) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเชื่อของ Marx โดยกล่าวว่า ความเชื่อของ Marx ที่ว่ามูลค่าของสินค้าเท่ากับจำนวนของแรงงานที่ใช้ในการผลิตนั้นทำให้เกิดข้อจำกัดในการตีความหมายของสินค้าหรือบริการที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมและความเชื่อ ในทางตรงกันข้าม MacCannell (1973) กล่าวว่า ในปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ พยายามใช้วัฒนธรรมของตนเป็นจุดขายทางการตลาด และแสดงอัตลักษณ์ของ

ท้องถิ่น หรือแม้กระทั่งการใช้วัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่นเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่แสวงหาความแปลกใหม่ในชีวิต หรือแสวงหาสิ่งทีพวกเขาไม่มีหรือไม่สามารถหาได้ในประเทศของตน และเพื่อที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวในชุมชนของตนนั้น คนท้องถิ่นในบางชุมชนถึงกับคิดค้นกิจกรรมและพิธีกรรมใหม่ๆ ขึ้นมาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังท้องถิ่นของตน ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้ MacCannell เชื่อว่า การใช้วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการดึงดูดนักท่องเที่ยวไม่มีส่วนเกี่ยวข้องใดๆ กับทฤษฎีแรงงานของ Marx เนื่องจากมูลค่าของสิ่งต่างๆ อาทิ โปรแกรมการเดินทาง รายงาน บทความ การแสดง การประชุม ขบวนการพาเหรด ความคิดเห็น กิจกรรม สถานที่ท่องเที่ยว ฉากและเวทีที่ใช้ในการแสดง และสถานการณ์ต่างๆ ไม่สามารถวัดได้จากแรงงานที่จำเป็นต่อการผลิตแต่จะวัดกันด้วยปริมาณและคุณภาพของประสบการณ์ที่แหล่งท่องเที่ยวปลายทาง และบริษัทนำเที่ยวจะสามารถนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยว

ดังนั้น ในบริบทของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวแล้ว Commoditisation หมายถึง กระบวนการของการปรับเปลี่ยนขนาด รูปแบบ รูปลักษณ์ ประโยชน์ใช้สอย รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงของความหมายที่แท้จริงของ กิจกรรม การแสดง พิธีกรรม สินค้า และผลิตภัณฑ์ที่แสดงออกถึงศิลปะและวัฒนธรรมของท้องถิ่นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Cohen, 1983, 1988; MacCannell, 1976; Meethan, 2001)

## การเปลี่ยนแปลงของสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม Commoditisation and Cultural Products

การเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวมักจะนำไปสู่ความต้องการของงานหัตถกรรมพื้นบ้านที่เพิ่มขึ้นแรกเริ่มเดิมที งานหัตถกรรมพื้นบ้านอาจจะถูกผลิตขึ้นมาเพื่อใช้ประโยชน์ หรือเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของชาวบ้าน แต่ด้วยความต้องการที่เพิ่มขึ้นของงานหัตถกรรมพื้นบ้าน จากกลุ่มผู้บริโภค ไม่ว่าจะแก่นักท่องเที่ยว หรือกลุ่มลูกค้าโดยทั่วไป นำไปสู่การเพิ่มอัตราการผลิตของงานหัตถกรรมเหล่านั้นเพื่อให้มีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค ข้อดีของความต้องการที่เพิ่มขึ้น ก็คือการนำไปสู่การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยเฉพาะชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชนบทที่มีการผลิตงานหัตถกรรมพื้นบ้านเหล่านั้น อย่างไรก็ตาม ข้อเสียของความต้องการที่เพิ่มขึ้นสำหรับงานหัตถกรรมแบบพื้นบ้าน ก็คือ การ commoditisation ของสินค้าทางวัฒนธรรม (Parnwell, 1993; Wyer, et al., 1988) หรืออีกนัยหนึ่ง ก็คือ การเปลี่ยนแปลงขนาด รูปลักษณ์ และการใช้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งผลเสียที่อาจตามมาคือ ความภาคภูมิใจในท้องถิ่นและศักดิ์ศรีของชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นค่อยๆ เลือนหายไป นอกจากนี้เมื่อสิ่งประดิษฐ์ทางวัฒนธรรมและประเพณีได้ถูกนำมาขาย หรือเพื่อใช้เป็นสื่อในการดึงดูดนักท่องเที่ยวสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเหล่านั้นก็มักจะสูญเสียความหมายที่แท้จริงของมันไป ซึ่งสิ่งทีตามมา ก็คือ คนในท้องถิ่นอาจจะสูญเสียความกระตือรือร้นในการผลิตงานหัตถกรรมทางวัฒนธรรมนั้นๆ ด้วย (Greenwood, 1989)

