

ยุทธศาสตร์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี

The Management Strategy for Tourist Attractions at the Sacred Site of Khamchanod, Bandung District, Udonthani Province

ณพวัศกร์ เดชชาตรี¹, กฤตติกา แสนโภชน²,
อรุณศรี อื้อศรีวงศ์³ และ ธนกรฤต ทูริสุต⁴
Noppawat Detchatree¹, Krittika Sanpot²,
Arunsri Auesriwong³ and Thanakrit Turisut⁴

^{1,2,4}ยุทธศาสตร์การพัฒนา,

^{1,2,4}Development Strategy

³คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

³Faculty of Humanities and Social Sciences

¹⁻⁴มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

¹⁻⁴Udon Thani Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพทั่วไปและปัญหาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี 2) กำหนดยุทธศาสตร์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี 3) ประเมินยุทธศาสตร์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method Research) กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย ผู้นำชุมชนจำนวน 20 คน คณะกรรมการบริหารคำชะโนด 12 คน ผู้ทรงคุณวุฒิ 40 คน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 20 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ แบบสนทนากลุ่ม กระบวนการประชุมเพื่อสร้างอนาคตร่วมกัน (F.S.C.) SWOT Analysis และแบบประเมิน เป็นเครื่องมือ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ใช้สถิติค่า

ความถี่ ค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพทั่วไป คำชะโนดมีพื้นที่ประมาณ 20 ไร่ มีต้นชะโนด 1,865 ต้น ในฤดูน้ำหลากคำชะโนดจะลอยตัวขึ้น เวล่าน้ำลดคำชะโนดก็จะคงอยู่กับที่ มีศาลปู่ศรีสุทโธ ที่เป็นนาคาธิปไตยซึ่งเชื่อว่าผู้ไปกราบขอพรจะเกิดบารมี และมีโชคลาภ มีบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ เรียกว่าบ่อบึงพญานาค มีความกว้าง 5 เมตร ยาว 5 เมตร ก่อขอบบึงเป็นตัวพญานาคสูงกว่า 120 เซนติเมตร และมีตำนานผีจาง ฉายหนึ่ง 2) ปัญหาการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย (1) การขาดทิศทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว (2) สินค้าและบริการขาดคุณภาพ (3) คณะกรรมการบริหารขาดความรู้ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว 3) กำหนดยุทธศาสตร์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด เป็น 4 ยุทธศาสตร์ คือ (1) ยุทธศาสตร์ส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว (2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าและการบริการ (3) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว (4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว 4) ผลการประเมินยุทธศาสตร์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด ด้านความเป็นไปได้ และด้านความเป็นประโยชน์ ทั้ง 4 ยุทธศาสตร์มีค่าคะแนนรวมทุกด้านเกินร้อยละ 60 ถือว่า ผ่านเกณฑ์การประเมิน

คำสำคัญ : พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์, คำชะโนด, การจัดการแหล่งท่องเที่ยว

Abstract

The objectives of this study were: 1) to investigate the circumstances and problems of tourist attractions management at the sacred site of Khamchanod, Bandung District, Udon Thani Province; 2) to propose the management strategy for tourist attractions at the sacred site of Khamchanod, Bandung District, Udon Thani Province; and 3) to evaluate the management strategy for tourist attractions at the sacred site of Khamchanod, Bandung District, Udon Thani Province. Mixed method research was used in this study. The target groups were 20 community leaders, 12 management committees at the sacred site of Khamchanod, 40 experts, and 20 stakeholders. Research instruments were the interview form and focus group discussion form. Future Search Conference (F.S.C.), SWOT Analysis and evaluation form, content analysis including frequency counts and percentages were used to analyze the data. The results were revealed as follows: 1) The generality: Khamchanod has an area of approximately 20 acres with 1,865 Chanod trees. In flood season, Khamchanod will rise at low tide and will remain in place. There is a shrine of Sri Suttho Naka, a mulatto who believes to respectfully wish to glory and fortune. There is a sacred pond serpent called the chimney with a width of 5 meters long by 5 meters before the cement is greater than 120 centimeters, and the dragon is a legendary ghost employment screening. 2) The problems of the sacred site of Khamchanod were (1) lack of direction in the promotion of tourism, (2) lack of quality products and services, (3) lack of knowledge of the executive board in the management of tourist destinations. 3) There were four proposed management strategies for tourist attractions at the sacred site of Khamchanod as follows: Strategy I: Tourism Promotion, Strategy II: Development of products and services, Strategy III: Tourism administration and management, and Strategy IV: Development of human resources in tourism. 4) The evaluation

of feasibility and utilization of management strategy for tourist attractions at the sacred site of Khamchanod was found that the overall scores were above 60 percent which passed the evaluation criteria.

Keywords: Sacred site, Khamchanod, Management for tourist attractions

บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม องค์การการท่องเที่ยวโลกได้พยากรณ์ว่าในปี พ.ศ.2563 น่าจะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเป็นจำนวนถึง 1,600 ล้านคน รัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว จึงได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 เพื่อเป็นแผนหลัก ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ แม้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะให้ผลลัพท์ทางเศรษฐกิจเป็นมูลค่าสูงและให้ประโยชน์แก่สังคมในหลายด้าน แต่ขณะเดียวกันการท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างรวดเร็วมุ่งเน้นแต่ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในระยะสั้น ขาดการควบคุมและการกำหนดทิศทางการพัฒนาก็ก่อให้เกิดผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาดังกล่าวส่งผลให้มีการเรียกร้องให้มีการท่องเที่ยวแบบใหม่ ที่เน้นความรับผิดชอบต่อ แหล่งท่องเที่ยวภายใต้การจัดการแบบมีส่วนร่วมของชุมชนผ่านรากฐานแห่งความเชื่อความศรัทธาในความศักดิ์สิทธิ์ของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งรัฐบาลได้กำหนดนโยบายการจัดการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการปรับยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเร่งพัฒนา บุรณะ พื้นฟูมรดกและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม เน้นความสำคัญเชิง พื้นที่กับการให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว บนฐานความเชื่อความศรัทธามากขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

การท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ เป็นการท่องเที่ยวในบริบทของแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับ ความเคารพ ศรัทธา และความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโลกมนุษย์กับสิ่งเหนือธรรมชาติ (J.P.Brereton,1987) โดยมีกระบวนการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวผ่านเรื่องเล่า การผูกเรื่องราว และตำนานในอดีต ออกมาเป็นเรื่องราว เล่าขานสืบต่อกันมาจนกลายเป็นความเชื่อในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์มาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งตำนานที่ถูกเอาไวได้เชื่อมโยงความเป็นตัวตนของคนในชุมชนเข้ากับพลังอำนาจบางอย่างที่ไม่สามารถอธิบายได้ระหว่างความสัมพันธ์ของ มนุษย์กับธรรมชาติ (Valipodom, 1999)

