

ภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พญานาคของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย

THE LANDSCAPES OF LEGENDS OF NAGAS' SACRED TALES ON
CULTURAL TOURISM IN NORTHEAST, THAILAND

ระชานนท์ ทวีผล
Rachanon Taweephoh

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรม มหาวิทยาลัยศิลปากร
Bachelor of Business Administration Program in Hotel Management, Silpakorn University
E-mail: rachanon@ms.su.ac.th

Received: January 1, 2022
Revised: February 28, 2022
Accepted: March 11, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การวิเคราะห์เนื้อหาภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พญานาคของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) ระดับภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พญานาคของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างเทคนิคเชิงคุณภาพร่วมกับเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ร่วมกับการวิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้คนยังมีความศรัทธาในพลังอำนาจของพญานาคที่บันดาลความสำเร็จรวมไปถึงการแสดงอิทธิฤทธิ์ตามปรากฏการณ์ทางธรรมชาติเป็นความเชื่อสืบทอดกันมาช้านาน อีกทั้งความเชื่อของพญานาคยังเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ 2) ระดับภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พญานาคจำแนกรายด้านพบว่า แต่ละด้านมีค่าเฉลี่ยเท่ากันอยู่ในระดับมากทั้งหมด เมื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อยยังพบว่า ด้านบุคลากร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม และด้านความเชื่อและตำนาน ตามลำดับ

คำสำคัญ

ภูมิทัศน์ตำนาน พญานาค การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ABSTRACT

The research aimed to 1) examine the content of the landscapes of legends of NAGAS' sacred tales on cultural tourism in northeast, 2) study the level of the landscapes of legends of NAGAS' sacred tales on cultural tourism in northeast. This study was conducted utilizing a mixed method approach that included both

quantitative and qualitative data. The information was gathered through content analysis of a documentary, a research paper, and a survey of Thai tourists. The percentage, mean, and standard deviation were used to analyze the data.

The findings revealed that 1) people still believe in the Naga's power, which aided in inspiring achievement, especially the Naga fireballs' performance, a belief that has existed for a long time. It also draws visitors to sacred sites related with Naga belief. 2) the level of the level of the landscapes of legends of NAGAS' sacred tales classified by aspects revealed that each side had the same mean on all high scales. When sorting in descending order, it was also found that the human aspect, facilities aspect, attractions aspect, activities aspect, and beliefs and legends aspect, respectively.

Keywords

Landscapes of Legends, NAGA, Culture Tourism

ความสำคัญของปัญหา

ความหมายของเรื่องราวเหนือธรรมชาติล้วนเกิดมาจากความเชื่อในพลังอำนาจของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เทพเจ้า ภูตผี หรือดวงวิญญาณ มนุษย์ใช้สิ่งเหล่านี้เป็นสัญลักษณ์หรือตัวแทนของศูนย์รวมจิตใจ พร้อมกับการกราบไหว้บูชาเพื่อให้สิ่งศักดิ์สิทธิ์คุ้มครองดูแล โดยสัญลักษณ์ทางความเชื่อวิถีชีวิตของผู้คนตะวันออกเฉียงเหนือและผู้ที่อยู่อาศัยริมฝั่งแม่น้ำโขง มีความผูกพันกับเรื่องราวของพญานาค เทพเจ้าผู้เป็นแหล่งกำเนิดของสายน้ำและความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ อีกทั้งยังมีสิ่งที่คนทั่วโลกต่างร่วมกันค้นหาคำตอบของ “บั้งไฟพญานาค” เกิดมาจากระบบความเชื่อทางศาสนาและตำนานของพญานาค (Charoenmahavit, 2021) ในขณะที่ความศรัทธาทางศาสนาถูกนำไปเชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการความสงบทางจิตใจ ควบคู่กับความเป็นสิริมงคลต่อการดำเนินชีวิตด้วยการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สังเกตได้จากกระแสความนิยมการเดินทางของกลุ่มศิลปิน ดารา และนักแสดงที่เดินทางไปตามรอยความศักดิ์สิทธิ์ขององค์พญานาค ณ อุทยานแห่งชาติภูลิงกา จังหวัดบึงกาฬ ที่มีหินและผนังถ้ำที่มีลักษณะคล้ายงูขนาดใหญ่ (Jansuri, 2021)

อีกหนึ่งจักรวาลคติความเชื่อการบูชาพญานาคกับภูมิทัศน์ตำนานนำมาซึ่งเรื่องเล่าเกี่ยวกับตะกอนทับถมกลายเป็นถ้ำน้ำคำชะโนด จังหวัดอุดรธานี พื้นที่ทางจิตวิญญาณ (Spirit space) ของจอมราชัญแห่งพญานาคฝั่งประเทศไทย คอยประจักษ์โชคลาภและความสำเร็จแก่ผู้เลื่อมใสศรัทธา (Singsuwan & Puaksom, 2020) นักท่องเที่ยวที่สมหวังดังปรารถนาจากพญานาคต้องเดินทางกลับมาเก็บตามตำนานท้องถิ่น นับว่าเป็นการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ และเป็นการสร้างความต่อเนื่องในระบบเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่นหันมาประกอบอาชีพบริการแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งยังมีธุรกิจบริการสนับสนุนอย่างร้านจำหน่ายดอกไม้ พานบายศรี นางรำ และการบูชาเครื่องรางวัตถุมงคลที่เกี่ยวข้องกับพญานาค (Sritalai & Na Thalang, 2020) ในขณะที่สถิติกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบว่า มีมูลค่ามากกว่า 3 พันล้านบาท โดยจังหวัดอุดรธานี หนองคาย มุกดาหาร นครพนม และบึงกาฬ สร้างรายได้ตั้งแต่

หนึ่งร้อยล้านบาท ซึ่งเป็นกลุ่มจังหวัดที่ได้รับความนิยมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความเชื่อมโยงกับเรื่องราวปราชญ์ของพญานาค (Ministry of Tourism & Sport, 2022)