ตัวอย่างของการเปลี่ยนแปลงของสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมการทำเบาะจากผ้าซิด หรือการผลิตหมอนผ้าซิดที่ทำในหมู่บ้านศรีฐาน อำเภอป่าดัว จังหวัดยโสธร เดิมทีนั้น หมอนซิดเป็นของใช้ที่เป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หมอนซิดผลิตมาจากผ้าที่เรียกว่า ผ้าซิด เป็นผ้าที่มีความผูกพันและเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมกับชาวบ้านศรีฐานมาแต่โบราณ โดยมีการนำผ้าซิดมาใช้งานหลายรูปแบบ ทั้งที่ใช้เองในชีวิตประจำวันและเป็นเครื่องนุ่งห่ม ของฝาก สิ่งประดับ จนผ้าซิด กลายเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นบ้านศรีฐานที่ทุกคนให้การยอมรับและภาคภูมิใจ และผ้าซิดยังเป็นต้นกำเนิดของหมอนสามเหลี่ยม หรือ หมอนซิด เพราะเป็นหมอนที่ทำมาจากผ้าซิดที่ยาวขึ้น

ในส่วนของผ้าที่นำมาทำหมอนซิด ในอดีตจะใช้ผ้าฝ้ายที่ชาวบ้านทอขึ้นมาเอง แต่ปัจจุบันความต้องการงานหัตถกรรมพื้นบ้านอย่างหมอนซิดมีมากขึ้นทำให้ชาวบ้านไม่สามารถทอผ้าได้ทันกับปริมาณความต้องการของผู้บริโภค (รวมทั้งนักท่องเที่ยว) ดังนั้น ชาวบ้านจำเป็นต้องใช้ผ้าฝ้ายที่ทอจากโรงงาน ในส่วนของการทอลายจะมี 2 ประเภทด้วยกัน ประเภทแรกเป็นส่วนที่ชาวบ้านทอลายขึ้นมาเอง และอีกประเภทหนึ่งเป็นผ้าที่ทอลายมาจากโรงงาน ในส่วนของลายทอมือจะมีความละเอียดและประณีตกว่า แต่ราคาก็จะสูงกว่าผ้าทอ

ลายที่มาจากโรงงาน อย่างไรก็ตาม ในการผลิตหมอนซิดนั้นได้มีการใช้ผ้าทั้ง 2 ประเภทเป็นปริมาณเกือบเท่าๆ กัน นอกจากนี้ ในปัจจุบันยังได้มีการนำผ้าไหมเข้ามาผลิตหมอนซิด โดยมีการเลือกใช้ไหมที่เรียกว่า ไหมญี่ปุ่น จากโรงงาน เพราะมีความมันวาวซึ่งลูกค้าจะชื่นชอบมากกว่าไหมทั่วไป

ผลของการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวของประเทศไทยบวกกับความต้องการของงานหัตถกรรมไทยที่เพิ่มขึ้นนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางด้านขนาดและรูปลักษณ์ของหมอนซิด ซึ่งโดยปกติแล้วหมอนซิดของชาวศรีฐานเดิมเป็นหมอนหนุนและหมอนสามเหลี่ยมธรรมดา แต่เมื่อมีความต้องการที่สูงขึ้นทั้งจากการท่องเที่ยวและตลาดส่งออก การออกแบบเบาะและรูปแบบของหมอนซิดก็มีการเปลี่ยนแปลงมากขึ้นด้วย โดยได้มีการพัฒนาให้มีความหลากหลายอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเชิงประโยชน์ใช้สอย และสีล้นลวดลาย ยกตัวอย่างเช่น เพื่อตอบสนองแนวคิดด้านที่นอนสุขภาพ กลุ่มสตรีพัฒนาหมู่ 8 ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าซิดให้กลายเป็นเบาะรองนั่ง หมอนสามเหลี่ยมที่นั่ง 1-3 พับ หมอนกระดูก ที่นอนระนาด ที่นอนพับ ปลอกหมอน ปลอกเบาะที่นั่ง ซึ่งหมอนซิดเหล่านี้ได้รับความนิยมเป็นอันมากในกลุ่มผู้ประกอบการโรงแรม รีสอร์ท และสปา เป็นต้น (หมอนซิดศรีฐาน พลิกตำนาน ส่งออกภูมิปัญญา, 2551)



ภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์หมอนขวานผ้าซิด

แหล่งที่มา: ร้านโกไฟหมอนขวานผ้าซิด, 2554

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอีกอย่าง ก็คือ การเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภค เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มากขึ้น เพื่อตัดแปลงลดรายของหมอนซิดที่ซับซ้อนมากขึ้น รวมไปถึงเพื่อให้ความหลากหลายและความยืดหยุ่นในการผลิต โดยในอดีตนั้นในหนึ่งครัวเรือนจะมีส่วนร่วมในการผลิตเพียงหนึ่งกระบวนการ นั่นก็คือ ถ้าในครัวเรือนใดรับผิดชอบในการทอลาย ก็จะได้รับผิดชอบเฉพาะทอลาย แต่ในปัจจุบันการผลิตจะถูกแบ่งหน้าที่กันไปตามความถนัดของแต่ละคน เช่น แพนกเย็บ แพนกยัดนุ่น ในหนึ่งครัวเรือนอาจจะมีส่วนร่วมในการผลิตมากกว่าหนึ่งกระบวนการ ตัวอย่างเช่น ครัวเรือนของนาย ก อาจจะรับหน้าที่เย็บและยัดนุ่นไปพร้อมกันก็ได้ นอกจากนี้ ในส่วนของการยัดนุ่นได้มีการพัฒนาเครื่องจักรเข้ามาช่วยเพื่อป้องกันปัญหาโรคมุมิแพ้ที่จะเกิดกับชาวบ้าน ขั้นตอนถัดมาหลังจากการผลิต สินค้าเกือบทั้งหมดจะถูกส่งมารวมกันที่บ้านประธานกลุ่ม และประธานกลุ่มจะมีหน้าที่

จัดจำหน่ายหรือเป็นฝ่ายการตลาดให้ โดยชาวบ้านจะรับหน้าที่ในการผลิตตามแบบเท่านั้น (Parnwell and Khamanarong, 1990)

### การเปลี่ยนแปลงของกิจกรรมหรือพิธีกรรมทางวัฒนธรรม Comoditisation and Cultural Practices

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะมองว่ากิจกรรม/พิธีกรรมท้องถิ่นดั้งเดิมอาจจะมี ความหมายที่ลึกซึ้งและยากที่จะเข้าใจ หรือไม่มีสีสันเพียงพอที่จะดึงดูดความสนใจของคนนอกพื้นที่ ดังนั้น ชาวบ้านจึงเลือกที่จะปรับกิจกรรม/พิธีกรรมของพวกเขาให้มีสีสันเพิ่มขึ้น เพื่อตอบสนองรสนิยมของนักท่องเที่ยวหรือทำให้กิจกรรม/พิธีกรรมทางวัฒนธรรมเหล่านั้นให้มีความเรียบง่ายหรือสามารถซึมซับได้ง่ายขึ้นสำหรับผู้เข้าชมจากต่างประเทศ นอกจากนี้ ด้วยความเชื่อที่ว่า นักท่องเที่ยวควรได้รับความบันเทิงและมีการใช้เวลาที่มีอย่างคุ้มค่า (Boissenvain, ed., 1996) ชาวบ้านในท้องถิ่นได้พยายามที่จะจัด

รูปแบบกิจกรรม/พิธีกรรมให้กระชับขึ้น ไม่ยืดเยื้อ และมีเวลาให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายรูปมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การท่องเที่ยวในป่าบัวนิวกินี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการการการแสดงที่มีชีวิตชีวา และสามารถเข้าถึงได้ พวกเขาต้องการความสะดวกในการถ่ายภาพ ต้องการระบบความปลอดภัยที่ดีเยี่ยม พวกเขาไม่ต้องการการการแสดงที่ยืดเยื้อ เนื่องจากบรรดานักท่องเที่ยวมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ต้องไปเยี่ยมชมและมีกิจกรรมอย่างอื่นที่จะต้องทำภายในเวลาที่จำกัด (Bruner, 1991)

