

Enhancing Tourism Areas through Knowledge Management and Aesthetic Concepts: A Case Study of Ban Nong Bua Community-based Tourism Management by Phu Luang District, Loei Province

Thairoj Phoungmanee^{1*}, Issariyaporn Chaikularb¹, Kotchasee Charoensuk¹, Orathai Jitaisong²,
Marisa Piromtan De Bels², Nasiri Siriprima¹, Pacharamon Jaingamdee¹,
Wanpen Boontawong¹

Received: 14/7/2025, Revised: 13/11/2025, Accepted: 12/12/2025

Abstract

This article aimed to study the knowledge management of community-based tourism in Ban Nong Bua, Phu Luang District, Loei Province, using the concept of knowledge management and aesthetics. The data were collected from document analysis, focus group discussions, and meetings. It was found that there were 2 primary types of tourism areas in Ban Nong Bua: 1) historical sites from prehistoric archaeological remains and 100-year-old traditional houses, and 2) cultural sites reflecting local ways of life, such as Wat Nong Sawang, the Tuy Cotton Weaving Group, Banana Land, and the Shrine of Phaya Chang and Nang Phom Hom. The knowledge Management process based on aesthetics was divided into 3 stages: first, searching and collecting knowledge from individuals, documents, and online media to analyze, synthesize, and interpret; second, storing knowledge in forms of documentation and online sharing; and third, applying knowledge in tourism management, strategies, route design, and activity development. The tourism areas were enhanced in three dimensions: community, tourism, and economics.

Keywords: enhancing tourism areas; aesthetics; knowledge management; community-based tourism management

¹ Faculty of Humanities and Social Sciences, Loei Rajabhat University, 42000

² Faculty of Science and Technology, Loei Rajabhat University, 42000

* Corresponding author, email: thai-roj@hotmail.com

การยกระดับพื้นที่การท่องเที่ยวด้วยแนวคิดการจัดการความรู้ และสุนทรียศาสตร์: กรณีกลุ่มการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหนองบัว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย

ไทยโรจน์ พวงมณี^{1*}, อีสริยาภรณ์ ชัยกุลลาภ¹, คชสิทธิ์ เจริญสุข¹, อรทัย จิตไธสง², ณศิริ ศิริพริมา¹,
มาริษา ภิรมย์แทน เดอ เบลส์², พชรมณ ใจงามดี¹, วันเพ็ญ บุญทะวงษ์¹

วันรับบทความ: 14/7/2568, วันแก้ไขบทความ: 13/11/2568, วันตอบรับบทความ: 12/12/2568

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการจัดการความรู้พื้นที่การท่องเที่ยวชุมชนบ้านหนองบัว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ใช้แนวคิดการจัดการความรู้ และสุนทรียศาสตร์ในการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลจาก เอกสาร การสนทนากลุ่ม และการประชุม ผลการศึกษาพบว่า บ้านหนองบัวมีพื้นที่การท่องเที่ยว 2 ลักษณะคือ 1) พื้นที่ทางประวัติศาสตร์ จากแหล่งโบราณคดีสมัยก่อนประวัติศาสตร์ และบ้านโบราณ 100 ปี และ 2) พื้นที่ทางวัฒนธรรม ที่เกี่ยวกับวิถีชีวิต เช่น วัดโนนสว่าง กลุ่มทอผ้าฝ้ายตุ่ย บานาน่าแลนด์ ศาลพญาช้างและนางผมหอม ส่วนการจัดการความรู้ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์ ใช้วิธีการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และประชุม แบ่งการจัดการความรู้ออกเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้ คือ ขั้นที่ 1 การค้นหา และการรวบรวมความรู้จากตัวบุคคล เอกสาร และสื่อออนไลน์ นำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ และตีความหมายรูปแบบและเนื้อหา ขั้นที่ 2 การจัดเก็บข้อมูล ด้วยการบันทึกเป็นเอกสาร และเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ และขั้นที่ 3 การประยุกต์ใช้ข้อมูล โดยการจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น การสื่อสารการท่องเที่ยว กำหนดเส้นทาง และกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนการยกระดับพื้นที่การท่องเที่ยวบ้านหนองบัว แบ่งออกเป็น 3 ด้านคือ ด้านชุมชน ด้านการท่องเที่ยว และด้านเศรษฐกิจชุมชน

คำสำคัญ: การยกระดับพื้นที่การท่องเที่ยว; สุนทรียศาสตร์; การจัดการความรู้; การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

บทนำ

สุนทรียภาพ (aesthetic) เป็นประสบการณ์ของมนุษย์ที่เกิดขึ้นจากการสัมผัสกับสิ่งที่มีความงามทั้งจากสิ่งที่มีมนุษย์สร้างสรรค์ขึ้น และธรรมชาติสร้างสรรค์ขึ้น คำว่า “สุนทรียภาพ” มีนัยหมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่เห็นถึงคุณค่าของสิ่งที่ได้สัมผัส และกำลังมีประสบการณ์ร่วมกับวัตถุ ภาพ เสียง หรือตัวอักษร โดยสมองได้

¹ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย 42000

² คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย 42000

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ ติดต่ออีเมล thai-roj@hotmail.com

สร้างภาพจากการรับรู้เป็นมโนทัศน์แห่งความงามขึ้นตามทัศนศาสตร์ส่วนตน (Khadvichai, 2018) การรับรู้ทางสุนทรียภาพล้วนต้องใช้ประสบการณ์เดิมมาสัมพันธ์กับประสบการณ์ใหม่ที่สัมผัสอยู่ เช่น เรื่องราว สีสันของธรรมชาติ วิถีชีวิต หรือขนบธรรมเนียมประเพณี ส่วนความรู้สึกพึงพอใจนั้นขึ้นอยู่กับสนิยมส่วนบุคคล และคุณลักษณะความเป็นสิ่งนั้น (Kanpai & Prachong, 2020; Phoungmanee et al., 2024) เช่นเดียวกับพื้นที่การท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นใหม่ ต้องผสมผสานระหว่างความดั้งเดิมกับความใหม่ที่ผ่านการปรุงแต่ง ดังเช่นตลาดโค้งโค้ง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้สร้างขึ้นใหม่ให้มีความเป็นอดีต และนักท่องเที่ยวพึงพอใจกับการพัฒนานั้น (Khuanma, 2020) สำหรับการประเมินผลการรับรู้สุนทรียภาพในแหล่งท่องเที่ยว นั้นอาจมีเกณฑ์เฉพาะบุคคลที่ใช้วิธีการมองเห็น การคิด การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการตีความหมาย พร้อมกับการนำเสนอคุณค่าทางสุนทรียออกมา ส่วนเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานนั้นอาจถูกสร้างขึ้นเฉพาะประเด็นหรือพื้นที่ เช่น เกณฑ์ด้านการบริการ เกณฑ์ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ทั้งนี้การมีเกณฑ์ก็เพื่อให้ง่ายต่อการสรุปสิ่งที่มีคุณค่าออกมาได้อย่างเป็นรูปธรรม (Khadvichai, 2018)