ยิ่งไปกว่านั้นเรื่องราวของพญานาคยังเป็นส่วนหนึ่งของพุทธศาสนาที่นักท่องเที่ยวสามารถพบเห็นผลได้จากงานจิตรกรรมฝาผนังที่เล่าเรื่องพุทธประวัติ และงานสถาปัตยกรรมที่ดัดแปลงพญานาคเป็นส่วนหนึ่งของสะพาน และโครงสร้างอาคารของศาสนสถาน (Vechasat, 2016) ในขณะที่ Chartchaiwong (2015) อธิบายว่า นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือด้านภูมิทัศน์ตำนานพญานาคให้เป็นส่วนหนึ่งด้านสิ่งดึงดูดใจ พร้อมกับหน่วยงานภาครัฐเข้ามามีบทบาทดูแลความปลอดภัย การเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งปลูกสร้างที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบโลจิสติกส์แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติและการค้าระหว่างประเทศในกลุ่มจังหวัดที่เป็นแหล่งการค้าชายแดน (Kenraksa & Wararatchai, (2019)

ตามที่ได้กล่าวมาพบว่า ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พญานาคเป็นส่วนหนึ่งของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ประกอบไปด้วยวิถีชีวิต ศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณี ปรากฏให้เห็นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีความคล้ายคลึงหรืออาจแตกต่างกันไป ซึ่งเป็นกิจกรรมการเดินทางตามความเชื่อและแรงศรัทธา ถึงแม้ว่าความเจริญก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เข้ามาในสังคมปัจจุบัน แต่เรื่องราวของพญานาคยังคงสอดแทรกอยู่กับวิถีชีวิตของผู้คน ช่วยเสริมคุณค่าและเป็นขวัญกำลังใจในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษา “ภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พญานาคของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย” เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยเนื้อหาหรือตำนานเรื่องเล่าของพญานาคให้แก่หน่วยงาน ภาครัฐ เอกชน ชุมชน และผู้ที่สนใจ ข้อค้นพบจากการวิจัยยังสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการยกระดับศักยภาพในพื้นที่และกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งยังเป็นการสนับสนุนรูปแบบการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวให้เกิดความเชื่อมโยงไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในภูมิภาคด้วยประสบการณ์ใหม่

โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

1. เนื้อหาภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พญานาคของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทยเป็นอย่างไร
2. ภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พญานาคของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทยแต่ละด้านมีระดับเท่าใด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการวิเคราะห์เนื้อหาภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พญานาคของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาระดับภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พญานาคของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ด้วยเทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อการค้นหาคำตอบที่แท้จริงและหลักฐานยืนยันความถูกต้องของข้อมูลเชิงประจักษ์แบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่

1. การวิเคราะห์เนื้อหาภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พยานาของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีวิทยาการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นการจัดการแหล่งข้อมูลทุติยภูมิประเภทเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในลักษณะของการอุปนัยร่วมกับนิรนัยข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยและประเด็นคำถามที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ล่วงหน้า (Intaprom, 2020; Weber, 1990) แบ่งเป็นขั้นตอนย่อยดังนี้

1.1 การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) ด้วยการสังเคราะห์ข้อมูลจากตัวบท (Textual Analysis) ที่เป็นบทความวิจัยจากวารสารที่มีการประเมินคุณภาพวารสารอยู่ในฐานข้อมูลศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทยระดับ 1-2 กำหนดคำสำคัญการค้นหาวรรณกรรมและผลการศึกษา ได้แก่ พยานา ภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าพยานา และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่มีการตีพิมพ์เผยแพร่ระหว่างปี พ.ศ. 2555 – 2564 เป็นเทคนิคสำหรับการคัดกรองเอกสารเข้า-ออก (Inclusion – Exclusion Criteria) จากเดิม 25 เรื่อง เหลือเพียง 15 เรื่อง เพื่อให้ข้อมูลทุติยภูมิสำหรับนำไปใช้ในการวิจัย จากนั้นเป็นการตัดถอนวรรณกรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกับบริบทและวัตถุประสงค์ทั้งไป

1.2 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมด้วยทฤษฎีสามเส้า (Triangulation) ตามหลักการของ Oppermann (2000) เพื่อเป็นอีกหนึ่งกระบวนการที่ใช้ในการตรวจสอบยืนยันการสรุปข้อมูลด้วยการตรวจสอบแนวคิดทฤษฎีที่แตกต่างกัน (Theory) พิจารณาผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการศึกษา พร้อมกับการตรวจสอบด้วยวิธีการเก็บข้อมูลที่แตกต่าง (Method) ผู้วิจัยวิเคราะห์เนื้อหาจากวรรณกรรมร่วมกับการลงภาคสนามในสถานที่แหล่งท่องเที่ยวภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พยานาในกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

2. ศึกษาระดับภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พยานาของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย เป็นการวิจัยปริมาณวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาแบ่งเป็นขั้นตอนย่อยดังนี้

2.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งภูมิทัศน์ภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พยานา 4 ตระกูล ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยอ้างอิงจากการปรากฏในงานวิจัยของ Khamson (2018) & Jansuri (2021) ขั้นตอนนี้เป็นการศึกษาที่ไม่ทราบจำนวนประชากร ผู้วิจัยได้คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามแนวทางของ Cochran (1977) เท่ากับ 384 คน โดยใช้การสุ่มแบบโควต้า ตามสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 8 แห่ง แห่งละ 48 คน เท่ากัน ร่วมกับเทคนิคการสุ่มแบบแบบบังเอิญ สามารถอธิบายเพิ่มเติมตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 การแบ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างในขอบเขตพื้นที่การวิจัย

สถานที่ท่องเที่ยว		จังหวัด	จำนวน
1	คำชะโนด	จังหวัดอุดรธานี	48
2	ถ้ำนาคา อุทยานแห่งชาติภูถ้ำกา	จังหวัดบึงกาฬ	48
3	วัดภูมโนรมย์	จังหวัดมุกดาหาร	48
4	ลานแก่งกระเบา	จังหวัดมุกดาหาร	48
5	วัดศรีสะอาด	จังหวัดร้อยเอ็ด	48
6	วัดป่าศรีมงคลรัตนาราม	จังหวัดศรีสะเกษ	48
7	แลนด์มาร์คพญานาค	จังหวัดนครพนม	48
8	จุดชมบั้งไฟพญานาค	จังหวัดหนองคาย	48
รวม			384

