

เครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงกับกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Social Networks of Boonluang Tradition and Strategies
for Cultural Tourism Development

Doctor of Philosophy in Social Sciences Association
Ramkhamhaeng University

รัตนา แสงสว่าง¹ ดร. สุวิมล อังควาณิช²

ดร.เสาวภา สุขประเสริฐ³ ดร. สุวารี ศรีบุญ⁴

บทคัดย่อ

เครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงกับกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวง 2) วิเคราะห์รูปแบบเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวง 3) ค้นหาแนวทางเพิ่มศักยภาพเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้นำหลักทางวัฒนธรรม ผู้นำองค์กร ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคีทั้งในและนอกพื้นที่ รวม 59 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ ลักษณะเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวง มีลักษณะเป็นเครือข่ายรวม (Total network) ที่ร่วมกันระหว่างชุมชน วัด และราชการ (ขวร.) โดยใช้ระบบศรัทธา ระบบสั่งการ มีเครือข่ายทั้งระดับปัจเจกชน องค์กรและภาคีทั้งภายในและภายนอกชุมชน มีการประสานความร่วมมือตามกลไกของเครือข่ายทางสังคม และมีความสัมพันธ์ทางสังคมแบบหลวม โดยการร่วมมือกันของผู้นำหลักทางวัฒนธรรม และมีผู้นำหลักด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง รูปแบบเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวง ใช้ระบบศรัทธาเป็นระบบนำโดยกลุ่มผู้นำหลักในวัฒนธรรมประเพณีบุญหลวง และระบบสั่งการเป็นระบบหนุนเสริมโดยองค์กรราชการ ระดับเทศบาลและอำเภอ ในการจัดประเพณีบุญหลวงและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวทางเพิ่มศักยภาพเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ควรขยายเครือข่ายทางสังคม และสืบทอดสู่คนรุ่นใหม่ พัฒนาสู่ชุมชนและเมืองวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว จัดให้มีเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย ควรแบ่งงาน กำหนดบทบาทหน้าที่ และกฎเกณฑ์ของเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงให้ชัดเจนและเกิดพลังร่วมมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : เครือข่ายทางสังคม ประเพณี กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

¹ นักศึกษาปริญญาเอก โครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ สาขาวิชาสังคมวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Abstract

Social Networks of Boonluang Tradition and Strategies for Cultural Tourism Development. The researcher examines (1) the characteristics of social networking in the Bun Luang Tradition. Thereupon the researcher develops (2) a strategic model for the development of Bun Luang cultural tourism through the mechanism of social networking. Finally, the researcher offers (3) guidelines for enhancing the Bun Luang social networking potential so as to promote cultural tourism.

The researcher employed qualitative research methods in this inquiry. Data were collected using in-depth interviews, workshops, and focus group discussions. The target group consisted of key leaders in the sphere of local culture, public and private organization leaders, and partners in and outside the area. The method of content analysis was used to analyze data.

Findings are as follows: The characteristics of social networking in the Bun Luang Tradition indicated total networking cooperation between the community, the temple, and government agencies (CTG). The systems used were the faith and chain of command systems. Networking was at the level of individuals, organizations, and partners in and outside the community. Cooperation was coordinated in accordance with social networking mechanisms. The social relationships were loose. Continuous cooperation was extended by key local culture and tourism leaders. The strategic model for developing cultural tourism through social networking in the Bun Luang Tradition involved the key local cultural leaders using the faith system. The chain of command system lends support by virtue of operations conducted by government agencies at the municipal and district levels in organizing Bun Luang Tradition activities and cultural tourism. Guidelines for increasing the social networking potential of the Bun Luang Tradition in promoting cultural tourism are as follows: Expanding social networking and fostering the inheritance of tradition by the new generation are conducive to community development and enhancing the town as a cultural domain suitable for cultural tourism. A variety of cultural tourism routes should be provided. Work should be allocated to the proper sectors. Roles and duties as well as regulations for Bun Luang social networking should be clearly determined in order to augment empowerment.

Keywords : Social network, Tradition, Strategies for Cultural Tourism Development