พื้นที่การท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดเชียงใหม่เป็นพื้นที่ที่มีความงามจากการผสมผสานกันขององค์ประกอบอย่างเช่น คนในพื้นที่ อาคารสถาปัตยกรรม ศิลปกรรม หัตถกรรม วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีการประดับโคมไฟ และสภาพแวดล้อมที่มีบรรยากาศที่ถูกจัดวาง และตกแต่งภาพลักษณ์ใหม่ เพื่อสื่อสารการรับรู้ถึงคุณค่าความงามอันจะส่งผลต่อการท่องเที่ยว (Kanpai & Prachong, 2020; Thinthan & Pangkesorn, 2023) ส่วนแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ได้มีการบริหารจัดการในทุกมิติของพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น การบริการอาหาร ที่พัก และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเข้าถึงการพักผ่อนที่สงบ รวมถึงการได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์พูดคุยกับคนในท้องถิ่น เช่นเดียวกับพื้นที่การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดล้านนาที่นำเสนออัตลักษณ์ความสงบ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ ความสงบสวยงามของธรรมชาติ ความสะดวกสบายของที่พัก และการบริการที่เอาใจใส่ของพนักงานในฐานะตัวแทนเจ้าบ้าน นอกจากนี้ที่น่าสนใจคือ จังหวัดกาญจนบุรีได้หยิบยกพื้นที่สงครามในอดีตที่มีหลักฐานการสูญเสีย โดยนำมาบริหารจัดการพื้นที่ บุคลากรเพื่อใช้สื่อสารพื้นที่แห่งความหลังที่มีงดงามของมวลมนุษยชาติ เมื่อนักท่องเที่ยวได้เข้าไปสัมผัสและมีประสบการณ์ร่วมก็ย่อมเข้าใจ ตระหนักรู้ ชื่นชม และให้คุณค่าทางสุนทรียภาพในมิติทางประวัติศาสตร์ของผู้คน และการจัดตกแต่งพื้นที่ให้มีสีสันแห่งวิถีชีวิต (Thinthan & Pangkesorn, 2023) จากการมีคุณค่า และความโดดเด่นของพื้นที่การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ จึงเป็นเหตุผลที่ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนได้เข้ามาพัฒนาพื้นที่สำหรับการเป็นทางเลือกให้กลุ่มจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

พื้นที่การท่องเที่ยวเป็นตำแหน่งที่มีตัวชี้วัดที่แสดงคุณลักษณะเฉพาะ และการมีคุณค่าของพื้นที่ เช่น การมีประวัติศาสตร์ การเป็นชุมชน หรือย่านที่มีวัฒนธรรม อาคารสถาปัตยกรรม ร้านค้า เศรษฐกิจ พิธีกรรม อาหาร หัตถกรรมถักทอ และความเชื่อที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าไปสัมผัสเพื่อรู้สึกถึงคุณค่า และความงามอย่างลึกซึ้ง จากคุณลักษณะที่ดึงดูดสายตาที่ประสานสัมพันธ์ กลมกลืน และมีเอกภาพ (Li, 2017) อย่างไรก็ตาม

กิติ มนุษย์ในศตวรรษที่ 21 ที่ต้องเผชิญกับผลกระทบจากธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อมในมิติการลดลงของ ปริมาณธารน้ำแข็งและน้ำใต้ดิน มิติความเสื่อมโทรมของดิน มิติการเพิ่มอุณหภูมิของโลก มิติการสูญพันธุ์ของ พืชและสัตว์ โดยมนุษย์ต้องหาวิธีการปรับตัวให้อยู่ร่วมกับสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ พร้อมกับการแสวงหาพื้นที่แห่ง ความสุขให้กับตนเอง เช่น การจัดสภาพแวดล้อม การตกแต่งที่อยู่อาศัย เพื่อให้วิถีชีวิตเป็นส่วนหนึ่งของ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ยังเป็นส่วนหนึ่งของสังคมผ่านการท่องเที่ยวที่ต้องสัมผัสกับความแตกต่าง ของผู้คน วัฒนธรรม ประเพณี และเงื่อนไขการดำรงอยู่ของคนในแต่ละพื้นที่ ผลที่เกิดขึ้นท้ายสุดคือ การเรียนรู้ การชื่นชม และการตระหนักถึงคุณค่าความจริง ความดี และความงามที่มีต่อชีวิต (Afarin & Nikfarjam, 2021)

บ้านหนองบัว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ตั้งอยู่ภายใต้พื้นที่การปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบล ภูหอ อยู่ห่างจากอำเภอภูหลวง 3 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมดจำนวน 63,020 ไร่ มีลักษณะเป็นพื้นที่ราบและพื้นที่ ราบเชิงเขาสูงล้อมรอบ มีภูหอ และภูหลวงอยู่ในเขตพื้นที่ป่าสงวนที่อุดมสมบูรณ์ อยู่สูงจากระดับน้ำทะเล 280 เมตร มีประชากรจำนวน 1,007 คน 271 ครัวเรือน แยกเป็นชาย 493 คน หญิง 514 คน การเข้าถึงพื้นที่บ้าน หนองบัว สามารถใช้ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2016 คือ เส้นทางวังสะพุงถึงอำเภอหล่มเก่า จังหวัด เพชรบูรณ์ มีประเพณีพญาช้างและนางผมหอมที่เป็นศูนย์รวมจิตใจ จากการศึกษา พบว่า บ้านหนองบัวมีพื้นที่ หลากหลายรูปแบบผสมผสานกันอยู่ ได้แก่ พื้นที่ทางสังคมจากคนที่มีเป้าหมายเดียวกัน เช่น กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนทอผ้า กลุ่มการจักสาน และกลุ่มผ้าพิมพ์จากธรรมชาติ ส่วนพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่เป็นจิตวิญญาณของ ชุมชน เช่น วัดโนนสว่าง ศาลพญาช้างและนางผมหอม สดุดท้ายแล้วพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่นได้มีเรื่องราว ในอดีต ได้แก่ แหล่งโบราณคดีสมัยก่อนประวัติศาสตร์บ้านหนองบัวที่มีโครงกระดูก เครื่องปั้นดินเผา เครื่องประดับลูกปัดจัดแสดงอยู่ในโรงเรียนบ้านหนองบัว จากการศึกษาพบว่า บ้านหนองบัวยังไม่เคยยกระดับ พื้นที่การท่องเที่ยวด้วยแนวคิดการจัดการความรู้ และสุนทรียศาสตร์มาก่อน ซึ่งการจัดการความรู้ถือว่าเป็น กระบวนการแบ่งปันประสบการณ์ที่มีคุณค่าของบุคคล เพื่อร่วมกันถอดรหัสความรู้ จนได้องค์ความรู้ชุดใหม่ สำหรับนำมาใช้หนุนเสริมการท่องเที่ยว ดังที่ Tepsongkroh & Tepsongkroh (2015) กล่าวว่า การจัดการ ความรู้การท่องเที่ยวชุมชนนั้น เป็นกระบวนการสร้าง การรวบรวม การจัดเก็บ การเผยแพร่ การถ่ายทอด การ แบ่งปัน และการนำความรู้มาใช้พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Kaewsanga & Chamnongsri, 2015)

การจัดการความรู้จึงเป็นวิธีการถอดบทเรียนร่วมกัน มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการสร้างมุมมองใหม่ ๆ ให้กับกลุ่มบุคคลที่ร่วมดำเนินกิจกรรมทางสังคม หรือทางธุรกิจ เช่น กลุ่มการจัดการท่องเที่ยวที่ต้องมีการ จัดการความรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อร่วมกันค้นหาอัตลักษณ์ และแนวทางการจัดการท่องเที่ยวตามกระแสการ ท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป (Tepsongkroh & Tepsongkroh, 2015) โดยเฉพาะการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวของ ชุมชนในฐานะเป็นสื่อสร้างประสบการณ์ทางสุนทรียภาพ ซึ่งการจัดการความรู้ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์การ ท่องเที่ยวจะถูกบูรณาการด้วยความรู้หลายศาสตร์เข้าไว้ด้วยกัน ได้แก่ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เศรษฐกิจ สังคม และภูมิศาสตร์ วิถีชีวิต สถาปัตยกรรม ประเพณี และหัตถกรรม ใช้วิธีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันจน สามารถสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม โดยผู้เข้าร่วมจัดการความรู้จะต้องเข้าใจถึงสภาพพื้นที่ วิถี