2.2 การสร้างรูปแบบสอบถามปลายปิด เป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม มีจำนวนข้อคำถามทั้งสิ้น 28 ข้อ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ส่วนที่ 2 ภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พญานาคของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้ง 5 ด้าน โดยสังเคราะห์ข้อมูลจากขั้นตอนการวิจัยเชิงคุณภาพในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อนำมาใช้เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scales) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

2.3 การนำรูปแบบสอบถามไปทดสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหา (Content Validity) กับผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อพิจารณาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม พบว่า ค่าถามแต่ละข้อมีค่าอยู่ที่ 0.65-0.88 จากนั้นจึงเข้าสู่การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอาสาสมัครที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อพิสูจน์ความน่าเชื่อถือ (Reliability of the Best) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.78-0.89 อยู่ในระดับพอใช้ สามารถนำไปใช้ได้จริง

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้วยคำร้อยละ รวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พญานาคของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยด้วยค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. การศึกษาการวิเคราะห์เนื้อหาภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พญานาคของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ปริมาณคดีและนิทานชาดกเรื่องเล่าอดีตชาติของพระพุทธเจ้าที่เคยเสวยพระชาติเป็นพญานาคนามว่า “พระภูริทัตต์” เช่นเดียวกับจักรวาลแบบศาสนาพุทธยังกล่าวถึง หนึ่งในสี่ท้าวจุลโลกบาลมีพญานาคนามว่า “ท้าววิรุฬหก” ในอุดมคตินิยม กล่าวว่า “นาคมีอยู่จริง” เพียงแต่มนุษย์ไม่สามารถมองเห็นได้ด้วยตา ถูกนำเสนอลงในวรรณกรรม งานศิลปะ ประเพณี และพิธีกรรม นอกจากนี้ มโนทัศน์พญานาค

มีรูปลักษณะคล้ายงูใหญ่ เรียกว่า “เงี้ยว” หมายถึง ราชานางงู เทพเจ้าผู้ให้กำเนิดแม่น้ำ ภูเขา และถิ่นที่อยู่อาศัยของมนุษย์ในอาณาจักรต่าง ๆ ทั้งกัมพูชา นครเวียงจันทน์ และหงสาวดี เช่นเดียวกับสมมติฐานพญานาคมีต้นกำเนิดมาจากอินเดียได้ ที่มีผืนป่าดิบชื้นปกคลุมมีงูอาศัยเป็นจำนวนมากเกิดเป็นลัทธิบูชาเป็นเทพเจ้า สำหรับศาสนาของพราหมณ์ - ฮินดู มีเรื่องราวของ “พญานันตนาราช” บัลลังก์ของพระวิษณุ มีร่างกายใหญ่โตไม่มีสิ้นสุด มีจำนวนพันเศียรแสดงถึงอิทธิฤทธิ์น่าเกรงขามสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง “มังกร” ของโลกตะวันตกมีลักษณะคล้ายงูขนาดใหญ่ มีปีก พ่นไฟได้ อีกทั้งมังกรในศาสนาคริสต์ หมายถึง ซาตานที่ชั่วร้าย สำหรับโลกตะวันออก ชาวจีนนับถือมังกรเป็นสัตว์เทพเจ้าที่เสริมสร้างความสิริมงคลให้แก่จักรพรรดิ ทั้งหมดเป็นนิทานปรัมปราที่ถูกเล่าขานต่อกันมาจนถึงภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย (Charoenmahavit, 2021)

ความเชื่อเกี่ยวกับพญานาคจุดบั้งไฟบูชาพระพุทธรูปที่เสด็จไปแสดงพระธรรมเทศนาโปรดพระมารดาบนสวรรค์ครบ 1 พรรษา เสด็จกลับมาในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 11 ตรงกับวันออกพรรษาของทุกปี ชาวอำเภอเมืองโพธิ์พิสัย รวมทั้งนักท่องเที่ยวเดินทางมาร่วมกิจกรรมทำบุญตักบาตรบูชาพระรัตนตรัยในช่วงเทศกาลบั้งไฟพญานาค ณ บริเวณลำน้ำโขงที่เชื่อมต่อระหว่างจังหวัดหนองคายกับเมืองเวียงจันทน์ ปรากฏการณ์ดังกล่าวกลายมาเป็นจุดขายสำคัญทางด้านการท่องเที่ยวประจำปี นักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาสัมผัสประวัติศาสตร์และความเป็นพหุวัฒนธรรม งานวิจัย Krutasaen (2015) พบว่า อำเภอโพธิ์พิสัยให้ความสำคัญกับแผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับบั้งไฟพญานาคทุกปี โดยจัดงานแถลงข่าวร่วมกับการจัดพิธีบวงสรวง การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ การจัดทำป้าย แผ่นพับ แผนที่ โฆษณาวิทยุชุมชน ของที่ระลึก และ เว็บไซต์การท่องเที่ยวจังหวัด