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถานการณ์ประเพณีบุญหลวง อำเภอ ด่านซ้าย จังหวัดเลย ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงทาง สังคมด้วยนโยบายภาครัฐ เมื่อทางราชการเห็น ความสำคัญของประเพณีท้องถิ่น และบรรจุลง ในแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. 2531 ซึ่งจะผนวก กิจกรรมตามนโยบายภาครัฐนำโดยผู้ว่าราชการ จังหวัดเลย และภาคราชการทุกภาคส่วน ในอำเภอ ด่านซ้าย โดยมุ่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยจะร่วมขบวนกิจกรรมประเพณีบุญหลวง พร้อมกันในวันที่ 2 ของงานเท่านั้น ซึ่ง (ภาสินี เชื้อ-บุญมี, 2552) และที่สำคัญยิ่งคือปัจจุบันรัฐบาล ประกาศให้จังหวัดเลยเป็นพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเลย ตามคณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อ วันที่ 26 เมษายน 2554 และได้จัดทำเอกสาร แผนแม่บทและแผนปฏิบัติการพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเลย โดยกำหนดยุทธศาสตร์ 6 ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาจังหวัดเลยสู่การเป็น พื้นที่พิเศษด้านการท่องเที่ยว คือ ยุทธศาสตร์ที่ 4 เป็นการฟื้นฟู อนุรักษ์และเผยแพร่วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น และการจัดการกิจกรรมเพื่อการ เรียนรู้ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม โดยใช้แนวคิดและ แนวทางการพัฒนา “LEISURE LOEI” ให้เป็นเมือง แห่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เมืองแห่งการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ เมืองแห่งการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน โดยกำหนดให้อำเภอด่านซ้ายเป็นศูนย์กลาง การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีการกำหนดกลยุทธ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มด่านซ้าย ภูเรือ และนาแห้ว และเพื่อการรองรับแผนยุทธศาสตร์ ตามสามเสาหลักด้านสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน

ใน พ.ศ. 2554-2558 (ASEAN Socio-Cultural Community-ASCC) (บริษัทเทสโก้ จำกัด.2555, หน้า 19, 6-27)

การท่องเที่ยวถือเป็นกิจกรรมที่มีความ สำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม องค์การ การท่องเที่ยวโลกได้พยากรณ์ว่าในปี พ.ศ. 2563 น่าจะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเป็นจำนวนถึง 1,600 ล้านคน จากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ของรัฐบาลไทยที่มุ่งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็น เครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดการสร้าง งาน สร้างรายได้ให้กับประชาชน และนำเงินตรา เข้าสู่ประเทศได้อย่างมหาศาล ผลของการส่งเสริม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการ พัฒนาประเทศชาติและคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยใช้กระบวนการเพิ่มตลาดใหม่และตลาดเฉพาะ กลุ่มเพื่อเร่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศ ที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายใน ประเทศเพิ่มมากขึ้น และสนับสนุนการพัฒนา ตลาดการท่องเที่ยว โดยความร่วมมือแบบพหุภาคี อันนำไปสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่ง ภูมิภาคเอเชียที่ยั่งยืน ดังบทบาทของเมืองต่าง ๆ ในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว

ประเพณีบุญหลวงของอำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลยเป็นประเพณีดั้งเดิมที่มีมาแต่ดั้งเดิมกว่า 442 ปี โดยความร่วมมืออย่างเข้มแข็งของเครือข่าย ทางสังคมซึ่งนับเป็นทุนทางสังคมที่ทำให้ประเพณี นี้มีความยั่งยืนและปรับตัวสู่การเป็นประเพณีเพื่อ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงได้กำหนดประเด็น วิจัยเพื่อมุ่งค้นหาเครือข่ายทางสังคมในประเพณี บุญหลวงกับกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรม จากปรากฏการณ์ดังกล่าวผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นที่ต้องค้นหาเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงว่าควรมีลักษณะอย่างไร โดยจะศึกษาเครือข่ายทางสังคม และองค์ประกอบ และค้นหารูปแบบเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมทั้งจะมีแนวทางการเพิ่มศักยภาพของเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างไรโดยดำเนินการศึกษาเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงในพื้นที่อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดทิศทางการพัฒนาเครือข่ายทางสังคม และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน และหน่วยงานภาครัฐให้เข้มแข็ง และมั่นคงบนฐานองค์ความรู้ทางวิชาการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงกับกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวง
2. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวง
3. เพื่อค้นหาแนวทางเพิ่มศักยภาพเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา กิจกรรมประเพณีบุญหลวง ครอบคลุมเนื้อหา คือ บุญพระเวส บุญ

บั้งไฟ บุญข้าสະ และการละเล่นผีตาโขน เครือข่ายทางสังคม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลยุทธ์ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ครอบคลุมเนื้อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณีบุญหลวงของเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ในการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณีบุญหลวงใน 3 ระดับ คือ การจัดการระดับบน หรือการจัดการระดับกลยุทธ์ การจัดการระดับกลาง หรือการจัดการระดับวางแผน การจัดการระดับล่าง หรือการจัดการระดับปฏิบัติการและระดับพนักงาน และการเพิ่มศักยภาพเครือข่าย แผนงานในอนาคตเพื่อเพิ่มศักยภาพเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2. ขอบเขตด้านสถานที่ งานวิจัยเรื่องนี้พื้นที่ศึกษา คือ บ้านเด่น และมีกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในพื้นที่ บ้านนามแห่ง บ้านนาเวียง บ้านนาหอ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาวิจัย 2 ปี พ.ศ. 2556 – พ.ศ. 2558

4. ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมายที่เป็นตัวแทนที่มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมประเพณีบุญหลวงในปี พ.ศ. 2557 และเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) จำนวน 59 คน ประกอบด้วย ผู้นำทางวัฒนธรรม/ปราชญ์ชุมชน องค์กร และภาคี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบลักษณะความสัมพันธ์ของเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวง

2. ได้รูปแบบเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวง

3. ได้แนวทางในการเพิ่มศักยภาพเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

4. ได้องค์ความรู้ในการพัฒนาเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงกับกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

5. สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปวางแผนกำหนดทิศทาง และกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยใช้เครือข่ายทางสังคมเป็นเครื่องมือในการพัฒนาทั้งระดับท้องถิ่น และระดับชาติได้

6. หน่วยงานและชุมชนที่ดำเนินงานด้านการพัฒนาสังคมสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างเครือข่ายทางสังคมในมิติต่าง ๆ ให้กว้างขวาง และเข้มแข็งได้ต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงกับกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยวิธีการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพหลากหลายวิธีร่วมกัน (Multi Methods of Data Collection) เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสังเกต (Observation form) แบบการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview schedule) แบบสัมภาษณ์อย่างไม่มีโครงสร้าง (Unstructured interview schedule) ประเด็นการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion guide) ประเด็นการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop guide) ประเด็นการระดมสมอง

(Brainstorming guide) มีกลุ่มเป้าหมาย 59 คน เลือกโดยวิธีสโนบอล (Snowball) และแบบเจาะจงเก็บข้อมูลในพื้นที่การวิจัย โดยผู้วิจัยเข้าไปในพื้นที่การวิจัย 2 ระยะ โดยระยะแรกพัฒนาหัวข้อดัชนีพจนานุกรมในเดือน มิถุนายน - กันยายน พ.ศ. 2556 เก็บข้อมูล เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2556 - กรกฎาคม พ.ศ. 2557 วิเคราะห์ข้อมูลและเขียนรายงานการวิจัย เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2556 - มิถุนายน พ.ศ. 2558 โดยมีรายละเอียดในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สมบูรณ์สำหรับการวิจัยนี้ ดังนี้

ระยะที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูลในระยะแรก (4 เดือน มิถุนายน - กันยายน พ.ศ. 2556)

โดยเริ่มตั้งแต่วันที่เริ่มพัฒนาหัวข้อดัชนีพจนานุกรม พ.ศ. 2556 เป็นต้นมา ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร บทความข้อเขียนทางวิชาการและนักวิชาการท้องถิ่น เป็นการเก็บข้อมูลเบื้องต้นของเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงกับกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ระยะที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลในระยะที่สอง (10 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2556 - กรกฎาคม พ.ศ. 2557) โดยวิเคราะห์ข้อมูลและเขียนรายงานการวิจัย เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2556 - มิถุนายน พ.ศ. 2558

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) สังเคราะห์เนื้อหา (Synthesis) สรุปเขียนรายงานการวิจัยด้วยวิธีการพรรณนา (Descriptive) ตามประเด็นที่ศึกษา (ชายโพธิ์ลีตา, 2556, หน้า 335-377)

ผลการวิจัย

ลักษณะเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวง

ลักษณะเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวง มี 2 ลักษณะ คือ รูปแบบเครือข่ายแบบเส้นตรง (Linear net) และรูปแบบเครือข่ายแบบโครงสร้างรูปดาว (Star net) และมีความสัมพันธ์ทางสังคมแบบหลวม (Weak ties) ส่วนระยะกลาง และระยะปัจจุบันมีรูปแบบเครือข่ายแบบโครงสร้างรูปดาวมีความสัมพันธ์แบบหลวมที่มีศูนย์กลางเครือข่ายเพียงหนึ่งคน (Focal actor) คือผู้นำหลักทางวัฒนธรรม โดยมีการเชื่อมต่อกับบุคคลอื่น ๆ เป็นเครือข่ายขยายออกไป โดยที่เครือข่ายเทศบาล และอำเภอใช้เนื้อหาเรื่อง “ผิตาโชน” เป็นจุดขยายทำการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในวัฒนธรรมยังคงใช้ระบบศรัทธานำ ระบบสั่งการหมุน

วงจรชีวิตเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

วงจรชีวิตเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้ง 3 ระยะ ดังนี้

ระยะก่อตัวของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ระยะดั้งเดิม มีเพียงด้านประเพณีบุญหลวง กล่าวคือ ศูนย์กลางเครือข่าย คือ ผู้นำหลักทางวัฒนธรรมมีวงจรตามการดำเนินกิจกรรม 15 กิจกรรม

ระยะการพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมระยะกลาง ด้านประเพณีบุญหลวง และเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กล่าวคือด้านประเพณีบุญหลวง มีวงจรตามการดำเนินกิจกรรม 16 กิจกรรม ส่วนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีวงจรตามการดำเนินกิจกรรม 6 กิจกรรม คือ กิจกรรม ที่ 1-6 และเป็นระยะเริ่มต้นการพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเทศบาลมีการแทรกการกำหนดการจัดโครงสร้างความสัมพันธ์ของประเพณีบุญหลวงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยวิธีการพึ่งพา ในกิจกรรมที่ 5 ใช้ชื่อเพื่อการตลาด การประชาสัมพันธ์ว่า พิธีเปิดแบบประเพณี โดยผู้เป็นประธานเปิดจะเป็นเครือข่ายระดับจังหวัด และมีการแทรกการกำหนดการจัดโครงสร้างความสัมพันธ์ของประเพณีบุญหลวงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยวิธีการพึ่งพา ในกิจกรรมที่ 6 ใช้ชื่อเพื่อการตลาด การประชาสัมพันธ์ว่า พิธีเปิดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยผู้เป็นประธานเปิดจะเป็นเครือข่ายระดับประเทศ

ระยะการรักษาความสัมพันธ์และการต่อเนื่อง พัฒนาต่อยอดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมระยะปัจจุบัน เหมือนระยะกลาง แตกต่างตรงที่ผู้นำหลักด้านการท่องเที่ยวเปลี่ยนจากเทศบาลเป็น อำเภอ

สรุปลักษณะเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

รูปแบบเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวง

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวง ใน 3 ระยะ มีกลยุทธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใช้กลวิธีที่เป็นวิธีพลิกแพลง โดยอาศัยความรู้ความชำนาญในการกำหนดและจัดโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลเพื่อสร้างสารสนเทศประเพณีบุญหลวงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปหลักการที่สำคัญ 7 ขั้นตอน คือ 1) การเริ่มต้นการดำเนินงานประเพณีบุญหลวง ที่ต้องผูกโยงประเพณีที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กันกับประเพณีบุญหลวง 2) การกำหนดวันเวลาของประเพณีบุญหลวงประจำปี 3) การบริหารการดำเนินงานประเพณีบุญหลวงของเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงใน 16 กิจกรรม 4) การสิ้นสุดประเพณีบุญหลวงในรอบปี 5) การทำกลยุทธ์ทำการตลาดการท่องเที่ยว 6) การทำกลยุทธ์สร้างแรงดึงดูดเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในพิธีเปิดตามประเพณี และ 7) การทำกลยุทธ์สร้างแรงดึงดูดเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในพิธีเปิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเครือข่ายองค์กรในส่วนท้องถิ่น คือ อำเภอ และจังหวัดมีการสร้างสารสนเทศประเพณีบุญหลวงและการละเล่นผีตาโชน เหมือนเดิมกับระยะกลาง ซึ่งในปี พ.ศ. 2557 มีคณะกรรมการที่ถูกแต่งตั้งเข้ารับผิดชอบการดำเนินงานประเพณีบุญหลวงและการละเล่นผีตาโชน จำนวน 14 คณะกรรมการหลัก โดยมีผู้ว่าราชการจังหวัดเลยเป็นผู้อำนวยการ นำคำสั่ง ให้อำเภอเป็นผู้นำหลักเพื่อการท่องเที่ยวเป็นฝ่ายดำเนินงาน เครือข่ายองค์กรในส่วนท้องถิ่นเป็นผู้ร่วมดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามนโยบายภาครัฐ และตามกลยุทธ์การพัฒนากลุ่มจังหวัดที่จังหวัดเลยเป็นจังหวัดท่องเที่ยว และเป็นเมืองวัฒนธรรม อันสอดคล้องกันตั้งระดับอำเภอ ระดับจังหวัด และระดับประเทศ

ความสัมพันธ์ทางสังคมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวง ใน 3 ระยะ มีลักษณะที่มีความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างเครือข่ายปัจเจกชน คือ ชุมชน เครือข่ายองค์กรในส่วนของพระสงฆ์ คือ วัด และเครือข่ายภาคีภาครัฐ ที่มีความร่วมมือกันพัฒนาเป็นรูปแบบเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ระบบศรัทธานำมีระบบสั่งการหนุนเสริม

ในระยะดั้งเดิมมีการใช้รูปแบบกลยุทธ์โดยใช้ความเชื่อ ความศรัทธา และบารมีเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงระหว่างวัดกับชุมชนให้เกิดพลังอำนาจในการสืบสานประเพณีซึ่งจัดได้ว่าเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมภายใน

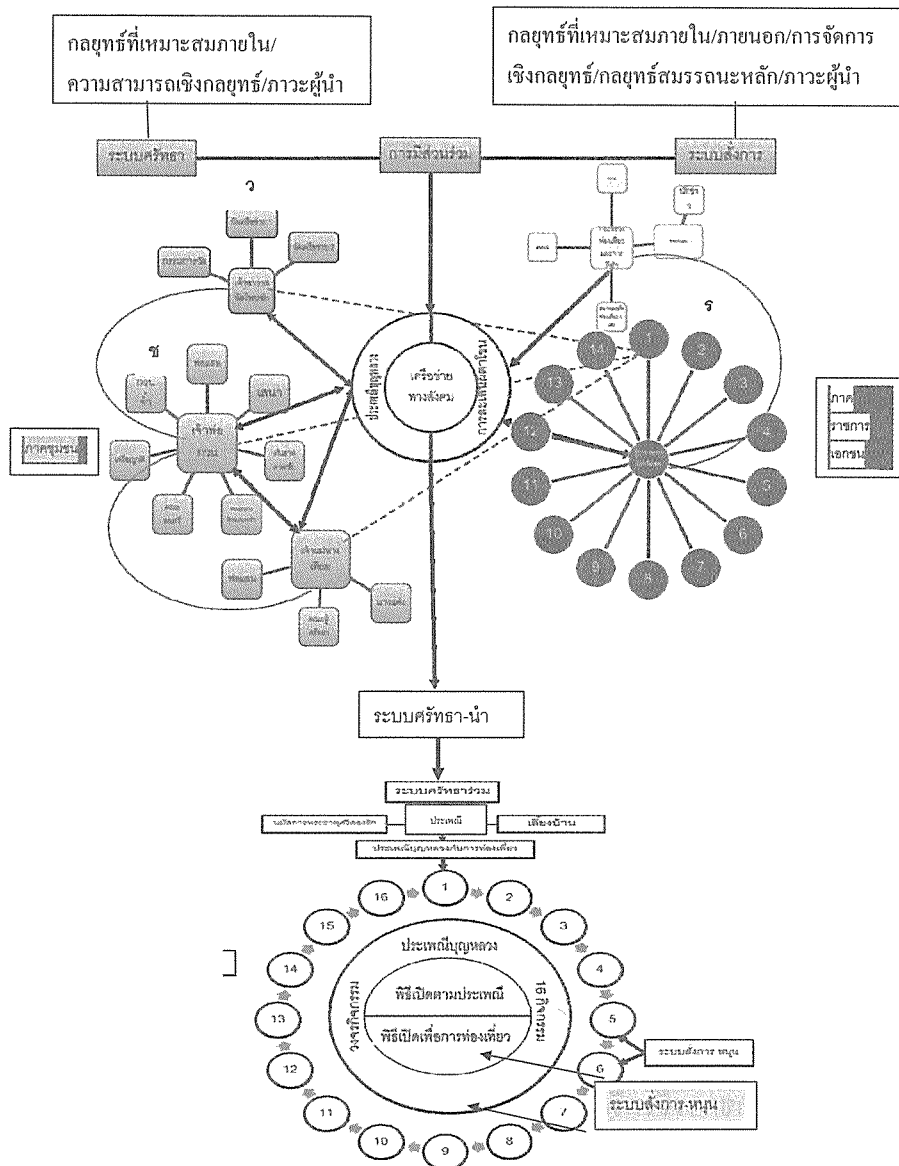
ในระยะกลางกลยุทธ์ที่ใช้ยังคงเหมือนเดิมกับระยะดั้งเดิม แต่มีการเพิ่มอำนาจรัฐจากระบบสั่งการของภาครัฐ โดยที่เทศบาลมีการดำเนินการเพื่อตอบสนองนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งสรุปได้ว่าในระยะกลางนี้กลยุทธ์ที่ใช้มี 2 แบบ คือ การจัดการเชิงกลยุทธ์ และกลยุทธ์สมรรถนะหลัก ในระยะกลางนี้เครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงจึงขยายตัวจากวัดกับชุมชนกลายเป็น วัดกับชุมชน และราชการ

ในระยะปัจจุบันกลยุทธ์ที่ใช้ยังคงเหมือนกับระยะกลางแต่มีการเปลี่ยนแปลงผู้นำหลักเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจาก

เทศบาลเป็นอำเภอโดยเน้นการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ใช้ทั้งกลยุทธ์ที่เหมาะสมภายใน และกลยุทธ์ที่เหมาะสมภายนอก รวมทั้งเน้นเรื่องภาวะผู้นำกลยุทธ์ที่ใช้ในระยะนี้จึงก่อให้เกิดพลังความเข้มแข็งในการประสานเครือข่ายระหว่างวัด ชุมชน และราชการอย่างเป็นพลวัต และมีความต่อเนื่อง

สรุปรูปแบบเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

รูปแบบเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวง ดังภาพ 2 ปรากฏดังนี้



ภาพ 2 รูปแบบเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเครือข่ายทางสังคมใน ประเพณีบุญหลวง