แหล่งท่องเที่ยวคำชะโนด ตั้งอยู่ในพื้นที่บ้านโนนเมือง ตำบลบ้านม่วง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี เป็นพื้นที่ธรรมชาติแห่งหนึ่งที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ที่เรียกว่า Authenticity เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะคือมีต้นชะโนดซึ่งอยู่ในตระกูลเดียวกับปาล์ม มีลักษณะคล้ายๆ ต้นตาล ต้นหมาก ต้นมะพร้าวรวมกัน แต่สูงกว่า ต้นชะโนดนี้ประมาณอายุไม่ได้ มีความสูงราว 30 เมตร มีจำนวนกว่า 1,865 ต้น ซึ่งไม่ปรากฏว่ามีต้นชะโนดที่ใดในโลกที่มีจำนวนมากขนาดนี้ เป็นดินแดนที่หลายคนเชื่อว่าทุก ตา รางนี้มีความศักดิ์สิทธิ์ ภายในป่าคำชะโนดนั้นมีสถานที่ศักดิ์สิทธิ์คือศาลเจ้าปู่ศรีสุทโธนาคราชที่เป็นที่เคารพศรัทธาของชาวบ้าน โดยเฉพาะเกิดเหตุการณ์ผีจ้าง ขายหนังในปี พ.ศ. 2532 นับแต่นั้นเป็นต้นมาผู้คนทั่วสารทิศก็เดินทางเข้ามาชมความมหัศจรรย์วันละหลายพันคน ทำให้พื้นที่ที่เคยสงบเงียบกลายเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่มากล้นด้วยนักท่องเที่ยวที่หลากหลายรูปแบบ ในปี พ.ศ. 2533 มีชุดลอกโดยรอบคำชะโนดเพื่อเป็นอ่างน้ำ มีการสร้างสะพานคอนกรีตเสริมเหล็กเข้าเมืองคำชะโนด และสร้างศาลเจ้าปู่ศรีสุทโธหลังใหม่ ส่วนบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์มีการสร้างรูปปั้นพญานาคล้อมรอบขอบบ่อ ส่วนภายนอกนั้นมีการสร้างถนนรอบเกาะคำชะโนด สิ่งเหล่านี้เกิดผลกระทบ ต่อระบบนิเวศอันเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ต้นชะโนดเหี่ยวเฉาและตายลง คำชะโนดไม่สามารถเคลื่อนที่ขึ้นลงได้ดังแต่ก่อน แต่ความเชื่อความศรัทธา ความใคร่รู้ในสิ่งลี้ลับของผู้คนยังไม่จางหาย ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ชุมชนต้องมีความพร้อมในการดูแลและจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีความรู้ความเข้าใจ หรือตระหนักในคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม และธรรมชาติของท้องถิ่น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด โดยต้องการค้นหาคำตอบร่วมกับชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียว่า ยุทธศาสตร์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นการพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นั้นมีวิธีการและขั้นตอนอย่างไรเพื่อจัดการให้พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์มีการพัฒนาศักยภาพและเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์รองรับนักท่องเที่ยวเกิดการท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนและเหมาะสมกับพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาสภาพทั่วไปและปัญหาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี 2. กำหนดยุทธศาสตร์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี 3. ประเมินยุทธศาสตร์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี

ในการนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 8 ส่วน ประกอบด้วยส่วนที่หนึ่ง ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ส่วนที่สองการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) ผลการศึกษาพบว่ากระบวนการจัดการเชิงยุทธศาสตร์ประกอบไปด้วย (1) การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Analysis) (2) การกำหนดกลยุทธ์ (Strategic Formulation) (3) การนำกลยุทธ์ ไปสู่การปฏิบัติ (Strategic Implementation) และ (4) การประเมินและควบคุมกลยุทธ์ (Strategic Evaluation and Control) ส่วนที่สาม แนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนา ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนามควรใช้รูปแบบ SWOT (SWOT Model) ซึ่งมีขั้นตอนสำคัญ 3 ขั้นตอนคือการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน โดยเทคนิค SWOT Analysis กำหนดยุทธศาสตร์ทางเลือกด้วยเทคนิค SWOT Matrix และเลือกยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมโดยพิจารณาความเป็นไปได้ของการนำไปปฏิบัติ ส่วนที่สี่แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การท่องเที่ยวชุมชน ส่วนที่ห้าทฤษฎีการบริหารจัดการ ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการบริหารจัดการประกอบด้วย 1) การวางแผน (Planning) 2) การจัดองค์การ (Organizing) 3) การบังคับบัญชาสั่งการ (Commanding) 4) การประสานงาน (Coordinating) 5) การควบคุม (Controlling) ส่วนที่หกแนวคิด ทฤษฎีการมีส่วนร่วม ผลการศึกษาพบว่า กิจกรรมในการมีส่วนร่วม ได้แก่ การร่วมศึกษาข้อมูล ตัดสินใจในแนวทางการพัฒนา การวางแผนพัฒนา การปฏิบัติตามแผน การรับผลประโยชน์และร่วมกันติดตามประเมินผล ส่วนที่เจ็ดเทคนิคการประชุมเพื่อสร้างอนาคตร่วมกัน ผลการศึกษาพบว่าเทคนิคการประชุมเพื่อสร้างอนาคตร่วมกัน (Future Search Conference : F.S.C.) ที่เหมาะสมควรประกอบด้วย 8 ขั้นตอนดังนี้ 1) เส้นแบ่งเวลา 2) การเข้าใจอดีตสู่ปัจจุบัน 3) การหยั่งเห็น 4) แผนที่ความคิด 5) มุมมองของผู้เกี่ยวข้อง 6) ความภูมิใจ (จุดแข็ง

และโอกาส)และข้อจำกัด (จุดอ่อนและอุปสรรค) 7) การกำหนดทิศทางและประเด็นยุทธศาสตร์ และ 8) ร่างยุทธศาสตร์ ส่วนที่แปดพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์และสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ผลการศึกษาพบว่าพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์เป็นสถานที่สื่อสารกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่แสดงพลังพละนาภาพอันศักดิ์สิทธิ์ เป็น สมมติโลกแห่งจินตนาการในคติความเชื่อให้ปรากฏ ผลการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องนี้ ผู้วิจัยใช้ประโยชน์ในการสร้างเครื่องมือในการวิจัยและกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ เป็นกระบวนการวิจัยและพัฒนา (Research and Development Research) ใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method Research) คือ การวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพทั่วไปและปัญหาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ คำชะโนด โดยศึกษาสภาพทั่วไปของชุมชนคำชะโนดในด้าน 1) ประวัติความเป็นมาของพื้นที่ 2) ลักษณะทางด้านกายภาพ 3) ด้านเศรษฐกิจ 4) ด้านสังคมวัฒนธรรม 5) ภูมิปัญญา 6) ด้านฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว และ 7) โครงการพัฒนาที่ผ่านมา และศึกษาปัญหาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์คำชะโนดในประเด็น 1)การส่งเสริมการท่องเที่ยว 2) การพัฒนาสินค้าและบริการ 3) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi Interview Structure) สัมภาษณ์ผู้นำชุมชนจำนวน 20 คน ประกอบด้วย กำนัน 1 คน ผู้ใหญ่บ้าน 14 คน สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านม่วง จำนวน 2 คน นายกองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 1 คน และสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน 2 คน ผลการศึกษพบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำนวน 20 คน เป็นชาย 17 คน เพศหญิง 3 คน อายุอยู่ระหว่าง 40-50 ปี มากที่สุด 12 คน ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 16 คน และเก็บข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม กับคณะกรรมการบริหารคำชะโนด จำนวน 12 คน

