# รายงานการวิจัย

แผนงานวิจัย เรื่อง

## ศาสนาและวัฒนธรรม : การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

## Religion and Culture : Identity Utilization of the Tourist Resource Bases Surin Province

โดย

รองศาสตราจารย์ ดร. ทวีศักดิ์ ทองทิพย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เศรษฐพร หนุนชู
นางปัญวลี เสริมทรัพย์
พระมหาโชตนิพิฐพนธ์ สุทฺธจิตฺโต(ผลเจริญ), ผศ.
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์

พ.ศ. ๒๕๖๑

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
MCU RS 610761107

# รายงานการวิจัย

## แผนงานวิจัย เรื่อง

## ศาสนาและวัฒนธรรม : การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

## Religion and Culture : Identity Utilization of the Tourist Resource Bases Surin Province

**โดย**

**รองศาสตราจารย์ ดร. ทวีศักดิ์ ทองทิพย์**
**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เศรษฐพร หนุนชู**
**นางปัญวลี เสริมทรัพย์**
**พระมหาโชตนิพิฐพนธ์ สุทฺธจิตฺโต (ผลเจริญ), ผศ.**
**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนู ศรีทอง**
**มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์**

**พ.ศ. ๒๕๖๑**

**ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย**
MCU RS 610761107

**(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)**

Research Report

Research Program

# Religion and Culture : Identity Utilization of the Tourist Resource Bases Surin Province

by

Assist. Prof. Dr. Taweesak Tongtip
Asst. Prof. Setthaporn Nunchoo
Mrs. Punvalee Sermsupt
PhramahaChotnipitphon Suttajitto (Phoncharoen), Asst. Prof.
Asst. Prof. Dr. Thanoo Srithong
Mahachulalongkornrajavidayalaya University, Surin Campus
B.E. 2561

Research Project Funded by Mahachulalongkornrajavidyalaya University
MCU 610761107
(Copyright Mahachulalongkornrajavidyalaya University)

**ชื่อแผนงานการวิจัย:** ศาสนาและวัฒนธรรม: การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

**ผู้วิจัย:** รองศาสตราจารย์ ดร. ทวีศักดิ์ ทองทิพย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เศรษฐพร หนุนชู
นางปัญวลี เสริมทรัพย์
พระมหาโชตนิพิฐพนธ์ สุทฺธจิตฺโต (ผลเจริญ), ผศ.
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนู ศรีทอง

**ส่วนงาน:** มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์

**ปีงบประมาณ:** ๒๕๖๑

**ทุนอุดหนุนการวิจัย :** มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ การพัฒนา การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยว และการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ วิธีดำเนินการวิจัย เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร สังเกต สัมภาษณ์ และสนทนากลุ่มย่อย วิเคราะห์ข้อมูลแบบพรรณนา ผลของการวิจัยมีข้อค้นพบดังนี้

อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ หมู่บ้านช้างผ้าไหม ประเกือม กลุ่มปราสาทขอม และทางพระพุทธศาสนา จำแนกเป็น ๘ ด้าน ดังนี้ ๑) ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย เช่น บ้านมีช้างมีโรงช้างข้างบ้านสูงประมาณ ๔ เมตร ๒) ด้านอาหารพื้นบ้าน เช่น แกงกล้วย ปลายอนทอดกรอบ แกงไก่บ้านใส่แตงโมสุก แกงมะละกอใส่ปูนา ขนมฝักบัว นางเล็ด กาละแม ๓) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เครื่องประดับกระดูกช้าง ฟันช้าง หางช้าง ของตกแต่งรถและบ้าน เครื่องนอน เครื่องนุ่งห่ม ผ้าไหม ประเกือม เสื้อแซว หัวซิ่น ลูกประคบ เสื่อกก กาละแม ๔) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เช่น การเลี้ยงช้าง เซ่นผีปะกำ แห่นาคบนหลังช้าง จดทะเบียนสมรสบนหลังช้าง แซนโฎนตา สืบสานตำนานปราสาท ฮีตสิบสอง เรือมมะม๊วด ๕) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ชมการแสดงช้าง นั่งช้างเที่ยว ชมช้างอาบน้ำ นำเที่ยวกลุ่มผ้าไหม เครื่องเงิน ปราสาทขอม วัด ๖) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร วังทะลุ สุสานช้าง ศาลาเอราวัณ ศาลปะกำ เจดีย์ไม้โบราณ กลุ่มผ้าไหม เครื่องเงิน ปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน ปราสาทช่างปี่ ปราสาทศีขรภูมิ วัดป่าอาเจียง วัดตะเคียน วัดเขาศาลา ๗) ด้านศาสนสถาน เช่น วัดป่าอาเจียง(สุสานช้าง) ศาลาเอราวัณ ปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน ปราสาทช่างปี่ ปราสาทศีขรภูมิ ๘) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เช่น พระเครื่องกระดูกช้างหรือฟันช้าง แหวนหางช้าง เครื่องมือควาญช้าง และนวดช้างโขลง พระเครื่องหรือรูปเหมือนหลวงปู่ดุลย์ อตุโล เป็นต้น

การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ หมู่บ้านช้างผ้าไหม ประเกือม กลุ่มปราสาทขอม และทางพระพุทธศาสนา จำแนกเป็น ๖ ด้าน ดังนี้ ๑) ด้านการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวนำเสนอสร้างสรรค์น่าสนใจ เช่น เครื่องประดับกระดูกช้าง ฟันช้าง หางช้าง

ของตกแต่งรถและบ้าน เครื่องนอน เครื่องนุ่งห่ม ผ้าไหม ประเกือม เสื้อแซว หัวซิ่น ลูกประคบ เสื่อกก กาละแม มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อนุรักษ์วัฒนธรรม เขมร กูย ลาว ๒) ด้านการจัดรูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวสร้างสรรค์น่าสนใจ เช่น ดึงดูดความสนใจ มีสีและลายให้เลือกมาก ๓) ด้านการเตรียมความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน เช่น กอบรูปช้างไม้แก่นขาม ชุดเครื่องประดับกระดูกสัตว์ ผ้าไหม ประเกือม กาละแมศีขรภูมิ ได้รับรางวัล OTOP ระดับสี่และห้าดาว ๔) ด้านการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน เช่น เครื่องประดับกระดูกช้าง ฟันช้าง หางช้าง ของตกแต่งรถ บ้าน เครื่องนอน เครื่องนุ่งห่ม ผ้าไหม ประเกือม เสื้อแซว หัวซิ่น ลูกประคบ เสื่อกก กาละแม ๕) ด้านการหาช่องทางตลาดผลิตภัณฑ์ เช่น เผยแพร่ตามหน่วยงานรัฐ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ออนไลน์ เปิดร้านขายเอง ส่งขายในตัวเมือง ขายลูกค้า นักท่องเที่ยว ขายตามปั้มน้ำมัน ขายออนไลน์ ให้ที่วัดจัดแสดงสินค้า ออกร้านตามงานประเพณีต่าง ๆ ๖) ด้านอนุรักษ์เมนูอาหารท้องถิ่น เช่น แผ่นพับพิมพ์เผยแพร่ แกงกล้วย ปลายอนทอดกรอบ แกงไก่บ้านใส่กล้วยหรือแตงโมสุก แกงมะละกอใส่ปูนา ขนมฝักบัว ขนมนางเล็ด กาละแม เป็นต้น

การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัด ได้แก่ หมู่บ้านช้าง ผ้าไหม ประเกือม กลุ่มปราสาทขอม และทางพระพุทธศาสนา จำแนกเป็น ๘ ด้าน ดังนี้ ๑) ด้านตอบสนองความต้องการลูกค้า เช่น สร้างผลิตภัณฑ์ยึดโยงกับอัตลักษณ์จังหวัดสุรินทร์ คือ ช้าง ปราสาทขอม ๒) ด้านตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดขาย คือ ช้าง ผ้าไหม ประเกือม ปราสาทขอม วัดป่าอาเจียง(สุสานช้าง) วัดตะเคียน วัดเขาศาลา ๓) ด้านการคัดเลือกวัตถุดิบ คือ ทุนของชุมชนและทุนทางวัฒนธรรม ที่เชื่อมโยงกับช้าง ผ้าไหม ประเกือม ปราสาทขอม วัด ๔) ด้านกระบวนการหรือวิธีการผลิต คือ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทุนชุมชนและวัฒนธรรม สร้างอัตลักษณ์ ดัดแปลง พัฒนา ให้เกิดความประทับใจ จดจำ เข้ากับยุคสมัย ใช้วัสดุคุณภาพ มีขั้นตอนการผลิตชัดเจน ๕) ด้านบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ เช่น ออกแบบสวยงาม ดึงดูดใจ ๖) ด้านบริการและจัดช่องทางจำหน่าย เช่น ให้ความรู้เข้าถึงง่าย สะดวก รวดเร็ว ๗) ด้านการสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ เช่น สร้างสัญลักษณ์ยึดโยงกับช้างหมู่บ้านผ้าไหม ประเกือม ปราสาทขอม วัด ๘) ด้านการเข้าถึงผู้บริโภค เช่น เผยแพร่ตามหน่วยงานรัฐ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ออนไลน์ เปิดร้านขายเอง ส่งขายในตัวเมือง ขายลูกค้า นักท่องเที่ยว ขายตามปั้มน้ำมัน ขายออนไลน์ ให้ที่วัดจัดแสดงสินค้า ออกร้านตามงานประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น

การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ หมู่บ้านช้าง ผ้าไหม ประเกือม กลุ่มปราสาทขอม และทางพระพุทธศาสนา จำแนกเป็น ๓ ด้าน ดังนี้๑) ด้านเศรษฐกิจ เช่น เป็นแหล่งรายได้เงินตราต่างประเทศ ดุลการชำระเงิน การลงทุน สร้างรายได้ สร้างงาน กระจายรายได้ ความเจริญสู่ภูมิภาค สร้างความมั่นคงปลอดภัยพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว สร้างสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างคนในชาติและต่างชาติ เกิดการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี ๒) ด้านการเมือง เช่น เป็นสื่อสร้างความเข้าใจอันดีทางการเมือง สร้างภาพพจน์ที่ดีกับคนในชาติและต่างชาติ เป็นเครื่องมือพัฒนาท้องถิ่นที่ดี ๓) ด้านสังคม เช่น สร้างความรู้เข้าใจที่ดีต่อกันระหว่างคนในท้องถิ่น พัฒนายและกระดับความเจริญท้องถิ่น เกิดความมั่นคงปลอดภัยในสังคม สร้างและกระจายรายได้ให้ท้องถิ่น สร้างเสริมสุขภาพกายและจิตที่ดี เกิดการแลกเปลี่ยนอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น กระตุ้นให้นำประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นออกเผยแพร่ เพื่อดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวมากขึ้น สร้างความภาคภูมิใจในศิลปวัฒนธรรม เกิดการพัฒนาภูมิประเทศ สภาพแวดล้อมให้ดีและสวยงาม

**Thematic Title:** Religion and Culture: Identity Utilization of the Tourist Resource Bases in Surin Province
**Researcher:** Assist. Prof. Dr. Taweesak Tongtip
Asst. Prof. Setthaporn Nunchoo
Mrs. Punvalee Sermsupt
PhramahaChotnipitphon Suttajitto (Phoncharoen), Asst. Prof.
Asst. Prof. Dr. Thanoo Srithong
**Department:** Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Surin Campus
**Fiscal Year:** 2561/2018.
**Research Scholarship Sponsor:** Mahachulalongkornrajavidyalaya University

## ABSTRACT

The objectives of this research were to study the identity, development, creating added value of tourism resources, and utilization of tourism resource identities in tourist villages in Surin Province. Method of research was to collect data from observation, documents, interview and small group discussion. Descriptive data analysis was used in the research. The findings of the research were as follows:

Identity of tourism resources in the tourist villages of Sruin province comprising the villages of Elephant, silks, beads, Prasat Khmer group, and Buddhist temples was divided into 8 aspects as follows; 1) the housing characteristics i.e. the house with an elephant shed beside the house about 4 meters high; 2) the local food i.e. banana curry with water melon, papaya curry with field crab, deep fried rice flour dessert, crispy rice cakes, and caramel; 3) the local products i.e. ornaments made of the elephants' bone, teeth, and tail, car and home decorations, bedding, garments, silks, beads, sewing shirts, sewed upper part of sarong, compress ball, mats made from the papyrus, and caramel; 4) the local tradition i.e. elephant raising, a ghost worshipping, ordained parade on the back of an elephant, register for marriage on the back of an elephant, San Don ta, heritage of Pasat legend, the 12 months merit making, and Mamuad or curing dance; 5) the tourism activities i.e. elephant show, elephant trekking, watching the bathing elephants, travelling on silk village, silverwares, Prasat Khom, and temples; 6) the tourist attractions i.e. Elephant Study Center, Elephant Museum, Elephant Kingdom, Wang Talu, Elephant Cemetery, Erawan Building, Pa Kham Shrine, Ancient Wooden Pagoda, Silver Silk Group, Phum Phon Castle, Ta Muen Castle Group, Chang Pi Castle, Sikhoraphum Castle, Wat Pa Arjiang, Wat Takhian, and Wat Khao Sala; 7) the religious place i.e. Wat pa Arjing (Elephant Cemetery), Erawan building, Phum Phon Castle, Ta Muen Castle Group, Chang Pi

Castle, and Sikhoraphum Castle; 8) the religious objects or sacred objects i.e. amulets of elephant bones and teeth, elephant tail rings, elephant mahout tools, and the lip wax made from elephant oil, and the image of Luang Pu Dul Atulo.

The development of tourism resources in the tourist villages of Sruin province comprising the villages of Elephant, silks, beads, Prasat Khmer group, and Buddhist temples was divided into 6 aspects as follows; 1) the creation of uniqueness i.e. ornaments made of elephant bones, elephant teeth, elephant tails, decorations of cars and houses, bedding, clothing, garments, silks, beads, sewing shirts, sewed upper part of sarong, compress ball, mats made from the papyrus, and caramel; 2) the format of packaging products i.e. packaging forms to attract the travellers; 3) preparation for getting standard i.e. picture frame made of tamarind tree, animal bone jewelry set, silks, beads, and caramel which obtained the OTOP prize; 4) the reproducible products of similar quantity and quality i.e. ornaments made of elephant bone, elephant teeth and elephant tails, car and house decorations, housing, bedding, garments, silks, beads, sewing shirts, sewed upper part of sarong, compress ball, mats made from the papyrus, and caramel; 5) the marketing channels i.e. publicizing in government agencies, printing media, radio, television, and online; 6) the preserving local food menus i.e. printed brochure, banana curry, crispy fried fish, banana curry with water melon, papaya curry with field crab, deep fried rice flour dessert, crispy rice cakes, and caramel.

Creating added values of tourism resources in the tourist villages of Sruin province comprising the villages of Elephant, silks, beads, Prasat Khmer group, and Buddhist temples was divided into 8 aspects as follows; 1) the response to customer needs i.e. creating local products to be associated with the identity of the elephant and Prasat Khom; 2) the product selling points i.e. elephants, silks, beads, Prasat Khom, Wat pa Arjing (Elephant Cemetery), Wat Takhian, and Wat Khao Sala; 3) the raw material selection i.e. community and cultural capitals which connected to elephants, silks, beads, Prasat Khom, and Wats; 4) the process or method of production i.e. creating added values for community and cultural capitals, identity creation, modification, development to make a memorable impression, using quality materials, and clear production process; 5) the packaging or presentation i.e. beautiful packaging and attracting; 6) the service channels i.e. giving information, and easily access channels for consumers; 7) the product branding i.e. creation of an identity or symbol associated with elephants, villages of silks, beads, Prasat Khmer group, and Buddhist temples; 8) the consumer access i.e. disseminating through government agencies,

various media, product display, and online media, printing media, radio, television, and trade fairs.\

Utilization of the tourism resources in the tourist villages of Sruin province comprising the villages of Elephant, silks, beads, Prasat Khmer group, and Buddhist temples was divided into 3 aspects as follows; 1) the economy aspect i.e. a source of foreign currency incomes, payments balance, investment, job creating, incomes distributing, distributing growth to the regions, creating a safety and security to the tourist attractions, built of good relations between people in the nation and foreign countries, and bringing of conservation of arts, cultures, and traditions; 2) the political aspect i.e. to be a mean for creating a better political understanding, a good image for people in the nation and abroad, and a good local development tool; 3) the social aspect i.e. building better understanding between the local people, developing and improving local prosperity, creating security in the society, generating and distributing incomes to the local, promoting good physical and mental health, exchanging of culture and local traditions, encourage the dissemination of local traditions and cultures, attracting more tourism, creating pride in arts and cultures, resulting in landscape development and beautiful environment.

# กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง ศาสนาและวัฒนธรรม: การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีโดยได้รับการสนับสนุนจากส่วนงานและบุคคลหลายท่าน ซึ่งผู้วิจัยขอเอ่ยนามท่านผู้มีอุปการคุณเหล่านั้นไว้ ณ ที่นี้ ดังนี้

๑. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย โดยผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ ผู้ทรงคุณวุฒิ และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ได้สนับสนุนงบประมาณในการทำวิจัย ตลอดทั้งให้คำปรึกษา อำนวยความสะดวก และให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินการวิจัย จนงานวิจัยนี้ได้สำเร็จลงอย่างสมบูรณ์

๒. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์ โดยพระธรรมโมลี (ทองอยู่ ญาณวิสุทฺโธ) รองอธิการบดีวิทยาเขตสุรินทร์ ผู้ช่วยอธิการบดีทุกฝ่าย ผู้อำนวยการสำนักงานวิทยาเขตสุรินทร์ ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์สุรินทร์ ผู้อำนวยการสำนักวิชาการ คณาจารย์ทุกสาขาวิชา และเจ้าหน้าที่ทุกฝ่าย ที่ได้อำนวยความสะดวกในด้านการดำเนินการวิจัย

๓. คณาจารย์ในสาขาวิชาพระพุทธศาสนา ทุกรูป/คน เช่น ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บรรจง โสดาดี ได้เป็นผู้ร่วมกำหนดประเด็นสำคัญและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยในครั้งนี้ให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนู ศรีทอง ที่ช่วยดูแลและตรวจทานทางด้านภาษาอังกฤษในบทคัดย่อของงานวิจัยนี้ ให้มีความถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

๔. นางสาวชนนิภา สุบรรนาถ, นางสาวนารีประภา สุวรรณบุปผา นิสิตชั้นปีที่ ๔ สาขาวิชาการสอนภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์ ปีการศึกษาที่ ๒๕๖๑ นางสาวปณิดา บุญรอด สาขาวิชาการจัดการทั่วไป(บัญชี) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ ได้เป็นผู้ช่วยนักวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

๕. ทีมงานนักวิจัยในแผนงานวิจัย ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เศรษฐพร หนุนชู อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรสาขาวิชารัฐศาสตร์ อาจารย์ปัญวลี เสริมทรัพย์ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรสาขาวิชาการสอนภาษาอังกฤษ พระมหาโชตนิพิฐพนธ์ สุทฺธจิตฺโต (ผลเจริญ), ผศ. อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนู ศรีทอง อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรสาขาวิชาการสอนภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นคณะผู้วิจัยภายใต้แผนงานวิจัยในเรื่องนี้ ที่ได้วางแผนและดำเนินการวิจัยร่วมกันในทุกขั้นตอนของการวิจัย

จึงขอขอบพระคุณทุกท่านไว้ ณ ที่นี้ด้วย

รองศาสตราจารย์ ดร. ทวีศักดิ์ ทองทิพย์ และคณะ

๓๐ กันยายน ๒๕๖๑

# สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย.....ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....ค
กิตติกรรมประกาศ.....ฉ
สารบัญ.....ช
สารบัญตาราง.....ฎ
สารบัญภาพ.....ฎ
**บทที่ ๑ บทนำ.....๑**
๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....๑
๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....๔
๑.๓ ปัญหาการวิจัย.....๕
๑.๔ ขอบเขตการวิจัย.....๕
๑.๕ นิยามศัพท์ในการวิจัย.....๘
๑.๖ ประโยชน์ที่จะได้จากการวิจัย.....๙
**บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....๑๐**
๒.๑ แนวคิดอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว.....๑๐
๒.๑.๑ แนวคิดอัตลักษณ์.....๑๐
๒.๑.๒ แนวคิดทรัพยากรการท่องเที่ยว.....๑๗
๒.๒ แนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว.....๒๗
๒.๒.๑ ที่มาของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว.....๒๗
๒.๒.๒ ความหมายการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว.....๒๘
๒.๒.๓ หลักการสำคัญของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว.....๒๙
๒.๒.๔ ประเภทการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว.....๓๒
๒.๒.๕ การประยุกต์ใช้แนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว.....๓๔
๒.๓ แนวคิด ทฤษฎีการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว.....๓๗
๒.๓.๑ ที่มาของแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว.....๓๗
๒.๓.๒ ความหมายการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว.....๓๘
๒.๓.๓ หลักการสำคัญของแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว..๓๙
๒.๓.๔ วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว.....๔๐
๒.๓.๕ การประยุกต์ใช้แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว.....๔๑
๒.๔ แนวคิดการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว.....๔๓
๒.๔.๑ ที่มาของแนวคิดการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว.....๔๓
๒.๔.๒ ความหมายการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว.....๔๔
๒.๔.๓ หลักการสำคัญของการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว..๔๔

๒.๔.๔ ประเภทการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว.....๔๗
๒.๔.๕ การประยุกต์ใช้แนวคิดอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว.....๔๙
๒.๕ ข้อมูลด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์.....๕๑
๒.๕.๑ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัด.....๕๒
๒.๕.๒ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวประเกือมและผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์.....๕๓
๒.๕.๓ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์.....๕๖
๒.๕.๔ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์.....๕๘
๒.๖ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....๖๑
๒.๗ กรอบแนวคิดการวิจัย.....๗๐
**บทที่ ๓ ระเบียบวิธีวิจัย.....๗๑**
๓.๑ รูปแบบของการวิจัย.....๗๑
๓.๑.๑ การวิจัยเอกสาร.....๗๑
๓.๑.๒ การวิจัยเชิงคุณภาพ.....๗๑
๓.๒ พื้นที่ในการวิจัย.....๗๒
๓.๓ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....๗๒
๓.๓.๑. กลุ่มนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญด้านพระพุทธศาสนา.....๗๒
๓.๓.๒. กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง.....๗๒
๓.๓.๓ กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม.....๗๓
๓.๓.๔ กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอม.....๗๓
๓.๓.๕ กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา.....๗๓
๓.๔ เครื่องมือการวิจัย.....๗๕
๒.๔.๑ แบบบันทึกเอกสาร.....๗๕
๓.๔.๒ แบบสังเกต.....๗๕
๓.๔.๓ แบบสัมภาษณ์.....๗๖
๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูล.....๗๘
๓.๕.๑ การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบบันทึกเอกสาร.....๗๘
๓.๕.๒ การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสังเกต.....๗๙
๓.๕.๓ การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์.....๘๐
๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล.....๘๒
๓.๗ สรุปกระบวนการวิจัย.....๘๒
**บทที่ ๔ ผลการวิจัย.....๘๓**
๔.๑ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์.....๘๓

๔.๑.๑ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ .....๘๓
๔.๑.๒ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหม และประเกือมจังหวัดสุรินทร์.....๙๑
๔.๑.๓ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม . จังหวัดสุรินทร์.....๙๖
๔.๑.๔ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทาง พระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ .....๙๙
๔.๒ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์.....๑๑๐
๔.๒.๑ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์.....๑๑๐
๔.๒.๒ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหม และประเกือมจังหวัดสุรินทร์.....๑๑๖
๔.๒.๓ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม จังหวัดสุรินทร์.....๑๒๒
๔.๒.๔ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทาง พระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ .....๑๒๕
๔.๓ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ .....๑๓๗
๔.๓.๑ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์. ๑๓๗
๔.๓.๒ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหม และประเกือมจังหวัดสุรินทร์.....๑๔๔
๔.๓.๓ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยว กลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์.....๑๕๑
๔.๓.๔ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทาง พระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ .....๑๕๖
๔.๔ การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์.....๑๗๑
๔.๔.๑ ด้านเศรษฐกิจของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ .....๑๗๑
๔.๔.๒ ด้านการเมืองของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ.....๑๗๒
๔.๔.๓ ด้านสังคมของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ .....๑๗๒
๔.๕ องค์ความรู้จากการวิจัย.....๑๗๕
๔.๕.๑ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์.....๑๗๖
๔.๕.๒ การพัฒนทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์.....๑๗๙
๔.๕.๓ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์.....๑๘๒
๔.๕.๔ การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์.....๑๘๖
**บทที่ ๕ สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ..... ๑๘๘**

๕.๑ สรุปผลการวิจัย ..... ๑๘๘
๕.๑.๑ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ..... ๑๘๘
๕.๑.๒ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ..... ๑๙๒
๕.๑.๓ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์ ..... ๑๙๕
๕.๑.๔ การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์ ..... ๒๐๐
๕.๒ อภิปรายผล ..... ๒๐๑
๕.๒.๑ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ..... ๒๐๑
๕.๒.๒ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ..... ๒๐๗
๕.๒.๓ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์ ..... ๒๑๓
๕.๒.๔ การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์ ..... ๒๑๑
๕.๓ ข้อเสนอแนะ ..... ๒๒๓
๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ..... ๒๒๓
๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปปฏิบัติ ..... ๒๒๔
๕.๓.๓ ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ..... ๒๒๕
**บรรณานุกรม ..... ๒๒๖**
**ภาคผนวก ..... ๒๓๔**
ภาคผนวก ก เครื่องมือวิจัย ..... ๒๓๕
ภาคผนวก ข หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญ หนังสือขอสัมภาษณ์และรายชื่อผู้ให้ข้อมูล ..... ๒๔๕
ภาคผนวก ค การรับรองการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ ..... ๒๕๔
ภาคผนวก ง ภาพถ่ายลงพื้นที่ดำเนินการวิจัย ..... ๒๕๖
ภาคผนวก จ ผลผลิต ผลลัพธ์ ผลกระทบจากงานวิจัย ..... ๒๕๗
**ประวัติผู้วิจัย ..... ๒๕๙**

# สารบัญตาราง

๑.๑ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ วิธีการได้มา และการเก็บข้อมูล ..... ๗
๒.๑ องค์ประกอบมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม.....๓๕
๒.๒ ผลรวมของของคะแนน ประเมินทั้ง ๔ องค์ประกอบ นำมาเปรียบเทียบกับระดับ
คะแนนมาตรฐานที่กำหนดไว้.....๓๖
๒.๓ ผังกรอบแนวคิดการวิจัย.....๗๐
๓.๑ ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการได้มากลุ่มตัวอย่าง และการเก็บข้อมูล.....๖๙
๓.๒ ผังกระบวนการวิจัย.....๗๗
๔.๑ ผังการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยว
จังหวัดสุรินทร์ .....๑๗๕
๔.๒ ผังอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ .....๑๗๘
๔.๓ ผังแสดงการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ .....๑๘๑
๔.๔ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ .....๑๘๕
๔.๕ การการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยว
จังหวัดสุรินทร์ .....๑๘๗

# สารบัญภาพ


๔.๑ ปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน และปราสาทศีขรภูมิ.....๙๘
๔.๒ ศาสนสถาน วัดป่าอาเจียง วัดตะเคียน และวัดเขาศาลา.....๑๐๑
๔.๓ ศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล วัดป่าอาเจียง วัดตะเคียน และวัดเขาศาลา.....๑๐๓
๔.๔ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา.....๑๐๔
๔.๕ วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น บ้านหนองบัว วัดตะเคียน และวัดเขาศาลา.....๑๐๕
๔.๖ กิจกรรมการท่องเที่ยว วัดป่าอาเจียง วัดตะเคียน และวัดเขาศาลา.....๑๐๙
๔.๗ ผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์.....๑๒๕
๔.๘ เอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ วัดป่าอาเจียง วัดตะเคียน และวัดเขาศาลา.....๑๒๘
๔.๙ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา.....๑๒๙
๔.๑๐ ความพร้อมเข้าสู่รับรองมาตรฐาน บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา .....๑๓๑
๔.๑๑ ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา .....๑๓๓
๔.๑๒ ช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชน บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา .....๑๓๔
๔.๑๓ เมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์ .....๑๓๕
๔.๑๔ เมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ .....๑๓๖
๔.๑๕ วิธีการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ร้านลุงป่วน เจียวทอง .....๑๔๗
๔.๑๖ บรรจุภัณฑ์นำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก.....๑๔๘
๔.๑๗ ปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน และ ปราสาทศีขรภูมิ ใ.....๑๕๖
๔.๑๘ ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา..... ๑๕๘
๔.๑๙ ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา.....๑๖๐
๔.๒๐ การคัดเลือกวัตถุดิบ บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา .....๑๖๒
๔.๒๑ กระบวนการหรือวิธีการผลิต บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา .....๑๖๓
๔.๒๒ บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน .....๑๖๕
๔.๒๓ การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา.....๑๖๗
๔.๒๔ การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา.....๑๖๘
๑.๒๕ การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภคบ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา .....๑๗๐

# บทที่ ๑
# บทนำ

## ๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดสุรินทร์มีความเป็นมาและอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญควรค่าแก่การศึกษา คือ เมื่อประมาณ ๒,๐๐๐ ปีล่วงมาแล้ว อาณาบริเวณนี้ได้พบหลักฐานการอยู่อาศัยของมนุษย์ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ยุคโลหะตอนปลาย ปัจจุบันยังปรากฏให้เห็นชุมชนโบราณมากกว่า ๕๙ แห่ง จากสภาพภูมิศาสตร์ที่มีอาณาเขตต่อเนื่องกับพื้นที่ที่เคยเป็นอาณาจักรขอมโบราณ ทำให้ชุมชนในจังหวัดสุรินทร์ได้รับวัฒนธรรมขอมมาโดยตลอดตั้งแต่ในช่วงพุทธศตวรรษที่ ๑๒ เป็นต้นมา เมื่อขอมเสื่อมอำนาจลง ไม่ปรากฏหลักฐานเด่นชัดที่แสดงถึงการอยู่อาศัยของชุมชนในสมัยต่อมา จนกระทั่งในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย พ.ศ. ๒๒๖๐ จึงปรากฏร่องรอยขึ้นอีกครั้งหนึ่งในพงศาวดารอีสานได้กล่าวถึงชาวพื้นเมืองกลุ่มหนึ่งที่เรียกตัวเองว่า ส่วยหรือกูย ซึ่งอาศัยอยู่แถบเมืองอัตปือแสนแป แคว้นจำปาศักดิ์ ซึ่งขณะนั้นเป็นดินแดนของไทย และเป็นผู้ที่มีความสามารถในการจับช้างป่ามาเลี้ยงไว้ใช้งาน พากันอพยพข้ามลำน้ำโขงมาสู่ฝั่งขวา โดยได้แยกย้ายกันไปตั้งชุมชนที่เมืองลีง (อำเภอจอมพระ จังสุรินทร์) บ้านโคกลำดวน (อำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ) บ้านอัจจะปะนึ่ง (อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์) และบ้านกุดปะไท (อำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์) ประมาณ พ.ศ. ๒๓๐๒ ในสมัยสมเด็จพระเจ้าเอกทัศน์ ได้มีช้างเผือกแตกโรงหนีจากกรุงศรีอยุธยามาทางแขวงเมืองจำปาศักดิ์ และหัวหน้ากลุ่มคนพื้นเมืองแถบนี้ที่เรียกว่า “เขมรและส่วยป่าดง” ช่วยจับช้างที่หนีมากลับคืนกรุงศรีอยุธยาได้ จึงได้รับพระราชทานความดีความชอบแต่งตั้งบรรดาศักดิ์โดย “เชียงปุม” ได้รับแต่งตั้งเป็น “หลวงสุรินทร์ภักดี” ปกครองบ้านโคกเมืองที จากนั้นประวัติศาสตร์เมืองสุรินทร์จึงปรากฏขึ้น ด้านการปกครองได้ขึ้นตรงกับกรุงศรีอยุธยา

ต่อมาหลวงสุรินทร์ภักดีได้ย้ายชุมชนจากบ้านโคกเมืองทีไปอยู่ที่ “คูประทายสมันต์” (เมืองสุรินทร์ปัจจุบัน)และรับราชการด้วยดีเสมอมา ทางกรุงศรีอยุธยาจึงพระราชทานบรรดาศักดิ์เป็น “พระสุรินทร์ภักดีศรีณรงค์จางวาง” และโปรดฯ ให้ยกบ้านคูประทายสมันต์ที่ปกครองอยู่ เป็น “เมืองประทายสมันต์” ทำราชการขึ้นตรงต่อเมืองพิมาย ในสมัยกรุงธนบุรี (พ.ศ.๒๓๒๑) ได้มีการเกณฑ์กำลังคนเมืองประทายสมันต์ เมืองขุขันธ์ เมืองสังฆะ ไปตีเมืองจำปาศักดิ์ เวียงจันทน์และปราบจลาจลในเขมร เมื่อเสร็จจากราชการสงครามที่เวียงจันทน์และเขมรแล้ว สมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีจึงได้ปูนบำเหน็จให้แก่เจ้าเมืองที่ร่วมรบ โปรดฯ ให้เลื่อนบรรดาศักดิ์พระสุรินทร์ภักดีศรีณรงค์จางวางเจ้าเมืองประทายสมันต์เป็น “พระยาสุรินทร์ภักดีศรีณรงค์” ในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช (รัชกาลที่ ๑) ทรงให้เปลี่ยนชื่อเมืองจาก ประทายสมันต์ เป็น “เมืองสุรินทร์” ตามชื่อบรรดาศักดิ์ของเจ้าเมืองขณะนั้น

ด้านสภาพทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดสุรินทร์ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีเนื้อที่ประมาณ ๘,๑๒๔.๐๕๖ ตารางกิโลเมตร (ประมาณ ๕,๐๖๖,๕๓๕ ไร่) ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ ๔๕๐ กิโลเมตร ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดร้อยเอ็ด และจังหวัดมหาสารคาม ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดศรีสะเกษ ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดบุรีรัมย์ ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดอุดรมีชัย

ราชอาณาจักรกัมพูชา ในพื้นที่ ๔ อำเภอ คือ บัวเชด สังขะ กาบเชิง และพนมดงรัก ความยาวตลอดแนวชายแดนประมาณ ๙๐ กิโลเมตร[๑]

ด้านการปกครองและประชากรของจังหวัดสุรินทร์แบ่งเขตการปกครองเป็น ๑๖ อำเภอ ๑๕๘ ตำบล ๒,๑๒๐ หมู่บ้าน ๑ เทศบาลเมือง ๒๔ เทศบาลตำบล ๑๔๖ องค์การบริหารส่วนตำบล มีประชากรรวม ๑,๓๘๑,๖๖๑ คน ตามประกาศกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ณ วันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๕๓ แบ่งเป็นชาย ๖๙๑,๔๒๕ คน เป็นหญิง ๖๙๐,๒๒๖ คน จำนวนครัวเรือน ๓๔๑,๙๒๒ ครัวเรือน ดังตารางต่อไปนี้

ด้านสภาพทางเศรษฐกิจของจังหวัดสุรินทร์ รายได้ส่วนใหญ่ของจังหวัดสุรินทร์มาจากภาคเกษตรกรรม เนื่องจากพื้นที่ทำการเกษตรของจังหวัดสุรินทร์ มีทั้งหมดประมาณ ๓,๙๐๔,๙๙๒ ไร่ หรือร้อยละ ๖๕.๕๕ ของพื้นที่ทั้งจังหวัด มีครัวเรือนเกษตร จำนวน ๑๙๖,๑๐๕ ครัวเรือนพื้นที่ถือครองทางการเกษตร แยกออกได้ ดังนี้ ๑) ที่นา จำนวน ๓,๒๒๔,๔๓๒ ไร่ ๒) พืชไร่ จำนวน ๑๙๐,๘๘๐ ไร่ ๓) ไม้ผลและไม้ยืนต้น จำนวน ๒๒๓,๘๒๑ ไร่ ๔) ไม้ดอกและไม้ประดับ จำนวน ๑๕๖ ไร่ ๕) พืชผัก จำนวน ๖,๖๖๙ ไร่ ๕) ที่ทุ่งหญ้าเลี้ยงสัตว์ จำนวน ๑๐,๙๒๐ ไร่ ๖) ที่เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ จำนวน ๕,๔๘๐ ไร่ ๖) ที่อื่นๆ จำนวน ๑๙๒,๖๓๐ ไร่มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดสุรินทร์ (Gross Provincial Product : GPP) ในปี ๒๕๕๒ ตามราคารายปี จำแนกตามสาขาการผลิต มีมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัด จำนวน ๕๒,๒๙๓ ล้านบาท รายได้เฉลี่ยต่อหัว ๓๖,๓๕๖ บาท/คน/ปี[๒] ด้านสภาพทางสังคมของจังหวัดสุรินทร์นั้นมีความหลากหลาย เนื่องจากมีชนชาวพื้นเมืองสุรินทร์ ๓ กลุ่ม อาศัยอยู่ในสภาพสังคมเดียวกัน ความหลากหลายดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

.๑. ด้านประเพณีและวัฒนธรรม คนท้องถิ่นสุรินทร์มีชนอยู่ ๓ กลุ่ม และพูดภาษาต่างกันอยู่ ๓ ภาษา คือ ภาษาเขมร ภาษาส่วย และภาษาลาว ประชากรที่พูดภาษาต่างกันทั้งหมดนี้มีความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย มีความสามัคคี แต่ละกลุ่มชนต่างก็ได้รักษาวัฒนธรรม ประเพณี ภาษาของตนไว้เป็นอย่างดี ถือเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของจังหวัดสุรินทร์ ด้านประเพณีและวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดสุรินทร์ คือ ประเพณีบวชนาคช้าง งานประเพณีขึ้นเขาสวาย งานช้างและกาชาดสุรินทร์ ประเพณีแซนโฎนตา กันตรึม การกวนข้าวทิพย์ การแต่งงาน หรือ แซนการ์ กะโน้ปติงตอง เรือมอันเร หรือ ลูดอันเร เรือมตรด เรือมอายัย โชง สะบ้า ลิเกเขมร มโหรี เจรียง และ เจรียงเบริน เป็นต้น

๒. ด้านการศึกษา จังหวัดมีสถาบันการศึกษาในพื้นที่ที่เปิดการสอน ระดับอุดมศึกษา ๖ แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุรินทร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์ วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี วิทยาเขตสุรินทร์ และ วิทยาลัยเฉลิมกาญจนาสุรินทร์ การจัดการศึกษาตั้งแต่ระดับก่อนประถมศึกษาถึงระดับมัธยมศึกษา แบ่งออกเป็น ๓ เขตการศึกษา ในปี ๒๕๕๒ มีจำนวนครู ๑๐,๘๑๕ คน นักเรียน ๒๒๕,๕๓๐ คน และโรงเรียน ๘๖๖ แห่ง โดยเฉลี่ยแล้วอัตราส่วนนักเรียนต่อครู เท่ากับ ๒๐.๘๕

---

[๑] <http://www.surin.go.th/saparbsurin.php>, 24/ June/2018.

[๒] <http://www.surin.go.th/surin/11.htm>, 24/ June/2018.

๓. ด้านศาสนา จังหวัดสุรินทร์มีศาสนสถานต่าง ๆ จำแนกเป็น วัด ๖๑๘ แห่ง ที่พักสงฆ์ ๕๒๒ แห่ง โบสถ์คริสต์ ๒๔ แห่ง และมัสยิด ๑ แห่ง (แหล่งข้อมูล สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ และสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ข้อมูล ณ เดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๕๓)โดยมีพระอารามหลวง คือ วัดศาลาลอย และ วัดบูรพาราม (เป็นวัดสำคัญเก่าแก่ของ จังหวัด มีอายุประมาณ ๒๐๐ ปี เป็นที่ประดิษฐานหลวงพ่อพระชีว์ เป็นพระพุทธรูปสำคัญประจำจังหวัดสุรินทร์) นอกจากนี้จังหวัดสุรินทร์ยังมีพระเกจิที่มีชื่อเสียงอีกหลายรูป เช่น พระครูปราสาทพรหมคุณ (หลวงปู่หงษ์ พรหมปัญโญ) วัดเพชรบุรี (สุสานทุ่งมน) อ.ปราสาท, พระครูวิสุทธิกิตติญาณ (หลวงปู่คีย์ กิตติญาโณ) วัดศรีลำยอง อ.ปราสาท และ พระพิมลพัฒนาธร (หลวงพ่อพวน วรมงฺคโล) วัดมงคลรัตน์ อ.เมืองสุรินทร์ เป็นต้น

๔. ด้านสาธารณสุข จังหวัดได้พัฒนาโดยมุ่งเน้นให้ประชาชนมีการกินอยู่อย่างมีสุขภาพดี ปลอดภัยจากสารพิษ และได้รับการบริการทางด้านสาธารณสุขอย่างทั่วถึงมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าตามนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับโครงการสร้างหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า จังหวัดสุรินทร์ในปีงบประมาณ ๒๕๕๒ คนในจังหวัดสุรินทร์มีหลักประกันสุขภาพ จำนวน ๑,๔๐๘,๖๐๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๙๙.๖๓ อยู่ในลำดับที่ ๑๑ ของประเทศ อยู่ลำดับที่ ๕ จากจังหวัดที่มีประชากรมากกว่า ๑ ล้านคน และเป็นลำดับที่ ๒ ของเขตตรวจราชการที่ ๙ โดยแยกเป็นสิทธิบัตรทอง จำนวน ๑,๑๒๕,๔๘๐ คน (ร้อยละ ๘๐.๒๐) สิทธิข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน ๖๐,๕๘๖ คน (ร้อยละ ๕.๐๓) สิทธิประกันสังคม จำนวน ๒๐๑,๖๔๖ คน (ร้อยละ ๑๔.๓๖) และสิทธิอื่น จำนวน ๕,๖๕๘ คน (ร้อยละ ๐.๔๐) ส่วนผู้ไม่มีหลักประกันสุขภาพ มีจำนวน ๕.๒๓๑ คน หรือร้อยละ ๐.๒๖ ของประชากรทั้งหมด (แหล่งข้อมูล สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสุรินทร์ ข้อมูล ณ เดือน สิงหาคม ๒๕๕๒)[๓]

ด้านการท่องเที่ยวของ จังหวัดสุรินทร์ได้กำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งของทางจังหวัดสุรินทร์ เนื่องจากมีจุดเด่นในเรื่องของศิลปวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตที่แตกต่างจากจังหวัดอื่น ๆ คณะรัฐมนตรีจึงมีมติอนุมัติให้จังหวัดสุรินทร์เป็นจังหวัดท่องเที่ยวตามที่กระทรวงมหาดไทยเสนอเมื่อวันที่ ๑๑ กันยายน ๒๕๒๖ ความมีชื่อเสียงเกี่ยวกับข้าวหอมมะลิ ผ้าไหม และช้าง อาทิเช่น การมีช้างเลี้ยงมากที่สุดในประเทศไทย จังหวัดสุรินทร์จึงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปว่าเป็นเมืองช้าง และการเป็นเมืองเกษตรอินทรีย์ เพราะมีการผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ที่ได้รับรองมาตรฐานส่งออกขายไปทั่วโลก การได้รับคัดเลือกให้ออกแบบและทอผ้าไหมสำหรับตัดเสื้อให้ผู้นำเขตเศรษฐกิจ APEC นอกจากนี้จังหวัดสุรินทร์ยังเป็นดินแดนที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน เป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยง “อารยธรรมขอมโบราณ” มีปราสาทที่เก่าแก่ประมาณ ๓๘ แห่ง กระจายอยู่ทั่วไป เช่น ปราสาทภูมิ โปน ตั้งอยู่ในพื้นที่ อำเภอสังขะ สร้างราวพุทธศตวรรษที่ ๑๓ เป็นปราสาทที่มีอายุเก่าแก่ที่สุด ที่ค้นพบในประเทศไทย และกรมศิลปากรได้ขึ้นทะเบียนไว้ ปราสาทศีขรภูมิ อำเภอศีขรภูมิ ปราสาทบ้านพลวง อำเภอปราสาท และกลุ่มปราสาทตาเมือน ตั้งอยู่ในพื้นที่ อำเภอพนมดงรัก ซึ่งอยู่ในเขตชายแดนและเป็นจุดเชื่อมต่อ ตามรอยเส้นทางอารยธรรมขอมโบราณที่สำคัญ เป็นต้น สถิตินักท่องเที่ยวของจังหวัด ปี ๒๕๕๑ มีจำนวน ๕๘๓,๑๒๘ คน (เป็นชาวไทย ๕๖๒,๙๙๓ คน และ ชาวต่างประเทศ ๑๐,๑๓๕ คน) การเป็นจุดเชื่อมต่อของ **“อารยธรรมขอมโบราณ”** การเป็นเมืองชายแดนที่ติดต่อกับประเทศกัมพูชา มีจุดผ่านแดนถาวรช่องจอมเป็นประตูสู่แหล่งท่องเที่ยวระดับโลก อย่าง

---

[๓] <http://www.surin.go.th/surin/4.htm>, 24/ June/2018.

ปราสาทหินนครวัด นครธม ในกัมพูชา จึงเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เหล่านี้ล้วนทำให้ชื่อของจังหวัดสุรินทร์เป็นที่รู้จักในระดับโลก[๔] ดังนั้น ปัจจุบันจังหวัดสุรินทร์ จึงนำเสนอโปรมแกรมของดีวิถีสุรินทร์ เน้นให้เห็นธรรมชาติของวิถีชีวิตคนในชุมชน ซึ่งอาจไม่สวยงามเหมือนกิจกรรมท่องเที่ยวทั่วไป โปรแกรมของดีวิถีสุรินทร์เป็นการเลียนแบบวิถีชีวิตอย่างแท้จริง เพื่อให้คนภายนอกต่างวัฒนธรรมได้มาสัมผัสวิถีชีวิตแบบชาวสุรินทร์ที่กำลังจะหายไป สำหรับประเทศที่พัฒนาแล้วหลายประเทศ วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของชุมชนหายได้ไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้นจังหวัดสุรินทร์จึงอยากเห็นคนทั้งในและนอกชุมชนได้เข้ามาร่วมกันเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาแบบดั้งเดิมที่กำลังจะหายไป และพัฒนาสิ่งเหล่านี้กลับคืนสู่วิถีชีวิตแบบดังเดิมได้อย่างยั่งยืน จึงได้จัดทำแนวทางพัฒนาชุมชนให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของคนสุรินทร์ โดยจัดให้มีการนำเสนอโปรแกรมของดีวิถีสุรินทร์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คนในชุมชนได้ภาคภูมิใจกับของดีที่มีในชุมชนของตนเอง นำมาแสดงออกให้สังคมรับรู้ โดยการสนับสนุนของกรมพัฒนาชุมชน และองค์การความร่วมมือระหว่างประเทศของญี่ปุ่น (JICA)[๕] ได้เข้ามาให้การสนับสนุนเป็นอย่างดี

ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นสุรินทร์ดังที่กล่าวมานี้ได้แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวสำคัญที่มีอยู่ในจังหวัดสุรินทร์ที่เป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากภายในและภายนอกประเทศให้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ได้เป็นอย่างดี ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในจังหวัดสุรินทร์เหล่านี้ ซึ่งคำตอบที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้น่าจะก่อให้เกิดคุณค่าต่อวิถีชีวิตของชุมชนในด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และทางวิชาการ คือ ได้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ความรู้ด้านการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ และการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ เป็นการสร้างความมั่นคงเข้มแข็งให้กับสถาบันของชุมชนท้องถิ่นที่อยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ เช่น สถาบันครอบครัว สถาบันทางศาสนา หน่วยงานของรัฐต่าง ๆ อีกทั้งงานวิจัยนี้ยังได้รับตีพิมพ์เผยแพร่เป็นผลงานของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยและเผยแพร่ไปยังหน่วยงานในเครือข่ายของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่มีอยู่ทั่วประเทศ ตลอดถึงหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องนำเอาผลการวิจัยนี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวได้ด้วย คณะผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ที่จะได้รับดังกล่าวจึงได้ทำวิจัยในเรื่องนี้

## ๑.๒ วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยนี้คณะผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

๑.๒.๑ เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

๑.๒.๒ เพื่อศึกษาการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

---

[๔] <http://www.surin.go.th/surin/5.htm>, 24/ June/2018.

[๕] สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์, **ของดีวิถีสุรินทร์ โครงการเพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการชุมชน**, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ ทาราครีเอทีป, ๒๕๖๒), หน้า ๑.

๑.๒.๓ เพื่อศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

๒.๒.๔ เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

## ๑.๓ ปัญหาการวิจัย

คณะผู้วิจัยต้องการหาคำตอบเกี่ยวกับปัญหาการวิจัยต่อไปนี้

๑.๓.๑ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์เป็นอย่างไร

๑.๓.๒ ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์มีการพัฒนาอย่างไร

๑.๓.๓ การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์เป็นอย่างไร

๒.๓.๔ การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์เป็นอย่างไร

## ๑.๔ ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์โดยกำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

### ๑.๔.๑ ด้านเนื้อหา

ได้กำหนดขอบเขตของเนื้อหาไว้ ๔ ด้าน ดังนี้ คือ ๑) ด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ๒) ด้านการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ๓) ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ๔) ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งขอบเขตด้านเนื้อหาดังกล่าวปรากฏรายละเอียดในโครงการย่อยภายใต้แผนงานดังนี้

๑.๔.๑.๑ ศึกษาอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ เนื้อหาที่ทำการศึกษาปรากฏในโครงการย่อยภายใต้แผนงานทั้ง ๔ โครงการ คือ ๑) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ๒) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ๓) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ และ ๔) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

๑.๔.๑.๒ ศึกษาการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ เนื้อหาที่ทำการศึกษาปรากฏในโครงการย่อยภายใต้แผนงานทั้ง ๔ โครงการ คือ ๑) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ๒) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ๓) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน

ท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ และ ๔) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

๑.๔.๑.๓ ศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ เนื้อหาที่ทำการศึกษาปรากฏในโครงการย่อยภายใต้แผนงานทั้ง ๔ โครงการ คือ ๑) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ๒) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ๓) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ และ ๔) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

๑.๔.๑.๔ ศึกษาการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ เนื้อหาที่ทำการศึกษาปรากฏในโครงการย่อยภายใต้แผนงานทั้ง ๔ โครงการ คือ ๑) การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ๒) การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ๓) การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ และ ๔) การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

**๑.๔.๒ ด้านพื้นที่**

ได้กำหนดขอบเขตของพื้นที่ในการศึกษาซึ่งปรากฏอยู่ในโครงการย่อยทั้ง ๔ โครงการภายใต้แผนงาน มีจำนวน ๙ หมู่บ้าน ดังนี้

๑.๔.๒.๑ โครงการย่อยที่ ๑ การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ได้กำหนดพื้นที่ในการศึกษาไว้ จำนวน ๑ หมู่บ้าน คือ บ้านตากลาง หมู่ที่ ๑๓ และ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์

๑.๔.๒.๒ โครงการย่อยที่ ๒ การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ได้กำหนดพื้นที่ในการศึกษาไว้ จำนวน ๑ หมู่บ้าน คือ บ้านท่าสว่าง หมู่ที่ ๑ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

๑.๔.๒.๓ โครงการย่อยที่ ๓ การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ ได้กำหนดพื้นที่ในการศึกษาไว้ จำนวน ๔ ปราสาท ๔ หมู่บ้าน คือ ๑) ปราสาทศีขรภูมิหรือปราสาทระแงง บ้านปราสาท หมู่ที่ ๑ ตำบลระแงงอำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ ๒) ปราสาทภูมิโปน บ้านภูมิโปน หมู่ที่ ๕ ตำบลดม อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ ๓) ปราสาทช่างปี่ บ้านช่างปี่ หมู่ที่ ๑ ตำบลช่างปี่ อำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ ๑) กลุ่มปราสาทตาเมือนบ้านหนองคันนา หมู่ที่ ๕ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์

๑.๔.๒.๔ โครงการย่อยที่ ๔ การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ได้กำหนดพื้นที่ในการศึกษาไว้ จำนวน ๓ วัด ใน ๓ หมู่บ้าน คือ ๑) วัดป่าอาเจียง บ้านหนองบัว หมู่ที่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ๒) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัส หมู่ที่ ๑ ตำบลจรัส อำเภอ

บัวเชด จังหวัดสุรินทร์ ๓) วัดตะเคียน บ้านตะเคียน หมู่ที่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

**๑.๔.๓ ด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญ**

คณะวิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจาก ๔ กลุ่ม จากโครงการย่อยภายใต้แผนงาน ๔ โครงการ คือ

โครงการย่อยที่ ๑ หมู่บ้านช้าง ๑ หมู่บ้าน จำนวน ๓๐ คน

โครงการย่อยที่ ๒ หมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม ๑ หมู่บ้าน จำนวน ๒๐ คน

โครงการย่อยที่ ๓ หมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอม ๔ หมู่บ้าน จำนวน ๑๕ รูป/คน

โครงการย่อยที่ ๔ หมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ๓ หมู่บ้าน จำนวน ๒๔ รูป/คน

คณะวิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจาก ๔ กลุ่ม ดังต่อไปนี้ คือ ๑) กลุ่มหมู่บ้านช้าง ๑ หมู่บ้าน จำนวน ๓๐ คน ๒) กลุ่มหมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม ๑ หมู่บ้าน จำนวน ๒๐ คน ๓) กลุ่มหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอม ๔ หมู่บ้าน จำนวน ๑๕ รูป/คน ๔) กลุ่มหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ๓ หมู่บ้าน จำนวน ๒๔ รูป/คน ใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection)

| ประชากร | กลุ่มตัวอย่าง | วิธีการได้มากลุ่มตัวอย่าง | การเก็บข้อมูล |
|---|---|---|---|
| ๑. กลุ่มหมู่บ้านช้าง จำนวน ๑ หมู่บ้าน | - นักวิชาการ (ใช้ร่วมทุกกลุ่ม) ๙ คน<br>- ผู้บริหารภาครัฐ ๑๑ คน<br>- ตัวแทนกลุ่มผู้เลี้ยงช้าง ๕ คน<br>- ชาวบ้านและพ่อค้า ๕ คน | เลือกแบบเจาะจง | แบบสัมภาษณ์/การสนทนากลุ่ม |
| | **รวม ๓๐ รูป/คน** | | |
| ๒. กลุ่มหมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม จำนวน ๑ หมู่บ้าน | - นักวิชาการ(ใช้ร่วมหมู่บ้านช้าง) ๔ คน<br>- ผู้ผลิตผ้าไหมและประเกือม ๘ คน<br>- ผู้จำหน่ายผ้าไหมและประเกือม ๘ คน | เลือกแบบเจาะจง | แบบสัมภาษณ์/การสนทนากลุ่ม |
| | **รวม ๒๐ คน** | | |
| . กลุ่มหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอม จำนวน ๔ หมู่บ้าน | - นักวิชาการ(ใช้ร่วมหมู่บ้านช้าง) ๕ รูป/คน<br>- ผู้นำชุมชน/นักท่องเที่ยว ๑๐ รูป/คน | เลือกแบบเจาะจง | แบบสัมภาษณ์/การสนทนากลุ่ม |
| | **รวม ๑๕ รูป/คน** | | |

| ประชากร | กลุ่มตัวอย่าง | วิธีการได้มากลุ่มตัวอย่าง | การเก็บข้อมูล |
|---|---|---|---|
| ๔. กลุ่มหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จำนวน ๓ หมู่บ้าน | - นักวิชาการ(ใช้ร่วมหมู่บ้านข้าง) ๙ คน<br>- เจ้าอาวาส ๓ รูป<br>- ผู้ใหญ่บ้าน ๓ คน<br>- ปราชญ์ชุมชน ๓ คน<br>- ผอ.โรงเรียน ๓ คน<br>- นายก อบต. หรือ ทต. ๓ คน<br>- สมาชิก อบต. หรือ ทต ๖ คน<br>- ผู้บริหารการท่องเที่ยว ๑ คน | เลือกแบบเจาะจง | แบบสัมภาษณ์/การสนทนากลุ่ม |
| | **รวม ๒๔ รูป/คน** | | |

**ตารางที่** ๑.๑ แสดงกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ วิธีการได้มา และการเก็บข้อมูล

## ๑.๕ นิยามศัพท์ในการวิจัย

อัตลักษณ์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวที่เป็นตัวบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของบุคคล ชุมชน สังคม หรือประเทศนั้น ๆ ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไปหรือเหมือนสังคมอื่น ๆ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรม ลักษณะที่อยู่อาศัย อาหารพื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณี กิจกรรมการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ศาสนสถาน หรือ ศาสนวัตถุ ที่มีอยู่ในจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชน มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น และมีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจ เป็นต้น

ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรม หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น ที่มีลักษณะเด่น เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมซึ่งมีอยู่ในหมู่บ้านการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม หมายถึง การทำสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ลักษณะที่อยู่อาศัย อาหารพื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณี กิจกรรมการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ศาสนสถาน หรือ ศาสนวัตถุ ที่มีอยู่ในจังหวัดสุรินทร์ ให้มีความเจริญและดีขึ้นกว่าเดิม เป็นต้น

การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การทำให้ค่าหรือราคาของสิ่งของมีค่าเพิ่มมากขึ้น ซึ่งได้แก่ การทำให้ค่าหรือราคาของสิ่งของซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ เช่น ลักษณะที่อยู่อาศัย อาหารพื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณี กิจกรรมการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ศาสนวัตถุ เป็นต้น ให้มีค่าหรือราคาเพิ่มมากขึ้น โดยพิจารณาจาก ๘ ประการ ต่อไปนี้ คือ ๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่า

ผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก ๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ และ ๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค เป็นต้น

การใช้ประโยชน์ หมายถึง การนำเอามาทำให้เกิดเป็นผลดี ซึ่งได้แก่การการนำเอาอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว เช่น ลักษณะที่อยู่อาศัย อาหารพื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณี กิจกรรมการท่องเที่ยว ศาสนสถานและศาสนวัตถุ เป็นต้น ที่มีอยู่ในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ มาทำให้เกิดผลดี ด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม เป็นต้น

## ๑.๖ ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

หลังจากได้ทำวิจัยเรื่องนี้สำเร็จแล้วจะก่อให้เกิดประโยชน์ดังต่อไปนี้

๑.๖.๑ ได้ชุดความรู้ด้านศาสนาและวัฒนธรรม การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

๑.๖.๒ ได้สารสนเทศด้านการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

๑.๖.๓ ได้สารสนเทศเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว หมู่บ้านผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์

๑.๖.๔ ได้สารสนเทศด้านการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์

๑.๖.๕ ได้สารสนเทศด้านการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

๑.๖.๖ เอกสารงานวิจัยนี้นอกจากจะได้รับตีพิมพ์เผยแพร่ในมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยแล้ว ยังเผยแพร่ไปยังหน่วยงานหลักและหน่วยงานในเครือข่ายของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่มีอยู่ทั่วประเทศ และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้

# บทที่ ๒
# แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ศาสนาและวัฒนธรรม : การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยว วิเคราะห์การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยว และวิเคราะห์การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ คณะผู้วิจัยได้วางกรอบในการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการดำเนินกาวิจัย โดยได้แบ่งประเด็นการสืบค้นออกเป็น ๗ หัวข้อดังนี้

๒.๑ แนวคิดแนวคิดอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว
๒.๒ แนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว
๒.๓ แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว
๒.๔ แนวคิดการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว
๒.๕ ข้อมูลด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว
๒.๖ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
๒.๗ กรอบแนวคิดการวิจัย

แต่ละหัวข้อจะได้ทำการสืบค้นและนำเสนอเนื้อหาตามลำดับดังต่อไปนี้

## ๒.๑ แนวคิดอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยว

เพื่อให้เกิดความชัดเจนในประเด็นของแนวคิดอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยได้แบ่งหัวการศึกษาออกเป็น ๒ หัวข้อ คือ ๑) แนวด้านคิดอัตลักษณ์ ๒) แนวคิดทรัพยากรการท่องเที่ยว แต่ละหัวข้อจะได้นำเสนอตามลำดับดัง

### ๒.๑.๑ แนวคิดอัตลักษณ์

ในประเด็นแนวคิดด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวได้แบ่งการสืบค้นเป็น ๕ หัวข้อ ดังนี้ คือ ๑) ที่มาของแนวคิดอัตลักษณ์ ๒) ความหมายอัตลักษณ์ ๓) หลักการสำคัญของอัตลักษณ์ ๔) ประเภทอัตลักษณ์ และ ๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดอัตลักษณ์ ซึ่งจะนำเสนอตามลำดับดังนี้

๒.๑.๑.๑ ที่มาของแนวคิดอัตลักษณ์ แนวคิดทฤษฎีอัตลักษณ์เริ่มต้นขึ้นในช่วงปี ค.ศ. ๑๙๕๐ – ๑๙๖๐ โดยนักปรัชญา ๓ ท่าน คือ เจ.เจ.ซี.สมาร์ท, ยู.ที. เพลส และเฮอร์เบิรต์ ฟิ ลก์ (J.J.C. Smart, U.T. Place and Herbert Feigl) ซึ่ง ในช่วงหลังของศตวรรษที่ ๒๐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตั้งแต่ช่วงทศวรรษที่ 1980 เป็นต้นมา โครงสร้างของระบบโลกเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากโดยเฉพาะในทางเศรษฐกิจที่ส่งผลมาจากการปฏิวัติอุตสาหกรรม และการปฏิวัติระบบสื่อสารในกระบวนการโลกาภิวัตน์ ก่อให้เกิดการบริโภควัฒนธรรมที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ในโลกตะวันตกภาพรวมของการ

ลงทุนในภาคอุตสาหกรรมค่อยๆ เปลี่ยนจากการเน้นลงทุนผลิต สินค้าอุปโภคบริโภคมายังสินค้าในภาคบริการและสินค้าวัฒนธรรมมากขึ้น การเน้นสินค้าวัฒนธรรม ค่อย ๆ กระจายสู่ประเทศโลกที่สามด้วยเช่นกันสินค้าวัฒนธรรมทำให้ประเด็นเรื่องอัตลักษณ์กลายเป็น หัวใจสำคัญ เพราะบริโภคนิยมนั้นอาศัยการสร้างสัญญะเป็นแกนและสัญญะต่าง ๆ ก็เกาะติดกับ อัตลักษณ์แบบใดแบบหนึ่งเสมอ ไม่ว่าจะเป็นอัตลักษณ์ระดับปัจเจกระดับท้องถิ่น หรือระดับชาติก็ล้วนถูกทำให้กลายเป็นสินค้าได้ทั้งสิ้น

