

บทความวิชาการ (Academic article)

ผีbungเต้า: การจัดการความรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

หมู่บ้านไฮตาก ตำบลลาดค่าง อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย

Phi Bung Tao: knowledge Management of Local Culture and
Community-Based Tourism Management by Hai Tak Village, Lad Kang
Subdistrict, Phu Ruea District, Loei Province

ไทยโรจน์ พวงมณี^{1*} สุภาวดี สำราญ² อีสริยาภรณ์ ชัยกุลหลาบ¹ วีระนุช แยมยิม³ คชสิทธิ์ เจริญสุข¹
อรทัย จิตไธสง² และ ขนิษฐา ทาระคุณ⁴

Thairoj Phoungmanee^{1*}, Supawadee Sumran², Issariyapurn Chaijularb¹, Weeranuch Yamyim³,
Kochasee Jareansuk¹, Orathai jitthaisong² and Kanitra Harakhun⁴

วันที่รับบทความ (Received) วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

15 กันยายน 2568

7 พฤศจิกายน 2568

7 พฤศจิกายน 2568

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาการจัดการความรู้วัฒนธรรมผีbungเต้ากับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนหมู่บ้านไฮตาก ตำบลลาดค่าง อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย ใช้การศึกษาเอกสาร และการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า 1) การจัดการความรู้วัฒนธรรมผีbungเต้า มี 3 ขั้นตอน ดังนี้ (1) ขั้นตอนแบ่งปันความรู้ที่อยู่ในตัวคน และเอกสาร ใช้วิธีการประชุม การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์ เน้นการแลกเปลี่ยนข้อมูลตามแนวทางสุนทรียสนทนา (2) ขั้นตอนสร้างความรู้ใช้กระบวนการมีส่วนร่วมวิเคราะห์ สังเคราะห์ และตีความหมาย

¹คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

¹Faculty of Humanities and Social Science, Loei Rajabhat University

²คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

²Faculty of Education, Loei Rajabhat University

³คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

³Faculty of Science Social Science and Technology, Loei Rajabhat University

⁴คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

⁴Faculty of Management, Loei Rajabhat University

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

โดยร่วมกันสรุปเป็นชุดข้อมูลความรู้ และนำออกเผยแพร่ (3) ขั้นการนำความรู้ไปใช้ ด้วยการพัฒนาองค์ความรู้ให้เหมาะสมกับกิจกรรม เช่น การสื่อความหมาย การพัฒนาผลิตภัณฑ์หน้ากากผีbungเต้า และร่วมแห่ในขบวนพาเหรดผีbungเต้าของจังหวัดเลย ส่วน 2) การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า เป็นการดำเนินการรูปแบบมีส่วนร่วมโดยชุมชน ด้วยการนำองค์ความรู้วัฒนธรรมผีbungเต้ามาขับเคลื่อน และพัฒนาการศักยภาพกลุ่มท่องเที่ยวพบว่า มี 4 ด้าน ดังนี้ (1) ด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ การประสานงานนักท่องเที่ยว การจัดโปรแกรมท่องเที่ยว การดูแลความปลอดภัย การเป็นผู้สื่อความหมาย (2) ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ได้แก่ การพัฒนาและสร้างความรู้ตามเส้นทางท่องเที่ยว การสื่อสารอัตลักษณ์การท่องเที่ยว (3) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมการระบายสีหน้ากาก การนั่งรถอีแต๊กชมวิถีชุมชน การสงฆ์พระพุทธรูปท้าวบวรพต และ (4) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ได้แก่ การเป็นเจ้าของที่ดี การร่วมจัดการท่องเที่ยว และร่วมจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว ส่วนการนำองค์ความรู้วัฒนธรรมผีbungเต้ามาใช้จัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่ามี 3 รูปแบบ ดังนี้ (1) รูปแบบการท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมหมู่บ้านไฮตาก (2) รูปแบบการท่องเที่ยวชมและสัมผัสวิถีชีวิตหมู่บ้านไฮตาก และ (3) รูปแบบการท่องเที่ยวสัมผัสสัปปะการทางวัฒนธรรมผีbungเต้า โดยทุกรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นจะเน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับประสบการณ์ทางวัฒนธรรมผีbungเต้า ตามความเหมาะสมของเวลาที่เข้ามาท่องเที่ยว

คำสำคัญ : การจัดการความรู้วัฒนธรรมผีbungเต้า, การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน, วัฒนธรรมผีbungเต้า, จังหวัดเลย

Abstract

This academic article aims to study the knowledge management of the Phi Bung Tao culture and the community-based tourism management of Hai Tak Village, Lad Khang Sub-district, Phu Ruea District, Loei Province. The study employed both documentary research and field data collection. The findings revealed that: 1) Knowledge management of the Phi Bung Tao culture consisted of four stages: (1) Knowledge Sharing, which involved sharing tacit and explicit knowledge through meetings, focus group discussions, and interviews, emphasizing dialogue-based exchange of information; (2) Knowledge Creation, through participatory processes of analysis, synthesis, and interpretation, resulting in collaboratively developed and disseminated sets of cultural knowledge; (3) Knowledge Application, by adapting the knowledge to relevant activities such as cultural communication, developing Phi Bung Tao mask products, and participating in the Phi Bung Tao parade in Loei Province; ensuring the transmission of cultural knowledge within the community. 2) Community-based tourism management was found to operate through a participatory approach led by community members, driven by the application of Phi Bung Tao cultural knowledge to enhance tourism capacity in four main areas: (1) Management—tourist coordination, program arrangement, safety management, and interpretation services; (2) Tourism Resources—development of knowledge and identity-based

communication along tourism routes; (3) Tourism Activities—mask painting, local lifestyle tours on E-Taek vehicles, and the Song Nam Phra Buddha Nawabanphot ceremony; and (4) Community Participation—hospitality, collaboration in tourism management, and local resource stewardship. Regarding the integration of Phi Bung Tao cultural knowledge into cultural tourism, three models were identified: (1) the cultural tourism model of Hai Tak Village; (2) the experiential tourism model focusing on local lifestyle engagement; and (3) the natural-based tourism model emphasizing the village's environment. All models of community-based tourism management highlight providing tourists with meaningful cultural experiences related to the Phi Bung Tao tradition, in accordance with seasonal appropriateness.

Keywords: knowledge Management of Local Culture, Community-Based Tourism Management, Phi Bung Tao tradition, Loei Province

บทนำ

อำเภอกุเรือเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ วิถีชีวิตและวัฒนธรรม ที่ภาครัฐได้ขับเคลื่อนการจัดการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เหตุเพราะมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ น้ำตกปลาป่าสถานียอดทอง เกษตรที่สูง อุทยานแห่งชาติกุเรือ และแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ได้แก่ วัดป่าห้วยลาด วัดสมเด็จพระมิ่งเมือง ส่วนจุดเด่นของอำเภอกุเรือ คือ ภูมิประเทศที่เป็นภูเขาสูง และสภาพภูมิอากาศที่หนาวเย็นที่สุดในจังหวัดเลย เกษตรกรมีอาชีพปลูกไม้ดอกไม้ประดับเมืองหนาว ดังคำขวัญของอำเภอกุเรือที่ว่า “เมืองแห่งทะเลภูเขา สุดหนาวในสยาม ดอกไม้งามสามฤดู” อำเภอกุเรือแบ่งเขตการปกครองย่อยออกเป็น 6 ตำบล 47 หมู่บ้าน ได้แก่ ตำบลหนองบัว 8 หมู่บ้าน ตำบลท่าศาลา 7 หมู่บ้าน ตำบลร่องจิก 10 หมู่บ้าน ตำบลปลาป่า 7 หมู่บ้าน ตำบลลาดค่าง 6 หมู่บ้าน และตำบลसानตม 9 หมู่บ้าน มีพื้นที่ทั้งหมด 880 ตารางกิโลเมตร หรือ 339.80 ตารางไมล์ มีประชากร จำนวน 22,515 คน (สำนักงานเกษตรกุเรือ, 2568) ส่วนหมู่บ้านไฮตาก หมู่ที่ 2 ตำบลลาดค่าง อำเภอกุเรือ อยู่ห่างจากยอดกุเรือประมาณ 5 กิโลเมตร และห่างจากอำเภอกุเรือ 20 กิโลเมตร เป็นพื้นที่มีประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐาน และการอพยพของชาวบ้านที่เข้ามาลงหลักปักฐานแผ้วถางป่าเป็นที่ทำมาหากิน ปัจจุบันบ้านไฮตากตั้งอยู่ในเขตการปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลลาดค่าง มีประชากรอาศัยอยู่ 95 ครอบครัว รวมจำนวนทั้งสิ้น 362 คน แยกเป็นชาย 202 คน และหญิง 160 คน ส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม มีอาชีพเสริม คือ การจัดที่พัก และจัดกิจกรรมท่องเที่ยว สำหรับอัตลักษณ์บ้านไฮตากที่นักท่องเที่ยวรับรู้ คือ การเป็นหมู่บ้านตั้งบนภูเขาสูงที่อยู่แวดล้อมด้วยป่าธรรมชาติ มีอากาศเย็น บรรยากาศสวยงาม และมีวัฒนธรรมผีปู่ตาที่โดดเด่น ชุมชนจึงใช้เป็นจุดแข็งในการขับเคลื่อน และพัฒนาให้หมู่บ้านไฮตากเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว โดยเริ่มจัดการท่องเที่ยวมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 มีภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาเข้ามาร่วมหนุนเสริม ชุมชนให้มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวทุกมิติ เพื่อให้ชุมชนมีรายได้สำหรับนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างยั่งยืน