ระยะที่ 2 การกำหนดยุทธศาสตร์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด ระยะนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมุ่งเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เก็บข้อมูลจากเวทีประชาคมซึ่งประกอบด้วยปราชญ์ชาวบ้าน เจ้าอาวาส นายอำเภอบ้านดุง กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้กำกับการสถานีตำรวจตม นายกองดีการบริหารส่วนตำบลบ้านม่วง สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านม่วง ตัวแทนผู้ประกอบการ ตัวแทนชุมชนและคณะกรรมการบริหาร คำชะโนด จำนวน 40 คน โดยใช้เทคนิคการประชุมเพื่อสร้างอนาคตร่วมกัน (Future Search Conference -F.S.C.) ซึ่งเป็นกระบวนการประชุมแบบมีส่วนร่วมโดยผู้เข้าร่วมประชุมเป็นผู้แทนกลุ่มที่มีความหลากหลายทั้งประเภทและระดับชั้น กำหนดกรอบไว้ 8 ขั้นตอนร่วมกับเทคนิค SWOT Analysis ดังนี้ 1. เส้นแบ่งเวลา 2. การเข้าใจอดีตสู่ปัจจุบัน 3. การแสดงความคิดเห็น 4. การสร้างแผนที่ความคิด 5. มุมมองของผู้เกี่ยวข้อง 6. ความภูมิใจและข้อจำกัด 7. การกำหนดทิศทางยุทธศาสตร์และประเด็นยุทธศาสตร์ (SWOT Model) 8. การจัดทำร่างยุทธศาสตร์

ระยะที่ 3 การประเมินยุทธศาสตร์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด ระยะนี้เก็บข้อมูลจากแบบประเมินความเป็นไปได้และประเมินความเป็นประโยชน์ โดยผู้ประเมินประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว ปราชญ์ชาวบ้าน คณะกรรมการบริหาร คำชะโนดและนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 20 คน

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาสภาพทั่วไปและปัญหาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ คำชะโนด

ชุมชนคำชะโนด เป็นชุมชนที่มีพื้นที่เชื่อมโยงติดต่อกับป่าคำชะโนดทั้งด้านพื้นที่และด้านตำนานวัฒนธรรม เริ่มมีการตั้งบ้านเรือนในปี พ.ศ. 2523 มีประชากรอยู่อาศัยเพียง 10 กว่าหลังคาเรือนเท่านั้น ต่อมาได้มีชาวบ้านต่างถิ่นย้ายเข้ามาอยู่มากขึ้น เพราะความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ ซึ่งอยู่ใกล้คำชะโนด อีกทั้งบริเวณที่ตั้งของหมู่บ้านอยู่บนที่สูงน้ำท่วมไม่ถึงจึงเหมาะเป็นอย่างยิ่งที่จะมาตั้งบ้านเรือนถิ่นฐานอาศัยอยู่

ทำมาหากินและที่สำคัญก็คือ อยู่ใกล้วัดศรีสุทโธและป่าคำชะโนด ซึ่งชาวบ้านมีความเลื่อมใสศรัทธาเชื่อถือเคารพในความศักดิ์สิทธิ์ของเจ้าปู่ศรีสุทโธ เมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2538 ได้เปลี่ยนชื่อหมู่บ้านคำชะโนดมาเป็นหมู่บ้านโนนเมืองตั้งแต่นั้นมา มีนายวิเชียร แสนสุขเป็นผู้ใหญ่บ้าน ปัจจุบันมีประชากร 165 ครัวเรือน มีระยะห่างจากอำเภอบ้านดุงประมาณ 20 กิโลเมตร ห่างจากจังหวัดอุดรธานี ประมาณ 80 กิโลเมตร คำชะโนดในภาษาถิ่น “คำ” หมายถึง พื้นที่มีน้ำขังน้ำซึมไม่เคยเหือดแห้ง ส่วน “ชะโนด” หรือ “สะโนด” ในภาษาถิ่น หมายถึง ต้นไม้ที่มีลักษณะประหลาด ประสมกันระหว่างต้นหมาก ต้นตาล และต้นมะพร้าว จัดอยู่ในพืชประเภทปาล์มที่ไม่มีหนาม คือมีลักษณะคล้ายต้นตาลแต่เล็กกว่า ขนาดประมาณต้นมะพร้าวแต่สูงกว่า มีความสูงประมาณ 30 เมตร ลำต้นมีกาบห่อหุ้ม ส่วนก้านและใบจะมีลักษณะคล้ายก้านตาล ใบตาล แต่มีหนามยาวและแหลมคมกว่าใบตาล มีผลเป็นพวง ขนาดเล็กกว่าผลองุ่นรับประทานไม่ได้ ต้นชะโนดมีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *Livistona saribus* มี 2 เพศ คือ เพศผู้และเพศเมีย ต้นชะโนดเพศเมียนั้นในฤดูก่อนจะออกรวงลูก บริเวณคอต้นจะมีสีแดงเรื่อๆ เพราะเชื่อว่าต้นชะโนดเพศเมียมีประจำเดือนและออกลูก ส่วนต้นชะโนดเพศผู้นั้นจะไม่มีสีแดงตรงคอต้นที่ต่อกับใบ คำชะโนดมีพื้นที่ทั้งหมด 365 ไร่ แต่เฉพาะส่วนที่เป็นเกาะมีประมาณ 20 ไร่ ประกอบไปด้วย ต้นชะโนด 1,865 ต้น โดยประมาณ นอกจากนั้นจะเป็นต้นไทร ต้นมะเดื่อ ต้นประดงเลื้อย ต้นผักกูด เฟิร์น เป็นต้น และยังมีสัตว์ป่าเช่น กระรอก กระแต เต่าเพ็ก เต่านา งูเห่ลือม จระเข้ จงอาง ค้างคาว ที่สำคัญคือ มีบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ เรียกว่าบ่อล่องพญานาค เดิมมีความกว้างเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 1 เมตร ปัจจุบันมีการปรับปรุงจนมีความกว้าง 5 เมตร ยาว 5 เมตร ก่อขอบปูนเป็นตัวพญานาคสูงกว่า 120 เซนติเมตร เป็นบ่อน้ำที่ลึกมาก โดยพ่อของนายประดิษฐ์ ชันอาษา ผู้นำทางพิธีกรรม (เจ้าในภาษาท้องถิ่น) เคยนำไม้ไผ่ 6 ลำ ต่อกันยังความลึกของบ่อน้ำแต่ก็ยังไม่ถึง และน้ำในบ่อไม่เคยแห้งเลย เชื่อว่าบ่อน้ำแห่งนี้สามารถทะลุไปถึงแม่น้ำโขงได้ ระดับน้ำขึ้นลงได้เช่นเดียวกับระดับน้ำในแม่น้ำโขง มีพองอากาศผุดขึ้นเป็นระยะๆ ชาวบ้านเชื่อกันว่าเป็นลมหายใจของพญานาคที่อยู่ในเมืองบาดาล น้ำศักดิ์สิทธิ์นี้มีคนนำไปดื่มรักษาโรคต่างๆ ได้ ชาวบ้านที่เจ็บป่วยก็จะจุดธูปอธิษฐานขอพรจากปู่ศรีสุทโธเพื่อให้หายจากเจ็บป่วยหรือความทุกข์ยาก ความศักดิ์สิทธิ์ของน้ำ