ชีวิต วัฒนธรรมในมิติเชิงความรู้ฝังลึกที่มาจากประสบการณ์และจิตวิญญาณ ซึ่งความรู้ที่ได้เมื่อนำมาจัดการที่เหมาะสมจะสามารถจัดการพื้นที่ บุคลากร และกิจกรรมท่องเที่ยวให้น่าประทับใจ ซาบซึ้งตรึงใจ และพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว (Phoungmanee, 2025) สุนทรียศาสตร์ (aesthetics) หมายถึง ประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ หรือแนวคิดต่าง ๆ เช่น รูปแบบการแสดงออก สัญญาณ และภาพที่ให้ความงามรสนิยม และความรู้สึกที่ดีมีคุณค่ากับมนุษย์ (Yang et al., 2022) จึงนำไปนิยามความหมายของสุนทรียศาสตร์พื้นที่บ้านหนองบัวเพื่อการค้นหาองค์ประกอบของความงามจากธรรมชาติ และวัฒนธรรม ส่วนการตีความหมายนั้นต้องใช้ศาสตร์จิตวิทยาการรับรู้เข้าไปร่วมวิเคราะห์ เพื่อให้เข้าใจความหมาย และความรู้สึกที่เกิดขึ้นของกลุ่มเป้าหมาย เช่น การเฝ้าฟางข้าวช่วงฤดูหลังทำนา โดยมีนัยคือ การกำจัดสิ่งที่จะขัดขวางการไถนา แต่นัยแฝงคือ มลภาวะทางอากาศที่ส่งผลต่อสุขภาพของชาวบ้าน ซึ่งผลการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำให้ร่วมกันคิดกิจกรรม “ฟางข้าวแลกเมล็ดพันธุ์พืชผักสวนครัว” และ “กิจกรรมกิจกรรมสร้างประติมากรรมรูปช้างจากฟางข้าว” ผลของการจัดการความรู้ได้ทำให้ค้นหาศิลปินที่มีจิตสาธารณะจากจังหวัด นครราชสีมา มาร่วมสร้างการเรียนรู้ร่วมกับชาวบ้าน Kaewsanga & Chamnongsri (2015) กล่าวว่า การจัดการความรู้ร่วมกันจะช่วยให้ร่วมกันคิดได้หลากหลาย และช่วยกันต่อเติมความคิดจนเป็นรูปร่างขึ้นมาแก้ปัญหาของชุมชนได้ ส่วนการจัดการความรู้สุนทรียศาสตร์แบบมีส่วนร่วมต้องผ่านขั้นตอนดังนี้ การค้นหาองค์ความรู้ การแบ่งปันความรู้ การจัดเก็บความรู้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ความรู้ ซึ่งผลลัพธ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นคือ ชุดขององค์ความรู้ในประเด็นที่ได้แบ่งปันที่ผ่านการวิเคราะห์สังเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยการเผยแพร่ และการจัดการข้อมูลที่พร้อมนำไปใช้การสื่อสารการท่องเที่ยว กำหนดเส้นทางการท่องเที่ยว และจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิต วัฒนธรรม ความเชื่อ และจิตวิญญาณของชุมชน ดังเช่น ศาลพญาช้าง มีองค์ความรู้คือนิทานทางปรัชญาที่เล่าสืบต่อกันมา โดยเชื่อมโยงกับสถานที่จริงของชุมชน เช่น แม่น้ำเลย ภูหอที่เป็นป่าสงวนแห่งชาติ จึงร่วมกันกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยการทำพานบายสี และธง พร้อมกับผลไม้ในท้องถิ่น เช่นกล้วย อ้อยนำไปถวายเพื่อสักการะศาลพญาช้าง เพื่อเป็นสิริมงคลกับชีวิต โดยชาวบ้านมีความเชื่อว่าพญาช้างยังคงสถิตพร้อมกับบริวารมากมาย เพื่อดูแลและปกป้องผืนป่าภูหลวงให้อุดมสมบูรณ์

จากที่กล่าวมาเกี่ยวกับการยกระดับพื้นที่การท่องเที่ยวด้วยแนวคิดการจัดการความรู้ และสุนทรียศาสตร์ช่วยทำให้กลุ่มการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบริหารจัดการพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่สนใจในเรื่องคุณค่าวิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่แตกต่างและมีอัตลักษณ์ คณะผู้เขียนบทความจึงต้องการศึกษาการยกระดับพื้นที่การท่องเที่ยวบ้านหนองบัว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ด้านชุมชน ด้านการท่องเที่ยว และด้านเศรษฐกิจชุมชน โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมจากการแบ่งปัน การสรุปความรู้ และการนำความรู้ไปใช้บนฐานของแนวคิดการจัดการความรู้ และสุนทรียศาสตร์ต่อไป

แนวคิดสุนทรียศาสตร์กับการจัดการความรู้พื้นที่การท่องเที่ยว

สุนทรียศาสตร์ (aesthetics) เป็นปรัชญาบริสุทธิ์ที่ศึกษาคุณค่าของสิ่งที่อยู่ในธรรมชาติและผลงานที่มนุษย์สร้างขึ้น เป้าหมายคือ การค้นหาสิ่งที่งาม หรือสิ่งที่ไม่งามผ่านการตั้งคำถามสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ วิเคราะห์พร้อมสื่อสารเหตุผลที่รับรู้ออกมา แต่การแสวงหาคำตอบทางสุนทรียศาสตร์นั้นอาจไม่สามารถหา บทสรุปที่แน่นอนได้ เนื่องจากวิธีการคิด ประสบการณ์ ระดับการศึกษา และการหาเหตุผลสนับสนุนของมนุษย์ แต่ละคนที่ไม่เหมือนกัน สำหรับศาสตร์ด้านสุนทรียศาสตร์นั้นเป็นปรัชญาตะวันตกที่มีรากเหง้ามาจากปรัชญา กรีกโบราณที่มุ่งแสวงหาความรู้ใหม่ ต่อมาคริสต์ศตวรรษที่ 18 อเล็กซานเดอร์ บูมการ์เต็น (Alexander Baumgarten) นักปรัชญาชาวเยอรมันได้สร้างแนวคิดและทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ขึ้นมาเพื่อการค้นหาความรู้สึก (sensation) และประสบการณ์ของมนุษย์ที่มีต่อความงามว่าเกิดขึ้นมาได้อย่างไร อะไรคือตรรกะ เกณฑ์ หรือ มาตรฐานที่ทำให้มนุษย์รู้สึกว่าการนั้นงาม หรือสิ่งที่ไม่งาม และมนุษย์ทุกคนต่างมีความรู้สึกร่วมต่อความงามนั้น หรือไม่ อย่างไร อะไรคือเกณฑ์สากลที่ช่วยจัดระเบียบความคิด และตอบคำถามโดยไม่ต้องพึ่งเกณฑ์ของศาสนา หรืออื่น ๆ (Khadvichai, 2018) ทั้งนี้ Yang et al. (2022) และ Breiby & Slatten (2018) กล่าวว่า อัตลักษณ์และความงามทางวัฒนธรรมของพื้นที่การท่องเที่ยวนั้นย่อมมาจากประสบการณ์ที่หล่อหลอมขึ้นใน ชุมชน และนักท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงจากความเข้าใจไปสู่การรับรู้คุณค่า (value) ความงาม (aesthetic) และการกำหนดความหมายของสิ่งที่กำลังสัมผัส (meaning) บนฐานแนวคิดและแนวปฏิบัติร่วมกันได้ โดยมี องค์ประกอบสำคัญ เช่น คน ทิวทัศน์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ความสะอาด การบริการ ความ สะดวกสบาย และความจริงแท้ เมื่อนักท่องเที่ยวสัมผัสจะรู้สึกพึงพอใจ ประทับใจ และมีแนวโน้มกลับมา ท่องเที่ยวซ้ำ การเรียนรู้สุนทรียศาสตร์สำหรับการค้นหาความงามในพื้นที่การท่องเที่ยวนั้นต้องใช้ศาสตร์ จิตวิทยามาร่วมวิเคราะห์ ตีความหมายเชิงคุณค่า โดยการเชื่อมจุดเริ่มต้นของปัญหาที่ต้องการรู้ เช่น ธรรมชาติ คืออะไร มนุษย์ชื่นชมธรรมชาติจากอะไร องค์ความรู้ของธรรมชาติ และคุณค่าของธรรมชาติที่มีต่อมนุษย์คือ อะไร (Afarin & Nikfarjam, 2021) กล่าวได้ว่า การใช้แนวคิดสุนทรียศาสตร์เพื่อมาสืบสวน และวิเคราะห์ เพื่อให้เห็นพบชุดความรู้ใหม่ และพรรณนาคุณค่าสุนทรียภาพนั้นอย่างมีเหตุผล ซึ่งชุดข้อมูลสุนทรียภาพที่เป็น ประสบการณ์ของบุคคล เมื่อนำมาสังเคราะห์อย่างเป็นระบบ จะทำให้ได้เกณฑ์ทางสุนทรียศาสตร์ สำหรับ นำไปใช้บริหารจัดการ วางแผนงาน และกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างน่าประทับใจ ส่วนข้อความที่ บ่งชี้ถึงการปะทะ และสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวจนเกิดสุนทรียภาพนั้น มีดังนี้ 1) ความรู้สึก (feeling) จากการทำงาน ของสมองที่ตอบสนองประสาทสัมผัสจนประมวลผลเป็นความรู้สึกสุนทรียภาพ 2) จิตสำนึก (consciousness) ที่มีการเชื่อมโยงลักษณะทางกายภาพกับความรู้สึกที่ได้รับนั้นออกมา เช่น ความสะเทือนใจ หรือความงดงาม 3) ความคิด (thinking) คือกระบวนการรับรู้จากวิเคราะห์ การตัดสินใจ และการให้เหตุผล มี 2 ลักษณะคือ ความคิดเชิงจินตภาพ (imagery thinking) และความคิดเชิงตรรกะ (logical thinking) 4) อารมณ์ (emotion) ที่เป็นพฤติกรรมภายในที่ตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ โดยการเปลี่ยนแปลงทางสรีรวิทยา และ พฤติกรรมภายนอก อาจเป็นอารมณ์ชั่วคราวตามสถานการณ์ที่รับรู้ และ 5) ความรู้สึกนึกคิดที่ลึกซึ้ง