อัตลักษณ์คือความรู้สึกนึกคิดต่อตนเองว่า "ฉันคือใคร" ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสังสรรค์ระหว่าง ตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตัวเองและคนอื่นมองเราในขณะนั้น และในขณะเดียวกันมโนทัศน์อัตลักษณ์ จะถูกกล่าวควบคู่ไปกับเรื่องของอำนาจ นิยามความหมายหรือการสร้างภาพแทนความจริง เมื่ออัตลักษณ์ไปสัมพันธ์กับแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ดูจะมีความหมายที่แตกต่างจากความหมายที่เข้าที่เข้าใจกันโดยสามัญสำนึกมาก อัตลักษณ์ แตกต่างจากบุคลิกภาพในประเด็นที่สำคัญหลายประการ เราอาจมีบุคลิกภาพร่วมกับบุคคลอื่น แต่การมีอัตลักษณ์ร่วมมีนัยของการเกี่ยวพันกับการตื่นตัวบางอย่างในตัวของเรา เช่น เราเลือกที่จะแสดงตัวตนกับกลุ่มหรืออัตลักษณ์ที่เฉพาะ ซึ่งบางครั้งเราอาจมีตัวเลือกมากกว่าคนอื่น และอัตลักษณ์ต้องการความตระหนัก บางอย่างที่เกี่ยวข้องกับส่วนที่เป็นของเรา บุคลิกภาพอธิบาย ลักษณะต่างที่บุคคลทั่วไปน่าจะมี เช่น การเข้าสังคมเก่งหรืออาจเป็นคุณลักษณะภายใน แต่อัตลักษณ์ ต้องการพื้นฐานบางอย่าง อาจถูกจัดประเภทด้วยการมีลักษณะบุคลิภาพ แต่เราต้องแสดงตนเอง (นั่น คือการยอมรับอย่างตั้งใจ) กับอัตลักษณ์ความสำคัญของการแสดงตัวตน คือการมีอัตลักษณ์เหมือนกับ กลุ่มหนึ่งและมีความแตกต่างกับอีกกลุ่มอื่น หากลองคิดถึงสถานการณ์ที่เราพบกับใครสักคนในครั้งแรก และเรากำลังพยายามค้นหาว่าเขาคือใคร ด้วยการตั้งคำถามว่า เขามาจากไหน และเขาทำอะไรใน สถานการณ์ต่างๆ สิ่งเหล่านี้เป็นการกำลังพยายามค้นหาสิ่งที่เกี่ยวกับตัวของบุคคลนี้และสิ่งที่ทำให้เขาเหมือนกับเราด้วย (สิ่งที่เรามีร่วมกับเขา) และสิ่งที่ทำให้เขาแตกต่างจากเรา หรือการพิจารณาถึงสถานการณ์การเดินทางไกล สถานที่ที่คุณจะไป คุณได้ยินเสียงคนกลุ่มหนึ่งกำลังสนทนาแล้วพูดภาษา เดียวกับคุณ คุณจะรับรู้ด้วยความรู้สึกของการระลึกรู้ และความเป็นเจ้าของ ร่วมกับกลุ่มนั้นการที่คุณมีบางอย่างร่วมนี้ ได้นำเสนอช่วงของการระลึกรู้และการมีบางอย่างร่วมกับผู้อื่นผู้ที่มีอัตลักษณ์ร่วมกับคุณ อัตลักษณ์ถูกแสดงออกให้เห็นด้วยการคล้ายกัน นั่นคือมันเกี่ยวกับบุคคลที่เหมือนเราและความแตกต่างของบุคคลที่ไม่เหมือนกับเรา

ที่มาของแนวทฤษฎีอัตลักษณ์ (identity theory) อีกที่หนึ่งกล่าวกันว่าเป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม (social psychological theory) ที่มุ่งอธิบายพฤติกรรมตามบทบาทของบุคคล (Stryker, ๑๙๘๙:๓๖) ทฤษฎีอัตลักษณ์มีความเป็นมาและมีหลักการของทฤษฎี ดังนี้ เชลดอน สไตรเกอร (Sheldon Stryker) ศาสตราจารย์ประจำภาควิชา สังคมวิทยา มหาวิทยาลัยอินเดียนา ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้พัฒนาทฤษฎีอัตลักษณ์ขึ้น โดยอาศัยกรอบแนวคิดตามบริบททางสังคมวิทยาบนพื้นฐานทัศนภาพโครงสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์นิยม (structural symbolic-interactionist perspective) โดยมีวัตถุประสงค์ของทฤษฎีคือเพื่ออธิบายพฤติกรรมการเลือกแสดงบทบาท (explanation of role choice behavior) ซึ่งเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ระหว่าง “สังคม” (society) และ“ตัวตน” (self) ของบุคคลโดยมี “โครงสร้างทางสังคม” (social structure) และ “การปฏิสัมพันธ์ ทางสังคม” (social interaction) เป็นตัวกำหนดหรือควบคุมการแสดงพฤติกรรมของบุคคล ทฤษฎีนี้อาศัยข้อตกลงเบื้องต้น (assumptions or premises) ตามกรอบ

แนวคิดปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์นิยม ๔ ประการ ดังนี้ ๑) มนุษย์เป็นทั้งผู้กระทำและผู้ตอบสนองต่อการกระทำ ๒) การกระทำและการตอบสนองขึ้นอยู่กับการให้ความหมายหรือตีความสถานการณ์นั้นๆ ๓) ความหมายที่บุคคลสร้างมโนภาพแห่งตน เป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเป็นผู้กระทำหรือผู้ตอบสนองการกระทำ ๔) มโนภาพแห่งตนขึ้นอยู่กับการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นๆ และการตอบสนองการกระทำที่คนอื่นมีต่อตน จากข้อตกลงทั้ง ๔ ประการดังกล่าว สามารถอธิบายพฤติกรรมทางสังคมได้ว่าสังคมเป็นตัวก่อให้เกิดตัวตน และตัวตนเป็นตัวก่อให้เกิดพฤติกรรมทางสังคม (social behavior) ในทำนองกลับกันพฤติกรรมทางสังคมส่งผลต่อตัวตนและสังคม ส่วนตัวตนก็ส่งผลต่อสังคมด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ โครงสร้างสังคมยังมีความซับซ้อนในระดับกลุ่ม ชุมชน องค์การ และสถาบัน ในขณะที่บุคคลในสังคมก็มีความแตกต่างกันทั้งในแง่ของระดับทางสังคม อายุ เพศ เชื้อชาติ ศาสนา หรืออื่นๆ ขอบเขตของสังคมจึงมีลักษณะหลากหลายและเกี่ยวโยงซ้อนกันทั้งในเชิงปฏิสัมพันธ (interactionally) หน้าที่ (functionally) และ ลำดับความสำคัญ (hierarchically) ซึ่งบางครั้งส่วนต่างๆ เหล่านี้อาจมีทั้งการพึ่งพิงกันหรือขัดแย้งกัน ส่วนต่างๆ ที่แตกต่างกันของสังคมจึงมีผลกระทบต่อบุคคลโดยทำให้เกิดตัวตนแบบต่างๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับคนหรือกลุ่มต่างๆที่มาปฏิสัมพันธ์กับบุคคลนั้นๆ[๑]

สรุปที่มาของทฤษฎีอัตลักษณ์ คือ เริ่มต้นขึ้นในช่วงปี ค.ศ. ๑๙๕๐ – ๑๙๖๐ โดยนักปรัชญา ๓ ท่าน คือ เจ.เจ.ซี.สมาร์ท, ยู.ที. เพลส และเฮอร์เบิรต์ ฟี ลก์ (J.J.C. Smart, U.T. Place and Herbert Feigl) คือ หลัง ค.ศ. ๑๙๘๐ เป็นต้นมา โครงสร้างระบบเศรษฐกิจในโลกตะวันตกได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากคือจากเดิมเน้นที่การลงทุนผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคก็ได้เปลี่ยนมาเป็นสินค้าในภาคบริการและสินค้าวัฒนธรรมมากขึ้นมทำให้ประเด็นเรื่องอัตลักษณ์กลายเป็นหัวใจสำคัญ เพราะบริโภคนิยมนั้นอาศัยการสร้างสัญญะเป็นแกนและสัญญะต่างๆ ก็เกาะติดกับอัตลักษณ์แบบใดแบบหนึ่งเสมอ ไม่ว่าจะเป็นอัตลักษณ์ระดับปัจเจกระดับท้องถิ่น หรือระดับชาติก็ล้วน สามารถถูกทำให้กลายเป็นสินค้าได้ทั้งสิ้น ต่อมาค.ศ. ๑๙๘๙ ทฤษฎีนี้ได้ถูกพัฒนาโดย เชลดอน สไตรเกอร์ (Sheldon Stryker) ศาสตราจารย์ประจำภาควิชา สังคมวิทยา มหาวิทยาลัยอินเดียนา ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยอาศัยกรอบแนวคิดตามบริบททางสังคมวิทยาบนพื้นฐานทัศนภาพโครงสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์นิยม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายพฤติกรรมการเลือกแสดงบทบาท ซึ่งเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ระหว่าง สังคม และ ตัวตน ของบุคคลโดยมีโครงสร้างทางสังคมและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเป็นตัวกำหนดหรือควบคุมการแสดงพฤติกรรมของบุคคล เป็นต้น

๒.๑.๑.๒ ความหมายอัตลักษณ์ โดยทั่วไปเข้าใจว่าเป็นลักษณะเฉพาะตัวที่เป็นตัวบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของบุคคล ชุมชน สังคม หรือประเทศนั้น ๆ ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไปหรือเหมือนสังคมอื่น ๆ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรม เป็นต้น ในเรื่องนี้ได้มีนักวิชาการให้ทัศนะเกี่ยวกับความหมายของอัตลักษณ์ได้แตกต่างกันคณะผู้วิจัยได้สืบค้นมานำเสนอไว้ดังนี้

ติน ปรัชญพฤทธิ์ ให้ทัศนะว่า ตามรากศัพท์ภาษากรีก อัตลักษณ์ หมายถึง เครื่องหมายที่บอกความแตกต่างสำหรับในความหมายที่ใช้กันอยู่ทั่วไปนั้น หมายถึง กลุ่มของลักษณาการ (Traits) ที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของบุคคลหนึ่งบุคคลใดกับบุคคลอื่นๆ ทั้งหมด ในความหมายที่กว้างที่สุด

---

[๑] อภิญญา เฟื่องฟูสกุล, **อัตลักษณ์ Identity การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด, (**กรุงเทพมหานคร: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ, ๒๕๔๖), หน้า ๖๔-๖๗.

นั้น คำนี้มีความหมายที่ค่อนข้างจะเหมือนกับความเป็นปัจเจกชน (Individuality) แต่ในทางปฏิบัติที่มีผู้นิยมใช้อย่างแพร่หลายนั้น หมายถึง กลุ่มของลักษณาการซึ่งมีความสำคัญทางสังคมและมีคุณลักษณะทางศีลธรรมเป็นประเด็นสำคัญ บุคคลอาจจะแบ่งออกได้ ตามอัตลักษณ์เป็น ๓ ประเภท ประเภทแรกได้แก่ บุคคลที่มีอัตลักษณ์ที่มั่นคง (Stable Character) บุคคลประเภทนี้มีคุณสมบัติทางจิตที่แสดงพฤติกรรมออกมา โดยยึดหลักหรือกฎหมายเป็นแนวทาง ประเภทที่สองได้แก่ บุคคลที่มีอัตลักษณ์ที่เข้มแข็ง (Strong Character) บุคคลประเภทนี้มีพฤติกรรมที่มุ่งจะกระทำอะไรให้บรรลุเป้าหมายไม่ว่าการกระทำนั้นจะยากลำบากเพียงใดก็ตาม ประเภท สุดท้าย ได้แก่ บุคคลที่มีอัตลักษณ์ที่ดี (Good Character) บุคคลประเภทนี้จะแสดงพฤติกรรม โดยอาศัยแนวทางจริยธรรมและสังคมที่สม่ำเสมอและคำนึงถึงผลการกระทำของตนที่จะมีต่อผู้อื่น อย่างไรก็ตาม พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยาอังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถานดูเหมือนจะให้ ความหมายของอัตลักษณ์ที่ครอบคลุมมากที่สุด โดยกล่าวว่าอัตลักษณ์ (หรือลักษณภาพ) หมายถึง ๑) คุณภาพ ลักษณาการ คุณสมบัติหรือลักษณะซึ่งเป็นเครื่องแสดงให้เห็นถึงลักษณะที่สำคัญของบุคคลหนึ่งหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ๒) ในด้านที่เป็นคุณสมบัติทางศีลธรรม หมายถึง การจัดระเบียบลักษณาการทัศนคติและนิสัยให้เป็นไปตามมาตรฐานความประพฤติที่มุ่งประสงค์ ๓) ระบบชีวิตของบุคคลหนึ่งซึ่งประกอบด้วย เหตุจูงใจ ทัศนคติ นิสัย อารมณ์สะเทือนใจอุดมคติ และคุณค่าอันเป็นตัวกำหนดให้บุคคลเลือกทางปฏิบัติในสถานการณ์หนึ่งๆ ความหมายของลักษณาการ (Trait) คือ แบบอย่างพฤติกรรมหรือด้านอื่นของ บุคลิกภาพที่ค่อนข้างสม่ำเสมอและคงทนของบุคคล แบบอย่างพฤติกรรมนี้จะปรากฏให้เห็นได้ใน สถานการณ์ต่างๆ และอาจนำมาใช้เป็นเครื่องบอกความแตกต่างบุคลิกภาพหนึ่งจากบุคลิกภาพอื่น ตัวอย่างลักษณาการได้แก่ ความซื่อสัตย์สุจริต และความรุกราน เป็นต้น นอกจากนี้ Guildford ได้ แบ่งลักษณาการของบุคคลตามด้านต่างๆ ได้ ๗ ด้านด้วยกัน กล่าวคือ ความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ความถนัด อารมณ์นิสัย สรีระ และรูปร่างหรือโครงสร้างของร่างกาย[๒]

สุจรรยา โชติช่วง ให้คำอธิบายความหมายของอัตลักษณ์ว่า หมายถึง คุณสมบัติของบุคคลหรือสิ่งของที่แสดงออกถึงความเป็น ตัวตน เป็นสำนึกที่บุคคลรับรู้ และรู้ว่าตัวเขาคือใคร มีลักษณะเป็นอย่างไร มีวิถีชีวิต ความคิด ความ เชื่อ แบบแผนพฤติกรรม และลักษณะนิสัยอย่างไร เหมือนหรือแตกต่างจากคนอื่น กลุ่มอื่น สิ่งอื่น อย่างไร บุคคลอาจมีอัตลักษณ์หลาย ๆ อย่างในตัวตนก็ได้ การจะรับรู้ว่าใครมีอัตลักษณ์อย่างไร พิจารณาจากการแสดงออกผ่านทางตัวแทนความมีตัวตนในรูปของสถานะของ บุคคล เพศ สภาพ ตำแหน่ง หน้าที่ บทบาททางสังคม ซึ่งเรียกสิ่งเหล่านี้ว่าเป็นอัตลักษณ์ของปัจเจก หรืออัตลักษณ์ส่วนบุคคล ส่วนการแสดงออกผ่านสัญลักษณ์อะไรบางอย่างที่มีความหมายเป็นที่เข้าใจร่วมกันและการแสดงออกทางพิธีกรรม ประเพณี วัฒนธรรม ตำนาน เรื่องเล่าประวัติศาสตร์ และ ปรากฏการณ์ทางสังคม เป็นส่วนที่เรียกว่า “อัตลักษณ์ทางสังคม” หรือ “อัตลักษณ์ที่คนในสังคมมีร่วมกัน”[๓]

---

[๒] ติน ปรัชญพฤทธิ์, **ทฤษฎีองค์การ,** พิมพ์ครั้งที่ ๓, (กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๓๘), หน้า ๓๘๙-๓๙๐.

[๓] สุจรรยา โชติช่วง, **การศึกษาสภาพการพัฒนาอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิษณุโลก เขต๑, การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง. สาขาวิชาการบริหารการศึกษา,** (พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร, ๒๕๕๔), หน้า ๔๓.

ฉลาดชาย รมิตานนท์ ได้ให้คำอธิบายความหมายของอัตลักษณ์ว่าหมายถึงสิ่งที่เรารู้สึกว่าเป็น “พวกเรา” แตกต่างจากเขา “พวกเขา” หรือ “คนอื่น” อัตลักษณ์ไม่จำเป็นต้องมีหนึ่งเดียว แต่อาจมี หลายอัตลักษณ์ที่ประกอบกันขึ้นมาเป็นตัว “พวกเรา”อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ แต่เป็นสิ่ง ที่ถูกสร้างขึ้นโดยสังคม อัตลักษณ์จึงจำเป็นต้องมีกระบวนการสร้างความเหมือนระหว่าง “พวกเรา” หรือ “คนอื่น” หรือกระบวนการสร้างอัตลักษณ์เกิดควบคู่กันไป เช่น อัตลักษณ์ของวัยรุ่นปัจจุบันกับวัยรุ่นในอดีตก็จะมีความแตกต่างกันไปเนื่องมาจากกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ที่แตกต่างกัน สำหรับคำว่าอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ หมายถึงสิ่งที่ทำให้สมาชิกในกลุ่มชาติพันธุ์นั้น ๆ รู้สึกร่วมกันว่าเป็นพวกเดียวกัน และรู้สึกแตกต่างจากกลุ่มชาติพันธุ์อื่น ในแง่นี้การศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ จึงหมายถึงการศึกษากระบวนการสร้างความเหมือนและความต่าง[๔]

วันดี สันติวุฒิเมธี ได้ให้ทัศนะว่า กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ เกิดขึ้นภายใต้ความสัมพันธ์ทางสังคมที่สลับซับซ้อน หลากหลาย ไม่หยุดนิ่งมาตั้งแต่อดีตสันนิษฐานกันว่ากลุ่มชาติพันธุ์ ต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน ช่วงเวลาเดียวกัน มีการติดต่อสัมพันธ์ทั้งในเชิงซื้อขายแลกเปลี่ยนสิ่งของจนถึงการรบราฆ่าฟันกัน ความสัมพันธ์ดังกล่าวก่อให้เกิดการหยิบยืมและผสมปนเปทางวัฒนธรรมระหว่างกัน ดังนั้น เมื่อกลุ่มชาติพันธุ์แต่ละกลุ่มต้องการรักษาความเป็นหนึ่งเดียวหรือความเป็นปึกแผ่นในพวกเดียวกัน กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เพื่อสร้างความเหมือนในพวกเราและความต่างในพวกเขาจึงเกิดขึ้น ในกระบวนการนี้ อาจมีทั้งการสร้างขึ้นมาใหม่อย่างสิ้นเชิงและการหยิบยืมบางส่วนทางวัฒนธรรมคนอื่นมาทำให้เป็นของเรา อัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นในยุคหนึ่งแต่เมื่อกาลเวลาเปลี่ยนไปอัตลักษณ์อาจใช้ไม่ได้ผล เนื่องจากกลุ่มชาติพันธุ์แต่ละกลุ่มมีการปรับตัวและหยิบยืมวัฒนธรรมระหว่างกัน ด้วยเหตุนี้เมื่ออัตลักษณ์เก่ามีพลังน้อยลงอัตลักษณ์ใหม่จึงถูกสร้างขึ้นมาทดแทน อัตลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่ไม่แน่นอนตายตัวและไม่หยุดนิ่งการสืบทอดและผลผลิตอัตลักษณ์ใหม่จึงเกิดขึ้นได้เสมอ ภายใต้กาลเวลาและบริบททางสังคมที่เปลี่ยนไป[๕]

สรุปความหมายของอัตลักษณ์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวที่เป็นตัวบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของบุคคล ชุมชน สังคม หรือประเทศนั้น ๆ ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไปหรือเหมือนสังคมอื่น ๆ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรม เนื่องจากอัตลักษณ์เป็นความนึกคิดเกี่ยวกับตนเองจึงมีความสำคัญต่อพฤติกรรมของบุคคล กล่าวคือความนึกคิดเกี่ยวกับตนเป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมของบุคคลเพราะคนเราย่อมกระทำไปตามความคิดหรือมโนภาพว่าตนเองเป็นคนเช่นไร

๒.๑.๑.๓ หลักการสำคัญของอัตลักษณ์ การสร้างอัตลักษณ์ของผู้คนมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะอัตลักษณ์เป็นลักษณะที่ช่วยเสริมสร้างการเป็นอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข หากสังคมมีความแตกต่างทางอัตลักษณ์อย่างมากจะเกิดความขัดแย้งและนำไปสู่ความรุนแรงจนถึงการฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ เพราะถือว่าเผ่าพันธุ์ของตนมีความเป็นอารยะมากกว่าเผ่าพันธุ์อื่น ๆ อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติหรือเกิดขึ้นลอย ๆ แต่ก่อตัวขึ้นภายในวัฒนธรรม ณ ช่วงเวลาใด ช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่ง

---

[๔] ฉลาดชาย รมิตานนท์, **อัตลักษณ์วัฒนธรรมและการเปลี่ยนแปลง**,(ศูนย์สตรีศึกษาคณะสังคมศาสตร์ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๐), หน้า ๖๔

[๕] วันดี สันติวุฒิเมธี, **กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของชาวไทยใหญ่ชายแดนไทย**-พม่า กรณีศึกษาหมู่บ้านเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่, วารสารทางวิชาการ, คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๕.หน้า ๒๑๙

วัฒนธรรมนั้นก็เป็นโครงสร้างทางสังคม ที่ไม่หยุดนิ่งตายตัวและเป็นวงจรที่เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” ดังนั้นอัตลักษณ์จึงถูกผลิต ถูกบริโภค และถูกควบคุมจัดการภายใต้วัฒนธรรมพร้อมกับการสร้างความหมายต่าง ๆ ผ่านระบบของการสร้างภาพตัวแทนที่เกี่ยวกับตำแหน่งต่าง ๆ ทางอัตลักษณ์อันหลากหลายที่สามารถนำไปสร้างเป็นอัตลักษณ์ได้ นอกจากแนวคิดความสำคัญของอัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมแล้ว อัตลักษณ์ยังมีความสำคัญกับการดำรงชีวิตและการเปลี่ยนแปลง เช่น การบ่งบอกอัตลักษณ์ทางเชื้อชาติของกลุ่มชนทำให้กลุ่มชนมีความสำคัญมีอัตลักษณ์ของกลุ่ม ความสำคัญของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจะทำให้เห็นถึงความแตกต่างและความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ซึ่งความแตกต่างนี้ควรได้รับการยอมรับมากกว่าตำหนิ หรือการขัดแย้งระหว่างกลุ่มคนเพราะเกิดจากความแตกต่างและการไม่ยอมรับในวัฒนธรรมเฉพาะของกลุ่มนั้น ๆ การยอมรับในอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มจะทำให้บุคคลได้รับการยอมรับเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มได้ง่ายมากขึ้น

สรุปหลักการสำคัญของอัตลักษณ์ คือ อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติหรือเกิดขึ้นลอย ๆ แต่ก่อตัวขึ้นภายในวัฒนธรรม ณ ช่วงเวลาใด ช่วงเวลาหนึ่ง อัตลักษณ์จึงถูกผลิต ถูกใช้สอยและถูกจัดการภายใต้วัฒนธรรมพร้อมกับการสร้างความหมายต่าง ๆ ขึ้นมา และยอมรับในอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มทำให้บุคคลได้รับการยอมรับเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มได้ง่ายขึ้น เป็นต้น

๒.๑.๑.๔ ประเภทอัตลักษณ์ เกี่ยวกับเรื่องประเภทของอัตลักษณ์นี้มีนักวิชาการ คือ อภิญญา เฟื่องฟูสกุล ได้กล่าวว่า เออร์วิง ก็อฟมัน (Erving Goffman) นักสังคมวิทยา ได้แบ่งอัตลักษณ์ออกเป็น ๒ ประเภท และอธิบายลักษณะความแตกต่างและความเหมือนกันไว้ ดังนี้

๑) อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) คือ ภาพของปัจเจกในสายตาคนอื่นในฐานะที่เป็นบุคคลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยสังคมจะมีวิธีการระบุอัตลักษณ์ส่วนบุคคลแตกต่างกันไป เช่น สังคมสมัยใหม่ใช้บัตรประชาชนหรือการพิมพ์ลายนิ้วมือระบุอัตลักษณ์บุคคล เป็นต้น ในขณะที่ลิตเติ้ลจอห์นและฟอสส์ (Littlejohn, S. & Foss, K., ๒๐๐๘) อธิบายว่าอัตลักษณ์ส่วนบุคคล คือ ลักษณะเฉพาะของบุคคลที่เกิดขึ้นจากการมองตนเอง และเกิดขึ้นจากเรียนรู้จากการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในครอบครัวในช่วงเริ่มแรกของชีวิตและจากสังคม

.๒) อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) ของบุคคล คือ สถานภาพทางสังคม เช่น อาชีพ ชนชั้น เพศ ชาติพันธุ์ หรือศาสนาที่ปัจเจกบุคคลนั้นสังกัดอยู่ สังคมจะมีความคาดหวังหรือเรียกร้องว่าปัจเจกบุคคลในวัย เพศ ชนชั้นนั้นๆ ควรวางตนอย่างไร จากคำอธิบายดังกล่าวจะเห็นว่าอัตลักษณ์ส่วนบุคคลและอัตลักษณ์ทางสังคมมีส่วนที่ซ้อนทับกันอยู่ เพราะอัตลักษณ์เป็นการเชื่อมต่อกันระหว่างความเป็นปัจเจก (Individual) และสังคม (Social Aspect) การสังคมกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคคลทำให้มีระบบคุณค่าติดมากับบทบาท หน้าที่นั้น ในมิตินี้ อัตลักษณ์จึงเป็นเรื่องของการใช้สัญลักษณ์ (Symbolic Aspect) ด้วยเพราะการแสดงออกที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์แบบต่างๆ กระทำผ่านระบบสัญลักษณ์หลากแบบ

นอกจากนี้จากการค้นคว้าพบว่า มีอัตลักษณ์อีกประเภทหนึ่งเรียกว่า อัตลักษณ์ร่วม (Collective Identity) สารานุกรมสังคมวิทยาแบล็คเวล ได้นิยามไว้ว่า หมายถึงการมีความหมายร่วมกันของกลุ่ม ซึ่งความหมายร่วมเหล่านี้เกิดจากความสนใจและประสบการณ์ร่วมกันของสมาชิกกลุ่ม เป็นการตอบคำถามว่าพวกเราเป็นใคร อัตลักษณ์ร่วมไม่ใช่สิ่งตายตัว เกิดขึ้นผ่านการต่อสู้ทางการเมือง ผ่านการเคลื่อนไหวทางสังคม ปฏิสัมพันธ์ และปฏิกิริยาทางสังคม ในขณะที่ออลสัน (Olson,

๒๐๑๐) อธิบายว่า หมายถึงชุดของความรู้สึกของบุคคลที่เกิดขึ้นจากการ เป็นสมาชิกของกลุ่ม ซึ่งอัตลักษณ์ร่วมนี้จะเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ในระดับป์จเจกหรืออัตลัก ษณ์ ของบุคคล ตัวอย่างของอัตลักษณ์ร่วม เช่น บุคลิกภาพของกลุ่มโดยรวม เพศสภาพ ชาติพันธุ์ สภาพ ภาพ อาชีพ เป็นต้น จากคำอธิบายข้างต้นจะพบว่าอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) และอัตลักษณ์ร่วม (Collective Identity) มีลักษณะใกล้เคียงกัน อัตลักษณ์เป็นเรื่องที่มีส่วนร่วมกันอยู่ หลายประการ เช่น อัตลักษณ์เป็นเรื่องของปัจเจกบุคคล อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการสร้างจากบริบทเชิงพื้นที่และเวลา อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการให้คำนิยามและตีความ มีความหมายเชิงคุณค่า ซึ่งคุณค่าเหล่าไม่จำเป็นต้องได้รับความเป็นสากล แต่ความหลากหลายทางวัฒนธรรมหรือการสร้างตัวตนจากวัฒนธรรมย่อยก็ได้ ทำให้เกิดการยอมรับซึ่งพหุลักษณ์ทางสังคม ซึ่งไม่เหมือนกับเอกลักษณ์ในคำนิยามสมัยแรกที่จะต้องสร้างเพื่อความเป็นปึกแผ่นของสังคมเท่านั้น แต่อัตลักษณ์เป็นเรื่องการยอมรับการมีอยู่ของปัจเจกอย่างจริงจัง[๖]

สรุปประเภทอัตลักษณ์ได้ว่า มีอยู่ ๒ ประเภท คือ อัตลักษณ์ส่วน บุคคล คือ ลักษณะบุคคลที่นิยามตัวเองว่าคือใครเป็นสิ่งที่เป็นรูปธรรมชัดเจนจับต้องได้ เช่น รูปร่าง หน้าตา เพศ ลายนิ้วมือ เป็นต้น และ อัตลักษณ์ทางสังคม คือ ภาพที่บุคคลอื่นมีต่อบุคคลหนึ่งโดยอาศัยสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นนามธรรม เช่น สถานภาพทางสังคม เพศ ชาติพันธุ์ อาชีพ ศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรม ที่ปัจเจกบุคคลนั้นสังกัดอยู่ เป็นต้น

๒.๑.๑.๕ การประยุกต์ใช้แนวคิดอัตลักษณ์ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า อัตลักษณ์เป็นลักษณะเฉพาะตัวที่เป็นตัวบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของบุคคล ชุมชน สังคม หรือประเทศนั้น ๆ ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไปหรือเหมือนสังคมอื่น ๆ แบ่งได้เป็น ๒ ประเภท คือ อัตลักษณ์ส่วนบุคคล คือ ลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลนั้น เป็นรูปธรรมชัดเจนจับต้องได้ เช่น รูปร่าง หน้าตา เพศ ลายนิ้วมือ เป็นต้น และ อัตลักษณ์ทางสังคม คือ ภาพที่บุคคลอื่นมีต่อบุคคลหนึ่งโดยอาศัยสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นนามธรรม เช่น สถานภาพทางสังคม เพศ ชาติพันธุ์ อาชีพ ศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรม ที่ปัจเจกบุคคลนั้นสังกัดอยู่ เป็นต้น การประยุกต์ใช้แนวคิดอัตลักษณ์เพื่อบอกอัตลักษณ์ส่วนบุคคลและอัตลักอัตลักษณ์ทางสังคมได้ดังนี้

๑) อัตลักษณ์ส่วนบุคคล คือ ลักษณะเฉพาะตัวที่เป็นรูปธรรมชัดเจนจับต้องได้ โดยนำเอาแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้เพื่อบอกอัตลักษณ์ของจังหวัดสุรินทร์ได้ดังนี้ เช่น จังหวัดสุรินทร์ ตั้งอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ระหว่างเส้นแวงที่ ๑๐๓ องศา และ ๑๐๕ องศาตะวันออก และระหว่างเส้นรุ้งที่ ๑๕ องศา และองศาเหนือ ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ ๔๕๐ กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียงด้งนี้ ทิศเหนือติดกับจังหวัดร้อยเอ็ด และจังหวัดมหาสารคาม ทิศตะวันออกติดกับ จังหวัดศรีสะเกษ ทิศใต้ติดกับประเทศกับกัมพูชา และทิศตะวันตกติดกับจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นต้น

๒) อัตลักษณ์ทางสังคมของจังหวัดสุรินทร์ คือ ภาพที่บุคคลอื่นมีต่อจังหวัดสุรินทร์โดยอาศัยสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นนามธรรม โดยนำเอาแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้

---

[๖] อภิญญา เฟื่องฟูสกุล, **อัตลักษณ์ Identity การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด,** (กรุงเทพมหานคร: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ, ๒๕๔๖), หน้า ๒๗-๒๙.

เพื่อสร้างเป็นคำขวัญของจังหวัดสุรินทร์ได้ดังนี้ คือ สุรินทร์ ถิ่นช้างใหญ่ ผ้าไหมงาม ประคำสวย ร่ำรวยปราสาท ผักกาดหวาน ข้าวสารหอม งามพร้อมวัฒนธรรม เป็นต้น

สรุปการประยุกต์ใช้แนวคิดอัตลักษณ์สามารถปรับใช้ได้กับ อัตลักษณ์ส่วนบุคคล คือ ลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลนั้น เป็นรูปธรรมชัดเจนจับต้องได้ เช่น เพศ รูปร่าง หน้าตา ความสูง ลายนิ้วมือ เป็นต้น และ อัตลักษณ์ทางสังคม คือ ภาพที่บุคคลอื่นมีต่อบุคคลหนึ่งโดยอาศัยสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นนามธรรม เช่น สถานภาพทางสังคม เพศ ชาติพันธุ์ อาชีพ ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ที่ปัจเจกบุคคลสังกัดอยู่ เป็นต้น

### ๒.๑.๒ แนวคิดทรัพยากรการท่องเที่ยว

เพื่อให้เกิดความชัดเจนเกี่ยวกับประเด็นแนวคิดทรัพยากรการท่องเที่ยวในหัวข้อนี้ จึงได้แบ่งเนื้อหาในการสืบค้นออกเป็น ๕ หัวข้อ คือ ๑) ที่มาของแนวคิดทรัพยากรการท่องเที่ยว ๒) ความหมายทรัพยากรการท่องเที่ยว ๓) หลักการสำคัญทรัพยากรการท่องเที่ยว ๔) ประเภททรัพยากรการท่องเที่ยว และ ๕) การประยุกต์ใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งจะได้สืบค้นนำมาเสนอตามลำดับดังนี้

๒.๑.๒.๑ ที่มาของแนวคิดทรัพยากรการท่องเที่ยว จากการสืบค้นข้อมูลในเบื้องต้นได้พบว่า การจัดระบบการเดินทางท่องเที่ยวของชาวตะวันตกนั้นเกิดขึ้นประมาณสมัยอาณาจักรที่ยิ่งใหญ่ (The Great Empires) คือ อาณาจักรเปอร์เซีย เอสซีเรีย กรีก อียิปต์ และโรมัน การเดินทางได้ถูกนำมาใช้โดยกองทหารหรือกลุ่มพ่อค้า และผู้แทนรัฐบาลต่าง ๆ ในอดีตเป็นเหตุผลสำคัญ รวมทั้งเพื่อการติดต่อคมนาคมระหว่างรัฐบาลกลางกับอาณานิคมต่าง ๆ ที่อยู่ห่างไกลออกไป นอกจากนี้การเดินทางยังมีความจำเป็นสำหรับพวกช่างศิลป์และสถาปนิก ที่ถูกเรียกมาใช้จากดินแดนห่างไกล เพื่อการออกแบบและก่อสร้างพระราชวังที่ยิ่งใหญ่งดงามหรือหลุมศพขนาดมหึมาของกษัตริย์ผู้ยิ่งใหญ่ ในขณะเดียวกันการเดินทางยังช่วยทำให้เกิดมีการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน ที่สำคัญๆ เช่น ถนน ลำคลอง ผู้จดบันทึกระยะทาง สถานีไปรษณีย์ หลักบอกระยะทาง บ่อน้ำหรือแอ่งน้ำดื่ม ในสถานที่พักและร้านขายอาหาร ซึ่งมีอยู่ตามเส้นทาง ในยุคของอาณาจักรกรีกโบราณ มนุษย์เดินทางไปชมการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก ( Olympic Games) ซึ่งเป็นการแข่งขันกีฬาที่ยิ่งใหญ่ที่สุดที่ต้องการใช้สถานที่พักและบริการอาหารอย่างดี เป็นจำนวนมากไว้คอยบริการ ยุคนี้เริ่มมีการใช้เงินในการแลกเปลี่ยนสินค้าบ้างแล้ว ทำให้สะดวกในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการต่าง ๆ เป็นต้น

สมัยอาณาจักรบาบิโลน ( Babylonian Kingdom) และอาณาจักรอียิปต์ (Egyptian Kingdom) มีการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์โบราณวัตถุ ( Historic Antiquities) ๒,๖๐๐ ปีมาแล้วในอาณาจักรบาบิโลน มีการจัดงานเทศกาลทางด้านศาสนา มีการสำรวจพบหลักฐานจากข้อความที่นักเดินทางเขียนไว้ที่ผนัง หรือสิ่งก่อสร้าง การเดินทางของคนทั่วไปในทางบกมักนิยมใช้ ลา ล่อ อูฐ หรือเกวียน (Wagons) แต่สำหรับทหารหรือเจ้าหน้าที่รัฐมักนิยมใช้ ม้า หรือรถม้าสองล้อ (Chariots) เป็นพาหนะ

สมัยจักรวรรดิกรีกและจักรวรรดิโรมัน มีการปกครองเป็นแบบนครรัฐ (City State) ทำให้ไม่มีผู้นำสั่งการให้สร้างถนน จึงนิยมเดินทางด้วยเรือ การท่องเที่ยวสมัยนั้นมีทั้งเดินทางเพื่อแสวงหาความรู้ เนื่องจากสมัยกรีกนี้มีนักปราชญ์เป็นจำนวนมาก อาทิ อริสโตเติล พลาโต เป็นต้น การเดินทางเพื่อท่องเที่ยวดูการกีฬา โดยเฉพาะในกรุงเอเธนส์สมัยกรีกมีการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกโบราณให้

นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเที่ยวชมการแข่งขันด้วย สมัยนี้จึงมีการสร้างที่พักแรมเป็นห้องนอนแคบ ๆ เกิดขึ้นตามเส้นทางเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าพักหลับนอนด้วย ในสมัยโรมัน ได้รวบรวมจักรวรรดิกรีกเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของอาณาจักรและได้นำเอาวัฒนธรรม ธรรมเนียม ความหรูหราต่าง ๆ ไปพัฒนาเป็นแบบโรมัน เป็นสมัยที่มีการท่องเที่ยวรุ่งเรืองที่สุดในยุคโบราณ จนมีนักวิชาการปัจจุบัน กล่าวว่า " แม้ว่าชาวโรมันจะมิใช่ชาติแรกที่เดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ เพื่อความเพลิดเพลินก็ตาม แต่ชาวโรมันก็เป็นชนชาติแรกที่แท้จริงที่สร้างวัฒนธรรมการท่องเที่ยวระบบมวลชนเป็นครั้งแรก" (Mass Tourism) ชาวโรมันนิยมเดินทางไปชมความสำเร็จของวิทยาการของกรีก อนุสาวรีย์ต่าง ๆ รูปแกะสลัก ตลอดจนงานเทศกาล โครงสร้างพื้นฐานถูกสร้างขึ้นอย่างเป็นระบบ ทั้งถนนหนทาง ที่พักแรม (Inns) ร้านอาหาร การรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

สมัยกลางหรือยุคมืด ( Middle Age or Dark Age) ประมาณ ค.ศ.๕๐๐-๑๕๐๐ เป็นช่วงที่เศรษฐกิจตกต่ำ ศาสนาเข้ามามีบทบาทในการกำหนดการดำเนินชีวิตของผู้คน วันหยุด (Holy Days) เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้น คนชั้นกลางและชั้นสูงนิยมเดินทางเพื่อแสวงบุญ ในระยะทางไกลในเมืองต่าง ๆ ตามหลักฐานที่ปรากฏเป็นนิทานเรื่อง Canterbury's tales เป็นต้น

ยุคฟื้นฟูศิลปวิทยาการ ( Renaissance) ลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวในยุคนี้ คือ เกิดการพัฒนาทางด้านการค้า ผู้คนเริ่มใฝ่รู้เกี่ยวกับเรื่องของยุโรปสมัยก่อน โดยเฉพาะชาวอังกฤษที่ร่ำรวยนิยมส่งบุตรชายออกเดินทางไปต่างประเทศพร้อมกับผู้สอนประจำตัว (Travelling Tutors) เป็นระยะเวลา ๓ ปี เรียกว่าแกรนด์ทัวร์ (Grand Tour) โดยมีจุดมุ่งหมายที่ประเทศ อิตาลี อาจเรียกแกรนด์ทัวร์ว่า เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาก็ได้

สมัยคริสต์ศตวรรษที่ ๑๘-๑๙ สังคมเริ่มเปลี่ยนจากเกษตรกรรมมาเป็นอุตสาหกรรม เกิดการล่าอาณานิคมขึ้น ที่พักแรมได้รับการพัฒนามาตามลำดับ กลายมาเป็นโรงแรม แทนที่ inns ต่าง ๆ การโยกย้ายถิ่นฐาน ไปยังดินแดนใหม่ ๆ นอกยุโรป อาทิ ไป อเมริกา มีการพัฒนาประดิษฐ์เครื่องจักรไอน้ำ กับเรือกลไฟแบบกังหันข้างผสมใบ ทำให้เกิดการเดินทางได้เร็วขึ้น มีการพัฒนากิจการรถไฟ และในปี ค.ศ. ๑๘๔๑ โทมัส คุก ( Thomas Cook) ได้จัดนำเที่ยวทางรถไฟแบบครบวงจรเป็นครั้งแรกที่อังกฤษ ในขณะที่ เฮนรี เวลส์ ก็จัดกิจการนำเที่ยวขึ้นในอเมริกาเช่นกัน

ยุคศตวรรษที่ ๒๐ การท่องเที่ยวยังคงขยายตัวต่อเนื่อง ความสะดวกสบายมีมากขึ้น ทั้งการเดินทาง ที่พักแรม เงินตรา เอกสารการเดินทาง ผู้คนหันมานิยมเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวมากขึ้น ทำให้การเดินทางด้วยรถไฟลดน้อยลง พัฒนาของอุตสาหกรรมการบิน ที่เริ่มขึ้นในยุโรป ปี ค.ศ. ๑๙๑๙ และเริ่มขนส่งผู้โดยสาร ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สองเป็นต้นมา ผู้คนได้ออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางการสงคราม อาทิ หาดนอร์มังดีที่ฝรั่งเศส เป็นต้น

สำหรับในเอเชียโดยเฉพาะในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งรวมถึงดินแดนของประเทศไทยด้วยในสมัยโบราณเรียกดินแดนส่วนนี้ว่าสุวรรณภูมิ เป็นแหล่งหลอมรวมทางวัฒนธรรมที่สำคัญ ๒ กระแสหลัก คือ อินเดียและจีน วัฒนธรรมอินเดียเกิดจากพ่อค้าอินเดียเข้ามาติดต่อค้าขาย พร้อมกับนำวัฒนธรรมและศาสนาของตนมาเผยแพร่และตั้งถิ่นฐานอยู่ในดินแดนแถบนี้ด้วย หนังสือ Les Etats hindouises แปลเป็นไทยว่า "รัฐที่ได้รับวัฒนธรรมอินเดีย" ของ เซเดส์ ได้แสดงให้เห็นว่าการเผยแพร่วัฒนธรรมอินเดียนั้นเกิดจากการเพิ่มปริมาณการค้าระหว่างอินเดียกับเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในสมัยพุทธศตวรรษที่ ๕ นิคมการค้าของชาวอินเดียเกิดขึ้นตามเมืองท่าของเอเชียตะวันออก

เฉียงใต้ก่อน ณ เมืองท่าเหล่านี้ ทำให้กลุ่มนักบวชและพราหมณ์ชาวอินเดียมีโอกาสเข้ามาเผยแพร่วัฒนธรรมของตน และตั้งถิ่นฐานได้โดยสะดวกในเวลาต่อมา[๗] กลุ่มพราหมณ์ ได้สอนหลักวิชาต่าง ๆ ให้คนพื้นเมือง เช่น การเมือง การค้า กฎหมาย เภสัชกรรม วิชาคำนวณ โหราศาสตร์ ปรัชญา ศาสนา วรรณคดี ศิลปะ และวิชาการทำเสน่ห์[๘] เป็นต้น ได้ทำให้เกิดรูปแบบทางการเมืองการปกครองขึ้นแก่ภูมิภาคนี้อย่างกว้างขวาง อิทธิพลวัฒนธรรมอินเดีย แผ่ขยายครอบคลุมพื้นที่สุวรรณภูมิในแถบอินโดจีนในอดีตทั้งหมด และช่วงเวลานั้นก็ได้ปรากฏอาณาจักรหนึ่งขึ้นในประวัติศาสตร์ ชื่อว่า “ฟูนัน”

จดหมายเหตุจีนได้ระบุว่าอาณาจักรฟูนันนี้มีอายุอยู่ระหว่าง พุทธศตวรรษที่ ๖-๑๑ โดยร่วมยุคสมัยเดียวกับอาณาจักรอมราวดีในอินเดีย[๙] มีอิทธิพลครอบคลุมพื้นที่กว้างขวาง รวมทั้งแถบชุมชนอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี จุดนี้เป็นจุดยุทธศาสตร์ที่สำคัญสำหรับเป็นเส้นทางติดต่อระหว่างฟูนันกับอินเดีย โดยมีแม่น้ำด้านทิศตะวันตกสายสำคัญที่ใช้เป็นเส้นทางคมนาคม ได้แก่ แม่น้ำท่าจีนและแม่น้ำแม่กลอง แม่น้ำท่าจีนมีปากน้ำแยกเป็น ๒ ทาง คือ ที่บริเวณจังหวัดสุพรรณบุรี และที่จังหวัดอ่างทองและสิงห์บุรี แม่น้ำทั้งสองนี้เป็นเส้นทางสัญจรติดต่อกับประเทศพม่าและอ่าวเบงกอลได้ด้วย เหตุนี้อู่ทอง ในจังหวัดสุพรรณบุรี จึงเป็นเมืองสำคัญในการเดินทางติดต่อระหว่างอินเดียกับฟูนัน[๑๐]

ฟูนันเป็นอาณาจักรยุคแรกในประวัติศาสตร์ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้[๑๑] ซึ่งมีร่องรอยของความเจริญรุ่งเรือง เป็นอาณาจักรที่ครองความยิ่งใหญ่ในแถบลุ่มน้ำเจ้าพระยาในภาคกลาง ลุ่มน้ำโขง และยังแผ่อิทธิพลไปจนสุดแหลมมลายู มีอายุอยู่นานนับถึง ๔ ศตวรรษ[๑๒] สอดคล้องกับจดหมายเหตุของจีนสมัยราชวงศ์เหลียง (พ.ศ. ๑๐๔๕ – ๑๑๐๑) ได้บันทึกเรื่องราวราชฑูตจีนเดินทางไปฟูนันในช่วงปีพุทธศักราช ๗๙๓ โดยได้บันทึกว่า พระเจ้าฟันมันแห่งฟูนันยกกองทัพเรือข้ามอ่าวไทยไปปราบอาณาจักรอีก ๑๐ กว่าแห่ง รวมทั้งดันซุน หลังจากนั้นทรงโจมตีอาณาจักรจินหลิน[๑๓] ช่วงแห่งการเกิดขึ้นและดำรงอยู่ของฟูนันนั้นเป็นช่วงแห่งความรุ่งเรือง เพราะได้รับวัฒนธรรมและศาสนาจากอินเดีย มีกษัตริย์บางพระองค์ของฟูนันสืบเชื้อสายมาจากอินเดีย ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้รูปแบบทางศิลปะของฟูนันส่วนใหญ่อยู่ภายใต้อิทธิพลของศิลปะอินเดีย ลักษณะสถาปัตยกรรมแบบฟูนันปรากฏอยู่ในรูปแบบโบราณสถานของประเทศกัมพูชาในสมัยก่อนพระนครซึ่งยังคงเหลืออยู่จนถึงปัจจุบัน[๑๔]

---

[๗] ดี.จี.อี.ฮอลล์.วรุณยุพา สนิทวงศ์ ณ อยุธยา และคณะแปล,ชาญวิทย์ เกษตรศิริ บรรณาธิการ, **ประวัติศาสตร์เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ : สุวรรณภูมิ-อุษาคเนย์ภาคพิสดาร เล่ม ๑,** (พิมพ์ครั้งที่ ๓, กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, ๒๕๔๙), หน้า ๑๙.

[๘] บริบาลบุรีภัณฑ์,หลวง.**ชุมนุมโบราณคดี,** (กรุงเทพมหานคร: เขษมบรรณกิจ, ๒๕๐๓), หน้า ๑๗๑.

[๙] สุภัทรดิศ ดิศกุล, **ศิลปะในประเทศไทย,** (กรุงเทพมหานคร : อมรินทร์การพิมพ์,๒๕๒๘), หน้า ๓.

[๑๐] พิริยะ ไกรฤกษ์.**ประวัติศาสตร์ศิลปะและโบราณคดีในประเทศไทย**, (กรุงเทพมหานคร : บริษัทอมรินทร์ พริ้นติ้ง กรุ๊ฟ จำกัด, ๒๕๓๓), หน้า ๒๒๑.

[๑๑] เริงวุฒิ มิตรสุริยะ, **“อุษาคเนย์” ประวัติศาสตร์อาเซียน ฉบับประชาชน,** (กรุงเทพมหานคร : บริษัทวิชั่น พรีเพรส จำกัด, ๒๕๕๗). หน้า ๘๓.

[๑๒] น. ณ ปากน้ำ.**ศิลปแห่งอาณาจักรไทยโบราณ,** ( กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, ๒๕๒๐), หน้า ๒๑๙.

[๑๓] พิริยะ ไกรฤกษ์. **ประวัติศาสตร์ศิลปะและโบราณคดีในประเทศไทย,** หน้า ๑๘๗.

[๑๔] ดี.จี.อี.ฮอลล์.วรุณยุพา สนิทวงศ์ ณ อยุธยา และคณะแปล,ชาญวิทย์ เกษตรศิริ บรรณาธิการ, **ประวัติศาสตร์เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ : สุวรรณภูมิ-อุษาคเนย์ภาคพิสดาร เล่ม ๑,** หน้า ๓๖.

ดังนั้นฟูนันคืออาณาจักรยิ่งใหญ่ที่มีความเจริญรุ่งเรืองทางด้านวัฒนธรรมในยุคนั้นซึ่งส่งต่อให้กับอาณาจักรทวารวดี ศรีวิชัย ลพบุรี สุโขทัย ล้านนา อยุธยา เป็นต้น ในเวลาต่อมา สิ่งที่บรรพชนได้อนุรักษ์และสร้างสมมาในยุคสมัยต่าง ๆ ได้กลายมาเป็นมรดกทางวัฒนธรรมและได้กลายมาเป็นทรัพยากรทางการท่องท่องเที่ยวที่กระจายอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของโลกรวมทั้งในประเทศไทยด้วย

สรุปที่มาของแนวคิดทรัพยากรการท่องเที่ยว ในตะวันตกนั้นเกิดขึ้นประมาณสมัยอาณาจักรที่ยิ่งใหญ่ คือ อาณาจักรเปอร์เซีย เอสซีเรีย กรีก อียิปต์ และโรมัน สมัยอาณาจักรบาบิโลน และอาณาจักรอิยิปต์ มีการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์โบราณวัตถุ มีการจัดงานเทศกาลทางด้านศาสนา สมัยจักรวรรดิกรีกและจักรวรรดิโรมัน เป็นสมัยที่มีการท่องเที่ยวรุ่งเรืองที่สุดในยุคโบราณ มีการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความรู้ ท่องเที่ยวดูการกีฬา มีการสร้างที่พักแรมเป็นห้องนอนแคบ ๆ เกิดขึ้นตามเส้นทางเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าพักหลับนอน โครงสร้างพื้นฐานถูกสร้างขึ้นอย่างเป็นระบบ ทั้งถนนหนทาง ที่พักแรม ร้านอาหาร การรักษาความปลอดภัย เป็นต้น สำหรับในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้รวมทั้งประเทศไทยได้มีการเดินทางท่องเที่ยวตั้งแต่สมัยสุวรรณภูมิ ฟูนัน ทวารวดี ศรีวิชัย ลพบุรี สุโขทัย ล้านนา อยุธยา เป็นต้น ในเส้นทางการเดินทางเหล่านั้น ได้มีสิ่งที่บรรพชนได้อนุรักษ์และสร้างสมมาในยุคสมัยต่าง ๆ ต่อมาได้กลายมาเป็นมรดกทางวัฒนธรรมและได้กลายมาเป็นทรัพยากรทางการท่องท่องเที่ยวที่กระจายอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของโลกรวมทั้งในประเทศไทยด้วย

๒.๑.๒.๒ ความหมายทรัพยากรการท่องเที่ยว คำว่าทรัพยากรคือสิ่งที่มนุษย์นำมาใช้ประโยชน์ได้ ทรัพยากรการท่องเที่ยวก็คือสิ่งที่มนุษย์นำมาใช้ประโยชน์ได้เป็นได้ทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ประเด็นที่ต้องสืบค้นและทำความเข้าใจในหัวข้อนี้ คือ ความหมายการท่องเที่ยวคืออะไร เรื่องนี้ได้มีนักวิชาการให้ทัศนะไว้ในที่ต่าง ๆ กันดังนี้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา ให้ความหมายการท่องเที่ยวว่า หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อาศัยอยู่ประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวและเดินทางกลับไปสถานที่อาศัยเดิม โดยการเดินทางนั้นไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพโดยตรง มีวัตถุประสงค์ เพื่อการพักผ่อน หรือหาความรู้ ครอบคลุมถึงการเดินทางเพื่อธุรกิจตราบที่ผู้เดินทางยังมิได้ตั้งหลักแหล่งถาวร และไม่ได้รับรายได้เพื่อยังชีพจากเจ้าของถิ่นปลายทางดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวมีลักษณะการเดินทางตามเงื่อนไขสากล ๓ ประการ คือ ๑) เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ๒) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และ ๓) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้[๑๕]

พิมพรรณ สุจารินพงค์ ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยว คือ การที่มนุษย์เดินทางออกจากที่พัก ไปยังสถานที่อื่น ๆ ในระยะเวลาสั้น ๆ และมีการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในระหว่างพักอาศัยชั่วคราวในสถานที่ ท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้ ๑) ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ

---

[๑๕] บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด, ๒๕๔๘), หน้า ๕-๖.

และเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร ๒) เดินทางเพื่อไปประชุมสัมมนา ๓) เดินทางเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น การศาสนา การศึกษา เล่นกีฬา และรักษาสุขภาพ[๑๖]

วรรณา วงษ์วานิช ให้ความหมายทรัพยากรการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงสถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น ที่มีลักษณะเด่น ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น ประเพณีสงกรานต์ หรือแข่งเรือ เป็นต้น[๑๗]

สรุปความหมายทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงสถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น ที่มีลักษณะเด่น ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

๒.๑.๒.๓ หลักการสำคัญทรัพยากรการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบสำคัญ ๕ ประการ (๕A Model) ซึ่ง เทิดชาย ช่วยบำรุง ได้นำเสนอไว้ คณะผู้วิจัยได้สืบค้นและนำมาสรุปไว้ดังต่อนี้ คือ ๑) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ๒) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ๓) การเข้าถึง (Accessibility) ๔) กิจกรรม (Activity) ๕) การบริการเสริมทางการท่องเที่ยว (Ancillary Services)[๑๘] แต่ละองค์ประกอบมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๑) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) แหล่งท่องเที่ยวควรมีสิ่งดึงดูดความสนใจของ นักท่องเที่ยวหรือมีลักษณะชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว เช่น แหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต โดยส่วนใหญ่การนำเสนอประวัติศาสตร์ในรูปของทรัพยากรการท่องเที่ยวจะอยู่ในรูปของโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับสิ่งเหล่านี้ คือ ๑) สงคราม เช่น สะพานข้ามแม่น้ำแคว ตั้งอยู่ที่ตำบลท่ามะขาม อำเภอเมืองจังหวัดกาญจนบุรี เป็นสถานที่ทางประวัติศาสตร์ เป็นสะพานที่สำคัญของเส้นทางรถไฟสายมรณะ สร้างขึ้นสมัยสงครามโลกครั้งที่ ๒ โดยกองทัพญี่ปุ่นได้เกณฑ์เชลยศึกฝ่ายสัมพันธมิตรได้แก่ ทหารอังกฤษ อเมริกัน ออสเตรเลีย ฮอลันดา และนิวซีแลนด์ ประมาณ ๖๑,๗๐๐ คน และกรรมกรชาวจีน ญวน ชวา มลายู ไทย พม่า อินเดีย อีกจำนวนมาก มาก่อสร้างทางรถไฟสายยุทธศาสตร์ เพื่อเป็นเส้นทางผ่านไปสู่ประเทศพม่า ซึ่งเส้นทางช่วงหนึ่ง จะต้องข้ามแม่น้ำแควใหญ่ จึงต้องมีการสร้างสะพานขึ้น การสร้างสะพานและทางรถไฟสายนี้ เต็มไปด้วยความยากลำบาก ความทารุณของสงครามและโรคภัย ตลอดจนการขาดแคลนอาหาร ทำให้เชลยศึกหลายหมื่นคนต้องเสียชีวิตลง เป็นต้น ๒) โบราณสถานศาสนา เช่น ปราสาทหินพิมายในจังหวัดนครราชสีมาปราสาทหินพิมายคงเริ่มสร้างขึ้นสมัยพระเจ้าสุริยวรมันที่ ๑ ราวพุทธศตวรรษที่ ๑๖ ในฐานะเทวสถานของศาสนาพราหมณ์ รูปแบบของศิลปะเป็นแบบบาปวนผสมผสานกับศิลปะแบบนครวัด ซึ่งหมายถึงปราสาทนี้ได้ถูกดัดแปลงมาเป็น

---

[๑๖] พิมพรรณ สุจารินพงศ์, **มัคคุเทศก์,** (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๙), หน้า ๕

[๑๗] วรรณา วงษ์วานิช, **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๖), หน้า ๖๐

[๑๘] เทิดชาย ช่วยบำรุง, **การท่องเที่ยวไทยนานาชาติปี** พ.ศ. ๒๕๕๑. (กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ๒๕๕๑), หน้า ๑๑.

สถานที่ทางศาสนาพุทธในสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ ๗ นอกจากนี้ยังมีราณสถานศาสนาอื่น เช่น ปราสาทหินเขาพนมรุ้งในจังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มปราสาทหินตาเมือนในจังหวัดสุรินทร์ และปราสาทหินเขาพระวิหารในจังหวัดศรีสะเกษ เป็นต้น ๓) บุคคลสำคัญหรือสถานที่เกี่ยวข้องกับบุคคลสำคัญ เช่น อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีในจังหวัดนครราชสีมา พระบรมราชานุสาวรีย์พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ตั้งอยู่บริเวณวงเวียนสี่แยกถนนสายบุรีรัมย์-สตึก สร้างขึ้นในปี ๒๕๓๙ เพื่อเฉลิมพระเกียรติแก่พระมหากษัตริย์รัชกาลที่ ๑ ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งเมืองบุรีรัมย์ เมื่อครั้งยังเป็นสมเด็จพระยามหากษัตริย์ศึก โดยอนุสาวรีย์มีขนาดเท่าครึ่งขององค์จริงและฉลองพระองค์แบบนักรบตามขัตติยราชประเพณี ประทับอยู่บนคอช้างศึก หล่อด้วยโลหะสัมฤทธิ์ ตั้งอยู่บนฐานกว้าง ๔ เมตร ยาว ๘.๘๐ เมตร และสูง ๑๐ เมตร อนุสาวรีพระยาสุรินทร์พักดีศรีณรงค์จางวางในจังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น พระยาสุรินทร์ภักดีศรีณรงค์จางวาง (ปุม) เจ้าเมืองประทายสมันต์ (เมืองสุรินทร์) ท่านแรกเป็นผู้วางรากฐานการก่อตั้งเมืองสุรินทร์ ในสมัยอยุธยา มีชาวไทยพื้นเมืองกลุ่มหนึ่งที่เรียกตนเองว่าส่วยหรือกวยหรือกูยเป็นกลุ่มชนที่มีความรู้ความสามารถในการจับช้างป่ามาเลี้ยงไว้ใช้งานในเขตจังหวัดสุรินทร์ ต่อมาในปี พ.ศ.๒๓๐๒ มีช้างเผือกแตกโขงออกจากเมืองหลวงหนีเข้าป่า สมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ ๓ (สมเด็จพระที่นั่งสุริยามรินทร์) แห่งกรุงศรีอยุธยาได้โปรดเกล้าฯ ให้ติดตามช้างเผือก เชียงปุมซึ่งเป็นหัวหน้าชาวกูยที่มาตั้งถิ่นฐานอยู่ที่บ้านเมืองที่ได้ช่วยเหลือในการติดตามช้างเผือก เชียงปุมจึงได้โปรดเกล้าฯ ให้เป็นหลวงสุรินทรภักดี ให้ปกครองหมู่บ้านเดิมขึ้นตรงต่อเมืองพิมาย เป็นต้น ๔) ชนชั้นการปกครอง (รัฐบาลหรือพระมหากษัตริย์) เช่น พระราชวังบางปะอิน ตั้งอยู่ในตำบลบ้านเลน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ห่างจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยาไปทางทิศใต้ประมาณ ๑๘ กิโลเมตร เป็นพระราชวังเก่าแก่ที่สร้างในสมัยกรุงศรีอยุธยา สร้างขึ้นโดยพระเจ้าปราสาททอง เนื่องจากเป็นที่ประสูติของพระองค์ ใช้เป็นสถานที่ทรงประทับแรม ของพระมหากษัตริย์แห่งกรุงศรีอยุธยา เป็นต้น

๒) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) มีสิ่งอำนวยความสะดวกและให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร สถานที่ออกกำลังกายสถานบันเทิง ห้างสรรพสินค้า ตลอดจนมีบริการให้ข่าวสารข้อมูลกับนักท่องเที่ยว บริการต่าง ๆ เหล่านี้ถือเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกสบายที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเดินทางมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นได้มากขึ้น

๓) การเข้าถึง (Accessibility) มีเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกสบาย เนื่องการคมนาคมขนส่งที่สะดวกสบายเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการเลือกสถานที่เที่ยวของนักท่องเที่ยว เพราะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้อย่างสะดวก ปลอดภัย และรวดเร็ว ไม่ว่าจะเดินทางโดยเส้นทางบกด้วยรถยนต์มีสถานีขนส่งผู้โดยสารหรือรถไฟ ทางน้ำ มีเรือ มีท่าเทียบเรือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ หรือทางอากาศ มีท่าอากาศยานที่ทันสมัย มีเที่ยวบินเข้าออกมาก ระเบียบการให้บริการสะดวกสบาย ไม่เป็นอุปสรรคกับการเดินทางท่องเที่ยวและมีความยืดหยุ่นมากขึ้น

๔) กิจกรรม (Activity) สถานที่ท่องเที่ยวมีกิจกรรมท่องเที่ยวหลากหลายและกิจกรรมเหล่านั้นสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ในระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นสามารถเข้าร่วมในกิจกรรมเหล่านั้นได้อย่างสะดวกสบาย เช่น งานประเพณี วิถีชีวิตความของคนในชุมชน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า เป็นต้น ตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยในประเภทนี้ได้แก่ งานย่า

โมหรืองานฉลองวันแห่งชัยชนะของท้าวสุรนารีซึ่งจะจัดขึ้นระหว่างวันที่ ๒๓ มีนาคม - ๓ เมษายน ของทุกปี ณ บริเวณลานอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีและสนามหน้าศาลากลางจังหวัดนครราชสีมา งานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้งจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งจะจัดขึ้นระหว่างวันที่ ๓ – ๕ เมษายน ของทุกปี งานแสดงช้างจังหวัดสุรินทร์ซึ่งจะจัดขึ้นในระหว่างอาทิตย์ที่สามของเดือนพฤศจิกายนของทุกปี และประเพณีแซนโฎนตาหรือวันสารทของจังหวัดสุรินทร์ซึ่งจะจัดขึ้นในวันแรม ๑๕ ค่ำ เดือน ๑๐ ของทุกปี งานเทศกาลทุเรียนภูเขาไฟศรีสะเกษซึ่งจะจัดขึ้นในช่วงเดือนมิถุนายนของทุกปี และประเพณีแห่เทียนพรรษาของจังหวัดอุบลราชธานีซึ่งจะจัดขึ้นในวันแรม ๑ ค่ำ เดือน ๘ ของทุกปี เป็นต้น

๕) การบริการเสริมทางการท่องเที่ยว (Ancillary Services) เป็นบริการเพิ่มเติมให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ เช่น อินเตอร์เน็ต สถานที่ให้บริการโทรศัพท์ โรงพยาบาล ธนาคาร ไปรษณีย์ ห้องน้ำสาธารณะในสถานที่ท่องเที่ยว รถรับส่ง เป็นต้น หน่วยงานที่รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยวต้องดำเนินการจัดให้มีสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวให้ได้รับบริการเสริมทางการท่องเที่ยวที่ดีซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

สรุปหลักการสำคัญทรัพยากรการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบสำคัญอย่างน้อย ๕ ประการ หรือ ๕A Model ดังนี้ คือ ๑) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ๒) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ๓) การเข้าถึง (Accessibility) ๔) กิจกรรม (Activity) ๕) การบริการเสริมทางการท่องเที่ยว (Ancillary Services) เป็นต้น

๒.๑.๒.๔ ประเภททรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว สามารถแบ่งย่อยเป็นประเภท ได้หลายรูปแบบตามแนวความคิดและวัตถุประสงค์ หากแบ่งโดยยึดวัตถุประสงค์การไปชมของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก สามารถแบ่งออกเป็น ๒ ประเภท ดังนี้

๑) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ สภาพภูมิอากาศ และทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล ป่าไม้ เป็นต้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แต่ทรัพยากรทั้งสองลักษณะต่างก็ต้องมีต้นทุนในการดูแลรักษาเหมือนกัน คุณภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติจำเป็นต้องได้รับการดูแลรักษาในรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน รวมทั้งการวางมาตรฐานการดูแลรักษาทรัพยากรดังกล่าว เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถส่งผลกระทบทางลบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นสิ่งเปราะบางได้

๒) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสังคม และทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านบันเทิงและเพลิดเพลิน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

(๑) ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ประวัติศาสตร์ คือ วัฒนธรรม วิถีชีวิตหรือเหตุการณ์ที่สืบสานกันมาตั้งแต่อดีต โดยส่วนใหญ่การนำเสนอประวัติศาสตร์ในรูปของทรัพยากรการท่องเที่ยวจะอยู่ในรูปของโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับสิ่งเหล่านี้ คือ สถานที่สงคราม เช่น สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี เป็นต้น ศาสนสถาน เช่น วัดและศาสนสถานที่สำคัญในจังหวัดสุโขทัยและอยุธยา

ปราสาทพิมาย ปราสาทพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ เป็นต้น อนุสรณ์สถานบุคคลสำคัญ เช่น อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา เป็นต้น วังหรือสถานที่สำคัญของชนชั้นปกครอง เช่น พระราชวังบางปะอิน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น

(๒) ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสังคม แต่ละประเทศต่างก็มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตทางสังคมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ทั้งที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ ลักษณะความเป็นอยู่ของผู้คน ภาษา เทศกาล ประเพณี พิธีกรรมทางศาสนา ศิลปหัตถกรรม การแต่งกาย การละเล่น การบันเทิงต่าง ๆ สภาพบ้านเรือน เป็นต้น และที่เป็นนามธรรม ที่แสดงออกทางด้านความคิด ความเชื่อทัศนคติ ภูมิปัญญาชาวบ้าน เป็นต้น

(๓) ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านบันเทิงและความเพลิดเพลิน ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้ หมายถึง สถานที่หรือกิจกรรมที่สร้างความบันเทิงและความเพลิดเพลินให้แก่นักท่องเที่ยวทุกประเภท อาทิ สวนสาธารณะ สวนสนุก แหล่งบันเทิงยามค่ำคืน โรงละคร โรงภาพยนตร์ เป็นต้น

สรุปประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวแบ่งโดยยึดวัตถุประสงค์การไปชมของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก สามารถแบ่งออกเป็น ๒ ประเภท คือ ๑) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ สภาพภูมิอากาศ และทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล ป่าไม้ เป็นต้น ๒) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสังคม และทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านบันเทิงและเพลิดเพลิน เป็นต้น

๒.๑.๒.๕ การประยุกต์ใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยว จากแนวคิดทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ได้นำเสนอมาแล้วสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการด้านปัจจัยพื้นฐานหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการตลาด และด้านนักท่องเที่ยว ขอยกตัวอย่างการประยุกต์ใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละด้านดังนี้

๑) การบริหารจัดการด้านสิ่งดึงดูดใจ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น งานประเพณีวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่นภาษา อาหาร สมุนไพร การถ่ายทอดองค์ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น ผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องควร ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย แนวทางการบริหารจัดการด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีดังนี้ (๑) อนุรักษ์เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต การแต่งกาย ความเชื่อ และภูมิปัญญาท้องถิ่น (๒) จัดพื้นที่หรือทางเดินหรือทางจักรยานพร้อมป้ายสื่อความหมายเพื่อศึกษาวัฒนธรรม (๓) มีบุคลากรที่มีความรู้เรื่องวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเชื่อหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นให้บริการด้านความรู้แก่ นักท่องเที่ยวผู้ประกอบการ และชุมชนรอบแหล่งท่องเที่ยว (๔) การให้ความรู้ด้านวัฒนธรรมวิถีชีวิต ความเชื่อ และภูมิปัญญาท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว (๕) ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสหรือมีส่วนร่วมในวัฒนธรรม ประเพณีหรือวิถีชีวิตของชุมชน (๖) สร้างศูนย์เรียนรู้หรือจัดนิทรรศการสื่อผสมด้านวัฒนธรรมวิถีชีวิต ความเชื่อ และภูมิปัญญาท้องถิ่น (๗) ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้บริโภคสินค้าชุมชน อาหารท้องถิ่น สมุนไพร หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น (๘) ควบคุมการสร้างสิ่งก่อสร้างของประชาชน และหน่วยงานในพื้นที่ให้สอดคล้องกับรูปแบบ

สถาปัตยกรรม ของท้องถิ่น (๙) สมัครเพื่อรับการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกรมการท่องเที่ยว (๑๐) สมัครเข้าร่วมประกวดแข่งขันชิงรางวัลด้านการท่องเที่ยว

๒) การบริหารจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อาทิศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ห้องสุขา-ห้องอาบน้ำ ที่พักเส้นทางเดินเท้าหรือเส้นทางจักรยานศึกษาทางวัฒนธรรม ป้ายสื่อความหมายเป็นต้น ช่วยทำให้นักท่องเที่ยว มีความสะดวกสบายและเกิดความประทับใจในการมาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวอย่างไรก็ตาม เนื่องจากประเทศไทย กำลังก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้พิการ การออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมควรเป็นไปตามแนวคิดอารยสถาปัตย์เพื่อสามารถให้บริการนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ และผู้พิการได้อย่างเหมาะสม องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีดังนี้ (๑) มีศูนย์บริการที่ให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว (๒) พัฒนาการบริการด้านที่พักสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก โฮมสเตย์ ให้อยู่ในสภาพที่ดี สะอาด ปลอดภัย และมีจำนวนที่เหมาะสม (๓) จัดพื้นที่หรือลานจอดรถที่เป็นระเบียบสะดวก ปลอดภัย และมีจำนวนที่เพียงพอ (๔) จัดทำห้องสุขา ห้องอาบน้ำ ที่สะอาด มีจำนวนที่เหมาะสม กลมกลืนกับรูปแบบสถาปัตยกรรมท้องถิ่น หรือ เป็นไปตามรูปแบบและข้อกำหนดของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (๕) จัดการให้บริการสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการ เช่น ที่จอดรถพิเศษ ทางลาด ห้องสุขา รถเข็นนั่ง เป็นต้น (๖) จัดเตรียมความพร้อมของสาธารณูปโภคพื้นฐาน ได้แก่ ไฟฟ้า แสงสว่าง และน้ำสะอาด (๗) จัดการให้บริการด้านสื่อสารโทรคมนาคม เช่น โทรศัพท์ โทรสาร อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ร่วมกับหน่วยงาน หรือผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง (๘) จัดสิ่งอำนวยความสะดวก จุดนั่งพัก ถังขยะ ป้ายบอกทาง และป้ายสื่อความหมายบริเวณเส้นทางภายใน แหล่งท่องเที่ยว (๙) จัดให้มีร้านอาหาร เครื่องดื่มที่สะอาด ถูกสุขลักษณะ และราคาที่เป็นธรรม (๑๐) จัดให้มีร้านขายของใช้ประจำวัน ของฝาก ของที่ระลึก หรือผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น (๑๑) ดูแลในด้านรักษาความสะอาดและการจัดการขยะมูลฝอยแยกตามประเภทของขยะ (๑๒) ดูแลในการจัดการน้ำเสียและป้องกันไม่ให้ไหลไปปนเปื้อนกับแหล่งน้ำธรรมชาติ

๓) การบริหารจัดการด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมส่วนใหญ่มักตั้งอยู่ในเขตชุมชนหรือตัวเมืองสามารถเข้าถึงได้ง่ายอย่างไรก็ตาม ผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ควรประสานงานหรือดำเนินการในการพัฒนาด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่จอดรถทั้งด้านปริมาณ ได้แก่ จำนวน และความถี่ ในการให้ บริการของระบบขนส่งสาธารณะ รวมถึง คุณภาพในการให้บริการทั้งความสะดวกสบาย ความปลอดภัย การให้บริการที่เป็นมิตร และการกำหนดราคาค่าบริการที่เป็นธรรมกับนักท่องเที่ยว แนวทางการบริหารจัดการด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีดังนี้ (๑) ดูแลเส้นทางหรือถนนเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพดีสะดวก และปลอดภัยในการคมนาคม (๒) ติดตั้งป้ายบอกเส้นทางนำเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวในรัศมี ๒๐ กิโลเมตร ตามทางแยกสำคัญ หรือเส้นทางหลัก ของการท่องเที่ยว (๓) กำกับดูแลระบบขนส่งสาธารณะให้มีจำนวนและความถี่ในการให้บริการที่เพียงพอ สะดวกสบาย ปลอดภัย ในการใช้บริการ และกำหนดราคาที่เป็นธรรมกับนักท่องเที่ยว (๔) ส่งเสริมให้บริการด้านยานพาหนะในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสำหรับนักท่องเที่ยว อาทิ จักรยาน รถพลังงานไฟฟ้า เรือพาย สัตว์บรรทุก อาจดำเนินการในลักษณะวิสาหกิจชุมชน หรือ กองทุนสวัสดิการเป็นต้น

๔) การบริหารจัดการด้านการรักษาความปลอดภัย ผู้มีหน้าที่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และประชาชนในพื้นที่ ควรดำเนินการในด้านการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และทรัพย์สิน เพื่อสร้าง ความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ใกล้แหล่งชุมชน แต่ในช่วงฤดูการท่องเที่ยวหรืองานประเพณีอาจมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก อาจทำให้เกิดเหตุ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่ แนวทางการบริหารจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีดังนี้ (๑) จัดบุคลากรดูแลด้านการรักษาความปลอดภัย ณ บริเวณทางเข้า ลานจอดรถ จุดท่องเที่ยว เป็นต้น (๒) จัดบุคลากรดูแลด้านการปฐมพยาบาลแก่นักท่องเที่ยว ณ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว หรือจุดท่องเที่ยวที่มี ความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุสูง (๓) จัดหาอุปกรณ์ปฐมพยาบาลขั้นพื้นฐานที่อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดีและยังไม่หมดอายุ (๔) จัดหาอุปกรณ์และเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัยที่เพียงพอและใช้งานได้ดี (๕) จัดหาระบบสื่อสารสำหรับติดต่อขอความช่วยเหลือในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน (๖) จัดหาระบบสัญญาณเตือนภัยที่อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดีเช่น ไฟไหม้น้ำป่าไหลหลาก แผ่นดินไหว หินดิน โคลนถล่ม สึนามิเป็นต้น (๗) จัดหาระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดหรือระบบรักษาความปลอดภัยอื่น ๆ ตามความเหมาะสม (๘) ติดตั้งป้ายหรือสัญลักษณ์รักษาความปลอดภัยหรือเตือนให้ระวังอันตรายในจุดท่องเที่ยวที่มีความเสี่ยงสูง (๙) ติดตั้งราวจับบริเวณทางเดินที่ลื่นหรือพื้นที่สูงชัน (๑๐) ติดตั้งรั้วกั้นพื้นอันตรายหรือบริเวณที่มีความเปราะบาง (๑๑) จัดเตรียมเส้นทางหนีภัยหรือพื้นที่รองรับการอพยพนักท่องเที่ยวกรณีเกิดเหตุภัยพิบัติทางธรรมชาติ (๑๒) ซักซ้อมระบบเตือนภัย การเคลื่อนย้ายผู้ป่วย และบรรเทาสาธารณภัยแหล่งท่องเที่ยว อย่างน้อย ปีละ ๑ ครั้ง

๕) การบริหารจัดการด้านการตลาด การตลาดแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ควรเน้นการทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้รู้จักตัดสินใจและ เข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้ช่องทางการสื่อสารทางการตลาดทั้งที่เป็นของส่วนราชการ สื่อมวลชน และ สื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลาย แนวทางการบริหารจัดการด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีดังนี้ (๑) จัดทำเว็บไซต์แหล่งท่องเที่ยวหรือประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (๒) จัดทำการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ค ไลน์ ทวิสเตอร์ อินสตราแกรม เป็นต้น (๓) จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวในบริเวณชุมชนหรือเส้นทางหลักของการท่องเที่ยว (๔) จัดทำเอกสาร สิ่งพิมพ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งดึงดูดใจและเส้นทางเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยว (๕) จัดทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายผ่านสื่อมวลชน ตามความเหมาะสม (๖) บรรจุกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวลงในแผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและของจังหวัด

๖) การบริหารจัดการด้านนักท่องเที่ยว ในฤดูการท่องเที่ยวหรือช่วงจัดเทศกาลประเพณีอาจมีนักท่องเที่ยวเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นจำนวนมาก บางครั้งอาจก่อให้เกิดปัญหาผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ปัญหาขยะมูลฝอย ปัญหาความปลอดภัย หรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดเตรียมไว้ไม่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและอื่น ๆ ดังนั้นผู้มีหน้าที่กับ แหล่งท่องเที่ยว ควรมีการบริหารจัดการด้านนักท่องเที่ยวในด้านข้อปฏิบัติหรือพฤติกรรมการท่องเที่ยว ที่พึงประสงค์ เพื่อช่วยธำรงรักษาวัฒนธรรมประเพณีอันดีงาม รวมถึงการสร้างความ

ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว และความผาสุกของประชาชนในพื้นที่ แนวทางการบริหารจัดการด้านนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีดังนี้ (๑) การเก็บสถิตินักท่องเที่ยว (๒) การจัดทำและประกาศเงื่อนไข ข้อพึงปฏิบัติหรือข้อห้ามของแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ (๓) การควบคุมพฤติกรรมที่พึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การแต่งกาย การส่งเสียงดัง การทิ้งขยะ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์การเข้าร่วมกิจกรรมประเพณีในท้องถิ่น เป็นต้น (๔) การสร้างความตระหนักถึงคุณค่าและร่วมอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยว (๕) การปลูกฝังจิตสำนึกด้านการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (๖) การกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย (๗) การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวตามขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว[๑๙]

สรุปการประยุกต์ใช้แนวคิดทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ ผู้มีหน้าที่หรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว สามารถประยุกต์ใช้แนวคิดทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อการบริหารจัดการปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ๖ ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการตลาด ด้านนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ สร้างความประทับใจ ให้นักท่องเที่ยว และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นต้น

## ๒.๒ แนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว

เกี่ยวกับแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวนี้เพื่อให้เกิดความชัดเจนจะได้แบ่งเนื้อหาในการสืบค้นออกเป็น ๕ หัวข้อ คือ ๑) ที่มาของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ๒) ความหมายการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ๓) หลักการสำคัญของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ๔) ประเภทการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว และ ๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว รายละเอียดของแต่ละหัวข้อจะได้สืบค้นนำเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

### ๒.๒.๑ ที่มาของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว

เคยได้กล่าวไว้ในเนื้อหาที่ผ่านแล้วว่าทรัพยากรคือสิ่งที่มนุษย์นำมาใช้ประโยชน์ได้ ทรัพยากรการท่องเที่ยวก็คือสิ่งที่มนุษย์นำมาใช้ประโยชน์ในเชิงการท่องเที่ยวได้ เป็นได้ทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น หากมองในแง่ของส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการ (Service Marketing Mix) ทรัพยากรการท่องเที่ยวก็คือผลิตภัณฑ์ (Product) ซึ่งผลิตภัณฑ์นี้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ได้ให้ความหมายไว้ว่า หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า ความคิด สถานที่ องค์การ บริหารบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ มีมูลค่าในสายตาของลูกค้า จึงมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้[๒๐] ประเด็นที่ต้องสืบค้นและทำความเข้าใจ

---

[๑๙] สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว, **แนวทางบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เชิงนิเวศทางประวัติศาสตร์ ทางวัฒนธรรม**, หน้า ๗๑-๗๕,<https://www.dot.go.th/ebooks/ebooks-view/430>, July 2019.

[๒๐] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, **การวิจยัธุรกิจ**, (กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงแห่งโลก ธุรกิจ. ๒๕๔๑), หน้า ๓๕-๓๖.

ในหัวข้อนี้ คือ ที่มาของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรหรือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวคืออะไร เรื่องนี้ได้มีนักวิชาการ คือ สุดาพร กุณฑลบุตร ให้ทัศนะไว้ว่า ส่วนหนึ่งของความสำเร็จทางการตลาดได้แก่การที่กิจการมีผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากคู่แข่งสู่การตลาด[๒๑] ดังนั้นที่มาของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรหรือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวน่าจะเกิดจากความต้องการเป็นผู้บุกเบิกในตลาดธุรกิจ ความต้องการที่จะปรับปรุงสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดทั้งมีสินค้าจำหน่ายอย่างหลายครอบคลุมทุกชนิด เพื่อให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งได้ ซึ่งน่าจะเป็นที่ของแนวคิดนี้

สรุปที่มาของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรหรือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวน่าจะเกิดจากความต้องการเป็นผู้บุกเบิกในตลาดธุรกิจ ความต้องการที่จะปรับปรุงสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดทั้งมีสินค้าจำหน่ายอย่างหลายครอบคลุมทุกชนิด เพื่อให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งได้

### ๒.๒.๒ ความหมายการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว

ในหัวข้อนี้มีประเด็นที่ต้องทำความเข้าใจอยู่คือ ความหมายของการพัฒนาคืออะไร และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวคืออะไร จะได้สืบค้นและนำเสนอเสนอดังนี้

ความหมายของการพัฒนา คำว่า พัฒนา ตามศัพท์แปลว่า ทำให้เจริญ เกี่ยวกับเรื่องนี้ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงความหมายของ “การพัฒนา (Development)” ไว้ดังนี้

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ ได้ให้ทัศนะว่า การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่มีการกำหนดทิศทาง (Directed change) หรือวางแผนเอาไว้ล่วงหน้า (Planned change) ซึ่งทิศทางที่กำหนดขึ้นจะต้องเป็นการกระทำเชิงบวกที่กลุ่มหรือชุมชนสร้างขึ้น จึงกล่าวได้ว่า การพัฒนาเป็นการเปลี่ยนแปลงที่พึงปรารถนา (Desired change)[๒๒]

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ ได้ให้ทัศนะว่า การพัฒนา หมายถึง ความเจริญงอกงาม การเติบโตในแง่ของแนวความคิด แนวทางหรือวิธีการต่าง ๆ มีหลักการพื้นฐานที่จะทำให้บุคคลที่จะทำให้บุคคลหรือประชาชนทั่วไปของสังคมมีความงอกงามทางสติปัญญา ตลอดจนสามารถทำงาน หรือดำเนินชีวิตได้อย่างมีสุข มีขีดความสามารถในการเพิ่มผลผลิต รายได้และยกระดับความเป็นอยู่ของตนให้ดีขึ้น โดยการพัฒนาจะสัมฤทธิ์ผลได้ก็ต่อเมื่อปัจเจกบุคคลมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาอย่างแท้จริง[๒๓]

ดิเรก ฤกษ์หร่าย ได้ให้ทัศนะว่า การพัฒนามีลักษณะเป็นกระบวนการในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของบุคคล ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมที่มุ่งให้เกิดความเสมอภาค สามารถสร้างให้เกิดการกระจายทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างทั่วถึง ทั้งรายได้ของคนในชุมชนและการบริการต่าง ๆ ที่รัฐพึงให้แก่ประชาชน ทำให้มีช่องว่างระหว่างชุมชนในชนบทและในเมืองให้น้อยที่สุด[๒๔]

---

[๒๑] สุดาพร กุณฑลบุตร, **หลักการตลาดสมัยใหม่**, พิมพ์ครั้งที่ ๕, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๗), หน้า ๑๕๖.

[๒๒] สัญญา สัญญาวิวัฒน์, **การพัฒนาชุมชน**, (กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๔๓), หน้า ๔๒.

[๒๓] นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์, **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา**, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๔๗), หน้า ๓๒.

[๒๔] ดิเรก ฤกษ์หร่าย, **การทำการเปลี่ยนแปลง : เน้นกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรม**, (กรุงเทพมหานคร: โครงการตำราพัฒนาชนบท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๘), หน้า ๖๐.

สานิตย์ บุญชู ได้ให้ทัศนะว่า การพัฒนา คือ สิ่งที่มีผลกระทบต่อปัจเจกบุคคลไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง ไม่ใช่เป็นเพียงสิ่งที่ปัจเจกชนแต่ละคนต้องการที่จะยกระดับของตัวเองให้ดีขึ้นเท่านั้น แต่เป้าหมายสูงสุดของการพัฒนาคือ การยกระดับคุณภาพชีวิตของทุกคนในสังคมให้มีมาตรฐานสูงที่ขึ้น ดังนั้นควรมุ่งเน้นให้การพัฒนาบรรลุไปสู่เป้าหมาย ในทิศทางที่เกิดประโยชน์กับคนส่วนใหญ่และการพัฒนาที่ควรนำไปใช้กับกลุ่มหรือชุมชนนั้น[๒๕]

ทวี ทิมขำ ได้ให้ทัศนะว่า การพัฒนาในบริบทที่เกี่ยวข้องกับชุมชนเป็นการเปลี่ยนแปลงสภาพเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้ชุมชนดีขึ้น ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมโดยมีการกำหนดทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจนและแน่นอน รวมทั้งกำหนดอัตราการเปลี่ยนแปลง (Rate of change) ที่ชุมชนต้องการ[๒๖]

สรุปความหมายของการพัฒนา หมายถึง การทำให้เจริญ การทำสิ่งต่างที่อยู่ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งให้ดีขึ้นกว่าเดิม เป็นต้น ดังนั้น ความหมายการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว จึงหมายถึง การทำสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่นให้เจริญและดีขึ้นกว่าเดิม

### ๒.๒.๓ หลักการสำคัญของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว

สำหรับหลักการสำคัญของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรหรือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หากจะใช้แนวคิดส่วนผสมทางการตลาดหรือการบริหารผลิตภัณฑ์มาใช้ นิธิกิตติกานต์ เหมสุวรรณ์ ได้ให้หลักการเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วย ๖ ขั้นตอน สรุปไว้ดังนี้

๒.๒.๓.๑ ขั้นแสวงหาแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ใหม่ (Exploration) คือการพัฒนาสินค้าขึ้นได้จะเริ่มต้นจากความคิด (Idea) โดยต้องแสวงหาความคิดใหม่ ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มาให้ได้มากที่สุด การได้มาซึ่งความคิดใหม่ ๆ ไม่จำเป็นต้องจัดทำอย่างมีระเบียบแบบแผนหรือเป็นทางการเสมอไปก็ได้ ซึ่งสามารถเสาะแสวงหาจากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้

๑) ลูกค้าถือเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญที่สุด เนื่องจากความต้องการของลูกค้าจะถูกแปรสภาพมาเป็นผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้คำติชม ข้อเสนอแนะของลูกค้าล้วนแต่เป็นแหล่งข้อมูลที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง

๒) สมาชิกในช่องทางจำหน่ายร้านค้าต่าง ๆ ที่จัดจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้ผลิตถือเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดความต้องการของลูกค้าสู่ผู้ผลิตสินค้า โดยปกติผู้บริโภคจะกระจายความรู้สึก ปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวการใช้ผลิตภัณฑ์ ตลอดจนข้อเสนอแนะใด ๆ ให้กับผู้จำหน่าย ดังนั้นร้านค้าหรือตัวแทนคนกลางจะเป็นแหล่งสะสมข้อมูลจากลูกค้าได้เป็นอย่างดี

๓) คู่แข่งขัน เมื่อคู่แข่งขันนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด แต่บังเอิญสินค้ามีข้อบกพร่อง ไม่ประสบความสำเร็จ ผู้ผลิตสามารถนำข้อผิดพลาดดังกล่าวมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของตนได้

๔) แหล่งความคิดภายในกิจการ กิจการธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการแสดงความคิดเห็น ของพนักงาน การเปิดโอกาสให้พนักงานในระดับต่างๆ ได้แสดงเสนอความคิด

---

[๒๕] สานิตย์ บุญชู, **ความรู้ทั่วไปในการพัฒนาชุมชน เอกสารทางวิชาการ หมายเลข ๑ สาขาพัฒนาชุมชน**, (กรุงเทพมหานคร: กรุงสยามการพิมพ์, ๒๕๔๕), หน้า ๓๒.

[๒๖] ทวี ทิมขำ. **การพัฒนาชุมชน.** (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนโสตร์. ๒๕๔๒), หน้า ๕๖.

ใหม่ๆ อาจจะได้ข้อมูลต่างๆ มีประโยชน์ต่อการพัฒนาสินค้าใหม่ โรงงานผลิตได้ความคิดจากเจ้าหน้าที่หรือพนักงานในโรงงานเป็นส่วนใหญ่ในการดัดแปลงคิดค้นทดลองจากงานประจำแต่ที่ละคนปฏิบัติอยู่

๕) แหล่งความคิดอื่น ๆ เช่น งานวิจัย บทความ ของนักวิชาการ ของสถาบันศึกษา สามารถเป็นแหล่งความคิดแก่ผู้ผลิตในการหาใหม่ สมาคมการค้าเป็นแหล่งให้แนวความคิดได้เช่นกัน

๒.๒.๓.๒ ขั้นกลั่นกรองความคิด (Idea Screening) ความคิดที่ระดมเสาะหาจากแหล่งต่าง ๆ จะต้องนำมากลั่นกรองให้รอบคอบ โดยการกลั่นกรองให้เหลือเฉพาะแนวคิดที่มีความเป็นไปได้ คัดเลือกเฉพาะแนวคิดที่จะมีโอกาสประสบความสำเร็จ ปัจจัยที่จะนำมาประปอบการกลั่นกรองแนวคิด ได้แก่

๑) ภาพลักษณ์ของกิจการ (Image) ความคิดใหม่ที่จะนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์จะต้องไม่ทำลายภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการ เช่น หากบริษัทพยายามรักษาภาพลักษณ์ในการเป็นผู้ผลิตที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้นแนวคิดที่ผ่านขั้นนี้ไปจะต้องมีสอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่บริษัทอยากพยายามขึ้นมา

๒) วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (Objective and Policy) แต่ละกิจการจะมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานธุรกิจที่ตั้งไว้ล่วงหน้า ผู้บริหารจะการกำหนดนโยบายไว้เป็นแนวทางปฏิบัติ ดังนั้น การคัดเลือกความคิดจะต้องพิจารณาความเหมาะสมไม่ขัดกับเป้าหมาย วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการแนวความคิดนั้น จึงจะสามารถนำไปปฏิบัติได้

๓) ความพร้อมของทรัพยากร (Resources) ความคิดในการผลิตสินค้าใหม่ย่อมนำไปสู่การลงทุนใหม่ ภาระทางการเงิน อุปกรณ์และแรงงาน ดังนั้นจะต้องพิจารณาแต่ละความคิดว่าต้องใช้ทรัพยากรต่าง ๆ เหล่านี้อย่างไร ปริมาณเท่าไหร่ กิจการมีอุปกรณ์อยู่พร้อม มีแรงงานเหลือ มีผู้ชำนาญการผลิตหรือสามารถจัดหาได้ มีเงินทุนพอ แก่การลงทุนใหม่หรือจัดหาได้อย่างไร หากกิจการไม่พร้อมในทรัพยากรต่าง ๆ แม้ความคิดจะดี แต่โอกาสในการพัฒนาจะยากขึ้น

๔) ปรับความใหม่ของความคิด (Degree of Newness) ความคิดที่ก้าวหน้าทันสมัยมากเกินไปอาจใช้ไม่ได้ ผู้บริโภคโดยทั่วๆ ไป จะยอมรับสิ่งใหม่ที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงแบบหน้ามือเป็นหลังมือ ผลิตภัณฑ์ที่มีความคล้ายคลึงหรือสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์เดิมอัตราการยอมรับจะสูงกว่าผลิตภัณฑ์ไม่คุ้นเคย ดังนั้น ผู้ผลิตคำนึงถึงระดับความใหม่ที่ตลาดเป้าหมายจะยอมรับได้

๒.๒.๓.๓ การวิเคราะห์เชิงธุรกิจ (Business Analysis) การกลั่นกรองความคิดเป็นการพิจารณาความเหมาะสม ในการนำความคิดไปปฏิบัติ โดยพิจารณาปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกกิจการ ขั้นตอนต่อมาคือการนำความคิดที่ผ่าการกลั่นกรองมาพิจารณาความเป็นไปได้ในกาผลิตออกจำหน่าย ด้วยการวิเคราะห์ถึงอุปสงค์ในตลาด ต้นทุนสินค้าที่จะผลิต และผลตอบแทนที่จะได้รับ อุปสงค์ในตลาดที่มีน้อยเกินไปย่อมไม่คุ้มกับการลงทุน และอาจทำให้ต้นทุนการผลิตสูงมาก ซึ่งจะกระทบต่อราคาจำหน่ายที่สูงเกินกว่าผู้ซื้อจะยอมรับได้ หากเป็นเช่นนี้ ความคิดที่ผ่านการกลั่นกรองมาจากขั้นที่ ๒ จะถูกปฏิเสธในขั้นตอนการวิเคราะห์เชิงธุรกิจ อย่างไรก็ตาม เมื่อผ่านขั้นตอนนี้ไปจะคงเหลือเฉพาะแนวความคิดที่ทำให้บริษัทมีกำไรจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์

๒.๒.๓.๔ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญเนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงความคิดให้เป็นตัวผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตน ขั้นตอนการพัฒนาด้าน

ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการหากรรมวิธีการผลิต การเลือกส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ สูตรในการผลิต วิธีการผลิตให้ได้คุณภาพ ประสิทธิภาพ รูปแบบ สีสัน ขนาดต่าง ๆ ตามความต้องการของตลาด หลายต่อหลายครั้งที่ความคิดผ่านการกลั่นกรองไม่สามารถผลิตเป็นสิ้นค้ามีตัวตนได้ เนื่องจากต้องใช้ต้นทุนสูงมากจนไม่คุ้ม หรือต้องใช้เวลาในการผลิตนานเกินไป ไม่ทันกับความต้องการของตลาด ดังนั้น เมื่อแนวคิดผ่านขั้นตอนนี้ไปย่อมหมายถึงกิจการผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่ในมือเพื่อรอการจัดจำหน่าย เพียงแต่ปริมาณสินค้าที่ผลิตขึ้นมายังคงมีจำนวนน้อย เนื่องจากยังไม่มั่นใจต่อการตอบรับของตลาดมากนัก.

๒.๒.๓.๕ การทดสอบตลาด (Market Testing) เมื่อผลิตภัณฑ์ถูกผลิตขึ้นมาเพื่อการจำหน่าย ผู้ผลิตอาจจะตัดสินใจนำสินค้าเข้าสู่ตลาดเลยก็ได้ หากมีความมั่นใจว่าจะเป็นที่ยอมรับของลูกค้าอย่างแน่นอน ซึ่งย่อมมีความเสี่ยงอยู่บ้าง หากผู้ผลิตต้องการลดความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของลูกค้า สามารถทำได้ด้วยการทดสอบตลาด โดยการทดลองนำผลิตภัณฑ์จำนวนน้อย ๆ ไปวางจำหน่ายในตลาดเล็ก ๆ เพื่อดูปฏิกิริยาการตอบรับลูกค้า หากผลการทดสอบตลาดพบว่า ลูกค้าตอบรับเป็นอย่างดี จึงค่อยตัดสินใจผลิตจำนวนมาก เพื่อจำหน่าย แต่ถ้าลูกค้าข้อตำหนิบางประการ ให้ปรับปรุงหรือแก้ไขข้อตำหนิแล้วจึงวางจำหน่ายอย่างกว้างขวาง ถ้าลูกค้าไม่ยอมรับหรือปฏิเสธสินค้าอย่างสิ้นเชิง บริษัทอาจจะต้องยุติในการทำตลาด ทั้งนี้เพราะจะไม่คุ้มกับการลงทุน การทดสอบตลาดจะที่เกิดประโยชน์กับผู้ผลิตในแง่ของการลดความเสี่ยง อย่างไรก็ตามอาจจะเกิดผลเสียคือ คู่แข่งขันจะล่วงรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่กิจการกำลังทดสอบตลาด ซึ่งหากคู่แข่งขันมีความไวต่อการผลิตเพื่อการจำหน่าย จะสามารถแก้ไขข้อบกพร่องแล้วช่วงชิงการวางจำหน่ายตัดหน้า จะเกิดผลเสียต่อที่กิจการทดสอบตลาดได้ ดังนั้นแบบทดสอบตลาดจึงเป็นดาบสองคมที่ผู้ผลิตจะต้องชั่งน้ำหนักถึงส่วนได้และส่วนเสียที่จะเกิดขึ้นก่อนที่จะมีการทดสอบตลาด หรือหาวิธีการทดสอบตลาดที่มีความปลอดภัยจากการช่วงชิงของคู่แข่งขันก็ได้

๒.๒.๓.๖ การวางตลาด (Commercialization) การนำเสนอสินค้าเข้าสู่ตลาดอย่างแท้จริง จะต้องพิจารณาปัจจัยดังต่อไปนี้

๑) ความต้องการเงินทุนจำนวนมากเพื่อจัดให้มีอุปกรณ์และสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิต

๒) วิธีการที่จัดหาอุปกรณ์ในการผลิต ตัวอาคารโรงงานต่าง ๆ จำเป็นต้องใช้แนวทางที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพที่สุด

๓) กำลังการผลิต จะต้องพิจารณากำลังการผลิตในปัจจุบันและการขยายต่อไปในอนาคต

๔) จังหวะเวลาที่จะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกวางตลาด การเลือกเวลาหรือโอกาสที่เหมาะสมจะส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์เก่าล้าสมัยไม่เป็นที่นิยมแล้ว การปล่อยผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดจะเป็นการแจ้งเกิดของผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือนำออกจำหน่ายในฤดูกาล การใช้ผลิตภัณฑ์สินค้านั้น จะทำให้โอกาสจะจำหน่ายได้มีสูงขึ้น

๕) ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในการวางตลาดครั้งแรก กิจการอาจมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอยู่หลายกลุ่ม แต่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายกลุ่มแรกที่กิจการหวังไว้ในการเปิดตลาดจำเป็นต้องมีศักยภาพ มีความไวต่อการซื้อสิ้นค้าใหม่ หากกำหนดกลุ่มเป้าหมายผิดพลาด โอกาสในการประสบความสำเร็จจะลดลงทันที ผู้บริหารต้องตัดสินใจที่จะเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะช่วยให้

ได้ยอดขายในช่วงแรก เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ ร้านค้า ตัวแทนจำหน่าย พนักงานขาย ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น ผู้ถือหุ้น เป็นต้น

๖) ขอบเขตของตลาดที่จะวางตลาดครั้งแรก เป็นการกำหนดขอบเขตการกระจายตามสภาพภูมิศาสตร์จะวางสินค้าออกสู่ตลาดพร้อมกันทั้งประเทศหรือเลือกเพียงบางพื้นที่ ทั้งนี้ต้องพิจารณาถึงข้อจำกัดในด้านกำลังการผลิต กำลังคน กำลังเงินทุน นอกจากนั้นการกำหนดเขตที่จะวางตลาดยังต้องสอดคล้องกับลูกค้าเป้าหมายกลุ่มแรกที่ก่อการต้องการจำหน่ายด้วย[๒๗]

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์ที่นำเสนอหลักการสำคัญของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวไว้ในหนังสือของดีวิถีสุรินทร์ที่ว่า จังหวัดสุรินทร์ภูมิใจนำเสนอโปแกรมของดีวิถีสุรินทร์มากว่า ๒๐๐ โปรแกรม ลักษณะโปรแกรมมีความหลากหลาย มีของดีตามวิถีชีวิต ตามคำขวัญประจำจังหวัดที่ว่า “สุรินทร์ถิ่นช้างใหญ่ ผ้าไหมงาม ประคำสวย ร่ำรวยปราสาท ผักกาดหวาน ข้าวสารหอม งามพร้อมวัฒนธรรม” จังหวัดสุรินทร์ มีวัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิต ธรรมชาติ ทรัพยากรที่น่าสนใจ ไม่ไปไม่รู้ โปรแกรมของดีวิถีสุรินทร์ จึงเป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีการจัดกิจกรรมในพื้นที่ของตนเอง สำหรับประเทศที่พัฒนาแล้วในหลายประเทศ วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมความเป็นชุมชนหายไปอย่างรวดเร็ว เพราะฉะนั้นเราอยากเห็นคนในและนอกชุมชนเรียนรู้วิถีชีวิตแบบดั้งเดิม วัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาที่กำลังจะหายไปนี้ร่วมกัน และพัฒนาสิ่งเหล่านี้กลับคืนสู่วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมได้อย่างยั่งยืน จังหวัดสุรินทร์ จึงมีการจัดทำแนวทางในการพัฒนาชุมชนให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของคนสุรินทร์ โดยจัดให้มีการนำเสนอโปรแกรมของดีวิถีสุรินทร์มาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คนในชุมชนได้ภาคภูมใจกับของดีที่มีในชุมชนของตนเองและแสดงออกให้สังคมได้รับรู้กันทั่วไป โดยการสนับสนุนของกรมการพัฒนาชุมชน และองค์การความร่วมมือระหว่างประเทศของญี่ปุ่น (JICA) [๒๘]

### ๒.๒.๔ ประเภทการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว

โดยทั่วไปแล้วทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถแยกตามลักษณะและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็น ๒ ประเภท คือ ๑) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และ ๒) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ที่มนุษย์สร้างขึ้น สำหรับรายละเอียดทรัพยากรการท่องเที่ยวแต่ละประเภท วรรณา วงษ์วานิข ได้ให้รายละเอียดไว้ คณะผู้วิจัยนำมาสรุปไว้ดังต่อไปนี้

๒.๒.๔.๑ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ (Natural Attraction) ทรัพยากรประเภทนี้นับว่าเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มาก เพราะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ อาจจะสวยงามหรือแปลกประหลาด น้ำตก น้ำพุร้อน ชายหาด ฝั่งทะเล ปะการัง และอุทยานแห่งชาติ ซึ่งประเทศไทยได้ชื่อว่าเป็นประเทศหนึ่งที่มีสถานที่ท่องเทียวทางธรรมชาติที่สวยงาม

---

[๒๗] นิธิกิตติกานต์ เหมสุวรรณ์, แนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการของสถานที่จัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์โดยเชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่น ในพื้นที่จังหวัดสงขลา,. การประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับนานาชาติ ครั้งที่ ๑/๒๕๕๘ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการพัฒนาสังคมสู่อาเซียน วันที่ ๒๒-๒๓ มกราคม ๒๕๕๘ ณ โรงแรมร้อยเกาะ อ.เมืองสุราษฎร์ธานี จ.สุราษฎร์ธานี จัดโดย สถานวิจัยการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศพื้นที่ภาคใต้บูรณาการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่.

[๒๘] สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์, **ของดีวิถีสุรินทร์ โครงการเพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการชุมชน**, หน้า ๑.

มาก เช่น ภูกระดึง เกาะพีพี ถ้ำจอมพล น้ำตกเอราวัณ เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาตินี้จะต้องได้รับการดูแลบำรุงรักษาเป็นอย่างดี มิฉะนั้นอาจถูกทำลายได้ ทั้งด้วยตัวธรรมชาติเองและจากน้ำมือของมนุษย์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติอาจแยกย่อยได้ดังนี้ คือ ๑) ทิวทัศน์ ๒) สัตว์ป่า ๓) สภาพภูมิอากาศ ๔) ปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ เป็นต้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาตินี้หากมีมากแห่งและอยู่ไม่ไกลนัก จะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากและรัฐบาลจะต้องพัฒนาและอนุรักษ์ไว้ ตลอดจนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับสถานที่และวัยของผู้ไปเที่ยว เช่น ต้องการความสงบ ความใกล้ชิดกับธรรมชาติ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การผจญภัย หรือต้องการด้านการกีฬา เป็นต้น

๒.๒.๔.๒ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ที่มนุษย์สร้างขึ้น (Manufactured Attraction) มีลักษณะตรงข้ามกับทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น เมืองใหญ่ ๆ ที่มีสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น สถานเริงรมย์ ศูนย์การค้า สวนสนุก โรงแรม ตลอดจนเทคโนโลยีที่ทันสมัย แต่ละแห่งจะมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ต่างกันออกไป บางเมืองจะมีสิ่งก่อสร้างที่น่าสนใจ สถาปัตยกรรมต่าง ๆ พระราชวัง ศาสนสถาน พิพิธภัณฑ์ อาคารที่ทำการของรัฐบาล ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ซึ่งทรัพยากรประเภทนี้เป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากเช่นกัน ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นสามารถแยกย่อยได้ดังนี้ คือ ๑) ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และด้านศาสนา ๒) ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม ๓) กีฬาต่าง ๆ ๔) สถานที่เชิงเทคนิคและอุตสาหกรรม ๕) กิจกรรมบันเทิง ๖) สวนสาธารณะ ๗) สวนสนุก ๘) ศูนย์การค้าและร้านค้าของที่ระลึก เป็นต้น

ทรัพยากรการท่องเที่ยวดังกล่าวทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของแต่ละประเทศเจริญก้าวหน้า และเป็นสิ่งที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น ที่สำคัญคือเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวนั้นสามารถที่จะพัฒนา และนำทรัพยากรที่ตนมีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่เพียงใด[๒๙] สำหรับประเภทการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในงานวิจัยเรื่องศาสนาและวัฒนธรรมการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ จัดอยู่ในประเภทการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นซึ่งเน้นเกี่ยวกับประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ผลิตภัณฑ์ชุมชน และด้านศาสนา เป็นต้น

สรุปประเภทการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว มี ๒ ประเภทคือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ที่มนุษย์สร้างขึ้น สำหรับประเภทการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในงานวิจัยเรื่องศาสนาและวัฒนธรรมการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ จัดอยู่ในประเภทการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นซึ่งเน้นเกี่ยวกับประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ผลิตภัณฑ์ชุมชน และด้านศาสนา เป็นต้น

---

[๒๙] วรรณา วงษ์วานิช, **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**, หน้า ๖๐-๖๓.

### ๒.๒.๕ การประยุกต์ใช้แนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว

ได้กล่าวมาแล้วว่าสำหรับการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในงานวิจัยเกี่ยวกับศาสนาและวัฒนธรรมการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ จัดอยู่ในประเภทการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นซึ่งเน้นเกี่ยวกับประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ผลิตภัณฑ์ชุมชน และด้านศาสนา เป็นต้น แนวคิดนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวเพื่อนำผลที่ได้จากการประเมินไปใช้ในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมต่อไป ที่ผ่านมาสำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ให้แนวคิดการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมมีสาระสำคัญดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสม และถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษาชนเผ่า เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสามารถแบ่งได้เป็น ๒ ประเภท ดังนี้

๑) แหล่งความเป็นอยู่และวิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทนี้ผู้มาเยี่ยมชมสามารถสังเกตความเป็นอยู่ และวิถีชีวิตของชุมชนนั้น โดยตนเองมิได้เข้าไปมีส่วนร่วม เช่น ชุมชนของชนเผ่า ศูนย์วัฒนธรรม คุณค่าต่อส่วนรวมอยู่ที่การช่วยรักษาความหลากหลายของเชื้อชาติ คุณค่าต่อผู้เยี่ยมชมอยู่ที่การได้รับความรู้ วิสัยทัศน์ ความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มชนเผ่าต่าง ๆ และภูมิปัญญาของชนเผ่า รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ ส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท ซึ่งหมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ ดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

๒) แหล่งวัฒนธรรมประเพณี และหัตถกรรมพื้นเมือง แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทนี้ผู้เยี่ยมชมสามารถเข้าไปมีส่วนร่วม ในกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณีและซื้อสินค้าของที่ระลึกจากผู้ประกอบหัตถกรรม คุณค่าต่อส่วนรวมอยู่ที่การรักษามรดก ความหลากหลายของวัฒนธรรม คุณค่าต่อผู้เยี่ยมชมอยู่ที่ความพอใจจากการเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณี และการได้ซื้อสิ่งของที่ระลึกที่พอใจ ตัวอย่างเช่น ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

จากแนวคิดในการกำหนดมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมดังกล่าวข้างต้น จึงได้กำหนดองค์ประกอบพื้นฐานสำหรับประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ไว้ ๔ ด้าน ได้แก่

**องค์ประกอบที่ ๑** ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ๒ ด้าน ได้แก่ ๑) คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ประกอบด้วย ๗ ดัชนีชี้วัด ได้แก่ (๑) ความเป็น เอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ (๒) ความต่อเนื่องของการสืบสาน วัฒนธรรมประเพณี (๓) ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม (๔) ความต่อเนื่องในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้ต่าง ๆ ซึ่งนับเป็นมรดกทาง วัฒนธรรม (๕) ความเป็นมาทาง

ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบค้นได (๖) ความผูกพันต่อชุมชนท้องถิ่น (๗) ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ ๒) ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ๓ดัชนีชี้วัด ได้แก่ (๑) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (๒) ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (๓) ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว

**องค์ประกอบที่ ๒** ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ๒ ด้าน ได้แก่ ๑) ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ๒) ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก

**องค์ประกอบที่ ๓** การบริหารจัดการ เกณฑ์ประเมินด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มี ๒ ด้าน ได้แก่ ๑) การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ๓ ดัชนีชี้วัดได้แก่ (๑) การจัดการด้านการรักษาสภาพแหล่งท่องเที่ยว (๒) การจัดการด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่ (๓) การจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจาก การท่องเที่ยว ๒) การจัดการด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ๓ ดัชนีชี้วัด ได้แก่ (๑) การจัดการ ด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว (๒) การจัดการด้านกิจกรรมการ ท่องเที่ยว (๓) การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก

**องค์ประกอบที่ ๔** การมีส่วนร่วมของชุชน มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ๒ ด้าน ได้แก่ ๑) ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว พิจารณาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ชุมชนท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยวเช่น การนำเที่ยวการให้บริการต่าง ๆ ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนหรือบริหารจัดการ โดยการจัดตั้งองค์กรในท้องถิ่น เพื่อให้มีบทบาทในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ๒) ชุมชนมีส่วนร่วมเชิงเศรษฐกิจจากกิจกรรมการท่องเที่ยว พิจารณาจากการที่ชุมชนท้องถิ่นได้รับประโยชน์และรายได้จากการดำเนิน กิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ชุมชนมีรายได้จากการจ้างงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ชุมชนมีรายได้จากการเป็นผู้นำเที่ยว หรือให้บริการในกิจกรรมการท่องเที่ยว ชุมชนมีรายได้จากการขายอาหาร ของที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมือง ชุมชนมีรายได้จากการแสดงศิลปะพื้นเมือง ส่งเสริมโอกาสการจ้างงานในชุมชนเท่าเทียมกัน ทั้งสตรี ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ชนกลุ่มน้อย และส่งเสริมให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น

การตรวจประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสามารถแบ่งได้เป็น ๔ องค์ประกอบ มีรายละเอียดของค่าคะแนนเต็มในแต่ละ องค์ประกอบ ได้แก่

| องค์ประกอบ | สัดส่วน (ร้อยละ) | ค่าคะแนนเต็ม | ค่าคะแนนที่ได้ | คะแนนประเมิน |
|---|---|---|---|---|
| ๑. ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว | ๔๐ | ๖๔ | | |
| ๒. ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว | ๑๐ | ๒๔ | | |
| ๓. การบริหารจัดการ | ๔๐ | ๗๒ | | |
| ๔. การมีส่วนร่วมของชุชน | ๑๐ | ๑๘ | | |
| รวม | ๑๐๐ | ๑๗๘ | | |

**ตารางที่ ๒.๑** องค์ประกอบมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

| องค์ประกอบ | สัดส่วน (ร้อยละ) | ระดับมาตรฐาน |
|---|---|---|
| ๑. ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว | ๘๑ ขึ้นไป | ดีเยี่ยม |
| ๒. ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว | ๗๑-๘๐ | ดีมาก |
| ๓. การบริหารจัดการ | ๖๑-๗๐ | ดี |
| ๔. การมีส่วนร่วมของชุชน | ๕๑-๖๐ | ปานกลาง |
| รวม | ๕๐ หรือน้อยกว่า | ต่ำ |

**ตารางที่ ๒.๒** ผลรวมของของคะแนน ประเมินทั้ง ๔ องค์ประกอบ นำมาเปรียบเทียบกับระดับคะแนนมาตรฐานที่กำหนดไว้[๓๐]

สำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน กรมพัฒนาชุมชน,ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดเกณฑ์การประกวดชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี .ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีตัวชี้วัดสำหรับการพิจาณาว่าผลิตภัณฑ์ชุมชนมีมาตรฐานหรือไม่ มี ๖ ตัวชี้วัดดังนี้ คือ ๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ เช่น มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยว มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น มีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจ ๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เช่น รูปแบบของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์มีความหลากหลาย ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว มีข้อมูลสำคัญของสินค้า ผลิตภัณฑ์ชุมชนครบถ้วนและชัดเจน ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความพอใจให้กับลูกค้า และยอมจ่ายตามราคาเพื่อซื้อความพอใจนั้น ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มีต้นทุนการดำเนินงานที่เหมาะสม ผลิตภัณฑ์สามารถเป็นของฝากของที่ระลึกได้ ๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน เช่น ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัยและถูกสุขอนามัย พร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน หรือผ่านการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างใดอย่างหนึ่ง ๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน เช่น มีความสามารถในการผลิตผลิตภัณฑ์ได้อย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นมีคุณภาพเท่าเทียมหรือใกล้เคียงกัน ๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ เช่น มีช่องทางการตลาดหลากหลาย สามารถเข้าถึงสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ได้ง่าย มีข้อมูลสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อนำเสนอลูกค้านักท่องเที่ยว ๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว เช่น เป็นเมนูอาหารพื้นบ้านท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับวิถีชุมชน มีคุณภาพ สด สะอาด ปลอดภัย และถูกสุขลักษณะ มีบริการจัดจำหน่ายทุกวันในวันเปิดให้บริการหรือสั่งได้(Order) มีสถานที่จำหน่ายหรือให้บริการที่เป็นกิจจะลักษณะ สะอาด อาจจะเป็นบริเวณบ้าน ผู้ประกอบการร้านอาหาร หรือสถานที่จัดไว้สำหรับบริการของชุมชน เช่น จุดต้อนรับหรือศูนย์อาหาร[๓๑]

---

[๓๐] กรมการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.**คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม.**(กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่าศึกในพระบรมราชูปถัมภ์ ๒๕๕๗), หน้า ๕๗-๗๘.

[๓๑] สำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน กรมพัฒนาชุมชน,**เกณฑ์การประกวดชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี,** (กรุงเทพมหานคร: บริษัท บีทีเอส เพรส จำกัด, ๒๕๖๑), หน้า ๔๓-๔๕.

สรุปการประยุกต์ใช้แนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว สามารถประยุกต์ใช้แนวคิดเกณฑ์การประกวดชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของสำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน กรมพัฒนาชุมชน มาเป็นกรอบในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งมีอยู่ ๖ ด้าน ดังนี้ คือ ๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ ๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ และ ๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น

## ๒.๓ แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว

เกี่ยวกับแนวคิดการการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวนี้ เพื่อให้เกิดความชัดเจนจะได้แบ่งเนื้อหาในการสืบค้นออกเป็น ๕ หัวข้อ คือ ๑) ที่มาของแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว ๒) ความหมายการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว ๓) หลักการสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว ๔) วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว และ ๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว รายละเอียดของแต่ละหัวข้อจะได้สืบค้นนำเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

### ๒.๓.๑ ที่มาของแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว

ปัจจุบันผู้บริโภคสินค้ามีทางเลือกมากขึ้นซึ่งมีอีกสิ่งหนึ่งที่เมื่อก่อนอาจเล่นบทเป็นแค่ตัวประกอบเท่านั้น แต่ปัจจุบันก้าวขึ้นมามีความสำคัญไม่แพ้กันเลยทีเดียวที่จะมีส่วนช่วยทั้งดึงผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ๆ เข้ามา รวมถึงรักษาผู้บริโภครายเดิมให้อยู่ไปนาน ๆ ก็คือเรื่องของการสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยในอดีตนั้น หากผลิตภัณฑ์ หรือบริการหนึ่งจะประสบความสำเร็จได้ในท้องตลาดสิ่งที่สำคัญที่สุดก็คงจะเป็นตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการหลักนั่นเองที่ต้องมีคุณภาพที่เยี่ยมยอดกว่าคู่แข่ง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่า อย่างไรก็ดีในปัจจุบันจะพบว่า จริงอยู่ที่บ่อยครั้งคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือ บริการหลักอาจจะยังเป็นเรื่องสำคัญมาก แต่อีกสิ่งหนึ่งที่ก้าวขึ้นมามีส่วนสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ ก็คือเรื่องของ “มูลค่าเพิ่ม” ที่ติดมากับตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักนั้น ๆ ในบางกรณีส่วนของมูลค่าเพิ่มก็จะเป็นตัวดึงดูดผู้บริโภคให้หันมามอง หรือตัดสินใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการหลัก ดังนั้นธุรกิจในปัจจุบันเราจะเห็นว่าไม่ใช่เป็นการขายเพียงตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักอย่างเดียว แต่จะต้องเพิ่มมูลค่าที่จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้ประโยชน์มากขึ้นด้วย[๓๒]

สรุปที่มาของแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ ปัจจุบันผู้บริโภคสินค้ามีทางเลือกมากขึ้น เพื่อดึงผู้บริโภคกลุ่มเก่าที่สนใจบริโภคสินค้าให้อยู่ไปนาน ๆ ต่อไป และให้ผู้บริโภคกลุ่มใหม่หันมาสนใจสินค้าเพิ่มมากขึ้นตลอดทั้งเป็นการสร้างความพึงพอใจในการบริโภคสินค้าให้เกิดประโยชน์กับผู้บริโภคทั้งสองกลุ่มมากขึ้น ดังนั้นธุรกิจในปัจจุบันจึงมีแนวคิดว่า ผู้ผลิต

---

[๓๒] พูนลาภ ทิพชาติโยธิน, **Value-Added Activities เพิ่มลูกค้าด้วยกิจกรรมเพิ่มมูลค่า**, ๒๕๕๓, หน้า ๘๗-๘๘, <http://๒๐๒.๑๘๓.๑๙๐.๒/FTPiWebAdmin/knw_pworld/image_content/๘๕/๘๗-๘๙.pdf. >, March 2018.

สินค้าหรือให้บริการมิใช่เป็นการขายเพียงตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักเพียงอย่างเดียว แต่ต้องมีส่วนเพิ่มมูลค่าที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกพึงพอใจและได้ประโยชน์มากขึ้นด้วย เมื่อนำหลักการนี้มาใช้กับธุรกิจการท่องเที่ยว น่าจะเป็นที่มาของแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในเวลาต่อมา

### ๒.๓.๒ ความหมายการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว

เกี่ยวกับความหมายของการสร้างมูลค่าเพิ่มนี้ได้มีนักวิชาการให้ความเห็นไว้หลายท่านซึ่งคณะผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นนำมาเสนอไว้ดังต่อไปนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง ความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ ให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้ามากขึ้น[๓๓]

ดนัย จันทร์ฉาย ได้ให้ความหมายการสร้างมูลค่าเพิ่มไว้ว่า หมายถึง การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ด้วยคุณภาพ บริการ และราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในการซื้อ ครอบครอง และใช้ประโยชน์[๓๔]

ปวีณา ผาแสง และคณะ ได้ให้ความหมายของการสร้างมูลค่าเพิ่มไว้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง สิ่งที่ช่วยสร้างความ ได้เปรียบทางการแข่งขันโดยผ่านการสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าที่ดีขึ้น (Customer Value) โดยมีขั้นตอนการ ผลิต หรือบริการที่ดีกว่า เพื่อการเป็นผู้นำในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ นอกจากการสร้างความแตกต่างในตลาดแล้ว มูลค่าเพิ่มจะเป็นตัวช่วยในการสร้างคุณค่าที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่สูงกว่า ซึ่งนำไปสู่ความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกหรือซื้อผลิตภัณฑ์และบริการต่อไป[๓๕]

สรุปความหมายของการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ หรือบริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ด้วยคุณภาพและราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์มากขึ้น เมื่อนำมาใช้ในกับการท่องเที่ยว คือ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ หรือบริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ด้วยคุณภาพและราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจในทรัพยากรการท่องเที่ยวและเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น

---

[๓๓] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, **หลักการตลาด,** (กรุงเทพมหานคร: ธีระฟิล์มและไซแท็กซ์, ๒๕๕๔), หน้า ๘๖๘.

[๓๔] ดนัย จันทร์ฉาย, **เจาะลึกการตลาดจาก A ถึง Z: แนวคิดที่ผู้จัดการทุกคนต้องรู้ซึ้ง,** (กรุงเทพมหานคร: ดีเอ็มจี, ๒๕๕๓), หน้า ๒๓๙.

[๓๕] ปวีณา ผาแสง และคณะ, **รายงานการวิจัยเรื่อง การศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผ้าทอพื้นเมืองน่าน กรณีศึกษา : กลุ่มวิสาหกิจชมุชนบ้านเฮี้ย ตำบลศิลาแลง อำเภอปัว จังหวัดน่าน**, (น่าน: วิทยาลัยชุมชนน่าน สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, ๒๕๖๐), หน้า ๔.