ที่บ่อคำชะโนดนี้ถือเป็นน้ำศักดิ์สิทธิ์ของจังหวัดอุดรธานี ได้นำขึ้นทูลเกล้าฯ ถวายในงานพระราชพิธีมงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 5 รอบ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 เมื่อวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2530 ใกล้กับบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ จะมีศาลปู่ศรีสุทโธ ถ้าใครได้ไปกราบไหว้บูชาแล้วเชื่อว่าปู่ศรีสุทโธก็จะบันดาลให้เกิดบารมี เป็นที่ยำเกรงต่อบุคคลทั่วไป และจะสมปรารถนาในสิ่งที่กราบขอพร หากบนแล้วต้องแก้บน ถ้าไม่แก้บนจะเกิดเภทภัยร้ายแก่ผู้บน บริเวณล้อมรอบเป็นน้ำซับเวลาเดินเหยียบลงไปจะรู้สึกถึงความนุ่มเท้ายุบยุบๆ เมื่อถึงฤดูน้ำหลากคำชะโนดจะลอยตัวขึ้น เวล่าน้ำลดคำชะโนดก็จะคงอยู่กับที่ ปาฏิหาริย์ของคำชะโนดนี้ถูกเล่าขานจนถึงกรุงเทพมหานคร โดยพลเอกพระยาพลพลพยุหเสนาเมื่อครั้งดำรงตำแหน่งหัวหน้าคณะราษฎรหลังเปลี่ยนแปลงการปกครองแล้ว ท่านได้เดินทางมาชมมีข้อมูลจากการจดบันทึกสมุดหมายเหตุรายวันของโรงเรียนบ้านดุงและโรงเรียนบ้านจันทน์ปรากฎเป็นหลักฐาน

ปัญหาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด

1. ปัญหาด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ความเชื่อความศรัทธาของผู้คนที่ต้องการเข้ามากราบไหว้ขอพร แก้บน ขอหวย บวงสรวงเจ้าปู่ศรีสุทโธที่หลังไหลมาอย่างมากมายในทุกๆ วันทำให้เกิดปัญหาเชิงพื้นที่ที่ต้องรองรับผู้คนจำนวนมาก ในขณะที่คณะกรรมการบริหารคำชะโนดยังขาดความรู้และทิศทางในการจัดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะพิธีบวงสรวงเจ้าปู่ศรีสุทโธ ซึ่งจัดขึ้นในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 6 ของทุกปี เป็นพิธีที่เปิดโอกาสให้ชาวบ้านที่มีความเชื่อความศรัทธานำเครื่องบวงสรวง หัวหมู สุรา ผลไม้ มากมายเพื่อความเป็นสิริมงคลแก่ตัวและขอพร รวมทั้งผู้ที่เป็นร่างทรงพญานาคทุกตระกูลต่างเดินทางมาร่วมพิธีอันยิ่งใหญ่ พิธีการนี้ยังไม่มีการจัดการข้อมูล รูปแบบการจัดกิจกรรม การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนทั่วไปไม่ว่าจะเป็นทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์ ทางเว็บไซต์ (website) อินเทอร์เน็ต (internet) จึงเป็นจุดอ่อนของการส่งเสริมการท่องเที่ยวขณะนี้ และที่สำคัญยังขาดศูนย์เรียนรู้ตำนานพญานาค และการประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบ ทั้งนี้คณะกรรมการบริหารคำชะโนดและเจ้าหน้าที่ โดยเฉพาะผู้นำด้านพิธีกรรม (เจ้า) ต้องประกาศข้อปฏิบัติในการให้นักท่องเที่ยวมีสำนักรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวศักดิ์สิทธิ์ที่ผ่านการสื่อสารกับพญานาค และหากต้องการให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาเที่ยว

ในคำชะโนดนานยิ่งขึ้นคณะกรรมการเองก็ต้องสร้างจุดเรียนรู้ตำนาน จุดสื่อความหมาย หรือจัดทำแผนที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่คาบเกี่ยวกับคำชะโนดเพื่อดึงให้นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลาเที่ยวและเรียนรู้วิถีของพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์คำชะโนดนานยิ่งขึ้น

2. ปัญหาด้านสินค้าและบริการ

จากความสำเร็จเชิงภูมิศาสตร์ที่คำชะโนดเป็นพื้นที่พิเศษที่มีความมหัศจรรย์มีต้นชะโนดจำนวนกว่า 1,865 ต้นเพียงแห่งเดียวในโลกนักท่องเที่ยวต่างสนใจมาเที่ยวชมและมีความเชื่อว่าเป็นที่อยู่ของพญานาคศรีสุทโธ ส่งผลให้มีการขยายตัวของการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น การเดินทางมุ่งสู่คำชะโนดอย่างต่อเนื่องของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนทำให้เกิดการขับเคลื่อนด้านเศรษฐกิจของชุมชน เกิดปัญหาการบริการนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นด้านการจัดการสินค้าที่ผู้ประกอบการนำมาจำหน่ายส่วนใหญ่ไม่ใช่สินค้าพื้นเมืองหรือสินค้าที่เกิดจากทรัพยากรในชุมชน สินค้าบางชนิดราคาค่อนข้างสูง ไม่ติดป้ายราคา ขาดหลักเกณฑ์ในการกำหนดราคาสินค้า ผู้ประกอบการซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนก็ไม่มีความรู้และยังขาดทักษะในการผลิตสินค้าพื้นเมืองที่เกี่ยวข้องกับความศักดิ์สิทธิ์ของพื้นที่ ในด้านร้านอาหารนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารยังขาดการตรวจความสะอาดและคุณภาพ ในด้านของการบริการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ในการจอดรถ การรักษาความปลอดภัย ระบบจราจร จุดประชาสัมพันธ์ ห้องน้ำ ล้วนยังไม่มีความพร้อมเท่าที่ควร ซึ่งคณะกรรมการบริหารคำชะโนดต้องเร่งปรับปรุงแก้ไข