(sentiment) ถือว่าเป็นประสบการณ์ที่ซับซ้อน อยู่ในระดับสูงสัมพันธ์กับความต้องการทางสังคม ทัศนคติ และจุดยืนของแต่ละบุคคล (Li, 2017)

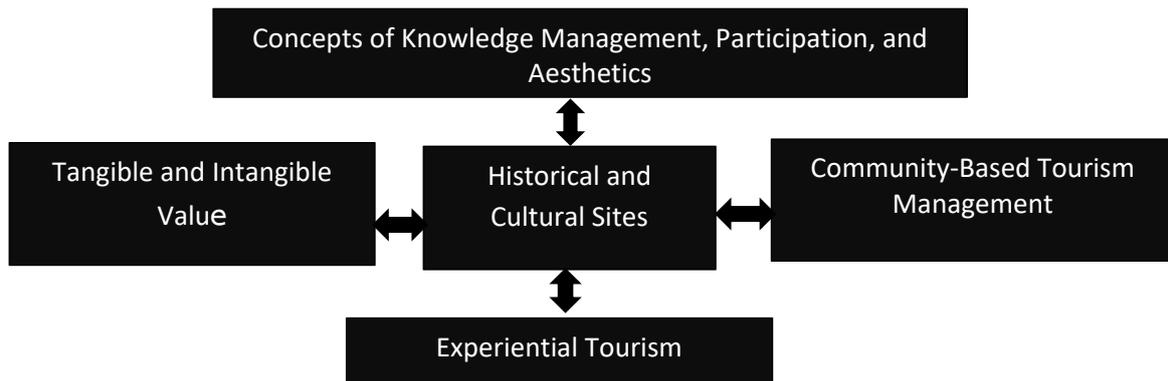
สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวเป็นศาสตร์สาขาหนึ่งของปรัชญาสุนทรียศาสตร์ที่มีเนื้อหาครอบคลุมสหวิทยาการ เช่น ประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ วิทยาศาสตร์ วัฒนธรรม วรรณกรรม ศาสนา ประเพณี จิตรกรรม ประติมากรรม ดนตรี การฟ้อนรำ และทัศนศิลป์ โดยเน้นการศึกษาตัวตน และคุณค่าของสิ่งเหล่านั้น เพื่อนำมาใช้จัดการพื้นที่การท่องเที่ยวให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น กระบวนการสำคัญคือ การค้นหาคำตอบจากการตั้งคำถาม และการค้นหาความหมายที่เป็นความรู้สึกเมื่อกระทบกับทรัพยากรท่องเที่ยวที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ ดังนั้นองค์ความรู้จึงเกิดขึ้นจากการสัมผัสทางตา และการใช้จิตสัมผัสอย่างมุ่งมั่น จนเกิดปรากฏการณ์ความรู้สึกทางสุนทรียภาพต่อการรับรู้ (Obasi, 2015) โดยการตั้งคำถามนั้น ก็เพื่อการค้นหาคำตอบว่าสิ่งที่มองเห็นนั้นคืออะไร มีรายละเอียดอะไรบ้าง มีคุณค่าอย่างไร คุณค่ามาจากอะไร รูปแบบโดยภาพรวมของสิ่งที่รับรู้มีลักษณะอย่างไร สภาพบรรยากาศ และสิ่งแวดล้อมได้เป็นส่วนผสมให้ปรากฏเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวได้อย่างไร (Li, 2017) ทั้งนี้การพัฒนาและการปรับปรุงพื้นที่ท่องเที่ยวตามแนวคิดสุนทรียศาสตร์ย่อมทำให้พื้นที่สวยงาม และสามารถสร้างความประทับใจให้กลุ่มนักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำได้ ส่วนการพินิจพิจารณาเพื่อค้นหาวิธีการพัฒนานั้น ผู้จัดการพื้นที่การท่องเที่ยวสามารถมุ่งมองเฉพาะจุด เช่น การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ชุมชน การบริการร้านอาหาร ที่พัก และการเป็นเจ้าของที่ดี ประเด็นนี้ Khuanma (2020) กล่าวว่า การจัดการท่องเที่ยวที่เน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส จับต้อง ลิ้มรส และชื่นชมผ่านกิจกรรมการร่วมแปรรูปของที่ระลึก การแปรรูปอาหาร การเข้าร่วมงานประเพณีชุมชนย่อมสร้างประสบการณ์ทางสุนทรียภาพได้อย่างมีความหมายต่อชีวิต ซึ่งนักท่องเที่ยวจะการมองเห็นมิติความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชน พื้นที่การท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

แม้ว่าประสบการณ์ทางสุนทรียภาพจะมีลักษณะอัตวิสัย (subjective) จากปัจจัยด้านระดับการศึกษา ปัญญาญาณ และรสนิยมส่วนบุคคล แต่สิ่งที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวทุกคน คือ การรับรู้ และสัมผัสถึงลักษณะทางกายภาพ และการประมวลผลความรู้สึกจากการท่องเที่ยวอย่างฉับพลัน โดยไม่จำเป็นต้องมีการเตรียมตัว หรือมีความรู้ หรือเข้าใจถึงกฎเกณฑ์ความงามใด ๆ ก็ได้ ซึ่งตัวแปรการรับรู้สุนทรียภาพนั้นจะสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเวลา ความร้อน ความเย็น จำนวนนักท่องเที่ยว ความอ่อนล้า ความหิวกระหาย และการไม่คุ้นเคย (Kirillova et al., 2014) ดังนั้นการเข้าใจแนวคิดสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวก็เพื่อนำความรู้ไปตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว การได้ข้อมูลเชิงลึกของกลุ่มการจัดการท่องเที่ยวจะสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับบริหารจัดการท่องเที่ยวให้เหมาะสม สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแต่ละช่วงวัยได้ (Tepsonkroh & Tepsonkroh, 2015) อย่างไรก็ตามการเข้าใจถึงแนวคิดการจัดการความรู้ และแนวคิดสุนทรียศาสตร์ จะทำให้กลุ่มการจัดการท่องเที่ยวได้มีข้อมูลเชิงรูปธรรม และข้อมูลนามธรรมเชิงลึกทุกมิติจากพื้นที่ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ซึ่งการจัดการความรู้ตามแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุนทรียศาสตร์นั้นต้องใช้กิจกรรมที่หลากหลาย เพื่อให้ได้ข้อมูลครอบคลุมพื้นที่ทุกมิติ ทั้งนี้เรื่องราวดังกล่าวจะถูกนำมาถ่ายทอดให้

นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงการมีอยู่ของความงามในพื้นที่ Li (2017) ส่วนสุนทรียศาสตร์บ้านหนองบัวนั้นเป็นพื้นที่
ดั้งเดิมมีการผสมผสานกับการสร้างจุดท่องเที่ยวใหม่ตามที่นักท่องเที่ยววิไลหา แต่ก็ยังคงอัตลักษณ์ของชุมชน

Figure 1

Theory and Conceptual Framework of the Study



Note. Aesthetics and knowledge management in tourism areas. Own work.

การจัดการความรู้พื้นที่ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมบ้านหนองบัว

กลุ่มการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหนองบัว ตั้งขึ้นมาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2559 มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้ทุนทางธรรมชาติ ทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรมนำมาสร้างคุณค่า และมูลค่าเพิ่มด้วยการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรม โดยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวหลักคือ ศาลาพญาช้างและนางพมหมอม แหล่งโบราณคดีบ้านหนองบัว บ้านโบราณ 100 ปี กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าฝ้ายตุ่ย และกลุ่มการจักสาน ในรอบปีที่ผ่านมา มีองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) เข้าไปหนุนเสริมและเป็นพี่เลี้ยงร่วมกับภาครัฐอื่น ๆ เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเลย และสำนักงานพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง ส่งผลต่อการสั่งสมความรู้จากกระบวนการจัดการความรู้ โดยการสร้างประเด็นศึกษาพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมด้วยการใช้แนวคิดสุนทรียศาสตร์มาเป็นกรอบการศึกษาร่วมกับศาสตร์การจัดการความรู้จากคนในชุมชนบ้านหนองบัว เช่น การค้นหาคุณค่าของนิทานพญาช้างและนางพมหมอม การตีความหมายบ้านโบราณที่สัมพันธ์กับการดำเนินชีวิตในสังคม เช่น ปรัชญาชีวิตของความรัก สำหรับการจัดการความรู้ที่นำแนวคิดสุนทรียศาสตร์ไปใช้นั้นต้องใช้วิธีการสนทนากลุ่มด้วยการตั้งคำถาม ซึ่งคำตอบจะมาจากผู้เข้าร่วมสนทนาให้ความคิดอย่างหลากหลายมุมมอง โดยกลุ่มสนทนาจะมีการรับฟัง และการยอมรับถึงการมีอยู่ถึงคุณค่าความรู้ที่แฝงอยู่ในตัวคน กระบวนการดังกล่าวเรียกว่า “สุนทรียสนทนา” ซึ่งต้องทำอย่างต่อเนื่อง

ในบริบทของบทความนี้มีเนื้อหาการยกระดับพื้นที่การท่องเที่ยวด้วยแนวคิดการจัดการความรู้และสุนทรียศาสตร์พื้นที่การท่องเที่ยวบ้านหนองบัว อำเภอกุหลาบ จังหวัดเลย ได้ดำเนินการจัดการความรู้ 3 ขั้นตอน มีรายละเอียดดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การค้นหา และการรวบรวมความรู้ ด้วยการระบุแหล่งความรู้จากเอกสาร หนังสือ ตำรา งานวิจัยบนสื่อออนไลน์ และจากตัวบุคคลที่อาศัยอยู่ในชุมชน ได้แก่ ปราชญ์ท้องถิ่น นักวิชาการ หรือชาวบ้านในพื้นที่ ด้วยวิธีการจัดประชุม การสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์ จากนั้นจึงจัดระบบข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่ ส่วนขั้นตอนที่ 2 การจัดเก็บองค์ความรู้ด้วยการจัดพิมพ์เป็นเอกสารเผยแพร่ โดยการแยกองค์ความรู้ออกเป็นหมวดหมู่ ดังนี้ 1) กลุ่มประวัติศาสตร์ ได้แก่ ประวัติศาสตร์บ้านหนองบัว ประวัติบ้านโบราณตาสวนยายบัว 2) กลุ่มภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่ การทอผ้า การจักสาน การประดิษฐ์เครื่องดนตรีขอกระบัง 3) กลุ่มประเพณี ได้แก่ ประเพณีประจำปีงานพญาช้างและนางผมหอม 4) กลุ่มวิถีชีวิต ได้แก่ การทำเกษตรกรรม การเข้าวัดทำบุญฟังเทศน์ฟังธรรม การทำเครื่องประกอบพิธีกรรม เช่น การทำธง การทำบายศรีสู่ขวัญ 5) กลุ่มการใช้พืชท้องถิ่น และพืชสมุนไพร ได้แก่ กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์สุขภาพจากพืชสมุนไพร กลุ่มผ้าพิมพ์จากธรรมชาติ และ 6) องค์ความรู้การบริหารจัดการ ได้แก่ การบริหารงาน การบริหารคน การบริหารงบประมาณ การบริหารการตลาด และการประชาสัมพันธ์ และขั้นตอนที่ 3 การประยุกต์ใช้ความรู้ เช่น การปรับปรุงวิธีการปลูกฝ้ายแบบธรรมชาติ การย้อมเส้นใยฝ้ายจากพืชท้องถิ่น เช่น ฝาง ใบสัก ดอกดาวเรือง ส่วนเรื่องเล่าชุมชนได้ถูกนำมาจัดการใหม่ด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การประดิษฐ์ธงฝ้าย และการทำพานบายศรีสำหรับนำไปสักการะศาลพญาช้างและนางผมหอม และนำมาจำลองเป็นปราสาทฟางข้าวในพื้นที่บ้านนาแลนด โดยนำประเด็นที่พญาช้างได้มอบหมายให้บริวารไปสร้างปราสาทให้นางผมหอมได้อาศัยอยู่ จึงใช้เป็นจุดขายเพื่อสื่อสารเรื่องราว และบรรยากาศที่นางผมหอมหนีออกจากปราสาทไปกับเจ้าชาย ได้ทำให้พญาช้างโกรธ จึงใช้วงฟาดภูเขากองพังทลายลงเป็นภูเขาหน้าตัดที่เรียกว่า “ภูหอ” แสดงถึงการใช้นวัตกรรมคิดค้นและวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่า ดังนั้นผู้จัดการพื้นที่การท่องเที่ยวต้องปรับภาพลักษณ์พื้นที่ให้น่าหลงใหล มีความโดดเด่นด้วยสิ่งประกอบพื้นที่ เช่น ป้ายสื่อความหมาย เส้นทางเดิน กิจกรรมร่วมกับชุมชนให้กระชับใจ และมีความหมายต่อชีวิต (Yang et al., 2022)

