



รายงานการศึกษาทางวิชาการ

เรื่อง

การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม:
ศึกษากรณีการท่องเที่ยวตามรอยละคร

จัดทำโดย

นายณัฐวุฒิ อ่าวสกุล
ตำแหน่งวิทยากรชำนาญการพิเศษ
กลุ่มงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจ
สำนักกรรมการ ๑ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

รายงานการศึกษาทางวิชาการ

เรื่อง

การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม:
ศึกษากรณีการท่องเที่ยวตามรอยละคร

จัดทำโดย

นายณัฐวุฒิ อ่าวสกุล

ตำแหน่งวิทยากรชำนาญการพิเศษ

กลุ่มงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจ

สำนักกรรมการ ๑ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

คำนำ

การจัดทำรายงานการศึกษาทางวิชาการ เรื่อง การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม: ศึกษากรณีการท่องเที่ยวตามรอยละคร ในครั้งนี้ เริ่มต้นจากการกำหนดประเด็นการศึกษาเพื่อตอบคำถามที่อาจเกิดขึ้นจริงในการดำเนินงานของคณะกรรมการด้านเศรษฐกิจ ซึ่งฝ่ายเลขานุการจำเป็นที่จะต้องมีการจัดทำข้อมูลเชิงวิเคราะห์ที่มีคุณภาพเพียงพอเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการด้านเศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ดังนั้น การจัดทำรายงานการศึกษาทางวิชาการในครั้งนี้ได้รวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตามรอยละคร เรื่อง บุพเพสันนิวาส ซึ่งออกอากาศทางโทรทัศน์ในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-เมษายน พ.ศ. 2561 ที่สร้างกระแสความนิยมของผู้ชมละคร ในการท่องเที่ยวสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ กระตุ้นการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรมไทย ซึ่งเป็นประเด็นที่น่าสนใจในการศึกษาว่า อิทธิพลของละครไทยเชิงประวัติศาสตร์นั้น สามารถต่อยอดและพัฒนาไปสู่การสร้างความยั่งยืนในการท่องเที่ยวทั้งการท่องเที่ยวของคนไทยและชาวต่างชาติได้อย่างไร และมีการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแผนการท่องเที่ยวระดับชาติที่รองรับการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าว รวมทั้งศึกษาการนำแนวคิดกระแสนิยมเกาหลีมาปรับใช้ในการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของไทยอีกด้วย

รายงานการศึกษาทางวิชาการฉบับนี้ จัดทำขึ้นสำเร็จลุล่วงได้ โดยได้รับคำปรึกษาจากผู้บังคับบัญชาในกลุ่มงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจ (นางสาววราภรณ์ สุขประเสริฐ) และผ่านการพิจารณาจากคณะทำงานประเมินมาตรฐานผลงานของสำนักกรรมการ 1 และผู้อำนวยการสำนักกรรมการ 1 ตามลำดับ เพื่อให้รายงานการศึกษาทางวิชาการฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ผู้ศึกษาขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ และหวังว่ารายงานการศึกษาทางวิชาการฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ในการสนับสนุนดำเนินงานของคณะกรรมการด้านเศรษฐกิจ โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นประโยชน์ต่อประชาชนผู้สนใจในการศึกษาต่อไป

ณัฐวุฒิ อ่ำสกุล

เมษายน 2561

บทคัดย่อ

รายงานการศึกษาทางวิชาการ เรื่อง การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม: ศึกษากรณีการท่องเที่ยวตามรอยละคร กำหนดวัตถุประสงค์ของการศึกษา 3 ประการ คือ 1) เพื่อสำรวจความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับอิทธิพลของละครที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อศึกษาสาระของแผนด้านการท่องเที่ยวในระดับชาติ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร และ 3) เพื่อศึกษาการปรับใช้แนวคิดกระแสนิยมเกาหลีในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละครของประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าละคร เรื่อง บุพเพสันนิวาส มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยแผนการท่องเที่ยวในระดับชาติได้กำหนดยุทธศาสตร์แบบกว้าง ๆ ยังไม่กำหนดถึงยุทธศาสตร์ แผนงาน และโครงการรองรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละครอย่างชัดเจน และการนำแนวคิดกระแสนิยมเกาหลีมาปรับใช้พบว่า มีรูปแบบใกล้เคียงกับแนวคิดไทยแท้ แต่ผู้ริเริ่มแนวคิดไม่ใช่รัฐบาลเหมือนที่รัฐบาลเกาหลีดำเนินการ กรณีของประเทศไทย หอการค้าไทยซึ่งไม่ใช่หน่วยงานภาครัฐเป็นผู้ริเริ่มแนวคิด และมีจุดเน้นเพียงการพัฒนาสินค้าด้านวัฒนธรรมมากกว่ามุ่งพัฒนาวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าตามแนวคิดการแสถนิยมเกาหลี ดังนั้น ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้จึงเสนอให้ภาครัฐเป็นแกนหลักในการดำเนินการ โดยให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร เพื่อให้การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวมีความยั่งยืนต่อไป

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
บทคัดย่อ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	ง
สารบัญภาพประกอบ	จ
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ขอบเขตของการศึกษา	3
วิธีการศึกษา	3
ข้อจำกัดในการศึกษา	4
นิยามศัพท์	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	
แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	6
แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	7
แนวคิดกระแสนิยมเกาหลี	9
บทที่ 3 ผลการศึกษา	
1. ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของละครที่มีต่อการท่องเที่ยว	14
2. ผลการวิเคราะห์แผนด้านการท่องเที่ยวระดับชาติ ในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร	19
3. การปรับใช้แนวคิดกระแสนิยมเกาหลีมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร	23
บทที่ 4 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	26
บรรณานุกรม	32
ภาคผนวก	
ก. แบบสอบถาม	35
ข. ภาพถ่ายการเก็บรวบรวมข้อมูล ณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา วันอาทิตย์ที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2561	36

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
2	จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว	15
3	เหตุผลที่เดินทางมาท่องเที่ยว	16
4	เหตุผลที่ละครบุพเพสันนิวาสมีผลต่อการท่องเที่ยว	16
5	อิทธิพลของละครหรือภาพยนตร์เรื่องอื่นที่มีต่อการมาท่องเที่ยว	17
6	เหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
7	เหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	18
8	ความสอดคล้องระหว่างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฯ กับยุทธศาสตร์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาฯ	21
9	ความสอดคล้องระหว่างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฯ แผนวิสาหกิจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยฯ	22

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
1	ลำดับความเชื่อมโยงของแผนด้านการท่องเที่ยว	19
2	ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับความร่วมมือการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร	31

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาวะเศรษฐกิจไทยในเดือนมกราคม พ.ศ. 2561 ที่ผ่านมามีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดังเห็นได้จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (2561, น. 1-2) ได้รายงานไว้ว่า เครื่องชี้เศรษฐกิจด้านการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคภาคเอกชนขยายตัวต่อเนื่อง สะท้อนจากภาษีมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาंकที่ขยายตัวต่อเนื่องที่ร้อยละ 6.9 ต่อปี การลงทุนภาคเอกชนสะท้อนจากปริมาณจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์ ขยายตัวต่อเนื่องที่ร้อยละ 10.2 ด้านมูลค่าการส่งออกสินค้าขยายตัวสูงสุดในรอบ 62 เดือน โดยขยายตัวร้อยละ 17.6 ต่อปี รวมทั้งเครื่องชี้เศรษฐกิจไทยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยขยายตัวในระดับสูงถึงร้อยละ 10.9 ต่อปี โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจาก จีน รัสเซีย เกาหลี ลาว อินเดีย และยุโรปตะวันออกเป็นหลัก

ข้อมูลด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่ารายได้รวมจากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2560 สูงถึง 2.754 ล้านล้านบาท โดยรายได้จากชาวต่างชาติเที่ยวไทย จำนวน 1.824 ล้านล้านบาท และคนไทยเที่ยวไทย จำนวน 0.73 ล้านล้านบาท โดยคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2561 แนวโน้มการท่องเที่ยวจะสร้างรายได้รวมถึง 3 ล้านล้านบาท โดยมาจากชาวต่างชาติเที่ยวไทย จำนวน 2.0 ล้านล้านบาท และคนไทยเที่ยวไทย จำนวน 1 ล้านล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561, น. 7, 9)

รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ถือได้ว่ามีมูลค่ามากกว่าอุตสาหกรรมอื่น ๆ อีกหลายด้าน โดยเป็นรองเพียงอุตสาหกรรมการค้าปลีก อุตสาหกรรมการเกษตร และอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์เท่านั้น นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสร้างการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมในประเทศมากถึง 5.73 ล้านตำแหน่ง คิดเป็นร้อยละ 15.1 ของการจ้างงานในประเทศทั้งหมด ดังนั้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงนับว่ามีความสำคัญต่อประเทศอย่างยิ่ง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560, น. 11)

แม้ว่ารายได้จากการท่องเที่ยวของไทยจะมาจากชาวต่างประเทศมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย แต่หากพิจารณาสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวไทยในแต่ละปีมากกว่าชาวต่างชาติเที่ยวไทย โดยข้อมูลในปี พ.ศ. 2559 มีนักท่องเที่ยวประเภทเยี่ยมเยือน (visitor) แยกเป็นชาวไทยจำนวน 47,982,566 คน ชาวต่างชาติ จำนวน 16,358,952 นักท่องเที่ยวประเภทท่องเที่ยว (tourist) แยกเป็นชาวไทยจำนวน 28,333,130 คน ชาวต่างชาติ จำนวน 13,433,252 คน และนักท่องเที่ยวประเภทเข้าไปเยือนกลับ (excursionist) แยกเป็นชาวไทยจำนวน 19,649,436 คน ชาวต่างชาติ จำนวน 2,925,700 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ดังนั้น การท่องเที่ยวสำหรับชาวไทยจึงเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่สำคัญไม่น้อยกว่าการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติเช่นเดียวกัน

การส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศในปีที่ผ่านมาประสบผลสำเร็จในด้านการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย เนื่องจากการผลักดันการท่องเที่ยวภายในประเทศของภาครัฐ เช่น การจัดงานไทยเที่ยวไทย การดำเนินโครงการเมือง 12 เมือง ต้องห้าม...พลาต และ 12 เมือง ต้องห้าม...พลาต พลัส ทำให้การกระจายการท่องเที่ยวไปสู่ภูมิภาคที่มีศักยภาพนอกเหนือจากเมืองท่องเที่ยวหลักที่มีอยู่เดิม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561, น. 14)

แม้ว่าการท่องเที่ยวภายในประเทศจะเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2560 แต่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงปริมาณนักท่องเที่ยวภายในประเทศมากนัก กระทั่ง ในปี พ.ศ. 2561 มีปรากฏการณ์ต้นต้วทางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างน่าสนใจกรณีหนึ่ง คือ การท่องเที่ยวแบบตามรอยละคร โดยละคร เรื่อง บุพเพสันนิวาส ที่เริ่มออกอากาศทางโทรทัศน์ในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 ได้ก่อกระแสความตื่นตัวในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งปรากฏในเนื้อเรื่องของละครดังกล่าว

ทั้งนี้ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องทราบถึงกระแสความนิยมในละครซึ่งส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ได้ตอบสนองกระแสดังกล่าวโดยการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยผู้ว่าราชการจังหวัดพระนครศรีอยุธยารายงานถึงการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวตามรอยละครดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น ส่งผลกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้กับชุมชน (กรมประชาสัมพันธ์, 2561) และเตรียมความพร้อมการจัดกิจกรรมอย่างหลากหลายเพื่อรองรับกระแสนิยมละครดังกล่าว นอกจากนี้กระทรวงวัฒนธรรมได้จัดโครงการวัฒนธรรมสัญจร เรื่อง “ตามรอยบุพเพสันนิวาส ศึกษาประวัติศาสตร์และวรรณกรรมอยุธยา” โดยเล็งเห็นว่าสามารถต่อยอดการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านประวัติศาสตร์ วรรณคดี จารีตประเพณี และสร้างกิจกรรมทัศนศึกษาสถานที่เกี่ยวกับละคร อันส่งผลต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (กรมศิลปากร, 2561)

กระแสความตื่นตัวดังกล่าว อาจเกิดขึ้นเพียงชั่วคราวหรืออาจยั่งยืนได้ หากทราบถึงเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้ละครได้รับความนิยมและเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมได้ เนื่องจากความนิยมในละครเรื่องอื่น ๆ ไม่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวแหล่งประวัติศาสตร์ตามที่ปรากฏในละครมากเท่ากับละคร เรื่อง บุพเพสันนิวาส กรณีดังกล่าวจึงอาจเป็นแนวทางต้นแบบในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละครที่คล้ายคลึงกับการสร้างกระแสนิยมเกาหลีที่ใช้วัฒนธรรมเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ของความเป็นเกาหลีที่ครอบคลุมสินค้าและบริการมากมายให้ได้รับความนิยมและเชื่อมั่นในระดับโลกได้

จากความสำคัญของเรื่องดังกล่าว การศึกษาครั้งนี้จึงกำหนดคำถามนำการศึกษา (questions research) ดังนี้

1. ละคร เรื่อง บุพเพสันนิวาส มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากหรือน้อยเพียงใด
2. หน่วยงานภาครัฐมีการจัดทำแผนด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละครหรือไม่
3. ประเทศไทยมีการนำแนวคิดกระแสนิยมเกาหลีมาปรับใช้กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละครหรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อสำรวจความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับอิทธิพลของละครที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาสาระของแผนด้านการท่องเที่ยวในระดับชาติ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร
3. เพื่อศึกษาการปรับใช้แนวคิดกระแสนิยมเกาหลีในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละครของประเทศไทย

ขอบเขตของการศึกษา

ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตของการศึกษา ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1 การศึกษาเชิงปริมาณ ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเกิดกระแสความนิยมเนื่องจากละคร เรื่อง บุพเพสันนิวาส และแผนด้านการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และเชิงวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร

1.2 การศึกษาเชิงคุณภาพ ศึกษาเอกสารเกี่ยวกับแผนด้านการท่องเที่ยวในระดับชาติ จำนวน 3 ฉบับ ประกอบด้วย แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564) และแผนวิสาหกิจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2560-2564

2. ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง

กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้รวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ จำนวน 100 ตัวอย่าง จากประชากรคือนักท่องเที่ยว ณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในวันอาทิตย์ที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2561

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

3.1 การศึกษาเชิงปริมาณ กำหนดขอบเขตระยะเวลาในการศึกษารวบรวมข้อมูล จำนวน 1 วัน

3.2 การศึกษาเชิงคุณภาพ ศึกษาเอกสารเกี่ยวกับแผนด้านการท่องเที่ยวในระดับชาติ ซึ่งประกาศใช้อยู่ในปัจจุบัน โดยเป็นแผนระหว่างปี พ.ศ. 2560-2564

วิธีการศึกษา

การศึกษาคั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อค้นหาข้อเท็จจริงของปรากฏการณ์ที่ศึกษา โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสม (mixed method) เพื่อแสวงหาคำตอบตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ตั้งไว้ ดังนี้

1. วิธีการเชิงปริมาณ

การศึกษาครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ 1 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดประชากรจากข้อมูลข่าวของกรมศิลปากรที่เปิดเผยว่า ในวันเสาร์ที่ 24 มีนาคม 2561 มีนักท่องเที่ยวเข้าชมวัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 12,841 คน และในวันอาทิตย์ที่ 25 มีนาคม 2561 มีนักท่องเที่ยว จำนวน 15,736 คน (เดลินิวส์, 2561) โดยผู้ศึกษาใช้เป็นฐานในการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 100 คน จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ในวันอาทิตย์ที่ 1 เมษายน 2561 ณ วัดใหญ่ชัยมงคล อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นไปตามแบบแผนการสุ่มตัวอย่างชนิดไม่ทราบโอกาสหรือความน่าจะเป็น (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2538, น. 91) โดยใช้เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามความคิดเห็น (ภาคผนวก ก)

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์

2. วิธีการเชิงคุณภาพ

การศึกษาครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ 2 โดยดำเนินการศึกษาวิจัยเอกสาร (documentary research) เกี่ยวกับแผนระดับชาติด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564) และแผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2560-2564 และเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ 3 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร สิ่งพิมพ์ ข้อมูลเผยแพร่ในเครือข่ายสารสนเทศต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการนำแนวคิดกระแสนิยมเกาหลีมาปรับใช้ในประเทศไทย

ข้อจำกัดในการศึกษา

ข้อจำกัดในการศึกษาครั้งนี้ คือ การกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 100 คน เป็นการเทียบเคียงจากแบบแผนการสุ่มตัวอย่างของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และมีค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 10 ซึ่งกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 99 คน ขณะที่การสุ่มตัวอย่างที่มีระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ร้อยละ 5 ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนถึง 385 คน ทั้งนี้ ด้วยข้อจำกัดด้านระยะเวลาและงบประมาณในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาจึงสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้เพียง 100 คนเท่านั้น

นิยามศัพท์

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

เกาหลี ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง สาธารณรัฐเกาหลี

กระแสนิยมเกาหลี หมายถึง กระแสความนิยมในวัฒนธรรมเกาหลีที่รัฐบาลเกาหลีสร้างขึ้น เพื่อพัฒนาวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าและเพิ่มรายได้ทางเศรษฐกิจให้กับประเทศเกาหลี โดยสร้างผลกระทบต่อผู้บริโภควัฒนธรรมต่าง ๆ อาทิ การแต่งกาย สินค้า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อาหาร และภาพยนตร์ ทั้งนี้ ในการศึกษาครั้งนี้เน้นเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบตามรอยละครเท่านั้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของละครที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ทำให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้ทราบถึงแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร เพื่อนำไปประกอบการพิจารณา กำหนดนโยบาย แผน โครงการ และกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

2. ผลการวิเคราะห์สาระของแผนระดับชาติด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว และการปรับใช้แนวคิดกระแสนิยมเกาหลีในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ทำให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้ทราบถึงแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร โดยเน้นการมีส่วนร่วมของภาคเอกชน และภาคประชาชน รวมทั้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวและสามารถต่อยอดกระแสความนิยมละครกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละครอย่างยั่งยืน

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดการทบทวนวรรณกรรมโดยเกี่ยวข้องกับแนวคิดหลัก 3 เรื่อง คือ แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และแนวคิดกระแสนิยมเกาหลี โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (historical tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวในสถานที่เกี่ยวกับโบราณคดีและประวัติศาสตร์ โดยนักท่องเที่ยวมักนิยมเข้าชมเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ในท้องถิ่น เรียนรู้ชีวิตความเป็นอยู่ และสภาพแวดล้อม นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ยังหมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสังคม และสถานที่ซึ่งผู้คนมีความผูกพันทางจิตใจ ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อาจแบ่งได้หลายประเภท เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี เมืองโบราณคดี พระราชวัง ศาสนสถาน ปราสาทหิน อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน สุสาน พิพิธภัณฑสถาน ป้อมปราการ กำแพงเมือง ประตูเมือง คูเมือง เป็นต้น

ปัจจัยสำคัญที่เป็นศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในแต่ละประเทศมักเกี่ยวข้องกับความสามารถสร้างผลกำไรและมีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ การสร้างชื่อเสียง (branding) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การพัฒนารายได้ของรัฐและท้องถิ่น และการสร้างความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ รวมถึงการเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวอีกด้วย (Ismagilova, Safiullin and Gafurov, 2015, p. 162)

สำหรับประเทศไทย มีงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ซึ่งปรากฏประเด็นค้นพบที่น่าสนใจ คือ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของประเทศไทยมักขาดการมีส่วนร่วมของชุมชน ขาดการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนจากภาครัฐ และบุคลากรด้านการท่องเที่ยวขาดความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ เช่น งานของ ทิพาพร ไตรบรรณ (2557) ซึ่งศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของหมู่บ้านอรัญญิก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นโยบายการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของหน่วยงานของรัฐยังไม่สามารถดำเนินการพัฒนาได้อย่างเต็มที่ ขาดการมีส่วนร่วมของชุมชน ชุมชนขาดความรู้ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ข้อเสนอแนะสำคัญ คือ ภาครัฐควรส่งเสริมความรู้ การรับรู้ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวและจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น

สอดคล้องกับงานของ ณิชฐรดา หลักคำ (2557) เสนอว่า กรณีอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมควรมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายและต่อเนื่องยิ่งขึ้น ควรพัฒนาการบริหารจัดการ พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และงานของ กัลยา ธิกันงา (2554) ที่เสนอข้อมูลว่าแหล่งท่องเที่ยวขาด

บุคลากรที่มีความรู้ด้านประวัติศาสตร์ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีต และขาดเทคนิคการนำเสนอข้อมูลที่ น่าสนใจ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ขาดความน่าสนใจ

นอกจากนี้ประเด็นสำคัญของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ คือ การขาดแคลนงบประมาณดูแลอย่างทั่วถึง โดยงานของ ฉัตรชนก บุญไชย (2556) นำเสนอข้อมูลว่า ข้อจำกัดของการจัดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โดยรัฐ คือ ขาดแคลนงบประมาณในการพัฒนา การท่องเที่ยว เช่น การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวขึ้นอยู่กันโยบายของรัฐในแต่ละปีว่าเน้นในเรื่องใด เนื่องจากภาครัฐไม่สามารถจัดสรรงบประมาณการทำนุบำรุงรักษาโบราณสถานได้ครอบคลุมทุกพื้นที่

โดยสรุป การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ คือ การท่องเที่ยวโบราณสถาน โบราณคดี ที่แสดง ถึงประวัติศาสตร์ความเป็นมาของท้องถิ่นต่าง ๆ โดยสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์สามารถสร้าง รายได้ กำไร เอกลักษณ์ของท้องถิ่น และสร้างชื่อเสียง (branding) ให้กับท้องถิ่นและประเทศได้อย่าง มากมาย แต่ปัญหาที่หลายแห่งประสบ คือ การขาดการกำหนดนโยบายที่ชัดเจน ขาดแคลนงบประมาณดูแล ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น และบุคลากรด้านการท่องเที่ยวขาดทักษะและความรู้ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และมีความหมาย ทับซ้อนกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวสถานที่เก่าแก่ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (Heritage tourism) ซึ่งหมายถึง การท่องเที่ยวที่บุคคลเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจด้วยวัฒนธรรมต่าง ๆ เช่น สถานที่เก่าแก่ สถานที่ที่มีศิลปะและวัฒนธรรมเก่าแก่ งานศิลปะและการแสดงที่มีในพื้นที่นั้น

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กล่าวโดยเฉพาะเจาะจง หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจ บางประการที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยนักท่องเที่ยวอาจมุ่งท่องเที่ยวเพื่อ ศึกษาเรียนรู้ ศึกษางานศิลปะ ท่องเที่ยวงานประเพณี ท่องเที่ยวอนุสาวรีย์ที่น่าสนใจ ศึกษาธรรมชาติ ท้องถิ่น ศึกษาวิถีชาวบ้าน หรือเพื่อการจรรีกรแสวงบุญ (Sigala & Leslie, 2005, pp. 6-7)

ลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สามารถจำแนกออกเป็น 5 รูปแบบ คือ (Richards, 2007, pp. 26-27)

1) นักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์ศึกษาวัฒนธรรม (purposeful cultural tourist) นักท่องเที่ยวลักษณะนี้ ตั้งใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เน้นการเรียนรู้และสร้างประสบการณ์เชิงลึกเกี่ยวกับ วัฒนธรรมจากสถานที่ท่องเที่ยว

2) นักท่องเที่ยวที่เน้นการเยี่ยมชมวัฒนธรรม (sightseeing cultural tourist) นักท่องเที่ยวลักษณะนี้ ตั้งใจไปเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว แต่ไม่เน้นการท่องเที่ยวหาประสบการณ์เชิงลึก เกี่ยวกับวัฒนธรรมจากสถานที่ท่องเที่ยว

3) นักท่องเที่ยวที่ไม่เน้นการเยี่ยมชมวัฒนธรรม (casual cultural tourist) นักท่องเที่ยวลักษณะนี้ ตั้งใจไปสถานที่ท่องเที่ยวในระดับปานกลาง แต่ไม่เน้นการท่องเที่ยวหาประสบการณ์เชิงลึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมจากสถานที่ท่องเที่ยว

4) นักท่องเที่ยวที่ไม่ตั้งใจเยี่ยมชมวัฒนธรรม (incidental cultural tourist) นักท่องเที่ยวลักษณะนี้ ไม่ได้ตั้งใจไปสถานที่ท่องเที่ยวจากความสนใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวนั้น และท่องเที่ยวหาประสบการณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมจากสถานที่ท่องเที่ยวเพียงผิวเผินเท่านั้น

5) นักท่องเที่ยวที่ค้นพบความสนใจแหล่งท่องเที่ยวโดยบังเอิญ (serendipitous cultural tourist) นักท่องเที่ยวลักษณะนี้ ไม่ได้ตั้งใจไปสถานที่ท่องเที่ยวจากความสนใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวนั้น แต่บังเอิญเกิดความประทับใจบางประการเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ทำให้ประสงค์อยู่เพื่อแสวงหาประสบการณ์เชิงลึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมจากสถานที่ท่องเที่ยว

ส่วนงานศึกษาของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็มีประเด็นค้นพบที่น่าสนใจ เช่น การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นจุดแข็งที่นำรายได้เข้าภาครัฐได้เป็นจำนวนมาก โดยนักท่องเที่ยวมักนิยมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นในจังหวัดต่าง ๆ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาจนำวรรณกรรมมาเป็นแนวทางการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้เช่นเดียวกัน เช่น งานของ ธารณี นวสนธิ (2557) ศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า กิจกรรมที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความเหมาะสมกับการจัดเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก โดยตัวแบบการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวนำมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาสู่การสร้างสรรคและประสบการณ์ของท้องถิ่นเพื่อสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวด้วยตนเองเพื่อสร้างความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยว

การนำวรรณกรรมมาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ปรากฏในงานของ อมรรรัตน์ เปี่ยมดนตรี (2557) ที่ศึกษาการใช้วรรณกรรมขุนช้างขุนแผนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรี มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ คือ วรรณกรรมขุนช้างขุนแผนนำเสนอสถานที่ต่าง ๆ ที่มีอยู่ในจังหวัดสุพรรณบุรี มีการสร้างคัมภีร์ขุนแผน บ้านขุนช้าง รูปจำลอง ภาพจิตรกรรมในวรรณกรรม ตั้งชื่อถนนตามตัวละคร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนักท่องเที่ยวประสงค์ให้มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรม จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับวรรณกรรมขุนช้างขุนแผนอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะสามารถสร้างเอกลักษณ์และรายได้ให้กับท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี แต่หากประสงค์ให้การท่องเที่ยวมีความยั่งยืนอาจต้องกำหนดนโยบายและแผนงานที่ชัดเจนยิ่งขึ้น เห็นได้จากงานของ สรียา วิริโยสุทธิกุล และคณะ (2558, น. 113-116) ที่ศึกษานโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดหนองคาย สะท้อนให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังขาดนโยบายด้านการพัฒนาของหน่วยงานภาครัฐ และไม่มีหน่วยงานระดับจังหวัดทำหน้าที่สนับสนุนการท่องเที่ยวและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เห็นได้ว่าการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหลายจังหวัดยังประสบปัญหา

โดยสรุป การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เนื่องจากพื้นที่ในการท่องเที่ยวทับซ้อนกัน ดังนั้น การกำหนดความหมายของการท่องเที่ยวจึงไม่มีความแตกต่างกันในวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ในบางกรณีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาจเรียกรวมกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ได้ ทั้งนี้ การศึกษาครั้งนี้ การท่องเที่ยวตามรอยละครเป็นรูปแบบหนึ่งที่สามารถสร้างสรรคการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้นได้ และสามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวอย่างหลากหลาย โดยอาจทำให้นักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์ศึกษาวัฒนธรรมได้ศึกษาเชิงลึกยิ่งขึ้น และอาจสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อกลับมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีกครั้ง