3. ปัญหาด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ที่ผ่านมาการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวคำชะโนดมีจุดอ่อนด้อยอย่างมากทั้งในการบริหารจัดการของชุมชนเองและการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยการบริหารจัดการแบ่งเป็น 3 ยุค คือยุคแรกอยู่ในความดูแลขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านม่วง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 เนื่องจากเป็นที่สาธารณะที่อยู่ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านม่วง การจัดการเกิดปัญหาขัดแย้งในการดำเนินการภายในคำชะโนดซึ่งชุมชนไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ ยุคที่สองเริ่มในปี พ.ศ. 2545 ชุมชนได้ร้องขอต่ออำเภอเพื่อที่จะบริหารจัดการเอง โดยนายอดุลย์ จันทร์ปุม นายอำเภอในขณะนั้นเป็นผู้ริเริ่มและสนับสนุนออกกระเปียบการบริหาร โดยให้ชาวบ้านร่วมใช้สิทธิ์เลือกตั้ง

กรรมการบริหารและถอดถอนกรรมการบริหารโดยมีการเลือกคณะกรรมการและเจ้าหน้าที่ดังนี้ คณะกรรมการมีจำนวน 5 คน ประกอบไปด้วย ประธานกรรมการ 1 คน กรรมการ 3 คน เหนรัญญิก 1 คน ส่วนเจ้าหน้าที่ประกอบด้วย ผู้นำด้านพิธีกรรม 2 คน นักการภารโรงอีก 2 คน แต่ก็เกิดปัญหาเรื่องการจัดการมาตลอด ทั้งนี้เพราะการที่ชุมชนไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการท่องเที่ยว และยุคที่สามคือปัจจุบันมีนายอำเภอ บ้านดุงเป็นประธานบริหาร โดยมีผู้ใหญ่บ้านทั้ง 14 หมู่บ้านในตำบลบ้านม่วง และหัวหน้าส่วนราชการในอำเภอบ้านดุงร่วมเป็นกรรมการ มีการคัดเลือกเจ้าหน้าที่ทำงานในคำชะโนดด้วยการสอบสัมภาษณ์ ปัญหาที่เกิดขึ้นสะสมมานานทั้งจากความขัดแย้งในความคิดเห็นของกรรมการแต่ละยุค การขาดการบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน รวมทั้งผู้ประกอบการ ทั้งในด้านงบประมาณและการประสานงาน คณะกรรมการบริหารและเจ้าหน้าที่เองก็ขาดทักษะและความรู้ด้านการจัดการ ขาดระบบการจัดการข้อมูลอย่างเป็นระบบ รวมทั้งกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย ปัญหาใหญ่ที่สำคัญอีกปัญหาหนึ่งคือปัญหาเรื่องการจัดการขยะ ซึ่งมีเพิ่มขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามากราบขอพรจากเจ้าปู่ศรีสุทโธ ซึ่งผู้เข้ามากราบขอพร ล้วนนำดอกไม้ ธูปเทียน เครื่องไหว้ พานบายศรี ซึ่งมีเป็นจำนวนมาก หลังการกราบไหว้เสร็จสิ่งเหล่านี้ก็จะถูกขนออกมาทิ้งเป็นขยะด้านข้างศาลปู่ศรีสุทโธ นอกจากนี้ยังมีปัญหาเรื่องคว้นรูป จากการจุดธูปเทียนบูชา การที่คนจำนวนมากหลังไหลเข้ามา และทุกคนก็จุดธูปเทียน ทำให้เกิดหมอกควันจำนวนมากลอยคั่งกระจายโดยรอบบริเวณ ศาลปู่ศรีสุทโธ เกิดการรำลึกคว้นและหายใจไม่ออกเป็นอันตรายต่อระบบทางเดินหายใจของทุกคน ทั้งทำให้แสบตา และวิงเวียน เกิดมลพิษในอากาศ

ส่วนที่ 2 ผลการกำหนดยุทธศาสตร์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด

ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้เทคนิคการประชุมเพื่อสร้างอนาคตร่วมกัน (Future Search Conference : F.S.C.) ร่วมกับเทคนิค SWOT (SWOT Analysis) ตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 กำหนดยุทธศาสตร์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ โดยนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากส่วนที่ 1 มาเป็นแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์โดยการเปิดเวทีประชาคมจำนวน 4 ครั้ง และดำเนินการตามกระบวนการสร้างอนาคตร่วมกัน (Future

Search Conference : F.S.C.) ซึ่งกำหนดไว้ 8 ขั้นตอนดังนี้ 1) เส้นแบ่งเวลา 2) การเข้าใจอดีตปัจจุบัน 3) การหยั่งเห็น 4) แผนที่ความคิด 5) มุมมองของผู้เกี่ยวข้อง 6) ความภูมิใจ (จุดแข็งและโอกาส) และข้อจำกัด (จุดอ่อนและอุปสรรค) 7) การกำหนดทิศทางและประเด็นยุทธศาสตร์ และ 8) ร่างยุทธศาสตร์ โดยใช้วิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยกำหนดยุทธศาสตร์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี เป็นดังนี้

วิสัยทัศน์ คำชะโนดเป็นแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ที่มีคุณภาพอย่างยั่งยืน

พันธกิจ

1. กระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวคุณภาพ
2. พัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของตลาดและชุมชน
3. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการเน้นการทำงานแบบมีส่วนร่วมเชิงบูรณาการ

เป้าประสงค์

1. เป็นแหล่งกระจายรายได้สู่ชุมชน
2. ชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืนและมีจิตสำนึกในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
3. นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความรับผิดชอบต่อการท่องเที่ยวยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 1 การยกระดับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวสู่ความเป็นอัตลักษณ์

กลยุทธ์ที่ 2 สร้างมูลค่าเพิ่มให้กิจกรรมท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 3 สร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวสู่คนไทยทุกกลุ่ม

กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวหลักเชื่อมโยงสู่แหล่งท่องเที่ยวรอง

กลยุทธ์ที่ 5 ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการ

กลยุทธ์ที่ 1 การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP)

กลยุทธ์ที่ 2 ยกระดับผู้ประกอบการ

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศ

กลยุทธ์ที่ 2 สร้างกระแสอนุรักษ์คำชะโนด

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาคณะกรรมการและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 2 การเสริมแรงบุคลากรการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ผลการประเมินยุทธศาสตร์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด เนื่องจากยุทธศาสตร์ครอบคลุมหลายประเด็น ต้องใช้งบประมาณ และเวลามาก จึงประเมินยุทธศาสตร์ 2 ด้านคือ ด้านความเป็นไปได้และด้านความเป็นประโยชน์ (วาโร พึ่งสวัสดิ์, 2553: 6, พีระ กันหาสิน, 2557: 113) แปลผลคะแนนแบบอิงเกณฑ์ตามแนวคิดการประมวลผลทางการศึกษาของบลูม (Bloom et al., 1971) โดยค่าคะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ถือว่าผ่านเกณฑ์ พบว่าแต่ละกลยุทธ์ผ่านเกณฑ์การประเมินทุกด้าน