คำว่า “ผีbungเต้า” ใช้เรียกชื่อคนที่สวมหน้ากากยักษ์เข้าร่วมงานประเพณีสักการะพระพุทธรูปนาบรพตบนยอดภูเรือ ของชาวบ้านไฮตาก ตำบลลาดค่าง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดเลย ถือว่าเป็นวัฒนธรรมหน้ากากที่เกิดขึ้นใหม่ด้วยการใช้ภูมิปัญญาการคิดของชาวบ้าน เพื่อแก้ปัญหาผลผลิตทางการเกษตรกรรม โดยผู้ใหญ่บ้านในฐานะผู้นำชุมชนเป็นผู้คิดสร้างสรรค์จากปัญหาผลน้ำเต้าแห้งที่มีรูปทรงของผลไม่สวยงาม จำหน่ายไม่ได้ราคา บางส่วนถูกทิ้ง จึงคิดหาวิธีการผลิตหน้ากากจากผลน้ำเต้าขึ้นมา ซึ่งได้พัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่องจนมีรูปแบบสวยงาม จากนั้นจึงนำผีbungเต้าไปเป็นองค์ประกอบของประเพณีสักการะพระพุทธรูปนาบรพตในช่วงวันสงกรานต์ เช่น การแหวนบนหัวทุ่ง การฟ้อนผีbungเต้า การจัดขบวนแห่ชาวบ้านแต่งกายผีbungเต้า นอกจากนี้ยังสร้างเรื่องราวให้กับผีbungเต้า โดยการเชื่อมโยงความเชื่อเรื่องการปกป้องสิ่งไม่ดีไม่ให้ภัยกรายเข้ามาในหมู่บ้าน และสร้างการรับรู้ร่วมกันถึงสัญลักษณ์ผีbungเต้าว่าเป็นตัวแทนการปกป้องภัยอันตรายต่าง ๆ ให้กับคนในหมู่บ้าน (นัยนา อรรถนาทรี, 2568) ซึ่งการปรากฏตัวขึ้นของผีbungเต้าบนพื้นที่บ้านไฮตากนั้น ได้สร้างการรับรู้ และสำนึกร่วมของชุมชน ด้วยการนำวัฒนธรรมผีbungเต้ามาสร้างมูลค่า และคุณค่าผ่านการจัดการท่องเที่ยว ดังนั้นผีbungเต้าจึงมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาพื้นที่หมู่บ้านไฮตากให้เป็นหมู่บ้านการท่องเที่ยว ที่อยู่บนฐานการอนุรักษ์ การปกป้องรักษา ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เป็นวัฒนธรรมที่ช่วยสร้างความสามัคคี ความมีเอกภาพ และความเอื้ออาทรให้กับคนทุกคนในชุมชน จนทำให้ชุมชนเข้มแข็งขึ้น

การมีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนของวัฒนธรรมผีbungเต้า ได้ทำให้ภาครัฐ และภาคเอกชนเข้ามาพัฒนาบ้านไฮตากให้เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปวิถี ในปี พ.ศ. 2560 มีเป้าหมายให้ชุมชนได้ประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมสร้างรายได้ โดยมีกิจกรรมหนุนเสริมด้วยความรู้ด้านการท่องเที่ยว ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการ จนคนในชุมชนมีความรู้ความเข้าใจในการจัดการท่องเที่ยว และใช้วัฒนธรรมผีbungเต้ามาเป็นจุดขายการท่องเที่ยวร่วมกับพื้นที่ธรรมชาติ ผลจากการวิเคราะห์ชุมชน พบว่า จุดอ่อนที่ต้องร่วมกันพัฒนา คือ การขาดความรู้เชิงลึกในวัฒนธรรมชุมชน และวัฒนธรรมผีbungเต้า ซึ่งชุมชนยังไม่เคยทำการจัดการความรู้ที่แฝงอยู่ในตัวคนมาก่อน ซึ่งจัดการความรู้วัฒนธรรมผีbungเต้า และการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เป็นระบบนั้นจะทำให้ชุมชนนำองค์ความรู้ไปใช้กำหนดกลยุทธ์ และกิจกรรมการพัฒนาชุมชนร่วมกัน (Ebewo et al., 2009) จุดเด่นของการจัดการความรู้ คือ การร่วมแลกเปลี่ยน และการร่วมแบ่งปันความรู้ในเชิงลึก ที่มาจากการสังสมประสบการณ์ในชีวิต และการร่วมสร้างองค์ความรู้ใหม่จากผู้เข้าร่วมแบ่งปันความรู้ที่แตกต่างกันในแต่ละคน Wroblewski et al. (2019) กล่าวว่า การจัดการความรู้จะช่วยถอดบทเรียนที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิต ความเชื่อ ทักษะ และประสบการณ์เชิงคุณค่าของผู้เข้าร่วมออกมาเป็นชุดความรู้ใหม่ที่สามารถนำมาใช้แก้ปัญหา และสร้างเสริมองค์กรให้ก้าวหน้าต่อไป สำหรับบทความนี้ผู้เขียนใช้กรอบแนวคิดการจัดการความรู้ของ Intezari et al. (2017) มี 3 ขั้นตอน ดังนี้ 1) ขั้นตอนการแบ่งปันความรู้ 2) ขั้นตอนการสร้างความรู้ และ 3) ขั้นตอนการนำความรู้ไปใช้ โดยแต่ละขั้นตอนของกระบวนการจัดการความรู้ จะส่งเสริมศักยภาพด้านการรู้คิด การสื่อสาร มนุษย์สัมพันธ์ และศักยภาพการเป็นผู้นำและผู้ตาม ส่วนกรอบแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ใช้กรอบแนวคิดของ ญัฎฐพัชร มณีโรจน์ (2560) ที่ระบุว่า การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ประสบความสำเร็จนั้นจะต้องพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการ ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อมความสะอาด และด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ด้วยกระบวนการ

แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งรูปแบบของกิจกรรมจะสร้างความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นมา ปัจจัย และ บทบาทหน้าที่ของสมาชิกกลุ่มการจัดการท่องเที่ยว ทั้งนี้องค์ความรู้จะนำไปสร้างกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวที่มี ระบบ และมีประสิทธิภาพ

จากที่กล่าวมาเกี่ยวกับวัฒนธรรมผีปู่ตาและการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้อง กับการพัฒนาชุมชน และการสร้างมูลค่าผ่านการจัดการท่องเที่ยว จากการศึกษา พบว่า ชุมชนบ้านไฮตากยังไม่ เคยมีการจัดการความรู้วัฒนธรรมผีปู่ตาที่เป็นระบบมาก่อน ดังนั้นถ้าคนในชุมชนในฐานะเจ้าของวัฒนธรรมได้ ร่วมกระบวนการจัดการความรู้วัฒนธรรมผีปู่ตา ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มการจัดการท่องเที่ยวได้มีข้อมูลนำไปใช้ วางแผนพัฒนาหมู่บ้าน และพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน Lak et al. (2019) Gracan et al. (2010) Panich et al. (2017) กล่าวว่า ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนจะต้องเข้ามาร่วมวางแผน ร่วม ตัดสินใจ และร่วมดำเนินการ เพื่อให้กิจกรรมการขับเคลื่อนการจัดการความรู้ และการจัดการท่องเที่ยว ให้เกิด องค์ความรู้ใหม่ และได้แนวทางการดำเนินกิจกรรมของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้เขียนบทความจึงสนใจ ศึกษาการจัดการความรู้วัฒนธรรมผีปู่ตา และการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของหมู่บ้านไฮตาก ตำบลลาดค่าง อำเภอกูเรือ จังหวัดเลย ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม เพื่อการรวบรวมองค์ความรู้ และนำความรู้ไปพัฒนา ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างยั่งยืน