### ๒.๓.๓ หลักการสำคัญของแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว

ในตลาดที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและอุตสาหกรรมอยู่ในภาวะอิ่มตัว ซึ่งจะเห็นว่าผลิตภัณฑ์หลักจะไม่ค่อยมีความแตกต่างกันเท่าใดนัก ดังนั้นธุรกิจแต่ละรายจึงพยายามหาโอกาสพัฒนาและยกระดับคุณลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์เสนอแก่ลูกค้า เครื่องมือที่จะช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโต โดยสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าเหนือคู่แข่งในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้นั่นก็คือการดึงดูดด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มที่มอบให้แก่ผู้บริโภคซึ่งเป็นมูลค่าเพิ่มที่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมากกว่าความพอใจ การสร้างมูลค่าเพิ่มนั้น ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้าทั้ง ๔ ด้าน ซึ่งคุณค่าทั้ง ๔ ด้านนี้เรียกว่าคุณค่ารวมสำหรับลูกค้าได้แก่ ๑) คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) ๒) คุณค่าด้านบริการ (Service Value) ๓) คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel Value) ๔) คุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) ตามแนวคิดคุณค่ารวมสำหรับลูกค้าจะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้ลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ ส่งผลให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดีในระยะยาว ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

๓.๓.๓.๑ คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) เป็นคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากผลิตภัณฑ์ที่ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนี้ ๑) ประโยชน์หลักเช่น รถยนต์ เป็นพาหนะในการเดินทาง เป็นต้น และ ๒) รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย คุณภาพ และสมรรถนะที่เหนือกว่าคู่แข่ง รูปแบบ ความหรูหรา ทันสมัย ตราสินค้า มีชื่อเสียงมายาวนาน และเป็นที่ยอมรับ

๓.๓.๓.๒ คุณค่าด้านบริการ (Service Value) เป็นคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากคุณภาพในการให้บริการ (Service Quality) ดังนี้ ๑) การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกใน ด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าคอยนาน ทำเลที่ตั้งเหมาะสมเพื่อแสดงถึงความสามารถในการ เข้าถึงลูกค้า ๒) การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษที่ ลูกค้าเข้าใจง่าย ๓) ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และ ความรู้ความสามารถในงาน ๔) ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และ วิจารณญาณ ๕) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัท และบุคลากร ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า ๖) ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้า ต้องมีความสม่ำเสมอ และ ถูกต้อง ๗) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการ และ แก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ ๘) ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและ ปัญหาต่าง ๆ ๙) การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้ลูกค้า สามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าว และ ๑๐) การเข้าใจ และรู้จักลูกค้า (Understand Knowing Customer) พนักงานต้อง พยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

๓.๓.๓.๓ คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel Value) เป็นคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากคุณภาพของ พนักงาน ดังนี้ ๑) ความสามารถ (Competence) พนักงานต้องอาศัยความชำนาญและมีความรู้ ๒) ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์มีความเป็นกันเอง ๓) ความเชื่อถือได้ (Credibility) พนักงานของบริษัทต้องมีความน่าเชื่อถือ ๔) ความไว้วางใจได้ (Reliability)

พนักงานต้องทำงานด้านการบริการด้วยความ สม่ำเสมอ และถูกต้อง สามารถสร้างความไว้วางใจให้ลูกค้า ๕) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness)จะต้องให้บริการ และแก้ปัญหาแก่ลูกค้า ได้อย่างรวดเร็ว ตามที่ลูกค้าต้องการ ๖) การติดต่อสื่อสาร (Communication) พนักงานต้องใช้ความพยายามที่จะทำความ เข้าใจกับลูกค้าด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย

๓.๓.๓.๔ คุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) เป็นคุณค่าด้านความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ[๓๖] เป็นภาพที่เกิดจากความนึกคิดของลูกค้าว่าควรจะเป็นเช่นนั้น เช่น หากผู้ผลิต ผู้ประกอบการ หรือผู้ให้บริการด้านทัพยากรการท่องเที่ยว ต้องการจะรักษาภาพลักษณ์ในการเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ หรือผู้ให้บริการ ที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการการสร้างมูลค่าให้กับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านบุคลากร ต้องมีแนวคิดที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมอยู่ในแต่ละด้านนั้นด้วย เป็นต้น

สรุปหลักการสำคัญของแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่มนั้น ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว หรือบริการ ให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้าทั้ง ๔ ด้าน ซึ่งคุณค่าทั้ง ๔ ด้าน เรียกว่าคุณค่ารวมสำหรับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว ได้แก่ ๑) คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) ๒) คุณค่าด้านบริการ (Service Value) ๓) คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel Value) และ๔) คุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) ตามแนวคิดคุณค่ารวมสำหรับลูกค้าจะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้ลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ส่งผลให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดีในระยะยาว เป็นต้น

### ๒.๓.๔ วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว

วิธีสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการให้เหนือกว่าด้วยนวัตกรรมในยุคนี้ ภาคธุรกิจที่ทำหน้าที่ผลิตสินค้าหรือให้บริการนั้นจะคิดเพียงแต่ว่าจะต้องผลิตสินค้าให้ได้ปริมาณมาก ๆ ควบคู่ไปกับเรื่องของคุณภาพ หรือภาคธุรกิจบริการจะมุ่งเน้นแต่การให้บริการที่ดี สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าเพียงอย่างเดียว ก็เห็นทีว่าจะไม่เพียงพอกับตลาดการแข่งขันที่มีความดุเดือดมากขึ้น การนำเอานวัตกรรมเข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อให้สินค้าและบริการมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจพัฒนา เติบโตก้าวหน้า พร้อมสำหรับการแข่งขันในตลาดปัจจุบัน และพร้อมที่จะรองรับการต่อยอดพัฒนาธุรกิจให้เดินหน้าต่อไปในอนาคตได้ ซึ่งเครื่องมือที่จะช่วยปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการเดิมให้ดีขึ้นไปจนถึงการสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ได้เป็นอย่างดีในยุคนี้ก็คือ การนำเอาเทคโนโลยีมามีส่วนร่วมและปรับใช้ในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น การสร้างมูลค่าให้กับการบริการ โดยการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าสามารถโอน จ่าย ชำระค่าสินค้าและค่าบริการผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งถือเป็นการอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้บริการด้านการเงินของธนาคารได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ผ่านเทคโนโลยีอินเตอร์เน็ตหรือผ่านทางสมาร์ทโฟนโดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปยังสาขาของศูนย์บริการแต่อย่างใด

---

[๓๖] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, **หลักการตลาด,** (กรุงเทพมหานคร: ธีระฟิล์มและไซแท็กซ์, ๒๕๕๔), หน้า ๖๔-๗๔.

การสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสารให้มีความสวยงามและพัฒนาประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถจัดเก็บและยืดอายุของข้าวสารได้นานยิ่งขึ้น โดยใช้ถุงพลาสติกแบบสุญญากาศที่ทั้งสวยงามและสามารถรักษาสินค้าให้มีอายุและระยะเวลาการจำหน่ายได้นานยิ่งขึ้น หรืออีกหนึ่งตัวอย่างที่เห็นได้ชัดก็คือ การเพิ่มมูลค่าให้กับหนังสือพิมพ์โดยนำเอานวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเปลี่ยนข้อมูลรูปแบบกระดาษให้อยู่ในรูปแบบเนื้อหาในหน้าเว็บไซต์ หรือแม้กระทั่งแอพพลิเคชั่นในโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนรูปแบบของผลิตภัณฑ์เดิมไปอย่างสิ้นเชิง โดยผู้ใช้สามารถเรียกดูหรือเปิดอ่านหนังสือผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เมื่อไหร่ก็ได้ตามที่ต้องการ ปัจจุบันทุกองค์กรและภาคธุรกิจต้องให้ความสำคัญกับการนำเอานวัตกรรมมาช่วยสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์และบริการเกิดการพัฒนาทั้งในด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ ตอบโจทย์การใช้งาน และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจได้มากที่สุด ซึ่งเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้นวัตกรรมสามารถเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว ก็คือการนำเอาเทคโนโลยี และเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเป็นองค์ประกอบนั่นเอง[๓๗]

สรุปวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญกับการนำเอานวัตกรรมมาช่วยสร้างมูลค่าให้กับทรัพยากรการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ และบริการ เพื่อให้ทรัพยากรการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ และบริการ เกิดการพัฒนาทั้งในด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ ตอบโจทย์การใช้งาน และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจได้มากที่สุด ซึ่งเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้นวัตกรรมเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว ก็คือการนำเอาเทคโนโลยี และเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเป็นองค์ประกอบนั่นเอง

### ๒.๓.๕ การประยุกต์ใช้แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว

จากการสืบค้นแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ผ่านมา สามารถประยุกต์ใช้แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวได้กับ แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม ซึ่งเกี่ยวข้องกับทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษาชนเผ่า เป็นต้น เกี่ยวกับเรื่องนี้ วารุณี สุนทรเจริญนนท์ ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับประเด็น สร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการสร้างสรรค์ไม่ยากอย่างที่คิด โดยได้นำเสนอว่า ในโลกแห่งการแข่งขันที่ยิ่งวันยิ่งมีความร้อนแรงสูงขึ้น การทำธุรกิจย่อมต้อง "คิด" ให้เหนือขั้นกว่าที่เคยเป็น ต้องสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีความสร้างสรรค์ ซึ่งจะขอเรียกรวมในที่นี้ว่า "ธุรกิจสร้างสรรค์" ธุรกิจสร้างสรรค์ ในที่นี้หมายถึงธุรกิจที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับ "คุณค่า" (Values) จากการบริโภคผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นสูงขึ้น ไม่ว่าจะสัมผัสได้ทางกายภาพ (Physical) หรือ อารมณ์ความรู้สึก (Emotional) ด้วยนิยามนี้ จะสังเกตว่าผู้ที่ตัดสินใจว่า "มูลค่าเพิ่ม" ที่เพิ่มขึ้นนั้น จะมีความหมายแปลงเป็น "คุณค่า" หรือไม่ อยู่ที่ "ผู้บริโภค" และผู้บริโภคต่างกลุ่มกัน จะมีการรับรู้ใน "คุณค่า" นั้นต่างกัน สิ่งที่มักกังวลคือ จะทำให้ผู้บริโภคจำนวนมากทุกคนถูกใจผลิตภัณฑ์เหมือนกันได้

---

[๓๗] <https://www.tris.co.th/articles-and-knowledge/๑๒๔๑/>, December 2018.

อย่างไร แต่ความจริงคือ ผู้บริโภคมักจะมีรสนิยมคล้ายๆ กัน จัดเป็นกลุ่มๆ ได้ แม้แต่ละคนในฐานะปัจเจกชนจะมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวก็ตาม แต่กลุ่มคนที่มีพื้นฐาน หรืออยู่ในบริบทใกล้เคียงกันมักจะมีแนวโน้มของรสนิยมหรือความชอบใกล้เคียงกัน โอกาสในการ "สร้างมูลค่าเพิ่ม" มิใช่มีแค่เพียงการออกแบบผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่โอกาสนั้นอยู่ในทั้งกระบวนการ บางกรณีอาจจะเน้นในจุดเดียว แต่บางกรณีอาจต้องกระทำในหลายๆ จุดไปพร้อมๆ กัน เพื่อให้ผลสำเร็จสุดท้าย คือการได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มี "คุณค่าเพิ่ม" สำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยมีหลักในการพิจารณาดังนี้ คือ

๒.๓.๕.๑ การ "เพิ่มคุณค่า" ใดๆ จะต้องพิจารณาความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเป็นอันดับแรก โดยต้องเข้าใจว่าผู้บริโภคมีทัศนคติอย่างไรในการบริโภคผลิตภัณฑ์ หรือ บริการนั้นๆ ทั้งด้านกายภาพและด้านอารมณ์ความรู้สึก อะไรเป็นปัจจัยทำให้คนกลุ่มนี้เลือกหรือไม่เลือกสิ่งใดรอบตัวเพื่อการใช้ชีวิต และสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการนี้ คนกลุ่มนี้พิจารณาในประเด็นและมุมมองใดบ้าง เมื่อเข้าใจผู้บริโภคแล้ว จึงจะพิจารณาโอกาสต่างๆที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อให้ตรงกับความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภค จุดนี้เป็นสิ่งสำคัญ มิได้หมายความว่าจะต้องถามผู้บริโภคตรงๆ ว่าต้องการให้ออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างไร แต่หมายถึงการนำความต้องการและทัศนคติของผู้บริโภคที่สำรวจมาได้ แปลงเป็นการออกแบบ (Design) ในส่วนต่างๆ อย่างแยบยล

๒.๓.๕.๒ จุดที่สำคัญมากคือการพิจารณาตัวผลิตภัณฑ์ (หรือบริการ) ในเรื่องแนวคิด (Concept) ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดในการบริหารธุรกิจเชิงกลยุทธ์ ทั้งนี้ต้องมีความรู้ (Knowledge) ความเข้าใจพื้นฐานเรื่องของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ และบริบทของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี และต้องใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative thinking) และความคิดเชิงกลยุทธ์ (Strategic thinking) ในการสร้างสรรค์แนวคิดที่แตกต่างและโดดเด่น

๒.๓.๕.๓ การพิจารณาวัตถุดิบ การคัดเลือกวัตถุดิบมีเรื่องราวที่สร้างมูลค่าเพิ่มได้ เช่น การเลือกวัตถุดิบที่เป็นของท้องถิ่น ซึ่งมีเรื่องราวและความแตกต่างที่โดดเด่น และเป็น "คุณค่า

๒.๓.๕.๔ การพิจารณาวิธีกระบวนการผลิต หรือวิธีการผลิต ที่อาจจะดัดแปลงให้เกิดคุณค่ามากขึ้น

๒.๓.๕.๕ การพิจารณาบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึง "คุณค่า" ของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่สัมผัสแรก หรือตั้งแต่มองเห็น ซึ่งการออกแบบบรรจุภัณฑ์นี้ อาจจะสร้าง "มูลค่าเพิ่ม" ให้แง่ความสะดวก การรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือความสวยงาม

๒.๓.๕.๖ การพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงบริการให้กับผลิตภัณฑ์ หรือเพิ่มผลิตภัณฑ์ให้กับบริการ คือ ผู้บริโภคจะได้รับทั้งสิ่งที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ เช่น การบริหารช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคซื้อได้ง่าย การบริการจัดส่ง การให้บริการให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อมีคำถาม หรือการรับคืนเมื่อไม่พึงพอใจ เป็นต้น

๒.๓.๕.๗ ประเด็นที่สำคัญที่สุด ในการเสริมสร้าง "คุณค่า" ให้ผลิตภัณฑ์คือการสร้างแบรนด์ ซึ่งต้องดำเนินควบคู่กับการสื่อสารแบรนด์ การสร้างแบรนด์เป็นการเสริมสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และบริการนั้นๆ ในภาพรวม เป็นการนำ "มูลค่าเพิ่ม" มาแปลงเป็น "คุณค่า" เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ การสร้างแบรนด์เป็นมากกว่าการมีชื่อหรือการโฆษณา แต่หมายถึงการ "สื่อสาร" อย่างต่อเนื่องในทุกจุดที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายสัมผัสถึง เพื่อเสริมสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการนั้นๆ

๒.๓.๕.๘ การพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่ม เรื่องการนำผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นการเพิ่มคุณค่าต่อผู้บริโภคในด้านความสะดวก[๓๘]

สรุปการประยุกต์ใช้แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว สามารถนำแนวคิดของ วารุณี สุนทรเจริญนนท์ มาปรับใช้กับการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวได้ใน ๘ ประเด็นต่อไปนี้ คือ ๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก ๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ ๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค เหล่านี้ถือว่าเป็นการประยุกต์ใช้แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นต้น

## ๒.๔ แนวคิดการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

เกี่ยวกับแนวคิดการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวนี้ เพื่อให้เกิดความชัดเจนจะได้แบ่งเนื้อหาในการสืบค้นออกเป็น ๕ หัวข้อ คือ ๑) ที่มาของแนวคิดการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ๒) ความหมายการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ๓) หลักการสำคัญของการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ๔) ประเภทของการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และ ๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว รายละเอียดของแต่ละหัวข้อจะได้สืบค้นนำเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

### ๒.๔.๑ ที่มาของแนวคิดการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

เนื้อหาการสืบค้นที่ผ่านมาได้กล่าวได้นำเสนอไว้แล้วว่าที่มาของทฤษฎีอัตลักษณ์ คือ เริ่มต้นขึ้นในช่วงปี ค.ศ. ๑๙๕๐ – ๑๙๖๐ โดยนักปรัชญา ๓ ท่าน คือ เจ.เจ.ซี.สมาร์ท, ยู.ที. เพลส และเฮอร์เบิรต์ ฟี ลก์ (J.J.C. Smart, U.T. Place and Herbert Feigl) คือ หลัง ค.ศ. ๑๙๘๐ เป็นต้นมา โครงสร้างระบบเศรษฐกิจในโลกตะวันตกได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากคือจากเดิมเน้นที่การลงทุนผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคก็ได้เปลี่ยนมาเป็นสินค้าในภาคบริการและสินค้าวัฒนธรรมมากขึ้นมทำให้ประเด็นเรื่องอัตลักษณ์กลายเป็นหัวใจสำคัญ เพราะบริโภคนิยมนั้นอาศัยการสร้างสัญญะเป็นแกน และสัญญะต่าง ๆ ก็เกาะติดกับอัตลักษณ์แบบใดแบบหนึ่งเสมอ ไม่ว่าจะเป็นอัตลักษณ์ระดับปัจเจก ระดับท้องถิ่น หรือระดับชาติก็ล้วน สามารถถูกทำให้กลายเป็นสินค้าได้ทั้งสิ้น ต่อมาค.ศ. ๑๙๘๙ ทฤษฎีนี้ได้ถูกพัฒนาโดย เชลดอน สไตรเกอร์ (Sheldon Stryker) ศาสตราจารย์ประจำภาควิชาสังคมวิทยา มหาวิทยาลัยอินเดียนา ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยอาศัยกรอบแนวคิดตามบริบททางสังคมวิทยาบนพื้นฐานทัศนภาพโครงสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์นิยม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายพฤติกรรมการเลือกแสดงบทบาท ซึ่งเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ระหว่าง สังคม และ ตัวตนของบุคคลโดยมีโครงสร้างทางสังคมและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเป็นตัวกำหนดหรือควบคุมการแสดง

---

[๓๘] วารุณี สุนทรเจริญนนท์, **สร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการสร้างสรรค์ไม่ยากอย่างที่คิด,** <readgur.com/doc/2203291/ สร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการสร้างสรรค์-ไม่ยากอย่างที่คิด>, December 2019.

พฤติกรรมของบุคคล เป็นต้น ต่อมาได้มีการนำเอาแนวคิดนี้มาใช้ประโยชน์กับการท่องเที่ยวได้ด้วย ดังนั้นทฤษฎีของอัตลักษณ์ดังกล่าวจึงน่าจะเป็นจุดเริ่มต้นก่อให้เกิดเป็นที่มาของแนวคิดการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในเวลาต่อมา

### ๒.๔.๒ ความหมายการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

คำว่า ใช้ หมายถึง เอามาทำให้เกิดประโยชน์ ประโยชน์ หมายถึง สิ่งที่เป็นผลดีหรือเป็นคุณ คำว่า อัตลักษณ์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวที่เป็นตัวบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของบุคคล ชุมชน สังคม หรือประเทศนั้น ๆ และ คำว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงสถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น ที่มีลักษณะเด่น ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เมื่อนำความหมายของคำทั้งเหล่านี้มาต่อเข้าด้วยกันก็จะได้ว่า การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง การนำเอาสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงสถานที่ซึ่งเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีลักษณะเฉพาะตัวที่เป็นตัวบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของบุคคล ชุมชน สังคม หรือประเทศนั้น ๆ มาทำให้เกิดประโยชน์ที่เป็นผลดีหรือเป็นคุณ เป็นต้น ปัจจุบันเป็นที่เข้าใจแล้วว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หากไม่มีสินค้าทางการท่องเที่ยวหรือสินค้าทางการท่องเที่ยวไม่ดี ไม่มีคุณภาพ ก็ไม่เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวเยี่ยมเยียนในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ตรงกันข้ามหากหากมีสินค้าทางการท่องเที่ยวหรือสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ดี มีคุณภาพ ก็เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวเยี่ยมเยียนในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มากขึ้นตามลำดับ เป็นต้น

สรุปการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง การนำเอาสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงสถานที่ซึ่งเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว มีลักษณะเฉพาะตัวที่เป็นตัวบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของบุคคล ชุมชน สังคม หรือประเทศนั้น ๆ มาทำให้เกิดประโยชน์ที่เป็นผลดีหรือเป็นคุณ

### ๒.๔.๓ หลักการสำคัญของการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

คำว่า หลักการ หมายถึง สาระสำคัญที่ยึดถือเป็นแนวปฏิบัติ ซึ่งในปัจจุบันมีการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวการกันมากขึ้น เนื่องจากทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เกี่ยวกับเรื่องนี้ วรรณา วงษ์วานิช ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม ของประประเทศ คณะผู้วิจัยได้สรุปมานำเสนอไว้ดังต่อไปนี้

๒.๔.๓.๑ ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ คือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น ธุรกิจด้านการขนส่ง ที่พักอาศัย แหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจด้านอาหาร และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น การผลิต

สินค้าต่าง ๆ ตลอดจนศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญต่อการท่องเที่ยว ทำให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจ คือ

๑) การท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้เงินตราต่างประเทศ ในลักษณะของการขายบริการ ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และ ทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น

๒) บทบาทการท่องเที่ยวต่อดุลการชำระเงิน รายได้จาการท่องเที่ยวในรูปเงินตราต่างประเทศ มีส่วนช่วยให้ในสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินของประเทศได้อย่างมาก

๓) บทบาทการท่องเที่ยวต่อการเจริญเติบโตและการขยายตัวของการลงทุน ทำให้ธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ภัตตาคาร ร้าค้า การผลิตของที่ระลึก และธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ขายตัวออกไปอย่างรวดเร็ว เช่น การลงทุนในธุรกิจจโรงแรมในประเทศไทยเพิ่มขึ้นจำนวนมากในทุกภาค

๔) บทบาทการท่องเที่ยวต่อการสร้างงานและกระจายรายได้ โดยลักษณะเฉพาะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จะมีลักษณะในการสร้างงานตามแหล่าง ๆ ให้คนในชาติเป็นอย่างมากทั้งภายในและภายนอกแหล่งท่องเที่ยวเพราะต้องใช้กำลังคนในลักษณะต่าง ๆ ซึ่งอาจจะแยกงานได้เป็น ๒ ลักษณะ คือ งานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรง เช่น ธุรกิจโรงแรม บริษัทนำเที่ยว การขนส่ง ร้านค้า ร้านอาหาร มัคคุเทศก์ และสถานเริงรมย์ เป็นต้น ซึ่งงานเหล่านี้จะใช้แรงงานคนเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดรายได้และการจ้างงานโดยตรงจากธุรกิจการท่องเที่ยว สำหรับงานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางอ้อม เช่น ด้านเกษตรซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบด้านอาหาร งานหัตถกรรมเพื่อผลิตของที่ระลึก อาชีพด้านการก่อสร้าง บริการด้านการเงินและธนาคาร เป็นต้น ซึ่งให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และจากการกระจายรายได้ไปยังธุรกิจต่าง ๆ ก่อให้เกิดการจ้างงาน ทำให้จำนวนคนทำงานในธุรกิจการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

๕) การท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนให้เกิดการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ เมื่อเกิดการเดินทางจากภูมิภาคหนึ่งไปยังอีกภูมิภาคหนึ่ง ก่อให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ในภูมิภาคนั้น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีผู้ลงทุนหลาย ๆ ลักษณะ เป็นการนำความเจริญเข้าสู่บริเวณนั้น

๖) ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวมักเลือกเดินทางไปที่ตนคิดว่ามีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ฉะนั้นแหล่งท่องเที่ยวใดที่นักท่องเที่ยวเข้าไปได้ แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

๗) ช่วยเสริมสร้างสัมพันธไมตรีอันดีต่อกัน ทั้งระหว่างคนในชาติและระหว่างชาติ เพราะการท่องเที่ยวเป็นหนทางที่มนุษย์แต่ละสังคมได้ทำความรู้จักกันและไปมาหาสู่กัน

๘) บทบาทของการท่องเที่ยวต่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของประเทศ ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญ เพราะเป็นสิ่งดึงดูดใจเป็นมรดกของประเทศที่ต้องหวงแหนรักษาไว้ โดยรัฐบาลควรจัดตั้งเป็นโครงการแล้วมอบหมายให้หน่วยงานที่รับผิดชอบเป็นผู้ดูแล สนับสนุน และส่งเสริม ฟื้นฟู ให้คงสภาพไว้เหมือนเดิม และปรับปรุงให้ดีขึ้น หน่วยงานราชการ เอกชน และประชาชนต้องตระหนักถึงความสำคัญของศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีในแง่เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่สำคัญของชาติ กระตุ้นให้เกิดความสนใจและ

เกิดความร่วมมือประสานงานกันเพื่อให้เกิดการอนุรักษ์ ฟื้นฟู เผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีของแต่ละท้องถิ่น โดยสนับสนุนงานประเพณีที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่นต่าง ๆ ให้เกิดค่านิยมด้านการท่องเที่ยว และส่งเสริมให้ฟื้นฟูงานประเพณีที่ได้ถูกทอดทิ้งไปแล้วให้กลับมีขึ้นใหม่ ตามสภาพความเหมาะสมของท้องถิ่น เช่น งานบุญบั้งไฟ งานแห่เทียนพรรษา งานเผาเทียนเล่นไฟ และประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น นอกจากจะฟื้นฟูแล้วยังต้อเผยแพร่วัฒนธรรมนั้น ๆ ไปยังต่างประเทศ เพื่อให้ชาวต่างชาติเกิดความสนใจ อยากไปเที่ยวในประเทศนั้น ๆ มากขึ้น

๒.๔.๓.๒ ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อการเมืองของประเทศ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นสื่อที่เกี่ยวข้องต่อความเข้าใจอันดีต่อกันทางการเมือง เช่น ถ้าสถานการณ์ภายในประเทศสงบเรียบร้อย ก็จะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเจริญก้าวหน้าด้วย และในทางกลับกันภาวะตกต่ำของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็ย่อมบอกถึงสภาพทางการเมืองของประเทศได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังสามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับชาวต่างประเทศ สร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน เมื่อได้มาเยือน ประทับใจในคุณสมบัติและเอกลักษณ์ของประเทศนั้น ๆ ซึ่งเป็นสิ่งหนึ่งที่จะนำไปสู่สัมพันธภาพทางการเมือง ข้อตกลงหรือสัญญาระหว่างประเทศในด้านการท่องเที่ยวมักแสดงถึงความร่วมมือและความเข้าใจซึ่งกันและกันระหว่างประชากรในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก เป็นการแสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นสื่อนำไปสู่สันติภาพ นอกจากนั้นการท่องเที่ยวยังเป็นเครื่องมือในด้านการพัฒนาท้องถิ่นต่าง ๆ เช่น การส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวในบริเวณท้องถิ่นที่อยู่ห่างไกล ทำให้บริเวณนั้นเจริญก้าวหน้าขึ้น

๒.๔.๓.๓ ความสำคัญของการท่องเที่ยวในด้านสังคม มีดังนี้ คือ ๑) การท่องเที่ยวช่วยสร้างความรู้ความเข้าใจอันดีระหว่างคนในท้องถิ่นหนึ่งกับอีกท้องถิ่นหนึ่ง ได้แลกเปลี่ยนความคิดและสร้างความสามัคคีของคนในชาติได้เป็นอย่างดี ๒) การท่องเที่ยวจะช่วยพัฒนาและยกระดับความเจริญของคนในท้องถิ่นนั้นให้สูงขึ้น ๓) ก่อให้เกิดความมั่นคงและปลอดภัยในสังคม ทั้งนี้เพราะเมืองท่องเที่ยวจะมีลักษณะเป็นเมืองเปิดมีความสะดวกปลอดภัยและเจริญเพราะสิ่งเหล่านี้จะเป็นปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งยังผลประโยชน์ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นนั้นด้วย ๔) การท่องเที่ยวเป็นการกระจายรายได้ให้แก่เจ้าของท้องถิ่นนั้นอย่างทั่วถึง การพัฒนาระบบสาธารณสุขและสาธารณูปโภคเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ย่อมอำนวยประโยชน์แก่ประชาชนในท้องถิ่นด้วย ๕) การท่องเที่ยวช่วยให้มีสุขภาพทางกายและทางจิตที่ดี เนื่องจากได้เดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้พบเห็นสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ ได้รับความรู้เพลิดเพลินเป็นการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ๖) การท่องเที่ยวช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมและประเพณีอันดีงาม และช่วยเผยแพร่วัฒนธรรมอันดีงมต่อกัน ๗) การท่องเที่ยวเป็นการช่วยอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมอันดีงามของท้องถิ่น และช่วยกระตุ้นให้นำประเพณีและวัฒนธรรมประจำท้องถิ่นออกมาเผยแพร่ เพื่อดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นในท้องถิ่น ๘) การท่องเที่ยวช่วยสร้างความรู้สึกภาคภูมิในและหวงแหนในมรดกและศิลปวัฒนธรรมของตนตลอดจนช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรตามธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ตลอดไป ๙) การท่องเที่ยวจะช่วยส่งผลให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงภูมิประเทศ และสภาพแวดล้อมของตัวเมืองให้ดีและสวยงาม[๓๙]

---

[๓๙] วรรณา วงษ์วานิช, **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**, หน้า ๑๙-๒๒.

สรุปหลักการสำคัญของการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวการ มีสาระสำคัญที่ยึดถือเป็นแนวปฏิบัติสรุปได้เป็น ๓ ประการ ได้แก่

๑) ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ คือ การท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้เงินตราต่างประเทศ มีบทบาทต่อดุลการชำระเงิน มีบทบาทต่อการเจริญเติบโตและการขยายตัวของการลงทุน มีบทบาทต่อการสร้างงานและกระจายรายได้ ช่วยสนับสนุนให้เกิดการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ซึ่งได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ช่วยเสริมสร้างสัมพันธไมตรีอันดีต่อกันทั้งระหว่างคนในชาติและระหว่างชาติ และมีบทบาทต่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของประเทศ

๒) ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อการเมืองของประเทศ คือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นสื่อที่เกี่ยวข้องต่อความเข้าใจอันดีต่อกันทางการเมือง เช่น ถ้าสถานการณ์ภายในประเทศสงบเรียบร้อย ก็จะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเจริญก้าวหน้าด้วย และในทางกลับกันภาวะตกต่ำของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็ย่อมบอกถึงสภาพทางการเมืองของประเทศได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังสามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับชาวต่างประเทศ สร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน นอกจากนั้นการท่องเที่ยวยังเป็นเครื่องมือในด้านการพัฒนาท้องถิ่นต่าง ๆ เช่น การส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวในบริเวณท้องถิ่นที่อยู่ห่างไกล ทำให้บริเวณนั้นเจริญก้าวหน้าขึ้น

๓) ความสำคัญของการท่องเที่ยวในด้านสังคม คือ ช่วยสร้างความรู้ความเข้าใจอันดีระหว่างคนในท้องถิ่นหนึ่งกับอีกท้องถิ่นหนึ่ง ช่วยพัฒนาและยกระดับความเจริญของคนในท้องถิ่นนั้นให้สูงขึ้น ก่อให้เกิดความมั่นคงและปลอดภัยในสังคม เป็นการกระจายรายได้ให้แก่เจ้าของท้องถิ่นนั้นอย่างทั่วถึง ช่วยให้มีสุขภาพทางกายและทางจิตที่ดี ช่วยอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมอันดีงามของท้องถิ่นและช่วยกระตุ้นให้นำประเพณีและวัฒนธรรมประจำท้องถิ่นออกมาเผยแพร่ เพื่อดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นในท้องถิ่น ช่วยสร้างความรู้สึกภาคภูมิในและหวงแหนในมรดกและศิลปวัฒนธรรมของตน ช่วยส่งผลให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงภูมิประเทศ และสภาพแวดล้อมของตัวเมืองให้ดีและสวยงาม

### ๒.๔.๔ ประเภทการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ได้กล่าวมาแล้วว่าโดยทั่วไปแล้วทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถแยกตามลักษณะและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็น ๒ ประเภท คือ ๑) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และ ๒) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ที่มนุษย์สร้างขึ้น สำหรับประเภทการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมนั้นจัดเข้าในทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งสามารถแบ่งได้อย่างน้อย ๔ ประเภท ดังนี้

๒.๔.๑.๑ ด้านนันทนาการ คือ นำเอามาใช้ประโยชน์ในเชิงเป็นสถานที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจ ความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ช่วยผ่อนคลายความเครียด และเสริมสร้างสุขภาพกายสุขภาพจิต มีกิจกรรมหลายประเภทซึ่งจะช่วยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมได้เรียนรู้ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรม ซึ่งจะสร้างความประทับใจความรักความผูกพันต่อสถานที่และกิจกรรมที่จัดขึ้น ด้วยเหตุดังกล่าวนี้กิจกรรมนันทนาการจึงสามารถนำมาใช้เพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น แหล่งนันทนาการช่วยเสริมสร้างให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของศิลปะ ประเพณี และวัฒนธรรม ของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ช่วย

ให้นักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรม และได้เรียนรู้เข้าใจประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรม กิจกรรมเหล่านี้สามารถเสริมสร้างความผูกพัน ความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว และจะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวรายอื่น ๆ ให้อยากมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มากขึ้นด้วย

๒.๔.๑.๒ ด้านพาณิชย์ คือ นำเอามาใช้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ การซื้อขายและแลกเปลี่ยนสินค้า ดังได้กล่าวมาแล้วว่าในเรื่องที่ว่าด้วยความสำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ คือ การท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้เงินตราต่างประเทศ มีบทบาทต่อดุลการชำระเงิน มีบทบาทต่อการเจริญเติบโตและการขยายตัวของการลงทุน มีบทบาทต่อการสร้างงานและกระจายรายได้ ช่วยสนับสนุนให้เกิดการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ซึ่งได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ช่วยเสริมสร้างสัมพันธไมตรีอันดีต่อกันทั้งระหว่างคนในชาติและระหว่างชาติ และมีบทบาทต่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของประเทศ ดังนั้นอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวแต่ละประเภทที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จึงสามารถใช้เป็นเป็นสินค้าในเชิงพาณิชย์ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวและจับจ่ายใช้สอยเงินตราซื้อสินค้าที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นซึ่งจะทำให้เศรษฐกิจในอาณาบริเวณนั้นดีขึ้นตามไปด้วย

๒.๔.๑.๓ ด้านอุปโภค คือ นำเอามาใช้ประโยชน์ด้านใช้สอย แบ่งย่อยได้ ๔ ประเภท ได้แก่ ๑) ผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อ (Convenience Products) หมายถึงสินค้าประเภทที่ผู้ซื้อซื้อได้อย่างสะดวก มีวางจำหน่ายตามร้านค้าทั่วไป เป็นค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น สบู่ ผงซักฟอก น้ำยาล้างจาน ยาสีฟัน แชมพูสะผม เป็นต้น ๒) ผลิตภัณฑ์เลือกซื้อ (Shopping Products) หมายถึงสินค้าประเภทที่ผู้ซื้อต้องเปรียบเทียบด้านคุณภาพ ราคา หรือรูปแบบ ก่นตัดสินใจซื้อ เพราะสินค้าเหล่านั้นมีคุณภาพ ระดับราคา หรือรูปแบบที่ต่างกัน ผู้ซื้อจะใช้ความพยายามในการแสวงหาซื้อผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของตนมากที่สุด ซึ่งจะใช้เวลาในการซื้อนานกว่าผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อ ผลิตภัณฑ์เลือกซื้อมีทั้งชนิดที่เป็นสินค้าแบบเดียวกัน และสินค้าต่างแบบกัน หากเป็นสินค้าแบบเดียวกันผู้ซื้อจะเน้นคุณภาพ และราคาเป็นสำคัญ แต่ถ้าเป็นสินค้าต่างแบบกัน ผู้ซื้อจะเลือกรูปแบบก่อน แล้วค่อยพิจารณาคุณภาพ และราคาในลำดับต่อมา ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เลือกซื้อ เช่น บ้านหรือที่อยู่อาศัย รถยนต์ เสื้อผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น ๓) ผลิตภัณฑ์เจาะจงซื้อ (Specialty Products) หมายถึง สินค้าที่คุณสมบัติหรือลักษณะตรงใจผู้ซื้อเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นผู้ซื้อจะมีการตัดสินใจล่วงหน้าเกี่ยวกับการซื้อสินค้า การใช้ความพยายามซื้อจะสูงมาก ผู้จำหน่ายไม่จำเป็นต้องวางจำหน่ายอย่างกว้างขวางและทั่วถึง ผลิตภัณฑ์เจาะจงซื้อมักเป็นสินค้าที่มีอายุการใช้งานนาน ราคาต่อหน่วยสูง เช่น เครื่องดนตรี ของใช้หรูหราที่เน้นยี่ห้อ เครื่องบันทึกเสียงที่เน้นตรายี่ห้อ เป็นต้น ๔) ผลิตภัณฑ์ไม่แสวงยี่ห้อ (Unsought Products) หมายถึง สินค้าที่ผู้ซื้อไม่มีความต้องการซื้อ เนื่องจากเห็นว่าไม่มีความจำเป็น หรือไม่รู้มาก่อนว่ามีผลิตภัณฑ์ชนิดนี้วางจำหน่าย หากผู้ขายใช้ความพยายามในการขายให้มากก็สามารถจำหน่ายได้ ผลิตภัณฑ์ไม่แสวงยี่ห้อ เช่น ประกันชีวิต อุปกรณ์ชูชีพ เครื่องทำน้ำแร่ หนังสือสารานุกรม เป็นต้น

๒.๔.๑.๔ ด้านบริโภค คือ นำเอามาใช้ประโยชน์ด้านอาหาร แบ่งย่อยได้ ๓ ประเภท ได้แก่ ๑) ประเภทอาหารคาว คือ อาหารคาวของไทยโดยทั่วไปประกอบด้วยรสทุกรส ทั้งหวาน มัน เค็ม เปรี้ยว เผ็ด ตัวอย่างอาหารคาว (๑) ประเภทแกง เช่น แกงเผ็ด แกงคั่ว แกงส้ม ต้มยำ

ต้มโคล้ง ต้มส้ม ซึ่งจะใส่เนื้อสัตว์และผักต่าง ๆ ตามลักษณะของแกงแต่ละประเภท (๒) ประเภทผัด มีอยู่ ๒ อย่าง คือ ผัดจืดและผัดเผ็ด ผัดจืด มักจะใช้ผักและเนื้อทุกชนิด ปรุงรสด้วยน้ำปลา หรือซีอิ้วขาว ส่วนผัดเผ็ด ใช้เนื้อทุกชนิด ผัดกับพริกสด หรือพริกแห้ง ซึ่งอาจจะนำเครื่องแกงมาผัดแห้ง เช่น พะแนงไก่ ปลาดุก ผัดเผ็ด เป็นต้น (๓) ประเภทยำ เทียบได้กับสลัดผักของฝรั่ง รสของยำจะเหมาะกับลิ้นของคนไทย คือ มีรสจัด ยำแบไทยแยกได้เป็น ๒ รส คือ รสหวานและรสเปรี้ยว ยำที่มีรสหวานประกอบด้วย กะทิ มะพร้าวคั่ว เช่น ยำถั่วพู ยำทวาย ยำหัวปลี ส่วนยำที่มีรสเปรี้ยว ได้แก่ ยำใหญ่ และยำที่ใช้เนื้อประกอบผัก (๔) ประเภท ทอด เผา หรือ ย่าง สำหรับเนื้อสัตว์จะปรุงรส และดับกลิ่นคาว ด้วยผักชี กระเทียม พริกไทย และเกลือ เช่น กุ้งทอด หมูทอด ปลาทอด การเผาหรือย่าง เช่น กุ้งเผา ไก่ย่าง คอหมูย่าง เป็นต้น นอกจากที่กล่าวมาแล้วอาหารคาวของไทยยังมีประเภทอื่น ๆ อีก เช่น ประเภทเครื่องจิ้ม ประเภทเครื่องเคียง เป็นต้น ๒) ประเภทอาหารหวาน คือ อาหารหวานของไทยมีทั้งชนิดน้ำและแห้ง ส่วนมากปรุงด้วยกะทิ น้ำตาล และแป้ง เช่น กล้วยบวชชี ขนมเปียกปูน ขนมใส่ไส้หรือสอดไส้ ขนมหม้อแกง ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง สังขยา เป็นต้น ส่วนขนมหวานชนิดแห้งส่วนมากจะเป็นขนมอบ เพื่อเก็บใส่ขวดโหลไว้ได้นาน เช่น ขนมกลีบลำดวน ขนมโสมนัส ขนมหน้านวล ขนมทองม้วน ขนมผิง เป็นต้น ๓) ประเภทผลไม้ คือ เมืองไทยมีผลไม้มากมายหลายชนิด จึงต้องหาวิธีเก็บรักษาผลไม้เหล่านั้นไว้รับประทานนาน ๆ คนไทยมีวิธีถนอมอาหารหลายวิธี ได้แก่ วิธีดอง เช่น มะม่วงดอง มะยมดอง วิธีกวน เช่น กล้วยกวน ทุเรียนกวน วิธีตาก เช่น กล้วยตาก วิธีเชื่อม เช่น กล้วยเชื่อม สาเกเชื่อม วิธีแช่อิ่ม เช่น มะดันแช่อิ่ม ฟักแช่อิ่ม เป็นต้น ที่กล่าวมาทั้งหมดคือตัวอย่างของทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทที่นำมาใช้ประโยชน์ในด้านบริโภค

สรุปประเภทการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นการนำอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมทั้งที่เป็นแหล่งความเป็นอยู่และวิถีชีวิต หรือ แหล่งวัฒนธรรมประเพณีและหัตถกรรมพื้นเมือง ที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวมาใช้ประโยชน์ ซึ่งสามารถแบ่งได้อย่างน้อย ๔ ประเภท คือ ๑) ด้านพาณิชย์ คือ นำเอามาใช้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ การซื้อขายและแลกเปลี่ยนสินค้า ๒) ด้านนันทนาการ คือ นำเอามาใช้ประโยชน์ในเชิงเป็นสถานที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจ ความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ช่วยผ่อนคลายความเครียด และเสริมสร้างสุขภาพกาย สุขภาพจิต ๓) ด้านอุปโภค คือ นำเอามาใช้ประโยชน์ด้านใช้สอย และ ๔) ด้านบริโภค คือ นำเอามาใช้ประโยชน์ด้านอาหาร เป็นต้น

### ๒.๔.๕ การประยุกต์ใช้แนวคิดอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ได้กล่าวมาแล้วว่านำอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมทั้งที่เป็นแหล่งความเป็นอยู่และวิถีชีวิต หรือ แหล่งวัฒนธรรมประเพณีและหัตถกรรมพื้นเมือง ที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างได้อย่างน้อย ๔ ประเภท คือ ๑) ด้านพาณิชย์ คือ นำเอามาใช้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ การซื้อขายและแลกเปลี่ยนสินค้า ๒) ด้านนันทนาการ คือ นำเอามาใช้ประโยชน์ในเชิงเป็นสถานที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจ ความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ช่วยผ่อนคลายความเครียด และเสริมสร้างสุขภาพกาย สุขภาพจิต ๓) ด้านอุปโภค คือ นำเอามาใช้ประโยชน์ด้านใช้สอย และ ๔) ด้านบริโภค คือ นำเอามาใช้ประโยชน์ด้านอาหาร เป็นต้น นอกจากการใช้ประโยชน์ดังกล่าวแล้วยังสามารถประยุกต์ใช้แนวคิดการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ร่วมกับแนวคิดในการกำหนดมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ที่กรมการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้นำเสนอไว้ โดยมีองค์ประกอบพื้นฐานสำหรับประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ๔ ด้าน ดังนี้

๒.๔.๕.๑ องค์ประกอบที่ ๑ ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ๒ ด้าน ได้แก่ ๑) คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ประกอบด้วย ๗ ดัชนีชี้วัด ได้แก่ (๑) ความเป็น เอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ (๒) ความต่อเนื่องของการสืบสาน วัฒนธรรมประเพณี (๓) ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม (๔) ความต่อเนื่องในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้ต่าง ๆ ซึ่งนับเป็นมรดกทาง วัฒนธรรม (๕) ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบค้นได (๖) ความผูกพันต่อชุมชนท้องถิ่น (๗) ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ ๒) ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ๓ ดัชนีชี้วัด ได้แก่ (๑) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (๒) ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (๓) ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว

๒.๔.๕.๒ องค์ประกอบที่ ๒ ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ๒ ด้าน ได้แก่ ๑) ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ๒) ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก

๒.๔.๕.๓ องค์ประกอบที่ ๓ การบริหารจัดการ เกณฑ์ประเมินด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มี ๒ ด้าน ได้แก่ ๑) การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ๓ ดัชนีชี้วัดได้แก่ (๑) การจัดการด้านการรักษาสภาพแหล่งท่องเที่ยว (๒) การจัดการด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่ (๓) การจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจาก การท่องเที่ยว ๒) การจัดการด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ๓ ดัชนีชี้วัด ได้แก่ (๑) การจัดการ ด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว (๒) การจัดการด้านกิจกรรมการ ท่องเที่ยว (๓) การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก

๒.๔.๕.๔ องค์ประกอบที่ ๔ การมีส่วนร่วมของชุชน มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ๒ ด้าน ได้แก่ ๑) ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว พิจารณาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ชุมชนท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยวเช่น การนำเที่ยวการให้บริการต่าง ๆ ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนหรือบริหารจัดการ โดยการจัดตั้งองค์กรในท้องถิ่นเพื่อให้มีบทบาทในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ๒) ชุมชนมีส่วนร่วมเชิงเศรษฐกิจจากกิจกรรมการท่องเที่ยว พิจารณาจากการที่ชุมชนท้องถิ่นได้รับประโยชน์และรายได้จากการดำเนิน กิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ชุมชนมีรายได้จากการจ้างงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ชุมชนมีรายได้จากการเป็นผู้นำเที่ยว หรือให้บริการในกิจกรรมการท่องเที่ยว ชุมชนมีรายได้จากการขายอาหาร ของที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมือง ชุมชนมีรายได้จากการแสดงศิลปะพื้นเมือง ส่งเสริมโอกาส

การจ้างงานในชุมชนที่มีความเท่าเทียมกัน ทั้งสตรีผู้สูงอายุ ผู้พิการ และชนกลุ่มกลุ่มน้อย และส่งเสริมให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น เป็นต้น[๕๐]

สรุปการประยุกต์ใช้แนวคิดการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถประยุกต์ใช้แนวคิดการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมาเป็นกรอบในการปรับใช้ ซึ่งกรอบในการปรับใช้ดังกล่าวมี ๔ ด้านดังนี้ คือ ๑) ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ๒) ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ๓) ด้านการบริหารจัดการ และ ๔) ด้านการมีส่วนร่วมของชุชน เป็นต้น

## ๒.๕ ข้อมูลด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

ข้อมูลด้านอัตลักษณ์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ จากคำขวัญประจำจังหวัดสุรินทร์ต่อไปนี้ ทำให้เห็นถึงข้อมูลด้านอัตลักษณ์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ได้เป็นอย่างดี คือ “สุรินทร์ ถิ่นช้างใหญ่ ผ้าไหมงามประคำสวย ร่ำรวยปราสาท ผักกาดหวาน ข้าวสารหอม งามพร้อมวัฒนธรรม” สุรินทร์ถือว่ามีชื่อเสียงมากที่สุดในการมีหมู่บ้านช้างซึ่งเป็นที่รู้จักทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก มีหมู่บ้านประกอบอาชีพการทำผ้าไหมที่มีชื่อเสียงกระจายอยู่ทั่วไปในหลายอำเภอของจังหวัดสุรินทร์ มีหมู่บ้านประกอบอาชีพการทำประประคำ ที่ภาษาคนท้องถิ่นเรียกว่าว่า ประเกือม คือ การนำครื่องเงินมาทำเป็นเป็นเครื่องประดับต่าง ๆ ที่มีความสวยงาม มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไป เป็นดินแดนของอารยธรรมขอมที่มีปราสาทขอมกระจายอยู่ทั่วไปในหลายอำเภอของจังหวัดสุรินทร์ มีผักกาดดองหวาน หรือ ที่คนไทยรู้จักกันทั่วไปในนาม หัวไชโป๊ว หรือ หัวไชเท้า ซึ่งนักเที่ยวถือว่าเป็นสุดยอดผลิตภัณฑ์ที่เป็นของฝากที่มีชื่อเสียงอย่างหนึ่งของจังหวัดสุรินทร์ มีข้าวสารหอม ซึ่งเป็นข้าวหอมมะลิของจังหวัดสุรินทร์ที่มีชื่อเสียงมีปลูกกันมากในเขตทุ่งกุลาร้องให้ใน อำเภอชุมพลบุรีและอำเภอรัตนบุรี งามพร้อมวัฒนธรรม คือ เป็นจังหวัดที่มีความงดงามของวัฒนธรรมจากชนสามเผ่า คือ เขมร กูย ลาว นอกจากนี้จังหวัดสุรินทร์ยังเลิศล้ำด้วยพระสงฆ์สุปฏิบัติที่มีชื่เสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปจำนวนมาก สิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ สำหรับในงานวิจัยนี้คณะผู้วิจัยได้นำเสนอ เพียง ๔ หมู่บ้าน คือ ๑) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ๒) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวประเกือมและผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์ ๓) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ และ ๔) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ แต่ละหัวข้อจะได้นำเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

---

[๕๐] กรมการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.**คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม.**หน้า ๕๗-๗๗.

### ๒.๕.๑ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

สำหรับหมู่บ้านเลี่ยงช้างในจังหวัดสุรินทร์ส่วนใหญ่มีอยู่ในสองอำเภอ คือ อำเภอท่านตูมกับอำเภอชุมพลบุรี มีหมู่บ้านเลี้ยงช้างกระจายอยู่ในหลายชุมชน สำหรับในที่นี้ขอนำเสนอตัวอย่างหมู่บ้านท่องเที่ยวที่เป็นหมู่บ้านช้างในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน ๒ แห่ง ดังนี้

๒.๕.๑.๑ บ้านตากลาง หมู่ ๑๓ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม เดินทางจากอำเมืองเมืองสุรินทร์ ไปทางทิศเหนือ โดยใช้ถนนหมายเลข ๒๑๔ (สุรินทร์-จอมพระ) ระยะทางประมาณ ๕๘ กิโลเมตร ก่อนถึงอำเภอท่าตูมเลี้ยวซ้ายตรงแยกหมู่บ้านช้าง เข้าไปอีกประมาณ ๒๒ กิโลเมตร ก็ถึงชุมชนบ้านตากลาง

ประวัติบ้านตากลาง เป็นชุมชนชาวกูย ที่มีคงาผูกพันระหว่างคนกับช้าง เป็นหมูบ้านที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีศูนย์คชศึกษาในชุมชน เป็นหมู่บ้านที่มีอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นใน หลาย ๆ ด้าน ทั้งด้านลักษณะที่อยู่อาศัย ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ด้านวัฒนธรรมและประเพณี ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมไปถึงด้านสถานที่ท่องเที่ยว ชาวบ้านตากลางเลี้ยงช้างไว้เป็นเพื่อนอยู่ร่วมชายคาเดียวกับคน ช้างและคนมีวิถีชีวิตอยู่ร่วมกัน พึ่งพาเกื้อกูลกัน มีความผูกพันเสมือนหนึ่งในสมาชิกครอบครัว หมู่บ้านช้างบ้านตากลาง เป็นชุมชนที่มีความโดดเด่นในเรื่องของอัตลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณค่า ให้ทั้งความรู้และความบันเทิง เป็นสถานที่ที่สร้างชื่อเสียงและรายได้ให้แก่ชาวสุรินทร์ อัตลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านช้างบ้านตากลางมีดังต่อไปนี้

อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านตากลาง คือ ๑) ด้านประเพณีวัฒนธรรมและความเชื่อ เช่น การไหว้ศาลปู่ตา ศาลปะกำ แห่นาคบนหลังช้าง พิธีคู่แต่งงานให้คู่บ่าวสาวจดทะเบียนบนหลังช้าง เป็นต้น ๒) ด้านอาชีพ ทำนาเป็นอาชีพหลัก ๓) ภาษา ใช้ภาษากูย เขมร ลาว และภาษาไทย ๔) สถานที่ท่องเที่ยว เช่น ชมศาลปะกำช้าง พิพิธภัณฑ์ชาวกูย สถานที่จัดแสดงเกี่ยวกับอุปกรณ์การคล้อง อุปกรณ์เกี่ยวกับความเป็นอยู่ของชุมชน ศูนย์การเรียนรู้การทำสินค้า OTOP คือ กาทำตะขอช้าง การทำรื่องประดับที่มาจากหางช้าง ศูนย์การเรียนรู้การวาดภาพ ซึ่งสามารถให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมวาดภาพได้ตามจินตนาการ การนั่งช้างเที่ยวชมพูมิประเทศในชุชน กิจกรรมการปลูกป่าเพื่อเป็นอาหารช้าง ชมช้างระบายสี ชมการแสดงของช้างในบริเวณลานแสดงช้างภายในชุมชน ๕) ผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น ตะขอช้างที่มีด้ามทำจากเถาวัลย์บางชนิด เครื่องประดับที่ทำจากหางช้าง เช่น แหวน กำไล เป็นต้น ๖) อาหารพื้นถิ่น เช่น แกงหอยจุ๊บ ต้มไก่บ้านใส่ใบมะขามอ่อน แกงกล้วย ปลาเนื้ออ่อน น้ำพริกลาร้า เป็นต้น

๒.๕.๑.๒ บ้านตาทิตย์ หมู่ ๘ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม เดินทางจากอำเมืองเมืองสุรินทร์ ไปทางทิศเหนือ โดยใช้ถนนหมายเลข ๒๑๔ (สุรินทร์-จอมพระ) ระยะทางประมาณ ๕๘ กิโลเมตร ก่อนถึงอำเภอท่าตูมเลี้ยวซ้ายตรงแยกหมู่บ้านช้าง เข้าไปอีกประมาณ ๒๗ กิโลเมตร ก็ถึงชุมชนบ้านตาทิพย์ ประวัติบ้านตาทิพย์ เป็นอีกหมู่บ้านหนึ่งที่มีการเลี้ยงช้างไว้เป็นเพื่อนกับคน เป็นหมู่บ้านที่มีความผูกพันระหว่างคนกับช้าง มีวัฒนธรรมการเลี้ยงช้างที่น่าสนใจ มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นที่วิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์เป็นของตนเอง ดังนี้

อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านตาทิพย์ คือ ๑) ด้านประเพณีวัฒนธรรมและความเชื่อ เช่น การไหว้ศาลปู่ตา การเซ่นไหว้ศาลปะกำ ประเพณีแห่นาคบนหลังช้าง ประเพณี

สงกรานต์ ๒) ด้านอาชีพ ทำการเกษตรเป็นอาชีพหลัก ๓) ภาษา ใช้ภาษากูย เขมร ลาว และภาษาไทย ๔) สถานที่ท่องเที่ยว เช่น สุสานข้างวัดป่าอาเจียง ล่องแพที่วังทะลุซึ่งเป็นจุดรวมแม่น้ำชีและน้ำมูลมาบรรจบกัน ชมพิพิธภัณฑ์ครูบาใหญ่ผู้มีความชำนาญในการคล้องช้าง กิจกรรมการท่องเที่ยว คือ สัมผัสรุ่งอรุณยามเช้าด้วยการนั่งช้างเข้าป่าชุมชน ชมธรรมชาติและเรียนรู้การฝึกบังคับช้างอย่างง่าย ตื่นเต้นผจญภัยกับการล่องเรือชมวิวทิวทัศน์สองฝากฝั่งลำน้ำชี ร่วมปลูกป่าชุมชน ชมวิถีชีวิตการทำสวนพริกฝั่งลำน้ำชี อ้มช้างอาบน้ำ การนั่งช้างเพื่อชมพูมิทัศน์รอบ ๆ หมู่บ้าน พานักท่องเที่ยวตัดอ้อยเลี้ยงช้างเพื่อสร้างความคุ้นเคยทั้งเช้าและเย็น เป็นต้น ๕) ผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น กระดาษสาจากมูลช้าง ตะขอช้างที่มีด้ามทำจากเถาวัลย์บางชนิด เครื่องประดับที่ทำจากหางช้าง เช่น แหวน กำไล เป็นต้น ๖) อาหารพื้นถิ่น เช่น แกงหอยจุ๊บ ต้มไก่บ้านใส่ใบมะขามอ่อน แกงกล้วย ปลาเนื้ออ่น น้ำพริกลาร้า เป็นต้น ๗) ที่พักโฮมสเตย์ เป็นต้น

**๒.๕.๒ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวประเกือมและผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์**

สำหรับการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวประเกือมและผ้าไหมในจังหวัดสุรินทร์ คือ หมู่บ้านท่องเที่ยวประเกือมหรือประคำมีอยู่ในอำเภอเขวาสินรินทร์ ส่วนหมูบ้านท่องเที่ยวผ้าไหมมีอยู่หลายอำเภอกระจายอยู่ในหลายชุมชน คือ มีการทอผ้าไหมและนำออกจำหน่ายเป็นผลภันฑ์ชุมชน สำหรับในที่นี้ขอนำเสนอตัวอย่างหมู่บ้านท่องเที่ยวที่เป็นหมู่บ้านประเกือมหรือประคำในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน ๒ แห่ง และตัวอย่างหมู่บ้านท่องเที่ยวที่เป็นหมู่บ้านผ้าไหมในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน ๒ แห่ง รวม ไว้ ๔ แห่ง ดังนี้

๒.๕.๒.๑ หมู่บ้านท่องเที่ยวประเกือมหรือประคำ ๒ แห่ง ได้แก่ ๑) บ้าโชค และ ๒) บ้านนาตัง แต่ละหมู่บ้านมีรายละเอียด ดังนี้

๑) บ้านโชค หมู่ ๓ ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอเขวาสินรินทร์ เดินทางจากอำเมืองเมืองสุรินทร์ ระยะทางประมาณ ๒๐ กิโลเมตร โดยใช้ถนนหมายเลข ๒๑๔ (สุรินทร์-จอมพระ) ประมาณ ๑๔ กิโลเมตร ถึงแยกเขวาสินรินทร์ให้เลี้ยวขวา เข้าไปอีกประมาณ ๖ กิโลเมตร ก็ถึงชุมชนบ้านโชค

ประวัติของบ้านโชค คำว่า โชค ในภาษาถิ่นเขมร หมายถึง บัวหรือต้นบัว บ้านโชคหมายถึง บ้านซึ่งมีต้นบัวหรือต้นบัว สันนิษฐานว่าในอดีตอาณาบริเวณที่ต่อตั้งหมู่บ้านนี้น่าจะเป็นที่มีน้ำอุดมสมบูรณ์เพราะบัวมักเป็นพืชที่เกิดในแหล่งที่มีน้ำอุดมสมบูรณ์ ต้นบัวดังกล่าวจึงเป็นที่มาของชื่อหมู่บ้านนี้ บ้านโชคนี้เป็นชุมชนที่มีชื่อเสียงเกี่ยวกับหัตถกรรมเครื่องเงินโบราณ ในการทำเครื่องเงินโบราณให้เป็นเครื่องประดับของที่นี้จะใช้กรรมวิธีแบบโบราณซึ่งมีสืบทอดกันมายาวนาน โดยการผลิตลูกประคำเงิน หรือที่เรียกเป็นภาษาถิ่นเขมรว่า ลูกประเกือมเงิน หรือ ตะเกาเงิน จะมีลักษณะเป็นรูปดอกไม้ ไม่ว่าจะเป็นเข็มขัดสตรี กำไล สร้อย แหวน เมื่อนำมาเป็นเครื่องประดับ ก็จะมีความสวยงามลวดลายต่าง ๆ เหล่านี้ถือว่าเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นแห่งนี้ จึงทำให้เครื่องประดับในหมู่บ้านท่องเที่ยวแห่งนี้มีชื่อเสียงมาก เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งที่เป็นชาวไทยและชาวต่างชาติ เมื่อได้เข้ามาเที่ยวชมสถานที่แห่งนี้มักซื้อเครื่องเงินติดมือไปเป็นของฝากเสมอ

อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านโชค คือ ๑) ด้านประเพณีวัฒนธรรมและความเชื่อ เช่น การไหว้ศาลปู่ตา บายศรีสู่ขวัญ ประเพณีแซนโฎนตา ประเพณีเทศมหาชาติ ประเพณีทำบุญออกพรรษา พิธีบูชาเครื่องเงิน(แซนสน๊อป) รำตรัด และเรือมอันเร เป็นต้น ๒) ด้านอาชีพ มีการประกอบอาชีพ เกษตรกรรม และหัตถกรรม ๓) ภาษา ใช้ภาษาเขมรและภาษาไทย ๔) สถานที่ท่องเที่ยว มี ๒ แหล่ง คือ (๑) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนลุงป่วน เช่น เครื่องเงิน เป็นพ่อครูช่าง ภูมิปัญญาชาวบ้าน ศูนย์บริการเศรษฐกิจฐานราก เป็นศูนย์สินค้า OTOP ของชุมชน ศูนญ์พัฒนาการเรียนรู้ ICT ของหมู่บ้าน (๒) สถานที่จัดแสดงวิถีชีวิต “กลุ่มชาติพันธุ์ไทยเชื้อสานเขมร” เป็นสถานที่จัดแสดงความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ประเพณี อาหาร การแต่งกาย รวมถึงกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ๕) ผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น เครื่องประดับที่ทำจากเงินโบราณ เครื่องประดับหินสี ผ้าไหม ๖) อาหารพื้นถิ่น เป็นอาหารในท้องถิ่น เช่น แกงไก่ใส่หยวกกล้วย น้ำพริกปลาร้า ๗) ที่พักโฮมสเตย์ เป็นต้น

๒) บ้านนาตัง หมู่ ๘ ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอเขวาสินรินทร์ เดินทางจากอำเมืองเมืองสุรินทร์ ระยะทางประมาณ ๒๐ กิโลเมตร โดยใช้ถนนหมายเลข ๒๑๔ (สุรินทร์-จอมพระ) ประมาณ ๑๔ กิโลเมตร ถึงแยกเขวาสินรินทร์ให้เลี้ยวขวา เข้าไปอีกประมาณ ๖ กิโลเมตร ก็เข้าถึงชุมชนบ้านนาตัง

ประวัติของบ้านนาตัง เป็นหมู่บ้านของกลุ่มชาติพันธุ์เขมร การก่อตั้งหมู่บ้านนี้ คือ ได้มีสามีภรรยาคู่หนึ่งเข้าตั้งถิ่นฐานในบริเวณหมู่บ้านนี้ด้วยการประกอบอาชีพเกษตรกรรม จึงได้ขุดบ่อเพื่อเก็บน้ำไว้ใช้ในการทำเกษตร ขณะขุดบ่อก็ได้สังเกตเห็นดินที่ขุดขึ้นมามีลักษณะเป็นชั้น ๆ เหมือนตัง และนำเอาดินนั้นมากินก็อร่อย เลยเรียกดินในที่ตรงนี้ว่า “ตัง” ดินในบริเวณนี้ก็ใช้ทำนา จึงกลายเป็นที่มาของชื่อบ้านว่า “บ้านนาตัง” สำหรับบ้านนาตังนี้เป็นชุมชนที่มีชื่อเสียงเกี่ยวกับการผลิตเครื่องประดับเงิน ทอง ทองเหลือง ผลิตโดยกลุ่มหัตถกรรมเครื่องประดับเงินและทองเหลือง ซึ่งได้ดำเนินการมานาน ๑๐ กว่าปีแล้ว ปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่ม ประมาณ ๔๐ คน เน้นการผลิตเครื่องประดับทองเหลืองตามที่ลูกค้าสั่ง โดยมีลูกทั้งภายในประเทศ เช่น กรุงเทพฯ นครราชสีมา กาญจนบุรี เป็นต้น และ ลูกค้าจากต่างประเทศ เช่น ลาวและกัมพูชา เป็นต้น ปัจจุบันมีการจัดทำข้อมูลผลิตภัณฑ์ลงในแคตตาล๊อก นำไปจำหน่ายบนเครื่องบินในทุกเส้นทางของการบินไทย

อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านโชค คือ ๑) ด้านประเพณีวัฒนธรรมและความเชื่อ เช่น การรำกันตรึม การไหว้ศาลปู่ตา ประเพณีแซนโฎนตา โจลแมม๊วต(การเข้าทรงเพื่อรักษาโรค) การไหว้พระแม่โพสพ การเรียกขวัญข้าว บายศรีสู่ขวัญ รำกะลา การแต่งกาย ใส่ผ้าซิ่นไหมสไบ และสะโสร่ง (นุ่งผ้าไหม ใส่เครื่องเงิน) เป็นต้น ๒) ด้านอาชีพ ประกอบอาชีพทำนา ๓) ภาษา ใช้ภาษาเขมรและภาษาไทย ๔) สถานที่ท่องเที่ยว เช่น พิพิธภัณฑ์ผ้าไหมโฮลโบราณ ศูนย์การเรียนรู้การทอผ้าไหม และการย้อมไหมจากธรรมชาติศูนย์การเรียนรู้การทำเครื่องประดับเงินและทอง ศูนย์การเรียนรู้การทำเครื่องจักสาน และศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ๕) ผลิตภัณฑ์ชุมชน เสน่ห์ของบ้านนาตัง คือ เป็นชุมชนที่อนุรักษ์การย้อมผ้าไหมจากสีธรรมชาติเป็นอันดับหนึ่งของจังหวัดสุรินทร์ จนขึ้นชื่อว่า “ราชินีแห่งผ้าไหมบ้านนาตัง” และ “เครื่องประดับทองเหลือง” คือ ผ้าไหมโฮลจากสีธรรมชาติที่มีลายโดดเด่นเป็นอัตตลักษณ์ เช่น ลายสาคู ลายอันตรูม กระเป๋าผ้าไหม พวงกุญแจ เครื่องประดับเงินและทองเหลือง ๖) อาหารพื้นถิ่น เช่น แกงหอยจุ๊บ หมูแดดเดียว ไส้กรอกอีสาน ๗) ที่พักโฮมสเตย์

๒.๕.๒.๑ หมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหม ๒ แห่ง ได้แก่ ๑) บ้านท่าสว่าง และ ๒) บ้านสวาย แต่ละหมู่บ้านมีรายละเอียด ดังนี้

๑) บ้านท่าสว่าง หมู่ ๑ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ เดินทางจากอำเมืองเมืองสุรินทร์ ระยะทางประมาณ ๑๐ กิโลเมตร โดยใช้ถนนหมายเลข ๒๐๒๖ ใช้เวลาเดินทางประมาณ ๑๗ นาที ก็เข้าถึงชุมชนบ้านท่าสว่าง

ประวัติของบ้านท่าสว่าง เดิมมีชื่อว่า บ้านเตรึ๊ยะ เป็นภาษาเขมร คำว่า เตรึ๊ยะ เป็นชื่อต้นไม้ชะนิดหนึ่ง ในภาษาไทยต้นเรียกต้นไม้ชนิดนี้ว่า ต้นชาด ในปี พ.ศ. ๒๔๘๕ บรรพบุรุษของบ้านเตรึ๊ยะได้อพยพมาจากบ้านระเภาร์ที่อยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งออกจากบ้านเตรึ๊ยะออกไปประมาณ ๕ กิโลเมตร มาตั้งเป็นหมู่บ้านเตรึ๊ยะ ต่อมาได้รวมเอาหมู่บ้านที่อยู่ใกล้กันกับบ้านเตรึ๊ยะตั้งเป็นตำบลท่าสว่าง และบ้านเตรึ๊ยะก็ได้เปลี่ยนชื่อมาเป็นบ้านท่าสว่างตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา และในปัจจุบัน บ้านท่าสว่างนี้ ถือเป็นหนึ่งในหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว เส้นทางสายไหม ของจังหวัดสุรินทร์

อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่าสว่าง คือ ๑) ด้านประเพณีวัฒนธรรมและความเชื่อ เช่น การรำกันตรึม การไหว้ศาลปู่ตา รำทอผ้าไหม รำเรือมอันเร การบายศรีสู่ขวัญ ประเพณีแซนโฎนตา การทำบุญประเพณีตามฮีตสิบสองครองสิบสี่ของชาวพุทธในภาคอีสาน การแต่งกาย ใส่ผ้าซิ่นไหมพื้นถิน ผ้าสไบเฉียง และสะโสร่ง ๒) ด้านอาชีพ ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ๓) ภาษา ใช้ภาษาเขมรและภาษาไทย ๔) สถานที่ท่องเที่ยว เช่น ศูนย์การเรียนรู้ทอผ้าไหม การย้อมสีผ้าไหมจากธรรมชาติ ตลาดผ้าไหมบ้านท่าสว่าง ศูนย์การเรียนรู้การใส่ฟันหวีเครื่องทอผ้าไหม การทอผ้าไหมบ้านจันทร์โสมา โรงงานทอผ้าไหมยกทองโบราณของอาจารย์วีรธรรม ตระกูลเงินไทย ๕) ผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น ผ้าไหมยกทอง ๑,๔๑๖ ตะกอ ผ้าไหมแปรรูป ผ้าไหมพื้นเมืองทุกชนิด สบู่ โลชั่นโปรตีนจากใยไหม ๖) อาหารพื้นถิ่น เช่น แกงไก่ใส่หยวกกล้วย น้ำพริกปลาร้า ประหลาดทอด ขนมนางเล็ด ๗) มีที่พักโฮมสเตย์ มีบริการอาหารสองมื้อ มีบริการมัคคุเทศก์นำเที่ยว มีบริการจัดแสดงวัฒนธรรมพื้นบ้าน มีบริการจัดอาหารทำบุญตักบาตร เป็นต้น

๒) บ้านสวาย หมู่ ๓ ตำบลสวาย อำเภอเมืองสุรินทร์ เดินทางจากอำเมืองสุรินทร์ประมาณ ๒๒ กิโลเมตร ตามถนนหมายเลข ๒๒๖ ใช้เวลาประมาณ ๓๐ นาที ก็ถึงชุมชนบ้านสวาย

ประวัติของบ้านสวาย เริ่มมีมาตั้งแต่ พ.ศ. ๒๔๓๓ ในสมัยพระยาสุรินทรภักดีศรีไผทสมันต์ (เยียบ) เจ้าเมืองสุรินทร์ ได้มีราษฎร จำนวนหนึ่งอพยพออกจากในตัวเมืองไปอยู่นอกกำแพงเมืองสุรินทร์ เพื่อดำรงชีวิตอยู่ด้วยการประกอบอาชีพทางการเกษตร ราษฎรที่อพยพออกมานอกกำแพงเมืองเหล่านี้ได้ตั้งหลักแหล่งใหม่ได้ประกอบอาชีพทำสวน ทำนาอยู่ทางบ้านสลักได บ้านแสลงพัน บ้านโคกอาโพน บ้านแกใหญ่ บ้านแกน้อย บ้านพระปืด ส่วนกลุ่มที่อพยพลงไปทางทิศใต้ระแรกก็ได้ไปตั้งถิ่นฐานอยู่ที่บ้านสวายนาแห้ว ต่อมาพวกชาวบ้านนาแห้วนี้ได้ไปทำนาอยู่ทางทิศใต้หมู่บ้าน ซึ่งห่างประมาณ ๘ กิโลเมตร ขณะที่ไปทำนาอยู่ที่นั้นรู้สึกว่าการเดินทางสัญจรไปทำนาลำบากมาก ทำให้การเดินทางเสียเวลานาน เนื่องเส้นทางเดินเป็นป่าทึบ มีสัตว์ร้ายนานาชนิด ต่อมาจึงได้อพยพครอบครัวไปอยู่ในที่นา ซึ่งในบริเวณทำนาที่นั้นมีหนองน้ำและมีต้นมะม่วงใหญ่อยู่ต้นหนึ่ง จึงตั้งชื่อว่า บ้านสวาย ต่อมาจำนวนประชากรเพิ่มขึ้น จึงขยายหมู่บ้านออกไปทางทิศเหนือและทิศตะวันออก จึงเรียกชื่อหมู่บ้านที่เกิดใหม่นี้ว่า บ้านสวายใหม่ บ้านสวายที่เกิดก่อนเรียกว่า บ้านสวายจ๊ะ คำว่าสวาย เป็นภาษา

เขมรพื้นบ้าน แปลว่า มะม่วง, จ๊ะ แปลว่า เก่า ชื่อบ้านสวายจึงได้มีตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา บ้านสวายเป็นชุมชนเก่าแก่ มีอาชีพหลักคือการทำนา เมื่อว่างจากทำนาก็มาประกอบอาชีพทอผ้าไหม บ้านสวายจึงเป็นชุมชนที่มีชื่อเสียงด้านการทอผ้าไหมอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดสุรินทร์ เป็นแหล่งผลิตผ้าไหมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ ส่งขายทั้งในและนอกพื้นที่ ทั่วไประเทศ เป็นชุมชนต้นแบบ Village to the world 4.0 ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเข้ามามีส่วนร่วมและจัดขึ้น เพื่อขานรับนโยบายในการพัฒนาและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนแบบยั่งยืน เป็นต้น

อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านสวาย คือ ๑) ด้านประเพณีวัฒนธรรมและความเชื่อ เช่น การไหว้ศาลปู่ตา รำเรือมอันเร รำกันตรึม การทำบุญประเพณีตามฮีตสิบสองครองสิบสี่ของชาวพุทธในภาคอีสาน การแต่งกาย ใส่ผ้าซิ่นไหมพื้นถิ่น ผ้าสไบเฉียง และสะโสร่ง ๒) ด้านอาชีพ อาชีพหลักคือการทำนา อาชีพเสริมคือการทอผ้าไหม ๓) ภาษา ใช้ภาษาเขมร ลาว และภาษาไทย ๔) สถานที่ท่องเที่ยว เช่น ไหว้พระที่วัดนารายณ์บุรินทร์ ไหว้พระดินปั้น ๑,๐๐๐ ปี ที่วัดตามตอม เที่ยววนอุทยานพนมสวาย เคาะระฆัง ๑,๐๘๐ ใบ สักการะสถูปอัฐิหลวงปู่ดุล อตุโล กราบสักการะรอยพระพุทธบาทจำลอง ชมบ้านเขมรและยุ้งฉางโบราณ ศูนย์การเรียนรู้การทอผ้าไหมลายเอกลักษณ์และย้อมจากสี สัมผัสกับวิถีชีวิตของชาวบ้าน เช่น การเลี้ยงสัตว์ ปลูกพืชทางการเกษตรแบบอินทรีย์ ๕) ผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น ผ้าไหมตั้งแต่ ๓ ตะกอ จนถึง ๑๘ ตะกอ ผ้าไหมแปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ ผ้ามัดหมี่สีธรรมชาติ เคมี ผ้าคลุมเตียงมัดหมี่ไหมที่ใหญ่ที่สุดในโลก ๖) อาหารพื้นถิ่น เช่น แกงกล้วยกะทิ หมกปลาซิว แกงผักหวานอีสานใต้ ยำดักแด้ ข้าวต้มใบมะพร้าว ข้าวต้มด่าง เป็นต้น

### ๒.๕.๓ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวปราสาทขอม จังหวัดสุรินทร์

สำหรับการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวปราสาทขอมในจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งมีกระจายอยู่ในหลายอำเภอและหลายชุมชนของจังหวัดสุรินทร์ สำหรับในที่นี้ขอนำเสนอตัวอย่างหมู่บ้านท่องเที่ยวที่เป็นหมู่บ้านปราสาทขอมในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน ๔ แห่ง ดังนี้

๒.๕.๔.๑ ปราสาทภูมิโปน หมู่ ๖ บ้านภูมิโปน ตำบลดม อำเภอสังขะ อยู่ห่างจากตัวเมืองสุรินทร์ไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ ประมาณ ๖๐ กิโลเมตร เดินทางจากจังหวัดสุรินทร์ใช้ถนนหมายเลข ๒๐๗๗ (สุรินทร์ – สังขะ) ต่อด้วยถนนหมายเลข ๒๑๒๔ (สังขะ-บัวเชด) อีกประมาณ ๑๐ กิโลเมตร ก็เข้าสู่ชุมชนบ้านภูมิโปน

ประวัติของปราสาท ชื่อปราสาทแห่งนี้สันนิษฐานว่าน่าจะมาจากชื่อภาษาเขมร ๒ คำคือ “ภูมิ” ซึ่งในภาษาเขมรออกเสียงว่า “ปูม” หมายถึงแผ่นดินหรือสถานที่ และ “ปูน” ซึ่งออกเสียงว่า “โปน” แปลว่า “หลบซ่อน” รวมความแล้วมีความหมายว่า “ที่หลบซ่อน” จากความหมายของชื่อมีความสัมพันธ์กับท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับปราสาทแห่งนี้คือเรื่อง “เนียงเด๊าะทม” แปลว่า “นางนมใหญ่” ซึ่งมีเรื่องเล่าว่าเป็นพระราชธิดาของกษัตริย์แต่ถูกนำมาพักอาศัย ณ เมืองนี้ เพื่อหลบหนีภัยสงคราม

ปราสาทภูมิโปน เป็นปราสาทอิฐ ๓ หลัง เป็นศิลปะขอมสมัยก่อนเมืองพระนคร สร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ ๑๒ ถึง ๑๓ [๔๑] ถือว่าเป็นปราสาทที่มีอายุเก่าแก่ที่สุดที่พบอยู่ในประเทศไทยปัจจุบัน

๒.๕.๔.๒ ปราสาทตาเมือนธม หมู่ ๕ บ้านหนองคันนา ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก อยู่ทางทิศใต้ของจังหวัดสุรินทร์ การเดินทางจากจังหวัดสุรินทร์ ออกไปทางทิศใต้ ตามทางหลวงหมายเลข ๒๑๔ (สุรินทร์-ช่องจอม) ผ่านอำเภอปราสาท เลยลงไปทิศใต้อีกจนถึงแยกไปอำเภอบ้านกรวดให้เลี้ยวขวาไปตามทางหลวงหมายเลข ๒๒๔ เมื่อถึงตำบลตาเมียง ที่หลักกิโลเมตรที่ ๓๖ ให้เลี้ยวซ้ายไปตามทางหลวงหมายเลข ๒๔๐๗ ตรงไปอีกประมาณ ๘ กิโลเมตร ตามถนนลาดยางผ่านหมู่บ้านหนองคันนาเข้าสู่ปราสาทตาเมือน ปัจจุบันปราสาทแห่งนี้เปิดให้เข้าเยี่ยมชมได้ตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐น. – ๑๕.๐๐ น. ทุกวัน ไม่เว้นวันหยุดราชการ

ประวัติของปราสาท กลุ่มปราสาทตาเมือน สร้างขึ้นในสมัยของพระเจ้าชัยวรมันที่ ๗ มีอายุราวพุทธศตวรรษที่ ๑๘ ที่เรียกว่าธรรมศาลา หรือที่พักคนเดินทาง (บ้านมีไฟ) จากจารึกปราสาทพระขรรธ์กล่าวไว้ว่า พระเจ้าชัยวรมันที่ ๗ โปรดให้สร้างที่พักคนเดินทางไว้จำนวน ๑๒๑ แห่ง ดังนี้ คือ ตามถนนสายต่าง ๆ จำนวน ๕๗ แห่ง (น่าจะเป็น ๕๙) ตามถนนจากเมืองนครหลวง(ยโสธปุระ) ไปยังราชธานีของอาณาจักรจามปา จำนวน ๑๗ แห่ง ตามถนนจากเมืองนครไปยังเมืองพิมาย (อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา) จำนวน ๔๔ แห่ง และตามถนนไปยังเมืองบางเมืองอีก ๑ แห่ง จากการศึกษาของนักวิชาการที่ผ่านมาได้พบว่า โบราณสถานที่อยู่บนเส้นทางเชื่อมต่อกับเมืองพิมายนี้สร้างด้วยศิลาแลงทั้งสิ้น [๔๒] โบราณสถานกลุ่มปราสาทตาเมือนนี้ก็เป็นปราสาทที่สร้างด้วยศิลาแลง จึงน่าจะเป็นหนึ่งในบรรดาปราสาทซึ่งกล่าวถึงที่อยู่บนเส้นทางเชื่อมต่อกับเมืองพิมายนี้ด้วย

๒.๕.๔.๓ ปราสาทช่างปี่ หมู่ ๑ บ้านช่างปี่ ตำบลช่างปี่ อำเภอศีขรภูมิ ออกเดินทางจากตัวจังหวัดสุรินทร์ไปทางทิศตะวันออก ตามเส้นทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๒๒๖ (สุรินทร์-ศีขรภูมิ) เลี้ยวซ้ายเข้าตำบลช่างปี่ก็เข้าชมตัวปราสาทได้เลย

ประวัติของปราสาท ปราสาทช่างปี่นี้เป็นสิ่งก่อสร้างที่เรียกว่าอโรคยาศาลหรือโรงพยาบาลในสมัยนั้น สันนิษฐานว่าปราสาทแห่งนี้น่าจะสร้างขึ้นในราวต้นพุทธศตวรรษที่ ๑๘ ในสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ ๗ ปราสาทช่างปี่นี้คงเป็นปราสาทแบบเขมรที่สร้างยังไม่เสร็จสมบูรณ์ เห็นได้จากหน้าบันและทับหลังที่มีอยู่ยังสลักไม่เสร็จ อาจเป็นเพราะความเร่งรีบจึงมิได้สลักลวดลายหรือเรื่องราวใด ๆ ให้เห็นเหมือนกับที่พบในปราสาทอื่น ๆ ที่สร้างขึ้นในสมัยเดียวกัน

๒.๕.๔.๔ ปราสาทศีขรภูมิหรือปราสาทระแงง หมู่ ๑ บ้านปราสาท ตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ อยู่ห่างจากจังหวัดสุรินทร์ไปทางทิศตะวันออก ประมาณ ๓๔ กิโลเมตร ตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๒๒๖ (สุรินทร์-ศีขรภูมิ) ผู้ประสงค์จะเดินทางไปเที่ยวชมปราสาทแห่งนี้ เปิดให้ชมตั้งแต่เวลา ๐๗.๐๐-๑๗.๐๐ น. อัตราค่าเข้าชม คนไทย ๑๐ บาท ชาวต่างชาติ ๓๐ บาท ทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการ

---

[๔๑] คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุในคณะกรรมการอำนวยการจัดงานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ จัดพิมพ์เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา ๖ รอบ ๕ ธันวาคม ๒๕๔๒, **วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดสุรินทร์**, หน้า ๔๖.

[๔๒] สำนักศิลปากรที่ ๑๒ นครราชสีมา กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม, **โบราณสถานกลุ่มปราสาทตาเมือน**, แผ่นพับข้อมูลการเข้าชมโบราณสถาน, ขอรับแผ่นพับข้อมูลเมื่อ วันที่ ๑๖ มิถุนายน ๒๕๕๕.

ประวัติของปราสาท ปราสาทศีขรภูมินี้คนในท้องถิ่นเรียกว่า ปราสาทบ้าระแงง ตั้งอยู่ในพื้นที่ราบกลางเมืองโบราณบ้านปราสาท ตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ สังเกตจากลักษณะทางศิลปกรรม คือ ลวดลายและเสาที่ทับหลังมีลักษณะปนกันระหว่างรูปแบบศิลปะขอมแบบปาปวน (พ.ศ. ๑๕๐๐-๑๖๕๐) และแบบนครวัด (พ.ศ. ๑๖๕๐-๑๗๐๐) จึงสันนิษฐานว่าปราสาทแห่งนี้น่าจะสร้างขึ้นมาประมาณในราวกลางพุทธศตวรรษที่ ๑๗ หรือต้นสมัยนครวัด ในสมัยพระเจ้าสุริยวรมันที่ ๒ (พ.ศ. ๑๖๕๖-๑๖๘๘) ปราสาทแห่งนี้เป็นศาสนสถานของศาสนาฮินดูลัทธิไศวนิกาย ต่อมาในพุทธศตวรรษที่ ๒๒ หรือในสมัยอยุธยาตอนปราย ปราสาทแห่งนี้ได้ถูกดัดแปลงให้เป็นวัดในพระพุทธศาสนาเถรวาท ประจำชุมชนแถบนี้ดังปรากฏหลักฐาน คือ พบจารึกด้วยอักษรธรรมที่ขอบประตูด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้กล่าวถึงพระเถระและท้าวพระยาร่วมกันบูรณปฏิสังขรณ์ปราสาทศีขรภูมิให้เป็นวัด นอกจากนี้ในห้องครรภคฤหของปราสาทประธานยังถูกดัดแปลงให้ใช้เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูป และส่วนยอดของปราสาทประธานและปราสาทประธานด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้ก็ถูกดัดแปลงให้เป็นยอดแบบพระธาตุศิลปะลาว เช่น พระธาตุเมืองจันทร์ อำเภอเมืองจันทร์ จังหวัดศรีสะเกษ ปราสาทศีขรภูมินี้ กรมศิลปากรประกาศขึ้นทะเบียนโบราณสถานในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ ๙๘ ตอนที่ ๑๐๔ วันที่ ๓๐ มิถุนายน พ.ศ.๒๕๒๔ และประกาศกำหนดขอบเขตโบราณสถานในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ ๙๘ ตอนที่ ๒ วันที่ ๓๐ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๒๔ เนื้อที่ ๑๐ ไร่ ๒ งาน ๒๗ ตารางวา

### ๒.๕.๔ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

สำหรับการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งมีกระจายอยู่ในหลายอำเภอและหลายชุมชนของจังหวัดสุรินทร์ สำหรับในที่นี้ขอนำเสนอตัวอย่างหมู่บ้านท่องเที่ยวที่เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน ๓ แห่ง ดังนี้

๒.๕.๔.๑ วัดป่าอาเจียง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสุรินทร์อีกแห่งหนึ่ง คือ โดยมีวัดป่าอาเจียง (สุสานช้าง) เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาที่สำคัญ สุสานช้างแห่งนี้สร้างขึ้นจากแนวนิดของ พระครูสมุห์หาญ ปญฺญาธโร เจ้าอาวาสวัดป่าอาเจียง โดยได้คิดสร้างสุสานช้างวัดป่าอาเจียงแห่งนี้ขึ้น เพื่อให้เป็นแหล่งเรียนรู้เชิดชูเกียรติช้างไทย เป็นที่สำหรับเก็บรวบรวมกระดูกช้างที่เสียชีวิตแล้ว จุดเริ่มต้นแนวคิดนี้คือ เมื่อได้เห็นช้างในชุมชนล้มตายลงในที่ใดก็ตามเจ้าของช้างมักฝังซากศพไว้ในที่ตรงนั้น เนื่องจากช้างเป็นสัตว์มีขนาดใหญ่เคลื่อนย้ายยาก เมื่อเป็นเช่นนี้ทำให้เกิดมีหลุมฝังซากศพช้างกระจายอยู่ทั่วไปในอาณาบริเวณของชุมชนหมู่บ้านตากลาง โดยข้อเท็จจริงแล้วชุมชนบริเวณที่อยู่รอบ ๆ วัดป่าอาเจียงล้วนเป็นหมู่บ้านช้าง ในวันข้างหน้าหากไม่มีช้างเหลืออยู่ สุสานช้างแห่งนี้จะเป็นหลักฐานยืนยันบอกให้รู้ว่าที่ตรงนี้เคยเป็นหมู่บ้านช้างและอีกประการหนึ่งสุลานช้างแห่งนี้ ยังสามารถใช้เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตของคนและช้างในชุมชนนี้ได้อีกด้วย[๔๓]

---

[๔๓] พระสมุห์หาญ ปญฺญาธโร, เจ้าอาวาสวัดป่าอาเจียง(สุสานช้าง) ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูมจังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์, ๑๗ มีนาคม ๒๕๖๒.

สำนักงานจังหวัดสุรินทร์ ได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตของชุมชนแห่งนี้ไว้ว่า หมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ นับเป็นหมู่บ้านชาวกูยเก่าแก่ที่เลี้ยงช้างมานานแต่เมื่อครั้งบรรพบุรุษ ซึ่งได้เลือกพื้นบริเวณที่ลำน้ำชีมาสบกับลำน้ำมูลซึ่งเป็นป่าดงริมน้ำ กว้างใหญ่ มีอาหารเพียงพอแก่ช้าง การเลี้ยงช้างของชาวกูยไม่ได้เลี้ยงไว้เพื่อการทำงานหนักหรือใช้ชักลากไม้แบบทางภาคเหนือของไทย แต่เลี้ยงช้างเหมือนหนึ่งสมาชิกในครอบครัว ลูกชาวชาวกูยบางคนก็เกิดมาพร้อมกับช้าง ความผูกพันระหว่างคนกับช้างจึงเป็นเรื่องราวที่แยกกันไม่ออก แม้จะไม่มีการออกไปจับช้างป่าอีกแล้ว แต่ช้างบ้านหลายรุ่นก็ตกลูกช้างออกมาอย่างสม่ำเสมอ เมื่อลูกช้างโตขึ้นมีอายุประมาณสองปีเจ้าของช้างก็ต้องนำมาฝึกเพื่อรับคำสั่งต่าง ๆ ภายในหมู่บ้านช้างแห่งนี้ยังมีการจัดตั้งศูนย์คชศึกษาขึ้น มีกิจกรรมการแสดง และการให้ความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับการเลี่ยงช้าง เช่น การคล้องช้าง พิธีเส้นไหว้ผีปะกำ การแสดงความสามารถของช้างแสนรู้ ชมช้างเล่นน้ำ เป็นต้น ภายในหมูบ้านยังได้จัดสร้างพิพิธภัณฑ์ช้างเพื่อรวบรวมความเป็นมาเกี่ยวกับช้าง อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการคล้องช้าง และให้ความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับช้าง ในปี พ.ศ. ๒๕๔๙ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ ได้จัดทำโครงการ “นำช้างคืนถิ่น เพื่อพัฒนาท้องถิ่นบ้านเกิด” โดยการนำช้างเลี้ยงมาอยู่ในบริเวณหมู่บ้านช้างมากว่า ๒๐๐ เชือก เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้แก่คนพื้นเมือง และการพัฒนาท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง[๔๔]

ดังนั้นแต่ละวันจึงมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมในสถานที่ท่องเที่ยววัดป่าอาเจียงและศูนย์คชศึกษาไม่ขาดสาย สำหรับวัดป่าอาเจียง(สุสานช้าง) ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชม แต่ศูนย์คชศึกษามีอัตราค่าธรรมเนียมเข้าชม ชาวไทย บัตรราคา ๕๐ บาท ชาวต่างประเทศ บัตรราคา ๑๐๐ บาท เปิดให้เข้าชมได้ตั้งแต่ เวลา ๐๘.๐๐-๑๖.๐๐ น. ทุกวัน มีกิจกรรมการแสดงความสามารถต่าง ๆ ของช้างให้ได้ชมวันละ ๒ รอบ คือ รอบเช้า เวลา ๑๐.๐๐ น. และ รอบบ่าย เวลา ๑๔.๐๐ น.

๒.๕.๔.๒ วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ ความเป็นมาของวัดแห่งนี้ได้เริ่มขึ้นในปี พ.ศ. ๒๕๓๒ โดยพระอาจารย์เยื้อน ขนฺติพโล ได้ปรึกษากับพันเอกอนันต์ นอกไทย ว่าพื้นที่ป่าศาลา ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด นี้ทางคณะสงฆ์จะขอใช้เป็นสถานที่ปฏิบัติวิปัสสนา ท่านก็ไม่ขัดข้องและพร้อมที่จะสนับสนุนให้สร้างเป็นวัดที่ถูกต้อง เนื่องจากจะสงวนพื้นที่ดังกล่าว ไว้เพื่อการปฏิบัติธรรมและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ต่อมาพันเอกอนันต์เกิดเจ็บป่วยจึงได้ฝากให้ พลโทเชษฐา ฐานะจาโร (ตำแหน่งในขณะนั้น) ช่วยดูแลและให้การสนับสนุนต่อ จนได้รับอนุมัติให้ใช้พื้นที่ป่าศาลาเป็นที่ปฏิบัติธรรม และตั้งขึ้นเป็นวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ตามประกาศของกระทรวงศึกษาธิการในปี พ.ศ. ๒๕๔๐ โดยมีพระอาจารย์เยื้อน ขนฺติพโล เป็นเจ้าอาวาส โดยการสนับสนุนของกองกำลังสุรนารี และกองทัพภาคที่ ๒ ในปี พ.ศ. ๒๕๓๕ ทางวัดได้จัดให้มีโครงการส่งเสริมพระพุทธศาสนาเพื่ออนุรักษ์ป่าและพัฒนาสิ่งแวดล้อม เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ในวโรกาสเจริญพระชนม์พรรษาครบ ๕ รอบ โดยจัดตั้งเป็นพุทธอุทธยาน บนพื้นที่ ๑๐,๗๙๔ ไร่ ของวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร โดยพระเจ้าวรวงศ์เธอพระองค์เจ้าโสมสวลีพระวรราชาทินัดดามาตุ ทรงรับเป็นประธานคณะกรรมการอุปถัมภ์โครงการ นอกจากนี้ทางกองกำลังสุรนารี และกองทัพภาคที่ ๒ โดยสำนัก ปชด. ได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ของการอนุรักษ์ป่าแห่งนี้ จึงได้ผลักดันให้เกิด

---

[๔๔] สำนักงานจังหวัดสุรินทร์,**มหัศจรรย์เมืองสุรินทร์**,(สุรินทร์:โรงพิมพ์รุ่งธนเกียรติออฟเซ็ท,๒๕๕๔), หน้า ๓๑.

เป็นโครงการตามพระราชเสาวนีย์ ของสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ พ.ศ. ๒๕๓๖ ได้รับอนุมัติจากรัฐมนตรีว่าการทรวงเกษตรและสหกรณ์ เมื่อวันที่ ๕ พฤศจิกายน ๒๕๓๖ ให้ใช้พื้นที่ในเขตป่าห้วยสำราญ อำเภอบัวเชด จังหวัดสุรินทร์ เพื่อการปฏิบัติธรรมและอนุรักษ์ป่าและสัตว์ป่าเป็นสมบัติของชาติ โดยมีพื้นที่หลังการตรวจสอบของกรมป่าไม้แล้ว รวมทั้งสิ้น ๑๐,๘๖๕ ไร่

พ.ศ. ๒๕๓๘ จัดทำโครงการสร้างพุทธอุทยาน เพื่อการอนุรักษ์ป่าไม้และสิ่งแวดล้อม วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร อำเภอบัวเชด จังหวัดสุรินทร์ โดยมีเป้าหมายให้เป็นเขตปลูกป่า ฟื้นฟูสภาพป่า และรักษาป่าให้สมบูรณ์เป็นสถานที่ฝึกการปฏิบัติธรรม บำเพ็ญภาวนาสำหรับพระภิกษุ สามเณร และพุทธศาสนิกชนทั่วไป และดำเนินการให้ราษฎรในพื้นที่มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ส่งเสริมให้ราษฎรช่วยอนุรักษ์ป่าไม้แหละสัตว์ป่า พ.ศ. ๒๕๕๕ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ รับพื้นที่ป่าวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ซึ่งมีสภาพเป็นป่าดิบแล้งที่อุดมสมบูรณ์ประกอบด้วยต้นไม้มีค่าหายากกล้วยไม้ที่ใกล้จะสูญพันธุ์ สมุนไพรนานาชนิด เป็นแหล่งต้นน้ำลำธารและที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าหลายประเภท เหมาะสมที่จะเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้เชิงนิเวศและวิจัยพันธุ์ไม้หายาก ไว้เป็นโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ เมื่อวันที่ ๑๗ พฤษภาคม ๒๕๕๕[๔๕] และสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้เช่นเดียวกัน สำนักงานจังหวัดสุรินทร์ ได้ให้ข้อมูลว่า วัดเขาศลาหรือพุทธอุทยานเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีป่าและภูเขาล้อมรอบ มีเนื้อที่ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ ๑๐,๘๖๕ ไร่ อุดมสมบูรณ์ไปด้วยพันธุ์ไม้ และสมุนไพรหายาก รวมทั้งสัตว์ป่านานาชนิด เป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำ ลำธาร มีทัศนียภาพงดงาม สภาพแวดล้อมดี เงียบ สงบ ร่มเย็น เหมาะกับการศึกษาปฏิบัติธรรมและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ภายในวัดแห่งนี้มีพระสถูปเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ มีรอยพระพุทธบาทบนหิน มีรูปหล่อพระพุทธรูปปางต่าง ๆ มีรูปหล่อพระเจจิอาจารย์ที่มีชื่อเสียงหลายรูป มีพระพุทธบารมีสยามบุรีพิทักษ์ เป็นพระพุทธรูปปางนาคปรกสีทองขนาดใหญ่ มีหน้าตักกว้าง ๙ เมตร ประดิษฐานบนยอดเขา มองเห็นแต่ไกล[๔๖]

บุญขาน โทขันธ์ ได้เขียนเล่าเรื่องเกี่ยวกับวนอุทยานเขาศาลา ผานางคอย และน้ำตกไตรคีรี ว่า สถานที่แห่งนี้ตั้งอยู่ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด บริเวณใกล้ชายแดนไทย-กัมพูชาวนอุทยานเขาศาลาเป็นที่ประดิษฐานพระนาคปรก มีผานางคอยหน้าผาสูง มีบรรยากาศเหมาแก่การชมวิว ทิวเขาป่าไม้ บริเวณด้านล่างเป็นอ่างเก็บน้ำจรัส ห่างไปไม่ไกลนักมีน้ำตกไตรคีรี เป็นน้ำตกที่อยู่ในลำห้วยรุนเดินทางจากอ่างเก็บน้ำจรัสโดยทางเรือ ๔๕ นาที เดินทางทางเท้าต่ออีกประมาณครึ่งชั่วโมงก็ถึงน้ำตกแห่งนี้ หรือหากเดินทางเท้าจากเขาศาลาระยะทางประมาณ ๓ กิโลเมตร ก็ถึงน้ำตกไตรคีรี[๔๗] จุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้คือ มีพระพุทธบารมีสยามบุรีพิทักษ์เป็นพระพุทธรูปปางนาคปรกขนาดใหญ่ มีศาสนสถานและศาสนวัตถุเป็นพระสถูปเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ จุดชมวิวผานางคอย รอยพระพุทธบาทจำลอง มีศาสนบุคคลที่ชาวพุทธทั่วไปให้ความศรัทธาเลื่อมใส คือ รูปหล่อพระสุปฏิบัติ เช่น หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต หลวงปูดุล อตุโล พระราชวิสุทธิมุนี (เยื้อน ขนฺติพโล) มีจากจุดชมวิว

---

[๔๕] พระสุวิทย์ กตสาโรและคณะ, **ขันติเป็นพลัง ประวัติและพระธรรมเทศนา พระพิศาลศาสนกิจ (เยื้อน ขนฺติพโล)**, (อุดรธานี: ไทยชบ กราฟฟิค เฮ้าส์, ๒๕๕๕), หน้า ๓๙-๔๑.

[๔๖] สำนักงานจังหวัดสุรินทร์, **มหัศจรรย์เมืองสุรินทร์**, หน้า ๕๕.

[๔๗] บุญขาน โทขันธ์, **ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ตามรอยอารยธรรมไผทสมันเมืองสุรินทร์**, (สุรินทร์: โรงพิมพ์ ส.พันธุ์เพ็ญ, ๒๕๕๒), หน้า ๒๔.

สามารถมองเห็นอ่างเก็บน้ำบ้านจรัสและทิวเขาพนมฏองเร็ก ซึ่งเป็นแนวเขตชายแดนไทย-กัมพูชา มีกิจกรรมการตักบาตรพระประจำวันเกิด มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวบูชาดอกไม้ธูปเทียนนำไปสักการบูชา พระพุทธรูปและรูปเคารพอื่น ๆ มีป่าไม้ตามสองข้างทางสวยงาม มีสาธารณูปโภคพื้นฐานเพียงพอไว้รองรับสำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชม เหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจากสถานที่ต่าง ๆ เข้ามาเยี่ยมชมในแต่ละวันเป็นจำนวนมาก สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแต่อย่างใด ดังนั้นแต่ละวันจึงมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมในสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ไม่ขาดสาย เปิดให้เข้าเยี่ยมชมชมได้ทุกวัน ตั้งแต่เวลา ๐๘.๐๐-๑๖.๓๐ น.

๒.๕.๔.๓ วัดตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ ออกเดินทางจากตัวจังหวัดสุรินทร์ไปทางทิศตะวันออก ตามเส้นทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๒๒๖ (สุรินทร์-สำโรงทาบ) ต่อด้วยถนนหมายเลข ๒๗๙ ระยะทางประมาณ ๕๘ กิโลเมตร ก็จะเข้าสู่ชุมชนบ้านตะเคียน

ประวัติบ้านตะเคียน เป็นชุมชนดั้งเดิมของชาวกูยโบราณที่ยังคงรักษาภาษาขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม และประเพณีโบราณ ดั้งเดิมเอาไว้ได้เป็นอย่างดี เป็นชุมชนดั้งเดิมที่สืบเชื้อสายมาจากชาวกูยซึ่งเป็นชนพื้นเมืองที่อาศัยอยู่บริเวณนี้มายาวนานนับ ๑๐๐ ปีจนถึงปัจจุบัน ทั้งยังมีความศรัทธาในศาลปู่ตาซึ่งเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ประจำอยู่ในหมู่บ้านอย่างมาก ปัจจุบันชุมชนแห่งนี้ถือเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีอีกหนึ่งหมู่บ้านตามเส้นทางท่องเที่ยวชาติพันธ์ เขมร กูย และลาว จังหวัดสุรินทร์

อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านตะเคียน คือ ๑) ด้านประเพณีวัฒนธรรมและความเชื่อ เช่น การไหว้ศาลปู่ตา รำแกล-มอ-ออ การแต่งกาย ผ้าซิ่นไหมลายพื้นบ้าน เสื้อแซวแขวนกระบอกแบบชาวกูย สไบ และ โสร่ง ๒) ด้านอาชีพ อาชีพหลักคือการทำนา ๓) ภาษา ใช้ภาษากูย และภาษาไทย ๔) สถานที่ท่องเที่ยว เช่น วัดตะเคียน(โพธิ์สิตาราม) ภายในวัดมีไม้ตะเคียนโบราณและมีพระองค์ใหญ่ประดิษฐานอยู่กลางแจ้งให้คนในชุมชนสักการะบูชา พิพิธภัณฑ์ชาวกูยเป็นสะถานที่จัดแสดงสิ่งของเครื่องใช้ เครื่องแต่งกายของชาวกูย เจดีย์ไม้โบราณกว่า ๒๐๐ ปี สมัยโบราณมีบรรพบุรุษเสียชีวิต ก็จะนำเอาอัฐิมาบรรจุไว้ในเจดีย์ไม้แห่งนี้ ฐานบั้งไฟไม้โบราณ ฟาร์มจระเข้ ฐานเรียนรู้เกษตรยุคใหม่ตามศาสตร์พระราชาการทอผ้าไหมที่ย้อมด้วยสีจากลูกมะเกลือ ศูนย์เรียนรู้การแซวผ้าไหม(การปักผ้า) การทำบายศรีสู่ขวัญจากใบตอง ฐานเรียนรู้การทำขนมไทย ขนมเทียนใบตดหมา ขนมขี้หนู ขนมแป๊ะกลี๊ ลอดช่องใบเตย เรียนรู้การรำแกลมอ ๕) ผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น ผ้าไหมลายลูกแก้ว เสื้อแซว หัวซิ่น ที่รองแก้วจากผ้าไหม กระเป๋าผ้าไหม ตีนซิ่นและแถบซิ่น ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ สมุนไพรไล่ยุงตะไคร้หอม ขนมเปียกปูนใบเตยสด ๖) อาหารพื้นถิ่น เช่น ยำดักแด้ น้ำพริกมะดัน แกงปูใส่เผือก ๗) ที่พักโฮมสเตย์ เป็นต้น

## ๒.๖ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องศาสนาและวัฒนธรรม : การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ คณะผู้วิจัยได้วางกรอบการสืบค้นรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำข้อค้นพบมาเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

ทวีศักดิ์ ทองทิพย์ และบรรจงโสดาดี ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณค่าและอิทธิพลของกลุ่มปราสาทขอมที่มีต่อวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น จังหวัดสุรินทร์ ผลของการวิจัยพบว่า

๑) การสำรวจโบราณสถานกลุ่มปราสาทขอมในเขตจังหวัดสุรินทร์ พบว่า ๑) ด้านข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดสุรินทร์ ดินแดนแถบนี้มีมนุษย์อาศัยอยู่มาแล้วประมาณ ๒,๐๐๐ ปี เคยเป็นอาณาจักรขอมโบราณที่เจริญรุ่งเรือง เมื่อขอมเสื่อมอำนาจลงก็มีชนชาว “ส่วยหรือกูย” อพยพมาจากเมืองอัตปือแสนแป แคว้นจำปาศักดิ์ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวโดยมีหัวหน้ากลุ่มชื่อ “เชียงปุม” เข้าตั้งถิ่นฐานอยู่บริเวณนี้และได้ตั้งจังหวัดสุรินทร์ขึ้น ซึ่งปัจจุบันมีเนื้อที่ประมาณ ๘,๑๒๔.๐๕๖ ตารางกิโลเมตร แบ่งเขตการปกครองเป็น ๑๗ อำเภอ มีประชากรรวมทั้งสิ้น ๑,๓๘๑,๗๖๑ คน ๒) ด้านข้อมูลพื้นฐานของโบราณสถานกลุ่มปราสาทขอมในเขตจังหวัดสุรินทร์ มีปราสาทขอมตั้งอยู่ในอำเภอต่าง ๆ ประมาณ ๓๘ แห่ง รูปแบบสถาปัตยกรรมของปราสาทขอมแบ่งได้เป็น ๓ รูปแบบ คือ แบบปราสาทหลังเดียว แบบปราสาทสามหลัง และแบบปราสาทห้าหลัง ประเภทวัสดุที่นำมาสร้างปราสาทขอม แบ่งได้เป็น ๓ ประเภท คือ ประเภทหินทราย (Sandstone) ประเภทศิลาแลง (Laterite) และ ประเภทอิฐ (Bricks)

๒) ความสัมพันธ์ด้านศาสนาในกลุ่มปราสาทขอมเขตจังหวัดสุรินทร์ พบว่า ๑) ด้านศาสนาในกลุ่มปราสาทขอมเขตจังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลด้านศาสนาของจังหวัดสุรินทร์ มีวัดในพระพุทธศาสนา ๗๑๘ แห่ง ที่พักสงฆ์ ๕๒๒ แห่ง โบสถ์ในศาสนาคริสต์ ๒๔ แห่ง และมัสยิดในศาสนาอิสลาม ๑ แห่ง ๒) ความสัมพันธ์ด้านศาสนาในกลุ่มปราสาทขอมเขตจังหวัดสุรินทร์ แบ่งเป็น ๔ กลุ่ม คือ ความสัมพันธ์โบราณสถานกลุ่มปราสาทขอมกับศาสนาประจำท้องถิ่น ความสัมพันธ์โบราณสถานกลุ่มปราสาทขอมกับศาสนาพราหมณ์-ฮินดู ความสัมพันธ์โบราณสถานกลุ่มปราสาทขอมกับพระพุทธศาสนามหายาน และความสัมพันธ์โบราณสถานกลุ่มปราสาทขอมกับพระพุทธศาสนาเถรวาท

๓) คุณค่าและอิทธิพลของกลุ่มปราสาทขอมที่มีต่อวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นจังหวัดสุรินทร์ พบว่า ๑) ด้านวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นจังหวัดสุรินทร์ มีชนอยู่ร่วมกัน ๓ กลุ่ม พูดต่างกัน ๓ ภาษา คือ ภาษาเขมร ส่วย และลาว แต่ละกลุ่มมีวิถีชีวิตเรียบง่าย มีความสามัคคี รักษาภาษา ประเพณีและวัฒนธรรม ของตนไว้ได้เป็นอย่างดี ๒) ด้านคุณค่าและอิทธิพลกลุ่มปราสาทขอมที่มีต่อวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นจังหวัดสุรินทร์ มี ๓ ด้าน คือ (๑) ด้านสังคม เช่น ด้านความเชื่อ คือ มีความเชื่อเกี่ยวกับผี มีการนับถือเทพเจ้าในศาสนาพราหมณ์-ฮินดู ปัจจุบันคนในท้องถิ่นส่วนใหญ่นับถือพระพุทธศาสนาแต่ก็ได้นับถือผีหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่สิงสถิตอยู่ในปราสาทขอมควบคู่กันไปกับการนับถือพระพุทธศาสนาด้วย ด้านการศึกษา คือ สถานศึกษาในท้องถิ่นได้ออกแบบสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ให้เป็นศิลปะแบบขอมและได้ใช้ปราสาทขอมเป็นสื่อและแหล่งเรียนรู้ ด้านวัฒนธรรมและประเพณี คือ ปราสาทเป็นแหล่งที่ก่อเกิดตำนาน วัฒนธรรมและประเพณี ที่มีอยู่ในท้องถิ่นจำนวนมาก (๒) ด้านเศรษฐกิจ เช่น ด้านการผลิตสินค้า คือ ตัวปราสาทขอมมิได้เป็นสิ่งผลิตสินค้าแต่ได้มีอิทธิพลที่ก่อให้เกิดการผลิตสินค้าอื่นในท้องถิ่นเนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดสุรินทร์ ด้านการจำหน่ายจ่ายแจก คือ เป็นสถานที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองที่ผลิตขึ้นจากฝีมือของคนในท้องถิ่น ด้านการบริโภคใช้สอย คือ เป็นสถานที่บริโภคใช้สอยสินค้าของคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมปราสาทขอมในจังหวัดสุรินทร์ (๓) ด้านการเมืองการปกครอง มีคุณค่าและอิทธิพลต่อการเมืองการปกครอง ๒ ระดับ คือ อิทธิพลต่อการเมืองระดับชาติและระดับประเทศ เช่น ในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๕๓-๒๕๕๕ พรรคการเมืองบางพรรคในประเทศไทยได้นำกรณีข้อพิพาทกับประเทศเพื่อนบ้านเกี่ยวกับกลุ่มปราสาทตาเมือนมาเป็นประเด็นหาเสียงให้กับฝ่ายของตนเอง นอกจากนี้กลุ่มปราสาทขอมที่อยู่ติดเขตชายแดนไทยและ

กัมพูชา เช่น ปราสาทตาควายและปราสาทตาเมือน เป็นต้น ทั้งไทยและกัมพูชาต่างก็อ้างกรรมสิทธิ์เหนือปราสาทเหล่านี้ จึงทำให้ทั้งสองประเทศเกิดข้อพิพาทถึงขั้นรบกันด้วยอาวุธหนักอยู่หลายครั้ง อิทธิพลที่มีต่อการเมืองระดับท้องถิ่น คือ นักการเมืองในระดับท้องถิ่นนำไปใช้เป็นนโยบายหาเสียง เป็นแหล่งจัดกิจกรรมทางการเมือง และเป็นแหล่งประชาสัมพันธ์ผลงานของนักการเมือง เป็นต้น[๔๘]

กาญจนา เตรียมธนาโชค ได้ทำการวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวสู่แดนพุทธภูมิตามหลักบุญกิริยาวัตถุ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการท่องเที่ยวสู่แดนพุทธภูมิตามหลักบุญกิริยาวัตถุ พัฒนารูปแบบและกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่แดนพุทธภูมิตามหลักบุญกิริยาวัตถุ และเสนอผลการท่องที่ยวสู่แดนพุทธภูมิสู่แดนพุทธภูมิตามหลักบุญกิริยาวัตถุ ผลการวิจัยค้นพบเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม คือ เป็นประวัติศาสตร์ที่ถูกบันทึกไว้ในรูปของคัมภีร์พระไตรปิฎก ได้แก่ สถานที่ประสูติ มีปรากฏอยู่ใน สัมปาทนียสูตร มหาปทานสูตร สถานที่ตรัสรู้ มีปรากฏอยู่ใน โพธิราชกุมารสูตร ปฏิจจสมุปบาทสูตร สถานที่แสดงธรรม มีปรากฏอยู่ใน ธัมมจักกัปปวัตตนสูตร อนัตตลักษณสูตร สถานที่ปรินิพพาน มีปรากฏอยู่ใน มหาปรินิพพานสูตร การท่องเที่ยวสู่แดนพุทธภูมิตามหลักบุญกิริยาวัตถุ เป็นการเดินทางไปยังสังเวชนียสถาน โดยการนำพระสูตรมาเป็นแนวทางเพื่อสั่งสมบุญกิริยาวัตถุ ในการไปเยือนนั้นเป็นการไปเพื่อพัฒนาจิตใจ เรียนรู้ของจริง ดูของจริง ลงมือทำ กระบวนการท่องเที่ยวสู่แดนพุทธภูมิตามหลักบุญกิริยาวัตถุ จึงมีกิจกรรมหลักอยู่ ๖ กิจกรรม คือ ๑)กิจกรรมไหว้พระสวดมนต์ ทำสมาธิ อุทิศส่วนบุญกุศล ๒) การถวายสังฆทาน ๓) การฟังธรรม ๔) การสนทนาธรรม ๕) การพิจารณาอาหาร ๖) การพิจารณาธรรมอยู่เนือง ๆ แต่ละกิจกรรมล้วนมีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้ ลงมือปฏิบัติและเห็นผลจากการปฏิบัติตามหลักบุญกิริยาวัตถุ[๔๙] เป็นต้น

วีระพงศ์ เกียรติไพรยศ และคณะ ได้ทำวิจัยเรื่อง การจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทางโบราณสถานล้านนาที่ปรากฏในวรรณกรรมชินกาลมาลีปกรณ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานล้านนาที่ปรากฏในวรรณกรรมชินกาลมาลีปกรณ์ ศึกษาคุณค่าและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานล้านนาที่ปรากฏในวรรณกรรมชินกาลมาลีปกรณ์ และ เสนอรูปแบบและวิธีการจัดการเส้นทางการเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานล้านนาที่ปรากฏในวรรณกรรมชินกาลมาลีปกรณ์ สำหรับประเด็นรูปแบบและวิธีการจัดการเส้นทางการเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานล้านนาที่ปรากฏในวรรณกรรมชินกาลมาลีปกรณ์ แบ่งได้เป็น ๓ รูปแบบ คือ ๑) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวทั้ง ๑๔ แห่ง คือ พื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ๑๐ แห่ง และพื้นที่จังหวัดเชียงราย ๔ แห่ง ซึ่งแต่ละแห่งจะต้องมีการจัดทำป้าย เอกสาร แผ่นพับเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว

๒) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงการปฏิบัติธรรม พบว่า จากแหล่งท่องเที่ยวทั้ง ๑๔ แห่ง ในปัจจุบันมีเพียงแห่งเดียวที่พร้อมรองรับการปฏิบัติธรรม คือ วัดร่ำเปิง (ตโปทาราม) ตำบลสุเทพ อำเภอ

---

[๔๘] ทวีศักดิ์ ทองทิพย์ และบรรจงโสดาดี. **"คุณค่าและอิทธิพลของกลุ่มปราสาทขอมที่มีต่อวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น จังหวัดสุรินทร์"**, รายงานการวิจัย (มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์), ๒๕๕๕, หน้า บทคัดย่อ .

[๔๙] กาญจนา เตรียมธนาโชค,**"การท่องเที่ยวสู่แดนพุทธภูมิตามหลักบุญกิริยาวัตถุ"**รายงานการวิจัย, (สาวิกาสิกขาลัย คณะมนุษยศาสตร์), ๒๕๖๐, หน้า ๑๑๐-๑๑๑.

เมือง จังหวัดเชียงใหม่ แต่เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดเป็นวัดจึงควรมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงการปฏิบัติธรรม

๓) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงประเพณีวัฒนธรรม พบว่า มีแหล่งท่องเที่ยวทีมีประเพณีวัฒนธรรมประจำปีที่นอกเหนือจากวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา ๙ แห่ง สรุปประเพณีวัฒนธรรมดังนี้ (๑) ประเพณีแห่พระ (๒) ประเพณีสรงน้ำพระธาตุเจดีย์ (๓) ประเพณีสลากภัต (๔) ประเพณีบูชาเสาอินทขีล (๕) ประเพณีตักบาตรเป็งปุ๊ด (ตักบาตรเที่ยงคืนของวันขึ้น ๑๕ ค่ำ ที่ตรงกับวันพุธ) (๖) สวดสะเดาะห์นพเคราะห์ (๗) งานกตัญญู และ (๘) งานอายุวัฒนมงคล

จากรูปแบบที่กล่าวมา เสนอให้มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานล้านนาที่ปรากฏในวรรณกรรมชินกาลมาลีปกรณ์ ดังนี้

๑) การจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยใช้หลัก ๓E คือ (๑) การเรียนรู้ (Education) (๒) กิจกรรม (Employment) และ (๓) เศรษฐกิจ (Economic)

๒) การจัดการการท่องเที่ยวเชิงการปฏิบัติธรรม โดยใช้หลักในการจัดการ คือ (๑) จัดการให้ความรู้ (Educating Management) (๒) การจัดการข้อมูล (Data Management) (๓) การจัดการสถานที่ (Location Management) (๔) การจัดการเวลา (Time Management) และ (๕) จัดการการปฏิบัติ (Practice Management)

๓) การจัดการการท่องเที่ยวเชิงประเพณีวัฒนธรรม โดยใช้หลักในการจัดการ คือ (๑) จัดการให้ความรู้ (Educating) และ (๒) การมีส่วนร่วม (Participation)[๕๐]

พระมหาสุทิตย์ อาภากโร และคณะ ได้ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดในกรุงเทพมหานคร พบว่า วัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทั้ง ๙ วัด ในกรุงเทพมหานคร มีขีดความสามารถในการรองรับทางการท่องเที่ยวทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม โดยวัดให้ความสำคัญกับคุณค่าของสิ่งแวดล้อมในเชิงรูปธรรม พุทธศิลปกรรม และมีการนำความรู้ทางพระพุทธศาสนามาเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยว สำหรับรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดในกรุงเทพมหานครพบว่า มี ๔ รูปแบบ คือ ๑) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวชมสถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม และการเที่ยวชมบริเวณวัด (เชิงวัตถุธรรม) ๒) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาล ประเพณี และวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา (เชิงวัฒนธรรม) ๓) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาความรู้ (เชิงนามธรรมการเรียนรู้) และ ๔) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาในเชิงลึก เช่น การฝึกสมาธิ การฟังธรรม[๕๑] เป็นต้น

**จิรานุช โสภาและคณะ** ได้ทำวิจัยเรื่อง ศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกของประเทศไทย กรณีศึกษา: อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชรและอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า แหล่ง

---

[๕๐] วีระพงศ์ เกียรติไพรยศ และคณะ, **"การจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทางโบราณสถานล้านนาที่ปรากฏในวรรณกรรมชินกาลมาลีปกรณ์"** รายงานการวิจัย, (มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย), ๒๕๖๐), หน้า ๑๐๙-๑๑๐.

[๕๑] พระมหาสุทิตย์ อาภากโร และคณะ,**"รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดในกรุงเทพมหานคร"**, **รายงานวิจัย**, (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย), ๒๕๕๒, หน้า บทคัดย่อ.

ท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและสุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร ถือเป็นแหล่งโบราณสถานที่มีความดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นแหล่งที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่เป็นมรดกโลก การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกในภาพรวม หน่วยงานภาครัฐยังมีบทบาทมากกว่าชุมชนในท้องถิ่น ด้านปัญหาที่เกิดจากที่ตั้งอุทยานประวัติศาสตร์ ได้พบปัญหาที่แตกต่างกันดังนี้ คือ ๑) อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีพื้นที่ตั้งอยู่ในเขตเมือง เมื่อชุมชนเมืองได้มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจมากทำให้เกิดปัญหาการรุกล้ำพื้นที่มรดกโลก ๒) อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศรีสัชนาลัย กำแพงเพชร มีพื้นที่ตั้งแยกออกไปจากชุมชนเมือง มิได้มีปัญหาการลุกล้ำพื้นที่มรดกโลกเหมือนกับที่เกิดกรณีของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาแต่ก็ได้ประสบปัญหาด้านพื้นที่ทับซ้อนกับที่อยู่อาศัยและพื้นที่ทำกินของคนในชุมชน[๕๒]

**จีรนันท์ ทองสมัคร** ได้เขียนบทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องประกอบด้วย เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีส่วนได้เสีย หากมีการพัฒนาที่เหมาะสมก็จะเอื้อต่อกระบวนการปลูกจิตสำนึกให้ผู้มีส่วนได้เสียในชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้กระการด้านธุรกิจการท่องเทียว ร่วมกันรักษาสมดุลของทรัพยากรการท่องเที่ยว เกิดการเรียนรู้และเผยแพร่เอกลักษณ์ของท้องถิ่น สร้างงาน สร้างรายได้ ให้ชุมชน สนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยว ไม่ทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคต[๕๓] เป็นต้น

พรมมินทร์ พวงมาลาจรัส และคณะ ได้ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบยั่งยืน บ้านแม่กำปอง กิ่งอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า สภาวะการณด้านการทองเที่ยวได้เปลี่ยนไปในทิศทางที่ถูกต้องและชัดเจนขึ้น มีรูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นขั้นเป็นตอน ชาวบ้านมีความเขาใจในเรื่องการทองเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบยั่งยืน ชุมชนมีความเข้มแข็ง มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมีมาตรฐานในการดำรงชีวิตมากขึ้น ชาวบ้านเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์ธรรมชาติได้รับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในหมูบ้าน มีผลงานของภูมิปัญญาชาวบ้าน มีแนวทางที่ถูกต้องในการจัดสรรรายไดให้กับชุมชนและประชาชน หมูบ้านได่รับการตกแต่งปรับปรุงให้สวยงาม ได้เส้นทางการเดินป่า ในการปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ เห็นศักยภาพของชุมชนในด้านการทองเที่ยวและองค์วามรูของชุมชนในด้านต่างๆ มีการกำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับกลุ่ม[๕๔]

พระสุธีรัตนบัณฑิต (อาภากโร) และ พระใบฎีกาสัญญา อภิวณฺโณ (สดประเสริฐ) ได้ทำวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของไทยและอาเซียน โดยมี

---

[๕๒] จิรานุช โสภา และคณะ, **"ศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกของประเทศไทย กรณีศึกษา :อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชรและอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน"**, รายงานวิจัย, (มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต), ๒๕๕๔, หน้าบทคัดย่อ.

[๕๓] จีรนันท์ ทองสมัคร, "การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน", **วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย**, ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๕๖): หน้า ๙๑-๑๑๔.

[๕๔] พรมมินทร์ พวงมาลาจรัส และคณะ, **รูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบยั่งยืน บ้านแม่กำปอง กิ่งอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่**, **รายงานวิจัย**, (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๔๔), หน้าบทคัดย่อ.

วัตถุประสงค์เพื่อเสนอยุทธศาสตร์และนโยบายการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของไทยและอาเซียน ผลการวิจัย พบว่า ยุทธศาสตร์ที่สำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมนั้น มียุทธศาสตร์ที่สำคัญ ได้แก่การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมเชิงศาสนาและวัฒนธรรม การบริหารจัดการการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม การสร้างเครือข่ายภูมิศาสตร์วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียนยังมีแนวโน้มและการเติบโตและมีศักยภาพสูง มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์ มีวิถีชีวิตวิถีชุมชนและวัฒนธรรมที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว หากมีการส่งเสริมจากภาครัฐที่เหมาะสมจะทำให้มีแนวโน้มที่จะเกิดการพัฒนาและเป็นเครือข่ายท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวของประเทศและนำไปสู่การพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน[๕๕]

มาโนช พรหมปัญโญ และคณะ ได้เขียนบทความเรื่องแนวทางการเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยมีวัตถุประสงค์ (๑) เพื่อศึกษาสภาพการจัดการ ปัญหา และอุปสรรคการท่องเที่ยวเชิงพุทธของจังหวัดอุบลราชธานี (๒) เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธของจังหวัด อุบลราชธานี (๓) เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงพุทธของจังหวัดอุบลราชธานีเพื่อรองรับการเข้าสู่ ประชาคมอาเซียน และ (๔) เพื่อกำหนดแนวทางการเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของจังหวัด อุบลราชธานีเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยใช้วิธีการศึกษาการสนทนากลุ่มการสัมภาษณ์ เชิงพุทธ และการสังเกตการณ์ในการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างของการสนทนากลุ่มแบ่ง เป็น ๒ กลุ่ม คือ ตัวแทนจากหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐ และหน่วยงานของภาคเอกชนภาคประชาชน การสัมภาษณ์เชิงลึกได้รับความร่วมมือจากปราชญ์ชาวบ้าน ภิกษุสงฆ์ ผู้นำชุมชน และนักท่องเที่ยว ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณได้ใช้แบบสอบถามจำนวน ๖๐ ชุด ผลการวิจัยพบว่า การจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธถูกดำเนินตามภายใต้นโยบายระดับชาติ ระดับ จังหวัด และระดับองค์การ โดยได้ระบุปัญหาของการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนนั้นยังขาดการ บูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน แหล่งท่องเที่ยวขาดเสน่ห์ทั้งยังขาด การถ่ายทอดความรู้ทางศาสนาโดยมัคคุเทศก์ การสนองความต้องการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้น จำเป็นต้องพัฒนากระบวนการสื่อสาร แหล่งท่องเที่ยวความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ซึ่งถือว่าอยู่ ในระดับสูงแต่การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยวถูกเรียกร้องอยู่ในระดับกลางศักยภาพของ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของจังหวัดอุบลราชธานีนั้น ไม่ว่าจะเป็นด้านอัต ลักษณ์ เอกลักษณ์ที่โดดเด่น และภูมิหลังทางประวัติศาสตร์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับบริการที่พัก และอื่น ๆส่วนหน่วยงานต่าง ๆ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนนั้น ควรส่งเสริมให้ มีส่วนร่วมในการวางแผนยุทธศาสตร์และกำหนดนโยบายต่าง ๆ โดยเน้นถึงสาระสำคัญของพุทธศาสนา มากกว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว

---

[๕๕] พระสุธีรัตนบัณฑิต (อาภากโร) และ พระใบฎีกาสัญญา อภิวณฺโณ (สดประเสริฐ), “ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของไทยและอาเซียน”, **วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์** ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๕๙): หน้า ๗-๘.