งานวิจัยของ Vechasat (2016) อธิบายว่า ศาสตร์แห่งพญานาค (Nagalogy) คือ องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับพญานาคเกิดจากประสบการณ์สัมผัสหรือพบเจอในปรากฏการณ์ อาศัยแตกต่างกันออกไปตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา ถ้ำ น้ำ ทะเล ป่า เป็นต้น และองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับความเชื่อหรือเป็นสิ่งที่พิสูจน์ไม่ได้ อยู่ในโลกเหนือธรรมชาติและโลกบาดาล แบ่งเป็น 4 ตระกูล ได้แก่ (1) ตระกูลวิรูปักษ์ สีทอง (2) ตระกูลเอราปถ สีเขียว (3) ตระกูลฉัพพยาปุตตะ สีรุ้ง (2) ตระกูลกัณหาโคตมะ สีดำ รวมทั้งในพระไตรปิฎกยังกล่าวถึงพญานาคตามลำดับช่วงเวลา เริ่มจาก “พญามุจลินท์นาคราช” ที่แผ่พังพานปกป้องลมฝน และพายุ ในขณะที่พระพุทธเจ้าทรงบำเพ็ญเพียรตรัสรู้ เป็นที่มียของพระพุทธรูป “ปางนาคปรก” เช่นเดียวกันเรื่องราวของพญานาคที่สร้างความเลื่อมใสในพระธรรมคำสอน ได้แปลงกายเป็นมนุษย์ออกบวชติดตามพระพุทธองค์ไปแสวงบุญ เมื่อพญานาคเผลอหลับไว้สติคืนร่างเดิมพระภิกษุสงฆ์ที่พบเห็นเหตุการณ์ได้นำไปกราบทูล เมื่อพญานาคไม่สามารถดำรงสถานะพระสงฆ์ได้จึงทูลขอให้ผู้ที่บวชใช้คำว่า “นาค” นำหน้าก่อนเป็นพระสงฆ์ที่สมบูรณ์ กลายเป็นที่มาของคำว่า “บวชนาค” เพื่อระลึกถึงพญานาคที่มีจิตศรัทธาต่อศาสนา (Thanasompunno, Thitapanyo, & PhraSophonphatthanabandit, 2021) เรื่องราวและตำนานเหล่านี้ถูกผลิตซ้ำผ่านภาพยนตร์ไทยอีกครั้งอย่างเรื่อง “พีนาค” ในปี พ.ศ.2562 พีนาค 2 ในปี พ.ศ. 2563 และพีนาค 3 ในปี พ.ศ. 2565 ตลอดจนยังแสดงให้เห็นปรากฏให้เห็นผ่านทางผลงานจิตรกรรมฝาผนังตามอุโบสถและสถานที่สำคัญทางศาสนาพุทธ

ข้อมูลบางส่วนจากงานวิจัยของ Intisang (2017) ได้นำเสนอข้อมูลตำนานผีจ้างหนัง ในปี พ.ศ. 2532 เมื่อบุคคลปริศนาจ้างบริษัทเร่ฉายหนังแจ่มจันทร์ภาพยนตร์ไปฉายที่คำชะโนด ชาวบ้านใกล้เคียงกับบ้านวังทองยืนยันว่าไม่มีหมู่บ้านคนที่อยู่อาศัย หลังจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทำให้มีผู้คนจำนวนมากเดินทางมาเยี่ยมชมความมหัศจรรย์วันละหลายพันคน พื้นที่ป่าต้นชะโนดที่เงียบสงบกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว ต่อมาในปี พ.ศ. 2533 เกิดการขุดลอกเพื่อให้เป็นอ่างน้ำ สร้างสะพานเสริมคอนกรีตเป็นทางเข้าเมืองคำชะโนด จากผลการวิจัยของ Singsuwan & Puaksom (2020) อธิบายว่า คำชะโนดได้มีเรื่องราวของเจ้าปู่ศรีสุทโธนาคราชเป็นพระโพธิสัตว์ในศาสนาพื้นบ้าน มีศาลตั้งอยู่ใจกลางป่าภายในประดิษฐานรูปเคารพที่ปูนปั้นพญาศรีสุทโธนาคราชและนางพญานาคีศรีปทุมมา โดยพิธีบูชาประจำปีตรงกับวันขึ้น 3 ค่ำเดือน 3 หรือประมาณช่วงเดือนกุมภาพันธ์

สำหรับตำนาน “ผาแดงนางไอ่” จากงานวิจัยของ Narin (2015) ได้เล่าถึง ท้าววงศ์ ผู้ตกหลุมรักนางไอ่ได้แปลงกายเป็นกระรอกเผือกเพื่อติดตามไปถึงสวนดอกไม้ เมื่อนางไอ่ได้พบกระรอกเผือกเลยให้นายพรานยิงเพื่อนำมาเป็นอาหาร ก่อนตายท้าววงศ์คืออิฐฐาน ใครก็ตามที่กินเนื้อของตนเองต้องจมน้ำตาย ต่อมาเนื้อกระรอกเผือกถูกแบ่งไปทั่วเมือง เมื่อทราบถึงพญาศรีสุทโธนาคราชผู้เป็นพระบิดาของท้าววงศ์เลยบันดาลให้เกิดน้ำท่วมถล่มเมืองขอม ท้าวผาแดงพานางไอ่ขึ้นม้าควบหนีไปทางทิศเหนือ เหล่ากองทัพพญานาคตามพ่นไฟกลายเป็นห้วยพ่นไฟ ห้วยทะเลบัวแดง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี ตำนานบทนี้ถูกดัดแปลงสู่ละครโทรทัศน์เรื่อง “นาศิ” ในปี พ.ศ.2559 ได้รับความนิยมจนสร้างเป็นภาพยนตร์ภาคต่อ ในปี พ.ศ.2561 รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งถูกเลือกใช้เป็นสถานที่ถ่ายทำละครและภาพยนตร์ชุดนี้ งานวิจัยของ Phomjeen (2020) พบว่า อุทยานแห่งชาติน้ำตกเจ็ดสาวน้อยได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นจากละครและภาพยนตร์เรื่อง “นาศิ” นักท่องเที่ยวเดินทางมาสถานที่แห่งนี้มากกว่า 3 ครั้งต่อปี รายรับที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยว นำไปสู่การลงทุนเพื่อเพิ่มเติมยานพาหนะบริการแต่ละประเภทแก่นักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

จะเห็นได้ว่า เนื้อหาของภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าพญานาคในแหล่งท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันไปตามลักษณะทางกายภาพของระบบนิเวศทางธรรมชาติ ซึ่งต้องอาศัยความเชื่อมโยงกับทรัพยากรทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ โดยสังเคราะห์งานวิจัยที่มีค่าสำคัญเกี่ยวข้องภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าพญานาคและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถแบ่งออกเป็น 5 ด้านตามรายละเอียดดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 การสังเคราะห์ข้อมูลเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พยานาคที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย

ชื่อ-สกุล	ด้านความ เชื่อและ ตำนาน	ด้าน สถานที่ ท่องเที่ยว	ด้าน กิจกรรม	ด้านสิ่ง อำนวยความสะดวก	ด้าน บุคลากร
Krutasaen (2015)	/	/		/	/
Narin (2015)	/	/	/	/	
Chartchaiwong (2015)	/	/	/		
Vechasat (2016)	/		/		
Aeknarajindawat (2018)	/	/	/	/	
Intisang (2017)	/	/			
Detchatree, Sanpot, Auesriwong, & Turisut (2017)	/	/	/	/	/
Khamson (2018)	/	/	/	/	/
Imnarun & Thonglert (2018)	/	/	/		
Kenraksa & Wararatchai (2019)	/	/	/	/	/
Rithisrithorn, Hongsuwan, & Sangkha phanthanon (2019)	/	/			/
Singsuwan & Puaksom (2020)	/	/	/		
Thanasompunno, Thitapanyo, & Phra Sophonphatthanabandit (2021)	/	/			
Charoenmahavit (2021)	/		/		
Jansuri (2021)	/	/	/		

จากตารางที่ 2 พบว่า ภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พญานาคเนื้อหาภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พญานาคของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย ผ่านการสังเคราะห์วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผ่านกระบวนการการคัดกรองเอกสารเข้า-ออก ตามเงื่อนไขที่ได้กำหนดไว้ในระเบียบวิธีการวิจัยสามารถแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านความเชื่อและตำนาน (2) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว (3) ด้านกิจกรรม (4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (5) ด้านบุคลากร โดยแต่ละด้านสามารถแบ่งรายละเอียดเป็นข้อคำถามย่อยแต่ละด้านเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณในลำดับต่อไป

2. ระดับภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พญานาคของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 47.4 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 34.2 กลุ่ม LGBTQ+ คิดเป็นร้อยละ 18.4 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.4 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 68.9 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 35.2 ภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 53.6 เดินทางโดยใช้รถยนต์โดยสารส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 68.9 บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 60.7 ค่าใช้จ่ายต่อการท่องเที่ยวต่อวัน 3,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.2 สำหรับค่าระดับเนื้อหาภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พญานาคของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, $SD = 0.92$) จำแนกรายด้านพบว่า แต่ละด้านมีค่าเฉลี่ยเท่ากันอยู่ในระดับมากทั้งหมด เมื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อยยังพบว่า ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 4.12$, $SD = 0.81$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.07$, $SD = 0.89$) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.00$, $SD = 0.88$) ด้านกิจกรรม ($\bar{X} = 3.99$, $SD = 0.93$) และด้านความเชื่อและตำนาน ($\bar{X} = 3.75$, $SD = 1.10$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. การวิเคราะห์เนื้อหาภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พญานาคของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ความเชื่อและศรัทธาในพลังอำนาจของพญานาคผ่านตำนานของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อาทิ บั้งไฟพญานาค เกาะคำชะโนด และถ้ำนาคา มายาคติของระบบความเชื่อที่ถูกผลิตซ้ำตามยุคสมัย หรือแม้กระทั่งการผูกเรื่องราวของพญานาคผ่านละครและภาพยนตร์ จากความสำเร็จดังกล่าวยังมีส่วนช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ใช้เป็นสถานที่ถ่ายทำในแต่ละจังหวัดให้เป็นที่ยู่อักมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Imnarun & Thonglert (2018) พบว่า เรื่องราวของพญานาคดำรงอยู่ในฐานะทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีโครงสร้างระหว่างที่ตั้งของแต่ละชุมชน ปรากฏในลักษณะของงานจิตรกรรมฝาผนัง บอกเล่าเหตุการณ์ของพญานาคกับพระพุทธเจ้า รวมทั้งการนำไปเพื่อประดับทางสถาปัตยกรรม ตลอดจนการนำเอาเรื่องเล่าพญานาคมานำเสนอในรูปแบบของสื่อภาพยนตร์ สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kaewnuch (2022) ได้กล่าวถึง การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว P2RN ที่ประกอบไปด้วย ศักยภาพ (Potential) ทรัพยากร (Resources) ความพร้อมของคน (Readiness) และความต้องการของชุมชน (Need) โดยเฉพาะทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ความเชื่อ พิธีกรรม ศาสนา เป็นต้น เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ทางด้านวัฒนธรรมแก่

นักท่องเที่ยว หากมีการวางแผนการจัดการที่ดีย่อมสร้างมูลค่าที่ยั่งยืนในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หรือเรียกนิยามว่า “VUCA world” ประกอบด้วย ความผันผวน (Volatility) ความไม่แน่นอน (Uncertainty) ความสลับซับซ้อน (Complexity) และความคลุมเครือ (Ambiguity)

2. ระดับภูมิทัศน์ด้านานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พญานาคที่ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย ทั้งหมด 5 ด้าน ผลการศึกษาพบว่า

2.1 ด้านความเชื่อและตำนาน พบว่า การเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติและปรากฏการณ์ต่าง ๆ ล้วนเกิดขึ้นจากอิทธิฤทธิ์ของพญานาค เช่น บั้งไฟพญานาค เกาะคำชะโนด ถ้ำนาคา เป็นต้น การบูชาพญานาคช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดเป็นความเป็นสิริมงคลแก่ชีวิตไม่ว่าจะเป็นโชคลาภและความสำเร็จในหน้าที่การงาน ในขณะที่แรงศรัทธาพญานาคถูกสานต่อในลักษณะของเครื่องรางนำโชคเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การขอพรจากพญานาคสัมฤทธิ์ผลในเร็ววัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Khamson (2018) พบว่า พญานาคสามารถประทานสิ่งที่ดี มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติที่เกิดขึ้น รวมทั้งปาฏิหาริย์ของการบูชาเพชรนาควัตถุมงคลที่เชื่อว่าพญานาคเป็นผู้มอบให้มนุษย์ที่ถูกเลือกเพื่อความสิริมงคล นับว่าอีกหนึ่งความเชื่อที่ถูกขยายไปสู่ธุรกิจเครื่องประดับที่ผสมผสานเรื่องราวของพญานาค