แม้ว่าการจัดการความรู้จะสร้างองค์ความรู้ในมิติประวัติศาสตร์ มิติวัฒนธรรม และมีมิติสังคม เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน แต่กิจกรรมการจัดการความรู้ได้สร้างความรักความสามัคคีให้กับสมาชิก และคนในพื้นที่ได้แลกเปลี่ยนความคิดในรูปแบบสุนทรียสนทนา ได้ฝึกการเป็นผู้ฟังและผู้นำเสนอ ฝึกการหาเหตุและผล ฝึกการสื่อสารเรื่องราวที่มาจากความทรงจำที่ตีงาม ดังนั้นการจัดการความรู้จะทำให้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนก้าวหน้า สามารถหาช่องทางสื่อสารให้นักท่องเที่ยวรู้จัก และเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น โดยกลุ่มมีคาสโกลแกนเพื่อสร้างการตระหนักรู้ร่วมกันว่า “ท่องเที่ยวชุมชน ทุกคนคือดารา” Tepsongkroh & Tepsongkroh (2015) กล่าวว่า การจัดการความรู้ได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือพัฒนาการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งกระบวนการมีส่วนร่วมสะท้อน ค้นหาปัญหา วางแผน ตัดสินใจ และดำเนินการได้ช่วยให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ร่วมกัน ส่วนผลการจัดการความรู้ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์ จนประสบความสำเร็จนั้น

ล้วนมาจากปัจจัยดังนี้ 1) ความร่วมมือร่วมใจจากสมาชิกกลุ่ม การยอมรับฟังของสมาชิก การปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของกลุ่ม การสะท้อนปัญหา และหาแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) ผู้นำกลุ่มต้องมีศักยภาพด้านทักษะและความรู้ความเข้าใจ ตั้งใจ ซื่อสัตย์สุจริต สามารถจูงใจให้สมาชิกกลุ่มและชาวบ้านเข้าร่วมกิจกรรม 3) การมีทุนธรรมชาติ ทุนวัฒนธรรม และทุนสังคมที่เอื้อต่อการจัดการสืบค้น แสวงหาความรู้ และการจัดการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น และ 4) การสร้างแนวคิดที่ว่า “พอแล้วดี” ซึ่งพัฒนาจากแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง และแนวคิดเศรษฐกิจสีเขียวมาขับเคลื่อนทุกมิติของกลุ่ม เช่น ด้านการจัดการท่องเที่ยว ด้านเกษตรกรรม ด้านการทอผ้า ด้านงานจักสาน ด้านการบริหารจัดการ และ 5) การหนุนเสริมจากภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาได้ทำให้สมาชิกกลุ่มมีทักษะการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ได้พัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการในมิติคน มิติพื้นที่ และกิจกรรมท่องเที่ยว (Figure 2)

Figure 2

The integration of natural and cultural aesthetics to experiential tourism of Ban Nong Bua



Note. The application of historical and cultural knowledge in community tourism management at Nong Bua Village, utilizing the lush green rice field landscape and Phu Ho mountain from the legend of the Elephant King and Lady Fragrant Hair as a backdrop. This demonstrates the integration of natural aesthetics with cultural narratives to create valuable tourism experiences. Own work.

นอกจากนี้การจัดการความรู้บนฐานแนวคิดสุนทรียศาสตร์ และการมีส่วนร่วมของชุมชนยังส่งผลให้สมาชิกกลุ่มได้เข้าใจเนื้อหาเชิงลึกมากขึ้น โดยนัยเชิงความหมายที่แฝงอยู่จากพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ และพื้นที่ทางวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น แหล่งโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์บ้านหนองบัว ตำบลภูหอ ที่สื่อสารให้เห็นถึงรากเหง้าทางวัฒนธรรม การดำรงอยู่ของมนุษย์สมัยก่อนประวัติศาสตร์ผ่านหลักฐานทางโบราณคดี ได้แก่ โครงกระดูกมนุษย์ เครื่องประดับ และเครื่องปั้นดินเผา ผลจากการความเข้าใจที่ลึกซึ้ง ได้ทำให้ชุมชนนำข้อมูล

ไปใช้ในการตัดสินใจวางแผนจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเลือกเรียนรู้ตามความสนใจ และสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับกลุ่มการจัดการท่องเที่ยวภูเขาป่าเขา และกลุ่มการจัดการท่องเที่ยวบ้านพองหนีบ โดยมีกิจกรรมแบ่งปันประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการพื้นที่ การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว การจัดการบุคลากร และการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวร่วมกัน

สำหรับผลการจัดการความรู้ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์ มีประเด็นที่ยังไม่ประสบความสำเร็จ มีรายละเอียดดังนี้ 1) กระบวนการจัดการความรู้ยังไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ด้วยข้อจำกัดด้านเวลา และงบประมาณ จึงมีเพียงเฉพาะกลุ่มที่ใกล้ชิดสัมพันธ์กับการจัดการท่องเที่ยว มาร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และให้ข้อมูล 2) กลุ่มผู้เข้าร่วมจัดการความรู้ยังไม่เข้าใจคำวาทสุนทรียศาสตร์ที่ชัดเจน จึงต้องใช้เวลาเพิ่มมากขึ้นในการดึงประสบการณ์ที่ฝังลึกอยู่ในตัวเองออกมา ดังนั้นการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้จึงต้องสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์ให้ชัดเจนทุกครั้งก่อนการสนทนากลุ่ม 3) กลุ่มเป้าหมายที่มีความรู้เชิงลึกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ไม่สามารถสื่อสารข้อความยาว ๆ ได้ ทำให้ต้องใช้คำถามต่อเนื่องจนได้คำตอบที่เพียงพอ 4) สุนทรียศาสตร์ และสุนทรียภาพ เป็นเรื่องของประสบการณ์ และความรู้สึกเชิงลึก ดังนั้นผู้จัดสนทนากลุ่มต้องเติมเต็มความรู้ให้เข้าใจร่วมกันก่อน ถึงกระบวนการ และวิธีการให้เป็นข้อตกลงร่วมกัน

การยกระดับพื้นที่การท่องเที่ยวบ้านหนองบัวสู่การจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

ผลการจัดการความรู้พื้นที่การท่องเที่ยวบ้านหนองบัว ได้ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีประสบการณ์กับการจิบกาแฟท่ามกลางบรรยากาศจุดชมวิวภูเขา การอยู่ในพื้นที่ปราสาทพางข้าว หรือทดลองทำสมุนไพรสปาเท้า Li (2017) กล่าวว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวที่ถูกบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพจะสร้างการสัมผัสถึงคุณค่าที่แท้จริงของธรรมชาติและจิตวิญญาณ ซึ่งพื้นที่เหล่านี้ช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับสิ่งซึ่งงดงามเพื่อหวังผลด้านความเพลิดเพลิน ความละเอียดละไม ความสุขใจ ความอ่อนโยนของผู้คน บรรยากาศ การบริการ และที่พัก จนแยกแยะสิ่งที่มองเห็นได้อย่างละเอียด จนเข้าถึงความจริง ความดี และความงามของสรรพสิ่งได้ Yang et al. (2022) กล่าวว่า ความรู้สึกสุนทรียภาพเกิดจากการหลอมรวมของธรรมชาติแวดล้อมอย่างลงตัว มีองค์ประกอบที่ปรากฏตัวแก่สายตาที่เด่นชัด เช่น สี รูปทรง วัตถุสิ่งของ การบริการ การตกแต่งสถานที่ หรือบรรยากาศของสถานที่นั้น ๆ สำหรับพื้นที่การท่องเที่ยวบ้านหนองบัวนั้นถูกวางตำแหน่งทางการตลาด (positioning) ให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์เน้นใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 เช่น การสปาเท้า การทำธูป และบายศรี ดังนั้นความรู้ทางสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยว จึงได้ถูกนำไปวางแผนการพัฒนาพื้นที่ และกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังที่ Phoungmanee (2025) ที่กล่าวว่า การจัดการท่องเที่ยวชุมชนต้องการปรับพื้นที่ให้สวยงามตรึงใจ มีบรรยากาศที่น่าหลงใหล มีบุคลากรที่มีทักษะการให้บริการ โดยผู้จัดการท่องเที่ยวต้องสื่อสารเรื่องราวผ่านภาพ และข้อเขียนบนสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ได้ ส่วนผลการยกระดับพื้นที่การท่องเที่ยวบ้านหนองบัวด้วยแนวคิดการจัดการความรู้ และสุนทรียศาสตร์ มีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านชุมชน แบ่งเป็น 3 มิติดังนี้ คือ 1) มิติการเรียนรู้ และการอนุรักษ์วิถีชีวิต และวัฒนธรรม โดยชุมชนได้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และร่วมกันค้นคว้าองค์ความรู้ต่าง ๆ เช่น นิทานพญาช้างและนางผมหอม การทอผ้า การปลูกฝ้ายพันธุ์พื้นเมือง ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมท้องถิ่นบ้านหนองบัว จากนั้นจึงร่วมกันจัดทำข้อมูลเชิงเอกสารเผยแพร่ และนำมาใช้ประโยชน์ต่อการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยว การสื่อสารการท่องเที่ยว การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว การบริหารจัดการคน งบประมาณ และงาน 2) มิติการบริหารจัดการท่องเที่ยว ได้แก่ การกำหนดบุคลากรท่องเที่ยว การบริหารจัดการกลุ่ม การกำหนดกลยุทธ์ และการบริหารจัดการด้านบุคลากร ด้านกิจกรรม ด้านงบประมาณ การแสวงหาบุคลากรเครือข่ายมาร่วมดำเนินการ และ 3) มิติความสามัคคี ความเชื่อ ความภาคภูมิใจของชุมชน การสร้างรายได้เสริม การแบ่งปันความรู้ การอนุรักษ์พื้นที่ประวัติศาสตร์ และพื้นที่วัฒนธรรม เช่น การร่วมกันทำธงสักการะพญาช้าง การร่วมเป็นเจ้าของที่ดี ร่วมแบ่งปัน และการสื่อสารด้วยวิธีการ “สุนทรียสนทนา”