นอกจากนี้ ในบางท้องถิ่นชาวบ้านและผู้นำในชุมชนนั้นๆ อาจมีความคิดที่จะจัดกิจกรรมหรือพิธีกรรมใหม่ๆ ขึ้นมาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ (Azarya, 2004; Little, 2000) ตัวอย่างเช่น ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีได้จัดงานคอนเสิร์ต Pattaya Music Festival ขึ้นมาเป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 2002 กิจกรรมเทศกาลดนตรี หรือ Music Festival นี้เป็นส่วนหนึ่งของ Thailand Grand Festival Project ขององค์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และได้ถูกจัดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั้งในประเทศและต่างประเทศให้เดินทางมาเที่ยวที่เมืองพัทยา นอกจากนี้ทางเมืองพัทยาได้จัดกิจกรรมนี้ขึ้นมาเนื่องจากต้องการที่จะปรับภาพลักษณ์ของเมืองพัทยาให้ดีขึ้น กิจกรรม Music Festival นี้ได้รับความนิยมเป็น

อย่างมาก ในทุกๆ ปีจะมีนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศเดินทางมาที่เมืองพัทยาเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมนี้ และในปี ค.ศ. 2005 ทางเมืองพัทยาก็ได้ปรับเปลี่ยนชื่อกิจกรรมนี้เป็น Pattaya International Music Festival (Thailand, Pattaya City, Division of Technical Service and Planning, 2006)

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของกิจกรรม/พิธีกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวนั้นอาจนำไปสู่การสูญเสียคุณค่าและความหมายที่แท้จริงของกิจกรรม/พิธีกรรมทางวัฒนธรรมนั้นๆ นอกจากนี้ ผลที่ตามมาอีกอย่างก็คือ ชาวบ้านที่เคยมีส่วนร่วมในกิจกรรม/พิธีกรรมทางวัฒนธรรมอาจจะสูญเสียแรงจูงใจและความมุ่งมั่นในการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมนั้นๆ รวมทั้งพวกเขาอาจจะเกิดความละอายใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในพิธีกรรมโบราณที่ครั้งหนึ่งเคยมีความสำคัญและเป็นเอกลักษณ์หรือเป็นสิ่งที่แสดงความเป็นตัวตนของพวกเขาไป และโดยเฉพาะสำหรับกลุ่มอนุรักษ์นิยมแล้ว การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของกิจกรรม/พิธีกรรมทางวัฒนธรรมอาจจะก่อให้เกิดความไม่พอใจและนำไปสู่การขัดแย้งระหว่างกลุ่มอนุรักษ์นิยมและกลุ่มนิยมสมัยใหม่ด้วย (Macnaught, 1982)





ภาพที่ 2 การเดินรำในพิธีกรรมของชาวบาหลิ

แหล่งที่มา: Belinger, 2009

McKean (1982) ได้ศึกษาเกี่ยวกับอารยธรรมของชาวบาหลิและพบว่า การเดินรำในพิธีกรรมของชาวบาหลิได้รับการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เกิดความหลากหลาย และมีสีสันมากขึ้นเพื่อก่อให้เกิดความตื่นเต้นเร้าใจสำหรับนักท่องเที่ยว กิจกรรม/พิธีกรรมต่างๆ เหล่านี้ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเที่ยวที่บาหลิเป็นจำนวนมาก แต่สำหรับชาวบาหลิเองแล้วกิจกรรม/พิธีกรรมเหล่านี้กลายเป็นความน่าเบื่อหน่าย และยังทำให้พวกเขาเกิดความละอายใจที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือพิธีกรรมทางวัฒนธรรมดังกล่าวอีกด้วย ดังกรณีการเต้นที่แสดงการเผชิญหน้าระหว่าง Rangda (แม่มดแห่งการทำลาย) และ Barong (สัตว์ป่าและปีศาจแห่งความกรุณา) ซึ่งเป็นพิธีกรรมที่มีความสำคัญมาก และยังเป็นพิธีกรรมที่แสดงออกซึ่งอำนาจมหาศาสตร์ (เทียบได้กับพิธีกรรมไล่ภูติผีปีศาจของชาวคริสเตียนหรือ exorcising) พิธีกรรมนี้ถ้าได้ถูกกระทำในสถานการณ์ ‘จริง’ ในเวลากลางคืนพร้อมด้วยพิธีกรรมการสะกดจิตก็จะมีคุณค่าที่ดีลึกลับเป็นอันมาก มีความเชื่อกันว่าพิธีกรรมการปรากฏตัวของ Rangda และ Barong นี้จะช่วยปิดป่า