แนวคิดกระแสนิยมเกาหลี

กระแสนิยมเกาหลี (Korean Wave) หรือ Hallyu เป็นคำที่สร้างโดยสื่อสิ่งพิมพ์ของจีน ในทศวรรษที่ 1990 และกลายเป็นคำเรียกขานวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผ่านมาทางละครโทรทัศน์และเพลง โดยเฉพาะละครโทรทัศน์ได้รับความสำเร็จอย่างสูง ส่วนหนึ่งเนื่องจากละครสื่อบทบาทเกี่ยวกับคุณค่าของครอบครัว การเคารพความเป็นครอบครัว อันเป็นภาพลักษณ์ที่ส่งเสริมความเข้มแข็งเชิงคุณค่าของชนชั้นกลางเกาหลี และสอดคล้องกับอารมณ์ร่วมทางวัฒนธรรมของประเทศในภูมิภาคเอเชีย โดยตัวละครมักมีบุคลิกที่ชัดเจน คือ ฝ่ายหญิงมักมีบุคลิกมีเสน่ห์น่าดึงดูดใจ (seductive) เช่น มีความเข้มแข็งและเป็นตัวของตัวเอง หรือไม่ก็ดูนิ่งเฉยไร้เดียงสา ส่วนฝ่ายชายมักจะมีลักษณะอ่อนไหวและน่าพิงใจ (Trolan, 2017, pp. 204-205)

Trolan (2017, pp. 203-204) อธิบายว่า การที่การท่องเที่ยวของเกาหลีได้รับความนิยมเกิดขึ้นจากการที่รัฐบาลเกาหลีเข้ามาสนับสนุนสัญลักษณ์ความเป็นเกาหลี (brand Korea) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระแสนิยมเกาหลี โดยรัฐบาลเกาหลีได้ร่วมสร้างภาพลักษณ์และจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวเกาหลีผ่านวัฒนธรรมทั้งในรูปแบบเพลง ภาพยนตร์ อาหาร และกีฬา

ประวัติความเป็นมาของกระแสนิยมเกาหลี สามารถอธิบายด้วยนโยบายด้านวัฒนธรรมของเกาหลี ที่แบ่งออกได้เป็น 5 ช่วงสำคัญ (Kim & Jin, 2016, pp. 5520-5527) ดังนี้

1. ช่วงก่อนแนวคิดกระแสนิยมเกาหลี จนถึงปี ค.ศ. 1997 (pre-Hallyu Era until 1997) ช่วงนี้รัฐบาลโดยกระทรวงวัฒนธรรมและการสื่อสารสาธารณะเน้นการอนุรักษ์มรดกทางประเพณีและวัฒนธรรม ซึ่งในปี ค.ศ. 1974 รัฐบาลกำหนดแผนการพัฒนาวัฒนธรรมระยะ 5 ปี ต่อมาในช่วงหลังปี ค.ศ. 1988 รัฐบาลให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมในยุคโลกาภิวัตน์ ประธานาธิบดีคิม ยัง ซัม (Kim Young-Sam) เน้นการแข่งขันทางวัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และการเกิดขึ้นของสังคมข้อมูลข่าวสาร ในช่วงนี้ เกาหลีเริ่มเน้นสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมสื่อ (media industry) เพื่อการแข่งขันระดับนานาชาติให้สอดคล้องกับการให้บริการกระจายเสียงผ่านดาวเทียม นโยบายในยุคของประธานาธิบดีคิม จึงมีเป้าหมายที่เน้นวิถีชาวบ้าน (volksgeist) และวัฒนธรรมเกาหลีภายใต้กระแส

โลกาภิวัตน์ อาทิ การนำเสนอสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมเกาหลี ตัวอักษรเกาหลี วัฒนธรรมเกาหลี และกีฬาเทควันโด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมเกาหลี

2. ช่วงเริ่มแนวคิดกระแสนิยมเกาหลี ระหว่างปี ค.ศ. 1998-2003 โดยประธานาธิบดี คิมแด จุง (Kim Dae-jung) เน้นการสร้างกระแสวัฒนธรรมเกาหลีให้เกิดขึ้นในเอเชียตะวันออก ซึ่งในช่วงนี้รัฐบาลได้เพิ่มงบประมาณเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมด้านวัฒนธรรม ประมาณ 0.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งมากเกินกว่าร้อยละ 1 ของงบประมาณแผ่นดินในปี ค.ศ. 2000 และขยายเป็น 1 พันล้านเหรียญสหรัฐในปีต่อมา ในช่วงนี้ถือว่าเป็นการสนับสนุนการสร้างกระแสนิยมเกาหลีในฐานะที่เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติรูปแบบใหม่

3. ช่วงเชื่อมต่อกระแสนิยมเกาหลีด้วยวัฒนธรรมที่หลากหลาย ระหว่างปี ค.ศ. 2003-2008 ซึ่งอยู่ในวาระดำรงตำแหน่งของประธานาธิบดี โน มู ฮีเยน (Roh Moo-hyun) โดยเน้นนโยบายด้านวัฒนธรรมภายใต้แนวคิดการสร้างสรรค์เกาหลี (creative Korea) ตามตัวแบบการพัฒนาวัฒนธรรมของสหราชอาณาจักรและสหรัฐอเมริกา เพื่อสร้างวัฒนธรรมรูปแบบใหม่บนฐานของความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งในปี ค.ศ. 2004 รัฐบาลได้สร้างโครงการเมืองศูนย์กลางวัฒนธรรมเอเชีย (Hub City of Asian Culture) โดยรัฐบาลแสดงบทบาทเป็นผู้ประสานหลัก (coordinator) ด้านการตลาดเพื่อการแข่งขันและสนับสนุนอุตสาหกรรมด้านวัฒนธรรม

ในช่วงนี้มีการกำหนดนโยบายระบบโควตาการฉายภาพยนตร์ (the screen quota system) เพื่อรับรองว่าภาพยนตร์เกาหลีจะได้เผยแพร่อย่างทั่วถึงและทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์เติบโต ทำให้ต่อมาสหรัฐอเมริกาประท้วงกฎเกณฑ์ดังกล่าวตามหลักการเจรจาการค้าเสรี ผลคือ รัฐบาลตัดสินใจลดโควตาการฉายภาพยนตร์เกาหลีจาก 146 วันต่อปี เหลือเพียง 73 วันต่อปี แต่รัฐบาลยังคงให้เงินทุนสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ต่อไป

4. ช่วงหลอมรวมกระแสนิยมเกาหลีกับเกียรติภูมิของชาติ ระหว่างปี ค.ศ. 2008-2013 โดยรัฐบาลประธานาธิบดี ลี เมียง บัก (Lee Myung-bak) เน้นการพัฒนาให้กระแสนิยมเกาหลีสามารถเพิ่มคุณค่าของตราสินค้าความเป็นเกาหลี (branding Korea) แนวคิดนี้ก้าวข้ามการสร้างกระแสระหว่างประเทศไปสู่การสร้างตราสินค้าของชาติด้วยกระแสนิยมเกาหลี โดยการตั้งคณะกรรมการแห่งชาติด้านการสร้างตราสินค้าแห่งชาติในปี ค.ศ. 2009

บทบาทสำคัญของคณะกรรมการดังกล่าว คือ การเพิ่มคุณค่าของชื่อเสียง พัฒนาความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่างองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ของเกาหลี คือ ซัมซุง แอลจี ฮุนได เกีย และภาคธุรกิจบันเทิง อาทิ SM, YG, JYP เป็นต้น เพื่อร่วมกันสร้างอำนาจทางวัฒนธรรม (cultural power) ให้แข็งแกร่ง ต่อมาประธานาธิบดี ลี ได้ส่งออกกระแสนิยมเกาหลีออกไปสู่สากลและขยายขอบเขตไม่เพียงแต่วัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังรวมถึงแฟชั่นและอาหารอีกด้วย เห็นได้ว่าชื่อเสียงของเกาหลีได้ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเกาหลีและเปลี่ยนความคิดที่มีต่อเกาหลีผ่านทางารรับชมละครโทรทัศน์เกาหลีที่แสดงภาพของเกาหลีเป็นประเทศที่พัฒนาและมีความมั่งคั่งแห่งหนึ่งของโลก (Tuk, 2012, p. 26)

5. ช่วงปรับเปลี่ยนกระแสนิยมเกาหลีกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในยุคของประธานาธิบดี ปาร์ค กึน เฮ (Park Geun-hye) ได้ ประกาศนโยบายความร่ำรวยทางวัฒนธรรม (cultural enrichment)

ซึ่งนโยบายมากมายได้ถูกสร้างขึ้น เช่น การเพิ่มงบประมาณด้านวัฒนธรรมไปถึงร้อยละ 2 ของงบประมาณกระทรวงวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว การสร้างกรอบกฎหมายด้านวัฒนธรรม ตั้งคณะกรรมการด้านเพิ่มความร่ำรวยงานวัฒนธรรม ส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมและสร้างต้นแบบความเป็นเกาหลี (Korean style) ที่เชื่อมโยงกับกระแสนิยมเกาหลี แต่แนวนโยบายช่วงนี้เน้นที่ผลตอบแทนทางอุตสาหกรรมมากกว่าสนับสนุนความหลากหลายทางวัฒนธรรมเหมือนในยุคของประธานาธิบดี ลี

ในช่วงนี้เน้นบทบาทของสารสนเทศที่จะขยายกระแสวัฒนธรรมเกาหลี และวางแผนที่จะส่งออกการ์ตูนเกาหลีผ่านเว็บไซต์ (Korean Web-toon) ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นแนวทางที่จะเพิ่มภาพลักษณ์ของเกาหลีและเป็นยุทธศาสตร์ทางการตลาดที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เห็นได้ว่า รัฐบาลเกาหลีเกี่ยวข้องกับการสร้างกระแสนิยมเกาหลีโดยตรง กล่าวคือ ในปี ค.ศ. 1994 คณะกรรมการที่ปรึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (The President Advisory Board on Science and Technology) เสนอแนะรัฐบาลว่าอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมจะสร้างผลประโยชน์ให้กับรัฐอย่างมหาศาล โดยเสนอให้ตั้งหน่วยงานด้านอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ซึ่งในปีต่อมาได้กำหนดกฎหมายเกี่ยวกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และจัดการสัดส่วนของการฉายภาพยนตร์เกาหลีในโรงภาพยนตร์ต่าง ๆ และส่งเสริมอุตสาหกรรมสื่อโดยจัดหาเงินลงทุนที่มาจากเครือบริษัทใหญ่ของเกาหลี เช่น ฮุนได ซัมซุง แอลจี เป็นต้น ต่อมาส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ในประเทศและการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีก่อตัวขึ้นอย่างเข้มแข็งถึงระดับฐานราก (Jang & Paik, 2012, p. 200)

กระทรวงวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยวเกาหลี (The Ministry of Culture, sports, and Tourism) ได้ส่งเสริมการส่งออกทั้งวัฒนธรรมและสินค้าที่เกี่ยวข้อง ทำให้กระแสความนิยมเกาหลีได้ส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมบันเทิง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และภาพลักษณ์ความเป็นเกาหลี โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากกระแสความนิยมเกาหลีได้รับผลดีอย่างเห็นได้ชัด โดยในปี ค.ศ. 2004 เมื่อรัฐบาลเริ่มส่งเสริมกระแสความนิยมเกาหลี ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 50 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้านั้น (Trolan, 2017, p. 206) โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลนับจากปี ค.ศ. 1998 ถึง 2014 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมดมากกว่าร้อยละ 70 มาจากสหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น และฮ่องกง ซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างน่าสนใจนับแต่เกิดกระแสความนิยมเกาหลี (Bae, 2017, p 2)

ผลของการเกิดกระแสความนิยมเกาหลีทำให้เพิ่มการค้าขายสินค้าทางวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยวในสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับละครโทรทัศน์ ปรากฏการณ์สำคัญคือการเกิดขึ้นของกลุ่มผู้ชื่นชอบละครโทรทัศน์ (fan clubs) ที่เป็นหัวใจของการเพิ่มขึ้นด้านการท่องเที่ยว การแต่งกาย การเรียนภาษา การซื้อสินค้าเกาหลี รวมถึงการทำกิจกรรมพลาสติกเพื่อให้เหมือนกับดาราที่ตนชื่นชอบ (Trolan, 2017 p. 206)

นอกจากนี้บทบาทสำคัญของรัฐบาลเกาหลี คือ การสร้างแผนเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมบันเทิง มหาวิทยาลัยกำหนดภารกิจในการสร้างผู้กำกับ การแสดง ผู้ผลิตรายการ และนักแสดงรุ่นใหม่

โรงถ่ายทำภาพยนตร์ดำเนินการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐบาล ซึ่งรัฐบาลมองว่ากระแสความนิยมเกาหลีไม่เพียงแต่เป็นการส่งออกวัฒนธรรมเท่านั้น แต่เป็นการสร้างปรากฏการณ์ทางการตลาดอีกด้วย ด้วยเหตุนี้รัฐบาลจึงช่วยสนับสนุนเทคโนโลยีและสื่อทางสังคม ให้แพร่หลายไปยังต่างประเทศด้วยการเพิ่มงบประมาณและจัดหาผู้เชี่ยวชาญในการประชาสัมพันธ์ (Trolan, 2017 pp. 206-207)

ขั้นตอนที่น่าสนใจ คือ รัฐบาลสร้าง Hallyu agencies ที่อยู่ภายใต้กระทรวงวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยวเกาหลี เน้นภารกิจสร้างกระแสความนิยมเกาหลีด้วยการจัดนิทรรศการ ด้านอาหาร ด้านกีฬา หรืองานเทศกาลสำคัญ โดยจัดกิจกรรมในต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เช่น คณะกรรมการการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมเกาหลี (The Korean Tourism Board and Korean Culture) ดำเนินการส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์ คณะกรรมการกระจายเสียงเกาหลี (The Korean Broadcasting Commission) ส่งเสริมด้านการภาพยนตร์และโทรทัศน์ในเทศกาล ภาพยนตร์นานาชาติ กระทรวงวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยวเกาหลีร่วมกับองค์การท่องเที่ยวแห่งชาติเกาหลีจัดพิมพ์บทความข่าวเกี่ยวกับกระแสความนิยมเกาหลีผ่านทางสื่อดิจิทัลและรายงาน ถึงความนิยมละครเกาหลีและเพลงเกาหลี จากนั้นจึงได้พัฒนาไปเป็นแผนการท่องเที่ยวและธุรกิจ นำเที่ยวในสถานที่เกี่ยวข้องกับละครที่ได้รับความนิยม (Trolan, 2017, pp. 206-207)