Figure 3

Cultural tourism activity



Note. (Left) Reviving the culture of Thungsakkara for Phraya Chang Shrine that District Chief, Village Headman, Academic, Culturalist and Villager. (Right) Activities to create awareness by handicraft market that tourism networks participating in the event. Own work.

2. ด้านการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 2 มิติดังนี้ คือ 1) มิติการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยชุมชนร่วมกันออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมท้องถิ่นบ้านหนองบัว วิถีชีวิต และวัฒนธรรม การพัฒนานี้ประกอบด้วย การกำหนดจุดท่องเที่ยวใหม่ เช่น ศาลเจ้าพ่พญาช้างและนางผมหอม บ้านโบราณ และบานาน่าแลนด์ 2) มิติการสร้างประสบการณ์เชิงคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวด้วยกิจกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วย การเล่าเรื่องราวนิทานพญาช้างและนางผมหอม การทำพานบายศรีสู่ขวัญ และการ

ทำธุรกิจการระศาลพญาช้างและนางผมหอม การแปรรูปสมุนไพรเพื่อทำสปาเท้า กิจกรรมเหล่านี้มีการเล่าเรื่อง ที่เชื่อมโยงเรื่องราวในอดีตเช่นจิตวิญญาณที่แฝงเน้นในพื้นที่ป่าภูหลวงกับปัจจุบันที่เปลี่ยนไปให้กับ นักท่องเที่ยวรับรู้ด้วย (Figure 3)

3. ด้านเศรษฐกิจชุมชน ชาวบ้านมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายเครื่องจักสาน ผ้าทอ การบริการสปาเท้า กิจกรรมตามเส้นทางท่องเที่ยว การเข้ามาศึกษาดูงานแหล่งเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง และโฮมสเตย์ มีกิจกรรมหลัก 2 ลักษณะดังนี้ คือ 1) การจัดงานคราฟต์เฟสติวัล (craft festival) ที่มีแนวคิดเกษตรสีเขียว เพื่อสร้างการรับรู้การท่องเที่ยวและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน จัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง ณ พื้นที่บานาน่าแลนด์ โดยมีภาครัฐเข้าร่วมขับเคลื่อน 2) การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ 6 พื้นที่หลัก ดังนี้ (1) พื้นที่บานาน่าแลนด์ เน้นการพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติที่สงบ กิจกรรมสปาเท้า การพิมพ์ผ้าจากธรรมชาติ การชิมเครื่องดื่มชื่อ “ส่วงวะ” ที่ผสมจากวัตถุดิบในชุมชน ได้แก่ อ้อย มะนาว เกลือ และน้ำผึ้ง (2) พื้นที่บ้านนาหนองกอก จัดกิจกรรมเกษตรพอเพียง (3) พื้นที่วัดโนนสว่าง และศาลพญาช้าง กิจกรรมการไหว้พระ การประดิษฐ์ธูป และการทำพานบายศรีสักการะศาลพญาช้าง (4) พื้นที่การเรียนรู้แหล่งโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์บ้านหนองบัว นักท่องเที่ยวจะได้รับฟังการบรรยายประวัติศาสตร์บ้านหนองบัว และการชูดัชนีของกรมศิลปากร (5) พื้นที่บ้านโบราณ จัดกิจกรรมเรียนรู้เครื่องจักสาน และการทอผ้าจากปราชญ์ท้องถิ่น และ (6) พื้นที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้า ได้แก่ กิจกรรมย้อมผ้าสีธรรมชาติ การทอผ้า และการซื้อผ้าฝ้าย นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมเสริมสร้าง การรับรู้การท่องเที่ยว เช่น การใช้ผ้าพื้นบ้านออกแบบแฟชั่นสไตล์ชุมชน และการจัดกิจกรรมดนตรีเยาวชน กล่าวได้ว่า ผลการจัดการความรู้พื้นที่การท่องเที่ยวบ้านหนองบัวอย่างมีระบบ ได้ช่วยให้สมาชิกกลุ่มเข้าใจ พร้อมนำองค์ความรู้มาใช้พัฒนาศักยภาพพื้นที่ และการจัดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เพื่อให้มีรายได้เสริมจากงานเกษตรกรรม อันเป็นการสร้างคุณค่าและมูลค่าของพื้นที่ให้กับชุมชน