แนวทางเพิ่มศักยภาพเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

แนวทางเพื่อเพิ่มศักยภาพเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรมีแผนงานพัฒนาศักยภาพเครือข่ายในด้านต่าง ๆ 6 ด้าน จำแนกตามแผนงานการเพิ่มศักยภาพเครือข่ายทางสังคม และแผนงานการกำหนดทิศทางการพัฒนาของเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวง คือ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านธุรกิจท่องเที่ยว ด้านการตลาด การมีส่วนร่วม ด้านสร้างจิตสำนึก

สรุปและอภิปรายผล

ลักษณะเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวง มีลักษณะเครือข่ายรูปแบบเส้นตรง (Linear net) มีลักษณะเครือข่ายรูปแบบดาว (Star net) แตกต่างกับการศึกษาของพัชรินทร์ สิริสมุทธ และ กวินธร เสถียร (2552) ที่พบว่า ด้านโครงสร้างเครือข่ายทางสังคมเป็นแบบประสานกันทุกช่องทาง (All channel network) โดยมีกลไกการขับเคลื่อนเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงยังคงหมุนไปตามกลไกเดิม กระทำโดยอัตโนมัติ สอดคล้องกับแนวคิดของเอมิล เดอร์ไคม์ (Emile Durkheim) ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์เชิงกลไก (Mechanical solidarity) ตามความจริงทางสังคมประกอบด้วยสองส่วน คือ ส่วนที่เป็นโครงสร้าง (Structures) และส่วนที่เป็นพลัง (Forces) เพิ่มเติมอีกคือการมีสำนึกร่วม (Collective consciousness) ซึ่งต้องมีทั้งสามองค์ประกอบ จึงจะเป็นสังคมขึ้นมา ส่วนในความสัมพันธ์ทาง

สังคมของเครือข่ายระดับองค์กร (Organization level networks) ที่มีผู้นำหลักทางวัฒนธรรม คือ อำเภอกิ่งที่เชื่อมโยงภาคีทุกภาคส่วนทั้งภายในและภายนอกทั้งหมด สอดคล้องกับแนวคิดของ บาร์นส์ (Barnes, 1954; โบซีแวง (Boissevain, 1974, p. 22; พร ะมหาสุทิตย์ อาภากร, 2547, หน้า 6 ; พงนา สวนศรี, 2546, หน้า 114; และเกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2544, หน้า 59) ในแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะความสัมพันธ์ทางสังคมว่า เครือข่ายทางสังคม (Social networks)

ในการศึกษาครั้งนี้มีความแตกต่างกัน คือ เป็นการศึกษาบริบทของเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงที่สมาชิกมีอุดมการณ์ มีจุดร่วม คือ มีความศรัทธาร่วมกันมาอย่างยาวนานจากสมัยอาณาจักรอยุธยาและล้านช้าง มอญผู้คนที่ยศถาวัตรปฏิบัติเป็นผู้รับใช้พระศาสนา ตลอดชีวิต และสืบทอดถึงลูกหลานให้ให้คำจูงใจศาสนา (มาลินี กลางประพันธ์, 2555, หน้า 78-83; นพพล แก่งจำปา, 2555, หน้า 63; ศรีศักร วัลลิโภดม, 2546, หน้า 169-175) มีเป้าหมายที่ความสุขทางใจในการทำบุญถวายสิ่งเคารพ (เจ้านาย) ที่ประเพณีบุญหลวง มีลักษณะเฉพาะยังคงปฏิบัติตามจารีตเดิม สาร สาระทศนันทน์, 2544, หน้า 8; ศรีศักร วัลลิโภดม, 2546, หน้า 265-285; สนอง อุปลา, 2546, หน้า 35-42; ภักดี สืบบุญการณ, 2547, หน้า 5-11) ดังนั้นระยะทางทางสังคมของเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงจึงไม่ปรากฏเป็นระยะที่ชัดเจนอย่างแนวคิดของโบซีแวง แต่ไปสอดคล้องกับแนวคิดของพาร์สันส์ที่แบ่งระบบสังคมออกเป็นระบบย่อยที่วิเคราะห์ว่าการเปลี่ยนแปลงของสังคมเกิดจากการที่ระบบย่อยของสังคมมีหลักการแตกต่างกันออกไป หรืออยู่ใน