แนวคิดในการสร้างและพัฒนากระแสความนิยมเกาหลีอย่างชาญฉลาดนั้น รัฐบาลเกาหลีจัดทำ อย่างเป็นระบบ ซึ่งอธิบายด้วยลำดับขั้นในการพัฒนากระแสความนิยมเกาหลี (Kim, 2011, p. 167) คือ

ขั้นที่ 1 สร้างความนิยมในวัฒนธรรมเกาหลี โดยการทำให้ชาวต่างชาติหลงใหลในวัฒนธรรม เกาหลี รายการโทรทัศน์เกาหลี และศิลปินเกาหลี

ขั้นที่ 2 ส่งเสริมการซื้อขายสินค้าด้านวัฒนธรรมเกาหลี โดยส่งเสริมให้ชาวต่างชาติซื้อสินค้า ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมเกาหลี

ขั้นที่ 3 ส่งเสริมการซื้อขายสินค้าเกาหลีอื่น ๆ โดยสร้างให้สินค้าเชื่อมโยงกับความนิยม วัฒนธรรมเกาหลี

ขั้นที่ 4 ส่งเสริมความชื่นชอบในเกาหลี โดยส่งเสริมให้ชาวต่างชาติซึมซับความรู้สึที่ดีและ ความนิยมในวิถีชีวิตแบบเกาหลีและวัฒนธรรมเกาหลี

เห็นได้ว่า การสร้างและพัฒนากระแสความนิยมเกาหลีมีผู้นำคือรัฐบาล กล่าวคือ รัฐบาลกำหนด นโยบายอย่างชัดเจน มีแผนการพัฒนาเป็นระบบและลำดับขั้น มีการจัดสรรงบประมาณโดย ความร่วมมือกับภาคเอกชน การสนับสนุน ส่งเสริม และส่งออกวัฒนธรรมเกาหลีโดยการแปรสภาพ วัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้า นำมาซึ่งรายได้และความยั่งยืนของเกาหลีอย่างเห็นได้ชัดเจน

การศึกษาครั้งนี้ มีงานศึกษาเกี่ยวกับกระแสความนิยมเกาหลีเพื่อยืนยันว่า กระแสความนิยม เกาหลีโดยเฉพาะละครโทรทัศน์ ส่งผลต่อการบริโภคสินค้า การรับวัฒนธรรม และการท่องเที่ยว อย่างชัดเจน เช่น งานของ ชนาร์ตัน ยัมแฉ่ง (2557) ศึกษาและพบว่า ประเทศเกาหลีได้ใช้สื่อโทรทัศน์ ในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมผ่านละคร และการผลิตซ้ำอย่างหลากหลายเพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ วัฒนธรรมเกาหลีให้เป็นที่ยอมรับ งานของปิยะการณ์ ไกรนรา (2552) พบว่า กระบวนการส่งออก

วัฒนธรรมผ่านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศเกาหลีดำเนินการโดยรัฐบาลเกาหลีด้วยระบบเศรษฐกิจทุนนิยมแบบมีการชี้นำ เพื่อแทรกแซงการส่งเสริมอุตสาหกรรมส่งออก อุตสาหกรรมภาพยนตร์และการส่งออกวัฒนธรรม โดยใช้นโยบายวัฒนธรรมสมัยใหม่อย่างมีระบบ จัดตั้งโดยกรมการวัฒนธรรมร่วมสมัย สังกัดกระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว โดยนโยบายเริ่มแรก คือ การปลูกฝังวัฒนธรรมร่วมสมัยให้กับเยาวชนรุ่นใหม่ให้เป็นที่ยอมรับและจัดตั้ง KOCCA-Korea Cultural Content Agency เพื่อส่งเสริมสนับสนุนสินค้าวัฒนธรรม รวมทั้งภาครัฐยังสนับสนุนงบประมาณการสร้างโรงถ่ายทำภาพยนตร์ การให้กู้ยืมเงินเพื่อสร้างภาพยนตร์และละคร และดำเนินนโยบายต่างประเทศในการส่งออกอุตสาหกรรมภาพยนตร์ให้ได้รับความนิยมในต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

อลิสา วิทวัสกุล (2549) พบว่า ละครโทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ประเทศเกาหลีอย่างชัดเจน โดยสามารถส่งเสริมหรือสร้างภาพลักษณ์ด้วยการนำเสนอสินค้าเชิงภาพลักษณ์ (Cultural Products) ได้แก่ ศิลปวัฒนธรรม คุณธรรม วิถีชีวิต และสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งการดำเนินการให้ประสบความสำเร็จ ทำโดยการสร้างกลยุทธ์การส่งเสริมละครโทรทัศน์ด้วยกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่มีการวางแผน การคัดเลือกสาระทางศิลปวัฒนธรรม ผลดีที่เกิดขึ้น คือ ทำให้ผู้รับชมมีความสนใจประเทศเกาหลีมากขึ้นและเกิดการท่องเที่ยวแบบใหม่ คือ การตามรอยละคร เช่นเดียวกับ บุศยรินทร์ สัจจะวรรณ (2555) ที่พบว่า ภาพลักษณ์วัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผลต่อละครโทรทัศน์ดังกล่าว มี 3 ด้าน คือ อาหาร การแพทย์ และค่านิยมความเชื่อ ซึ่งแสดงถึงวัฒนธรรมการเอาใจใส่การประกอบอาหาร การแพทย์สมัยโบราณที่ใช้การฝังเข็มและสมุนไพร และหลักคุณธรรมในการดำเนินชีวิตของคนเกาหลี ส่งผลให้ผู้ชมเกิดความนิยมชมชอบต่อประเทศเกาหลีและกลายเป็นกระแสนิยมด้านอาหารและการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม ธนาพร รูปพุทรา (2555) ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการก่อรูปวัฒนธรรมร่วมสมัยของเกาหลีและกระแสความนิยมในประเทศไทย โดยมีข้อสังเกตจากการศึกษาว่า กระแสความนิยมวัฒนธรรมร่วมสมัยของเกาหลีซึ่งได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลเกาหลี อาจจางหายไปเช่นเดียวกับวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่เคยมีบทบาทในประเทศไทย เช่น วัฒนธรรมตะวันตก หรือญี่ปุ่น เนื่องจากกระแสทางวัฒนธรรมต่างชาติย่อมจะเกิดขึ้นเพียงช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้นและจะมีกระแสทางวัฒนธรรมอื่นเข้ามาแทนที่ในที่สุด

โดยสรุป กระแสความนิยมเกาหลี เกิดจากการสนับสนุนของรัฐบาลเกาหลีเพื่อส่งเสริมให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าส่งออกไปยังต่างประเทศ ส่งผลกระทบสำคัญ คือ เพิ่มรายได้ทางเศรษฐกิจทั้งการบริโภคสินค้าเกาหลี อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบตามรอยละคร ความนิยมในอาหาร ความนิยมในวัฒนธรรมและการแต่งกายแบบศิลปินเกาหลี และการสร้างภาพลักษณ์ในแง่บวกแก่เกาหลี ทั้งนี้ประเทศไทยมีจุดแข็งหลายประการไม่ด้อยกว่าเกาหลีและอาจศึกษาด้านแบบการพัฒนากระแสความนิยมในวัฒนธรรมได้เช่นเดียวกัน โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวแบบตามรอยละคร ซึ่งในการศึกษาคั้งนี้ จะนำแนวคิดกระแสความนิยมเกาหลีมาวิเคราะห์เพื่อแสวงหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละครต่อไป

บทที่ 3 ผลการศึกษา

การนำเสนอผลการศึกษาในครั้งนี้ จะอธิบายตามลำดับของวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยลำดับการนำเสนอเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ผลสำรวจความเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของละครที่มีต่อการท่องเที่ยว
 2. ผลการวิเคราะห์แผนด้านการท่องเที่ยวระดับชาติ ในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร
 3. การปรับใช้แนวคิดกระแสนิยมเกาหลีมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร
- รายละเอียดผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

1. ผลการสำรวจความเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของละครที่มีต่อการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ 1 เพื่อสำรวจความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับอิทธิพลของละครที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏผลการสำรวจ ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 69 เพศชาย จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 51 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20 อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10 อายุระหว่าง 10-20 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7 อายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6 อายุระหว่าง 61-70 จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4 และอายุระหว่าง 71-80 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

ทั้งนี้ ดังแสดงในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน) (n=100)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	31	31.0
หญิง	69	69.0
อายุ		
ระหว่าง 10-20 ปี	7	7.0
ระหว่าง 21-30 ปี	51	51.0
ระหว่าง 31-40 ปี	20	20.0
ระหว่าง 41-50 ปี	10	10.0
ระหว่าง 51-60 ปี	6	6.0
ระหว่าง 61-70 ปี	4	4.0
ระหว่าง 71-80 ปี	2	2.0

จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่าเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรกมากที่สุด จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมา คือ ครั้งที่ 2 จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28 มาครั้งที่ 3 จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18 และมากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

จำนวนครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาครั้งแรก	41	41.0
ครั้งที่ 2	28	28.0
ครั้งที่ 3	18	18.0
มากกว่า 3 ครั้ง	13	13.0
รวม	100	100.0

เหตุผลที่เดินทางมาท่องเที่ยว ผู้ศึกษากำหนดแบบสอบถามแบบหลายคำตอบเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบเหตุผลสอดคล้องกับความคิดของตนเองอย่างหลากหลาย โดยผลการศึกษาปรากฏว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์มากที่สุด จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมา คือ ตามรอยละครบุพเพสันนิวาส จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 67

ศึกษาประวัติศาสตร์ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 62 ชมโบราณสถาน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49 และแต่งกายย้อนยุค จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 เหตุผลที่เดินทางมาท่องเที่ยว

เหตุผล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์	70	70.0
ตามรอยละครบุพเพสันนิวาส	67	67.0
ศึกษาประวัติศาสตร์	62	62.0
ชมโบราณสถาน	49	49.0
แต่งกายย้อนยุค	30	30.0

เหตุผลที่ละครบุพเพสันนิวาสมีผลต่อการมาท่องเที่ยว ผู้ศึกษากำหนดแบบสอบถามแบบหลายคำตอบเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบเหตุผลสอดคล้องกับความคิดของตนเองอย่างหลากหลาย โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าประวัติศาสตร์ที่แทรกในละครมีผลต่อการท่องเที่ยวมากที่สุด จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมา คือ เนื้อเรื่องสนุก จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19 ความสวยงามของสถานที่ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15 แต่งกายย้อนยุคตามละคร จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และชื่นชอบตัวละคร จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 เหตุผลที่ละครบุพเพสันนิวาสมีผลต่อการมาท่องเที่ยว

เหตุผล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประวัติศาสตร์ที่แทรกในละคร	56	56.0
เนื้อเรื่องสนุก	19	19.0
ความสวยงามของสถานที่	15	15.0
แต่งกายย้อนยุคตามละคร	9	9.0
ชื่นชอบตัวละคร	1	1.0
รวม	100	100.0

อิทธิพลของละครหรือภาพยนตร์เรื่องอื่นมีผลต่อการมาท่องเที่ยว ผลการศึกษาปรากฏว่า อิทธิพลของละครหรือภาพยนตร์เรื่องอื่นอยู่ในระดับปานกลางมากที่สุด จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 65 รองลงมา คือ ระดับน้อย จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ระดับมาก จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และไม่มีอิทธิพลเลย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 5 อิทธิพลของละครหรือภาพยนตร์เรื่องอื่นที่มีต่อการมาท่องเที่ยว

ระดับของความเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาก	9	9.0
ปานกลาง	65	65.0
น้อย	25	25.0
ไม่มีผล	1	1.0
รวม	100	100.0

เหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า เมื่อจำแนกตามเพศ เห็นได้ชัดเจนว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงตอบเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้เนื่องจากตามรอยละคร เรื่อง บุพเพสันนิวาส มากที่สุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 78.3 ซึ่งในเหตุผลเดียวกันเพศชายกลับมีเพียงจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9 เท่านั้น ดังแสดงในตารางที่ 6 ดังนี้

ตารางที่ 6 เหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เหตุผล	เพศ	ชาย		หญิง	
		ใช่ (คน/ร้อยละ)	ไม่ใช่ (คน/ร้อยละ)	ใช่ (คน/ร้อยละ)	ไม่ใช่ (คน/ร้อยละ)
สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์		20 (64.5)	11 (35.5)	50 (72.5)	19 (27.5)
ตามรอยละคร		13 (41.9)	18 (58.1)	54 (78.3)	15 (21.7)
ศึกษาประวัติศาสตร์		17 (54.8)	14 (45.2)	45 (65.2)	24 (34.8)
ชมโบราณสถาน		16 (51.6)	15 (48.4)	33 (47.8)	36 (52.2)
แต่งกายย้อนยุค		6 (19.4)	25 (80.6)	24 (34.8)	45 (65.2)

เหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า เมื่อจำแนกตามอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุระหว่าง 10-20 ปี ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้เนื่องจากเหตุผลตามรอยละคร จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 85.7 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้เนื่องจากเหตุผลสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 78.4 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุระหว่าง 31-40

ปี ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้นี้เนื่องจากเหตุผลสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุระหว่าง 41-50 ปี ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้นี้เนื่องจากเหตุผลศึกษาประวัติศาสตร์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 และชมโบราณสถาน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 เท่ากัน ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุระหว่าง 51-60 ปี ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้นี้เนื่องจากเหตุผลตามรอยละคร จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุระหว่าง 71-80 ปี ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้นี้เนื่องจากเหตุผลตามรอยละคร จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

ทั้งนี้ เหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยว เมื่อจำแนกตามอายุ เห็นได้ชัดเจนว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 71-80 ปี ตอบเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้นี้เนื่องจากตามรอยละคร เรื่อง บุพเพสันนิวาส มากที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ดังแสดงในตารางที่ 7 ดังนี้