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีผลการวิจัยที่น่าสนใจมาอภิปรายผล 3 ประเด็น ดังนี้

1. ปัญหาการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนคำชะโนด

1.1 ปัญหาด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

การจัดพิธีบวงสรวงเจ้าปู่ศรีสุทโธในทุกๆปีนั้นควรมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์ โดยเฉพาะในยุคเทคโนโลยีก้าวหน้าต้องสื่อสารทางเว็บไซต์(website) อินเทอร์เน็ต(internet) ก็จะเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนที่มีความเชื่อและศรัทธาเจ้าปู่ศรีสุทโธมาร่วมพิธีมากยิ่งขึ้น ซึ่งนอกจากจะบวงสรวงแล้วผู้ร่วมงานอาจมีการร่วมกันรำถวายด้วยท่ารำที่คิดค้นใหม่ รำด้วยท่ารำเดียวกันซึ่งจะแสดงถึงพลังความศรัทธาที่มีต่อปู่ศรีสุทโธและเกิดรูปแบบใหม่ของการบวงสรวง นอกจากนี้ผู้ที่มีความเชื่อและศรัทธาล้วนเป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้เวลาเที่ยวในคำชะโนดนานๆ คณะกรรมการเองก็ต้องสร้างจุดเรียนรู้ตำนาน จุดสื่อความหมาย หรือจัดทำแผนที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่คาบเกี่ยวกับคำชะโนดเพื่อดึงให้นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลา

เที่ยวและเรียนรู้วิถีของพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์คำชะโนดนานยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงต้องสร้างสมดุลระหว่างการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวกับการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและชุมชนเพื่อวางรากฐานการท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน การจัดการที่ผ่านมามีคำชะโนดมีการถูกรบกวนคำชะโนดแล้วก่อสร้างถนนรอบคำชะโนดและการสร้างสะพานคอนกรีตข้ามคำชะโนด เป็นความเสี่ยงต่อการเติบโตอย่างไม่ยั่งยืนค่อนข้างสูง เนื่องจากการเกิดผลกระทบกับต้นชะโนดและระบบนิเวศของต้นชะโนด ดังนั้น ผู้วิจัยให้ความเห็นว่าควรเร่งคืนระบบนิเวศให้คำชะโนดและคงความเป็นอัตลักษณ์ของคำชะโนดไว้ซึ่งคณะกรรมการบริหารคำชะโนดรวมทั้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องเฝ้าระวัง โดยพยายามไม่ไปเปลี่ยนแปลง คำชะโนดจากธรรมชาติดั้งเดิมอีกหรืออาจเปลี่ยนแปลงให้น้อยที่สุด มิเช่นนั้นแล้วในอนาคตข้างหน้าอาจไม่เหลือต้นชะโนดไว้ให้ลูกหลานได้ชมและพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ก็จะไม่เหลือความเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์อีกต่อไป ปัญหานี้สอดคล้องกับวรรณพร วนิชขานุกร(2540:13) ที่เสนอว่าการท่องเที่ยวต้องสร้างกระบวนการเรียนรู้และประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวในด้านความรับผิดชอบ และมีพฤติกรรมในการอนุรักษ์ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งต้องยอมรับในข้อจำกัดอันเป็นอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาควรดำเนินไปในทิศทางที่สอดคล้องกับสภาพพื้นฐานของชุมชน เป็นไปตามที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ปี 2555-2559 ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีทิศทางและคงอัตลักษณ์ของพื้นที่

1.2 ปัญหาด้านสินค้าและบริการ

จากการเปลี่ยนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มุ่งหน้าสู่การท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์มากขึ้น คำชะโนดจึงมีความได้เปรียบเชิงพื้นที่ที่เป็นที่ตั้งของศาลเจ้าปู่ศรีสุทโธซึ่งเป็นศูนย์รวมความเชื่อ ความศรัทธาของประชาชนทั่วทั้งจังหวัดอุดรธานี และจังหวัดใกล้เคียง อีกทั้งจากการรณรงค์ของรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ กระตุ้นเศรษฐกิจโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ ดังนั้น คณะกรรมการบริหารคำชะโนดจึงต้องมีมาตรการเตรียมความพร้อมของทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะเป็นศูนย์ข้อมูลประชาสัมพันธ์ พื้นที่ในการจอดรถ การรักษาความปลอดภัย ระบบจราจร จุดประชาสัมพันธ์ ห้องน้ำ

ล้วนยังไม่ได้มาตรฐานและไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร ซึ่งเป็นปัญหาในการพัฒนาในขณะนี้ รวมทั้งผู้ประกอบการร้านค้าเองก็ไม่มีความรู้ในการผลิตสินค้าพื้นเมืองที่เชื่อมโยงกับพื้นที่ความศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด อย่างไรก็ตามต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวซึ่งอาจต้องมีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในการเข้าใช้พื้นที่ คณะกรรมการชุดปัจจุบันมีแนวทางในการถมดินเพื่อขยายร้านค้าและลานจอดรถออกไปทางด้านทิศเหนือของคำชะโนด แต่การกระทำดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางไหลของน้ำซึ่งจะมีผลกับต้นชะโนดและจะไม่สอดคล้องกับความเป็นอัตลักษณ์ของคำชะโนด ดังนั้น ผู้วิจัยให้ความเห็นว่าควรเร่งจัดระเบียบร้านค้า สถานที่ และปรับปรุงกฎระเบียบต่างๆ โดยเร็ว ซึ่งเป็นความท้าทายในการแก้ปัญหาสินค้าและบริการที่จะทำอย่างไรให้สินค้าและบริการมีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติเพิ่มคุณค่าและมูลค่าสินค้า กระจายรายได้สู่ชุมชนทุกครัวเรือนอย่างเสมอภาคกัน ปัญหานี้สอดคล้องกับมิตเชล (Mitchell, 2001) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือของการปกป้องพื้นที่ธรรมชาติ โดยอาศัยการเกิดขึ้นของรายได้จากการทำความเข้าใจกับสิ่งแวดล้อม และการมีส่วนร่วมของผู้คนในท้องถิ่น โดยการอนุรักษ์และการพัฒนาจะต้องถูกส่งเสริมในลักษณะของการมีความยั่งยืน โดยชาวบ้านได้รับโอกาสในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ให้บริการที่พัก และอาหารแก่นักท่องเที่ยว ขายของที่ระลึก และผลิตผลในท้องถิ่น เป็นไปตามที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดทำ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ปี 2555-2559 ที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เพิ่มคุณค่าและมูลค่าสินค้าและบริการ

1.3 ปัญหาด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวนับเป็นปัญหาสำคัญที่คณะกรรมการบริหารและเจ้าหน้าที่ต้องเน้นทั้งเชิงปฏิบัติและเชิงทฤษฎี การขาดทักษะและความรู้ด้านการจัดการ การขาดระบบการจัดการข้อมูลอย่างเป็นระบบ รวมทั้งการกำหนดกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องล้วนเกิดผลกระทบต่อคำชะโนดโดยเฉพาะปัญหาเรื่องพยานบายศรี ซึ่งทำจากใบตองและพลาสติกรวมทั้งดอกไม้ธูปเทียน ที่มีเพิ่มขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามากราบขอพรจากเจ้าปู่ศรีสุทโธ ซึ่งนักท่องเที่ยวล้นนำดอกไม้ธูปเทียนบายศรี มากราบขอพร บวงสรวงซึ่งมีเป็นจำนวนมาก หลังการกราบไหว้เสร็จ