สรุป

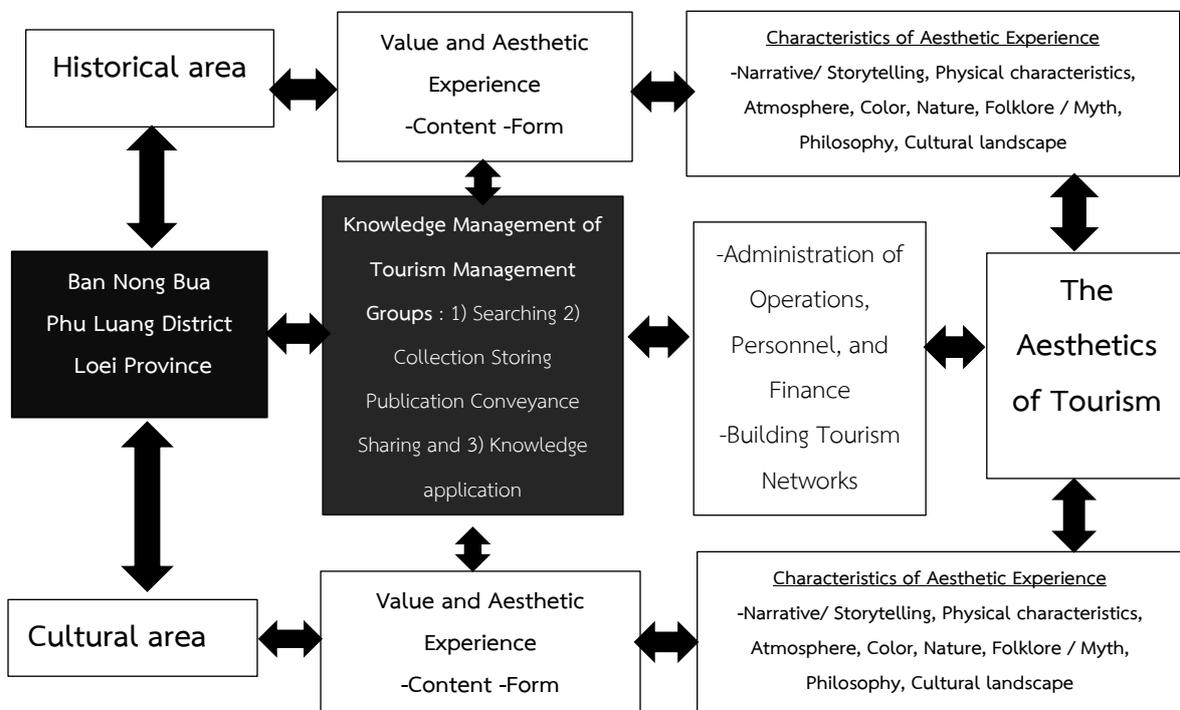
การยกระดับพื้นที่การท่องเที่ยวด้วยแนวคิดการจัดการความรู้ และสุนทรียศาสตร์ กรณีกลุ่มการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหนองบัว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย เป็นกระบวนการที่หลอมรวมภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยใช้แนวคิดสุนทรียศาสตร์เป็นตัวเชื่อมโยงเพื่อถ่ายทอดคุณค่าผ่านประสาทสัมผัสและการสร้างประสบการณ์ร่วม สำหรับการจัดการความรู้ได้แสดงถึงองค์ความรู้ที่จับต้องได้ผ่านกิจกรรมท่องเที่ยว และภูมิทัศน์ที่สวยงาม ส่วนองค์ความรู้ที่จับต้องไม่ได้สามารถรับรู้ได้ผ่านมิตรภาพ ความเชื่อ และจิตวิญญาณแห่งภูหลวงที่สืบทอดกันมา เมื่อนำมาผสมเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชุมชน จึงทำให้ชุมชนได้เปลี่ยนบทบาทมาเป็นผู้จัดกิจกรรมถ่ายทอดประสบการณ์ทางสุนทรียภาพผ่านการลงมือทำ และรับฟังการเล่าเรื่องที่มีเสน่ห์บนฐานทรัพยากรของชุมชน ดังนั้น การจัดการความรู้จึงเป็นกระบวนการยกระดับชุมชนไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวทางสุนทรียศาสตร์ที่ยั่งยืน ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา และวัฒนธรรม

องค์ความรู้ใหม่

การยกระดับพื้นที่การท่องเที่ยวบ้านหนองบัว อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย ด้วยแนวคิดการจัดการความรู้ และสุนทรียศาสตร์ใช้กระบวนการมีส่วนร่วมถอดบทเรียน โดยดำเนินกิจกรรมหลากหลายมิติทั้งการประชุม การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์ให้ได้ข้อมูลนำมาเรียบเรียงอย่างเป็นระบบ ผ่านกระบวนการค้นหา การจัดการเก็บและการเผยแพร่ข้อมูล และการประยุกต์ใช้ข้อมูลสู่การบริหารจัดการคน พื้นที่ งบประมาณ และกิจกรรมท่องเที่ยว โดยระหว่างดำเนินการจัดการกิจกรรมการจัดการความรู้ กลุ่มการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้บันทึกองค์ความรู้ พัฒนาพื้นที่ บุคลากร และกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วย โดยผลกระทบที่เกิดขึ้นได้สร้างความเข้มแข็ง จนนำไปสู่การมีทักษะการบริหารจัดการด้วยแนวคิดทางสุนทรียทางการท่องเที่ยว โดยนำสิ่งที่มีคุณค่าเชิงรูปแบบและเนื้อหาการบริหารจัดการพื้นที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวให้แตกต่าง โดดเด่น และสร้างประสบการณ์เชิงคุณค่าจากการร่วมเรียนรู้ และปฏิบัติการกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกับชาวบ้าน โดยคุณลักษณะที่จะให้ประสบการณ์ทางสุนทรียภาพ ได้แก่ เรื่องเล่าชุมชน ลักษณะทางกายภาพ บรรยากาศความสงบและวิถีชุมชน สีสัน นิทานพื้นบ้าน ปรัชญา และพื้นที่ภูมิทัศน์วัฒนธรรม (Figure 4)

Figure 4

New knowledge framework diagram



Note. Diagram for Knowledge Management in the Context of Nong Bua Village Area: Discovering Knowledge in Historical and Cultural Areas for Community Tourism Application. Own work.

เอกสารอ้างอิง

- Afarin, F., & Nikfarjam, B.A. (2021). Aesthetics of tourism according to Kant's attitude to the nature in critique of judgment. *Philosophical investigations*, 15(37), 546-579.
<https://doi.org/10.22034/jpiut.2021.46631.2875>
- Breiby, M.A., & Slatten, T. (2018). The role of aesthetic experiential qualities for tourist satisfaction and loyalty. *International journal of culture, tourism and hospitality research*, 12(1), 1-14. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-07-2017-0082>
- Kaewsanga, K., & Chamnongsri, N. (2015). Knowledge management of creative tourism in cultural tourist attractions, Phimai district, Nakhon Ratchasima. *Suranaree J. Soc. Sci.*, 9(2), 79-103. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sjss/article/view/45142/37356>
- Kanpai, T., & Prachong, B. (2020). The perceived aesthetics value of art and recognizing the importance of Waterfront Community Chantaboon through the perceived experience by the community and tourist as the major attractions of Chanthaburi. *Journal of humanities and social sciences Nakhon Phanom University*, 10(2), 74-81.
- Khadvichai, A. (2018). *A study of aesthetic perception of religious architecture: A case study of Borobudur and Candi Prambanan, Indonesia*. Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Chiang Mai Campus.
- Khuanma, B. (2020). *The factors relating to Thai tourists' motivation to visit Kong Kong Market at Bang Pa-In District in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province*. [Master's thesis, University of Phayao]. UPDC. <https://updc.up.ac.th/handle/123456789/939>
- Kirillova, K., Fu, X., Lehto, X., & Cai, L. (2014). What makes a destination beautiful? Dimensions of tourist aesthetic judgment. *Tourism management*, 42, 282-293.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.12.006>
- Li, L. (2017). Analysis on relationship between tourism aesthetics and development and utilization of tourism resources. *Advances in economics, business and management research*, 48, 361-365. <https://doi.org/10.2991/iemetc-17.2017.75>
- Obasi, N.T. (2015). Tourism aesthetics and Values. *Journal of tourism and heritage studies*, 4(1-2), 48-56. <https://doi.org/10.33281/JTHS20129.2015.4.1&2.4>

- Phoungmanee, T. (2025). Street art: Aesthetic spaces and driving cultural tourism in Loei municipality, Muang district, Loei province. *Research and development journal, Loei Rajabhat University*, 20(71), 1-13. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru/article/view/276455>.
- Tepsongkroh, P., & Tepsongkroh, J. (2015). Natural resources-based knowledge management for community tourism in Satingpra district, Songkhla province. *Journal of humanities and social sciences, Thaksin University*, 10(1),9-33. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/HUSOTSU/article/view/42982>
- Thinthan, K., & Pangkesorn, A. (2023). Passing on cultural identity through the value of experience creative tourism in war areas. *Journal of multidisciplinary in humanities and social sciences*, 6(1), 246-257. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jmhs1_s/article/view/262011.
- Yang, W., Chen, Q., Huang, X., Xie, M. & Guo, Q. (2022). How do aesthetics and tourist involvement influence cultural identity in heritage tourism. The mediating role of mental experience. *Environmental psychology*, 13, 1-17. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.990030>.