ความชั่วร้ายต่างๆ ภายในหมู่บ้านรวมถึงความเจ็บไข้ได้ป่วยของชาวบ้านออกไปจากหมู่บ้านอย่างไรก็ตาม ความศักดิ์สิทธิ์ของพิธีกรรมนี้ได้ลดลงไปมาก เนื่องจากได้มีการประกอบพิธีกรรมซ้ำแล้วซ้ำเล่าและหลายๆ รอบต่อวัน หรือที่เรียกว่าทำ ‘บ่อยเกินไป’ ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะสร้างความบันเทิงให้กับนักท่องเที่ยว ผลที่ตามมา ก็คือ ชาวบาหลิที่ประกอบพิธีกรรมนี้เองก็เริ่มเบื่อหน่าย รวมทั้งหมดแรงจูงใจในการที่จะประกอบพิธีกรรมดังกล่าว นอกจากนี้แล้วปรากฏการณ์ดังกล่าว (การแสดงหลายรอบต่อวัน) ก็ได้เกิดขึ้นกับพิธีกรรมอื่นๆ ด้วยเช่นกัน แทบทุกตารางนิ้วของบาหลิมีการปรับเปลี่ยนกิจกรรม/พิธีกรรมของตนเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น Kejak หรือ ‘Monkey Dance’ ซึ่งเป็นการเดินรำสำหรับต้อนรับวิญญาณศักดิ์สิทธิ์ที่สามารถพบเห็นได้โดยทั่วไปทั้งที่สนามบิน โรงแรม รีสอร์ท และร้านอาหาร เพื่อให้การต้อนรับรัฐบาลเจ้าหน้าที่หรือคนอื่นๆ

แม้การศึกษางานวิจัยที่ผ่านมา พบว่า commoditisation จะส่งผลกระทบต่อแหล่ง

ท่องเที่ยวพลายทางในเชิงลบเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตาม ก็ได้มีนักวิจัยบางกลุ่มแย้งว่า commoditisation ไม่จำเป็นจะต้องมีผลกระทบในด้านลบเสมอไป แต่ในบางสถานการณ์ การท่องเที่ยวอาจช่วยกระตุ้นให้เกิดการรักษาประเพณีวัฒนธรรมด้วยซ้ำไป ดังที่ Erick Cohen (1988) กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวช่วยให้ชาวบ้านในชุมชนเกิดความรู้สึกต้องการรักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นของตนเอาไว้ไม่ให้สูญหายไป ช่วยส่งเสริมฟื้นฟูวัฒนธรรมดั้งเดิมให้คงอยู่ไม่สูญหาย ช่วยปลุกดินและส่งเสริมให้ชาวบ้าน

ในชุมชนเกิดความตระหนัก เชื้อมั่น และภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเอง นอกจากนี้ ยังพบว่า commoditisation ยังสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการปกป้องทรัพยากรทางวัฒนธรรมจากความต้องการสร้างราคาหรือการสร้างมูลค่าให้กับมันผ่านการปรับเปลี่ยนขนาด รูปลักษณ์ รูปแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว (Andriotis, 2003; Boissenvain, ed., 1996; Craik, 1991; Krystal, 2000)



ภาพที่ 3 การแสดงแบบล้านนา

แหล่งที่มา: ชมการแสดงรับประทานอาหารที่คุ้มชั้นโตก, 2554

งานวิจัยของ Nimmonrattana (2000) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นับตั้งแต่กิจกรรม/พิธีกรรมทางวัฒนธรรมต่างๆ ของชาวเชียงใหม่ได้รับความนิยมนับเป็นอันมากในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ในโรงเรียนต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ก็เริ่มมีการรณรงค์ให้มีการสอนการรำรำแบบล้านนาดั้งเดิม รวมถึงมีการสอนการเล่นเครื่องดนตรีล้านนา ตลอดจนรวมทั้งรณรงค์การแต่งตัวสไตล์ล้านนาแบบดั้งเดิมในโรงเรียนประถมศึกษา