2.2 ด้านสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พญานาคมีความเกี่ยวข้องกับสถานที่สำคัญทางพระพุทธศาสนาและแหล่งชุมชน การเข้ามาท่องเที่ยวควรให้ข้อมูลแนวทางการปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนกฎระเบียบหรือข้อบังคับของพื้นที่ เช่น การแต่งกาย ระยะเวลาการเปิด-ปิด เป็นต้น ในขณะเดียวกันสถานที่ท่องเที่ยวที่มีทัศนียภาพและระบบนิเวศที่สวยงามตามธรรมชาติที่เชื่อว่าเป็นแหล่งกำเนิดของพญานาค เช่น ถ้ำ ภูเขา แม่น้ำ ป่า เป็นต้น การดูแลรักษาความสะอาดแก่สถานที่ท่องเที่ยวยังคงเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากเป็นภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chartchaiwong (2015) พบว่า ความเชื่อของกลุ่มชาวอีสานที่บูชาพญานาคในโลกใต้บาดาล ก่อให้เกิดงานบุญบั้งไฟที่จัดขึ้นบริเวณลำน้ำโขงทุกวันออกพรรษาของทุกปี การดูแลความปลอดภัยจึงเป็นสิ่งสำคัญของการท่องเที่ยวในชุมชน รวมทั้งการกำหนดมาตรการดูแลทัศนียภาพทางธรรมชาติที่อาจได้รับผลกระทบโดยตรงจากปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มจำนวนขึ้นในแต่ละปี รวมทั้งควบคุมปริมาณขยะและสิ่งปฏิกูล

2.3 ด้านกิจกรรม พบว่า การบูชาพญานาคอาจต้องมีการประกอบพิธีกรรมร่วมด้วย เช่น การสวด การบวงสรวง การรำถวาย เป็นต้น นอกจากนี้ ทรัพยากรทางวัฒนธรรมด้านศิลปะ จิตรกรรม ประติมากรรม และสถาปัตยกรรมที่เกี่ยวข้องกับพญานาคเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจต่อการเดินทางมาศึกษาเยี่ยมชม รวมทั้งการจัดงานอีเวนต์หรือเทศกาลประจำปีที่เกี่ยวข้องกับพญานาค เป็นแนวทางการสร้างกิจกรรมที่มีส่วนช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้เป็นที่รู้จัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Vechasat (2016) พบว่า มโนทัศน์เรื่องพญานาคเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือแก่มนุษย์ที่กำลังเดือดร้อนสะท้อนให้เห็นได้จากความเชื่อ การบูชาเพื่อแสดงความเคารพ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thanasompunno, Thitapanyo, & PhraSophonphatthanabandit (2021) พบว่า การจัดงานเทศกาลประจำปีไม่ได้เป็นเพียงแต่การรักษาประเพณีท้องถิ่นให้คงอยู่ แต่ยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมและอัตลักษณ์ อีกทั้งตำนาน

เรื่องเล่าพญานาคยังคงถูกนำเสนอในมิติของผลงานศิลปะตามสถานที่สำคัญทางศาสนาของไทยที่พบเห็นได้ทั่วไป

2.4 ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะดวก พบว่า ภายในแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดเตรียมสิ่งสนับสนุนแก่นักท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำสาธารณะ ที่จอดรถยนต์โดยสาร ร้านอาหาร จุดทิ้งขยะ ยานพาหนะรับ-ส่ง ฯลฯ รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีการออกแบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีความปลอดภัยและสามารถรองรับกลุ่มผู้สูงอายุและพิการที่เดินทางมาพร้อมกับสมาชิกในครอบครัว ควรมีการจัดตั้งป้ายสื่อความหมายที่สามารถมองเห็นได้ง่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sritalalai & Na Thalang (2020) พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับกลุ่มผู้สูงอายุ โดยกำหนดระยะเวลาการซ่อมบำรุงให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ หรือแม้กระทั่งการเพิ่มจำนวนของป้ายสื่อความหมายกำกับเอาไว้ในแต่ละจุด เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวและการเฝ้าระวังอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะทางลาดชัน สะพานข้ามลำน้ำ และบริเวณเนินดินที่มีความชัน

2.5 ด้านบุคลากร พบว่า การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พญานาคต้องอาศัยความร่วมมือของชุมชนและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเข้ามาคอยให้บริการ ส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่นที่เข้ามาทำหน้าที่คอยดูแลนักท่องเที่ยวต้องอาศัยความกระตือรือร้น พร้อมทั้งดูแลบุคลิกภาพภายนอกเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ และการเตรียมความพร้อมสำหรับการแนะนำ รวมทั้งการวางแผนอัตรากำลังคนให้เหมาะสมกับวันหยุดสุดสัปดาห์หรือใกล้กับวันออกสลากกินแบ่งรัฐบาล ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่าทุกวัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kenraksa & Wararatchai (2019) พบว่า เจ้าหน้าที่และชาวบ้านส่วนใหญ่มีความสุภาพอ่อนโยนต่อนักท่องเที่ยว ช่วยเหลือดูแลแนะนำเกี่ยวกับการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจในช่วงเทศกาล ตลอดจนการให้ข้อมูลการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในเขตพื้นที่ต่อเนื่อง เป็นการนำเสนอจุดเด่นด้านอัตลักษณ์วิถีชีวิตของชาวโพนพิสัยในฐานะเจ้าบ้านที่ดี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการศึกษาพบว่า ภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พญานาคของสถานที่แต่ละแห่งมีความคล้ายคลึงกัน หรืออาจแตกต่างกันออกไปตามความเชื่อในถิ่นกำเนิดและตระกูลของเหล่าพญานาค ประกอบกับประเพณีและเทศกาลของชุมชนต่าง ๆ ที่อยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ ทางหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการรับจัดนำเที่ยวสามารถเรียบเรียงแหล่งข้อมูลวิทยุมุมที่เพิ่มเติมทางด้านภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถาปัตยกรรม เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสถานที่สำคัญทางศาสนาและวัฒนธรรมให้กลายเป็นเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยพญานาคของแต่ละจังหวัด รวมทั้งการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะของภาคีเครือข่ายความร่วมมือของแต่ละจังหวัด ที่มีเรื่องตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พญานาค ในอนาคตอาจเพิ่มเติมจังหวัดอื่น ๆ ที่อยู่นอกเหนือเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น เช่น กรุงเทพมหานคร กาญจนบุรี ปทุมธานี เชียงใหม่ เป็นต้น