บททวนเอกสาร

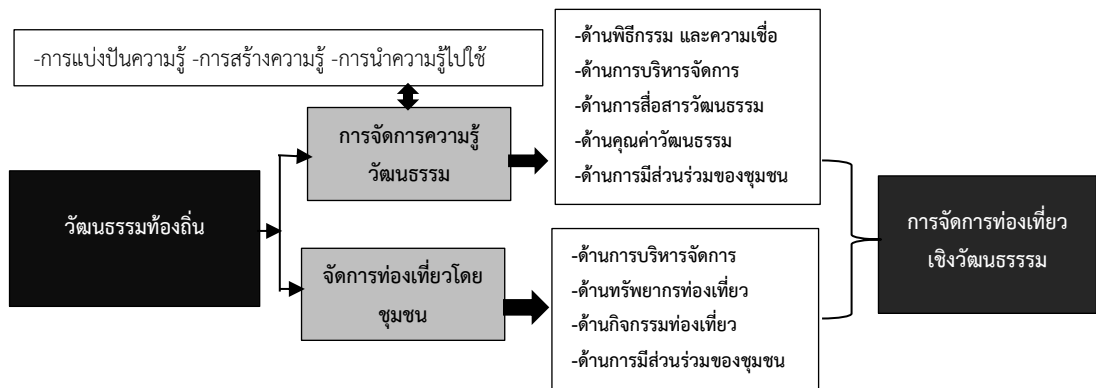
1. แนวคิดการจัดการความรู้วัฒนธรรม

การจัดการความรู้ (Knowledge Management) คือกระบวนการของการปฏิสัมพันธ์และการสื่อสาร ระหว่างความรู้ที่เป็นนามธรรม แฝงอยู่ในบุคคล ไม่เป็นทางการ และไม่เป็นโครงสร้างชัดเจน เช่น ความเชี่ยวชาญ ของมนุษย์ ความเข้าใจลึกซึ้งในจิตใจมนุษย์กับความรู้ที่เป็นรูปธรรม มีโครงสร้าง และมีรูปแบบเป็นทางการ เช่น เอกสาร ฐานข้อมูล คลังข้อมูลขนาดใหญ่ที่มีเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือสำคัญ (Albescu et al., 2009) กระบวนการจัดการความรู้มีหลักการดังนี้ 1) การแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing) 2) การสร้างความรู้ (Knowledge Creation) และ 3) การนำความรู้ไปใช้ (Knowledge Implementation) (Intezari et al., 2017) สำหรับการจัดการความรู้วัฒนธรรม หมายถึง การรวบรวมความรู้จากแหล่งข้อมูลหลายแหล่ง เช่น คน เอกสาร หนังสือ บทความ ด้วยการแลกเปลี่ยน และการแบ่งปันความคิด ความรู้สึกเชิงลึกร่วมกันจนสามารถสร้างองค์ ความรู้ใหม่ขึ้นมา เพื่อนำไปพัฒนาและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กร รวมถึงการส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรม การ พัฒนาความคิดสร้างสรรค์ และการฟื้นฟูวัฒนธรรมองค์กรให้มีคุณค่า และมูลค่าขึ้น (คณพศ ภูวบริรักษ์, 2568; Ebewo & Sirayi, 2009) สุวิมล สมไชย และคณะ (2566) Lak et al. (2019) กล่าวว่า การดำเนินการจัดการ ความรู้วัฒนธรรม เพื่อให้ได้องค์ความรู้ไปใช้สร้างกลยุทธ์การท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้เทคนิค SWOT analysis เข้า มาร่วมด้วย ทั้งนี้เพื่อให้ร่วมสะท้อนและร่วมรับรู้จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) ที่เกิดขึ้นในองค์กร จากนั้นจึงนำผลจากการศึกษามาวิเคราะห์ เพื่อสร้าง กลยุทธ์ เช่น กลยุทธ์เชิงแข่งขัน (SO) กลยุทธ์การกระจายความเสี่ยง (ST) กลยุทธ์การปรับปรุงแก้ไข (WO) และ

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (WT) ด้วยกลวิธี หรือกิจกรรมที่มีการหนุนเสริมด้วยปัจจัยด้านวัสดุอุปกรณ์ ด้านอาคารสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านความรู้ มีเป้าหมายเพื่อสร้างรายได้ และนำไปใช้ต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

2. แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

คำว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การออกเดินทางจากที่พักไปพักผ่อนหย่อนใจ หรือออกเดินทางเพื่อไปแสวงหาความสุข ความสนุกสนาน ความตื่นเต้นเร้าใจ หรือความบันเทิงในแหล่งท่องเที่ยว จนเกิดการเรียนรู้ และเกิดการรับรู้สิ่งใหม่ในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น (ไทยโรจน์ พวงมณี และคณะ, 2567) สำหรับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) มีหลักการสำคัญ คือ การสร้างความยั่งยืนให้กับสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม (ณัฐพัชร มณีโรจน์, 2560) ดังนั้นชุมชน และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องจะต้องร่วมมือร่วมใจกันดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ร่วมพัฒนา และปรับปรุงหมู่บ้านตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ เช่น สาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก พื้นที่การท่องเที่ยว เส้นทาง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และความปลอดภัย ทั้งนี้การดำเนินการจะต้องสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ว่า “ชุมชนเป็นผู้กำหนดกระบวนการ ทิศทาง และรูปแบบการท่องเที่ยวด้วยตนเอง” สำหรับคนในชุมชนนั้นต้องร่วมสะท้อนสภาพปัญหา ร่วมสืบค้นความรู้ ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมจัดการกิจกรรม และร่วมประเมินผลการดำเนินงานจัดการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อนำผลการประเมินมาปรับปรุงแก้ไขจุดที่บกพร่องให้มีมาตรฐาน (ฤกษ์ชนะ เนียมหอม และ กัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์, 2564) โดยเฉพาะกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ต้องสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวอย่างคุ้มค่ามากที่สุด เพื่อผลทางความรู้สึกที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในโอกาสต่อไป สอดคล้องกับ ณัฐพัชร มณีโรจน์ (2560) ที่กล่าวว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชุมชนจัดขึ้นจะต้องสร้างความท้าทาย และให้ความรู้สึกที่แปลกใหม่อย่างลึกซึ้ง โดยกิจกรรมต้องมีคนในชุมชนเข้าร่วมปฏิบัติการเรียนรู้ด้วย ดังนั้นสิ่งสำคัญที่ชุมชนการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญคือ การพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่อง จนมีทักษะการเป็นผู้จัดการท่องเที่ยว และเป็นเจ้าบ้านที่ดีอย่างมืออาชีพ ดังที่ Gracan et al. (2010) กล่าวว่า กลุ่มการจัดการท่องเที่ยวจะต้องกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาบุคลากร ด้วยการส่งเข้าร่วมอบรมกับภาครัฐและเอกชน เพื่อให้มีความรู้ และความคิดในการจัดการท่องเที่ยว การจัดการที่พักแรม อาหาร และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอย่างมุ่งมั่น ตั้งใจ และกระตือรือร้น กล่าวได้ว่าการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ถูกนำมาเป็นเครื่องมือการพัฒนาชุมชน เพื่อผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรม และด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีเป้าหมายร่วมกัน คือ “ความยั่งยืน” ส่วนปัจจัยการเข้ามามีบทบาทท่องเที่ยวที่กลุ่มการจัดการท่องเที่ยวต้องเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง คือ แหล่งท่องเที่ยวโดดเด่น ที่พักสะอาดสวยงาม กิจกรรมท่องเที่ยวที่แปลกใหม่เร้าใจ สิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมใช้งาน การเดินทางเข้าถึงสะดวก ค่าใช้จ่ายและระยะเวลาท่องเที่ยวเหมาะสม มีช่องทางติดต่อง่าย มีการจัดการพื้นที่อย่างมีสุนทรียภาพ เช่น บรรยากาศ ป้ายสื่อความหมาย ซึ่งถ้ากลุ่มการจัดการท่องเที่ยวมีการดำเนินการอย่างมีระบบ ก็จะช่วยจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ เข้ามา และกลุ่มนักท่องเที่ยวเดิมกลับมาท่องเที่ยวซ้ำด้วย (วาริษฐ์ มัธยมบุรุษ, 2562; ไทยโรจน์ พวงมณี และคณะ, 2567)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดบทความ

จากที่กล่าวมาว่าวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นที่มีทั้งวัฒนธรรมที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ โดยรูปแบบของวัฒนธรรมจะมีวิธีการปฏิบัติที่แตกต่างกันไป ซึ่งในแต่ละชุมชนจะมีวัฒนธรรมที่โดดเด่นและมีคุณค่าที่จะนำไปสร้างประโยชน์ต่อการสร้างมูลค่าทางวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวได้ ซึ่งก่อนการนำไปใช้นั้น จำเป็นต้องมีการจัดการความรู้วัฒนธรรมให้เป็นระบบก่อน โดยคนในชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น มีส่วนร่วมรวบรวมข้อมูลสร้างองค์ความรู้ และมีส่วนร่วมใช้ประโยชน์ในการจัดการท่องเที่ยว ที่เน้นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมส่งเสริมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม สามารถชื่นชม และเกิดตระหนักถึงคุณค่า จนไปสู่การสร้างสืบสาน และอนุรักษ์ต่อไป (ภาพที่ 1)

การจัดการความรู้วัฒนธรรมผิบบึงเต้า

บ้านไฮตากหมู่ที่ 2 ตำบลลาดค่าง อำเภอกุเรื่อ จังหวัดเลย เป็นหมู่บ้านการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงจากการมีอยู่ของวัฒนธรรมผิบบึงเต้าขึ้นในหมู่บ้าน ทำให้ตัวตนของหมู่บ้านปรากฏขึ้นบนฐานข้อมูลวัฒนธรรม และการท่องเที่ยว ซึ่งความรู้วัฒนธรรมผิบบึงเต้ายังไม่ผ่านกระบวนการจัดการความรู้ ดังนั้นสมาชิกในชุมชนจึงต้องการมีองค์ความรู้ที่มาจากการจัดการความรู้ทางวัฒนธรรม 3 ขั้นตอน ตามแนวคิดของ Intezari et al. (2017) ดังนี้ 1) การแบ่งปันความรู้ เป็นกระบวนการที่บุคคลกลุ่มหนึ่งร่วมกันถ่ายทอด แลกเปลี่ยน หรือกระจายความรู้ ทั้งที่เป็นความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) และความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) ไปยังผู้อื่น เพื่อการเรียนรู้ในกลุ่มสนทนา หรือกลุ่มการประชุมร่วมกัน 2) การสร้างความรู้ เป็นกระบวนการสร้างความรู้ใหม่จากประสบการณ์เดิมที่ได้จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หรือการทดลองปฏิบัติจริง แล้วสังเคราะห์ออกมาให้เป็นแนวทางใหม่ที่สามารถนำไปใช้ได้จริง และ 3) การนำความรู้ไปใช้ จากผลการสร้างองค์ความรู้ทำให้ชาวบ้าน และกลุ่มการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนำไปใช้เป็นเครื่องมือวางแผนการจัดการท่องเที่ยว เช่น การสื่อสารการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และการจัดขบวนพาเหรดเพื่อการประชาสัมพันธ์ และขับเคลื่อนวัฒนธรรมเชิงพื้นที่ไปสู่การรับรู้ในสังคม สำหรับองค์ความรู้ที่เป็นผลการจัดการความรู้วัฒนธรรมผิบบึงเต้าด้วยกรอบแนวคิดดังนี้

1. ด้านพิธีกรรม และความเชื่อ พบว่า บ้านไฮตากนำวัฒนธรรมผีบั้งเต้าไปผสมผสานกับงานสักการะพระพุทธรูปาวรรพต เช่น การนำผีบั้งเต้ามาเป็นองค์ประกอบของขบวนแห่ และทุ่งผีบั้งเต้าใช้ปักปันเขตมณฑลที่สร้างครอบพระพุทธรูปทั้ง 4 ทิศ โดยเชื่อว่า “ผีบั้งเต้าจะช่วยป้องกันสิ่งไม่ดีไม่ให้เข้ามาในเขตแดน” พร้อมกับการสงฆ์เพื่อขอพรและเป็นสิริมงคลกับชีวิต ในปีที่ผ่านมาการจัดขบวนแห่มีลักษณะเป็นแบบแผน ดังนี้ ผู้ถือพานพุ่ม ต้นผึ้ง ต้นดอกไม้ ขบวนทุ่งใหญ่ ขบวนทุ่งเล็ก และขบวนกลองเสียง ก่อนสงฆ์พระจะพื่อนถวายหน้าองค์พระพุทธรูปาวรรพตประกอบเพลงผีบั้งเต้า ซึ่งผู้พื่อนจะสวมใส่เสื้อผ้าพื้นเมืองและสวมหน้ากากผีบั้งเต้า หลังจากนั้นจึงเปลี่ยนผ้าอังสะและสงฆ์พระพุทธรูปาวรรพต การถวายภัตตาหารเพลแด่พระภิกษุสงฆ์ และสามเณร จึงสงฆ์พระสงฆ์ และรดน้ำของพระผู้ใหญ่จากภาครัฐและเอกชนที่เข้าร่วมงาน (บุญชู ศรีไตรภพ, 2567)

2. ด้านการบริหารจัดการ พบว่า นับตั้งแต่วัฒนธรรมผีบั้งเต้าเริ่มชัดเจนเป็นระบบผู้นำชุมชน ปราชญ์ทองถิ่น พระสงฆ์ นายอำเภอ ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลลาดค่าง สำนักงานวัฒนธรรม สำนักงานพัฒนาชุมชนได้เห็นคุณค่าวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการขับเคลื่อนชุมชน และเศรษฐกิจ ได้จัดกิจกรรมรวมกลุ่มรวบรวมข้อมูลวัฒนธรรมผีบั้งเต้าทุกมิติ ส่วนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผีบั้งเต้า และการสื่อสารองค์ความรู้สำหรับใช้จัดการท่องเที่ยว กลุ่มผู้นำชุมชนได้แต่งตั้งคณะกรรมการจัดการวัฒนธรรมขึ้น ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้านเป็นประธานกลุ่ม มีครูอาจารย์ ชาวบ้านเป็นรองประธาน เลขานุการ และคณะกรรมการ สำหรับประธานกลุ่มจะมีบทบาทในการใช้วัฒนธรรมผีบั้งเต้าเผยแพร่ให้กับหน่วยงานต่าง ๆ และสังคมรับรู้ ส่วนอัตลักษณ์ของผีบั้งเต้าถูกร่วมกันกำหนดให้เป็น “ยักษ์อารมณ์ดี มีตาหยี มุมผีปากฉีกยิ้มอย่างมีความสุข” สำหรับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายผีบั้งเต้าขึ้นถูกจัดการโดยองค์การบริหารส่วนตำบลลาดค่าง โดยผีบั้งเต้าผู้หญิงจะสวมใส่เสื้อแขนกระบอก สีกรมท่า สวมขึ้นแพรวาสีแดง พาดผ้าเปี่ยงแพรวาสีแดง สวมหน้ากากผีบั้งเต้า ส่วนผีบั้งเต้าผู้ชาย ได้แก่ เสื้อหม้อฮ่อม หรือเสื้อลายดอก สร้อยลายตาราง กระดิ่งใช้คาดบริเวณเอวให้มีจังหวะของเสียง และสวมหน้ากากผีบั้งเต้า