ส่วนการดำเนินนโยบายนั้นควรดำเนินตามตัวชี้วัด มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา[๕๖]

นุชนาฎ เชียงชัย ได้ทำวิจัยเรื่องการใช้อัตลักษณ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง ๒) ศึกษาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้เอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดลำปาง ๓) ศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดลำปาง ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดลำปาง พบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดลำปางเป็นครั้งแรก จำนวน ๒๖๘ คน คิดเป็นร้อย ละ ๖๗.๐๐ มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาจังหวัดลำปางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน จำนวน ๑๖๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๑.๒๕ เดินทางร่วมกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน จำนวน ๑๙๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๙.๐๐ เดินทางด้วยรถโดยสาร จำนวน ๑๒๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๒.๐๐ เดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดนักขัต ฤกษ์/วันหยุดเทศกาลต่างๆ จำนวน ๒๔๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๑.๕๐ เดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา ๒-๓ วัน จำนวน ๓๒๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๘๒.๒๕ และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในครั้งนี้ระหว่าง ๕๐๐ – ๑,๐๐๐ บาท ต่อวัน จำนวน ๒๓๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๙.๗๕ เมื่อกล่าวถึงจังหวัดลำปางผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นึกถึง "รถม้า" สิ่งที่ดึงดูดใจให้ เลือกท่องเที่ยวในจังหวัดลำปางมากที่สุด คือ สถานที่ท่องเที่ยว มีความโดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะ คือ วัดพระธาตุลำปางหลวง กิจกรรมที่สนใจ คือ เดินเล่น ถนนคนเดินกาดกองต้า ตลาดจีนโบราณ รับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อโซเชี่ยลมีเดีย เช่น เฟสบุ้ค/แฟนเพจ รีวิวท่องเที่ยว ผู้ตอบ แบบสอบถามทั้งหมดมีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยว และจะส่วนใหญ่กลับมาท่องเที่ยวจังหวัด ลำปางอีกแน่นอน จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควร ประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวจังหวัดลำปางอย่างต่อเนื่อง เช่น ส่งเสริมการตลาดแหล่งท่องเที่ยวอันซีน และสนับสนุนให้ เซรามิกเป็นสินค้าที่สร้างภาพลักษณ์ของลำปาง[๕๗]

สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และปิยวัน เพชรหมี ได้ทำวิจัยเรื่องการสร้งมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย : กรณีศึกษาผ้าทอลายโบราณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลายผ้าทอลายโบราณ และเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าทอลายโบราณสู่เชิงพาณิชย์ โดยทำการศึกษาเชิงคุณภาพโดยใช้กลุ่มประชากรกลุ่มทอล้าบ้านภูผักไช่ ตำบลหินฮาว อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน ๒๕ ครัวเรือน ผลการวิจัย พบว่า เอกลักษณ์ของบวดบายผ้าไทยโบราณของกลุ่มทอล้าบ้านภูผักไช่ เป็นผ้าซิ่นหัวแดงตีนก่าน มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีลายจำนวน ๑๒ ลายบนผืนเดียวกัน ได้แก่ ลายนาค ลายหงส์ ลายหมากจับ (เดี่ยว/คู่) ลายตุ้ม ลายขอ ลายหอประสาท ลายเอี่ยว ลายขาเปีย ลายเฟื่อง (คว่ำ/หงาย) ลายคั่น ลายดอกแก้ว ลายดอกผักแว่น เรียกว่า ลายหมี่ครัว และแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มสู่พาณิชย์เน้นการสร้างคุณค่าทางด้านผลิตภัณฑ์ จาก ๕ แนวทาง คือ

---

[๕๖] มาโนช พรหมปัญโญ และคณะ, “แนวทางการเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน”, **วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย**, ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๕๖): หน้า ๓๖.

[๕๗] นุชนาฎ เชียงชัย, **“การใช้อัตลักษณ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง”,** หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๘, หน้า บทคัดย่อ.

การปรับลดจำนวนลาวลายบนผืนผ้าลง การพัฒนาลายเดียวให้เป็นลายใหม่ จนได้พัฒนาเป็นลายกอกผักแว่นและลายหอปราสาทเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ลายภูผาไชย และลายดอกผักใช่ และได้ทดลองนำผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ลายผ้าที่ได้พัฒนาจากลายโบราณเดินพัฒนาเป็นหมอนอิง โซฟา ที่ใส่ไอแพท เป็นต้น และการสร้างโลโก้ให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอเพื่อสร้างการจดจำ[๕๘]

ณัฐภัณฑ์ พงษ์ณะเรศ นิภาพร กลิ่นระรื่น และ พิทักษ์ ศิริวงศ์ ได้ทำวิจัยเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรสุมาลี ตำบลหนองหัวแรต อำเภอหนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรม และศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรสุมาลี จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัย พบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรมเป็นการเพิ่มมูลค่าจากสมุนไพรพื้นบ้านให้อยู่ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร โดยให้ความสำรัญกับกระบวนการผลิตที่ปราศจากสารเคมี เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร และช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการนำเสนอสิ้นค้าแก่ผู้บริโภคโดยใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายตรง คือการเป็นตัวแทนจำหน่ายด้วยตัวเอง และช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม คือ การมีตัวแทนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การฝากขายตามร้านขายสิ้นค้า การส่งผลิตภัณฑ์ทางไปรษณีย์ การกระจายผลิตภัณฑ์เข้าสู่โรงแรมและช่องทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพอย่างสูงสุด และให้เกิดการยอมรับจากผู้บริโภคซึ่งจะนำมาสู่การซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจกาสมนุไรพสุมาลีอย่างต่อเนื่อง[๕๙]

ทรงคุณ จันทจร พิสฏฐ์ บุญไชย และ ไพรัช ถิตย์ผาด ได้ทำวิจัยเรื่องคุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาคุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของประเทศไทยในพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ ของภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ที่นำมาต่อยดใช้ส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อศึกษาแนวทางการนำศิลปวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนการสร้างรายได้ให้แก่ผผู้ลิตผลงานและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมไทย ผลการวิจัยพบว่า ศิลปะหัตถกรรมท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคเป็นภูมิปัญญาและมรดกทางวฒันธรรมของสังคมเกษตรกรรมที่มีการสืบสานองค์ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญต่าง ๆ ถ่ายทอดมายังกลุ่มชนรุ่นหลังโดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือผลิตภณัฑ์ประเภทเครื่องจักสานและเครื่องปั้นดินเผาเป็นศิลปหตัถกรรมท้องถิ่นที่พบเกือบทุกจงัหวัด ส่วนผลิตภณัฑ์ท้องถิ่นประเภทการหล่อหลอมโลหะและผลิตภณัฑ์อื่นๆ พบการผลิตในบางท้องถิ่นเท่านั้น

---

[๕๘] สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และปิยวัน เพชรหมี, “การสร้งมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย : กรณีศึกษาผ้าทอลายโบราณ", **Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)** 2017: 10(4).

[๕๙] ณัฐภัณฑ์ พงษ์ณะเรศ นิภาพร กลิ่นระรื่น และ พิทักษ์ ศิริวงศ์, “การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรสุมาลี ตำบลหนองหัวแรต อำเภอหนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา”, สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจดัการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี, **การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาครั้งที่ ๒ มหาวิทยาลยัราชภัฏ มหาสารคาม ๒๕๖๐**, หน้า ๓๔๒.

ศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นภาคกลาง ผลิตภณัฑ์ประเภทเครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผาและผ้าเป็นศิลปหตัถกรรมท้องถิ่นที่พบมากที่สุดเกือบทุกจังหวัด ส่วนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทการหล่อหลอมโลหะและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ พบการผลิตในบางชุมชนเท่านั้น ศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นภาคใต้ ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องจักสานเป็นศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นที่พบมากที่สุดเกือบทุกจังหวัด โดยแนวทางในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ต้องมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภณัฑ์ให้โดดเด่นเหมาะกับยุคสมัยในปัจจุบันสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลาย พยายามลดต้นทุนในการผลิตด้วยการเลือกใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ใสท้องถิ่นโดยไม่ทำให้คุณค่าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ลดลง มีการส่งเสริมอาชีพให้กับคนในท้องถิ่นเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาไม่ให้สูญหาย มีการสนับสนุให้มีการจัดตั้งศูนย์สาธินกระบวนการการผลิต การจัดนิทรรศการและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ ภายในท้องถิ่นเพื่อเป็นแรงจูงใจและอำนวยความนะดวกในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรให้กับผู้มาเยี่ยมชม ศิลปหตัถกรรมท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและภาใต้มีความเกี่ยวเนื่องด้วยวัฒนธรรมการดำรงชีวิตของผู้คนในชุมชน ซึ่งทำให้คุณค่าทางอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะโดยที่ศิลปหัตถกรรมเหล่านั้นได้สั่งสมคุณค่าความเป็นท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคไว้พร้อมที่จะได้รับการสืบทอดและประยุกต์ใช้ในวิถีการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืนแม้กระแสโลกาภิวัฒน์ ความหน้าทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีจะเข้ามามีบทบาทต่อชุมชนและท้องถิ่น[๖๐]

รพีพรรณ จันทับ และ ลินจง โพชารี ได้ทำวิจัยเรื่องปัจจัยด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง บ้านตากลาง จังหวัดสุรินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง บ้านตากลาง จังหวัดสุรินทร์ และศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง บ้านตากลาง จังหวัดสุรินทร์ ผลการวจิยัพบว่า อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง บ้านตากลาง จังหวัดสุรินทร์ มีทั้งหมด ๖ ด้าน คือ ๑) ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย ๒) ด้านอาหารพื้นบ้าน ๓) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๔) ด้านวัฒนธรรมและประเพณี ๕) ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ๖) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวโดยอัตลักษณ์ด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว วัฒนธรรมประเพณี และอาหารพื้นบ้าน ตามลำดับ ส่วนลักษณะที่อยู่อาศัยและด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นไม่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .๐๕[๖๑]

วงศ์ระวิทย์ น้อมนำทรัพย์ และ พยอม ธรรมบตุร ได้ทำวิจัยเรื่องศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาพุทธศาสนาจังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในจังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า วัดส่วนใหญ่ในจังหวัดนครปฐมมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิง

---

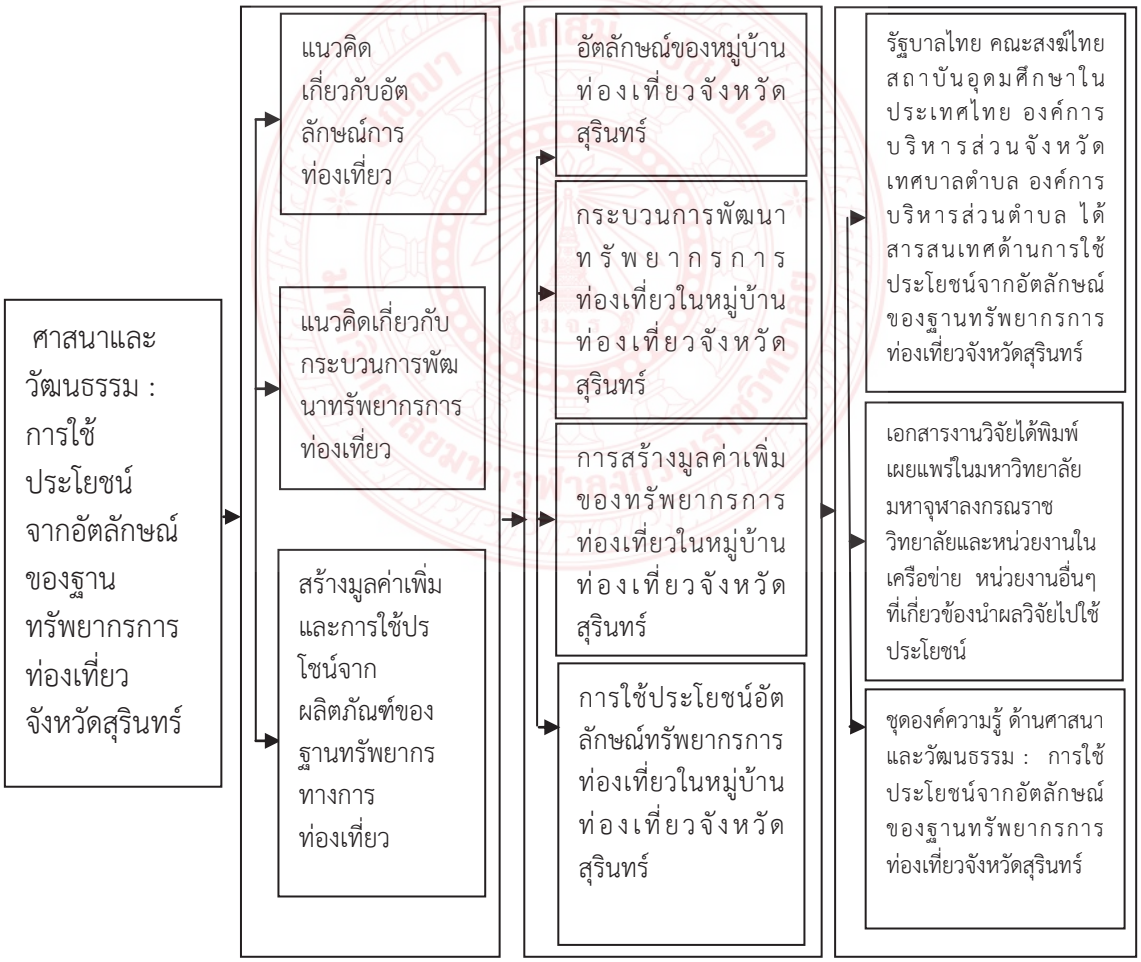
[๖๐] ทรงคุณ จันทจร พิสฏฐ์ บุญไชย และ ไพรัช ถิตย์ผาด, **คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้**, สถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน มหาวทิยาลยัมหาสารคาม, ๒๕๕๒, หน้า บทคัดย่อ.

[๖๑] รพีพรรณ จันทับ และ ลินจง โพชารี, “ปัจจัยด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง บ้านตากลาง จังหวัดสุรินทร์”, **WMS Journal of Management**, Walailak University Vol.5 No.1 (Jan – Apr 1016): หน้า ๔๘ – ๕๙.

พุทธศาสนาในด้านธรรมชาติที่มีภูมิทัศน์และบรรยากาศที่สงบและร่มรื่น เหมาะสำหรับการพักผ่อนทางกายและทางใจ ส่วนทรัพยากรทางวัฒนธรรมเป็นวัดที่มีพระพุทธรูปที่สำคัญและมีพุทธศิลป์แต่ละสมัย เช่น พระพุทธศิลาขาว เป็นศิลปะทวารวดี พระร่วงโรจนฤทธิ์ เป็นพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองนครปฐม โดยมีพุทธลักษณะเป็นศิลปะสมัยสุโขทัย เป็นต้น ทรัพยากรประเพณี เทศกาลและงานสำคัญทางศาสนา วัดส่วนใหญ่ มีการจัดงานสำคัญทางพุทธศาสนาทุกวัด และมีกิจกรรมทางพุทธศาสนา เช่น การทำบุญ ตักบาตร รักษาศีล และเวียนเทียนในวันสำคัญทางพุทธศาสนา ส่วนทรัพยากรด้านบริการ วัดมีการจัดสถานที่จอดรถ และมีจำนวนห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว เป็นต้น[๖๒]

## ๒.๗ กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวน แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมากำหนดเป็นกรอบการทำวิจัยได้ดังนี้




**ตารางที่** ๒.๓ ผังกรอบแนวคิดการวิจัย

---

[๖๒] วงศ์ระวิทย์ น้อมนำทรัพย์ และ พยอม ธรรมบตุร, “ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาพุทธศาสนาจังหวัดนครปฐม”, **Valaya Alongkorn Review** Vol. 5 No. 2 July-December 2015: หน้า ๑๕๑-๑๕๒.

# บทที่ ๓
# ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องศาสนาและวัฒนธรรม : การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่มและการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ เพื่อให้เห็นขั้นตอนและเกิดความเข้าใจเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัยได้ชัดเจน จึงได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น ๖ หัวข้อ ดังนี้ คือ ๑) รูปแบบของการวิจัย ๒) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๓) เครื่องมือการวิจัย ๔) การเก็บรวบรวมข้อมูล ๕) การวิเคราะห์ข้อมูล และ ๖) สรุปกระบวนการวิจัย แต่ละหัวข้อจะนำเสนอตามลำดับดังนี้

## ๓.๑ รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นรูปแบบชุดโครงการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารตามแหล่งข้อมูลต่าง ๆ และข้อมูลภาคสนามที่คณะนักวิจัยลงพื้นที่ในการศึกษา การสังเกต และสัมภาษณ์กลุ่มบุคคลผู้ให้ข้อมูลสำคัญ วิธีวิจัยแบ่งเป็น ๒ ลักษณะ ดังนี้

### ๓.๑.๑ การวิจัยเอกสาร (Documentary Research)

เป็นรูปแบบการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ในประเด็นที่มาของแนวคิด ความหมาย หลักการสำคัญ ประเภท วิธีการ และการประยุกต์ใช้แนวคิด เกี่ยวกับอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

### ๓.๑.๒ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

เป็นรูปแบบการสังเกต (Observation) เก็บข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ การสัมภาษณ์ (Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับกลุ่มตัวอย่างในหมู่บ้านช้าง จำนวน ๑ หมู่บ้าน หมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม จำนวน ๑ หมู่บ้าน หมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอมจำนวน ๔ หมู่บ้าน และหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จำนวน ๓ หมู่บ้าน ในประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่มและการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

## ๓.๒ พื้นที่ในการวิจัย

สำหรับพื้นที่การวิจัยเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย ๑) หมู่บ้านช้าง จำนวน ๑ หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านตากลาง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ๒) หมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม จำนวน ๑ หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านเขวาสินรินทร์ ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ๓) หมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอมจำนวน ๔ ปราสาท ได้แก่ ปราสาทช่างปี่ ปราสาทศีขรภูมิ ปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน ๔) หมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จำนวน จำนวน ๓ วัด ได้แก่ วัดป่าอาเจียง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ และ วัดตะเคียน ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

## ๓.๓ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

คณะวิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจาก ๕ กลุ่ม คือ ๑) กลุ่มนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญด้านพระพุทธศาสนา ๒) กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง ๓) กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม ๔) กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอม ประกอบด้วย ๕) กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา รายชื่อแต่ละกลุ่มมีดังนี้

### ๓.๓.๑. กลุ่มนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญด้านพระพุทธศาสนา

กลุ่มนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญด้านพระพุทธศาสนา จำนวน ๙ คน ได้แก่ ๑) อาจารย์ธงไชย สีโสภณ ๒) นายเพทาย สดทรงศิลป์ ๓) ดร. มนูญ สอนโพนงาม ๔) ผศ.ดร. วีระชัย ยศโสธร ๕) ผศ.ดร. สรเชต วรคามวิชัย ๖) ผศ. สุดใจ สะอาดยิ่ง ๗) รศ.ดร. สุนันท์ เสนารัตน์ ๘) ดร. สถาพร วิชัยรัมย์ และ ๙) ผศ. อุทิศ ทาหอม

### ๓.๓.๒. กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง

กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน ๓๐ รูป/คน ได้แก่ ๑) กลุ่มนักวิชาการ ได้แก่ (๑) อาจารย์ธงไชย สีโสภณ (๒) นายเพทาย สดทรงศิลป์ (๓) ดร. มนูญ สอนโพนงาม (๔) ผศ.ดร. วีระชัย ยศโสธร (๕) ผศ.ดร. สรเชต วรคามวิชัย (๖) ผศ. สุดใจ สะอาดยิ่ง (๗) รศ.ดร. สุนันท์ เสนารัตน์ (๘) ดร. สถาพร วิชัยรัมย์ และ (๙) ผศ. อุทิศ ทาหอม ๒) กลุ่มผู้บริหารภาครัฐ ได้แก่ (๑) พระครูสมุห์หาญ ปญฺญาธโร (๒) นายศิริศักดิ์ ร่วมพัฒนา นายก อ.บต.กระโพ (๓) นายจักรพงษ์ เจริญพร ผู้อำนวยการโรงเรียนช้างบุญ (๔) นายสุดใจ อินทอง กำนันตำบลกระโพ (๕) นายธวัชชัย ศาลางาม ผู้ใหญ่บ้านหนองบัว (๖) นายอำพร ทองภู ผู้ใหญ่บ้านตาทิตย์ (๗) นายลี แสนดี สารวัตรกำนันตำบลกระโพ (๘) นายอำพร ทองภู ผู้ใหญ่บ้านตาทิตย์ (๙) นางสาวศรีสุดา วรครุฑ ครูโรงเรียนช้างบุญวิทยา (๑๐) นางวรรยา ยังมูล ครูโรงเรียนช้างบุญวิทยา (๑๑) นายอิสระ ศาตรา ตำแหน่ง รองผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สานักงานสุรินทร์ ๓) กลุ่มตัวแทนกลุ่มผู้เลี้ยงช้าง ได้แก่ (๑) นายดำ ศาลางาม (๒) นายชื่น แสนดี (๓) นายตุ๋ย ศาลางาม (๔) นายลุน ศาลางาม (๕) นายสุข รื่นเริง ๔) กลุ่มชาวบ้านและพ่อค้า ได้แก่ (๑) นายนรินทร์ ศรีจันทร์ (๒) นายสายฟ้า ศาลางาม (๓) นายสุนทร สนโศก (๔) นายเมอะ ทรัพย์มาก (๕) นายโชคชัย ชัยหานาม

### ๓.๓.๓ กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม

กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน ๒๐ คน ได้แก่ ๑) กลุ่มนักวิชาการ ได้แก่ (๑) ผศ.ดร. สรเชต วรคามวิชัย (๒) ผศ. สุดใจ สะอาดยิ่ง (๓) รศ.ดร. สุนันท์ เสนารัตน์ (๔) นายเพทาย สดทรงศิลป์ ๒) กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมและประเกือม ได้แก่ (๑) นายป่วน เจียวทอง (๒) นางเวียน ไม้อ่อนดี. (๓) นางประนอม ขาวงาม. (๔) นางเอือม แยบดี (๕) นางสุภาพ อุตส่าห์ดี. (๖) นางอัมพร ทองเชิด. (๗) กนกวรรณ สิมพาสี (๘) ประจวบ ดีพร้อม ๓) กลุ่มผู้จำหน่ายผ้าไหมและประเกือม ได้แก่ (๑) นายประหยัด คำมา (๒) นางลัดดาวัลย์ มีพร้อม (๓) นางสาววีระยาต์ แสงทับทิม (๔) นางสาวธมลวรรณ ติดใจดี (๕) นางบุหงา โชครำ (๖) นางอุทัยวรรณ ศรีเลิศ (๗) นางนันทิตา เพียงพยุงพงษ์ (๘) นางสาว ปราณี ติดใจดี

### ๓.๓.๔ กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอม

กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอม มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน ๑๕ รูป/คน ได้แก่ ๑) กลุ่มนักวิชาการ ได้แก่ (๑) ผศ.ดร. สรเชต วรคามวิชัย (๒) ผศ. สุดใจ สะอาดยิ่ง (๓) รศ.ดร. สุนันท์ เสนารัตน์ (๔) ผศ.ดร. วีระชัย ยศโสธร (๕) นายเพทาย สดทรงศิลป์ ๒) กลุ่มผู้นำชุมชนและนักท่องเที่ยว ได้แก่ (๑) นายพงษ์รัตน์ ปัดภัย ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๕ ตำบลดม อำเภอสังขะ (๒) นายทศ แม่นผล สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลดม หมู่ ๕ ตำบลดม อำเภอสังขะ (๓) พระครูบรรพต สมานธรรม รองเจ้าคณะอำเภอพนมดงรัก วัดหิมวันบรรพต ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก (๔) นางสาวยศยา ใจเย็น ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านพนมดิน หมู่ ๔ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก (๕) นางนิสารัตน์ แขขุนทด ผู้ครูโรงเรียนบ้านพนมดิน หมู่ ๔ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก (๖) นายปรีชา สังศรี ครูโรงเรียนบ้านพนมดิน หมู่ ๔ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก (๗) นายอนันต์ แขขุนทด ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๔ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก (๘) นายสยาม แสนแก้ว ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๕ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก (๙) นางสาวสุนันต์ แสนแก้ว ภรรยาผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๕ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์ (๑๐) นางเกตุมณี มลสิน นักท่องเที่ยว

### ๓.๓.๕ กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา

กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน ๒๔ รูป/คน ๑) กลุ่มนักวิชาการ ได้แก่ (๑) อาจารย์ธงไชย สีโสภณ (๒) นายเพทาย สดทรงศิลป์ (๓) ดร. มนูญ สอนโพนงาม (๔) ผศ.ดร. วีระชัย ยศโสธร (๕) ผศ.ดร. สรเชต วรคามวิชัย (๖) ผศ. สุดใจ สะอาดยิ่ง (๗) รศ.ดร. สุนันท์ เสนารัตน์ (๘) ดร. สถาพร วิชัยรัมย์ และ (๙) ผศ. อุทิศ ทาหอม ๒) กลุ่มผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ (๑) พระครูสมุห์หาญ ปญฺญาธโร เจ้าอาวาสวัดป่าอาเจียง (๒) พระครูอุปกัมวรคุณ เจ้าอาวาสวัดตะเคียน (๓) พระสุรกาญจน์ สุทธิดี พระติดตาม พระราชวิสุทธิมุนี (เยื้อน ขนฺติพโล) เจ้าอาวาสวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ๓) กลุ่มฝ่ายปกครองหรือผู้ดูแลชุมชน ได้แก่ (๑) นายสุรพงษ์ สุขคุ้ม ผู้ใหญ่บ้านตะเคียน (๒) นายธวัชชัย ศาลางาม ผู้ใหญ่บ้านหนองบัว (๓) นายอำพร ทองภู ผู้ใหญ่บ้านตาทิตย์ ๔) กลุ่มปราชญ์ชุมชนหรือภูมิปัญญาชุมชน (๑) นายสายฟ้า ศาลางาม (๒) พ่อชื่น แสนดี (๓) นายสานิตย์ หาชา ๕) กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้อำนวยการโรงเรียนหรือผู้แทน ได้แก่

(๑) นางสาวศรีสุดา วรครุฑ (๒) นางวรรยา ยังมูล ผู้แทนครูโรงเรียนช้างบุญวิทยา (๓) นางสุรางค์ อยู่เพนียด ผู้แทน ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านตะเคียนกูยวิทยา ๖) กลุ่มนักการเมืองท้องถิ่นหรือผู้แทน ได้แก่ นายศิริศักดิ์ ร่วมพัฒนา นายกองค์การบริหารส่วนตำบลกระโพ ๗) กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้บริหารการท่องเที่ยว ได้แก่ (๑) นายอิสระ ศาตรา ตำแหน่ง รองผู้อานวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สานักงานสุรินทร์ (๒) นางณัฐกฤตา จันทร์กฤษ นักวิเคราะห์นโยบายและแผ่น ชานาญการ การท่องเที่ยว และกีฬา จังหวัดสุรินทร์

จากรายละเอียดที่กล่าวข้างต้นแสดงกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้เห็นในรูปแบบของตารางได้ดังนี้

| ประชากร | กลุ่มตัวอย่าง | วิธีการได้มากลุ่มตัวอย่าง | การเก็บข้อมูล |
|---|---|---|---|
| ๑. กลุ่มหมู่บ้านช้าง จำนวน ๑ หมู่บ้าน | - นักวิชาการ (ใช้ร่วมทุกกลุ่ม) ๙ คน<br>- ผู้บริหารภาครัฐ ๑๑ คน<br>- ตัวแทนกลุ่มผู้เลี้ยงช้าง ๕ คน<br>- ชาวบ้านและพ่อค้า ๕ คน | เลือกแบบเจาะจง | แบบสัมภาษณ์/การสนทนากลุ่ม |
| | **รวม ๓๐ รูป/คน** | | |
| ๒. กลุ่มหมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม จำนวน ๑ หมู่บ้าน | - นักวิชาการ(ใช้ร่วมหมู่บ้านช้าง) ๔ คน<br>- ผู้ผลิตผ้าไหมและประเกือม ๘ คน<br>- ผู้จำหน่ายผ้าไหมและประเกือม ๘ คน | เลือกแบบเจาะจง | แบบสัมภาษณ์/การสนทนากลุ่ม |
| | **รวม ๒๐ คน** | | |
| ๓. กลุ่มหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอมจำนวน ๔ หมู่บ้าน | - นักวิชาการ(ใช้ร่วมหมู่บ้านช้าง) ๕ รูป/คน<br>- ผู้นำชุมชน/นักท่องเที่ยว ๑๐ รูป/คน | เลือกแบบเจาะจง | แบบสัมภาษณ์/การสนทนากลุ่ม |
| | **รวม ๑๕ รูป/คน** | | |
| ๔. กลุ่มหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จำนวน ๓ หมู่บ้าน | - นักวิชาการ(ใช้ร่วมหมู่บ้านช้าง) ๙ คน<br>- เจ้าอาวาส ๓ รูป<br>- ผู้ใหญ่บ้าน ๓ คน<br>- ปราชญ์ชุมชน ๓ คน<br>- ผอ.โรงเรียน ๓ คน<br>- นายก อบต. หรือ ทต. ๓ คน<br>- สมาชิก อบต. หรือ ทต ๖ คน<br>- ผู้บริหารการท่องเที่ยว ๑ คน | เลือกแบบเจาะจง | แบบสัมภาษณ์/การสนทนากลุ่ม |
| | **รวม ๒๔ รูป/คน** | | |

**ตารางที่** ๓.๑ ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการได้มากลุ่มตัวอย่าง และการเก็บข้อมูล

## ๓.๔ เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือการวิจัย มี ๓ แบบ คือ แบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ การได้มาของเครื่องมือแต่ละแบบมีรายละเอียด ดังนี้

### ๓.๔.๑ แบบบันทึกเอกสาร

ผู้วิจัยได้สร้างแบบบันทึกขึ้นมาเพื่อใช้สำหรับบันทึกการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารในประเด็นเกี่ยวกับศึกษาอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่มและการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ โดยแบบบันทึกจะมีประเด็นของรายละเอียดเกี่ยวกับการบันทึกการค้นคว้า คือ ชื่อผู้อ่านและบันทึก ชื่อเอกสารที่บันทึก และเนื้อหาที่พบ สำหรับประเด็นเนื้อหาที่ทำการบันทึกมีรายละเอียด ดังนี้

๓.๔.๑.๑ แนวคิดทฤษฎีอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยว มีประเด็นการบันทึก คือ ที่มาของแนวคิดอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความหมายอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว หลักการสำคัญของแนวคิดอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ประเภทอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว วิธีการของแนวคิดอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การประยุกต์ใช้แนวคิดอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นต้น

๓.๔.๑.๒ แนวคิดทฤษฎีการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยว มีประเด็นการบันทึก คือ ที่มาของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ความหมายการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว หลักการสำคัญของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ประเภทการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว วิธีการของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การประยุกต์ใช้แนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นต้น

๓.๔.๑.๓ แนวคิดทฤษฎีการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยว มีประเด็นการบันทึก คือ ที่มาของแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว ความหมายการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว หลักการสำคัญของแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว ประเภทการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว วิธีการของการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว การประยุกต์ใช้แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว

๓.๔.๑.๔ แนวคิดทฤษฎีการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยว มีประเด็นการบันทึก คือ ที่มาของแนวคิดการใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความหมายการใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยว หลักการสำคัญของแนวคิดการใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ประเภทการใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยว วิธีการของแนวคิดการใช้ประโยชน์การท่องเที่ยว การประยุกต์ใช้แนวคิดการใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นต้น

ข้อมูลที่ได้จากแบบบันทึกเอกสารนี้นำไปสู่กระบวนการวิเคราะห์และตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยทุกข้อของการวิจัยนี้

### ๓.๔.๒ แบบบันทึกการสังเกต

ใช้ในการบันทึกข้อมูลการสังเกตและเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามในประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่ม

ทรัพยากรการท่องเที่ยว และการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์ ดังนี้

๓.๔.๒.๑ หมู่บ้านช้าง จำนวน ๑ หมู่บ้าน ประเด็นบันทึกจากการสังเกต เช่น อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ และการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

๓.๔.๒.๒ หมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม จำนวน ๑ หมู่บ้าน ประเด็นบันทึกจากการสังเกต เช่น อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ และการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์

๓.๔.๒.๓ หมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอม จำนวน ๔ หมู่บ้าน ประเด็นบันทึกจากการสังเกต เช่น อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ และการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์

๓.๔.๒.๔ หมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จำนวน ๓ หมู่บ้าน ประเด็นบันทึกจากการสังเกต เช่น อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ และการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

ข้อมูลที่ได้จากแบบบันทึกการสังเกตนี้นำไปสู่กระบวนการวิเคราะห์และตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยทุกข้อของการวิจัยนี้

### ๓.๔.๓ แบบสัมภาษณ์

ใช้บันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มย่อย คือ จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจาก ๔ กลุ่ม ดังต่อไปนี้ คือ

๓.๔.๓.๑ กลุ่มหมู่บ้านช้าง จำนวน ๑ หมู่บ้าน มีผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน ๓๐ คน ดังนี้ ผู้บริหารภาครัฐ ๑๐ คน ตัวแทนกลุ่มผู้เลี้ยงช้าง ๑๐ คน ชาวบ้านและพ่อค้า ๑๐ คน สำหรับประเด็นจากการสัมภาษณ์มี ๔ หัวข้อหลัก คือ ๑) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ (๑) มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยว (๒) มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น (๓) ดึงดูดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จักว้างขวาง และ (๔) มีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจ เป็นต้น ๒) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ (๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน (๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ใน

ปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน (๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ แล (๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว ๓) การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค (๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ (๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ (๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต (๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก (๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน (๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ และ (๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค ๔) การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) การใช้ประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ (๒) การใช้ประโยชน์ด้านการเมือง (๓) การใช้ประโยชน์ด้านสังคม เป็นต้น

๓.๔.๓.๒ กลุ่มหมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม จำนวน ๑ หมู่บ้าน จำนวน ๒๐ คน สำหรับประเด็นจากการสัมภาษณ์มี ๔ หัวข้อหลัก คือ ๑) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ (๑) มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยว (๒) มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น (๓) ดึงดูดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จักว้างขวาง และ (๔) มีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจ เป็นต้น ๒) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ (๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน (๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน (๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ แล (๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว ๓) การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค (๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ (๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ (๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต (๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก (๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน (๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ และ (๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค ๔) การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) การใช้ประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ (๒) การใช้ประโยชน์ด้านการเมือง (๓) การใช้ประโยชน์ด้านสังคม เป็นต้น

๓.๔.๓.๓ กลุ่มหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอมจำนวน ๔ หมู่บ้าน จำนวน ๑๕ รูป/คน สำหรับประเด็นจากการสัมภาษณ์มี ๔ หัวข้อหลัก คือ ๑) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ (๑) มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยว (๒) มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น (๓) ดึงดูดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จักว้างขวาง และ (๔) มีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจ เป็นต้น ๒) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ (๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน (๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน (๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ แล (๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว ๓) การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค (๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ (๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ (๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต (๕) บรรจุ

ภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก (๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน (๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ และ (๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค ๔) การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) การใช้ประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ (๒) การใช้ประโยชน์ด้านการเมือง (๓) การใช้ประโยชน์ด้านสังคม เป็นต้น

๓.๔.๓.๔ กลุ่มหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จำนวน ๓ หมู่บ้าน จำนวน ๒๔ คน สำหรับประเด็นจากการสัมภาษณ์มี ๔ หัวข้อหลัก คือ ๑) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ (๑) มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยว (๒) มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น (๓) ดึงดูดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จักว้างขวาง และ (๔) มีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจ เป็นต้น ๒) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ (๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน (๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน (๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ แล (๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว ๓) การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค (๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ (๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ (๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต (๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก (๖) การบริการให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน (๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ และ (๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค ๔) การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) การใช้ประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ (๒) การใช้ประโยชน์ด้านการเมือง (๓) การใช้ประโยชน์ด้านสังคม เป็นต้น

ทั้งแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง และส่งให้ผู้ทรงเชี่ยวชาญทั้ง ๕ รูป/คน เป็นผู้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ได้แก่ ๑) พระครูปริยัติวิสุทธิคุณ,ผศ.ดร. ๒) พระอธิการเวียง กิตฺติวณฺโณ, ดร. ๓) รศ.ดร.สุนันท์ เสนารัตน์ ๔) ผศ.ดร.สรเชต วรคามวิชัย และ ๕) ผศ.บรรจง โสดาดี เมื่อคณะผู้วิจัยได้นำมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญแล้วจึงนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจริงในพื้นที่ภาคสนามต่อไป

## ๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือขึ้นมา ๓ แบบ คือ แบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ เพื่อนำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### ๓.๕.๑ การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบบันทึกเอกสาร

ใช้แบบบันทึกเอกสารเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวและการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ในประเด็นที่มาของแนวคิดความหมาย หลักการสำคัญ ประเภท วิธีการ และการประยุกต์ใช้แนวคิด เกี่ยวกับอัตลักษณ์

ทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวและการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ โดยใช้วิธีบันทึกข้อมูลดังนี้ ชื่อผู้อ่าน ชื่อเอกสารที่ค้น และ เนื้อหาที่พบ โดยย่อความให้ได้ใจความตรงตามความหมายของข้อความเดิม บันทึกโดยถอดข้อความเป็นข้อความของผู้วิจัยเอง คัดลอกข้อความแล้วทำอัญประกาศ ซึ่งจะกระทำเมื่อข้อความนั้นอยู่ในเกณฑ์ดังต่อไปนี้ คือ เป็นข้อความสำคัญมาก เป็นข้อความที่จะมีการพิสูจน์หรือทดสอบข้อเท็จจริง เป็นข้อความที่ผู้วิจัยต้องการอ้างอิงสนับสนุนความคิดเห็นของตนเอง เป็นข้อความที่เขียนไว้ดีมาก ถ้อยคำสำนวนกะทัดรัดชัดเจนซึ่งจะถอดความเป็นภาษาของผู้วิจัยเองอาจทำได้ไม่ดีเท่าเดิม

### ๓.๕.๒ การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสังเกต

ใช้แบบบันทึกการเกตบันทึกข้อมูลจากการสังเกตและเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนามเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยในประเด็นต่างดังต่อไปนี้

๒.๕.๒.๑ ด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ๘ ประเด็น คือ ๑) ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย ๒) ด้านอาหารพื้นบ้าน ๓) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๔) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ๕) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ๖) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ๗) ด้านศาสนสถาน ๘) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล โดยเข้าไปสังเกตและบันทึก ๔ ประเด็นต่อไปนี้ คือ ๑) มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยว ๒) มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น (๓) ดึงดูดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จักว้างขวาง และ (๔) มีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจ อย่างไรบ้าง

๒.๕.๒.๒ ด้านการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ โดยเข้าไปสังเกตและบันทึกใน ๖ ประเด็นต่อไปนี้ คือ ๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวนำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ ๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ และ ๖) มีการจัดทำเมนูอาหารท้องถิ่นไว้บริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น

๒.๕.๒.๓ ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ โดยเข้าไปสังเกตและบันทึกใน ๘ ประเด็นต่อไปนี้ คือ ๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก ๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ และ ๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค เป็นต้น

๒.๕.๒.๔ ด้านการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ โดยเข้าไปสังเกตและบันทึกใน ๘ ประเด็นต่อไปนี้ คือ ๑) การใช้ประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ ๒) การใช้ประโยชน์ด้านการเมือง และ ๓) การใช้ประโยชน์ด้านสังคม เป็นต้น

### ๓.๕.๓ การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์

ใช้แบบสัมภาษณ์บันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มย่อย คือ สัมภาษณ์นักวิชาการ กลุ่มหมู่บ้านช้าง กลุ่มหมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม กลุ่มหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอม และ กลุ่มหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ดังนี้

๓.๕.๓.๑ กลุ่มนักวิชาการ ๕ รูป/คน สัมภาษณ์แนวคิด ทฤษฎี ใน ๕ ประเด็นหลัก คือ ๑) ความเป็นมาแนวคิดอัตลักษณ์ ๒) ความหมายอัตลักษณ์ ๓) ความหมายอัตลักษณ์ ๔) ประเภทอัตลักษณ์ และ ๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดอัตลักษณ์

๓.๕.๓.๒ กลุ่มหมู่บ้านช้าง จำนวน ๑ หมู่บ้าน มีผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน ๓๐ คน ดังนี้ ผู้บริหารภาครัฐ ๑๐ คน ตัวแทนกลุ่มผู้เลียงช้าง ๑๐ คน ชาวบ้านและพ่อค้า ๑๐ คนสำหรับประเด็นจากการสัมภาษณ์มี ๔ หัวข้อหลัก คือ ๑) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยว (๒) มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น (๓) ดึงดูดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จักว้างขวาง และ (๔) มีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจ เป็นต้น ๒) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ (๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน (๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน (๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ แล (๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว ๓) การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค (๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ (๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ (๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต (๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก (๖) การบริการให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน (๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ และ (๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค ๔) การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) การใช้ประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ (๒) การใช้ประโยชน์ด้านการเมือง (๓) การใช้ประโยชน์ด้านสังคม เป็นต้น

๓.๕.๓.๓ กลุ่มหมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม จำนวน ๑ หมู่บ้าน จำนวน ๒๐ คน สำหรับประเด็นจากการสัมภาษณ์มี ๔ หัวข้อหลัก คือ ๑) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยว (๒) มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น (๓) ดึงดูดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จักว้างขวาง และ (๔) มีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจ เป็นต้น ๒) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ได้แก่ (๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ (๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน (๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน (๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ แล (๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว ๓) การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค (๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ (๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ (๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต (๕) บรรจุ

ภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก (๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน (๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ และ (๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค ๔) การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) การใช้ประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ (๒) การใช้ประโยชน์ด้านการเมือง (๓) การใช้ประโยชน์ด้านสังคม เป็นต้น

๓.๕.๓.๔ กลุ่มหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอม จำนวน ๔ หมู่บ้าน จำนวน ๑๕ รูป/คน สำหรับประเด็นจากการสัมภาษณ์มี ๔ หัวข้อหลัก คือ ๑) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยว (๒) มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น (๓) ดึงดูดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จักว้างขวาง และ (๔) มีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจ เป็นต้น ๒) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ (๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน (๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน (๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ แล (๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว ๓) การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค (๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ (๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ (๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต (๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก (๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน (๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ และ (๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค ๔) การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) การใช้ประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ (๒) การใช้ประโยชน์ด้านการเมือง (๓) การใช้ประโยชน์ด้านสังคม เป็นต้น

๓.๕.๓.๕ กลุ่มหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จำนวน ๓ หมู่บ้าน จำนวน ๒๔ คน สำหรับประเด็นจากการสัมภาษณ์มี ๔ หัวข้อหลัก คือ ๑) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยว (๒) มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น (๓) ดึงดูดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จักว้างขวาง และ (๔) มีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจ เป็นต้น ๒) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ (๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน (๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน (๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ แล (๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว ๓) การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค (๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ (๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ (๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต (๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก (๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน (๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ และ (๘) การนำเสนอ

ผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค ๔) การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (๑) การใช้ประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ (๒) การใช้ประโยชน์ด้านการเมือง (๓) การใช้ประโยชน์ด้านสังคม เป็นต้น

## ๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ ดังนี้ ๑) ข้อมูลที่เก็บรวมมาได้จากแบบบันทึกเอกสาร เป็นข้อมูลที่ได้มาจากแนวคิด ทฤษฎีและรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวคิดอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว แนวคิด การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว แนวคิด ทฤษฎีการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว และแนวคิด การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว มีประเด็นที่ได้ทำการสืบค้น คือ ที่มาของแนวคิด ความหมาย หลักการสำคัญ ประเภทหรือองค์ประกอบ กระบวนการหรือวิธีการ การประยุกต์ใช้ เป็นต้น ใช้วิธีวิเคราะห์แบบพรรณนา (Descriptive Analysis) ๒) ข้อมูลที่ได้จากการสังเกต เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้จากการลงสังเกตพื้นที่ภาคสนามเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว มีประเด็นสังเกต เช่น ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย ด้านอาหารพื้นบ้าน ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านศาสนสถาน และ ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีวิเคราะห์แบบพรรณนา (Descriptive Analysis) **และ** ๓) ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์และแบบประเมิน ประเด็นในการสัมภาษณ์ เช่น อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว และการใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีวิเคราะห์แบบพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นต้น)

## ๓.๗ สรุปกระบวนการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยแบ่งดำเนินการวิจัยออกเป็น ๙ ขั้นตอน ดังนี้

**ตารางที่** ๓.๒ ผังกระบวนการวิจัย

# บทที่ ๔
# ผลการวิจัย

ผลการวิจัยในบทนี้คณะผู้วิจัยได้แบ่งขอบข่ายของเนื้อหาที่จะนำเสนอออกเป็น ๕ หัวข้อ คือ ๑) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ๒) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ๓) การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ และ ๔) การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ๕) องค์ความรู้จากการวิจัย ซึ่งผลของการวิจัยดังกล่าวคณะผู้วิจัยได้มาจากเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ๔ แบบ คือ แบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต แบบสัมภาษณ์ และแบบประเมิน เมื่อนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากเครื่องมือวิจัยดังกล่าวนำมาวิเคราะห์เรียบร้อยแล้วจึงได้ผลการวิจัยดังต่อไปนี้

## ๔.๑ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

การวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ได้แบ่งออกเป็น ๔ หัวข้อ คือ ๑) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ๒) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ๓) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ และ ๔) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ดังนี้

### ๔.๑.๑ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

การวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ในแต่ละหัวข้อได้มาจากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ ซึ่งจะได้ทำการวิเคราะห์ดังนี้

๔.๑.๑.๑ ข้อมูลจากแบบบันทึกเอกสารและแบบสัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการ ได้แบ่งการบันทึกและสัมภาษณ์ออกเป็น ๕ ประเด็น คือ ๑) ที่มาของแนวคิดอัตลักษณ์ ๒) ความหมายอัตลักษณ์ ๓) หลักการสำคัญของอัตลักษณ์ ๔) ประเภทอัตลักษณ์ และ ๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดอัตลักษณ์ ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากเครื่องมือดังกล่าวนำมาวิเคราะห์ได้ดังนี้

๑) ที่มาของแนวคิดอัตลักษณ์ คือ แนวคิดอัตลักษณ์ ได้เริ่มต้นขึ้นในช่วงปี ค.ศ. ๑๙๕๐ – ๑๙๖๐ โดยนักปรัชญา ๓ ท่าน คือ เจ.เจ.ซี.สมาร์ท, ยู.ที. เพลส และเฮอร์เบิรต์ ฟี ลก์ (J.J.C. Smart, U.T. Place and Herbert Feigl) คือ หลัง ค.ศ. ๑๙๘๐ เป็นต้นมาโครงสร้างระบบเศรษฐกิจในโลกตะวันตกได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากคือจากเดิมเน้นที่การลงทุนผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคก็ได้เปลี่ยนมาเป็นสินค้าในภาคบริการและสินค้าวัฒนธรรมมากขึ้นมาทำให้ประเด็นเรื่องอัตลักษณ์กลายเป็นหัวใจสำคัญ เพราะบริโภคนิยมนั้นอาศัยการสร้างสัญญะเป็นแกนและสัญญะต่าง ๆ ก็เกาะติดกับอัตลักษณ์แบบใดแบบหนึ่งเสมอ ไม่ว่าจะเป็นอัตลักษณ์ระดับปัจเจก

ระดับท้องถิ่น หรือระดับชาติก็ล้วน สามารถถูกทำให้กลายเป็นสินค้าได้ทั้งสิ้น ต่อมาค.ศ. ๑๙๘๙ ทฤษฎีนี้ได้ถูกพัฒนาโดย เชลดอน สไตรเกอร์ (Sheldon Stryker) ศาสตราจารย์ประจำภาควิชาสังคมวิทยา มหาวิทยาลัยอินเดียนาสหรัฐอเมริกา โดยอาศัยกรอบแนวคิดบริบทสังคมวิทยาบนพื้นฐานทัศนภาพโครงสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์นิยม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายพฤติกรรมการเลือกแสดงบทบาท ซึ่งเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ระหว่างสังคมและตัวตนของบุคคลโดยมีโครงสร้างทางสังคมและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเป็นตัวกำหนดหรือควบคุมการแสดงพฤติกรรมบุคคล

๒) ความหมายอัตลักษณ์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวที่เป็นตัวบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของบุคคล ชุมชน สังคม หรือประเทศนั้น ๆ ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไปหรือเหมือนสังคมอื่น ๆ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรม เนื่องจากอัตลักษณ์เป็นความนึกคิดเกี่ยวกับตนเองจึงมีความสำคัญต่อพฤติกรรมของบุคคล กล่าวคือความนึกคิดเกี่ยวกับตนเป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมของบุคคลเพราะคนเราย่อมกระทำไปตามความคิดหรือมโนภาพว่าตนเองเป็นคนเช่นไร

๓) หลักการสำคัญของอัตลักษณ์ ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติหรือเกิดขึ้นลอย ๆ แต่ก่อตัวขึ้นภายในวัฒนธรรม ณ ช่วงเวลาใด ช่วงเวลาหนึ่ง อัตลักษณ์จึงถูกผลิต ถูกบริโภค และถูกควบคุมจัดการภายใต้วัฒนธรรมพร้อมกับการสร้างความหมายต่าง ๆ ขึ้นมา และการยอมรับในอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มจะทำให้บุคคลได้รับการยอมรับเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มได้ง่ายมากขึ้น

๔) ประเภทอัตลักษณ์ จำแนกเป็น ๒ ประเภท คือ อัตลักษณ์ส่วนบุคคล คือ ลักษณะบุคคลที่นิยามตัวเองว่าคือใครเป็นสิ่งที่เป็นรูปธรรมชัดเจนจับต้องได้ เช่น รูปร่าง หน้าตา เพศ ลายนิ้วมือ เป็นต้น และ อัตลักษณ์ทางสังคม คือ ภาพที่บุคคลอื่นมีต่อบุคคลหนึ่งโดยอาศัยสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นนามธรรม เช่น สถานภาพทางสังคม เพศ ชาติพันธุ์ อาชีพ ศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรม ที่ปัจเจกบุคคลนั้นสังกัดอยู่

๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดอัตลักษณ์ สามารถปรับใช้ได้กับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล คือ ลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลนั้น เป็นรูปธรรมชัดเจนจับต้องได้ เช่น เพศ รูปร่าง หน้าตา ความสูง ลายนิ้วมือ เป็นต้น และ อัตลักษณ์ทางสังคม คือ ภาพที่บุคคลอื่นมีต่อบุคคลหนึ่งโดยอาศัยสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นนามธรรม เช่น สถานภาพทางสังคม เพศ ชาติพันธุ์ อาชีพ ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรม ที่ปัจเจกบุคคลสังกัดอยู่

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ที่ได้จากแบบบันทึกเอกสารและแบบสัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการสรุปได้ ๕ ประเด็น คือ ๑) แนวคิดอัตลักษณ์ ได้เริ่มต้นขึ้นในช่วงปี ค.ศ. ๑๙๕๐ – ๑๙๖๐ โดยนักปรัชญา ๓ ท่าน คือ เจ.เจ.ซี. สมาร์ท, ยู.ที. เพลส และเฮอร์เบิรต์ ฟิลก์ (J.J.C. Smart, U.T. Place and Herbert Feigl) หลัง ค.ศ. ๑๙๘๐ เป็นต้นมา ต่อมาค.ศ. ๑๙๘๙ ทฤษฎีนี้ได้ถูกพัฒนาโดย เชลดอน สไตรเกอร์ (Sheldon Stryker) มหาวิทยาลัยอินเดียนา ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยอาศัยกรอบแนวคิดตามบริบททางสังคมวิทยาบนพื้นฐานทัศนภาพโครงสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์นิยม ๒) อัตลักษณ์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวที่เป็นตัวบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของบุคคล ชุมชน สังคม หรือประเทศนั้น ๆ ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไปเหมือนสังคมอื่น ๆ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรม เป็นต้น ๓) หลักการสำคัญของอัตลักษณ์ คือ ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติหรือเกิดขึ้นลอย ๆ แต่ก่อตัวขึ้นภายในวัฒนธรรม ณ ช่วงเวลาใด ช่วงเวลา

หนึ่ง อัตลักษณ์จึงถูกผลิต ถูกบริโภค และถูกควบคุมจัดการภายใต้วัฒนธรรมพร้อมกับการสร้างความหมายต่าง ๆ ขึ้นมา ๔) ประเภทอัตลักษณ์ จำแนกเป็น ๒ ประเภท คือ อัตลักษณ์ส่วนบุคคล คือ ลักษณะบุคคลที่นิยามตัวเองว่าคือใครเป็นสิ่งที่เป็นรูปธรรมชัดเจนจับต้องได้ เช่น รูปร่าง หน้าตา เพศ ลายนิ้วมือ เป็นต้น และ อัตลักษณ์ทางสังคม คือ ภาพที่บุคคลอื่นมีต่อบุคคลหนึ่งโดยอาศัยสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นนามธรรม เช่น สถานภาพทางสังคม เพศ ชาติพันธุ์ อาชีพ ศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรม ที่ปัจเจกบุคคลนั้นสังกัดอยู่ ๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดอัตลักษณ์ สามารถปรับใช้ได้กับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล คือ ลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลนั้น เป็นรูปธรรมชัดเจนจับต้องได้ เช่น เพศ รูปร่าง หน้าตา ความสูง ลายนิ้วมือ เป็นต้น และ อัตลักษณ์ทางสังคม คือ ภาพที่บุคคลอื่นมีต่อบุคคลหนึ่งโดยอาศัยสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นนามธรรม เช่น สถานภาพทางสังคม เพศ ชาติพันธุ์ อาชีพ ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ที่ปัจเจกบุคคลสังกัดอยู่ เป็นต้น

๔.๑.๑.๒ ข้อมูลจากแบบบันทึกการสังเกต มีประเด็นสังเกต ๘ ด้าน คือ ๑) ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย ๒) ด้านอาหารพื้นบ้าน ๓) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๔) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ๕) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ๖) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ๗) ด้านศาสนสถาน และ ๘) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ซึ่งจะได้ทำการวิเคราะห์ดังนี้

๑) ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย ส่วนใหญ่เป็นบ้านไม้ชั้นเดียว บ้านมีช้างมีด้านข้างของบ้านเป็นโรงช้างยกหลังคาสูงราว ๆ ๔ เมตร บ้านบางหลังใช้ใต้ถุนบ้านเป็นที่ทอผ้าและเก็บเครื่องมือที่ใช้ประกอบอาชีพ เช่น เครื่องมือทำการเกษตร เครื่องมือทำประมงและเลี้ยงสัตว์

๒) ด้านอาหารพื้นบ้าน ชุมชนชาวกวยจะมีอาหารที่มีความเป็นอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น คือ แกงไก่ใส่หยวกกล้วย ปลายอนทอดกรอบ พริกป่นหรือน้ำพริก ซันลอว์เจ๊กจ์หรือแกงกล้วย เป็นแกงชนิดหนึ่งที่มีลักษณะคล้ายแกงเผ็ด ประกอบไปด้วยกล้วยดิบที่หั่นเป็นชิ้นพอดีคำ และ ไก่บ้าน ตามด้วยเครื่องปรุงรสต่าง ๆ ได้แก่ ตะไคร้ ใบมะกรูด ข่า เกลือ กะปิพริกแห้ง หอม กระเทียม กะทิ ขมิ้น ปลาร้า กระชาย และน้ำปลา นิยมทำในช่วงงานพิธี ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน

๓) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น คือ สินค้าท้องถิ่นที่ผลิตในหมู่บ้านช้าง บ้านตากลาง ผสานด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น มีลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัวของหมู่บ้านช้างและแตกต่างจากที่อื่น ดังนี้ (๑) ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง และฟันช้าง นำมาแกะสลักและออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ด้วยความประณีต ละเอียดอ่อนช้อย เช่น การแกะสลักพระพุทธรูป แหวน กำไล สร้อยคอ เป็นต้น (๒) ประเภทเครื่องประดับหางช้าง เป็นเครื่องรางของขลังที่นำหางของช้างมาเป็นส่วนประกอบ นิยมนำมาทำเครื่องประดับ เช่น แหวน และกำไล เป็นต้น (๓) ประเภทเครื่องมือควาญช้าง เช่น ตะขอช้าง เป็นตะขอที่ควาญช้างใช้บังคับช้าง โดย ด้ามทำจากเถาวัลย์ขนาดใหญ่ที่หายาก มีดควาญช้าง มีปลายแหลม มีด้ามมีและฝักมีด มีการลงอักขระ และปลุกเสกให้มีความศักดิ์สิทธิ์ (๔) ประเภทของชำร่วย ของประดับตกแต่งรถและบ้าน เช่น ของระลึกตะขอช้าง ของระลึกพวงกุญแจตะขอช้าง ของที่ระลึกตุ๊กตาช้าง พระพุทธรูปแกะจากกระดูกสัตว์ มีควาญช้าง เป็นต้น (๕) ประเภทเครื่องนุ่งห่ม เช่น เสื้อยืด ผ้าแพร หมอน ของใช้อื่น ๆ

๔) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น คือ วัฒนธรรมประเพณี หมู่บ้านช้างบ้านตากลางมีการสืบ สานวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมมาช้านาน และ ปฏิบัติสืบต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน ดังนี้ (๑) วัฒนธรรมการเลี้ยงช้าง ที่นี่ช้างเปรียบเสมือน เป็นส่วนหนึ่งของ

ครอบครัว ซึ่งเป็นวิถีชีวิต ความเชื่อ ประเพณีที่สืบต่อกันมาตั้งแต่สมัยโบราณ ของชาวส่วยหรือชาวกูย จนกลายมา เป็นหมู่บ้านช้างเลี้ยงขนาดใหญ่ที่สุดในโลก (๒) ประเพณีเซ่นผีปะกำจะกระทำก็ต่อเมื่อมีการไป คล้องช้าง พิธีแต่งงาน หรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่คนในครอบครัวจัดให้มี ขึ้น ด้วยมีความเชื่อว่า การได้เซ่นผีปะกำถูกต้องตามประเพณี ทำให้ชีวิตมีแต่ความสงบสุข (๓) ประเพณีแห่นาคบนหลังช้าง จัดขึ้นในช่วงวันขึ้น ๑๓-๑๕ ค่ำ เดือน ๖ ของทุก ๆ ปี เป็นประเพณีสำคัญของทุก ๆ คนในหมู่บ้าน เป็นพิธีอุปสมบทหมู่ที่งดงามอย่างมีอัตลักษณ์ (๔) ประเพณีแต่งงานบนหลังช้างหรือที่ชาวกูยเรียกกันว่า "พิธีซัตเต" ในวันแต่งงาน เจ้าบ่าว เจ้าสาว จะสวมชุดชาวกูย พื้นเมือง เจ้าบ่าวจะเดินทาง (ถ้ามีช้างจะนั่งช้าง) จากบ้านตนเองไป บ้านเจ้าสาว จากนั้นพราหมณ์ผู้ประกอบพิธีจะพาเจ้าสาวลงมาจาก บ้านไปยังกระท่อมเพื่อประกอบพิธีกรรม (๕) ประเพณีแกลมอ แม่มอ หรือ แม่ออ เป็นตัวเอกของพิธีกรรมนี้ เป็นการฟ้อนรำประกอบดนตรีซึ่งทำขึ้นใน ๓ โอกาส คือ ๑) เพื่อรักษาอาการป่วยและเรียกขวัญคนป่วย ซึ่งเป็นวิธีการรักษาทางจิตใจ ๒) เป็นการเข้าทรงเพื่อเสี่ยงทายปลอบขวัญให้คลายทุกข์ ๓) เป็นการเข้าทรงเพื่อบูชาครูกำเนิด เพื่อให้เกิดความสนุกสนาน โดยนิยมเล่นในช่วงเดือนยี่และเดือนสาม (มกราคมและกุมภาพันธ์) มีการเล่นที่บ้านตระมูล หมู่ ๖ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม วิธีเล่นผู้เล่นจะนั่งเป็นวงล้อมบายศรี ทำจากต้นกล้วย ๔ ต้น สูงประมาณ ๑๕๐ ซม. ซึ่งอาจมี ๕,๗ หรือ ๙ ชั้น มีเครื่องบูชาครู ซึ่งประกอบด้วย ขนม ข้าวต้มมัด ผ้าซิ่น ผ้าสไบ กระจก หวี แป้ง กรวยใบตองกล้วยห้าหรือแปดกรวย ธูป เทียน ไข่ไก่ เหล้า และเงิน ๒๔ บาท เมื่อวิญญาณเข้าร่างทรงก็จะฟ้อนรำ เมื่อเล่นพอสมควรแล้วก็จะถึงตอนวิญญาณออกโดยแสดงอาการประนมมือ ตัวสั่น ชูมือทั้งสองข้างสลัดไปมา