2. จากผลการศึกษาพบว่า การยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวในวิถีปกติใหม่หลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 ต้องคำนึงถึงเรื่องความปลอดภัยด้านอนามัยของนักท่องเที่ยว โดยสถานที่

ท่องเที่ยวที่มีตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พยานาคส่วนใหญ่ยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คงสภาพดั้งเดิม และทรุดโทรมไปตามสภาพแวดล้อมทางกายภาพ รวมทั้งสถานที่ที่เป็นลักษณะของลานกิจกรรมกลางแจ้ง หรือแม้กระทั่งสถานที่ท่องเที่ยวในลักษณะของศาสนสถานที่มีความแออัด ควรปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านอนามัยสำหรับด้านการท่องเที่ยว (SHA: Amazing Thailand Safety and Health Administration) อย่างเคร่งครัด เช่น การเว้นระยะห่าง การติดแผ่นกั้นอะคริลิกใส การเพิ่มจุดคัดกรอง การจำกัดเส้นทางการเข้าออก และการจัดทำระบบการลงทะเบียนนักท่องเที่ยวสำหรับเกาะคำชะโนด และอุทยานแห่งชาติภูแล้งคา ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวต้นแบบที่การจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามมาตรฐาน SHA ซึ่งหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องสามารถเพิ่มเติมเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการท่องเที่ยวที่ช่วยลดการสัมผัสแต่ยังคงสามารถรับรู้เนื้อหาทางการท่องเที่ยวได้อย่างครบถ้วน อาทิ การนำเสนอข้อมูลเชิงเสมือน (AR: Augmented Reality) หรือแม้กระทั่งการติดตั้งระบบอินฟราเรดร่วมกับวิทยุเคลื่อนที่เพื่อนำเสนอเรื่องเล่าตำนานพยานาคด้วยเสียงที่คมชัดและรองรับได้หลากหลายภาษา

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยที่สนใจสามารถขยายผลการศึกษามาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา ในขั้นตอนการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีความเชื่อและศรัทธาเกี่ยวกับภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พยานาค เช่น ผู้นำชุมชน ปรารักษ์ชาวบ้าน ผู้ประกอบพิธีกรรม เป็นต้น รวมทั้งกลุ่มของหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลประกอบการรายงานผลการวิจัยให้มีความสมบูรณ์จากมุมมอง และการให้ความหมายของบุคคล สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการตรวจสอบสามเส้าด้านแหล่งข้อมูล ตลอดจนการนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยพยานาคโดยใช้ทรัพยากรทางด้านวัฒนธรรมที่มีความยั่งยืน

2. ผู้วิจัยที่สนใจควรศึกษาการทำนายภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พยานาคทั้ง 5 ด้านในฐานะตัวแปรอิสระ ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในขั้นตอนการวิจัยเชิงปริมาณด้วยสถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ รวมทั้งการใช้สถิติเชิงอนุมานในแบบอื่น ๆ ในขณะเดียวกันสามารถเพิ่มเติมกลุ่มตัวแปรอิสระแนวจิตทฤษฎีทางการท่องเที่ยว เช่น ส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว ความเชื่อมั่นทางการท่องเที่ยว ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เป็น ซึ่งผลการวิจัยที่ค้นพบสามารถนำเสนอข้อมูลประชากรและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในขอบเขตพื้นที่การศึกษา รวมทั้งยังสามารถขยายผลการศึกษาไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าศักดิ์สิทธิ์พยานาค ในจังหวัดอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากภาคอีสาน ตลอดจนการดัดแปลงโครงสร้างภูมิทัศน์ตำนานเรื่องเล่าสิ่งศักดิ์สิทธิ์บนฐานความเชื่อและศรัทธาส่วนบุคคล เช่น ตาไข่ พระพิฆเนศวร ท้าวเวสสุวรรณ ตาพรานบุญ เป็นต้น

References

- Aeknarajindawat, N. (2018). k̄nphatthana k̄nthōngthīeo choēng sāngsan thalē b̄uā d̄ēng ‘amphoe kumpha wāpī ch̄angwat ‘Udōn Thānī [The development of creative tourism in Red Lotus Lake, Kumphawapi District, Udon Thani Province]. **Journal of MCU Peace Studies**. 6(3), 1237-1253.
- Charoenmahavit, B. (2021). bangfai phaya n̄k k̄n s̄u khwām māi nai sangkhom Thai [Naga fireballs “Bang Fai Phaya Nak”: The interpretation in Thai society]. **Journal of Business Administration & Social Sciences Ramkhamhaeng University**. 4(1), 16-26.
- Chartchaiwong, K. (2015). k̄nchātkan khwām ch̄uā rūāng phaya n̄k khōng ch̄ao ‘Isān l̄e sing thī khūān thopthūān mai [The management of northeastern Thai people’s belief in NAGA and some issues that should be reviewed]. **Mekong Chi Mun Art & Culture Journal**. 1(1), 59-82.
- Cochran, W. G. (1977). **Sampling Techniques**. New York: John Wiley & Sons.
- Detchatree, N., Sanpot, K., Auesriwong, A., & Turisut, T. (2017). yutthasāt k̄nchātkan l̄ēng thōngthīeo nai phūnthī saksit chanōt b̄āndung ch̄angwat ‘Udōn Thānī [The Management Strategy for Tourist Attractions at the Sacred Site of Khamchanod, Bandung District, Udon Thani Province]. **Humanities & Social Sciences**. 34(3), 224-246.
- Imnarun, N., & Thonglert, K. (2018). k̄n dān ngōyū khōng san rūp h̄ēng n̄k bon ngān phāp chittrakam fā phanang Thai [The existing of NAGA Icon on Thai mural paintings]. Rangsit University: in **the 13th RSU National Graduate Research Conference**. (2084-2093). Nonthaburi: Graduate School, Rangsit University.
- Intaprom, W. (2020). k̄n wikhrō l̄e k̄nnam sancē phonlakā rawi khōng khōmūn choēng khunnaphāp [Analysis & presentation of qualitative data analysis]. **Academic Journal Phanakhon Rajabhat University**. 10(2), 314-333.
- Intisang, S. (2017). sutthōnāk h̄ēng kham chanōt: phūnthī sakkāra khōng sangkhom nai bōribot khwām thansamai [Sutthonak of Khamchanod: a sacred space of society in a modern context]. **nai k̄n prachum wichākān mahāwitthayalai Mahā Sārakhām wichai khrang thī sipsām: mahāwitthayalai Mahā Sārakhām** [In Mahasarakham University: The 13th Mahasarakham University Research Conference]. (127-131). Mahasarakham: Mahasarakham University.
- Jansuri, A. (2021). mutēlu: khwām ch̄uā kap k̄nthōngthīeo [Mutelu: Beliefs and Tourism]. **Journal of Arts & Cultural Perception**. 20(1), 220-240.