กระบวนการที่ก่อให้เกิดการแตกต่าง (Differentiation) ทำให้ต้องปรับตัวมากกว่าเดิม สอดคล้องกับแนวคิดของ วูล์ฟ (Wolfe, 1970) ที่ได้แบ่งเครือข่ายสังคมออกเป็นสองประเภทใหญ่ ๆ โดยแบ่งตามพื้นฐานลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ดังนี้ (1) เครือข่ายที่ไม่มีข้อจำกัด (Unlimited network) (2) เครือข่ายที่มีข้อจำกัด (Limited network) ซึ่งเป็นการระบุเครือข่ายโดยการตั้งกฎเกณฑ์บางอย่างขึ้นมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ และในการจำแนกระดับเครือข่ายประเพณีบุญหลวงเป็นเครือข่ายทางสังคมที่มีสมาชิก คือ ผู้นำทางวัฒนธรรม/ปราชญ์ องค์กร ภาวศที่เกี่ยวข้องนั้นสอดคล้องกับ Kilduff and Tsai (2003, pp. 4-8) ที่ได้แบ่งระดับของการศึกษาวิเคราะห์เครือข่าย (Network analysis) โดยแบ่งเป็น 4 ประเภท คือ (1) เครือข่ายระดับปัจเจกบุคคล (2) เครือข่ายระดับหน่วยธุรกิจ ((3) เครือข่ายระดับองค์กร (4) เครือข่ายระดับอื่นๆหรือระดับระหว่างองค์กร

รูปแบบเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวง ใน 3 ระยะ มีลักษณะที่มีความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างเครือข่ายปัจเจกชน คือ ชุมชน เครือข่ายองค์กรในส่วนของพระสงฆ์ คือ วัด และเครือข่ายภาคีภาครัฐที่มีความร่วมมือกันพัฒนาเป็นรูปแบบเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ระบบศรัทธา มีระบบสั่งการหนุนเสริม สอดคล้องกับแนวคิดของ Analoui (2007) เมตต์ เมตต์การุณจิต (2556, หน้า 53-59) ในด้านการใช้สมรรถนะหลัก หรือการใช้ความสามารถที่โดดเด่นขององค์กรกับทรัพยากรที่มีอยู่ให้เหมาะสมกับโอกาสของสภาพแวดล้อมโดยความเหมาะสมภายในนั้นจะต้องมีความสอดคล้องกับนโยบาย และกลยุทธ์โดยรวมขององค์กร

กลยุทธ์ที่ใช้ในระยะนี้จึงก่อให้เกิดพลังความเข้มแข็งในการประสานเครือข่ายระหว่างวัด ชุมชน และราชการอย่างเป็นพลวัต และมีความต่อเนื่องตามแนวความคิดของนักวิชาการที่สำคัญ คือ วูล์ฟ (Wolfe) บาร์นส์ (Barnes) เมเยอร์ (Mayer) และ โบเซแวง (Boissevain)

แนวทางเพิ่มศักยภาพเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนี้

ด้านแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาสมาชิกเครือข่ายให้สามารถมีความรู้ความเข้าใจเรื่องแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นที่มีอยู่ให้สามารถมีความรู้ความสามารถบริหารจัดการการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ

ด้านสิ่งแวดล้อม เพิ่มความรู้ความเข้าใจให้กับสมาชิกเครือข่ายโดยการให้ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับประเพณีบุญหลวงในสถานที่ต่าง ๆ เข้าใจแก่สมาชิกและร่วมกันพัฒนาสิ่งแวดล้อมอย่างมีทิศทางเดียวกัน

ด้านธุรกิจท่องเที่ยว เพิ่มความรู้ความเข้าใจให้กับสมาชิกเครือข่ายองค์กรที่ดำเนินประกอบธุรกิจที่พัก โดยการให้มีการอบรม ให้ความรู้ ส่งเสริม ธุรกิจที่พัก ธุรกิจโฮมสเตย์ให้มีการเชื่อมโยงกันอย่างครบวงจร

ด้านการตลาดการท่องเที่ยว เพิ่มศักยภาพโดยการส่งเสริมให้สมาชิกเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวง

ด้านการมีส่วนร่วม เพิ่มศักยภาพให้เครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงด้านองค์ความรู้ประเพณีบุญหลวงโดยให้เครือข่ายทุกระดับมีแผนสนับสนุนส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา

ด้านสร้างจิตสำนึก เพิ่มศักยภาพให้เครือข่ายระดับองค์กร คือ โรงเรียนมรชชุมชนท้องถิ่นพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นเรื่องประเพณีบุญหลวง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรกำหนดนโยบาย และดำเนินการพัฒนาและขยายเครือข่ายทางสังคมโดยเชื่อมโยงภาครัฐ ภาคชุมชน ป้องกันความเฉื่อยชาทางวัฒนธรรม (Culture lag) ที่เกิดจากการพัฒนาของเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงที่ไม่เท่าเทียมกัน

2. ควรขยายเครือข่ายทางสังคมในประเพณีบุญหลวงโดยหน่วยงานราชการ และสถาบันการศึกษาในชุมชนที่เกี่ยวข้องเพื่อการขยายเครือข่ายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่เด็กเยาวชนคนรุ่นใหม่ทั้งในระบบ และนอกระบบโรงเรียนเพื่อการสืบทอดต่อไป