บางครั้งบางโอกาสศิลปินล้านนาเหล่านี้จะได้แสดงการรำพื้นบ้านของพวกเขาต่อหน้าแขกพิเศษหรือแขกบ้านแขกเมือง การรำล้านนาก็แสดงให้เห็นถึงความภาคภูมิใจในตัวตนของพวกเขาว่าเป็นคนท้องถิ่นเชียงใหม่ และนี่ก็อาจจะเป็นตัวอย่งที่ดีที่แสดงให้เห็นว่าการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวไม่ได้เลวร้ายเสมอไป แต่ยังช่วยรักษาวัฒนธรรมล้านนาแบบดั้งเดิม รวมทั้งก่อให้เกิดความตระหนักในความเป็นตัวตนของตนเอง ก่อให้เกิดความรักศักดิ์ศรีและมีความภาคภูมิใจใน

วัฒนธรรมของตนเองในหมู่คนในพื้นที่ของจังหวัด เชียงใหม่ด้วย

### บทสรุป

แม้ว่าการท่องเที่ยวจะสร้างประโยชน์มากมาย ต่อชุมชนท้องถิ่น แต่การท่องเที่ยวก็ยังนำมาซึ่งผลกระทบในด้านต่างๆ ซึ่งไม่สามารถมองข้ามหรือ ละเลยไปได้ หนึ่งในนั้น คือ ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อสังคมและวัฒนธรรม จากการศึกษา พบว่า สำหรับชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวปลายทาง แล้ว การที่จะทำให้ชาวบ้านในชุมชนจะได้รับผลประโยชน์จาก commoditisation ได้เต็มทีนั้น ชาวบ้านในชุมชนรวมไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จะต้องพยายามที่จะส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดย เน้นที่การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างระมัดระวัง รวมไปถึงการกระจายรายได้ให้กับชุมชนอย่างทั่วถึง และเท่าเทียม หากชุมชนสามารถทำได้เช่นนั้น แล้ว การพัฒนาการท่องเที่ยวอาจไม่ส่งผลให้เกิด ผลเสียต่อการเปลี่ยนแปลงของสินค้าผลิตภัณฑ์ กิจกรรมและพิธีกรรมทางวัฒนธรรม หรือทำให้ ความหมายที่แท้จริงของกิจกรรม/พิธีกรรมทาง วัฒนธรรมสูญหายเสมอไป แต่จะเป็นการรักษา เชิดชู และช่วยอนุรักษ์ และมีความสำคัญ ในระดับ ที่แตกต่างกันสำหรับประชาชนในชุมชนนั้นๆ

### บรรณานุกรม

ชมการแสดงรับประทานอาหารที่คุ้มชั้นโตก [ออนไลน์]. 5 มกราคม 2554. เข้าถึงจาก: <http://www.thailandtraveltalk.net/index.php?topic=51.0>  
ร้านก๋อไฟหมอนขวานผ้าขิด [ออนไลน์]. 5 มกราคม 2554. เข้าถึงจาก: <http://korphai.blogspot.com/>

com/  
หมอนขิดศรีฐาน พลิกตำนานส่งออกภูมิปัญญา [ออนไลน์]. 2551. เข้าถึงจาก: <http://www.baanmaha.com/community/thread8798.html>)  
Andriotis, K. 2003. "Tourism in Crete: A Form of Modernisation." **Current Issues in Tourism** 6, 1: 23-53.  
Ap, J., and Crompton, J.L. 1998. "Developing and Testing a Tourism Impact Scale." **Journal of Travel Research** 37: 120-130.  
Azarya, V. 2004 "Globalization and International Tourism in Developing Countries: Marginality as a Commercial Commodity." **Current Sociology** 52, 6: 949-967.  
Belinger, R. 2009. **Balinese Dances Today Part 2** [Online]. Available: <http://blog.baliwww.com/arts-culture/1413>  
Boissenvain, J., ed. 1996. **Coping with Tourists: European Reactions to Mass Tourism**. Oxford: Berghahn Books.  
Bruner, E.M. 1991. "Transformation of Self in Tourism." **Annals of Tourism Research** 18, 2: 238-251.  
Cater, E.A. 1987. "Tourism in the Least Developed Countries." **Annals of Tourism Research** 14, 2: 202-225.  
Cohen, E. 1983. "The Dynamics of Commercialized Arts: The Meo and Yao of Northern Thailand." **Journal of**