สิ่งเหล่านี้ก็จะถูกขนออกมาทั้งเป็นขยะด้านข้างศาลปู่ศรีสุทโธ กลายเป็นขยะที่มากมายในแต่ละวัน ซึ่งผู้วิจัยได้เสนอแนะเสนอยุทธศาสตร์การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในกลยุทธ์สร้างกระแสนักชื้อค่าชะโนดโดยใช้กิจกรรมรณรงค์ขยะในค่าชะโนด โดยให้ทุกคนที่นำเข้ามาบูชาเมื่อเสร็จพิธีแล้วควรนำกลับไปบูชาที่บ้านและแจกจ่ายให้ญาติพี่น้องบูชาด้วยเพื่อความเป็นสิริมงคลแก่ตัวเอง โดยคณะกรรมการบริหารประกาศประชาสัมพันธ์ให้ต่อเนื่อง ปัญหาขยะก็จะลดลง ซึ่งในขณะนี้ยุทธศาสตร์นี้ได้ถูกนำมาใช้แล้ว ปัญหาต่อมาคือเรื่องคว้นรูป จากการ จดรูปเทียนบูชา การที่คนจำนวนมากหลังไหลเข้ามาและทุกคนต่างจดรูปเทียน ทำให้เกิดหมอกควันจำนวนมากลอยคุ้งกระจายโดยรอบบริเวณศาลปู่ศรีสุทโธ เกิดการรำลึกคว้นและหายใจไม่ออกเป็นอันตรายต่อระบบทางเดินหายใจเป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยได้เสนอแนะเสนอยุทธศาสตร์การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในกลยุทธ์สร้างกระแสนักชื้อค่าชะโนดโดยใช้กิจกรรมรณรงค์ลดคว้นรูปในค่าชะโนด โดยให้ทุกคนที่จดรูปเทียนขอพรแล้วนำรูปเทียนจุ่มลงใบอ่างน้ำศักดิ์สิทธิ์ที่ได้เตรียมไว้บริเวณลานบูชา แล้วนำกลับไปบูชาที่บ้านเพื่อเป็นสิริมงคล โดยคณะกรรมการบริหารทำเป็นประกาศประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ก็จะทำให้ปัญหาคว้นรูปลดลงซึ่งในขณะนี้ยุทธศาสตร์นี้ได้ถูกนำมาใช้แล้ว สอดคล้องกับ สินธุ์ สโรบล (2548: 1) ที่กล่าวว่ากาท่องเที่ยว ต้องใช้ชุมชนเป็นฐานในการจัดการ โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นวิธีการแบบหนึ่งที่มีศักยภาพนำไปสู่การดูแลรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติโดยให้มีความสมดุลกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ประกาศัญการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการและทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามากำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวบนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้เป็นต้นทุนหรือปัจจัยในการจัดการกาท่องเที่ยวที่เหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนชุมชนโดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ เป็นไปตามที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดทำ แผนพัฒนาการท่องเที่ยว 2555-2559 ที่ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการเชิงบูรณาการและประสานงานกับภาครัฐ เอกชน การพัฒนา บุคลากร การจัดการข้อมูลและการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ

2. การกำหนดยุทธศาสตร์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด

ผลการกำหนดยุทธศาสตร์เป็นดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์ที่ 1 การยกระดับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวสู่ความเป็นอัตลักษณ์ ซึ่งมีกิจกรรมการจัดงานบวงสรวงปู่ศรีสุทโธ (วันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 6) การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลคำชะโนดทางเว็บไซต์ การสร้างจุดเรียนรู้ตำนานพญานาค กลยุทธ์ที่ 2 สร้างมูลค่าเพิ่มให้กิจกรรมท่องเที่ยว โดยจัดสร้างจุดชมวิวดำเนินภาพเกาะคำชะโนดและหนองทุ่งใหญ่ จุดเรียนรู้การเพาะพันธุ์ต้นชะโนด กลยุทธ์ที่ 3 สร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวสู่คนไทยทุกกลุ่ม จัดทริปการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอาชีพ จัดประชุมจังหวัดเคลื่อนที่ อำเภอกเคลื่อนที่ รับเป็นสถานที่ประชุมสำหรับทุกหน่วยงาน กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวหลักเชื่อมโยงสู่แหล่งท่องเที่ยวรอง โดยเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวบ้านเมืองไพรชมบ่อน้ำตำนานสองนางสี ล่องเรือชมธรรมชาติลำน้ำสงคราม ล่องแพหนองทุ่งใหญ่ กลยุทธ์ที่ 5 ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่งเสริมการแปรรูปอาหารปลาและสินค้าเกษตร กิจกรรม ปั่นจักรยานรอบหนองทุ่งใหญ่และเกาะคำชะโนด (ปั่นเพื่อปู) ซึ่งสอดคล้องกับ วีระศักดิ์ กราปัญญา (2554) ที่อธิบายว่า รูปแบบกิจกรรมควรเกี่ยวเนื่องกับประเพณีท้องถิ่น หรือการประกอบอาชีพของชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและการบริการ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์ที่ 1 การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) โดยจัดตั้งกลุ่มผลิตพานบายศรีพญาศรีสุทโธ การแปรรูปน้ำข้าวโพดบ้านศรีเมือง การแปรรูปปลาไร่ผาง กลยุทธ์ที่ 2 ยกระดับผู้ประกอบการ โดยการจัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ล่องแพทานอาหารปลาหนองใหญ่ จัดอบรมการนวด การฝังเข็ม กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว จัดสถานที่จอดรถ ห้องน้ำสะอาด และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการ จัดทำป้ายบอกพิกัดตำแหน่ง ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูล ป้ายแจ้งเตือน ป้ายประชาสัมพันธ์ ตั้งกลุ่มโฮมสเตย์ กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว การสร้างเครือข่ายอาสาสมัครตำรวจท่องเที่ยว ติดตั้งกล้องวงจรปิดรอบบริเวณคำชะโนด ซึ่งสอดคล้องกับ Gursoy & Rutherford(2004); Wolfe & Putler (2002)

ที่อธิบายว่า การให้ชุมชนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ให้บริการที่พัก และอาหารแก่นักท่องเที่ยว ขยายของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น ทำให้เกิดการกระจายรายได้ อย่างทั่วถึงเกิดความเท่าเทียมกันทางสังคม