3. ด้านการสื่อสารวัฒนธรรมผีบั้งเต้า พบว่า ด้วยการใช้ชุดความรู้จากการจัดการความรู้ มีรายละเอียดดังนี้ 1) ด้านประวัติศาสตร์ชุมชน ที่ตำบลไฮตากเคยตั้งหลักแหล่งในเขตอุทยานแห่งชาติภูเรือ โดยมีชื่อว่าบ้านโห่ง จากนั้นหมู่บ้านได้เกิดโรคระบาด ชาวบ้านจึงอพยพไปตั้งหลักแหล่งใหม่ที่ภูใหม่ บางส่วนย้ายมาตั้งหลักแหล่งที่บ้านไฮตาก เนื่องจากมีแหล่งน้ำ มีสัตว์ป่า และป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ บางส่วนได้กระจายไปอยู่ที่บ้านภูเรือ บ้านป่าจันทม บ้านหนองเสือคราง และบ้านน้ำมี อำเภอท่าลี่ ดังนั้นเมื่อถึงช่วงวันที่ 15 เดือนเมษายน ชาวบ้านจะมารวมตัวกันที่บ้านไฮตาก โดยร่วมกันเตรียมน้ำผสมว่านหอม นำใส่ผลไม้เต้าแห้งจากนั้นจึงเดินทางลัดเลาะป่าขึ้นไปสงฆ์พระพุทธรูปาวรรพต เพื่อเป็นสิริมงคลแก่ตนเองและหมู่บ้านสืบไป 2) ด้านความเป็นมาวัฒนธรรมผีบั้งเต้า นิยงเชิงความหมาย และประเพณีของชุมชนที่นำวัฒนธรรมผีบั้งเต้าไปเกี่ยวข้อง พยว่า ผีบั้งเต้าเกิดขึ้นจากการแก้ปัญหาหน้าเต้าที่ไม่มีมูลค่า ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากยักษ์หน้าอุโบสถวัดศรีโพธิ์ชัย อำเภอนาแห้ว จังหวัดเลย ทำขึ้นเพื่อนำไปประดับหัวทุ่งแทนหน้าเต้าเงินน้ำเต้าทอง โดยเชื่อว่า “ยักษ์จะช่วยป้องกันสิ่งชั่วร้ายไม่ให้เข้ามาในเขตพุทธสถาน” (จันทร์ทิพย์ อาจสมบาล, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 กันยายน 2568) สำหรับนิยงเชิงความหมาย ประเพณีสักการะพระพุทธรูปาวรรพต หมายถึง การร่วมเฉลิมฉลอง การระลึกถึง และการมอบน้อมต่อองค์สัมมาสัมพุทธเจ้าด้วยการสงฆ์ สำหรับทุ่งผีบั้งเต้าที่ได้ติดตั้งทั้ง 4 ทิศ เพื่อแสดงถึงการถวายเป็นพุทธบูชา และ

การป้องกันสิ่งชั่วร้ายทุกทิศทางเพื่อบูชาผู้ช่วยชนะ โดยทูลนั้นใช้เส้นด้ายหลากสีเป็นวัตถุดิบ โดยนำมาพันกับไม้ เรียกว่า “ทุงใยแมงมุม” นำมาประกอบกันให้มีขนาดลดหลั่นมีตั้งแต่ 5 ดอก 7 ดอก 9 ดอก โดยชาวบ้านส่วนใหญ่จะให้เป็นเลขคู่ ด้วยความเชื่อที่ว่า “คือ อยู่ คู่ หนี” สำหรับน้ำเต้าที่เป็นพื้นของหน้ากากผีบั้งเต้า มีนัยแสดงถึงการเสริมความเป็นสิริมงคล การขับไล่สิ่งอัปมงคล การมีโชคลาภ ความมั่งคั่งด้วยทรัพย์สินเงินทอง และยังมีนัยถึงการดูดซับความไม่ตีมาเก็บไว้อย่างถาวร (รัก-ยม (นามแฝง), 2560) สำหรับพระพุทธรูปนาวาบรรพต หรือ “พระใหญ่” ถูกอัญเชิญมาจากวัดพระญาติ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อปี พ.ศ. 2520 แต่เดิมนั้นชาวบ้านใช้น้ำเต้าเงินน้ำเต้าทองประดับหัวทุงเพื่อความเป็นสิริมงคล แต่ในปี พ.ศ.2562 ได้ปรับแนวคิดใหม่ด้วยการนำวัฒนธรรมผีบั้งเต้ามาประดับบนยอดทุง พร้อมกับจัดภาพรวมของประเพณีให้มีบรรยากาศของผีบั้งเต้า เช่น ผีบั้งเต้าถือตันผึ้ง ผีบั้งเต้าหอบตันดอกไม้ ผีบั้งเต้าหอบคานผีบั้งเต้า และพ่อนประกอบเพลงผีบั้งเต้า ทั้งนี้เพื่อสร้างอัตลักษณ์บ้านไฮตาก และอำเภอภูเรือให้เป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่ชัดเจน (ไทยโรจน์ พวงมณี และคณะ, 2565) 3) ด้านขั้นตอนการทำหน้ากาก ขั้นที่ 1 การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ ได้แก่ (1) ผลน้ำเต้าแก่ นำมาล้าง เจาะเอาเมล็ดออก ขัดถูให้สะอาด และนำตากแดดให้แห้ง (2) สีนํ้าพลาสติกกละสี เลือกสีที่ชอบสำหรับทาสี (3) ดินสอ ใช้วาดลวดลาย (4) พู่กันกละเบอร์และขนาด ใช้ในการระบายสี และตัดเส้น (5) แลคเกอร์ ใช้ในการเคลือบสี ขั้นที่ 2 การทาสีรองพื้น การร่างลวดลาย การระบายสีลวดลาย เมื่อระบายสีเสร็จแล้วให้ผึ่งในที่ร่มจนแห้ง และเคลือบด้วยแลคเกอร์ และขั้นที่ 3 การตกแต่งด้วยการติดเชือกควั่นบริเวณหูให้ได้สัดส่วนหน้าผู้สวมใส่

4. ด้านคุณค่าวัฒนธรรมผีบั้งเต้า พบว่า ชุมชนตระหนักรู้ถึงคุณค่าวัฒนธรรมผีบั้งเต้าหลากหลายมิติ ได้แก่ 1) มิติเศรษฐกิจ โดยชาวบ้านในชุมชน กลุ่มการจัดการท่องเที่ยวและนักเรียน ได้ผลิตผีบั้งเต้าจำหน่ายในแพลตฟอร์มออนไลน์ การออกแบบชุดการแสดงผีบั้งเต้าต้อนรับนักท่องเที่ยว และการจัดการท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน เช่น วัดโพธิ์ชัย และ พื้นที่กิจกรรมลานพันดาว 2) มิติการท่องเที่ยว กลุ่มจัดการท่องเที่ยวใช้วัฒนธรรมผีบั้งเต้าสร้างผลิตภัณฑ์ ออกแบบป้ายสัญลักษณ์ และสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยว เช่น ปรัชยภัตภัตวัดอุณหภูมิมิผีบั้งเต้า การใช้ผีบั้งเต้าตกแต่งบ้าน ร้านค้า ร้านอาหาร และใช้วัดโพธิ์ชัยเป็นพื้นที่จัดกิจกรรมทางศาสนา ตลาดชุมชน และประดิษฐ์หน้ากากผีบั้งเต้า 4) มิติการศึกษาเรียนรู้ โดยกลุ่มการจัดการท่องเที่ยว และกลุ่มการจัดการวัฒนธรรมได้พัฒนาองค์ความรู้ และทักษะการสื่อสารวัฒนธรรมผีบั้งเต้า ทำให้สามารถเผยแพร่และให้ข้อมูลกับผู้สนใจได้ ส่วนโรงเรียนบ้านไฮตากในฐานะผู้มีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการความรู้ ได้นำองค์ความรู้วัฒนธรรมผีบั้งเต้าไปใช้สร้างหลักสูตรท้องถิ่น เรื่อง “ผีบั้งเต้า” และกิจกรรมเสริมในโรงเรียน ผลลัพธ์การเรียนรู้ คือ นักเรียนมีทักษะผลิตผีบั้งเต้า และเกิดความตระหนักรู้ถึงวัฒนธรรม และอัตลักษณ์บ้านไฮตาก และ 5) มิติการสืบทอดและอนุรักษ์วัฒนธรรมผีบั้งเต้า ด้วยการนำไปใช้สื่อสารการจัดการท่องเที่ยว การผลิตผีบั้งเต้าจำหน่าย และการนำวัฒนธรรมผีบั้งเต้าออกเผยแพร่ เช่น ร่วมเดินขบวนพาเหรดงาน MaHa SongKran World Water Festival” (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2567)

5. ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า กิจกรรมการจัดการความรู้จะช่วยหลอมรวมความร่วมมือร่วมใจของผู้ในชุมชน กลุ่มจัดการท่องเที่ยว ปราชญ์ท้องถิ่น ชาวบ้าน ครูอาจารย์ และนักวิชาการ มีรายละเอียดดังนี้