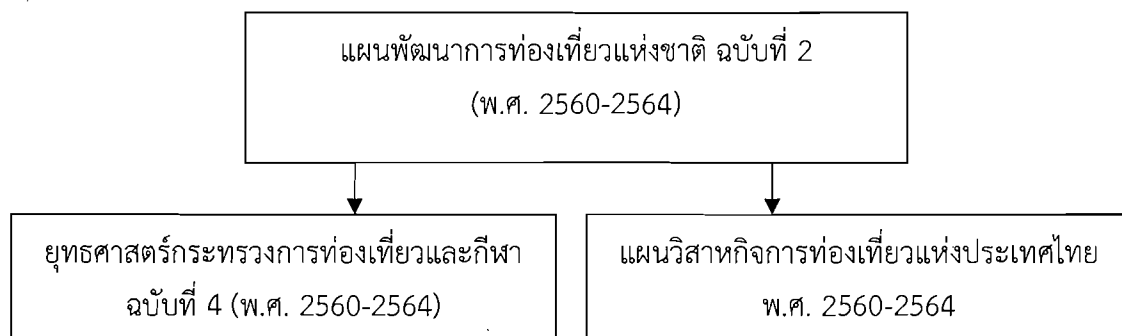
ตารางที่ 7 เหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ \ เหตุผล	สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์	ตามรอยละคร	ศึกษาประวัติศาสตร์	ชมโบราณสถาน	แต่งกายย้อนยุค
10-20 ปี (คน/ร้อยละ)	4 (57.1)	6 (85.7)	3 (42.9)	5 (71.4)	3 (42.9)
21-30 ปี (คน/ร้อยละ)	40 (78.4)	36 (70.6)	32 (62.7)	25 (49.0)	18 (35.3)
31-40 ปี (คน/ร้อยละ)	15 (75.0)	13 (65.0)	14 (70.0)	10 (50.0)	6 (30.0)
41-50 ปี (คน/ร้อยละ)	5 (50.0)	5 (50.0)	6 (60.0)	6 (60.0)	1 (10.0)
51-60 ปี (คน/ร้อยละ)	3 (50.0)	5 (83.3)	4 (66.7)	3 (50.0)	2 (33.3)
61-70 ปี (คน/ร้อยละ)	3 (75.0)	0 (0)	3 (75.0)	0 (0)	0 (0)
71-80 ปี (คน/ร้อยละ)	0 (0)	2 (100)	0 (0)	0 (0)	0 (0)

โดยสรุป จากผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าละคร เรื่อง บุพเพสันนิวาส มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นอกจากนี้ผลการศึกษายังแสดงให้เห็นอย่างน่าสนใจว่า เหตุผลที่ละครมีผลต่อการไปท่องเที่ยว คือ การที่ละครแทรกประวัติศาสตร์ลงไปทำให้น่าติดตามชม และเมื่อสอบถามถึงละครหรือภาพยนตร์เรื่องอื่นที่มีเนื้อหาแทรกประวัติศาสตร์เช่นเดียวกัน ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าละครหรือภาพยนตร์เรื่องอื่นมีผลต่อการไปท่องเที่ยวในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าละคร เรื่อง บุพเพสันนิวาสมีผลต่อการไปท่องเที่ยวมากกว่าละครหรือภาพยนตร์เรื่องอื่น

2. ผลการวิเคราะห์แผนด้านการท่องเที่ยวระดับชาติ ในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร

วัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ 2 เพื่อศึกษาแผนด้านการท่องเที่ยว ทั้งในด้านสาระและความสอดคล้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร โดยผู้ศึกษานำแผนด้านการท่องเที่ยวระดับชาติ จำนวน 3 ฉบับ ประกอบด้วย แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564) และแผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2560-2564 ซึ่งเป็นแผนที่มีความสอดคล้องกัน ดังแสดงในภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 ลำดับความเชื่อมโยงของแผนด้านการท่องเที่ยว

สาระสำคัญของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร จากการวิเคราะห์พบว่า แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฯ กำหนดกรอบกว้าง ๆ เพื่อกำหนดเป็นแผนระดับหน่วยงาน และระดับจังหวัดต่อไป โดยมียุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการ อย่างยั่งยืน ที่เน้นให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในเชิงอัตลักษณ์ท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณี และสิ่งแวดล้อม รวมถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ได้แก่ การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมนวัตกรรมด้านการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว การสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีแนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง คือ การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันสอดคล้องกับมาตรฐานสากล และความต้องการของตลาด โดยความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรพัฒนาบุคลากรให้ตรงกับความต้องการของตลาด และส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วม

ในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว โดยมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของมรดกและวัฒนธรรมท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้การท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว โดยมีแนวทางการพัฒนา คือ การเสริมสร้างภาพลักษณ์คุณภาพและความเชื่อมั่นด้านคุณภาพ ส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ในพื้นที่ตลาดที่มีศักยภาพ และส่งเสริมการตลาดแบบเฉพาะกลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความสนใจพิเศษ ส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศ ไทยและแต่ละท้องถิ่น ส่งเสริมการรับรู้สินค้า บริการ และแหล่งท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว นอกฤดูกาล อาทิ กิจกรรม เทศกาล งานประเพณีเฉพาะถิ่นในแต่ละเดือน และการส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและการใช้เทคโนโลยีในการส่งเสริมการตลาด

ทั้งนี้ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฯ ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ความสอดคล้องกับแผนลำดับรองที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ความสอดคล้องของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) กับยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564)

สาระสำคัญของยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร จากการวิเคราะห์พบว่า ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาฯ สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฯ ดังนี้

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฯ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาฯ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาแหล่ง สินค้า บริการ การอำนวยความสะดวกและการสร้างความสมดุลให้การท่องเที่ยวผ่านการตลาด โดยเน้นยกระดับมาตรฐานของแหล่งสินค้าและบริการให้มีศักยภาพ ส่งเสริมความปลอดภัยและความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพโดยใช้ภาพลักษณ์ และเอกลักษณ์ความเป็นไทยประสานกับการตลาด

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฯ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาฯ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและภาคีเครือข่าย ทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเน้นการเพิ่มศักยภาพ พัฒนาทักษะ และเสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการ บุคลากรด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ตามมาตรฐานบุคลากรด้านการท่องเที่ยวระดับภูมิภาคและระดับสากล สร้างระบบการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ พัฒนาศักยภาพภาคีเครือข่ายและความเข้มแข็งของชุมชนและท้องถิ่น

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฯ ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้การท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาฯ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนา แหล่ง สินค้า บริการ การอำนวยความสะดวกและการสร้างความสมดุลให้การท่องเที่ยวผ่านการตลาด โดยเน้นยกระดับมาตรฐานของแหล่ง สินค้า และบริการให้มีศักยภาพ ส่งเสริมความ

ปลอดภัยและความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพโดยใช้ภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ความเป็นไทยประสานกับการตลาด

ความสอดคล้องระหว่างแผน ดังแสดงในตารางที่ 8 ดังนี้

ตารางที่ 8 ความสอดคล้องระหว่างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฯ กับยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฯ	ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน	ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาแหล่ง สินค้า บริการ การอำนวยความสะดวกและการสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวผ่านการตลาด
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว	ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว	ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาแหล่ง สินค้า บริการ การอำนวยความสะดวกและการสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวผ่านการตลาด

2. ความสอดคล้องของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) กับแผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2560-2564

สาระสำคัญของแผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2560-2564 ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร จากการวิเคราะห์พบว่า แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยฯ สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฯ ดังนี้

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฯ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน สอดคล้องกับแผนวิสาหกิจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยฯ ยุทธศาสตร์การส่งเสริมพื้นที่ท่องเที่ยวและสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน โดยกำหนดแผนงานสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าวิถีไทยและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฯ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว สอดคล้องกับแผนวิสาหกิจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยฯ ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาพลักษณ์ของประเทศ แผนงานส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม เสริมความเข้มแข็ง แตกต่างให้ Brand การท่องเที่ยวของประเทศไทย เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฯ ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับ การท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของ นักท่องเที่ยวสอดคล้องกับแผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยฯ ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและ เสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการและเครือข่าย การกระจายโอกาสในการท่องเที่ยวและส่งเสริม การเรียนรู้ โดยมีแผนงานส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยที่มีรายได้ระดับกลาง ลงมา และส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ และยุทธศาสตร์การวิจัยและพัฒนาข้อมูลการตลาด ท่องเที่ยว โดยกำหนดแผนงานพัฒนาความร่วมมือกับทุกภาคส่วนเพื่อร่วมพัฒนาประชาสัมพันธ ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด พัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพในการใช้ระบบฐานข้อมูล การท่องเที่ยวเชิงการตลาด

ความสอดคล้องระหว่างแผน ดังแสดงในตารางที่ 9 ดังนี้

ตารางที่ 9 ความสอดคล้องระหว่างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฯ แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทยฯ

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฯ	แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยฯ
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่ง ท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้ เกิดความสมดุลและยั่งยืน	ยุทธศาสตร์การส่งเสริมพื้นที่ท่องเที่ยวและสร้าง มูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน โดยกำหนดแผนงานสร้าง มูลค่าเพิ่มสินค้าวิถีไทยและส่งเสริมการท่องเที่ยว ชุมชน
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการ ท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของ ประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว	ยุทธศาสตร์การวิจัยและพัฒนาข้อมูลการตลาด ท่องเที่ยว โดยกำหนดแผนงานพัฒนาความร่วมมือ กับทุกภาคส่วนเพื่อร่วมพัฒนาประชาสัมพันธ ฐานข้อมูล การท่องเที่ยวเชิงการตลาด พัฒนาบุคลากรให้มี ศักยภาพในการใช้ระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยว เชิงการตลาด
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับ การท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของ นักท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาพลักษณ์ของประเทศ แผนงานส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยในฐานะ แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม เสริมความเข้มแข็ง แตกต่างให้ Brand การท่องเที่ยวของประเทศไทย เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ของ ประเทศสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม - ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและเสริมสร้างศักยภาพ ของผู้ประกอบการและเครือข่าย การกระจายโอกาส ในการท่องเที่ยวและส่งเสริมการเรียนรู้ โดยมี แผนงานส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่ม นักท่องเที่ยวไทยที่มีรายได้ระดับกลางลงมา และ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้

ผลจากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ 2 คือ เพื่อศึกษาแผนด้านการท่องเที่ยว ทั้งในด้านสาระและความสอดคล้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบ ตามรอยละคร พบว่าแผนแม่บท คือ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ มีสาระสำคัญในยุทธศาสตร์ ของแผนที่ส่งเสริม สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยกำหนดเป็นกรอบกว้าง ๆ ไว้ ซึ่งยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและกีฬาฯ และแผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยฯ ได้กำหนดรายละเอียดการดำเนินงานไปสู่การกำหนดแผนงานและโครงการที่เกี่ยวข้อง อันมีสาระสำคัญ ที่สอดคล้องกัน

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม แบบตามรอยละคร จะเห็นได้ว่าไม่ปรากฏอย่างชัดเจนอยู่ในแผนด้านการท่องเที่ยวทั้ง 3 ฉบับแต่ประการใด ทั้งนี้ แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยฯ ได้กำหนดยุทธศาสตร์ การส่งเสริมและเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการและเครือข่าย ที่มีแผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อเรียนรู้ ซึ่งอาจเป็นแผนงานที่เปิดกว้างสำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบตามรอยละครได้ นอกจากนี้ยังกำหนดนิยามเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจเฉพาะ (Niche) / ตลาด Niche Market แต่ให้รายละเอียดว่าหมายถึง นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ซึ่งอาจแบ่งตามความสนใจของ นักท่องเที่ยวที่เรียกว่า กลุ่ม Special Interest เช่น กลุ่มดำน้ำ กลุ่มกอล์ฟ หรืออาจจำแนกตามเชื้อชาติ ศาสนา และอื่น ๆ เช่น กลุ่มมุสลิม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560, น. 356) ซึ่งอาจขยายความ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบตามรอยละครในอนาคตได้

3. การปรับใช้แนวคิดกระแสนิยมเกาหลีมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรมแบบตามรอยละคร

แนวคิดกระแสนิยมเกาหลี มีจุดสำคัญอยู่ที่การพัฒนาวัฒนธรรมท้องถิ่นและของชาติ ให้กลายเป็นสินค้าส่งออก เพื่อให้ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของเกาหลีได้รับการยอมรับและเป็น ที่ชื่นชอบจากทั่วโลก โดยในด้านการท่องเที่ยวเป็นผลโดยตรงจากการกระตุ้นกระแสนิยมเกาหลี เห็นได้ ว่า การสร้างภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงจนกระทั่งเกิดการยอมรับวัฒนธรรมเกาหลีผ่านละคร เพลง อาหาร และอื่น ๆ ล้วนทำให้เกาหลีได้รับผลประโยชน์จากการบริโภคสินค้าและการท่องเที่ยว ในประเทศเกาหลีทั้งสิ้น ทั้งนี้ ในระยะแรกเริ่ม แนวคิดกระแสนิยมเกาหลีมุ่งสร้างให้คนเกาหลีนิยม ในวัฒนธรรมของตนเองตามหลักชาตินิยมก่อนที่จะเริ่มส่งออกวัฒนธรรมไปสู่สากล

แม้ว่าแนวคิดกระแสนิยมเกาหลีได้สร้างขึ้นมากกว่า 10 ปีแล้ว และนักวิชาการไทย ได้ทำการศึกษาและอธิบายถึงปรากฏการณ์และข้อเสนอแนะเบื้องต้นเพื่อการพัฒนากระแสนิยม ทางวัฒนธรรมตามแนวทางของประเทศไทยมากพอสมควร แต่ที่ผ่านมายังไม่ปรากฏนโยบายหรือ โครงการจากภาครัฐที่ชัดเจนเป็นรูปธรรมเพื่อการสร้างและขับเคลื่อนการสร้างกระแสวัฒนธรรม เพื่อการค้า จนกระทั่งหอการค้าไทยได้ริเริ่มโครงการไทยเท่ ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2560 และได้รับความ ร่วมมือจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมดำเนินโครงการดังกล่าว ซึ่งในปี พ.ศ. 2561 ได้มีโครงการ ต่อเนื่อง คือ เที่ยวไทยเท่ 2 ภายใต้โครงการ “ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก้อย่างยั่งยืน” เพื่อปลุกกระแส การท่องเที่ยวไทยให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ เพื่อชมเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