- Kaewnuch, K. (2022). **kānchatkān kānthōngthīeo læ kānphatthana chumchon kānthōngthīeo phaitai phonlawat lōk** [Tourism management and community development in dynamic world: issues trend and tools]. Bangkok: Pimdee.
- Kenraksa, R., & Wararatchai, P. (2019). **rabop kānchatkān lōchittik nai kānthōngthīeo khōng prākottakān bangfai phayā nāk ‘amphœ phōn phisai chāngwat Nōng Khai** [The tourism logistics management’s system of NAGA fireballs’ Phenomonon in Phon Phisai District Nong Khai Province]. **Social Science Journal of Prachachuen Research Network**. 1(2), 38-51.
- Khamson, A. (2018). **sūn watthanatham phayā nāk** [Payanak cultural center]. Bachelor’s thesis. Sripatum University.
- Krutasaen, W. (2015). **prākottakān bang fai phayā nāk: kānsāng nawattakam phūā kān songsoēm kānthōngthīeo choēng watthanatham chāngwat Nōng Khai nakhōn luāng wīang chān læ khwāng bōlikhāsai** [Naga fireballs phenomenon: innovation to promote cultural tourism in Nong Khai Province, Vientiane Capital and Bolikhamxai Province]. **Veridian E-Journal**. 7(2), 1611- 1626.
- Ministry of Tourism & Sport. (2022). **sathanakān kānthōngthīeo nai prathēt rai chāngwat pī sōngphanhārōihoksipha** [Domestic tourism statistics: Classify by region and province 2022]. Retrieved from https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=657
- Narin, N. (2015). **næothāng kānphatthana læng thōngthīeo choēng ‘anurak kōrānī suksā thalē būa dāng** [Directions of Ecotourism Development: A Case Study of Bua Daeng Sea]. **kān prachum wichakān radap chāt mahāwitthayalai kasetsat kamphaeng sǎn khrang thī sip‘et: mahāwitthayalai kasetsat** [In Kasetsart University: The 11th National Kasetsart University Kamphaeng Saen Conference]. (675-684). Bangkok: Kasetsart University Research and Development Institute.
- Oppermann, M. (2000). Triangulation a methodological discussion. **International Journal of Tourism Research**. 2(2), 141-145.
- Phomjeen, J. (2020). **khwāmsamphan khōng sakkayaphāp læng thōngthīeo kap khwāmphungphōchāi khōng nakthōngthīeo chāo Thai ‘utthayān hǎng chāt namtok chet sāonōi chāngwat Saraburi** [The Relationship of tourism attraction potential & Thailand’s tourist satisfy in Nam Tok Chet Sao Noi National Park, Saraburi Province]. Master’s thesis. Silpakorn University.

- Rithisrithorn, O., Hongsuwan, P., & Sangkhaphanthanon, T. (2019). *chāk ngu klāi pen khon chāk khon klāi pen ngu: khwām laklan khōng khwāmpen manut læ khwāmpen sat nai nawaniyai rūang nākhi* [From “Snake” to “Human”, from “Human” to “Snake”: ambiguity of humanity and animality in the novel Na-kee]. **Manutsayasat Wichakan**. 26(1), 153-178.
- Singsuwan, A., & Puaksom, D. (2020). *chāk chaopu thung phayāsīsutthōphōthisat: kām prap plān chakkrawān witthaya nai khwām chūa rūang phayānāk khōng phūkhn khā chanōt* [From “Jao Poo” to “Phaya Sri Suddho Bodhisattva”: A modification of naga cosmology belief of Kham Chanot people]. **Humanity and Social Science Journal, Ubon Ratchathani University**. 11(1), 146-175.
- Sritalalai, A., & Na Thalang, C. (2020). *kām thōng thiāo choēng watthanatham nai dān khwām chūa rūang phayā nāk khōng nakthōngthiēo chāo Thai nai phāk tawan ‘ōk chiāng nua (chāngwat ‘Udōn Thānī - chāngwat Nōng Khāi - chāngwat Bung Kām - chāngwat Nakhōn Phanom) prathēt Thai* [Cultural tourism in the belief about “Naga” of Thai tourists in the northeast (Udon Thani Province, Nongkhai Province, Bueng Kan Province, and Nakhon Phanom Province) Thailand]. **Dusit Thani College Journal**. 14(1), 53-74.
- Thanasompunno, P. P., Thitapanyo, P. M. & PhraSophonphatthanabandit. (2021). *suksā wikhro khwām chūa læ phithikam rē ūng phayā nāk nai phraphut satsana thērawat thī mī khwāmsamphan kap ‘ong phra thāt phanom* [An Analysis of Beliefs and Rituals on the Serpent in Theravada Buddhism Related to Phra That Phanom]. **Journal of Arts Management**. 5(2), 340-352.
- Vechasat, K. (2016). *manō that rūangnāk khōng chon chāt thai* [The Reflection of Naga in the Tai Concepts]. **Veridian E – Journal, Silpakorn University**. 9(1), 1099-1116.
- Weber, R. P. (1990). **Basic content analysis**. Sage, London.