3. ควรกำหนดนโยบาย แบ่งงาน และกำหนดบทบาทหน้าที่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนงานวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว เช่น อพท. จังหวัด ททท. สำนักงานจังหวัด อำเภอ องค์กรส่วนท้องถิ่น สภาวัฒนธรรมหอการค้า จังหวัด และสำนักงานวัฒนธรรม โดยใช้การมีส่วนร่วมโดยร่วมมือกับชุมชนโดยเป็นความร่วมมือของชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชน

4. ควรดำรงรักษาสืบทอดประเพณีบุญหลวงให้คงคุณค่าต่อวิถีชีวิตต่อคนในชุมชน และใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสนับสนุนการดำรงไว้ซึ่งประเพณีบุญหลวงเพื่อสังคมที่เข้มแข็ง สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติมาร่วมบุญพระเวส บุญบั้งไฟ บุญข้าชะ และการละเล่นผีตาโขน ให้ครบทั้ง 4 บุญ และให้เครือข่ายทางสังคมของผู้มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลทุกช่องทาง การสื่อสาร ไม่ว่าภายในหรือต่างประเทศถึงผลที่จะได้จากการเข้าร่วมในประเพณีบุญหลวงนอกเหนือจากความสุขสนาน

5. ควรร่วมกันสร้างกฎระเบียบที่เหมาะสมกับการรักษาคุณภาพระหว่างความยั่งยืนของวัฒนธรรมกับความเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวในสังคมยุคใหม่ ของชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และควรให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบร่วมผลิต และร่วมรับประโยชน์ร่วมกัน

เอกสารอ้างอิง

- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2544). ชุมชนนิยม: ฝ่าวิกฤตชุมชนล่มสลาย. กรุงเทพมหานคร: ชัคเชส มีเดีย.
- ชาย โพธิ์สีตา. (2556). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้ง.
- เทสโก้จำกัด, บริษัท. (2556).โครงการจัดทำแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเลย (รายงานขั้นสุดท้าย). กรุงเทพมหานคร: เทสโก้.
- นพพล แก่งจำปา. (2555). พลวัตการช่วงชิง “พื้นที่ท่องเที่ยว” ของคนชายแดนด่านซ้าย จังหวัดเลย พ.ศ.2520-2552. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- พจนา สวนศรี. (2546). คู่มือการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. กรุงเทพมหานคร: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- พระมหาสุทิตย์ อาภากร. (2547). เครือข่าย : ธรรมชาติ ความรู้ และการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข (สรส.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พัชรินทร์ สิริสมุทร และ กวินธร เสถียร. (2552). การพัฒนากระบวนการเครือข่ายทางสังคมเพื่อส่งเสริมการออกกำลังกายและกีฬาเพื่อสุขภาพในพื้นที่ภาคเหนือ ประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- ภักดี สืบบุญการณ และคณะ. (2547). การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และวัฒนธรรม กรณีศึกษาด่านซ้าย นาเวียง และนาหอ ลุ่มน้ำหมัน อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย. กรุงเทพมหานคร:สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ภาสิณี เชื้อบุญมี. (2552). การบริหารจัดการงานประเพณีบุญหลวงและการละเล่นผีตาโขนเพื่อการท่องเที่ยวอำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการและประเมินโครงการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- มาลินี กลางประพันธ์. (2555). เครือข่ายทางสังคมเข้าโอกาสพระธาตุพนมในชุมชนสองฝั่งโขง. วิทยานิพนธ์ (ปร.ด. ลาวศึกษา) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- เมตต์ เมตต์การุณจิต. (2556). ยุทธศาสตร์การพัฒนาจากทฤษฎีสู่การปฏิบัติเชิงรุก.นนทบุรี: บุ๊คพอยท์วิชาการ.
- ศรีศักร วัลลิโภดม. (2546). ความหมายของพระบรมธาตุในอารยะธรรมสยามประเทศ. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เมืองโบราณ
- ศรีศักร วัลลิโภดม. (2546). แอ่งอารยะธรรมอีสาน (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: มติชน.
- สนอง อุปลา. (2546). พัฒนาการประเพณีผีตาโขน. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต .เลย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- สาร สารทัศน์นันท์. (2544). ผีตาโขน. เลย: สำนักศิลปะและวัฒนธรรม สถาบันราชภัฏเลย.

- Analoui, F. (2007). Strategic Human Resource Management. London: Thomson Learning.
- Boissevain, J. (1974). Friends of friends : Network, Manipulators and Coalitions. Oxford: Basil Blackwell.
- Barnes, J. (1954). Class and committees in a Norwegian island parish. Human Relations, 7(1), 39-58.
- Wolfe, A. W. (1970). On structural comparisons of networks. Canadian Review of Sociology and Anthropology, 4(7), 226-244.
- Kilduff, M. & Tsai, W. (2003). Social networks and organizations. London: SAGE.