๕) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ ภายในหมู่บ้านช้างบ้านตากลางมีกิจกรรมที่เป็นอัตลักษณ์หลากหลายรูปแบบ ดังนี้ (๑) กิจกรรมการแสดงช้าง เป็นการแสดงของช้างที่ถูกฝึกมา อย่างดีโดยควาญช้างภายในศูนย์คชศึกษา เพื่อแสดงโชว์แก่ นักท่องเที่ยว เช่น โชว์เตะฟุตบอล โชว์วาดภาพ เป็นต้น (๒) กิจกรรมการนั่งช้างท่องเที่ยว เป็นการนั่งบนหลังช้างเพื่อชมวิถีชีวิตระหว่างคนกับช้างในชุมชน ชมวิวทิวทัศน์บริเวณแม่น้ำมูล และ แม่น้ำชี ไหลมาบรรจบกัน ซึ่งเรียกว่าวังทะลุ พร้อมกับการอุ้มช้างอาบน้ำ (๓) กิจกรรมฝึกหัดควาญช้าง เป็นการให้นักท่องเที่ยว ฝึกใช้คำสั่งต่าง ๆ ในการควบคุมพฤติกรรมของช้าง โดยจะมีควาญ ช้างเป็นผู้ควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิด (๔) กิจกรรมปั่นจักรยานชมวิว หมู่บ้านช้าง บ้านตากลางเป็น หมู่บ้านที่มีความน่าสนใจในเรื่องของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ นักท่องเที่ยวสามารถปั่น จักรยานเพื่อชมทัศนียภาพภายในบริเวณ หมู่บ้านและชมวิถีความเป็นอยู่ระหว่างคนกับช้าง (๕) กิจกรรมชมช้างอาบน้ำที่วังทะลุ เป็นบริเวณที่แม่น้ำสองสายไหลมาบรรจบกันคือลำน้ำชีกับแม่น้ำมูล ในเขตพื้นที่ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ เป็นบริเวณที่ควาญช้างนำช้างไปเล่นน้ำเพื่อให้ช้างคลายร้อนให้นักท่องเที่ยวได้ชมทุกวัน

๖) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว คือ ภายในหมู่บ้านช้างบ้านตากลางมี สถานที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเยี่ยมชมมากมาย มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและโบราณสถาน ดังนี้ (๑) ศูนย์คชศึกษา เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตความ เป็นอยู่ระหว่างคนกับช้างที่มีความผูกพันกันตั้งแต่เกิดจนตายอัน เป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนมีเพียงแห่งเดียวในโลก (๒) พิพิธภัณฑ์ช้าง เป็นสถานที่แสดงเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับช้าง อาทิ วิวัฒนาการของช้างในยุคต่าง ๆ เครื่องมือในการคล้องช้าง เป็นต้น (๓) คชอาณาจักร เป็นโครงการภายใต้องค์การสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์มีวัตถุประสงค์เพื่อนำช้างคืนถิ่น (๔) สุสานช้าง เป็นสถานที่เก็บรวบรวมกระดูกหรือ ประวัติ

ของช้างแต่ละเชือก ตลอดทั้งข้อมูลของช้าง เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้สืบค้นข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นคนกับช้างที่มีเพียงหนึ่งเดียวประจำจังหวัดสุรินทร์ และประเทศไทย และแห่งเดียวในโลก ซึ่งจัดสร้างขึ้นภายในวัดป่าอาเจียง (๕) วังทะลุ เป็นบริเวณที่แม่น้ำชีและแม่น้ำมูลไหลมา บรรจบกันที่บ้านตากลาง ตำบลกระโพ ก่อนไหลลงสู่แม่นำโขง ที่จังหวัดอุบลราชธานี เป็นที่อาบน้ำของช้างในหมู่บ้าน มีทัศนียภาพ ที่งดงามซึ่งหาชมได้ยาก

๗) ด้านศาสนสถาน คือ ศาสนสถานหรือวัด ในชุมชุนบ้านตากลาง ต. กระโพ อ.ท่าตูม จ. สุรินทร์ ได้แก่ วัดป่าอาเจียง(สุสานช้าง) เป็นศูนย์เรียนรู้และพิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน นับว่าเป็นศูนย์การเรียนรู้วงจรชีวิต ของคนกับช้าง เดิมเคยเป็นป่าช้า แต่ปัจจุบันได้เป็นที่สาธารณะ ประโยชน์ เช่น เป็นสถานที่ในการจัดตั้งโครงการคชอาณาจักร และ ยังเป็นที่เก็บกระดูกของคนและช้างอีกด้วย

๘) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล คือ ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ในหมู่บ้านช้าง ได้แก่ (๑) วัตถุมงคลประเภทงาช้าง เช่น การแกะสลักพระพุทธรูปงาช้าง แหวนงาช้าง กำไรงาช้าง สร้อยคองาช้าง เป็นต้น มีการปลุกเสกให้มีความศักดิ์สิทธิ์ (๒) วัตถุมงคลประเภทกระดูกช้าง เช่น แหวนกระดูกช้าง กำไรกระดูกช้าง สร้อยคอกระดูกช้าง เป็นต้น มีการปลุกเสกให้มีความศักดิ์สิทธิ์ (๓) วัตถุมงคลประเภทหางช้าง เป็นเครื่องรางของขลังที่นำหางของช้างมาเป็นส่วนประกอบ นิยมนำมาทำเครื่องประดับ เช่น แหวน และกำไร เป็นต้น (๔) วัตถุมงคลประเภทขี้ผึ้ง (นวดช้างโคลง) เป็นการนำขี้ผึ้งหรือเทียนไขมาหุงหรือต้มด้วยน้ำมันช้างเพื่อให้เกิดการหลอมละลายเป็นเนื้อเดียวกัน ผ่านกระบวนการปลุกเสกให้มีความศักดิ์สิทธิ์ หากบุคคลนวดช้างโขลงมีไว้ติดตัวหรือนำมาป้ายริมฝีปากเพียงบางเบา ก็จะทำให้บุคคลนั้นเป็นคนมีเสน่ห์ จะคบหาหรือพูดจากับใคร ๆ ก็จะทำให้ผู้ที่มาคบหาหรือพูดด้วยหลงใหล รักใคร่ หากทำธุรกิจก็จะเป็นที่ชอบใจของลูกค้า ทำให้การค้าขายเจริญก้าวหน้า เป็นต้น (๕) วัตถุมงคลประเภทตะขอช้าง เป็นตะขอที่ควาญช้างใช้บังคับช้าง โดย ด้ามทำจากเถาวัลย์ขนาดใหญ่ที่หายาก มีการลงอักขระ และปลุกเสกให้มีความศักดิ์สิทธิ์ เป็นต้น

สรุปผลสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้าง จังหวัดสุรินทร์ที่ได้จากแบบสังเกต สรุปได้ ๘ ด้าน คือ ๑) ลักษณะที่อยู่อาศัย ส่วนใหญ่เป็นบ้านไม้ชั้นเดียว บ้านมีช้างมีด้านข้างของบ้านเป็นโรงช้างยกหลังคาสูงราว ๆ ๔ เมตร บ้านบางหลังใช้ใต้ถุนบ้านเป็นที่ทอผ้าและเก็บเครื่องมือที่ใช้ประกอบอาชีพ ๒) ด้านอาหารพื้นบ้าน ชุมชนชาวกวยจะมีอาหารที่มีความเป็นอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น คือ แกงไก่ใส่หยวกกล้วย ปลายอนทอดกรอบ พริกป่นหรือน้ำพริก ซันลอว์เจ๊กจ์ หรือแกงกล้วย ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน เป็นต้น ๓) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น มีลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัวของหมู่บ้านช้างและแตกต่างจากที่อื่นจัดเป็นประเภทได้ คือ ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง และฟันช้าง ประเภทเครื่องประดับหางช้าง ประเภทเครื่องมือควาญช้าง ประเภทของชำร่วย และประเภทเครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น ๔) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ที่มีความโดดเด่น คือ วัฒนธรรมการเลี้ยงช้าง ประเพณีเซ่นผีปะกำ ประเพณีแต่งงานบนหลังช้างหรือ“พิธีซัตเต” ประเพณีแกลมอ ๕) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีกิจกรรมที่เป็นอัตลักษณ์หลากหลายรูปแบบ เช่น กิจกรรมการแสดงช้าง กิจกรรมการนั่งช้างท่องเที่ยว กิจกรรมฝึกหัดควาญช้าง กิจกรรมปั่นจักรยานชมวิว หมู่บ้านช้าง กิจกรรมชมช้างอาบน้ำที่วังทะลุ เป็นต้น ๖) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ที่สำคัญของชุมชน คือ ศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร สุสานช้าง วังทะลุ เป็นต้น ๗) ด้านศาสน

สถาน คือ วัดป่าอาเจียง(สุสานช้าง) เป็นศูนย์เรียนรู้และพิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน ๘) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์จังหวัดสุรินทร์ เช่น วัตถุมงคลประเภทงาช้าง วัตถุมงคลประเภทกระดูกช้าง วัตถุมงคลประเภทหาง วัตถุมงคลประเภทขี้ผึ้ง (นวดช้างโคลง) วัตถุมงคลประเภทตะขอช้าง เป็นต้น

๔.๑.๑.๓ ข้อมูลจากแบบบันทึกการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว มีการสัมภาษณ์ใน ๔ ประเด็น คือ ๑) มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยว ๒) มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น ๓) ดึงดูดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จักว้างขวาง ๔) มีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจ ซึ่งจะได้ทำการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

๑) ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยวดังนี้

(๑) ด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์หมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ เช่น อาหารพื้นบ้าน ที่เรียกว่า ซันลอว์เจ๊กจ์ หรือแกงกล้วย เป็นแกงชนิดหนึ่งที่มีลักษณะคล้ายแกงเผ็ด ประกอบไปด้วยกล้วยดิบที่หั่นเป็นชิ้นพอดีคำ และ ไก่บ้าน ตามด้วยเครื่องปรุงรสต่าง ๆ ได้แก่ ตะไคร้ ใบมะกรูด ข่า เกลือ กะปิพริกแห้ง หอม กระเทียม กะทิ ขมิ้น ปลาร้า กระชาย และน้ำปลา นิยมทำในช่วงงานพิธี ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นผสานด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น มีลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัวของหมู่บ้านช้างวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตส่วนหนึ่งได้มาจากช้างและสัญลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ในตัวผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสามารถสื่อสารถึงผลิตภัณฑ์หมู่บ้านช้างได้อย่างดีชัดเจน เช่น ประเภทเครื่องประดับงาช้าง เครื่องประดับหางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ของชำร่วย ของประดับตกแต่งรถและบ้าน เครื่องนุ่งห่ม ของใช้อื่น ๆ วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น มีการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมมาช้านาน และ ปฏิบัติสืบต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน เช่น วัฒนธรรมการเลี้ยงช้าง ประเพณีเซ่นผีปะกำ ประเพณีแห่นาคบนหลังช้าง ประเพณีแต่งงานบนหลังช้างหรือที่ชาวกูยเรียกกันว่า “พิธีซัตเต” ประเพณีแกลมอ แม่มอ หรือ แม่ออ เป็นต้น กิจกรรมการท่องเที่ยว มีอัตลักษณ์หลากหลายรูปแบบ เช่น กิจกรรมการแสดงช้าง กิจกรรมการนั่งช้างท่องเที่ยว กิจกรรมฝึกหัดควาญช้าง กิจกรรมปั่นจักรยานชมวิว กิจกรรมชมช้างอาบน้ำที่วังทะลุ สถานที่ท่องเที่ยว ศาสนสถานหรือวัด ในชุมชุน คือ วัดป่าอาเจียง(สุสานช้าง) เป็นศูนย์เรียนรู้และพิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน นับว่าเป็นศูนย์การเรียนรู้วงจรชีวิต ของคนกับช้าง และ ศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เช่น วัตถุมงคลประเภทงาช้าง ประเภทกระดูกช้าง ประเภทหางช้าง ประเภทขี้ผึ้ง (นวดช้างโคลง) ประเภทตะขอช้าง มีการลงอักขระ และปลุกเสกให้มีความศักดิ์สิทธิ์ ทั้งหมดนี้ได้แสดงให้เห็นว่า เป็นสิ่งที่มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างลงตัว

วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยว

(๒) ด้านวิถีชีวิต คือ ชุมชนหมู่บ้านช้างในจังหวัดสุรินทร์ ทำให้นักท่องเที่ยวผู้มาเยี่ยมชมสามารถสังเกตเห็นความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของชุมชน โดยตนเองมิได้เข้าไปมีส่วนร่วม เช่น วิถีชีวิตระหว่างคนกับช้าง ชาวกูยในหมู่บ้านช้างมีความผูกพันกับช้าง ราวกับว่าช้างที่เลี้ยงไว้แต่ละเชือกเป็นสมาชิกคนหนึ่งของครอบครัว การปฏิบัติต่อช้างก็เหมือนกับการปฏิบัติต่อสมาชิกแต่ละคนในครอบครัว ความผูกพันดังกล่าวได้แสดงออกมาเป็นวิถีชีวิตระหว่างคนกับช้าง คือ วิถีชีวิตของคนเลี้ยงช้างที่

ผูกพันกับช้าง ในอดีตที่ยังมีป่าไม้และป่าไผ่ที่เป็นอาหารช้างจำนวนมาก เมื่อควาญช้างตื่นเช้ามาจะนำช้างออกจากบ้านไปผูกไว้ตามป่าให้กินไม้และใบไผ่ในป่าคราวละหลาย ๆ วัน แต่ละวันควาญช้างจะเข้าไปในป่าเพื่อนำช้างไปกินน้ำและเล่นน้ำ ต่อจากนั้นก็เปลี่ยนที่ผูกช้างที่ใหม่ออกไปเรื่อย ๆ หรือหากเป็นฤดูเกี่ยวข้าวควาญช้างก็จะนำช้างไปผูกไว้ที่ใกล้กับนาเพื่อให้กินฟางข้าวและตอฟางข้าวในนา นานวันจะนำช้างเข้ามาในหมู่บ้านครั้งหนึ่ง วิถีชีวิตคนเลี้ยงช้างเป็นอยู่อย่างนี้ แต่ปัจจุบันวิถีชีวิตดังกล่าวได้เปลี่ยนไป เนื่องจากต้นไม้และต้นไผ่ในป่าลดน้อยลง ดังนั้น ควาญช้างในหมู่บ้านช้าง จึงนำช้างออกจากโรงช้างไปผูกไว้ในที่ไม่ไกลจากชุมชนแล้วมีรถขนอาหารช้างมาส่งให้ช้างกินและมีน้ำให้ช้างกินด้วยโดยไม่ต้องนำช้างไปผูกไว้ในป่าเหมือนในอดีต เมื่อถึงเวลาควาญช้างก็จะนำช้างไปลงเล่นน้ำที่ลำน้ำชี หรือไปที่วังทะลุซึ่งอยู่ไม่ไกลจากชุนมากนัก หากมีกิจกรรมที่ต้องนำช้างมาแสดงหรือออกงานในเทศกาลหรือประเพณีต่าง ๆ ควาญช้างก็จะนำช้างเข้าร่วมกิจกรรมนั้น ทั้งหมดนี้ทำให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนกับช้างในหมู่บ้านช้างซึ่งได้มีมาเป็นเวลายาวนานหลายชั่วอายุคน

(๓) ด้านวัฒนธรรมของชุมชน เช่น วัฒนธรรมการเลี้ยงช้าง ประเพณีเซ่นผีปะกำ ประเพณีแห่นาคบนหลังช้าง ประเพณีแต่งงานบนหลังช้างหรือที่ชาวกูยเรียกกันว่า “พิธีซัตเต” ประเพณีแกลมอ แม่มอ หรือแม่ออ เป็นต้น วิถีชีวิตเหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยวผู้มาเยี่ยมชมได้รับความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ เป็นผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน เนื่องจากวัฒนธรรมเหล่านี้เป็นวัฒนธรรมของชุมชนชาวกูยในหมู่บ้านช้างที่มีมาเป็นเวลายาวนาน ได้รับการอนุรักษ์สืบสานมิให้สูญหายโดยคนในชุมชนเองจากรุ่นสู่รุ่นเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ทำให้นักท่องเที่ยวที่แวะมาเยี่ยมชมได้เห็นถึงความงดงาม ตื่นตาและตรึงใจ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่เข้ามาเยี่ยมเยียนมีโอกาสได้เข้าร่วมในกิจกรรม ได้ศึกษาเรียนรู้ทำให้มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม คุณค่า และสภาพแวดล้อมของชุมชน โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวและมีส่วนในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมในชุมชนของตนเอง

๒) มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น ซึ่งหาดูได้ยากในแหล่งท่องเที่ยวอื่น เช่น (๑) ด้านอาหารพื้นบ้าน ชุมชนชาวกูยจะมีอาหารที่มีความเป็นอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น คือ แกงไก่ใส่หยวกกล้วย ปลายอนทอดกรอบ พริกป่นหรือน้ำพริก ซันลอว์เจ๊กจ์ หรือแกงกล้วย ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน เป็นต้น (๒) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น คือ สินค้าท้องถิ่นที่ผลิตในหมู่บ้านช้าง ผสานด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น มีลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัวของหมู่บ้านช้างและแตกต่างจากที่อื่น เช่น ประเภทเครื่องประดับงาช้าง ประเภทเครื่องประดับหางช้าง ประเภทเครื่องมือควาญช้าง ประเภทของชำร่วย ประเภทเครื่องนุ่งห่ม เช่น เสื้อยืด ผ้าแพร หมอน ของใช้อื่น ๆ เป็นต้น (๓) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น คือ มีการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมมาช้านานปฏิบัติสืบต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน เช่น วัฒนธรรมการเลี้ยงช้าง ประเพณีเซ่นผีปะกำ ประเพณีแห่นาคบนหลังช้าง ประเพณีแต่งงานบนหลังช้างหรือที่ชาวกูยเรียกกันว่า “พิธีซัตเต” ประเพณีแกลมอ แม่มอ หรือ แม่ออ เป็นต้น (๔) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ มีกิจกรรมที่เป็นอัตลักษณ์หลากหลายรูปแบบ เช่น กิจกรรมการแสดง กิจกรรมการนั่งช้างท่องเที่ยว กิจกรรมฝึกหัดควาญช้าง กิจกรรมปั่นจักรยานชมวิว กิจกรรมชมช้างอาบน้ำที่วังทะลุ เป็นต้น (๕) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว คือ มีสถานที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวหลายแห่ง เช่น ศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร สุสานช้าง วังทะลุ เป็นต้น (๗) ด้านศาสนสถาน คือ วัดป่าอาเจียง(สุสานช้าง) เป็นศูนย์เรียนรู้และพิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน นับว่าเป็นศูนย์การเรียนรู้วงจรชีวิต ของคนกับช้าง และ ยังเป็นที่เก็บกระดูกของคนและช้างอีก

ด้วย และ (๗) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล คือ มีวัตถุมงคลที่เป็นอัตลักษณ์ เช่น วัตถุมงคลประเภทงาช้าง วัตถุมงคลประเภทกระดูกช้าง วัตถุมงคลประเภทหางช้าง วัตถุมงคลประเภทขี้ผึ้ง (นวดช้างโคลง) วัตถุมงคลประเภทตะขอช้าง เป็นต้น ที่กล่าวมานี้ถือได้ว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านช้างมีความโดดเด่นเฉพาะถิ่นเนื่องจากสิ่งที่กล่าวมานี้หาดูได้ยากในแหล่งท่องเที่ยวอื่น

๓) ดึงดูดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จักว้างขวาง คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ มีจุดดึงดูดความสนใจ มีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจ และความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น มีเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตและภูมิปัญญา มีความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม เป็นวัฒนธรรมซึ่งเป็นมรดกของชุมชนหมูบ้านช้างที่สั่งสมมาแต่อดีตและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละท้องถิ่น มีความสามารถในการสืบทอดทางวัฒนธรรม ความต่อเนื่องของการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม ความผูกพันต่อท้องถิ่น และความเข้มแข็งในการรักษาวัฒนธรรม จึงมีความสำคัญในการรักษาวัฒนธรรมให้คงอยู่ ซึ่งเป็นจุดเสริมศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ อีกทั้งศักยภาพในทางกายภาพและการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย และความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านช้างแห่งนี้ด้วย

๔) มีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจ ในชุมชุมชนการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง ในจังหวัดสุรินทร์ มีอยู่ ๔ หมู่บ้านหลัก คือ ได้แก่ บ้านตากลาง หมู่ ๑๓ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม บ้านตาทิตย์ หมู่ ๘ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม และ บ้านขุนทรายทอง หมู ๔ ตำบลหนองเรือ อำเภอชุมพลบุรี ทั้ง ๔ หมู่บ้านได้มีการมีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจ เช่น การนำเสนอโดยใช้สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ในคู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ “เส้นทางวิถีสายคนกับช้าง” เนื้อหาที่นำเสนอ เริ่มจากแผนที่เส้นทาง การแนะนำชุมชนท่องเที่ยวเส้นทางวิถีสายคนกับช้างว่ามีอยู่ที่ใดบ้างพร้อมนำเสนอประวัติของชุชนโดยย่อและมีภาพถ่ายแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละชุมชนประกอบ มีการแนะนำวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ ภาษา อาหารพื้นถิ่น ผลิตภัณฑ์ชุมชน สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว อาชีพของคนในชุมชน ที่พัก การเดินทาง พร้อมให้แหล่งข้อมูลในการติดต่อสอบถาม สำหรับลูกค้าหรือผู้สนใจเข้ามาเที่ยวในชุมชนด้วย การนำเสนอโดยใช้สื่อแผ่นพับ บ้านตาทิตย์ และสื่อแผ่นพับชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านหนองบัว เนื้อหาที่นำเสนอ เริ่มจาก ด้านความเป็นมาของชุมชน มีการเล่าประวัติของหมู่บ้านโดยย่อ ด้านแผนที่หมู่บ้าน มีเนื้อหาการแนะนำทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชน เช่น พายเรือคายัค วัดป่าอาเจียง วัดแจ้งสว่าง ปางช้างคชอาณาจักร ศูนย์คชศึกษา สุสานช้าง วังทะลุ โฮมสเตย์ ศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์บ้านหนองบัว กลุ่มทอผ้าบ้านหนองบัว เส้นทางขี่ช้างศึกษาธรรมชาติ เป็นต้น ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน มีการแนะนำผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น สร้อยกระดูก ตะขอช้างด้ามไม้และหนัง พวงกุญแจตะขอช้างกำไลหางช้าง กำไลฟันช้าง สร้อยข้อมือจากกระดูกสัตว์ แหวนหางช้าง แหวนกระดูกฟันช้าง กระดูกสัตว์แกะสลัก พริกป่นและน้ำพริก มีควาญช้าง เป็นต้น ด้านอาหารพื้นถิ่น มีการแนะนำอาหารพื้นถิ่น เช่น แกงไก่ใส่หยวกกล้วย ปลายอนทอดกรอบ กินปลาเย๊าะ ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน เป็นต้น ด้านท่องเที่ยววิถีชุมชน มีการแนะนำกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น กิจกรรมการนั่งช้างเข้าป่าชุมชน กิจกรรมการฝึกบังคับ

ช้างอย่างง่าย กิจกรรมนั่งเรือคายัคชมวิวทิวทัศน์สองฝากฝั่งลำน้ำชี กิจกรรมปลูกป่าชุมชนและทำสวนพริกริมลำน้ำชี กิจกรรมชมช้างเล่นน้ำ กิจกรรมชมการแสดงช้าง ณ ศูนย์คชศึกษา กิจกรรมชมสุสานช้าง ณ วัดป่าอาเจียง กิจกรรมศึกษาเรียนรู้การทำกระดาษสาจากมูลช้าง กิจกรรมล่องแพลำน้ำชีและลำน้ำมูล กิจกรรมชมพิพิธภัณฑ์ครูบาใหญ่บ้านศาลาที่รวบรวมเรื่องราวของผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการคล้องช้างป่า เป็นต้น ด้านข้อมูลการเดินทาง มีการนำเสนอข้อมูล การเดินทางโดยรถยนต์ โดยใช้ทางหลวงหมายเลข ๒๑๔ (สุรินทร์-ร้อยเอ็ด) ก่อนถึงอำเภอท่าตูม กิโลเมตรที่ ๓๖ ให้เลี้ยวซ้ายไปตามทางหมู่บ้านอีก ๒๒ กิโลเมตร ก็ถึงชุมหมู่บ้านช้าง การเดินทางโดยรถประจำทาง สายสุรินทร์-กระโพ จากสถานีขนส่งจังหวัดสุรินทร์ รถออกทุก ๆ หนึ่งชั่วโมง เที่ยวแรกเริ่มเวลา ๐๖.๓๐ น. อัตตราค่าโดยสารคนละ ๓๐ บาท นอกจากนี้ได้มีการแนะนำในนักท่องเที่ยวสามารถสแกน QR Code ได้โดยวิธีการสแกนเพิ่มเพื่อนในไลน์กลุ่ม[๑] ได้ด้วย เป็นต้น นอกจากมีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจ ในสิ่งพิมพ์ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ยังมีการนำเสนอในสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ รวมทั้งมีการนำเสนอในสื่อออนไลน์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และการออกร้าน จัดนิทัศการในงานสำคัญต่าง ๆ เช่น งานแสดงช้างประจำปีของจังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวสรุปได้ ๓ ด้าน คือ ๑) ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยว ๒) มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น ซึ่งหาดูได้ยากในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๓) ดึงดูดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จักว้างขวาง และ ๔) มีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจ เป็นต้น

### ๔.๑.๒ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์

การวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ในแต่ละหัวข้อได้มาจากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ ซึ่งจะได้ทำการวิเคราะห์ดังนี้

๔.๑.๒.๑ ข้อมูลจากแบบบันทึกเอกสารและแบบสัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการ ได้แบ่งการบันทึกและสัมภาษณ์ออกเป็น ๕ ประเด็น คือ ๑) ที่มาของแนวคิดอัตลักษณ์ ๒) ความหมายอัตลักษณ์ ๓) หลักการสำคัญของอัตลักษณ์ ๔) ประเภทอัตลักษณ์ และ ๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดอัตลักษณ์ ซึ่งข้อมูลส่วนนี้ได้วิเคราะห์และนำเสนอไว้แล้วในหัวข้อที่ว่าด้วยอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

---

[๑] นายอำพร ทองพู, ผู้ใหญ่บ้านตาทิตย์, บ้านตาทิตย์ หมู่ ๘ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์.สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

๔.๑.๒.๒ ข้อมูลจากแบบบันทึกการสังเกต มีประเด็นสังเกต ๕ ด้าน คือ ๑) ด้านอาหารพื้นบ้าน ๒) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๓) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ๔) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ๕) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งจะได้ทำการวิเคราะห์ตามลำดับดังนี้

๑) ด้านอาหารพื้นบ้าน ที่มีความโดดเด่นในชุมชนนี้ คือ ประเภทอาหารหวาน เช่น อันซอมสเล็กโดง นมโชค หรือ ขนมฝักบัว เป็นของหวานหรืออาหารว่าง นมเนียงเล็ด หรือขนมนางเล็ด ใช้ในประเพณีเป็นของชุมชนเขมร นมกะมอลหรือขนมกะมอล มีลักษณะเป็นรูปกลม ๆ รับประทานเป็นของหวาน มีรสหวาน และหอม กลิ่นงา งามีสรรพคุณเป็นสมุนไพร ช่วยทำให้ผมดกดำ ขนมกันเตรีม เป็นของหวาน หรือ อาหารว่างที่มีรสอร่อย ขนมต่าง ๆ เหล่านี้นอกจากจะเป็นอาหารที่คนในชุมชนทำขึ้นสำหรับรับประทานเป็นปกติของคนในชุมชนในถิ่นนี้แล้วยังนำมาใช้ในเป็นเครื่องเซ่นไหว้ในงานพิธีต่าง ๆ รูปลักษณ์ของขนมต่าง ๆ ใช้เป็นสื่อนำมาใช้อธิบายให้คนรุ่นใหม่เห็นถึงคติธรรมและความเชื่อหลายอย่างที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตที่ดีของคนในชุมชนได้ เช่น ความเหนียวของขนมอันซอมสเล็กโดง ความเชื่อมเกาะติดกันเป็นแผ่นเดียวของขนมนางเล็ด เป็นต้น เมื่อนำมาใช้เป็นของเซ่นไหว้หรือเครื่องบูชาในงานพิธีกรรมต่าง ๆ ของชุมชน ก็เป็นสัญลักษณ์สื่อให้เห็นถึงความซื่อเรื่องความเหนียวแน่นหรือความเป็นปึกแผ่น ความสามัคคี ความมีน้ำใจสมัคสมานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของคนในชุมชน เป็นต้น

๒) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ที่ถือเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งมีความโดดเด่นในชุมชนนี้ มีอยู่ ๒ ประเภทหลัก ดังนี้

(๑) ผลิตภัณฑ์จากไหม เช่น ผ้ายกดอกลายโคมหลวง สำหรับตัดชุดสีธรรมชาติ คือ ชุมชนมีการทอผ้ายกเชิงเป็นรวดลายโบราณดั้งเดิมมาเป็นเวลายาวนาน โดยได้รับความรู้จากบรรพบุรุษ ต่อมาคุณพรทวีได้มีโอกาสไปศึกษาดูงานในพื้นที่จังหวัดใกล้เคียง ประกอบกับการอ่านนิตยสารต่าง ๆ จึงได้เกิดแนวคิดการแกะลายและออกแบบเป็นผ้ายกดอกโดยใช้สีธรรมชาติเป็นหลัก ซึ่งได้ทำการการผลิตจากอดีตมาถึงปัจจุบัน ได้ประมาณ ๓๐ ปี เช่น ผ้าไหมโบราณ ลายอันลูนซีม (สีธรรมชาติ ๘๐ %) ซึ่งใช้ไหมพุ่งและไหมยืนหลายสีแบบเดียวกันทอขัดกัน เกิดเป็นตาราง ถ้ามีขนาดใหญ่เรียกว่า อันลูนธม ถ้าขนาดเล็กเรียกว่าอันลูนโตจ ผ้าดังกล่าวนิยมใช้ในกลุ่มหญิงสูงวัยใช้สำหรับนุ่งอยู่ภายในบ้านตัวเอง ผ้ายกดอกลายโคมหลวง สาหรับตัดชุด (สีธรรมชาติ ๑๐๐ %) มีลวดลายละเอียดอ่อน ต้อ ลักษณะเป็นรูปดอกที่ดูโดดเด่น ใช้เป็นเครื่องแต่งกายงานพิธีกรรมต่าง ๆ เส้นไหมทุกเส้นจะใช้สีธรรมชาติ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซักแล้วสีไม่ตก ไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้สวมใส่ เนื้อผ้ามีความอ่อนนุ่มและมีน้ำหนัก ผ้าไหมโบราณ ลายหางกระรอก ลวดลายของผ้าทอที่มีลักษณะเนื้อผ้าที่มีความเหลือบสี เห็นเป็นลายเส้นเล็กๆ ในตัว ซึ่งมองดูแล้วคล้ายกับขนของหางกระรอก จึงเป็นที่มาของชื่อเรียกดังกล่าว นอกจากนี้ ชื่อเรียกผ้าชนิดนี้จะแตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น ตามรูปลักษณ์ที่มุ่งเน้น บางพื้นที่เรียกว่า ผ้าวา ผ้ายาว ซึ่งเป็นการเรียกตามลักษณะความยาวของผืนผ้าที่ยาวกว่าผ้าถุงเท่าตัว บางพื้นที่เรียกว่า ผ้าควบ เพราะถือเอาวิธีการทอแบบตีเกลียวควบมาใช้เป็นชื่อเรียก แต่คนส่วนใหญ่นิยมเรียกว่าผ้าหางกระรอก

สำหรับการออกแบบลายผ้าไหมชนิดต่าง ๆ มีหลายแบบ เช่น ลายโกนกะแอก (ลายลูกนก) ลายดอกมะเขือ ลายลูกอ๊อด ลายราชวัตร ลายเกล็ดเต่า ลายโฮล ลายสร้างสรรค์ชุดอนุรักษ์สัตว์ธรรมชาติ ประกอบด้วย สิงโต ต้นไม้ ดอกไม้ นกคู่ ผีเสื้อ ผ้าลายกระสไน (ลายร่างแห) ลายก้านแย่ง

(ลายไทย) หมี่คั่น (อันลูนซีม) ลายนกยูง ลายพญานาค ลายโคมห้า ลายพนมเปญ หมี่คั่นประยุกต์ ลายเรือหงส์ ลายสกลนคร ผ้าลายอันปรม ลายสาคู บางลายที่ทาไม่รู้จักชื่อก็มี เป็นต้น

(๒) ผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน การทำเครื่องเงินโบราณเขวาสินรินทร์ จัดเป็นงานหัตกรรมที่มีการสืบทอดกันมาตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษ ถือเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นของชุมชนนี้ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไป และถือเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตคนในชุมชน เครื่องเงินที่ผลิตนอกจากจะมีลวดลายที่สวยงาม และมีความประณีตแล้ว สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของเครื่องเงินโบราณเขวาสินรินทร์ คือ “ลูกประเกือม” ซึ่งบริเวณบ้านโชค ตำบลเขวาสินรินทร์ ถือเป็นหมู่บ้านแห่งแรกที่มีการทำลูกประเกือมจนมีชื่อเสียง ต่อมาเมื่อความต้องการของผู้บริโภคสินค้าเพิ่มขึ้น การผลิตจึงขยายตัวไปทั่วทั้งตำบล ปัจจุบันพบว่าตำบลเขวาสินรินทร์ เป็นพื้นที่มีการผลิตลูกประเกือมมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เป็นมรดกทางภูมิปัญญา ควรค่าแก่การส่งเสริมและอนุรักษ์ไว้ให้คงอยู่สืบไป ได้แก่ ประเภทเครื่องประดับ เช่น ต่างหู สร้อยคอ กำไลมือ แหวน เป็นต้น ประของตกแต่งบ้านและของใช้ในงานมงคล เช่น ขันเงิน และ พานรอง เป็นต้น

สำหรับการออกแบบลายเครื่องเงินหรือประเกือม (Prakam) โบราณชนิดต่าง ๆ ที่สำคัญและสืบทอดกันมายาวนานมีอยู่อย่างน้อย ๑๒ ลวดลาย คือ ๑. ลายกลับดอกบัว (กลีบบัว) ๒. ลายดอกพิกุล ๓. ลายผลมะยม ๔. ลายร่างแห่ ๕. ลายดวงอาทิตย์ ๖. ลายดวงจันทร์ ๗. ลายทานตะวัน ๘. ลายรวงผึ้ง ๙. ลายรังแตน ๑๐. ลายดอกปลึด ๑๑. ดอกมะลิ ๑๒ ลายรำหอก เป็นต้น ลวดลายเหล่านี้นอกจากทำให้เกิดความสวยงามแล้วยังแฝงไว้ซึ่งปรัชญา ความชื่อเกี่ยวกับมงคล ความขลัง ความศักดิ์สิทธิ์ พลังอำนาจ ความเร้นลับ จารีต เช่น เป็นเครื่องช่วยเสริม ให้เกิดความสวัสดีมงคล ให้เกิดลาภผล และเจริญรุ่งเรือง เป็นเครื่องช่วยเพิ่ม และแสดงถึงฐานะ ความเป็นอยู่ มักประกอบด้วยเงินแท้ ทองคาแท้ และเป็นลวดลายสวยงาม วิจิตร และมีมูลค่าสูง เป็นเครื่องช่วยต้าน คือ ต้านทานสิ่งอัปมงคล เสนียดจัญไร ไสยศาสตร์ มนต์ดา และวิญญาณชั่วร้าย เป็นต้น

๓) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ซึ่งมีความโดดเด่นในชุมชุนท่องเที่ยวหมู่บ้านผ้าไหมและประเกือมแห่งนี้ ได้แก่ ประเพณีแซนโฎนตา บูชาบรรพบุรุษ ประเพณีแซนโฎนตา คือ ประเพณีที่มีความสำคัญและปฏิบัติสืบทอดติดต่อกันมายาวนานของชาวเขมรพื้นเมืองสุรินทร์ ที่แสดงออกถึงความกตัญญูต่อผู้มีพระคุณ ความรัก ความผูกพันของสมาชิกในครอบครัว เครือญาติรวมถึงชุมชนต่าง ๆ "แซนโฎนตา" มีความหมายดังนี้ คำว่า “แซน” หมายถึง การเซ่นไหว้ การบวงสรวง “โฎน” หมายถึง ยายหรือย่า “ตา” หมายถึง ตาหรือปู่ ดังนั้น คำว่า “โฎนตา” จึงหมายถึง ยาย,ย่า ตา และปู่ ดังนั้นการทำบุญอุทิศให้ ยาย, ย่า, ตา และ ปู่ หรือบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้ว จึงเรียกว่า "แซนโฎนตา" ข้อสังเกตประการหนึ่งคนทั่วไปมักเขียนว่า "โดนตา" การเขียนแบบนี้ถือว่าผิด เนื่องจากเป็นประเพณีเซ่นไหว้ผีบรรพบุรุษของชาวเขมร ที่ไม่มีตัวอักษร "ด" อยู่ในพยัญชนะ แต่ใช้ตัว "ฎ" แทน การประกอบพิธีกรรมที่มีลักษณะคล้ายกันซึ่งมีสืบทอดมากันมาเป็นระยะเวลานาน เช่น การเซ่นไหว้ศาลปู่ตาประจำหมู่บ้าน การเซ่นไหว้ศาลพระภูมิประจำบ้าน เป็นต้น วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นแซนโฎนตานี้เริ่มขึ้นในวันแรม ๑๔ ค่ำ เดือน ๑๐ ของทุกปี ลูกหลานชาวพื้นเมืองเขมรสุรินทร์ที่ไปทำงานหรือตั้งถิ่นฐานในที่อื่น ต่างพร้อมใจกันเดินทางกลับมารวมญาติเพื่อทำพิธีแซนโฎนตา ในหลายชุมชนที่จังหวัดสุรินทร์ เพราะมีความเชื่อว่าเมื่อถึงวันแรม ๑ ค่ำ เดือน ๑๐ ประตูนรกจะเปิด สัตว์นรกจะเดินทางมาเยี่ยมญาติ จึงมีการจัดอาหาร ขนม ข้าวต้ม ในตอนเย็นของวันขึ้น ๑๔ ค่ำ เดือน

๑๐ และพอรุ่งเช้าวันขึ้น ๑๕ ค่ำ เดือน ๑๐ ก็จะนำอาหาร ขนม ข้าวต้ม ไปทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้ผู้ตายไปแล้วที่วัด เรียกว่า "เป็นตูจ” แปลว่า วันสารทเล็ก โดยเชื่อว่าสัตว์นรกจะออกมาจากยมโลกได้ ๑๕ วัน หลังจากนั้นต้องกลับไปรับกรรมในยมโลกตามเดิม จากวันเป็นตูจนับไปอีก ๑๕ วัน (นับจากวันขึ้น ๑๔ ค่ำ เดือน ๑๐ ) จะตรงกับวันแรม ๑๔ ค่ำ เดือน ๑๐ ของทุกปี คือ วัน "เป็นธม” แปลว่า วันสารทใหญ่ ซึ่งเป็นวันที่ประกอบพิธีแซนโฎนตา สาเหตุที่ต้องเตรียมตัวทำบุญตั้งแต่วันขึ้น ๑๔ ค่ำ เดือน ๑๐ เพราะญาติที่เป็นสัตว์นรก หรือผีบรรพบุรุษ ถูกปล่อยมาจากนรกในวันนั้นและเดินทางมาไกลเกิดความเหน็ดเหนื่อย หิวกระหาย เมื่อมาถึงก็จะอยู่ที่วัดรอคอยว่าญาติหรือลูกหลานจะมาทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้หรือไม่ เมื่อถึงรุ่งเช้าวันขึ้น ๑๕ ค่ำ เดือน ๑๐ ญาติหรือลูกหลานก็จะไปทำบุญที่วัดตอนนี้เองถ้าญาติหรือลูกหลานมาก็จะดีใจและได้รับผลบุญที่ลูกหลานทำบุญอุทิศให้ และผีบรรพบุรุษเหล่านั้นก็ได้อวยพรให้ญาติหรือลูกหลานมีความสุขความเจริญ ประกอบอาชีพประสบผลสำเร็จ แต่ถ้าไม่เห็นญาติมาทำบุญอุทิศให้ก็จะโกรธและสาปแช่งไม่ให้มีความสุขความเจริญ จุดประสงค์ของประเพณีแซนโฎนตา นอกจากเป็นการทำบุญเพื่ออุทิศส่วนกุศลให้ผีบรรพบุรุษแล้วยังเป็นการแสดงความกตัญญูกตเวทีต่อผู้มีพระคุณ การสร้างปฏิสัมพันธ์ ความรักความอบอุ่นของสมาชิกในครอบครัว เครือญาติตลอดถึงการสร้างความสามัคคีของคนในชุมชนด้วย

๔) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่โดดเด่นแตกต่างไปจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นมีอยู่ ๒ กิจกรรมหลักคือ (๑) กิจกรรมท่องเที่ยวกลุ่มผ้าไหม (๒) กิจกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มเครื่องเงิน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

(๑) กิจกรรมท่องเที่ยวกลุ่มผ้าไหม ในชุมชนเขวาสินรินทร์ มีอยู่ ๔ กลุ่มหลัก คือ กลุ่มที่ ๑ มีสมาชิก ๑๕๖ คน มีนางเอือม แยบดี เป็นประธานกลุ่ม นางละเอียด สุดภักดี รองประธาน นางอมรรัตน์ กิจอภิรักษ์ เป็นเลขานุการ นางสาวกัลยา เป็นเหรัญญิก นายสมโภชน์ ศรีงาม เป็นกรรมการ กลุ่มที่ ๒ ตั้งอยู่หมู่ที่ ๑ คือ กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ มีนางจุฬาลักษณ์ อายุ ๔๘ ปี เป็นประธานกลุ่ม มีสมาชิก ๒๙ คน ผ้าโฮลสตรี ,มีความโดดเด่นมากในกลุ่มนี้ เคยได้เข้ารับรางวัลพระราชทานจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาสยามบรมราชกุมารี ในปี พ.ศ.๒๕๔๘ ที่พระตำหนักภูพานราชนิเวศน์ กลุ่มที่ ๓ ตั้งอยู่หมู่ที่ ๒ มีสานักงานอยู่ที่บ้าน เลขที่ ๒๐๑ มีนางพูนสุข ถือฉลาด เป็นประธานกลุ่ม นางสงวน คงสกุล เป็นรองประธาน นางสุภาพ ครบหมาย เป็นเลขานุการ นางสาวสารวน ห้องขวาง เป็นเหรัญญิก นางอรุณี ยอดบุตร นางยุพา เจริญมาก นางสำเร็จ จองอยู่ นางอรุณศรี ผ่องใส เป็นกรรมการ ตั้งขึ้นเมื่อ วันที่ ๖ ตุลาคม ๒๕๔๖ โดยกรมพัฒนาชุมชน เป็นผู้รับรองและให้แรงบันดาลใจในการตั้งกลุ่ม ปัจจุบันมีสมาชิก ๒๐๐ คน กลุ่มที่ ๔ คือ กลุ่มออมทรัพย์สหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มนี้ในครั้งแรกเพียงเข้ามาให้การสนับสนุนกลุ่มแม่บ้านในเรื่องการรวมกลุ่มกันที่สหกรณ์เครดิตยูเนียน การหาตลาดค้าขายผ้าไหมและเครื่องเงินให้ แต่ต่อมากลุ่มสตรีผ้าไหมแต่ละมีกลุ่มได้มีตลาดผ้าไหมเป็นของตนเองโดยตรงจึงมอบให้แต่ละกลุ่มไปดำเนินการเรื่องการตลาดค้าขายผ้าไหมและเครื่องเงินกันเอง สหกรณ์คงดำเนินการในเรื่องการฝากเงินออมทรัพย์ มีการฝากเงินออมทุกเดือนสมาชิกท่านใดเดือดร้อนสหกรณ์จะช่วยเหลือให้เงินกู้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าการกู้จากธนาคาร ปัจจุบันมีสมาชิกจานวน ๓๐๙ คน มีเงินหมุนเวียนอยู่ในกลุ่ม ๑,๕๑๑,๔๖๐ บาท เมื่อสมาชิกกู้ยืมไปแล้ว พอสิ้นปีส่งคืนทั้งเงินต้นและดอกเบี้ย ถ้าใครต้องการเงินอีกก็สามารถทำเรื่องกู้ใหม่ได้ ในกลุ่มนี้มีนางพูนสุข ถือฉลาด เป็นประธานกลุ่ม ทั้ง ๔ กลุ่มที่กล่าวมานี้จัดอยู่ในกิจกรรมท่องเที่ยวกลุ่มผ้าไหม

(๒) กิจกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มเครื่องเงิน ในชุมชนเขวาสินรินทร์ มีอยู่ ๒ กลุ่มหลัก คือ กลุ่มที่ ๑ เป็นกลุ่มร้านค้าชุมชนเขวาสินรินทร์ รับสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทเครื่องเงินรวมทั้งผ้าไหมที่ผลิตได้ในชุมชนและแหล่งอื่น ๆ มารวมไว้ที่นี้ให้นักท่องเที่ยวที่ประสงค์จะมาเที่ยวชมผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อความเพลิดเพลินและหากสินค้าประเภทไหนถูกใจก็จะซื้อติดมือไปไว้ใช้เองหรือเป็นของฝากก็ได้ สำหรับกลุ่มร้านค้าชุมชนเขวาสินรินทร์นี้มีอยู่หลายร้านให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชม กลุ่มที่ ๒ คือ กลุ่มหัตกรรมเครื่องเงิน เช่น นายป่วน เจียวทอง อายุ ๗๘ ปี ปราชญ์ชาวบ้านสาขาศิลปหัตถกรรมและสิ่งทอเครื่องประดับเงินโบราณ ได้รับการเชิดชูเกียรติให้เป็นครูภูมิปัญญาไทยด้านการทำเครื่องเงินโบราณ รุ่นที่ ๖ อาศัยอยู่บ้านเลขที่ ๖๘ หมู่ที่ ๓ บ้านโชค ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ บ้านโชคเป็นหมู่บ้านหัตถกรรมเครื่องเงินโบราณซึ่งเดิมทีชาวบ้านส่วนใหญ่มีอาชีพทำการเกษตร เมื่อว่างเว้นจากการทำเกษตรแล้วก็จะมารวมตัวกันเป็นกลุ่ม เพื่อทำอุตสาหกรรมในครัวเรือน โดยการทำเครื่องประดับเงิน ซึ่งใช้กรรมวิธีการทำแบบโบราณ ที่มีการสืบทอดกันมายาวนาน โดยการผลิตลูกประคำเงิน หรือคนพื้นเมืองที่นี่เรียกว่า “ลูกประเกือมเงิน” และ “ตะเกาเงิน” เมื่อนำมาใช้เป็นเครื่องประดับ ก็มีความสวยงามมาก ซึ่งลวดลายต่าง ๆ ล้วนแล้วแต่เป็นเอกลักษณ์ของคนพื้นเมืองที่นี่ “ลูกประเกือมเงิน” และ “ตะเกาเงิน” จึงเป็นที่นิยมและมีชื่อเสียงมายาวนานในจังหวัดสุรินทร์ เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เป็นต้น

๕) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งมีความโดดเด่นของที่นี่ คือ บ้านเขวาสินรินทร์ หมู่ที่ ๑ หมู่ที่ ๒ และ บ้านโชค หมู่ที่ ๓ ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ได้ชื่อว่าเป็นหมู่บ้านที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นและมีชื่อเสียงในจังหวัดสุรินทร์ เช่น บ้านเขวาสินรินทร์ หมู่ที่ ๑ หมู่ที่ ๒ มีแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มผ้าไหมหัตถกรรมผ้าไหมที่มีชื่อเสียงจนได้เข้ารับรางวัลพระราชทานจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาสยามบรมราชกุมารี ในปี พ.ศ.๒๕๔๘ ที่พระตำหนักภูพานราชนิเวศน์ สำหรับบ้านโชค หมู่ที่ ๓ มีกลุ่มร้านค้าชุมชนเขวาสินรินทร์ รับสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทเครื่องเงินรวมทั้งผ้าไหมที่ผลิตได้ในชุมชนและแหล่งอื่น ๆ มารวมไว้ที่นี้ให้นักท่องเที่ยวที่ประสงค์จะมาเที่ยวชมผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อความเพลิดเพลินและหากสินค้าประเภทไหนถูกใจก็จะซื้อติดมือไปไว้ใช้เองหรือเป็นของฝากก็ได้ สำหรับกลุ่มร้านค้าชุมชนเขวาสินรินทร์นี้มีอยู่หลายร้านให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชม รวมทั้งมีกลุ่มหัตถกรรมเครื่องเงินโบราณที่มีทั้งปราชญ์ชาวบ้านสาขาศิลปหัตถกรรมและสิ่งทอเครื่องประดับเงินโบราณอาศัยอยู่และสอนชุมชนทำหัตกรรมเครื่องเงินให้นักท่องเที่ยวได้ชมด้วย เป็นต้น

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ที่ได้จากแบบสังเกต สรุปได้ ๕ ด้าน คือ ๑) ด้านอาหารพื้นบ้าน ที่มีความโดดเด่นส่วนใหญ่เป็นประเภทอาหารหวาน เช่น ขนมฝักบัว ขนมนางเล็ด ขนมกะมอล ขนมกันเตรีม ๒) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ที่มีความโดดเด่น คือ ผลิตภัณฑ์จากไหมและผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ๓) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เช่น ประเพณีแซนโฎนตา บูชาบรรพบุรุษ เป็นต้น ๔) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่มีความโดดเด่น คือ กิจกรรมท่องเที่ยวกลุ่มผ้าไหมและกิจกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มเครื่องเงิน ๕) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีความโดดเด่น คือ บ้านเขวาสินรินทร์ หมู่ที่ ๑ หมู่ที่ ๒ มีแหล่ง

ท่องเที่ยวกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหม และบ้านโชค หมู่ที่ ๓ มีกลุ่มร้านค้าชุมชนเขวาสินรินทร์ รับสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทเครื่องเงินรวมทั้งผ้าไหมมารวมไว้ที่นี้

**๔.๑.๓ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์**

การวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ในแต่ละหัวข้อได้มาจากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ ซึ่งจะได้ทำการวิเคราะห์ดังนี้

๔.๑.๓.๑ ข้อมูลจากแบบบันทึกเอกสารและแบบสัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการ ได้แบ่งการบันทึกและสัมภาษณ์ออกเป็น ๕ ประเด็น คือ ๑) ที่มาของแนวคิดอัตลักษณ์ ๒) ความหมายอัตลักษณ์ ๓) หลักการสำคัญของอัตลักษณ์ ๔) ประเภทอัตลักษณ์ และ ๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดอัตลักษณ์ ซึ่งข้อมูลส่วนนี้ได้วิเคราะห์และนำเสนอไว้แล้วในหัวข้อที่ว่าด้วยอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

๔.๑.๒.๒ ข้อมูลจากแบบบันทึกการสังเกต มีประเด็นสังเกต ๗ ด้าน คือ ๑) ด้านศาสนสถาน ๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน ๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ ๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งจะได้ทำการวิเคราะห์ดังนี้

จากข้อมูลที่ได้จากการสังเกตเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ด้านศาสนสถาน ศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล อาหารพื้นบ้านและวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นได้พบว่ามีความคล้ายเคียงกันกับหมู่บ้านช้าง หมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม คือ ด้านอาหารพื้นบ้านที่มีความโดดเด่นส่วนใหญ่เป็นประเภทอาหารหวาน เช่น กาละแมที่อำเภอศีขรภูมิ(ตราปราสาทเดียว) ขนมฝักบัว ขนมนางเล็ด ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ที่มีความโดดเด่น คือ ผลิตภัณฑ์จากไหมและกาละแมที่อำเภอศีขรภูมิ(ตราปราสาทเดียว) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เช่น ประเพณีแซนโฎนตา บูชาบรรพบุรุษ ประเพณีแซนโฎนตา เป็นต้น สำหรับกิจกรรมการท่องท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นคือการนำชมกลุ่มปราสาทขอม ได้แก่

๑) ปราสาทภูมิโปน ตั้งอยู่ที่ หมู่ ๖ บ้านภูมิโปน ตำบลดม อำเภอสังขะ อยู่ห่างจากตัวเมืองสุรินทร์ไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ ประมาณ ๖๐ กิโลเมตร เดินทางจากจังหวัดสุรินทร์ ใช้ถนนหมายเลข ๒๐๗๗ (สุรินทร์ – สังขะ) ต่อด้วยถนนหมายเลข ๒๑๒๔ (สังขะ-บัวเชด) อีกประมาณ ๑๐ กิโลเมตร ก็เข้าสู่ชุมชนบ้านภูมิโปน ประวัติของปราสาท ชื่อปราสาทแห่งนี้สันนิษฐานว่าน่าจะมาจากชื่อภาษาเขมร ๒ คำคือ “ภูมิ” ซึ่งในภาษาเขมรออกเสียงว่า “ปูม” หมายถึงแผ่นดินหรือสถานที่ และ “ปูน” ซึ่งออกเสียงว่า “โปน” แปลว่า “หลบซ่อน” รวมความแล้วมีความหมายว่า “ที่หลบซ่อน” จากความหมายของชื่อมีความสัมพันธ์กับท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับปราสาทแห่งนี้คือเรื่อง “เนียงเด๊าะทม” แปลว่า “นางนมใหญ่” ซึ่งมีเรื่องเล่าว่าเป็นพระราชธิดาของกษัตริย์แต่ถูกนำมาพักอาศัย ณ เมืองนี้ เพื่อหลบหนีภัยสงคราม ปราสาทภูมิโปน เป็นปราสาทอิฐ ๓ หลัง เป็นศิลปะขอมสมัยก่อนเมืองพระนคร สร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ ๑๒ ถึง ๑๓ ถือว่าเป็นปราสาทที่มีอายุเก่าแก่ที่สุดที่พบอยู่ในประเทศไทยปัจจุบัน

๒) ปราสาทตาเมือนธม หมู่ ๕ บ้านหนองคันนา ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก อยู่ทางทิศใต้ของจังหวัดสุรินทร์ การเดินทางจากจังหวัดสุรินทร์ ออกไปทางทิศใต้ ตามทางหลวงหมายเลข ๒๑๔ (สุรินทร์-ช่องจอม) ผ่านอำเภอปราสาท เลยลงไปทิศใต้อีกจนถึงแยกไปอำเภอบ้านกรวดให้เลี้ยวขวาไปตามทางหลวงหมายเลข ๒๒๔ เมื่อถึงตำบลตาเมียง ที่หลักกิโลเมตรที่ ๓๖ ให้เลี้ยวซ้ายไปตามทางหลวงหมายเลข ๒๔๐๗ ตรงไปอีกประมาณ ๘ กิโลเมตร ตามถนนลาดยางผ่านหมู่บ้านหนองคันนาเข้าสู่ปราสาทตาเมือน ปัจจุบันปราสาทแห่งนี้เปิดให้เข้าเยี่ยมชมได้ตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐น. – ๑๕.๐๐ น. ทุกวัน ไม่เว้นวันหยุดราชการ ประวัติของปราสาท กลุ่มปราสาทตาเมือนสร้างขึ้นในสมัยของพระเจ้าชัยวรมันที่ ๗ มีอายุราวพุทธศตวรรษที่ ๑๘ ที่เรียกว่าธรรมศาลา หรือที่พักคนเดินทาง (บ้านมีไฟ) จากจารึกปราสาทพระขรรธ์กล่าวไว้ว่า พระเจ้าชัยวรมันที่ ๗ โปรดให้สร้างที่พักคนเดินทางไว้จำนวน ๑๒๑ แห่ง ดังนี้ คือ ตามถนนสายต่าง ๆ จำนวน ๕๗ แห่ง (น่าจะเป็น ๕๙) ตามถนนจากเมืองนครหลวง(ยโสธปุระ) ไปยังราชธานีของอาณาจักรจามปา จำนวน ๑๗ แห่ง ตามถนนจากเมืองนครไปยังเมืองพิมาย (อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา) จำนวน ๔๔ แห่ง และตามถนนไปยังเมืองบางเมืองอีก ๑ แห่ง จากการศึกษาของนักวิชาการที่ผ่านมาได้พบว่า โบราณสถานที่อยู่บนเส้นทางเชื่อมต่อกับเมืองพิมายนี้สร้างด้วยศิลาแลงทั้งสิ้น โบราณสถานกลุ่มปราสาทตาเมือนนี้ก็เป็นปราสาทที่สร้างด้วยศิลาแลง จึงน่าจะเป็นหนึ่งในบรรดาปราสาทซึ่งกล่าวถึงที่อยู่บนเส้นทางเชื่อมต่อกับเมืองพิมายนี้ด้วย

๓) ปราสาทช่างปี่ หมู่ ๑ บ้านช่างปี่ ตำบลช่างปี่ อำเภอศีขรภูมิ ออกเดินทางจากตัวจังหวัดสุรินทร์ไปทางทิศตะวันออก ตามเส้นทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๒๒๖ (สุรินทร์-ศีขรภูมิ) เลี้ยวซ้ายเข้าตำบลช่างปี่ก็เข้าชมตัวปราสาทได้เลย ประวัติของปราสาท ปราสาทช่างปี่นี้เป็นสิ่งก่อสร้างที่เรียกว่าอโรคยาศาลหรือโรงพยาบาลในสมัยนั้น สันนิษฐานว่าปราสาทแห่งนี้น่าจะสร้างขึ้นในราวต้นพุทธศตวรรษที่ ๑๘ ในสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ ๗ ปราสาทช่างปี่นี้คงเป็นปราสาทแบบเขมรที่สร้างยังไม่เสร็จสมบูรณ์ เห็นได้จากหน้าบันและทับหลังที่มีอยู่ยังสลักไม่เสร็จ อาจเป็นเพราะความเร่งรีบจึงมิได้สลักลวดลายหรือเรื่องราวใด ๆ ให้เห็นเหมือนกับที่พบในปราสาทอื่น ๆ ที่สร้างขึ้นในสมัยเดียวกัน

๔) ปราสาทศีรภูมิหรือปราสาทระแงง หมู่ ๑ บ้านปราสาท ตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ อยู่ห่างจากจังหวัดสุรินทร์ไปทางทิศตะวันออก ประมาณ ๓๔ กิโลเมตร ตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๒๒๖ (สุรินทร์-ศีขรภูมิ) ผู้ประสงค์จะเดินทางไปเที่ยวชมปราสาทแห่งนี้ เปิดให้ชม ตั้งแต่เวลา ๐๗.๐๐-๑๗.๐๐ น. อัตราค่าเข้าชม คนไทย ๑๐ บาท ชาวต่างชาติ ๓๐ บาท ทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการ

ประวัติของปราสาท ปราสาทศีขรภูมินี้คนในท้องถิ่นเรียกว่า ปราสาทบ้าระแงง ตั้งอยู่ในพื้นที่ราบกลางเมืองโบราณบ้านปราสาท ตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ สังเกตจากลักษณะทางศิลปกรรม คือ ลวดลายและเสาที่ทับหลังมีลักษณะปนกันระหว่างรูปแบบศิลปะขอมแบบปาปวน (พ.ศ. ๑๕๐๐-๑๖๕๐) และแบบนครวัด (พ.ศ. ๑๖๕๐-๑๗๐๐) จึงสันนิษฐานว่าปราสาทแห่งนี้น่าจะสร้างขึ้นมาประมาณในราวกลางพุทธศตวรรษที่ ๑๗ หรือต้นสมัยนครวัด ในสมัยพระเจ้าสุริยวรมันที่ ๒ (พ.ศ. ๑๖๕๖-๑๖๘๘) ปราสาทแห่งนี้เป็นศาสนสถานของศาสนาฮินดูลัทธิไศวนิกาย ต่อมาในพุทธศตวรรษที่ ๒๒ หรือในสมัยอยุธยาตอนปราย ปราสาทแห่งนี้ได้ถูกดัดแปลงให้เป็นวัดใน

พระพุทธศาสนาเถรวาท ประจำชุมชนแถบนี้ดังปรากฏหลักฐาน คือ พบจารึกด้วยอักษรธรรมปรากฏที่ขอบประตูด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้กล่าวถึงพระเถระและท้าวพระยาร่วมกันบูรณปฏิสังขรณ์ปราสาทศีขรภูมิให้เป็นวัด นอกจากนี้ในห้องครรภคฤหของปราสาทประธานถูกดัดแปลงให้ใช้เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูป และส่วนยอดของปราสาทประธานและปราสาทประธานด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้ก็ถูกดัดแปลงให้เป็นยอดแบบพระธาตุศิลปะลาว เช่น พระธาตุเมืองจันทร์ อำเภอเมืองจันทร์ จังหวัดศรีสะเกษ ปราสาทศีขรภูมินี้ กรมศิลปากรประกาศขึ้นทะเบียนโบราณสถานในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ ๙๘ ตอนที่ ๑๐๔ วันที่ ๓๐ มิถุนายน พ.ศ.๒๕๒๔ และประกาศกำหนดขอบเขตโบราณสถานในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ ๙๘ ตอนที่ ๒ วันที่ ๓๐ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๒๔ เนื้อที่ ๑๐ ไร่ ๒ งาน ๒๗ ตารางวา

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ มี ๖ ด้าน คือ ๑) ด้านอาหารพื้นบ้าน เช่น แกงไก่บ้านใส่แตงโมสุกชุมชนปราสาทภูมิโปน แกงไก่บ้านใส่หยวกหรือผลกล้วย แกงขี้เหล็กใส่มะเขือพวง ซุปหน่อไม้ส้มตำเห็ด ตำมะเขือพวง สาคูใส่หมู ไส้กรอกวุ้นเส้นสมุนไพร ไก่ย่างสมุนไพร สาคูไส้หมู อาหารป่าตามฤดูกาลชุมชนกลุ่มปราสาทตาเมือน เป็นต้น ๒) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น คือ กาละแมที่อำเภอศีขรภูมิ ขนมนางเล็ด กล้วย มันเผือกและฟักทองฉาบ ไข่เค็มสมุนไพร ขนมเขิบ ผลิตภัณฑ์จากไหม เสื่อกก ลูกประคบสมุนไพร ไม้กวาดทางมะพร้าว กระเป๋าจากไหล หมอนฟักทอง ตระกร้าเชือกมัดฟาง อิฐบล็อกประสานของชุมชนกลุ่มปราสาทตาเมือน เป็นต้น ๓) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เช่น ประเพณีสืบสานตำนานปราสาทศีขรภูมิของชุมชนท่องเที่ยวปราสาทศีขรภูมิ ประเพณีแซนโฎนตา โจลมะม๊วด เรือมอันเรหรือระบำสาก ประเพณีสืบสานตำนานาปราสาทภูมิโปนชุมชนท่องเที่ยวปราสาทภูมิโปน ประเพณีตามฮีตสิบสอง เช่น บุญกองข้าวใหญ่ บุญข้าวจี่ บุญเบิกบ้าน บุญข้าวประดับดิน บุญข้าสาก ประเพณีสืบสานตำนานปราสาทตาเมือนชุมชนท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทตาเมือน เป็นต้น ๔) กิจกรรมการท่องเที่ยว คือ การเที่ยวชมศาสนสถานกลุ่มปราสาทขอม ประเพณีวัฒนธรรม ฐานเรียนรู้ และผลิตภัณฑ์ในชุมชน เป็นต้น ๕) สถานที่ท่องเที่ยว คือ ปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน ปราสาทช่างปี่ และปราสาทศีขรภูมิหรือปราสาทระแงง เป็นต้น ๖) ศาสนสถาน คือ กลุ่มปราสาทขอม เช่น ปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน ปราสาทช่างปี่ และปราสาทศีขรภูมิหรือปราสาทระแงง และวัดในชุมชนหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม เป็นต้น