อย่างลึกซึ้ง ซึ่งเป้าหมายของโครงการนี้ คือ การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในประเทศ ตลอดปี พ.ศ. 2561 ให้ได้กว่า 1 ล้านล้านบาท (หอการค้าไทย, 2561)

แนวคิดไทยเท่ คือ แนวคิดการนำวัฒนธรรมท้องถิ่นของไทย ผสมกับนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับเศรษฐกิจในพื้นที่แต่ละจังหวัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการสร้างค่านิยมให้กับผู้บริโภครู้สึกว่าเป็น “เท่” เมื่อซื้อสินค้าและบริการที่มีวัฒนธรรมไทย ควบคู่กับการพัฒนาฝ่ายผู้สร้างสินค้าจะมุ่งสร้างสินค้าและบริการที่ “เท่” และตอบสนองผู้บริโภคด้วยอัตลักษณ์ท้องถิ่นไทย (หอการค้าไทย, 2560)

แนวคิดไทยเท่ นำเสนอการสร้างค่านิยมความต้องการที่จะเท่แบบไทยของฝ่ายผู้บริโภค ใน 10 ประการ คือ กินเท่ ชิลล์เท่ แต่งเท่ ซ้อปเท่ ทำเท่ เทศกาลเท่ ไปเท่มาเท่ แลกความเท่ ใจเท่ และมุขเท่ โดยกำหนดให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้รับหน้าที่หลัก ส่วนในด้านผู้ผลิตและบริการ ส่งเสริมให้ท้องถิ่นนำเสนอบริการเท่ ๆ ที่ตอบสนองค่านิยมไทยเท่ คือ ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม เสื้อผ้าเครื่องประดับ สินค้ากลุ่ม life style สินค้าท้องถิ่น ของที่ระลึก กิจกรรมในท้องถิ่น เช่น การปลูกข้าว การย้อมคราม การทำอาหาร เป็นต้น การท่องเที่ยวในชุมชน ที่พัก แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เส้นทางท่องเที่ยว ผู้รับหน้าที่หลักคือหอการค้าไทยและพันธมิตร (หอการค้าไทย, 2560)

แนวคิดไทยเท่ กำหนดแผนการดำเนินการเป็น 3 ระยะ คือ

ระยะที่ 1 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำหน้าที่สร้างค่านิยม “คนไทยเที่ยวเท่แบบมีวัฒนธรรม” หอการค้าไทยและพันธมิตร ทำหน้าที่พัฒนาสินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์เท่ ๆ มีอัตลักษณ์ผสมผสานวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อมุ่งเป้าหมายให้คนไทยนิยมใช้สินค้าและบริการที่ผสมผสานวัฒนธรรมไทย เท่ ๆ

ระยะที่ 2 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำหน้าที่สร้างค่านิยม “ต่างชาติ ก็ไทยเท่” หอการค้าไทยและพันธมิตร ทำหน้าที่พัฒนาสินค้าและบริการระดับอินเตอร์ “ไทยเท่ อินเตอร์” เพื่อมุ่งเป้าหมายให้ชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวซื้อสินค้าและบริการที่ผสมผสานวัฒนธรรมไทย

ระยะเป้าหมาย (end game) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำหน้าที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยว 30 ล้านคนเป็นสื่อกลางวัฒนธรรมไทย หอการค้าไทยและพันธมิตร ทำหน้าที่ผลิตสินค้าและบริการไปขายทั่วโลก โดยมุ่งเป้าหมายการส่งออกวัฒนธรรมไทยไปทั่วโลก ผ่านสินค้าและบริการต่าง ๆ

โดยสรุป ผู้ศึกษามีความเห็นเพิ่มเติมว่าแนวคิดไทยเท่เป็นแนวคิดที่อาจกล่าวได้ว่า เป็นการปรับใช้แนวคิดกระแสนิยมเกาหลีมาใช้ในประเทศไทยที่ชัดเจน อย่างไรก็ตาม ผู้ศึกษาเห็นว่าโครงการไทยเท่ เป็นการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมเพื่อการส่งออกเป็นหลัก ไม่ใช่การส่งออกวัฒนธรรมโดยตรงเห็นได้จากการกำหนดโครงการระยะที่ 2 ที่มุ่งให้ชาวต่างชาติซื้อสินค้าและบริการที่ผสมผสานวัฒนธรรมไทย และระยะที่ 3 ที่มุ่งส่งออกวัฒนธรรมไปทั่วโลกผ่านสินค้าและบริการต่าง ๆ เป็นการสร้างความชื่นชอบในตัวสินค้ามากกว่าการชื่นชอบวัฒนธรรมดังเช่นกรณีกระแสนิยมเกาหลี

ดังนั้น การนำแนวคิดกระแสนิยมเกาหลีมาปรับใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละครจึงยังไม่ปรากฏชัดเจน แม้ว่าโครงการไทยเท่ ระยะที่ 1 จะส่งเสริมให้คนไทยเที่ยวเท่แบบมีวัฒนธรรม และเน้นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น แต่กรณีการท่องเที่ยวตามรอยละครยังไม่ได้กำหนดในแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและหน่วยงานของภาครัฐแต่อย่างใด

ข้อสังเกตที่พบจากการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งส่งผลต่อการปรับใช้แนวคิดกระแสนิยมเกาหลี มาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร คือ แนวคิดไทยเท่ ซึ่งนำแนวคิดกระแสนิยมเกาหลีมาปรับใช้ในประเทศไทยอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม แต่หน่วยงานที่ริเริ่ม คือ หอการค้าไทย ซึ่งไม่ใช่หน่วยงานภาครัฐ แต่อาศัยการดำเนินการโดยความร่วมมือจากองค์กรพันธมิตร ประกอบด้วย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงพาณิชย์ กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย สมาคมของชาวจีน ของชาวยุโรป และของตงตงบ้าน (TGP) สมาคมการบรรจุภัณฑ์ไทย (TPA) และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย แต่ขาดหน่วยงานสำคัญที่มีองค์ความรู้ด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมทั้งในระดับชาติและท้องถิ่น คือ กระทรวงวัฒนธรรม เพื่อเข้ามาร่วมขับเคลื่อนโครงการนี้ด้วย ซึ่งหากกระทรวงวัฒนธรรมเข้าร่วมเป็นแกนหลัก ในการขับเคลื่อนกระแสวัฒนธรรมอย่างเป็นทางการ โดยองค์ความรู้ที่ถูกต้อง ย่อมส่งผลดีต่อการสร้างกระแสความนิยมไทยให้เกิดขึ้นได้จริงเช่นเดียวกับ กระแสความนิยมเกาหลี นอกจากนี้กระแสการท่องเที่ยวตามรอยละครได้เกิดขึ้นอย่างชัดเจนในกรณี ละคร เรื่อง บุพเพสันนิวาส ซึ่งกระทรวงวัฒนธรรมให้ความสนใจต่อยอดกระแสละครให้เกิดประโยชน์ อย่างยั่งยืน หากนำแนวคิดไทยเท่ไปผนวกรวมด้วยอาจเกิดพันธมิตรที่ร่วมดำเนินการภายใต้เป้าประสงค์เดียวกันได้

อย่างไรก็ตาม กรณีโครงการไทยเท่ ผู้ศึกษาเห็นว่า การขับเคลื่อนนโยบายการสร้างค่านิยม ด้านวัฒนธรรมไทยโดยเริ่มจากคนไทยไปสู่สากล เพื่อเป้าหมายการส่งออกสินค้าวัฒนธรรมให้เป็นที่ยอมรับระดับโลกเป็นสิ่งที่ดี แต่หากเพียงเกิดความนิยมเพียงสินค้าย่อมไม่ส่งผลประโยชน์กับประเทศไทยอย่างยั่งยืน แนวทางการส่งออกวัฒนธรรมเป็นสินค้าตามแนวคิดกระแสนิยมเกาหลีจึงน่าจะเกิดประโยชน์มากกว่า โดยการสร้างให้วัฒนธรรมไทยเป็นที่ยอมรับและประเทศไทยกลายเป็นเป้าหมายปลายทางของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกที่จะเข้ามาท่องเที่ยว บริโภคสินค้าและบริการ และยอมรับ วัฒนธรรมไทยเป็นแบบอย่าง เช่นเดียวกับที่กระแสนิยมเกาหลีส่งผลให้คนไทยจำนวนหนึ่งรวมทั้ง อีกหลายประเทศนิยมความเป็นเกาหลี คนเกาหลี วัฒนธรรม อาหาร และสินค้าเกาหลี

บทที่ 4

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษา เรื่อง การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม: ศึกษากรณีการท่องเที่ยวตามรอยละครในครั้งนี้ สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการศึกษาไว้ 3 ข้อ โดยมีข้อสรุปผลการศึกษาดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ 1 เพื่อสำรวจความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับอิทธิพลของละครที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการศึกษา แสดงให้เห็นว่า ละคร เรื่อง บุพเพสันนิวาส มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามาก โดยเหตุผลที่ละครมีผลต่อการมาท่องเที่ยว คือ การที่ละครแทรกประวัติศาสตร์ทำให้น่าติดตามชม และเมื่อสอบถามถึงละครหรือภาพยนตร์เรื่องอื่นที่มีเนื้อหาแทรกประวัติศาสตร์เช่นเดียวกัน ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าละครหรือภาพยนตร์เรื่องอื่นมีผลต่อการมาท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าละคร เรื่อง บุพเพสันนิวาสมีผลต่อการมาท่องเที่ยวมากกว่าละครหรือภาพยนตร์เรื่องอื่นอย่างน่าสนใจ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ 2 เพื่อศึกษาแผนด้านการท่องเที่ยว ทั้งในด้านสาระและความสอดคล้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร โดยผู้ศึกษานำแผนด้านการท่องเที่ยวระดับชาติ จำนวน 3 ฉบับ ประกอบด้วย แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564) และแผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2560-2564 ซึ่งเป็นแผนที่มีความสอดคล้องกัน

ผลการศึกษา แสดงให้เห็นว่า แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฯ มีสาระสำคัญในยุทธศาสตร์ของแผนที่ส่งเสริม สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ซึ่งกำหนดเป็นกรอบกว้าง ๆ ไว้ โดยยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและกีฬาฯ และแผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยฯ ได้กำหนดรายละเอียดการดำเนินงานไปสู่การกำหนดแผนงานและโครงการที่เกี่ยวข้อง อันมีสาระสำคัญที่สอดคล้องกัน

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร จะเห็นได้ว่าไม่ปรากฏอย่างชัดเจนอยู่ในแผนด้านการท่องเที่ยวทั้ง 3 ฉบับ ทั้งนี้ แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยฯ ได้กำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมและเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการและเครือข่าย ที่มีแผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ ซึ่งอาจเป็นแผนงานที่เปิดกว้างสำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบตามรอยละครได้ และการขยายนิยามเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจเฉพาะ เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบตามรอยละครในอนาคตได้

วัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ 3 เพื่อศึกษาการปรับใช้แนวคิดกระแสนิยมเกาหลี ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร

ผลการศึกษา พบว่า ยังไม่ปรากฏว่ามีการนำแนวคิดกระแสนิยมเกาหลีมาปรับใช้ในการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร มีเพียงการนำแนวคิดกระแสนิยมเกาหลีมาปรับปรุงเป็นโครงการไทยเท่ ซึ่งเกิดจากความคิดริเริ่มของหอการค้าไทย เพื่อปลุกกระแส การท่องเที่ยวไทยให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ เพื่อชมเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อย่างลึกซึ้งซึ่งสอดคล้องและอาจนำมาต่อยอดให้เป็นประโยชน์กับการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละครได้ โดยเริ่มสร้างความนิยมจากคนไทยที่เที่ยว เมืองไทยก่อน และขยายผลไปสู่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตามแผนการดำเนินการของโครงการไทยเท่

อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้ยังพบว่า โครงการไทยเท่ ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงาน ภาครัฐ คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงมหาดไทย แต่กระทรวง วัฒนธรรมซึ่งมีบทบาท หน้าที่ และองค์ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ซึ่งจะช่วยเสริมหนุน ให้การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของไทยสามารถพัฒนาไปสู่การเกิดกระแส ความนิยมได้ กลับไม่ปรากฏการมีส่วนร่วมอย่างชัดเจนในแผนการดำเนินงานโครงการไทยเท่

โดยสรุป การศึกษาครั้งนี้ ข้อค้นพบสำคัญ คือ ละคร เรื่อง บุพเพสันนิวาส มีอิทธิพลต่อ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในขณะที่แผนการท่องเที่ยว ในระดับชาติยังไม่กำหนดถึงยุทธศาสตร์ แผนงาน และโครงการรองรับอย่างชัดเจน แต่มี การกำหนดยุทธศาสตร์แบบกว้าง ๆ ไว้ให้สามารถปรับปรุง หรือเพิ่มเติมกิจกรรมในอนาคตให้สอดคล้อง กับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละครได้เช่นเดียวกัน นอกจากนี้การนำแนวคิดกระแสนิยมเกาหลีมาปรับใช้เพื่อสร้างวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าในกรณี การท่องเที่ยวตามรอยละครยังไม่ปรากฏอยู่ในแผนการท่องเที่ยวระดับชาติที่ชัดเจน พบเพียงโครงการ ไทยเท่ซึ่งริเริ่มโดยหอการค้าไทย ซึ่งมีจุดเน้นที่การพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมากกว่าการพัฒนา วัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าตามแนวคิดกระแสนิยมเกาหลี