1) การร่วมสะท้อนวัฒนธรรมผีปู่เต้า ด้วยการบอกเล่าความเป็นมา แรงบันดาลใจ การผลิตผีปู่เต้า นัยเชิงความหมาย 2) การร่วมกำหนดแนวทางการใช้วัฒนธรรมผีปู่เต้าในการจัดการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการระบายสี หรือกิจกรรมการเดินพาเหรด 3) การร่วมวางแผนสร้างสรรค์ และผลิตหน้ากากผีปู่เต้าจำหน่ายนักท่องเที่ยว การเข้าร่วมกับภาครัฐออกเผยแพร่องค์ความรู้ในพื้นที่ การร่วมวางแผนจัดการท่องเที่ยว การจัดงานประเพณีสักการะพระพุทธรูปนาวาบรรพต และการจัดงานประเพณีท้องถิ่นของชุมชน 4) การร่วมจัดการกับหน่วยงานภายนอก เช่น การร่วมจัดขบวนพาเหรดผีปู่เต้าในงานเทศกาลหน้ากานานาชาติ และวัฒนธรรมสามฝัของสำนักศิลปะวัฒนธรรมร่วมสมัยและจังหวัดเลย โดยมีผู้นำกลุ่มการท่องเที่ยว ปราชญ์ท้องถิ่น และชาวบ้านเข้าร่วม จำนวน 30 คน 5) การร่วมคิด และร่วมสะท้อนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายผีปู่เต้าที่ใช้ในงานประเพณี และการใส่เข้าร่วมงานกับภาครัฐ โดยให้ความเห็นว่า เครื่องแต่งกายเดิมนั้นมีความร้อน เคลื่อนไหวลำบาก และเครื่องแต่งกายไม่สะท้อนตัวตนของหมู่บ้านไฮตาก ผลลัพธ์จากการสะท้อนความคิด พบว่า มีการพัฒนาเครื่องแต่งกายใหม่ด้วยการใช้ผ้าขาวม้าทอพื้นบ้าน และผลน้ำเต้าแห้งขนาดเล็กได้ถูกนำมาสร้างสรรค์เป็นเครื่องประดับ ซึ่งโดยภาพรวมกิจกรรมการมีส่วนร่วมได้ทำให้คนในชุมชน เกิดความตระหนักรู้ถึงบทบาทหน้าที่ของตนเอง การชื่นชม การเห็นคุณค่า และการอนุรักษ์วัฒนธรรมผีปู่เต้าให้คงอยู่ร่วมกับชุมชนต่อไป



ภาพที่ 2 (ซ้าย) ขบวนแห่ผีปู่เต้า ประกอบด้วยนางหอน้ำเต้าเงินน้ำเต้าทอง ผีปู่เต้าชาย และต้นดอกไม้ (ขวา) ผู้ใหญ่บ้านไฮตาก และลูกบ้านแต่งกายพื้นบ้านกับหน้ากากผีปู่เต้า

ที่มา : บุญชู ศรีไตรภพ, 2567



ภาพที่ 3 (ซ้าย-ขวา) ขบวนแห่ต้นผึ้ง ผีปู่เต้าชายหญิงถือพานบายศรีนำไปสักการะพระพุทธรูปนาบารพ
ที่มา: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2567

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านไฮตาก

หมู่บ้านไฮตากตั้งอยู่บนพื้นที่สูงของตำบลลาดค่าง อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย มีจุดเด่นด้านภูมิศาสตร์ของพื้นที่ภูเขา อากาศเย็นตลอดทั้งปี ทำให้มีการขับเคลื่อนการจัดการท่องเที่ยวจากภาครัฐ และเอกชนโดยมุ่งให้เกิดผลในมิติเศรษฐกิจ มิติสังคม มิติวัฒนธรรม และมิติสิ่งแวดล้อม ซึ่งผลจากการจัดการความรู้วัฒนธรรมผีปู่เต้าทำให้เกิดชุดความรู้ใหม่ที่มีคุณค่า สามารถนำองค์ความรู้วัฒนธรรมผีปู่เต้ามาใช้ในการวางแผนจัดการท่องเที่ยวในระดับชุมชนได้ Lak et al., (2019) ให้ข้อเสนอแนะว่า การพัฒนาพื้นที่สาธารณะให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว นั้น คนในชุมชนต้องร่วมกันสะท้อน และร่วมสร้างกลยุทธ์การพัฒนา การสร้างแบรนด์ และกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่มีอัตลักษณ์ ทั้งนี้เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวผ่านนัยที่มีผลต่อการจดจำ สำหรับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านไฮตากในฐานะที่มีวัฒนธรรมผีปู่เต้าเป็นจุดเด่น มีการดำเนินการ มีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านการบริหารจัดการ พบว่า มีสมาชิกที่เป็นคนในชุมชน จำนวน 30 คน ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมผีปู่เต้า การจัดการแหล่งท่องเที่ยว การวางแผนและพัฒนา การจัดการความปลอดภัย การบริการนักท่องเที่ยว และการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมให้ยั่งยืน ส่วนแนวทางการบริหารจัดการแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้ 1) การบริหารจัดการคน ให้มีทักษะการจัดการท่องเที่ยว สามารถวางแผนการตลาดและการประชาสัมพันธ์ และร่วมดำเนินการจัดการตามเส้นทางท่องเที่ยวได้อย่างมีศักยภาพ 2) การบริหารจัดการงาน เช่น การวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน การบริหารจัดการ การบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรธรรมชาติ การส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ การพัฒนาบุคลากรให้มีมาตรฐานบริการ การจัดการข้อมูลองค์ความรู้ในชุมชน การสร้างความร่วมมือกับภาครัฐ และภาคเอกชนในพื้นที่จังหวัดเลย เพื่อให้การท่องเที่ยวยั่งยืนปลอดภัย และชุมชนมีรายได้ 3) การบริหารจัดการงบประมาณ ยังไม่เป็นระบบ

เนื่องจากได้ปรับพื้นที่พักให้เป็นแบบรีสอร์ต และบ้านพักส่วนบุคคล ซึ่งกลุ่มมีแนวคิดแสวงหางบประมาณเพื่อมาหนุนเสริมกิจกรรมกลุ่มจัดการท่องเที่ยว เช่น การระดมทุนสมาชิกกลุ่ม และการจำหน่ายของที่ระลึก

2. ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านไฮตากได้รวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในชุมชนเพื่อกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยว ดังนี้ 1) ลานพันดาว เป็นพื้นที่แหล่งเรียนรู้และทำกิจกรรมวาดหน้ากากผีบั้งเต่า และจำหน่ายหน้ากากผีบั้งเต่า ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ตรงจากการทดลองปฏิบัติการ และร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 2) วัดโพธิ์ชัย เป็นวัดป่าที่ตั้งอยู่บนเนินเขาสูงท้ายหมู่บ้าน ตั้งขึ้นพร้อมกับชุมชน ปัจจุบันได้สร้างศาลาการเปรียญใหม่สำหรับใช้ทำกิจทางศาสนาของพระสงฆ์ และการสักการะของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ลานวัดยังเป็นตลาดชุมชนที่จำหน่ายผักพื้นบ้าน ผลไม้ เช่น แก้วมังกร อโวคาโด และของที่ระลึก เช่น น้ำเต้าเจี้ยว น้ำทอง และอาหารพื้นบ้าน 3) หมู่บ้านไฮตาก หมู่ที่ 2 อยู่ในเขตการปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลลาดคำว่ ที่ดินอยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติ ชาวบ้านส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม นับถือศาสนาพุทธ มีวัดโพธิ์ชัยเป็นศูนย์กลางความศรัทธา มีภูมิปัญญาท้องถิ่นผีบั้งเต่าจากการแก้ปัญหาผลผลิต และการนำวัฒนธรรมผีบั้งเต่าไปร่วมกับประเพณีสักการะพระพุทธรูปาวรรพต และ 4) อุทยานแห่งชาติภูเรือ สูงจากระดับน้ำทะเล 1,365 เมตร มีพระพุทธรูปาวรรพตที่ชาวบ้านเชื่อว่ามีความศักดิ์สิทธิ์ประดิษฐานอยู่

3. ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ชุมชนได้นำจุดเด่นของวิถีชีวิต วัฒนธรรม และธรรมชาติมาเป็นเครื่องมือจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้ 1) การวาดหน้ากากผีบั้งเต่า มีวิทยากรแนะนำ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้เข้าถึงอารมณ์ ความรู้สึก ความคิด และประสบการณ์ทางสุนทรียภาพ 2) การทำทุ่งผีบั้งเต่า 3) การนั่งรถอีแต๊กตามเส้นทางการท่องเที่ยว 4) การไหว้พระวัดโพธิ์ และชมตลาดวัฒนธรรม และ 5) การสักการะพระพุทธรูปาวรรพต เป็นกิจกรรมเดินทางไปบนยอดภูเรือเพื่อสร้างน้ำ โดยเตรียมดอกไม้ธูปเทียนและน้ำปรุงด้วยว่านหอมใส่ผลน้ำเต้า ส่วนงานประเพณีสักการะพระพุทธรูปาวรรพตนั้นมีการเตรียมการจัดงานโดยภาครัฐ และภาคเอกชน มีชาวบ้านใกล้เคียงเข้าร่วม 5 หมู่บ้าน คือ บ้านภูเรือ บ้านป่าจันทม บ้านหนองเสือคราง บ้านไฮตากและบ้านน้ำมี อำเภอกุสุมาลย์ โดยมีกิจกรรมร่วมทำต้นดอกไม้ ต้นผึ้ง ทุ่งผีบั้งเต่า และร่วมจัดขบวนแห่อย่างใดก็ได้กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนและการเดินทางไปร่วมงานสักการะพระพุทธรูปาวรรพตยอมทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ ชาบซึ้ง และตระหนักถึงคุณค่าวัฒนธรรมผีบั้งเต่ามากยิ่งขึ้น

4. ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า บ้านไฮตากใช้กระบวนการมีส่วนร่วมขับเคลื่อนการท่องเที่ยว เช่น การวิเคราะห์ศักยภาพชุมชน การพัฒนาการเป็นเจ้าบ้านที่ดี การจัดตั้งกลุ่มการแปรรูปอาหาร การเป็นผู้สื่อความหมาย การผลิตของที่ระลึก กลุ่มขับรถอีแต๊กนำเที่ยว ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพบุคลากรการท่องเที่ยวของชุมชน ทำให้สมาชิกกลุ่มมีรายได้ ผลจากความสำเร็จได้ทำให้ชุมชนร่วมมือร่วมใจกันสร้างทางเลือกใหม่ขึ้นมาเพิ่ม คือการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบแคมป์ปิ้ง ด้วยการเปิดพื้นที่บ้านพักเป็นลานกว้างสำหรับกางเต็นท์ พร้อมจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ไฟฟ้าส่องสว่าง ลานจอดรถ อาหารพร้อมปรุงไว้บริการนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวได้มีเวลาสัมผัสวัฒนธรรม ธรรมชาติ อากาศ และการพักผ่อนมากขึ้น

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

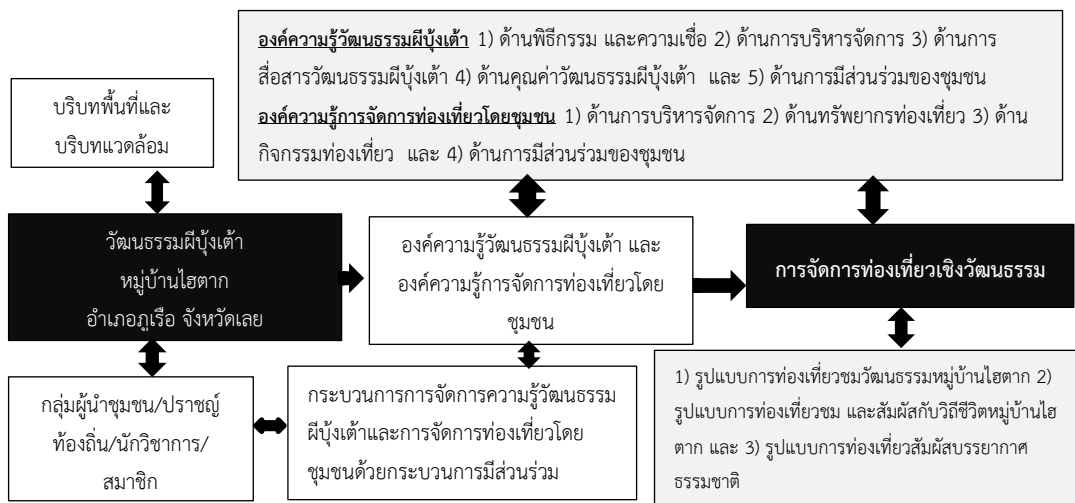
การจัดการพื้นที่บ้านไฮตากของภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในประเด็นการจัดการความรู้ และการจัดการท่องเที่ยว ได้ส่งผลต่อการพัฒนาพื้นที่ให้สวยงามโดดเด่น และมีอัตลักษณ์จากวัฒนธรรมผีบั้งเต้า ทำให้คนในชุมชนได้ตระหนักถึงการมีคุณค่าของทรัพยากรท้องถิ่น จึงร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรม และร่วมจัดการพื้นที่ทางธรรมชาติให้เกิดความยั่งยืน กิจกรรมเหล่านี้จึงส่งผลต่อการเกิดภาพลักษณ์ใหม่บนพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขึ้น (Gracan et al., 2010) สำหรับพื้นที่ทางวัฒนธรรมบ้านไฮตากนั้น เป็นพื้นที่ที่มีคน วิถีชีวิต และความเชื่อฝังอยู่หัตถกรรม ประเพณี อาหารท้องถิ่น ผลผลิตทางการเกษตรกรรมที่มีคุณค่า และมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ส่วนการขับเคลื่อนพื้นที่ทางวัฒนธรรมไปสู่พื้นที่การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น เป็นกระบวนการที่คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมร่วมกันกำหนดแนวทางการพัฒนา เช่น การกำหนดอัตลักษณ์ และสร้างสัญลักษณ์เชิงพื้นที่ บรรยากาศ และกิจกรรมท่องเที่ยวที่ท้าทายให้กับนักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัส (ไทยโรจน์ พวงมณี และคณะ, 2567) ทั้งนี้การขับเคลื่อนดังกล่าวจะต้องใช้กระบวนการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ทั้งนี้เพื่อเปิดโอกาสให้ทุกคนในชุมชนได้ร่วมจัดการท่องเที่ยว ร่วมเป็นเจ้าของที่ดีในการต้อนรับ แนะนำ และสื่อสารเรื่องราวต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวรับรู้ (คณพศ ภูวบริรักษ์, 2568) ดังที่ วาริชต์ มัธยมบุรุษ (2562) กล่าวว่า การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องเน้นการมีส่วนร่วมจากคนในชุมชน มีโปรแกรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม และธรรมชาติ นักท่องเที่ยวสามารถออกเดินสำรวจพูดคุยกับชาวบ้านได้ และมีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว ทั้งนี้การบริการที่สมบูรณ์แบบจะสร้างความรู้สึกที่ดี และสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ดังนั้นผู้จัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ดี จะต้องความเข้าใจถึงการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ทั้งนี้เพื่อจัดกิจกรรมที่เหมาะสมให้กับนักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงคุณค่าที่แท้จริง (Panich et al. 2017) ผลการจัดการความรู้วัฒนธรรมผีบั้งเต้า และการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน สามารถสังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ 3 รูปแบบ ดังนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมหมู่บ้านไฮตาก ด้วยการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวช่วงเดือนเมษายน ที่มีงานประเพณีสักการะพระพุทธรูปนาถาบรรพต โดยนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัส และมีประสบการณ์แต่ละช่วงบนพื้นที่วัดโพธิ์ชัย และหมู่บ้านดังนี้ 1) ช่วงการเตรียมผีบั้งเต้าร่วมขบวนแห่ การเตรียมฟ้อนของชาวบ้าน การเตรียมทำต้นดอกไม้ ทำทุงประดับผีบั้งเต้า และทำต้นผึ้ง การเตรียมน้ำปรุงใส่ภาชนะน้ำเต้าขนาดใหญ่นำไปสงฆ์พระพุทธรูปนาถาบรรพต 2) ช่วงการดำเนินงานประเพณีสักการะพระพุทธรูปนาถาบรรพต นักท่องเที่ยวจะเข้าร่วมขบวนแห่ และร่วมพิธีกรรมการสงฆ์พระพุทธรูป การสงฆ์บุคคลสำคัญของอำเภอกุเรื่อ และ 3) ช่วงหลังพิธีกรรมจะเดินทางมาร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ รับประทานอาหารเย็น และร่วมสนทนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชน

2. รูปแบบการท่องเที่ยวชมและสัมผัสกับวิถีชีวิตหมู่บ้านไฮตาก ด้วยการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้เลือกเข้ามาท่องเที่ยว ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวครึ่งวัน มีโปรแกรมและกิจกรรมการเรียนรู้ความเป็นมาของหมู่บ้านไฮตาก การนั่งรถอีแต๊กชมวิถีชาวบ้าน การเข้าวัดโพธิ์ชัยไหว้พระเพื่อเป็นสิริมงคลพร้อมกับถ่ายภาพวิหารใหม่ และการทดลองระบายสีหน้ากากผีบั้งเต้า 2) การท่องเที่ยว 1 วัน ต้องจัดโปรแกรมท่องเที่ยวที่ชัดเจน ได้แก่ การรับฟังความเป็นมาของหมู่บ้านไฮตาก การไหว้พระประธานและร่วมทำบุญวัดโพธิ์ชัย