- National Research Council Thailand**  
15, 1: 1-34.
- \_\_\_\_\_. 1988. "Authenticity and Commoditization in Tourism." **Annals of Tourism Research** 15, 3: 371-386.
- Craik, J. 1991. **Resorting to Tourism: Cultural Policies for Tourist Development in Australia**. Sydney: Allen and Unwin.
- Crick, M. 1989. "Representations of International Tourism in the Social Science: Sun, Sex, Sights, Savings, and Servility." **Annual Review Anthropology** 18: 307-355.
- de Kadt, E. 1979. **Tourism: Passport to Development?** Oxford: Oxford University Press.
- Greenwood, D.J. 1972. "Tourism as an Agent of Change: A Spanish Basque Case." **Ethnology** 11: 80-91.
- \_\_\_\_\_. 1989. "Culture by the Pound: An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commodification." In V.L. Smith (ed.), **Hosts and Guests: The Anthropology of Tourist**, pp. 171-185. 2<sup>nd</sup> ed. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Krystal, M. 2000. "Cultural Revitalization and Tourism at the Morera Nima' K'iche." **Ethnology** 39, 2: 149-161.
- Little, W.E. 2000. "Home as a Place of Exhibition and Performance: Mayan Household Transformations in Guatemala." **Ethnology** 39, 2: 163-181.
- MacCannell, D. 1973. "Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings." **American Journal of Sociology** 79, 3: 589-603.
- \_\_\_\_\_. 1976. **The Tourist: A New Theory of the Leisure Class**. London: Macmillan.
- Macnaught, T.J. 1982. "Mass Tourism and the Dilemmas of Modernization in Pacific Island Communities." **Annals of Tourism Research** 9, 3: 359-381.
- Marx, K. 1954. **Capital: A Critique of Political Economy. Vol. 1: The Process of Production of Capital**. London: Lawrence & Wishart.
- Mathieson, A., and Wall, G. 1982. **Tourism, Economic and Social Impacts**. Essex: Longman.
- McKean, P.F. 1982. "Tourists and Balinese." **Cultural Survival Quarterly** 6, 3: 32-34.
- Meethan, K. 2001. **Tourism in Global Society: Place, Culture, Consumption**. Hampshire: Palgrave.
- Murphy, P.E. 1985. **Tourism: A Community Approach**. London: Routledge.
- Nimmonratana, T. 2000. "Impacts of Tourism on a Local Community: A Case Study of Chiang Mai." In K.S. Chon (ed.), **Tourism in Southeast Asia: A New Direction**, pp. 65-86. New York: The Haworth Hospitality Press.

- Parnwell, M.J.G. 1993 "Tourism and Rural Handicrafts in Thailand." In M. Hitchcock, V.T. King, and M.J.G. Parnwell (eds.), **Tourism in South-East Asia**, pp. 234-257. London: Routledge.
- Parnwell, M.J.G., and Khamanarong, S. 1990. "Rural Industrialisation and Development Planning in Thailand." **Southeast Asian Journal of Social Science** 18, 2: 1-28.
- Pizam, A. 1978. "Tourism's Impacts: The Social Costs to the Destination." **Journal of Travel Research** 16, 4: 8-12.
- Pizam, A., and Milman, A. 1984. "The Social Impacts of Tourism." **UNEP Industry and Environment** 7, 1: 11-14.
- Snaith, T., and Haley, A.J. 1994. "Tourism's Impact on Host Lifestyle Realities." In A.V. Seaton, et al. (eds.), **Tourism: The State of the Art**. Chichester: Wiley.
- Thailand. Pattaya City. Division of Technical Service and Planning. 2006. **Pattaya City: Summary Report**. Pattaya: Division of Technical Service and Planning, Pattaya City.
- Wall, G. 1996. "Rethinking Impacts of Tourism." **Progress in Tourism and Hospitality Research** 2, 3&4: 207-213.
- Wyer, J., et al. 1988. **The UK and Third World Tourism**. Kent: TEN.



**Paradee Yasothornsrikul** received her PhD in Tourism and Hospitality Management from Oxford Brookes University, UK. She is currently working as a full-time lecturer at the Faculty of Tourism and Hotel Management, Mahasarakham University. Her research interests involve Socio-Cultural Impacts of Tourism, commoditisation, staged authenticity and tourism demonstration effect.