อภิปรายผลการศึกษา

จากข้อค้นพบในการศึกษาครั้งนี้ การที่ผลสำรวจความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับ อิทธิพลของละครที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปรากฏผลว่าละคร เรื่อง บุพเพสันนิวาส มีอิทธิพลอย่างมากต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเหตุผลที่ละครมีผลต่อการมาท่องเที่ยว คือ การที่ละคร แทรกประวัติศาสตร์ทำให้น่าติดตามชม สอดคล้องกับงานของ อมรรัตน์ เปี่ยมดนตรี (2557) ที่ศึกษา การใช้วรรณกรรมขุนช้างขุนแผนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรี ปรากฏ ข้อค้นพบที่น่าสนใจ คือ วรรณกรรมขุนช้างขุนแผนนำเสนอสถานที่ต่าง ๆ ที่มีอยู่ในจังหวัดสุพรรณบุรี สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนักท่องเที่ยวประสงค์ให้มีการประชาสัมพันธ์ กิจกรรม จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับวรรณกรรมขุนช้างขุนแผนอีกด้วย ซึ่งเป็นแนวทาง

ในการจัดทำละครเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในโอกาสต่อไป

นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร ที่เป็นปรากฏการณ์จากละคร เรื่อง บุพเพสันนิวาส แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวเจาะจงที่จะไปเที่ยว ในสถานที่นั้นนอกจากมีเป้าหมายในสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์เป็นอันดับแรกแล้ว การมีเป้าหมายไปท่องเที่ยว เพื่อตามรอยละครยังเป็นเหตุผลที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ โดยลักษณะเช่นนี้ หากพิจารณาตามการ แบ่งของลักษณะนักท่องเที่ยวของ Richards (2007, pp. 26-27) อาจกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นการเยี่ยมชมวัฒนธรรม (sightseeing cultural tourist) โดยไม่เน้นการแสวงหา ประสบการณ์เชิงลึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมจากสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่น แต่จะสนใจชมเพียงจุดสำคัญของแหล่ง ท่องเที่ยวเท่านั้น นักท่องเที่ยวลักษณะนี้มีความตั้งใจไปสถานที่ท่องเที่ยว แต่ไม่ศึกษาเชิงลึก ซึ่งหาก ละครที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะกระตุ้นการศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมย่อมสร้างให้เกิด นักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์ศึกษาวัฒนธรรม (purposeful cultural tourist) ที่เลือกสถานที่ท่องเที่ยว ที่น่าสนใจ เพื่อเรียนรู้และสร้างประสบการณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมจากสถานที่ท่องเที่ยวและมุ่งศึกษา วัฒนธรรมในเชิงลึก อันเป็นการสร้างเสริมให้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมีการศึกษา สืบต่อ และยั่งยืน ต่อไป ดังที่ Ismagilova, Safiullin and Gafurov (2015, p. 162) อธิบายว่า ปัจจัยสำคัญที่เป็น ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในแต่ละประเทศ มักเกี่ยวข้องกับความสามารถสร้างผล กำไรและมีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ การสร้างชื่อเสียง (branding) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ การพัฒนารายได้ของรัฐและท้องถิ่น และการสร้างความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ รวมถึง การเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวอีกด้วย

ส่วนแผนด้านการท่องเที่ยวระดับชาติ จำนวน 3 ฉบับ ประกอบด้วย แผนพัฒนา การท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับ ที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564) และแผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2560-2564 มี สารสำคัญในยุทธศาสตร์ของแผนที่ส่งเสริม สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเชิงวัฒนธรรม ซึ่งกำหนดเป็นกรอบกว้าง ๆ ไว้ แต่ยังไม่ปรากฏการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเชิงวัฒนธรรม แบบตามรอยละครอย่างชัดเจน สอดคล้องกับงานของ สรียา วิริโยสุทธิกุล และคณะ (2558, น. 113-116) ที่ศึกษานโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดหนองคาย สะท้อนให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังขาดนโยบายด้านการพัฒนาของหน่วยงานภาครัฐ ทำให้ การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหลายจังหวัดยังประสบปัญหา และงานของ ทิพาพร ไตรบรรณณ์ (2557) ซึ่งศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของหมู่บ้านอรัญญิก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นโยบายการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของหน่วยงานรัฐยังไม่สามารถ ดำเนินการพัฒนาได้อย่างเต็มที่ ขาดการมีส่วนร่วมของชุมชน ชุมชนขาดความรู้ในการพัฒนาการ ท่องเที่ยว ข้อเสนอแนะสำคัญ คือ ภาครัฐควรส่งเสริมความรู้ การรับรู้ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวและ จัดสรรงบประมาณในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น

ข้อสังเกตบางประการเกี่ยวกับการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรมแบบตามรอยละครโดยภาครัฐในอดีตที่ผ่านมาภาครัฐได้สนับสนุนงบประมาณเพื่อการจัดทำ ละครเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ โดยทุนสนับสนุนจากรัฐบาล เช่น การสนับสนุนงบประมาณการถ่ายทำ ภาพยนตร์ เรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ตามโครงการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ประวัติศาสตร์

และวัฒนธรรมไทยของกระทรวงพาณิชย์ (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2553) ทั้งนี้ ในปัจจุบัน รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา มีนโยบายเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) มุ่งบูรณาการสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม หรือเทคโนโลยี อันนำไปสู่การสร้างสรรคสินค้าและบริการที่เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม โดยกำหนดให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเป็นหนึ่งใน 12 กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย และมีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) แต่อย่างไรก็ตาม พบว่ายังขาดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยอย่างเป็นทางการ ซึ่งคาดหมายว่าเมื่อพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) บังคับใช้แล้ว (ข้อมูล ณ วันที่ 10 พฤษภาคม พ.ศ. 2561) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์อาจกำหนดแผนงานให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยขับเคลื่อนและเชื่อมโยงได้อย่างชัดเจนต่อไป

ในด้านการปรับใช้แนวคิดกระแสนิยมเกาหลีในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร ซึ่งผลการศึกษา พบว่า ยังไม่ปรากฏว่ามีการนำแนวคิดกระแสนิยมเกาหลีมาปรับใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร มีเพียงการนำแนวคิดกระแสนิยมเกาหลีมาปรับปรุงเป็นโครงการไทยเท่ ซึ่งเกิดจากความคิดริเริ่มของหอการค้าไทยเพื่อปลุกกระแสการท่องเที่ยวไทยให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ เพื่อชมเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นอย่างลึกซึ้ง ซึ่งสอดคล้องและอาจนำมาต่อยอดให้เป็นประโยชน์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละครได้ โดยเริ่มสร้างความนิยมจากคนไทยที่เที่ยวเมืองไทยก่อน และขยายผลไปสู่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตามแผนการดำเนินการของโครงการไทยเท่ ผลการศึกษาก็คงได้ว่าการดำเนินโครงการไทยเท่ คล้ายคลึงกับนโยบายด้านวัฒนธรรมของเกาหลี ในช่วงหลอมรวมกระแสนิยมเกาหลีกับเกียรติภูมิของชาติ ระหว่างปี ค.ศ. 2008-2013 โดยรัฐบาลประธานาธิบดี ลี เมียง บัก (Lee Myung-bak) เน้นการพัฒนาให้กระแสนิยมเกาหลีสามารถเพิ่มคุณค่าของตราสินค้าความเป็นเกาหลี (branding Korea) แต่สิ่งที่ยังไม่เกิดขึ้นในโครงการไทยเท่ คือการพัฒนาความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่างองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่เช่นที่เกิดขึ้นในประเทศเกาหลี ซึ่งได้ส่งออกกระแสนิยมเกาหลีออกไปสู่สากล ทั้งในด้านวัฒนธรรม ละครโทรทัศน์ แฟชั่น และอาหาร ซึ่งส่งผลบวกต่อภาพลักษณ์ของเกาหลี (Tuk, 2012, p. 26)

นอกจากนี้ โครงการไทยเท่ ได้กำหนดแผนการดำเนินการเป็น 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 มุ่งเป้าหมายให้คนไทยนิยมใช้สินค้าและบริการที่ผสมผสานวัฒนธรรมไทย เท่ ๆ ระยะที่ 2 มุ่งเป้าหมายให้ชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวซื้อสินค้าและบริการที่ผสมผสานวัฒนธรรมไทย และระยะเป้าหมาย (end game) มุ่งเป้าหมายการส่งออกวัฒนธรรมไทยไปทั่วโลก ผ่านสินค้าและบริการต่าง ๆ ซึ่งแตกต่างจากแนวคิดกระแสนิยมเกาหลีบางประการ เช่น Milim Kim (2011, p. 167) ได้อธิบายลำดับขั้นในการพัฒนากระแสนิยมเกาหลี คือ ขั้นที่ 1 สร้างความนิยมในวัฒนธรรมเกาหลี ขั้นที่ 2 ส่งเสริมการซื้อสินค้าด้านวัฒนธรรมเกาหลี ขั้นที่ 3 ส่งเสริมการซื้อสินค้าเกาหลีอื่น ๆ ขั้นที่ 4 ส่งเสริมความชื่นชอบในเกาหลี ซึ่งทั้งหมดเน้นไปที่ชาวต่างชาติเป็นหลัก แต่โครงการไทยเท่เริ่มต้นจากคนไทยก่อนและพัฒนาไปสู่สากล

อย่างไรก็ดี ยังมีประเด็นสำคัญอีกประการ คือ การที่โครงการไทยเท่ ริเริ่มโดยหอการค้าไทย และได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงมหาดไทย แตกต่างจากแนวคิดกระแสนิยมเกาหลีที่การสร้างและพัฒนากระแสนิยมเกาหลี

มีผู้นำคือรัฐบาล กล่าวคือ รัฐบาลกำหนดนโยบายอย่างชัดเจน มีแผนการพัฒนาเป็นระบบและลำดับขั้น มีการจัดสรรงบประมาณโดยความร่วมมือกับภาคเอกชน การสนับสนุน ส่งเสริม และส่งออกวัฒนธรรม เกาหลีโดยการแปรสภาพวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้า นำมาซึ่งรายได้และความยั่งยืนของเกาหลีที่เห็นได้ อย่างชัดเจนและต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะแนวทางในเบื้องต้นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร ดังนี้

1. การที่กระแสความนิยมละคร เรื่อง บุพเพสันนิวาส ส่งผลต่อการกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ซึ่งความนิยมดังกล่าวไม่เคยเกิดขึ้นอย่างชัดเจนในกรณีละครหรือภาพยนตร์แนวประวัติศาสตร์เรื่องอื่น แต่กระแสความนิยมอาจเพิ่มขึ้นหรือลดลงได้หากไม่มีกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การเกิดกระแสการท่องเที่ยวตามรอยละครอาจพัฒนาให้เพิ่มขึ้นได้หากมีการสร้างละครหรือภาพยนตร์ที่แทรกเนื้อหาประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ โดยภาครัฐควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาเนื้อหาและส่งเสริม สนับสนุนการสร้างละครที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนไทยและชาวต่างชาติ ดังเช่นกรณีของเกาหลี ที่การสร้างกระแสนิยมเกาหลีเกิดขึ้นจากการริเริ่มของภาครัฐ พัฒนาและต่อยอด โดยความร่วมมือของภาคเอกชนภายใต้การส่งเสริมจากรัฐ และภาครัฐยังทำหน้าที่ในการส่งออกวัฒนธรรมและสร้างกระแสวัฒนธรรมให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ดังนั้น จึงขอเสนอแนะให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ มีบทบาท ดังนี้

1.1 ภาครัฐ ควรเป็นแกนหลักในการกำหนดนโยบาย การควบคุมการผลิต การส่งเสริมงบประมาณ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การรณรงค์ผ่านกิจกรรม เพื่อสร้างให้ละครไทยกลายเป็นกระแสในระดับสากล เพื่อสร้างภาพลักษณ์และความนิยมในลักษณะเดียวกับกระแสนิยมเกาหลี

1.2 ผู้ผลิตละคร ควรเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดแผนการท่องเที่ยวระดับชาติตั้งแต่เริ่มต้น เพื่อร่วมกำหนดแนวทางในการผลิตและต่อยอดละครให้ส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง รวมทั้งเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งออกละครไปสู่สากล ร่วมสร้างกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และร่วมสร้างชื่อเสียง (Branding) ของสินค้าไทย ทั้งในด้านการท่องเที่ยว สินค้าวัฒนธรรมไทย และสินค้าฮัตไทย ให้นำเชื่อถือและได้รับความนิยมในระดับสากล

1.3 ชุมชนและท้องถิ่น ในฐานะเจ้าของพื้นที่ที่ได้รับผลโดยตรงจากการท่องเที่ยว ควรมีส่วนร่วมทางตรงในการกำหนดแผนการท่องเที่ยวทั้งในระดับชาติและในระดับท้องถิ่น รวมทั้งร่วมในการอนุรักษ์และการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบตามรอยละคร

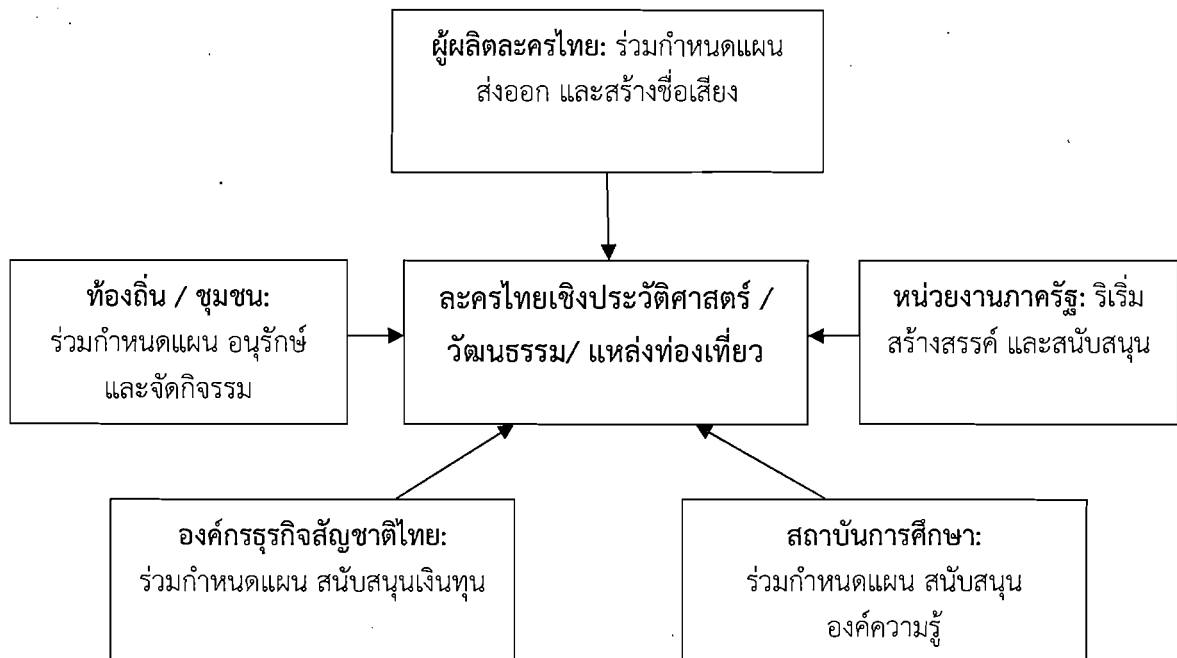
1.4 องค์กรธุรกิจสัญชาติไทย เนื่องจากเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์จากภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยผ่านละคร โดยเฉพาะภาคธุรกิจขนาดใหญ่ที่จะได้รับผลจากการค้าเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของไทย ในกรณีของประเทศเกาหลีได้รับความร่วมมือจากธุรกิจภายในประเทศ เช่น ชัมซุง แอลจี สุนได ในการสนับสนุนเงินทุน โดยผลที่ได้รับคือความนิยมในเกาหลีทำให้เกิดความเชื่อมั่นในสินค้าเกาหลีด้วย ในกรณีของไทยอาจแสวงหาความร่วมมือกับองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่สัญชาติไทย เพื่อร่วมสร้างและร่วมรับผลประโยชน์จากการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย ดังนั้น องค์กรธุรกิจ