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศ โดยการจัดให้มีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวการจัดตั้งศูนย์แสดงประวัติและตำนาน รวมทั้งการประสานความร่วมมือกับภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลยุทธ์ที่ 2 สร้างกระแสนักวิชาชีพชาโนด โดยประกาศโครงการพญานาคให้ผู้เข้ามาสักการบูชาบูชาศรีสุทโธนาดอกไม้ พานบายศรี ที่นำมาสักการะกลับไปบูชาที่บ้าน และนำธูปที่จุดแล้วไปจุ่มลงในอ่างน้ำศักดิ์สิทธิ์แล้วนำกลับไปบูชาที่บ้าน ซึ่งสอดคล้องกับวรรณพร วนิชชานุกร(2540) ที่อธิบายว่า การท่องเที่ยวต้องไม่ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม ต้องสร้างกระบวนการเรียนรู้และประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวในด้านความรับผิดชอบต่อและมีพฤติกรรมในการอนุรักษ์ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาคณะกรรมการและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว โดยการจัดอบรมการพัฒนาองค์ความรู้ ให้เจ้าหน้าที่ กำหนดบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารและเจ้าหน้าที่ รวมทั้งการส่งบุคลากรเข้าร่วมการประชุมการท่องเที่ยวระดับจังหวัด ระดับประเทศ กลยุทธ์ที่ 2 การเสริมแรงบุคลากรการท่องเที่ยวโดยการมอบรางวัล และเกียรติบัตรแก่บุคลากรดีเด่นประจำเดือน ประจำปี และการพาเจ้าหน้าที่ไปศึกษาดูงานแหล่งท่องเที่ยวอื่น ซึ่งสอดคล้องกับ วีระศักดิ์ กราปัญจะ (2554) ที่อธิบายว่า การบริหารจัดการควรอยู่ในรูปแบบคณะกรรมการ ควรส่งเสริมให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวและการจัดการ

3. ผลการประเมินยุทธศาสตร์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์

ทำการประเมินยุทธศาสตร์ 2 ด้านคือ ด้านความเป็นไปได้และด้านความเป็นประโยชน์โดยค่าคะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ซึ่ง พบว่า ยุทธศาสตร์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ คำชะโนด ผ่านเกณฑ์การประเมินทุกด้านซึ่งสอดคล้องกับ Newsome, Moore, & Dowling (2002) ที่กำหนดขีดความสามารถของแต่ละพื้นที่

ตามข้อตกลงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งนั้นควรมีการประเมินและปรับปรุงอย่างต่อเนื่องหลังจากมองเห็นจุดบกพร่อง สอดรับกับ McDemiell, Timothy, & Trousdals (1999) ที่ได้ปรับปรุงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวชนบทโดยการจัดทำแผนการประเมินศักยภาพด้านการตลาด ซึ่งเกิดจากความร่วมมือของภาครัฐและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการวิจัยนี้ชี้ว่าคณะกรรมการบริหารคำชะโนด และภาคราชการสามารถนำยุทธศาสตร์นี้ไปประยุกต์ใช้เพื่อกำหนดแผนยุทธศาสตร์และการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด และเพื่อให้เกิดประโยชน์เต็มศักยภาพนั้นจำเป็นต้องมีการวางแผนและการจัดการที่เป็นรูปธรรม โดยการมีส่วนร่วมที่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเท่าเทียมกันในการแสดงความคิดเห็นในเวทีประชาคม

2. การวิจัยครั้งนี้ มีการนำไปใช้เพียงบางยุทธศาสตร์เท่านั้น เนื่องจากยุทธศาสตร์ครอบคลุมหลายประเด็น ต้องใช้งบประมาณ และเวลามาก จึงทำการประเมินความเป็นประโยชน์และความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์เท่านั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเฉพาะประเด็นในเชิงลึก ซึ่งจะสามารถใช้เวลาในการทดลองยุทธศาสตร์และประเมินผลยุทธศาสตร์เป็นรูปธรรมมากขึ้น

3. การวิจัยครั้งนี้ทำให้เกิดหัวข้อวิจัยที่น่าสนใจตามมาเช่น การวิจัยเรื่องยุทธศาสตร์การจัดการขยะในคำชะโนด หรือการจัดการแหล่งท่องเที่ยวหลักสู่แหล่งท่องเที่ยวรอง

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณคณะกรรมการบริหารคำชะโนดที่ให้ข้อมูลและมีความเมตตาอนุเคราะห์ในหลายๆ ด้านในระหว่างดำเนินการวิจัย ซึ่งงานวิจัยสำเร็จลงได้ด้วยบารมีของเจ้าปู่ศรีสุทโธนาคราช

รายละเอียดเกี่ยวกับผู้เขียน

¹ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขายุทธศาสตร์การพัฒนา

โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

² อาจารย์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขายุทธศาสตร์การพัฒนา

โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

³ อาจารย์คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

⁴ อาจารย์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขายุทธศาสตร์การพัฒนา

โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

เอกสารอ้างอิง.

_____. (2554). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559.

กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

พีระ กันหาชิน. (2557). ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างการพึ่งตนเองแบบมีส่วนร่วม

โดยยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของหมู่บ้านในจังหวัด

หนองบัวลำภู. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์

การพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.

วรรณพร วณิชชานุกร (2540). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพฯ : กองวิชาการและ

ฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

วีระศักดิ์ กราบุญจะ (2554) รายงานสืบเนื่องจากการประชุมทางวิชาการและ

นำเสนอผลงานวิจัย “มสธ. วิจัย ประจำปี 2554”

วาโร เพ็งสวัสดิ์. (2553). การวิจัยพัฒนารูปแบบ. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏ

สกลนคร, 2(4), 2-13.

สินธุ์ สโรบล. และคณะ. (2548). การท่องเที่ยวโดยชุมชน : แนวคิดและประสบการณ์

พื้นที่ภาคเหนือ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

Bloom , B.S. et al (1971). Hand book on formative and summative evaluation of student learning. New York; McGraw Hill.

- Brereton, J.P.(1987). **The Encyclopedia of Religion**,Volum 11. New York : Macmillan Publishing Company.
- Gursoy, D., & Rutherford, D. G. (2004). **Host Attitudes toward Tourism: An Improve structural Model**. Annals of Tourism Research, 31(3),495-516.
- McDaniel, R. R. J.,Timothy, D. J., & Trousdale, W. (1999). **Value-Focus Thinking in a Different Context: Planning for Guimaras, Philippines**. Interfaces, 29(4), 58-71.
- Mitchell, R. E. (2001). **Community Perspectives in Sustainable Tourism : Lesson from Paru**. In S. F. McCool & R.L. Moisey (Eds), Tourism, Recreation and sustainability: Linking Culture and t he Environment. Oxon,U.K: CABI Publishing.
- Newsome, D., Moore, S. A., & Dowling, R.K. (2002). **Natural Area Tourism : Ecology, Impact and Management**. Sydney : Channel View Publications.
- Valipodom, Srisak. (1999). **Phu Kao Sak Sit Kap Kwam Pen Sakon**. (In Thai) [Sacred Mountain with the Universality]. Mueang Boran Journal. Bangkok: Mueang Boran.