การนั่งรถอีแต๊กชมเส้นทางสักการะพระพุทธรูปนาถาบรรพต การเดินทางสำรวจหมู่บ้าน และเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกรรมของชุมชน เช่น การปลูกน้ำเต้า การทำต้นผึ้ง การวาดหน้ากากผีบั้งเต้า การเข้าร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญต้อนรับนักท่องเที่ยว และทานอาหารพื้นบ้านร่วมกัน

3. รูปแบบการท่องเที่ยวสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติ ด้วยการจัดการพื้นที่บ้าน หรือพื้นที่ทางเกษตรกรรมให้เป็นลานสำหรับการแคมป์ปิ้ง มีพื้นที่นั่งพุดคุยสนทนาการสังสรรค์นักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะ โดยกลุ่มการจัดการท่องเที่ยวได้อำนวยความสะดวกเกี่ยวกับไฟฟ้าส่องสว่าง ที่จอดรถ ห้องน้ำ จุดทิ้งขยะ จุดนั่งพักผ่อนชมทิวทัศน์ และการจัดเตรียมอาหารแนวปิ้งย่าง เช่น หมูกระทะ ลูกชิ้นปิ้ง และเครื่องดื่ม



ภาพที่ 5 สรุปผลกระทบการจัดการความรู้วัฒนธรรมผีบั้งเต้าสู่การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนหมู่บ้านไฮตาก

บทสรุป

การจัดการความรู้วัฒนธรรมผีบั้งเต้าเป็นกลยุทธ์การจัดการกิจกรรมถอดประสบการณ์ความรู้ที่แฝงอยู่ในตัวคนออกมา เพื่อนำความรู้มาใช้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และการท่องเที่ยว มีกระบวนการดังนี้ 1) การแบ่งปันความรู้ 2) การสร้างความรู้ และ 3) การนำความรู้ไปใช้ ส่วนวัฒนธรรมผีบั้งเต้าเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นในการแก้ปัญหาผลผลิตทางการเกษตรด้วยการใช้ลูกน้ำเต้ามากระบายสีให้มีรูปแบบคล้ายหน้ากากยักษ์ ใช้สีสันสดใส เพื่อสื่อสารวิถีชีวิต ความเชื่อ และจิตวิญญาณของชุมชนที่ผูกพันกับธรรมชาติอย่างลึกซึ้ง ผลจากการใช้กระบวนการจัดการความรู้ได้ทำให้ได้องค์ความรู้ และนำความรู้ไปประยุกต์ใช้กับการจัดการท่องเที่ยว เช่น การกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาแหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรม และการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับพื้นที่ธรรมชาติ เพื่อสร้างประสบการณ์ทางอารมณ์ และความรู้สึกที่หลากหลายทั้งที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ให้กับนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังคงท้าทายในหลายประเด็น เช่น การรักษาความสมดุลระหว่างการท่องเที่ยวชุมชนกับวิถีชีวิต การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม และการขับเคลื่อนคนรุ่นใหม่ให้เห็นคุณค่าวัฒนธรรมผีบั้งเต้า ซึ่งกลุ่มการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้จัดกิจกรรมประชุม

แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และถอดบทเรียนอย่างต่อเนื่อง เพื่อหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพให้ครอบคลุมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน สำหรับการใช้องค์ความรู้วัฒนธรรมผิบบึงมาใช้จัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า มี 3 รูปแบบ ดังนี้ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมหมู่บ้านโฮตาค 2) รูปแบบการท่องเที่ยวชม และสัมผัสกับวิถีชีวิตหมู่บ้านโฮตาค และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติ (ภาพที่ 5)

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณะ เนียมหอม, และ กัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์. (2564). การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน. *Journal of Roi Kaensam Academi*, 6(11), 350-363. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/250384>
- คณพศ ภูวบริรักษ์. (2568, กันยายน 10). *การจัดการวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของเมืองรอง*. <https://researchcafe.tsri.or.th/tourism-culture/>
- ณัฐพัชร มณีโรจน์. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 13(2), 25-45. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt/article/view/113060>
- ไทยโรจน์ พวงมณี, คชสิทธิ์ เจริญสุข, และ สุภาวดี สำราญ. (2565). อัตลักษณ์และสุนทรียภาพของหน้าากผิบบึงเต้าที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวบ้านโฮตาค อำเภอกู่เรือ จังหวัดเลย. *มังรายสาร*, 10(2), 67-81. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/mrsj/article/view/260436>
- ไทยโรจน์ พวงมณี, มาริษา ภิรมย์แทน เดอ เบลส์, คชสิทธิ์ เจริญสุข, อรทัย จิตไธสง, และ พชรมณ ใจงามดี. (2567). สุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวบ้านพิพิธภัณฑ์ไธตำบลนาป่าหนาด ตำบลเขาแก้ว อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดเลย. *วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และนวัตกรรม มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์*, 3(2), 163-179. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/hsi_01/article/view/271192
- นัยนา อรรถนาท. (2568). ผิบบึงเต้า: ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่อยู่ในวิถีชีวิตชาวไทเลย. *วารสารวิจัยสมาคมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*, 18(1), 69-83. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/tla_research/article/view/280119
- บุญชู ศรีไตรภพ. (2567, กันยายน 8). *ย้อนชมตำนานเรื่องเล่าของผิบบึงเต้าสุดอลังการ 1 ใน 3 ผิบบึงของจังหวัดเลย*. <https://www.topnews.co.th/news/1033617>.
- รัก-ยม (นามแฝง), 2560, กันยายน 8). *พระพุทธรูปนาวาบรรพต ศรีธาตุสุดหนาวที่ภูเรือ*. <https://www.thairath.co.th/horoscope/interesting/1116684>.
- วาริษฐ์ มัธยมบุรุษ. (2562). โครงสร้างของระบบการท่องเที่ยว. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 14(1), 94-102. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tourismtaat/article/view/175101>
- สำนักงานเกษตรภูเรือ. (2568, กันยายน 8). *ประวัติความเป็นมาของอำเภอกู่เรือ*. http://phuruea.loei.doae.go.th/?page_id=108

- สุวิมล สมไชย, พิกุล ภูมิแสน, สำเร็จ อาจระชั้น, และ สนุก สิงห์มาตร. (2566). การจัดการวัฒนธรรมสู่แนวคิดการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์. *Interdisciplinary Academic and Research Journal*, 3(6), 1035-1048. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/article/view/272810>
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2567, กันยายน 10). *อพท.เลย เข้าร่วมงานพิธีแห่งสร้างน้ำพระพุทธรูปนวาบรรพต ณ ยอดอุทยานแห่งชาติภูเรือ*. <https://www.dasta.or.th/th/article/3510>
- Albescu, F., Pugna, I., & Paraschiv, D. (2009). Cross-Cultural Knowledge Management. *Informatica Economica*, 13(4), 39-50. <https://www.revistaie.ase.ro/content/52/05%20-%20Albescu,%20Pugna.pdf>
- Ebewo, P., & Sirayi, H. M. (2009). The Concept of Arts Cultural Management: A Critical Reflection. *The Journal of Arts Management Law and Society*, 38(4), 281-295. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.3200/JAML.38.4.281-295>
- Gracan, D., Zadel, Z., & Rudancic-Lugaric, A. (2010). Strategic Management of Cultural-Tourism Resources. *Academica Turistica*, 3(1-2), 16-25. https://www.hippocampus.si/ISSN/2335-4194/3_1-2_16-25.pdf
- Intezari, A., Taskin, N., & Pauleen, D. J. (2017). Looking beyond Knowledge Sharing: an Integrative Approach to knowledge Management Culture. *Journal of Knowledge Management*, 21(2), 492-515. <https://www.emerald.com/jkm/article-abstract/21/2/492/261252/Looking-beyond-knowledge-sharing-an-integrative?redirectedFrom=fulltext>
- Lak, A., Gheitasi, M., & Timothy, J. D. (2019). Urban Regeneration Through Heritage Tourism: Cultural Policies and Strategic Management. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 18(4), 386-403. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14766825.2019.1668002>
- Panich, W., Maneenetr, T., Kunarucks, T., & Promsaka Na Sakolnakorn, T. (2017). The Management Strategy of Cultural Tourism: A Case Study of Sakon Nakhon Province Thailand. *Asian Social Science*, 10(15), 48-54. doi:10.5539/ass.v10n15p48
- Wroblewski, L., Gaio, A., & Rosewall, E. (2019). Sustainable Cultural Management in the 21st Century. *Sustainability*, 11(17), 2-6. <https://doi.org/10.3390/su11174665>