สัญชาติไทยจึงควรมีส่วนร่วมด้วยโดยอาจสนับสนุนงบประมาณสำหรับผู้ผลิตละครในรูปแบบการซื้อโฆษณาสินค้า หรือการสนับสนุนงบประมาณในรูปแบบอื่นโดยได้รับการลดหย่อนภาษีจากรัฐเป็นกรณีพิเศษ

1.5 สถาบันการศึกษา ในกรณีเกาหลี สถาบันการศึกษามีส่วนในการผลิตบุคลากรด้านการสื่อสารมวลชน ดังนั้น ตามแนวทางดังกล่าว สถาบันการศึกษาสามารถเข้าร่วมด้วยการผลิตบุคลากรเพื่อเป็นปัจจัยนำเข้าทางการผลิตสื่อทุกรูปแบบ รวมทั้งสถาบันการศึกษายังสามารถสนับสนุนข้อมูลทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม รวมทั้งด้านอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ

2. การพัฒนาการท่องเที่ยวที่สามารถต่อยอดจากการตามรอยละครนั้น อาจไม่จำกัดขอบเขตเพียงแค่การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเท่านั้น เนื่องจากการท่องเที่ยวไทยมีจุดแข็งอยู่หลายด้าน เช่น แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ อาหาร และสินค้าอื่น ๆ ดังนั้น การสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบตามรอยละครย่อมสามารถสร้างสรรค์ละครให้สอดคล้องและจูงใจเพื่อการท่องเที่ยวแบบต่าง ๆ ได้เช่นเดียวกัน

จากข้อเสนอแนะดังกล่าว สรุปบทบาทและแนวทางของแต่ละภาคส่วนที่เกี่ยวข้องหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับความร่วมมือการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร

บรรณานุกรม

หนังสือ

- ฉัตรชนก บุญไชย. (2556). รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการ การศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน กรณีศึกษาจังหวัดนครนายกและจังหวัดปราจีนบุรี. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2538). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Richards, G. (2007). Cultural tourism global and local perspectives. New York: Haworth hospitality press.
- Sigala, M., Leslie, D. (2005). International cultural tourism: management, implications and cases. Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.

วิทยานิพนธ์

- กัลยา ธิกันงา. (2554). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของอนุสรณ์สถานมิตรภาพ ไทย-ญี่ปุ่น อำเภอขุนยวม จังหวัดแม่ฮ่องสอน. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, บัณฑิตวิทยาลัย, รัฐประศาสนศาสตร์.
- ชนารัตน์ ยิ้มแฉ่ง. (2557). การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมผ่านซีรี่ส์เกาหลี. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, นิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์.
- ณัฐธาดา หลีกคำ. (2557). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี. (รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น. บัณฑิตวิทยาลัย, วิทยาการจัดการ.
- ทิพาพร ไตรบรรณ (2557). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษาหมู่บ้านอรัญญิก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, บัณฑิตวิทยาลัย, การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว.
- ธนาพร ฐูปพุทรา. (2555). กระบวนการก่อรูปวัฒนธรรมร่วมสมัยของเกาหลี และกระแสความนิยมในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, บัณฑิตวิทยาลัย, เกาหลีศึกษา.
- บุศยรินทร์ สัจจะวรรณ. (2555). ภาพลักษณ์วัฒนธรรมเกาหลีผ่านละครโทรทัศน์ชุดแดจังกึม. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
- ปิยะการณ ไกรนรา. (2552). นโยบายต่างประเทศเกาหลีใต้ ด้านเศรษฐกิจ การเมือง: กรณีศึกษาการส่งออกวัฒนธรรมผ่านอุตสาหกรรมภาพยนตร์. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, บัณฑิตวิทยาลัย, รัฐศาสตร์.

- อมรรัตน์ เปี่ยมดนตรี. (2557). การใช้วรรณกรรมขุนช้างขุนแผนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, บัณฑิตวิทยาลัย, สหสาขาวิชา.
- อลิสสา วิทวัสกุล. (2549). การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีผ่านละครโทรทัศน์แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, บัณฑิตวิทยาลัย, นิเทศศาสตร์.
- Tuk, W. (2012). *The Korean Wave: Who are behind the success of Korean popular culture?*. (Master Thesis). Leiden University, History of European expansion and globalization.

วารสารและจดหมายข่าว

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). แดงข่าวสถานการณ์ท่องเที่ยว เดือนธันวาคม ปี 2560. เอกสารอัดสำเนา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564). เอกสารอัดสำเนา.
- สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. (2561). รายงานภาวะเศรษฐกิจการคลังประจำเดือนมกราคม 2561. ฉบับที่ 9/2561.
- สรียา วิริโยสุทธิกุล และคณะ. (2558). นโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดหนองคาย. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย*, 7(3).
- Bae, Eun-song. (2017). The effect of Hallyu on tourism in Korea. *Journal of open innovation technology, market and complexity*. Vol. 3(2)
- Ismagilova, G., Safiullin, L., and Gafurov, I. (2015). Using historical heritage as a factor in tourism development. *Social and Behavioural Sciences*. Vol. 188.
- Jang, G. and Paik, Won. K. (2012). Korean wave as tool for Korea's new cultural diplomacy. *Advances in Applied Sociology*. 2(3).
- Kim, M. (2011). The role of the government in culture industry: Some observations from Korea's experience. *Keio communication review*. Vol. 33.
- Kim, T. Y., Jin D. Y. (2016). Cultural policy in the Korean wave: An analysis of cultural diplomacy embedded in presidential speeches. *International journal of communication*. Vol. 10.
- Trolan, Joe. (2017). A look into Korean popular culture and its tourism benefits. *International Journal of Education Policy Research and Review*. Vol. 4(9) pp. 203-209 September 2017

แหล่งข้อมูลออนไลน์ภาษาไทย

กรมประชาสัมพันธ์. (2561). ผู้ว่าฯ ออยุธยา เผย มีนักท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์
เพิ่มมากขึ้น ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้ชุมชน. สืบค้น 5 เมษายน 2561 จาก
<http://bit.ly/2rw2EC2>

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2553). รายงานประจำปี 2553. สืบค้น 9 พฤษภาคม 2561 จาก
<http://bit.ly/2KSjGme>

กรมศิลปากร. (2561). กรมศิลปากรจัดวัฒนธรรมสัญจร “ตามรอยบุพเพสันนิวาส ศึกษา
ประวัติศาสตร์และวรรณกรรมอยุธยา” ต่อยอดองค์ความรู้ ร่วมอนุรักษ์มรดกศิลปวัฒนธรรม
ของชาติ. สืบค้น 5 เมษายน 2561 จาก <http://www.finearts.go.th/promotion/>

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2559. สืบค้น 17
เมษายน 2561 จาก <http://bit.ly/2KbgW21>

เดลินิวส์. (2561). ชวน ชรก. แต่งไทย ตามย้อนยุคออกเจ้า. สืบค้น 5 เมษายน 2561 จาก
<http://bit.ly/2l9f9dd>

หอการค้าไทย. (2560). สมัครงเข้าร่วมโครงการ “ไทยเท่ทั่วไทย”. สืบค้น 17 เมษายน -2561 จาก
<http://bit.ly/2l93rze>

หอการค้าไทย. (2560). สรุปข่าวหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย. สืบค้น 17
เมษายน 2561 จาก <http://bit.ly/2jKELMA>

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). กลุ่มอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. สืบค้น 9 พฤษภาคม 2561 จาก <http://bit.ly/2lsn7lg>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

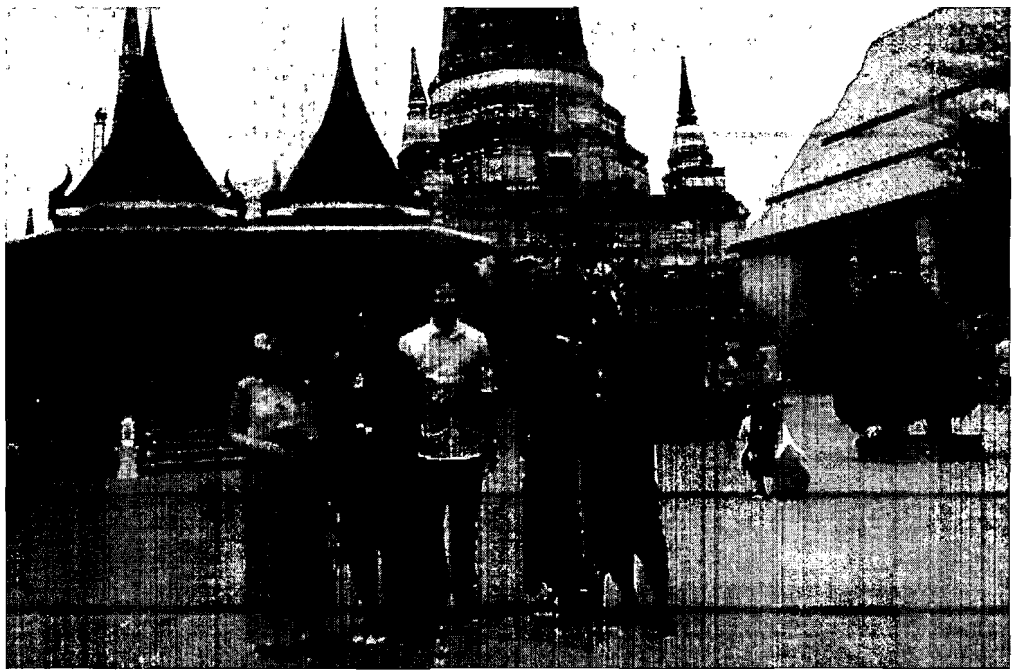
1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ปี (ระบุ)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบตามรอยละคร

3. ท่านเคยมาสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้กี่ครั้ง
 ครั้งแรก
 ระบุจำนวน (ครั้ง)
4. วัตถุประสงค์ที่ท่านมาเที่ยวครั้งนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 ตามรอยละคร ศึกษาประวัติศาสตร์
 ชมความงามของโบราณสถาน สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์
 การแต่งกายย้อนยุค
 อื่น ๆ (ระบุ)
5. ละครบุพเพสันนิวาสมีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวครั้งนี้เพราะเหตุใด
 เนื้อเรื่องสนุก น่าสนใจ พระเอก นางเอก
 ความสวยงามของสถานที่ ประวัติศาสตร์ที่แทรกในละคร
 การแต่งกายย้อนยุค
 อื่น ๆ (ระบุ)
6. ละครอิงประวัติศาสตร์เรื่องอื่นมีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวของท่านอย่างไร
 มีอิทธิพลมาก
 มีอิทธิพลปานกลาง
 มีอิทธิพลน้อย
 ไม่มีอิทธิพลเลย

ภาคผนวก ข

ภาพถ่ายการเก็บรวบรวมข้อมูล ณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา วันอาทิตย์ที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2561



ภาพนักท่องเที่ยวชาวไทยแต่งการชุดไทย ณ วัดใหญ่ชัยมงคล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา



ภาพป้ายโฆษณาเชิญชวนท่องเที่ยวตามรอยละคร



ภาพการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ วัดใหญ่ชัยมงคล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักกรรมการ ๑ กลุ่มงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจ โทร ๐ ๒๒๔๔ ๒๖๙๖
ที่ วันที่ ๒๓ เมษายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอส่งรายงานการศึกษาทางวิชาการ

เรียน ผู้อำนวยการสำนักกรรมการ ๑ (ผ่าน ผู้บังคับบัญชากลุ่มงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจ)

ตามที่ ข้าพเจ้า นายณัฐวุฒิ อ่าวสกุล วิทยากรชำนาญการพิเศษ กลุ่มงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจ สำนักกรรมการ ๑ ได้รับมอบหมายให้จัดทำรายงานการศึกษาทางวิชาการหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อเตรียมความพร้อมสนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการ ตามแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาสำนักกรรมการ ๑, ๒, ๓ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔ นั้น

บัดนี้ ข้าพเจ้าได้จัดทำรายงานการศึกษาทางวิชาการ เรื่อง การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม: ศึกษากรณีการท่องเที่ยวตามรอยละคร เรียบร้อยแล้ว จึงขอนำส่งเอกสารดังกล่าว รายละเอียดปรากฏตามเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(นายณัฐวุฒิ อ่าวสกุล)

วิทยากรชำนาญการพิเศษ

(นางสาววารากรณ์ สุขประเสริฐ)

ผู้บังคับบัญชากลุ่มงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจ

ส่งเอกสาร ไปยังแฟ้ม Intranet ๓๐๖๒

(นางอารยหญิง จอมทาสล)

ผู้อำนวยการสำนักกรรมการ ๑

๑๑ พ.ค. ๒๕๖๑