**ภาพที่** ๔.๑ ปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน และ ปราสาทศีขรภูมิ (เรียงจากซ้ายไปขวา)

### ๔.๑.๔ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

การวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ในแต่ละหัวข้อได้มาจากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ ซึ่งจะได้ทำการวิเคราะห์ดังนี้

๔.๑.๔.๑ ข้อมูลจากแบบบันทึกเอกสารและแบบสัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการ ได้แบ่งการบันทึกและสัมภาษณ์ออกเป็น ๕ ประเด็น คือ ๑) ที่มาของแนวคิดอัตลักษณ์ ๒) ความหมายอัตลักษณ์ ๓) หลักการสำคัญของอัตลักษณ์ ๔) ประเภทอัตลักษณ์ และ ๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดอัตลักษณ์ ซึ่งข้อมูลส่วนนี้ได้วิเคราะห์และนำเสนอไว้แล้วในหัวข้อที่ว่าด้วยอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

๔.๑.๔.๒ ข้อมูลจากแบบบันทึกการสังเกต มีประเด็นสังเกต ๗ ด้าน คือ ๑) ด้านศาสนสถาน ๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน ๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ ๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งจะได้ทำการวิเคราะห์ดังนี้

๑) ด้านศาสนสถาน คือ ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ที่นำมาใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ได้เลือกเอามา ๓ วัด ใน ๓ หมู่บ้านด้วยกัน คือ (๑) วัดป่าอาเจียง บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์ (๒) วัดตะเคียน(โพธิ์สิตาราม) บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ และ (๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ ข้อมูลด้านศาสนสถานที่ได้จากแบบบันทึกการสังเกต มีดังนี้

(๑) วัดป่าอาเจียง บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลด้านศาสนสถานที่มีความจำเป็นสำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว มีดังต่อไปนี้ คือ สุสานช้างวัดป่าอาเจียง ซึ่งได้รวบรวมเอากระดูกช้างที่ล้มตายลงจากสถานที่ต่าง ๆ นับร้อยเชือกมาฝังรวมกันไว้ในสุสานแห่งนี้นับว่าเป็นสุสานที่รวมเอากระดูกช้างมารวมกันไว้ในที่แห่งเดียวใหญ่ที่สุดในโลก ลักษณะการสร้างสุสานช้างแต่ละหลุมเป็นการออกแบบให้คล้ายกับหมวกนักรบทหารโบราณ ที่ปลายยอดของหมวกแหลมเป็นรูปดอกบัว แต่ละหลุมที่อยู่ภายในสุสานช้างได้บรรจุกระดูกของช้างไว้ภายในแล้วโปกปูนซีเมนต์ปิดครอบไว้ พร้อมเขียนระบุชื่อของช้างตัวที่ล้มตายไว้ในแต่ละหลุมด้วย แต่ละหลุมถูกสร้างเป็นแถวเรียงรายดูเป็นระเบียบสวยงาม เหตุที่สร้างหลุมในสุสานช้างให้เป็นรูปหมวกนักรบทหารบารณก็เพื่อเป็นกรยกย่องเชิดชูเกียรติให้ช้างที่เป็นสัตว์ใหญ่คู่บ้านคูเมืองไทยมาตั้งแต่โบราณ แม่ทัพของไทยเมื่อนำทัพออกรบกับข้าศึกที่มารุรานก็จะประทับบนหลังช้างออกรบกับข้าศึกที่มารุกราน บางครั้งมีการชนช้างในสนามรบด้วย ช้างจึงเปรียบได้กับนักรบที่กำลังสู้รบกับข้าศึกที่มารุกรานในขณะนั้นด้วย ดังนั้นเพื่อเป็นการยกย่องและเชิดชูเกียรติช้างไทย เมื่อช้างล้มตายลงจึงนำมาฝังไว้ที่สุสานช้างแห่งนี้พร้อมทำเป็นรูปของหมวกนักรบทหารโบรานเป็นสัญลักษณ์ให้ปรากฏไว้ในแต่ละหลุมด้วย ศาลาเอราวัณวัดป่าอาเจียง เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญเคียงคู่กับสุสานช้างวัดป่าอาเจียง กล่าวคือทางวัดได้สร้างศาลาเอราวัณนี้ขึ้นมาเพื่อเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้เรื่องราวของช้างที่มีอยู่ในหลักคำสอนของพระพุทธศาสนาและเรื่องราวของช้างในจังหวัดสุรินทร์ด้วย ให้ผู้สนใจได้เข้ามาศึกษาเรียนรู้

เกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาวกูยในการเลี้ยงช้าง วิถีชีวิตความผูพันระหว่างคนกับช้าง โดยศาลาเอราวัณนี้มีประติมากรรมการออกแบบเป็นลายนูนปูนปั้นเป็นรูปช้างหลากหลายแบบ หลายขนาด และมีความสวยงาม ไว้รอบศาลาเอราวัณซึ่งมีความสูงกว่า ๓๐ เมตร ภายในของศาลาเอราวัณแห่งนี้มีการออกแบบให้เหมือนกับเข้าไปในถ้ำ โดยการออกแบบให้มีช่องทางเดินเชื่อมดูในแต่ละห้องราวกับว่ากำลังเดินอยู่ภายในถ้ำ แต่ละห้องได้จัดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้ไปด้วย สิ่งปลูกสร้างที่เป็นสุสานช้างและศาลาเอราวัณทั้งสองสิ่งนี้มีอยู่แห่งเดียวในโลกคือที่วัดป่าอาเจียงแห่งนี้เท่านั้น ดังนั้นจึงเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ในแต่ละวันเป็นจำนวนมาก ศาลปะกำ ที่เป็นเสมือนเทวลัยซึ่งเป็นที่สิงสถิตวิญญาณบรรพบุรุษและผีปะกำ ตามความเชื่อของชาวกูย นิยมปลูกสร้างไว้ในชุมชน คุ้มบ้าน หรือบ้านของทายาทฝ่ายบิดา มีลักษณะเป็นเรือนไม้คล้ายหอสูง มีเสาสี่ต้น หันหน้าไปทางทิศเหนือ ณ ตำแหน่งที่เงาบ้านไม่ตกทับตัวศาลและเงาศาลไม่ตกทบตัวบ้าน ชาวกวยเลี้ยงช้างเชื่อว่าหากจะทำกิจการอันใด ต้องทำพิธีเส้นไหว้ เพื่อบอกกล่าวและขอพรผีปะกำ เพื่อความเป็นสิริมงคล และเสี่ยงทายผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมนั้น ๆ รูปปูนปั้นช้างเอราวัณสามเศียรและท้าวกำพร้ากอดควายตู้ที่ล้มตายอยู่หน้าช้างสามเศียรนั้นด้วย รูปปูนปั้นช้างมอบมีพระมอเฒ่าอยู่ในลักษณะนอนคว่ำหมดแรงอยู่บนคอช้าง รูปปูนปั้นรอยเท้าช้าง รูปปั้นคนกำลังไล่ควายเทียมไถและคราด มีพระพุทธรูปปูนปั้นประดิษฐานอยู่ตามสถานที่ต่าง ๆ มี กุฏิสงฆ์ ศาลาการเปรียญ ห้องน้ำหรือห้องสุขา ศาลาจัดเป็นนิทัศการทางศิลปวัฒนธรรมของวิถีอาเจียง(ช้าง) ไว้ให้นักท่องเที่ยวชมอีกด้วย เป็นต้น

(๒) วัดตะเคียน บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลด้านศาสนสถานที่มีความจำเป็นสำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว มีดังต่อไปนี้ คือ ภายในวัดตรงประตูทางเข้ามีการสร้างประตูโขงสวยงาม มองผ่านประตูโขงเข้าไปภายในวัดก็เห็นอุโบสถที่มีความสวยงาม มีพระองค์ใหญ่ประดิษฐานอยู่ภายในบริเวณวัดและประดิษฐานอยู่กลางแจ้งให้คนในชุมชนสักการะบูชา พิพิธภัณฑ์ชาวกูยเป็นสะถานที่จัดแสดงสิ่งของเครื่องใช้ เครื่องแต่งกายของชาวกูย มีเจดีย์ไม้โบราณมีอายุมากกว่า ๒๐๐ ปี ตัวเจดีย์มีลักษณะเหมือนต้นเสาที่ทำรั้วล้อมลวดหนาม ตรงตัวของเสาเจดีย์ไม้มีการเจาะเป็นโพรงเล็ก ๆ สมัยโบราณเมื่อมีบรรพบุรุษในชุมชนแห่งนี้เสียชีวิตลง เมื่อได้ทำฌาปนกิจหรือทำบุญอุทิศให้ผู้ตายเรียบร้อยแล้ว ญาติผู้ตายก็จะนำเอาอัฐิของผู้ตายมาบรรจุเก็บไว้ในโพรงเล็ก ๆ ในเสาของเจดีย์ไม้แห่งนี้ เป็นต้น

(๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ ข้อมูลด้านศาสนสถานที่มีความจำเป็นสำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว มีดังต่อไปนี้ คือ ซุ้มประตูทางเข้าวัด ออกแบบสร้างเป็นทางเข้าและออกสองเส้นทางตรงกลางมีป้ายชื่อว่า วัดเขาศาลาอตุลฐานะ จาโร ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จังหวัดสุรินทร์ มีเสาขนาดใหญ่ของประตูทางเข้าสามเสา ด้านบนของประตูทำเป็นคานขนาดใหญ่มีพระพุทธรูปปางสมาธิองค์ใหญ่ตรงกลาง มีงูขนาดใหญ่สองตัวพันรอบคานแผ่แม่เบี้ยขนาดใหญ่อยู่ซ้ายและทางขวาของพระพุทธรูป ประตูทางเข้าถูกออกแบบดูสวยงามคล้ายเป็นสิ่งศักดิ์ให้นักท่องเที่ยวได้ชมก่อนจะเข้าไปภายในวัด ช่องทางเดินภายในตัวพญานาค เป็นช่องทางให้นักท่องเที่ยวที่ชอบความตื่นเต้นเดินเข้าไปภายในตัวพญานาคขาดใหญ่ภายในตัวพญานาคมีไฟประดับสวยงามให้แสงสว่างมองเห็นทางเดินตลอดเส้นทาง เมื่อเข้าไปสุดทางเดินในตัวพญานาคแล้วเดินทางต่อไปก็จะพบสิ่งปลูกสร้างอื่นภายในวัดตามเส้นทางดังนี้ กุฏิเจ้า

อาวาส เจดีย์ และอุโบสถอยู่ทางซ้ายมือของทางเดินขึ้นวัด เมื่อเดินทางต่อไปก็จะพบรอยพระพุทธบาทจำลองอยู่ทางขวามือของทางเดินขึ้นวัด เมื่อเดินทางต่อไปก็จะพบหน้าผาพระหรือผาลานนาคปรก ตรงนี้ถือเป็นจุดตำแหน่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวได้ขึ้นมาถึงแล้ว เพราะที่นี้มีพระพุทธรูปและเทวรูป ตลอดทั้งรูปเคารพต่าง ๆ ที่สร้างไว้ให้นักท่องเที่ยวได้กราบไหว้ขอพรจำนวนมาก มีสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้ชมวิวทิวทัศน์และภูเขาที่สวยงาม เมื่อเดินทางต่อไปก็จะพบกับเจดีย์น้ำซับซึ่งสร้างไว้ในป่าลึกภายในขุนเขาศาลา[๒] เป็นต้น

**ภาพที่** ๔.๒ ศาสนสถาน วัดป่าอาเจียง วัดตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ทั้ง ๓ วัด ใน ๓ หมู่บ้าน มีข้อมูลด้านศาสนวัตถุที่ได้จากแบบบันทึกการสังเกตดังต่อไปนี้ คือ

(๑) วัดป่าอาเจียง บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์ ส่วนใหญ่เป็นวัตถุมงคลมีความเป็นมาที่ยึดโยงกับเกี่ยวกับช้าง ประเภทศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ส่วนหนึ่งมีการผลิตขึ้นมาเพื่อนำเสนอให้เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เช่าหรือซื้อเป็นของฝาก ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก มีดังนี้ (๑) วัตถุมงคลประเภทงาช้าง กระดูกช้างและฟันช้าง นำมาแกะสลักและออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ด้วยความประณีต ละเอียดอ่อนช้อย เช่น การแกะสลักพระพุทธรูป แหวน กำไล สร้อยคอ เป็นต้น (๒) วัตถุมงคลประเภทหางช้าง เป็นเครื่องรางของขลังที่นำหางของช้างมาเป็นส่วนประกอบ นิยมนำมาทำเครื่องประดับ เช่น แหวน และกำไล เป็นต้น (๓) วัตถุมงคลประเภทเครื่องมือควาญช้าง เช่น ตะขอช้าง เป็นตะขอที่ควาญช้างใช้บังคับช้าง โดย ด้ามทำจากไม้หรือเถาวัลย์ขนาดใหญ่ที่หายาก มีดควาญช้าง มีปลายแหลม มีด้ามมีดและฝักมีด มีการลงอักขระ และปลุกเสกให้มีความศักดิ์สิทธิ์ (๔) วัตถุมงคลประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก เช่น

---

[๒] พระสุรกาญจน์ สุทธิดี, พระติดตาม พระราชวิสุทธิมุนี (เยื้อน ขนฺติพโล), วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๕ มกราคม ๒๕๖๓.

ของระลึกตะขอช้าง ของระลึกพวงกุญแจตะขอช้าง ของที่ระลึกตุ๊กตาช้าง พระพุทธรูปแกะจากกระดูกสัตว์ มีดควาญช้าง เป็นต้น

(๒) วัดตะเคียน บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ มีศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ดังนี้ ๑) วัตถุมงคลประเภทสร้างติดไว้กับศาสนสถาน เช่น พระพุทธรูปสร้างจากไม้ตะเคียนโบราณ ซึ่งพระครูอุปกัมวรคุณ, เจ้าอาวาสวัดตะเคียน เล่าให้ฟังเกี่ยวกับความศักดิ์ของพระพุทธรูปไม้ตะเคียนโบราณองค์นี้ว่า หลังจากนำไม้ตะเคียนโบราณมาแกะสลักเป็นพระพุทธรูปเสร็จได้ไม่นาน เจ้าอาวาสก็เกิดอาพาธหนัก รักษาเป็นเวลานานก็ไม่หายจากอาการอาพาธ ภายหลังได้มีเหตุการณ์ทำให้ทราบว่าเป็นเพราะเจ้าอาวาสได้แกะสลักไม้ตะเคียนโบราณจึงทำให้เจ้าแม่ตะเคียนที่สิงสถิตอยู่ในไม้ตะเคียนโบราณเจ็บปวดจึงเป็นสาเหตุทำให้เจ้าอาวาสอาพาธ จากนั้นจึงได้พาญาติโยมทำพิธีอัญเชิญเจ้าแม่ตะเคียนออกมาจากท่อนไม้ตะเคียนโบราณที่เหลือจากการแกะสะลักพระพุทธรูปให้มาสิงสถิตอยู่ในพระพุทธรูปไม้ตะเคียนโบราณที่สร้างเสร็จแล้ว ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาเจ้าอาวาสวัดตะเคียนก็มีอาการดีขึ้นและหายจากการอาพาธ ต่อมาจึงได้นำพระพุทธรูปไม้ตะเคียนโบราณองค์นี้ประดิษฐานไว้ภายในวัดให้พุทธศาสนิกชนที่เข้ามาวัดได้สักการะบูชา และนอกจากนี้ภายในวดตะเคียนยังมีพระพุทธรูปองค์ใหญ่ประดิษฐานอยู่กลางแจ้งให้คนในชุมชนสักการะบูชา มีเจดีย์ไม้โบราณกว่า ๒๐๐ ปี สมัยโบราณเมื่อมีคนในชุมชนเสียชีวิต เมื่อทำฌาปนกิจหรือทำบุญอัฐิเรียบร้อยแล้วก็จะนำเอาอัฐิมาบรรจุไว้ในเจดีย์ไม้แห่งนี้ ๒) วัตถุมงคลประเภทมิได้สร้างติดไว้กับศาสนสถาน เช่น พระผงหลวงพ่อตะเคียนทอง รุ่น ๑ เป็นพระผงที่ทำขึ้นมาเพื่อให้เป็นวัตถุมงคลของวัดตะเคียน ให้นักท่องเที่ยวได้เช่าหรือเป็นของฝากหรือของที่ระลึก พร้อมด้วยสายประคำสีดำสวยงามซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนชาวกูยในชุมชนแห่งนี้ เป็นต้น

(๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ มีศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ดังนี้ ๑) วัตถุมงคลประเภทสร้างติดไว้กับศาสนสถาน เช่น ซุ้มประตูทางเข้าวัด ด้านบนของซุ้มประตูมีพระพุทธรูปปางสมาธิองค์ใหญ่ตรงกลาง มีงูขนาดใหญ่สองตัวพันรอบคานแผ่แม่เบี้ยอยู่ทางซ้ายและขวาของพระพุทธรูป ประตูทางเข้าถูกออกแบบดูสวยงามคล้ายเป็นสิ่งศักดิ์ให้นักท่องเที่ยวได้ชมก่อนจะเข้าไปภายในวัด มีพญานาคขนาดใหญ่ ตรงปากของพญานาคทำเป็นช่องทางให้นักท่องเที่ยวที่ชอบความตื่นเต้นเดินเข้าไปภายในตัวพญานาค ซึ่งมีไฟประดับสวยงามให้แสงสว่างมองเห็นทางเดินตลอดเส้นทาง นอกจากนี้ภายในวัดยังมี เจดีย์ รอยพระพุทธบาทจำลอง พระพุทธรูปนาคปรก และพระพุทธรูปขนาดใหญ่อื่น ๆ อีกหลายองค์ รูปปั้นเจ้าแม่กวนอิมขนาดใหญ่ เมื่อเดินทางต่อไปก็จะพบเจดีย์น้ำซับภายในป่า เป็นต้น ๒) วัตถุมงคลประเภทมิได้สร้างติดไว้กับศาสนสถาน เช่น รูปเหมือนพระสงฆ์สุปฏิบัติ มีหลวงปู่ดุลย์ อตุโล วัตถุมงคล วางไว้ในตู้กระจกให้นักท่องเที่ยวได้เช่าบูชา พระพุทธรูปประจำวันเกิดมีไว้บริการให้นักท่องเที่ยวตักบาตรพระประจำวันเกิด ศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคลที่จัดไว้บริการนักท่องเที่ยวดังที่กล่าวมานี้ถือว่าเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมที่เป็นจุดเด่นของวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร แห่งนี้[๓] เป็นต้น

---

[๓] พระสุรกาญจน์ สุทธิดี, พระติดตาม พระราชวิสุทธิมุนี (เยื้อน ขนฺติพโล), วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๕ มกราคม ๒๕๖๓.

**ภาพที่** ๔.๓ ศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล วัดป่าอาเจียง วัดตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ทั้ง ๓ วัด ใน ๓ หมู่บ้าน มีข้อมูลด้านอาหารพื้นบ้านที่ได้จากแบบบันทึกการสังเกตดังต่อไปนี้ คือ

(๑) บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์ มีอาหารพื้นบ้านที่สำคัญ ดังนี้ เช่น แกงไก่ใส่หยวกกล้วย ปลายอนทอดกรอบ ส้มตำ น้ำพริกปลาพื้นถิ่น จิ้มผักสดที่หาได้ตามท้องถิ่น ซันลอว์เจ๊กจ์ หรือแกงกล้วย เป็นแกงชนิดหนึ่งที่มีลักษณะคล้ายแกงเผ็ด ประกอบไปด้วยกล้วยดิบที่หั่นเป็นชิ้นพอดีคำ และ ไก่บ้าน ตามด้วยเครื่องปรุงรสต่าง ๆ ได้แก่ ตะไคร้ ใบมะกรูด ข่า เกลือ กะปิพริกแห้ง หอม กระเทียม กะทิ ขมิ้น ปลาร้า กระชาย และน้ำปลา นิยมทำในช่วงงานพิธี ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน เป็นต้น

(๒) บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ มีอาหารพื้นบ้านที่สำคัญ ดังนี้ เช่น ตำไก่ใส่ใบมะม่วง ยำดักแด้ น้ำพริกมะดัน แกงมะละกอใส่ปูนา (ละแวร์กะตาม) แกงปูใส่เผือก เป็นต้น

(๓) บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ มีอาหารพื้นบ้านที่สำคัญ ดังนี้ ต้มยำไก่บ้าน น้ำพริกปลาร้า แกงขี้เหล็ก ห่อหมกหน่อไม้สด หรืออาหารป่าตามฤดูกาล กล้วยฉาบ ข้าวต้มมัด ขนมครก ขนมดอกบัว เป็นต้น

๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ทั้ง ๓ วัด ใน ๓ หมู่บ้าน มีข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ได้จากแบบบันทึกการสังเกตดังต่อไปนี้ คือ

(๑) บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์ มีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ที่สำคัญดังนี้ ๑) ประเภทเครื่องประดับ เช่น กำไลฟันช้าง กำไลหางช้าง แหวนช้าง แหวนกระดูกฟันช้าง สร้อยกระดูกสัตว์ ๒) ประเภทของประดับตกแต่งรถหรือบ้าน เช่น ภาพช้าง ตุ๊กตาช้าง กระดูกแกะสลัก กรอบรูปตะขอช้าง เป็นต้น ๓) ประเภทของฝาก ของที่ระลึก

หรือของชำร่วย เช่น ตะขอช้าง พวงกุญแจตะขอช้าง พวงกุญแจหางช้าง มีควาญช้าง เป็นต้น ๔) ประเภทเครื่องนุ่งห่ม เช่น เสื้อยืดสกรีนเกี่ยวกับรูปช้าง ผ้าแพรอัตลักษณ์หมู่บ้านช้าง หมอนอัตลักษณ์หมู่บ้านช้าง ผ้าพันคอไหมย้อมขี้ช้าง เป็นต้น

(๒) บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ มีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ที่สำคัญดังนี้ เช่น บ้านตะเคียนในปัจจุบันชุมชนแห่งนี้ถือเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีอีกหนึ่งหมู่บ้านตามเส้นทางท่องเที่ยวชาติพันธ์ เขมร กูย และ ลาว จังหวัดสุรินทร์ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่สำคัญ เช่น ผ้าไหมลายลูกแก้วย้อมสีธรรมชาติสีดำจากผลมะเกลือ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของคนโบราณที่ทรงคุณค่ามาก เสื้อแซว หัวซิ่น ที่รองแก้วจากผ้าไหม กระเป๋าผ้าไหม ตีนซิ่นและแถบซิ่น ข้าวหอมมะลิอินทรีย์คุณภาพดี ข้าวเหนียวแปรรูปเป็นข้าวฮาง มีคุณสมบัติ คือ หอมนุ่ม อร่อย รสชาติไม่เหมือนที่อื่น ๆ เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนแห่งนีที่มาตั้งแต่บรรพบุรุษดั้งเดิม ผักปลอดสารพิษวิถีของคนกูย สมุนไพรไล่ยุงตะไคร้หอม ผ้าคลุมไหล่ย้อมสีธรรมชาติและผ้าไหมพื้นเมือง สร้อยว่านเปราะหอม ตุ๊กตาชาวกูย เข็มกลัดติดหน้าอกและที่มัดผมจากผ้าไหม เป็นต้น

(๓) บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ มีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ที่สำคัญดังนี้ เช่น กระเป๋าไหมพรหมถัก สบู่หอมสมุนไพร ลูกประคบ คือสิ่งเกิดจากภูมิปัญญาของคนในชุมชนที่ใช้สมุนไพรซึ่งมีในท้องถิ่นมาใช้ในการรักษาเพื่อช่วยให้การไหลเวียนของโลหิต ยาหม่อง พวงกุญแจ ผ้าไหม ผ้าฝ้ายทอมือ ข้าวหอมมะลิซ้อมมือ อาหารแปรรูป เช่น กล้วยฉาบ ปลาแดดเดียวเป็นต้น

**ภาพที่** ๔.๔ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ทั้ง ๓ วัด ใน ๓ หมู่บ้าน มีข้อมูลด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นที่ได้จากแบบบันทึกการสังเกตดังต่อไปนี้ คือ

(๑) บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์ มีวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญดังนี้ คือ ๑) วัฒนธรรมการเลี้ยงช้าง ที่นี่ช้างเปรียบเสมือนเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว ซึ่งเป็นวิถีชีวิต ความเชื่อ ประเพณีที่สืบต่อกันมาตั้งแต่สมัยโบราณ ของ

ชาวส่วยหรือชาวกูย จนกลายมา เป็นหมู่บ้านช้างเลี้ยงขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ๒) ประเพณีเซ่นผีปะกำจะกระทำก็ต่อเมื่อมีพิธีแต่งงาน หรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่คนในครอบครัวจัดให้มีขึ้นด้วยมีความเชื่อว่า การได้เซ่นผีปะกำถูกต้องตามประเพณีจะทำให้ชีวิตมีแต่ความสงบสุข ๓) ประเพณีแห่นาคบนหลังช้าง จัดขึ้นในช่วงวันขึ้น ๑๓-๑๕ ค่ำ เดือน ๖ ของทุก ๆ ปี เป็นประเพณีสำคัญของทุก ๆ คนในหมู่บ้าน เป็นพิธีอุปสมบทหมู่ที่งดงามอย่างมีอัตลักษณ์ ๔) ประเพณีแกลมอ แม่มอหรือแม่ออ พิธีกรรมนี้ เป็นการฟ้อนรำประกอบดนตรีซึ่งทำขึ้นใน ๓ โอกาส คือ เพื่อรักษาอาการเจ็บป่วยและเรียกขวัญคนป่วย เพื่อเข้าทรงเสี่ยงทายปลอบขวัญให้คลายทุกข์ และเพื่อบูชาครูกำเนิด ให้เกิดความสนุกสนาน โดยนิยมเล่นในช่วงเดือนยี่และเดือนสาม(มกราคมและกุมภาพันธ์) วิธีเล่นผู้เล่นจะนั่งเป็นวงล้อมบายศรี ทำจากต้นกล้วย ๔ ต้น สูงประมาณ ๑๕๐ ซม. ซึ่งอาจมี ๕,๗ หรือ ๙ ชั้น มีเครื่องบูชาครู ซึ่งประกอบด้วย ขนม ข้าวต้มมัด ผ้าซิ่น ผ้าสไบ กระจก หวี แป้ง กรวยใบตองกรวยห้าหรือแปดกรวย ธูป เทียน ไข่ไก่ เหล้า และเงิน ๒๔ บาท เมื่อวิญญาณเข้าร่างทรงก็จะฟ้อนรำ เมื่อเล่นพอสมควรแล้วถึงเวลาวิญญาณออก มีการประนมมือ ตัวสั่น ชูมือทั้งสองข้างสลัดไปมา เมื่อวิญญาณออกร่างทรงก็กลับเข้าสู่อาการปกติ

(๒) บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ มีวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญดังนี้ คือ บ้านตะเคียนเป็นชุมชนดั้งเดิมของชาวกูยโบราณที่ยังคงรักษาภาษา ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม และประเพณีโบราณ ดั้งเดิมเอาไว้ได้เป็นอย่างดี เป็นชุมชนดั้งเดิมที่สืบเชื้อสายมาจากชาวกูยซึ่งเป็นชนพื้นเมืองที่อาศัยอยู่บริเวณนี้มายาวนานนับ ๑๐๐ ปี จนถึงปัจจุบัน ทั้งยังมีความศรัทธาในศาลปู่ตาซึ่งเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ประจำอยู่ในหมู่บ้านอย่างมาก ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ที่สำคัญ คือ เช่น การไหว้ศาลปู่ตา รำแกล-มอ-ออ การแต่งกาย ผ้าซิ่นไหมลายพื้นบ้าน เสื้อแขวแขนกระบอกแบบชาวกูย สไบ และ โสร่ง เป็นต้น

(๓) บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ มีวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญดังนี้ คือ ประเพณีการบายศรีสู่ขวัญ ผูกข้อมือ เช่น การสู่ขวัญ ผูกข้อมือคู่บ่าวสาวในประเพณีแต่งงาน การบายศรีสู่ขวัญ ผูกข้อมือนาคในประเพณีบวชนาค เป็นต้น ประเพณีรำมะม๊วด หรือรำแม่มด ที่จัดทำขึ้นเพื่อการรักษาอาการเจ็บป่วยหรือปัดเป่าสิ่งชั่วร้ายออกไป โดยมีผู้ประกอบพิธีกรรมเรียกว่า “แม่มะม๊วดหรือครูมะม๊วด” เป็นร่างทรงมีหน้าที่ในการทำนายสาเหตุและรักษาอาการเจ็บป่วย นอกจากนี้ยังมีบุญประเพณีตามฤดูกาลและเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น

**ภาพที่** ๔.๕ วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น บ้านหนองบัว วัดตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ทั้ง ๓ วัด ใน ๓ หมู่บ้าน มีข้อมูลด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้จากแบบบันทึกการสังเกตดังต่อไปนี้ คือ

(๑) บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญดังนี้ คือ ๑) กิจกรรมการแสดงช้าง เป็นการแสดงของช้างที่ถูกฝึกมา อย่างดีโดยความชำนาญภายในศูนย์คชศึกษา เพื่อแสดงโชว์แก่ นักท่องเที่ยว เช่น โชว์เตะฟุตบอล โชว์วาดภาพ เป็นต้น ๒) กิจกรรมการนั่งช้างท่องเที่ยว เป็นการนั่งบนหลังช้างเพื่อชมวิถีชีวิต ระหว่างคนกับช้างในชุมชน ชมวิวทิวทัศน์บริเวณแม่น้ำมูล และ แม่น้ำชี ไหลมาบรรจบกัน ซึ่งเรียกว่า วังทะลุ พร้อมกับการอุ้มช้างอาบน้ำ ๓) กิจกรรมฝึกหัดควาญช้าง เป็นการให้นักท่องเที่ยว ฝึกใช้คำสั่งต่าง ๆ ในการควบคุมพฤติกรรมของช้าง โดยจะมีควาญ ช้างเป็นผู้ควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิด ๔) กิจกรรมปั่นจักรยานชมวิว หมู่บ้านช้าง บ้านตากลางเป็น หมู่บ้านที่มีความน่าสนใจในเรื่องของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ นักท่องเที่ยวสามารถปั่น จักรยานเพื่อชมทัศนียภาพภายในบริเวณ หมู่บ้านและชมวิถีความเป็นอยู่ระหว่างคนกับช้าง ๕) กิจกรรมชมช้างอาบน้ำที่วังทะลุ เป็นบริเวณที่แม่น้ำสองสายไหลมาบรรจบกัน คือลำน้ำชีกับแม่น้ำมูล ในเขตพื้นที่ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ เป็นบริเวณที่ควาญช้างนำช้างไปเล่นน้ำเพื่อให้ช้างคลายร้อนให้นักท่องเที่ยวได้ชม

(๒) บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ มีโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยว กูยตะเคียน ชุมชนต้องเที่ยว ที่สำคัญดังนี้ คือ

**โปรมแกรมการท่องเที่ยว ๒ วัน ๑ คืน** รับจำนวน ๑๐ คน ขึ้นไป ราคา ๘๕๐ บาท/คน

**วันที่ ๑**

๐๙.๐๐ น. : ถึงจุดบริการนักท่องเที่ยว (Check in) บริเวณตลาดสายใยชุมชนวิถีคนกูย
๐๙.๒๐ น. : รับอาหารว่าง น้ำสมุนไพร น้ำผลไม้ตามฤดูกาล
๐๙.๓๐ น. : ต้อนรับนักท่องเที่ยว พร้อมบรรยายแนะนำหมู่บ้าน
๑๐.๐๐ น. : พิธีเส้นไหว้ศาลปู่ตา (หลวงอุดม), ดูเจเดีย์ไม้โบราณ อายุกว่า ๒๐๐ ปี, ไหว้พระไม้ตะเคียนทองผ่องโชค,ไหว้พระองค์ใหญ่เพื่อเป็นสิริมงคล,
๑๑.๐๐ น. : ชมพิพิธภัณฑ์ศูนย์เรียนรู้ วิถีกูย, ไม้กลายเป็นหิน
๑๒.๐๐ น. : รับประทานอาหารเที่ยง (บุพเฟ่ต์) อาหารพื้นเมือง
๑๓.๐๐ น. : ชมฐานบั้งไฟไม้โบราณ (จุดบั้งไฟ ๑ บั้ง), ชมฟาร์มจระเข้
๑๔.๐๐ น. : เที่ยวชมจุดเรียนรู้ ๘ จุด
- จุดเรียนรู้เลี้ยงน้อง (เลี้ยงไหม)
- คนย่ำโคลน (ดำนา)
- จุดเรียนรู้การทอผ้าไหม
- จุดเรียนรู้การแซวผ้า
- ผ้าเปลี่ยนสีตามวิถีกูย (ย้อมมะเกลือ)
- เกษตรยุคใหม่ตามศาสตร์พระราชา
- ขนมไทย (ขนมเทียนใบตดหมา, ขนมขี้หมู, ขนมแป๊ะกลิ้, ลอดช่องใบเตย)

- จุดเรียนรู้การทำบายศรี, ร้อยมาลัย, งานใบตอง,

๑๖.๓๐ น. : เข้าที่พัก พักผ่อนตามอัธนาศัย

๑๘.๐๐ น. : รับประทานอาหารเย็น (อาหารพื้นเมืองบ้านกูยตะเคียน)

๑๘.๓๐ น. : ชมการรำแกลมอ (หมอรำกูย), บายศรีสู่ขวัญ, ผูกข้อต่อแขน

๒๐.๐๐ น. : เข้าที่พัก

**วันที่ ๒**

๐๖.๐๐ น. : ทำบุญตักบาตรยามเช้า รับอากาศดี ๆ ที่ตลาดชุมชน

๐๗.๓๐ น. : รับประทานอาหารเช้า

๐๘.๓๐ น. : ร่วมบันทึกภาพความจำและความประทับใจ, เลือกซื้อของฝากผลิตภัณฑ์พื้นเมือง เดินทางกลับ โดยสวัสดิภาพ

* จุดเรียนรู้สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม ความต้องการของนักท่องเที่ยว

* กิจกรรมพิเศษ นั่งซาเล้ง ชมพูมิทัศน์อากาศสดชื่นและเล่นตีโป่งในน้ำ

**โปรแกรม ๑ วัน ราคา ๓๕๐/คน**

๐๙.๐๐ น. : ถึงจุดบริการนักท่องเที่ยว (Check in) บริเวณตลาดสายใยชุมชนวิถีคนกูย

๐๙.๒๐ น. : รับอาหารว่าง น้ำสมุนไพร น้ำผลไม้ตามฤดูกาล

๐๙.๓๐ น. : ต้อนรับนักท่องเที่ยวพร้อมบรรยายแนะนำหมู่บ้าน

๑๐.๐๐ น. : พิธีเซ่นไหว้ศาลปู่ตา (หลวงอุดม), ดูเจดีย์ไม้โบราณ อายุกว่า ๒๐๐ ปี, ไหว้พระไม้ตะเคียนทองผ่องโชค, ไหว้พระองค์ใหญ่เพื่อเป็นสิริมงคล

๑๑.๐๐ น. : ชมการรำแกลมอ (หมอรำกูย)

๑๒.๐๐ น. : รับประทานอาหารเที่ยง (บุพเฟ่ต์) อาหารพื้นเมือง

๑๓.๐๐ น. : เที่ยวชมจุดเรียนรู้ ๘ จุด

- จุดเรียนรู้เลี้ยงน้อง (เลี้ยงไหม)
- คนย่ำโคลน (ดำนา)
- จุดเรียนรู้การทอผ้าไหม
- จุดเรียนรู้การแซวผ้า
- ผ้าเปลี่ยนสีตามวิถีกูย (ย้อมมะเกลือ)
- เกษตรยุคใหม่ตามศาสตร์พระราชา
- ขนมไทย (ขนมเทียนใบตดหมา, ขนมขี้หมู, ขนมแป๊ะกลิ้, ลอดช่องใบเตย)
- จุดเรียนรู้การทำบายศรี, ร้อยมาลัย, งานใบตอง

๑๖.๐๐ น. : ร่วมบันทึกภาพความทรงจำและความประทับใจ, เลือกซื้อของฝากผลิตภัณฑ์พื้นเมือง เดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

* จุดเรียนรู้สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม ความต้องการของนักท่องเที่ยว

* กิจกรรมพิเศษ นั่งซาเล้ง ชมพูมิทัศน์อากาศสดชื่นและเล่นตีโป่งในน้ำ[๔]

(๓) บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญดังนี้ เช่น กิจกรรมเที่ยวชมอ่างเก็บน้ำบ้านจรัส เก็บดอกบัวหลวง เที่ยวชมน้ำตกไตรคีรี ไหว้พระที่วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร[๕] ปั่นจักรยานชมธรรมชาติรอบหมู่บ้าน กิจกรรมชมศูนย์การเรียนรู้การทำกล้วยฉาบ เครื่องจักสานไม้ไผ่ และการถักกระเป๋าไหมพรหม เป็นต้น

๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ทั้ง ๓ วัด ใน ๓ หมู่บ้าน มีข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้จากแบบบันทึกการสังเกตดังต่อไปนี้ คือ

(๑) บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญดังนี้ เช่น ๑) ศูนย์คชศึกษา เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตความ เป็นอยู่ระหว่างคนกับช้างที่มีความผูกพันกันตั้งแต่เกิดจนตาย เป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนมีเพียงแห่งเดียวในโลก ๒) พิพิธภัณฑ์ช้าง เป็นสถานที่แสดงเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับช้าง อาทิ วิวัฒนาการของช้างในยุคต่าง ๆ เครื่องมือในการคล้องช้าง เป็นต้น ๓) คชอาณาจักร เป็นโครงการภายใต้องค์การสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์มีวัตถุประสงค์เพื่อนำช้างคืนถิ่น ซึ่งจัดสร้างขึ้นภายในวัดป่าอาเจียง ๔) สุสานช้าง เป็นสถานที่เก็บรวบรวมกระดูกหรือ ประวัติของช้างแต่ละเชือก ตลอดทั้งข้อมูลของช้าง เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้สืบค้นข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นคนกับช้างที่มีเพียงหนึ่งเดียวประจำจังหวัดสุรินทร์และประเทศไทย และแห่งเดียวในโลก ๕) วังทะลุ เป็นบริเวณที่แม่น้ำชีและแม่น้ำมูลไหลมา บรรจบกันที่บ้านตากลาง ตำบลกระโพ ก่อนไหลลงสู่แม่นำโขง ที่จังหวัดอุบลราชธานี เป็นที่อาบน้ำของช้างในหมู่บ้าน มีทัศนียภาพ ที่งดงามซึ่งหาชมได้ยาก

(๒) บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญดังนี้ เช่น วัดตะเคียน ภายในวัดมีไม้ตะเคียนโบราณ และมีพระองค์ใหญ่ประดิษฐานอยู่กลางแจ้งให้คนในชุมชนสักการบูชา ฐานเรียนรู้เปลี่ยนผ้าสีวิถีกูย เป็นการย้อมผ้าไหมด้วยสีจากลูกมะเกลือ ฐานเรียนรู้การเลี้ยงน้อง (เลี้ยงไหม) ฐานเรียนรู้การทำอาหารพื้นถิ่น ฐานเรียนรู้บั้งไฟโบราณ ฐานเรียนรู้การแซวผ้าไหม (การปักผ้า) ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยกูย ฐานเรียนรู้พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านชาวกูย เป็นสะถานที่จัดแสดงสิ่งของเครื่องใช้เครื่องแต่งกายของชาวกูย ฐานเรียนรู้เจดีย์ไม้โบราณและเซ่นปู่ตา ซึ่งเจดีย์ไม้โบราณมีอายุกว่า ๒๐๐ ปี สมัยโบราณมีบรรพบุรุษเสียชีวิต ก็จะนำเอาอัฐิมาบรรจุไว้ในเจดีย์ไม้แห่งนี้ ฐานเรียนรู้การรำแกลมอหรือแกลออ ฐานการเรียนรู้การทำบายศรีสู่ขวัญจากใบตอง ฟาร์มจระเข้ ฐานเรียนรู้เกษตรยุคใหม่ตามศาสตร์พระราชา ฐานเรียนรู้การทำขนมไทย ขนมเทียนใบตดหมา ขนมขี้หนู ขนมแป๊ะกลี๊ ลอดช่องใบเตย เป็นต้น

(๓) บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญดังนี้ **เช่น** อ่างเก็บน้ำบ้านจรัส เก็บดอกบัวหลวง น้ำตกไตรคีรี วัดเขาศาลาอ

---

[๔] นางสุรางค์ อยู่พะเนียด, ครูชำนาญการพิเศษ, โรงเรียนบ้านตะเคียนกูยวิทยา หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒.

[๕] พระสุรกาญจน์ สุทธิดี, พระติดตาม พระราชวิสุทธิมุนี (เยื้อน ขนฺติพโล), วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๕ มกราคม ๒๕๖๓.

ตุลฐานะจาโร ภายในวัดมีสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ซุ้มประตูทางเข้าวัดมีพระพุทธรูปปางสมาธิองค์ใหญ่ตรงกลาง มีงูขนาดใหญ่สองตัวพันรอบคานแผ่แม่เบี้ยอยู่ทางซ้ายและขวาของพระพุทธรูป มีพญานาคขนาดใหญ่ ตรงปากของพญานาคทำเป็นช่องทางให้นักท่องเที่ยวที่ชอบความตื่นเต้นเดินเข้าไปภายในตัวพญานาค ซึ่งมีไฟประดับสวยงามให้แสงสว่างมองเห็นทางเดินตลอดเส้นทาง เจดีย์ รอยพระพุทธบาทจำลอง พระพุทธรูปนาคปรก และพระพุทธรูปขนาดใหญ่อื่น ๆ อีกหลายองค์ รูปปั้นเจ้าแม่กวนอิมขนาดใหญ่ เจดีย์น้ำซับ รูปเหมือนพระสงฆ์สุปฏิบัติ มีหลวงปู่ดุลย์ อตุโล เป็นต้น มีวัตถุมงคล วางไว้ในตู้กระจกให้นักท่องเที่ยวได้เช่าบูชา พระพุทธรูปประจำวันเกิดมีไว้บริการให้นักท่องเที่ยวตักบาตรพระประจำวันเกิด[๖] นอกจากนี้ยังมีธรรมชาติรอบหมู่บ้าน ศูนย์การเรียนรู้การทำกล้วยฉาบ กลุ่มเครื่องจักสานไม้ไผ่ และการถักกระเป๋าไหมพรหม เป็นต้น

**ภาพที่** ๔.๖ กิจกรรมการท่องเที่ยว วัดป่าอาเจียง วัดตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ที่ได้จากแบบสังเกต สรุปได้ ๗ ด้าน ได้แก่ ๑) ด้านศาสนสถาน เช่น สุสานช้าง ศาลาเอราวัณ ศาลานิทัศการทางศิลปวัฒนธรรมของวิถีอาเจียง รูปปูนปั้นต่าง ๆ ในวัดป่าอาเจียง เจดีย์ไม้โบราณ มีอายุมากกว่า ๒๐๐ ปี พิพิธภัณฑ์ชาวกูยในวัดตะเคียน ซุ้มประตูทางเข้า รอยพระพุทธบาทจำลอง ผาลานนาคปรก เจดีย์น้ำซับในวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เช่น วัตถุมงคลประเภทงา กระดูก ฟัน หาง ของช้าง เครื่องมือควาญช้างในวัดป่าอาเจียง พระพุทธรูปสร้างจากไม้ตะเคียนโบราณ พระผงหลวงพ่อตะเคียนทอง รุ่น ๑ ในวัดตะเคียน รูปเหมือนพระสงฆ์สุปฏิบัติ มีหลวงปู่ดุลย์ อตุโล ในวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน เช่น แกงไก่ใส่หยวกกล้วย ปลายอนทอดกรอบ ส้มตำ น้ำพริกปลาพื้นถิ่นของชุมชนวัดป่าอาเจียง ตำไก่ใส่ใบมะม่วง ยำดักแด้ น้ำพริกมะดัน แกงมะละกอใส่ปูนา แกงปูใส่เผือก ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อนของชุชนวัดตะเคียน ต้มยำไก่บ้าน อาหารป่าตามฤดูกาล กล้วยฉาบ ข้าวต้มมัด ขนม

---

[๖] พระสุรกาญจน์ สุทธิดี, พระติดตาม พระราชวิสุทธิมุนี (เยื้อน ขนฺติพโล), วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๕ มกราคม ๒๕๖๓.

ดอกบัวของชุมชนวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับ ประเภทของของที่ระลึก ประเภทเครื่องนุ่งห่มที่มีความเชื่อมโยงกับช้างของชุมชนวัดป่าอาเจียง ผ้าไหมลายลูกแก้วย้อมสีธรรมชาติจากผลมะเกลือ เสื้อแซว หัวซิ่น ตีนซิ่น แถบซิ่น กระเป๋าผ้าไหม อาหารและยาสมุนไพรของชุมชนวัดตะเคียน สมุนไพรไล่ยุงตะไคร้หอม สบู่หอมสมุนไพร ลูกประคบของชุมชนวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เช่น วัฒนธรรมการเลี้ยงช้าง ประเพณีเซ่นผีปะกำ ประเพณีแห่นาคบนหลังช้าง ประเพณีแกลมอของชุมชนวัดป่าอาเจียง ประเพณีไหว้ศาลปู่ตา นุ่งผ้าซิ่นไหมลายพื้นบ้าน เสื้อแซวแขวนกระบอกแบบชาวกูย สไบ และ โสร่ง ของชุมชนวัดตะเคียน ประเพณีรำมะม๊วด หรือรำแม่มดของชุมชนวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการแสดงช้าง กิจกรรมการนั่งช้างท่องเที่ยว กิจกรรมฝึกหัดควาญช้าง กิจกรรมปั่นจักรยานชมวิว กิจกรรมชมช้างอาบน้ำที่วังทะลุ ของชุมชนวัดป่าอาเจียงกิจกรรมชมตลาดสายใยชุมชนวิถีคนกูย พิธีเส้นไหว้ศาลปู่ตา ดูเจดีย์ไม้โบราณ ไหว้พระไม้ตะเคียนทองผ่องโชค ไหว้พระองค์ใหญ่เพื่อเป็นสิริมงคล ชมพิพิธภัณฑ์ศูนย์เรียนรู้ วิถีกูย ไม้กลายเป็นหิน ชมฐานบั้งไฟไม้โบราณ ชมฟาร์มจระเข้ เที่ยวชมจุดเรียนรู้ ๘ จุด ชมการรำแกลมอ (หมอรำกูย) บายศรีสู่ขวัญ ทำบุญตักบาตรยามเช้าที่ตลาดชุมชน กิจกรรมพิเศษ นั่งซาเล้ง ชมพูมิทัศน์อากาศสดชื่นและเล่นตีโป่งในน้ำของชุมชนวัดตะเคียน กิจกรรมเที่ยวชมอ่างเก็บน้ำบ้านจรัส เก็บดอกบัวหลวง เที่ยวชมน้ำตกไตรคีรี ไหว้พระที่วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ปั่นจักรยานชมธรรมชาติรอบหมู่บ้าน กิจกรรมชมศูนย์การเรียนรู้การทำกล้วยฉาบ เครื่องจักสานไม้ไผ่ และการถักกระเป๋าไหมพรหมของชุมชนวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร สุสานช้าง วังทะลุ ของชุมชนวัดป่าอาเจียง ศาลปู่ตา ดูเจดีย์ไม้โบราณ พระไม้ตะเคียน พิพิธภัณฑ์ศูนย์เรียนรู้ วิถีกูย ไม้กลายเป็นหิน ฐานบั้งไฟไม้โบราณ ฟาร์มจระเข้ จุดเรียนรู้ ๘ จุด ตลาดชุมชนของชุมชนวัดตะเคียน อ่างเก็บน้ำบ้านจรัส น้ำตกไตรคีรี ซุ้มประตูทางเข้าวัดตัวพญานาคทางขึ้นวัด เจดีย์รอยพระพุทธบาทจำลอง รูปเหมือนพระสุปฏิบัติ หน้าผาพระหรือผาลานนาคปรก เจดีย์น้ำซับของชุมชนวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น

## ๔.๒ ด้านการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

การวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ได้แบ่งออกเป็น ๔ หัวข้อ คือ ๑) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ๒) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ๓) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ และ ๔) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ดังนี้

### ๔.๒.๑ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

การวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ในแต่ละหัวข้อได้มาจากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ ซึ่งจะได้ทำการวิเคราะห์ดังนี้

๔.๒.๑.๑ ข้อมูลจากแบบบันทึกเอกสารและแบบสัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการ ได้แบ่งการบันทึกและสัมภาษณ์ออกเป็น ๕ ประเด็น คือ ๑) ที่มาของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ๒) ความหมายการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ๓) หลักการสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ๔) ประเภทการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว และ ๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากเครื่องมือนำมาวิเคราะห์ได้ดังนี้

๑) ที่มาของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว เกิดจากความต้องการเป็นผู้บุกเบิกในตลาดธุรกิจ ความต้องการที่จะปรับปรุงสินค้าซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดทั้งมีสินค้าจำหน่ายอย่างหลายครอบคลุมทุกชนิด เพื่อให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งได้ จึงต้องพัฒนาทรัพยากรที่มีอยู่ให้ดีขึ้นกว่าเดิม

๒) ความหมายการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ การทำสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นให้มีความเจริญและดีขึ้นกว่าเดิม

๓) หลักการสำคัญของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว มีหลักการที่สำคัญแบ่งเป็นขั้นตอนได้ดังนี้ คือ ขั้นแสวงหาแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ขั้นกลั่นกรองความคิด การวิเคราะห์เชิงธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทดสอบตลาด และการวางตลาด

๔) ประเภทการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว มี ๒ ประเภท คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ที่มนุษย์สร้างขึ้น สำหรับประเภทการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในงานวิจัยเรื่องศาสนาและวัฒนธรรมการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ มีจุดสนใจอยู่ที่ประเภทการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นซึ่งเน้นเกี่ยวกับประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ผลิตภัณฑ์ชุมชน และด้านศาสนา เป็นต้น

๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ สามารถประยุกต์ใช้แนวคิด, เกณฑ์การประกวดชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของสำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน กรมพัฒนาชุมชน มาเป็นกรอบในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว สามารถนำมาวิเคราะห์การพัฒนาได้เป็น ๖ ประเด็น ดังนี้ คือ ๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ เช่น มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยว มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น มีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจ ๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เช่น รูปแบบของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์มีความหลากหลายดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว มีข้อมูลสำคัญของสินค้า ผลิตภัณฑ์ชุมชนครบถ้วนและชัดเจน ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความพอใจให้กับลูกค้า และยอมจ่ายตามราคาเพื่อซื้อความพอใจนั้น ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มีต้นทุนการดำเนินงานที่เหมาะสม ผลิตภัณฑ์สามารถเป็นของฝากของที่ระลึกได้ ๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน เช่น ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัยและถูกสุขอนามัย พร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน หรือผ่านการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างใดอย่างหนึ่ง ๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน เช่น มีความสามารถในการผลิตผลิตภัณฑ์ได้อย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นมีคุณภาพเท่าเทียมหรือใกล้เคียงกัน ๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ เช่น มี

ช่องทางการตลาดหลากหลาย สามารถเข้าถึงสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ได้ง่าย มีข้อมูลสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อนำเสนอลูกค้านักท่องเที่ยว ๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว เช่น เป็นเมนูอาหารพื้นบ้านท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับวิถีชุมชน มีคุณภาพ สด สะอาด ปลอดภัย และถูกสุขลักษณะ มีบริการจัดจำหน่ายทุกวันในวันเปิดให้บริการหรือสั่งได้(Order) มีสถานที่จำหน่ายหรือให้บริการที่เป็นกิจจะลักษณะ สะอาด อาจจะเป็นบริเวณบ้าน ผู้ประกอบการร้านอาหาร หรือสถานที่จัดไว้สำหรับบริการของชุมชน เช่น จุดต้อนรับหรือศูนย์อาหาร เป็นต้น

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ที่ได้จากแบบบันทึกเอกสารและแบบสัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการสรุปได้ ๕ ประเด็น คือ ๑) ที่มาของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว เกิดจากความต้องการบุกเบิกตลาดธุรกิจ การปรับปรุงสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีสินค้าจำหน่ายอย่างหลาย เพื่อให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งได้ จึงต้องพัฒนาทรัพยากรที่มีอยู่ให้ดีขึ้นกว่าเดิม ๒) ความหมายการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ การทำสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นให้มีความเจริญและดีขึ้นกว่าเดิม ๓) หลักการสำคัญของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว มีขั้นตอนสำคัญ คือ ขั้นแสวงหาแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หม่ ขั้นกลั่นกรองความคิด การวิเคราะห์เชิงธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทดสอบตลาด และการวางตลาด ๔) ประเภทการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ในจังหวัดสุรินทร์ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ผลิตภัณฑ์ชุมชน และด้านศาสนา ๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว สามารถประยุกต์ใช้แนวคิด, เกณฑ์การประกวดชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของสำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน กรมพัฒนาชุมชนมาเป็นกรอบในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว มี ๖ ประเด็น คือ (๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ (๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน (๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน (๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ (๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว

๔.๒.๑.๒ ข้อมูลจากแบบบันทึกการสังเกต มีประเด็นสังเกต ๗ ด้าน คือ ๑) ด้านอาหารพื้นบ้าน ๒) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๓) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ๔) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ๕) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ๖) ด้านศาสนสถาน และ ๗) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ซึ่งข้อมูลส่วนนี้ได้วิเคราะห์และนำเสนอไว้แล้วในหัวข้อที่ว่าด้วยอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

๔.๒.๑.๓ ข้อมูลจากแบบบันทึกการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว มีการสัมภาษณ์ใน ๖ ประเด็น คือ ๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ ๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ๔) ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ ๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แต่ละประเด็นมีดังต่อไปนี้

๑) สัมภาษณ์ประเด็นมีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์น่าสนใจ เมื่อสัมภาษณ์ว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ที่ท่านนำเสนอให้นักท่องเที่ยวที่นี่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว โดยนำเสนอเรื่องราวที่สร้างสรรค์และน่าสนใจอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว เช่น (๑) ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง และฟันช้าง นำมาแกะสลักและออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ด้วยความประณีต ละเอียดอ่อนช้อย เช่น การแกะสลักพระพุทธรูป แหวน กำไล สร้อยคอ เป็นต้น (๒) ประเภทเครื่องประดับหางช้าง เป็นเครื่องรางของขลังที่นำหางของช้างมาเป็นส่วนประกอบ นิยมนำมาทำเครื่องประดับ เช่น แหวน และกำไล เป็นต้น (๓) ประเภทเครื่องมือควาญช้าง เช่น ตะขอช้าง เป็นตะขอที่ควาญช้างใช้บังคับช้างโดย ด้ามทำจากเถาวัลย์ขนาดใหญ่ที่หายาก มีดควาญช้าง มีปลายแหลม มีด้ามมีและฝักมีด มีการลงอักขระ และปลุกเสกให้มีความศักดิ์สิทธิ์ (๔) ประเภทของชำร่วย ของประดับตกแต่งรถและบ้าน เช่น ของระลึกตะขอช้าง ของระลึกพวงกุญแจตะขอช้าง ของที่ระลึกตุ๊กตาช้าง พระพุทธรูปแกะจากกระดูกสัตว์ มีควาญช้าง เป็นต้น สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้บางอย่างได้ผ่านพิธีปลุกเลก ลงอักขระ จึงมีความเชื่อทางไสยศาสตร์หลายอย่างอยู่ด้วย เช่น มีความเชื่อว่ารกช้างเป็นวัตถุมงคลมหานิยมสำหรับการค้าขาย โดยนำเสนอเรื่องราวที่สร้างสรรค์และน่าสนใจเกี่ยวกับรกช้างว่าเป็นสิ่งที่ห่อหุ้มลูกช้างไว้ก่อนที่ช้างจะตกลูกใช้เวลานานประมาณสองปี เมื่อช้างตกลูกแล้วจึงนำเอารกช้างมาล้างน้ำให้สะอาดนำมาตากแดดให้แห้งแล้วนำมาทำเป็นวัตถุมงคลเพื่อบูชา นำมาใช้สำหรับทำการค้าขายเพราะมีความเชื่อว่ารกช้างเป็นสิ่งห่อหุ้มลูกช้างไว้ภายในรกเปรียบเหมือนถุงที่ใช้เก็บเงินและทองให้อยู่ในถุงนี้ เป็นต้น

๒) สัมภาษณ์ประเด็นมีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นหลายอย่าง เช่น ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง และฟันช้าง ประเภทเครื่องประดับหางช้าง ประเภทเครื่องมือควาญช้าง ประเภทของชำร่วย ประเภทเครื่องนุ่งห่ม เช่น เสื้อยืด ผ้าแพร หมอน ของใช้อื่น ๆ เป็นต้น ยังขาดรูปแบบของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว แต่มีการออกร้านในการนำเสนอสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนทำให้ลูกค้ามองเห็นได้ชัดเจน ลูกค้าสามารถเดินชมและเลือกซื้อได้สะดวก ผลิตภัณฑ์ของชุมชนหมู่บ้านช้างสามารถเป็นของฝากของที่ระลึกได้ เป็นต้น

๓) สัมภาษณ์ประเด็นมีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐานอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นหลายอย่างที่มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย และถูกสุขอนามัย มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐานจนได้รับใบประประกาศนียบัตร ซึ่งลงนามโดย นายฉัตรชัย พรหมเลิศ ปลัดกระทรวงมหาดไทย และ นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายยกรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๑๕ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๒ เช่น กรอบรูปตะขอช้างไม้แก่นขาม ของนายสายฟ้า ศาลางาม ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ ระดับสี่ดาว ประเภท ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ให้ไว้ ณ วันที่ ๑๕ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๒[๗] และ

---

[๗] นายสายฟ้า ศาลางาม, **ใบประกาศนียบัตรกรอบรูปตะขอช้างไม้แก่นขาม**, บ้านเลขที่ ๖๖ หมู่ ๑๔ บ้านหนองบัว ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๒.

ชุดเครื่องประดับจากกระดูกสัตว์ ของนายสายฟ้า ศาลางาม ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ ระดับสามดาว ประเภท ผ้า เครื่องแต่งกาย หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ให้ไว้ ณ วันที่ ๑๕ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๒[๘] เป็นต้น

๔) สัมภาษณ์ประเด็นผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน เมื่อสัมภาษณ์ว่าผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกันอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นหลายอย่างเมื่อผลิตออกมาจำหน่ายหมดแล้วสามารผลิตซ้ำได้อีกในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน เช่น ประเภทเครื่องมือควาญช้าง ประเภทของชำร่วย ประเภทของประดับตกแต่งรถและบ้าน และประเภทเครื่องนุ่งห่ม เช่น เสื้อยืด ผ้าแพร หมอน ของใช้อื่น ๆ เป็นต้น แต่บางอย่างผลิตซ้ำได้อย่างจำกัดเพราะปัจจัยการผลิตมีกำกัดและหายาก เช่น ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง และฟันช้าง ประเภทเครื่องประดับหางช้าง เป็นต้น

๕) สัมภาษณ์ประเด็นมีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีช่องทางการตลาด พร้อมข้อมูลของสินค้า ผลิตภัณฑ์ ที่จำหน่ายในชุมชน นอกชุมชน หรือออนไลน์อย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ มีช่องทางการตลาดหลากหลาย เช่น การนำเสนอโดยใช้สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ในคู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ เส้นทางวิถีสายคนกับช้าง การนำเสนอโดยใช้สื่อแผ่นพับ บ้านตาทิตย์[๙] นอกจากมีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจ ในสิ่งพิมพ์ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ยังมีการนำเสนอในสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ รวมทั้งมีการนำเสนอในสื่อออนไลน์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และการออกร้าน จัดนิทัศการในงานสำคัญต่าง ๆ เช่น งานแสดงช้างประจำปีของจังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น สามารถเข้าถึงสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ได้ง่าย มีข้อมูลสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อนำเสนอลูกค้านักท่องเที่ยว เช่น เมื่อเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนหมู่บ้านช้างจะพบว่ามีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น มีการนำสินค้าจำนวนมากหลายรายการออกมาแสดงและจัดจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน มีการแนะนำผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น สร้อยกระดูก ตะขอช้างด้ามไม้และหนัง พวงกุญแจตะขอช้างกำไลหางช้าง กำไลฟันช้าง สร้อยข้อมือจากกระดูกสัตว์ แหวนหางช้าง แหวนกระดูกฟันช้าง กระดูกสัตว์แกะสลัก พริกป่นและน้ำพริก มีควาญช้าง เป็นต้น ด้านอาหารพื้นถิ่น มีการแนะนำอาหารพื้นถิ่น เช่น แกงไก่ใส่หยวกกล้วย ปลายอนทอดกรอบ ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน เป็นต้น ด้านท่องเที่ยววิถีชุมชน มีการแนะนำกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น กิจกรรมการนั่งช้างเข้าป่าชุมชน กิจกรรมการฝึกบังคับช้างอย่างง่าย กิจกรรมนั่งเรือคายัคชมวิวทิวทัศน์สองฝากฝั่งลำน้ำชี กิจกรรมปลูกป่าชุมชนและทำสวนพริกริมลำน้ำชี กิจกรรมชมช้างเล่นน้ำ กิจกรรมชมการแสดงช้าง ณ ศูนย์คชศึกษา กิจกรรมชมสุสานช้าง ณ วัดป่าอาเจียง กิจกรรมศึกษา

---

[๘] นายสายฟ้า ศาลางาม, **ใบประกาศนียบัตรชุดเครื่องประดับจากกระดูกสัตว์**, บ้านเลขที่ ๖๖ หมู่ ๑๔ บ้านหนองบัว ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๒.

[๙] นายอำพร ทองพู, ผู้ใหญ่บ้านตาทิตย์, บ้านตาทิตย์ หมู่ ๘ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์.สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

เรียนรู้การทำกระดาษสาจากมูลช้าง กิจกรรมล่องแพลำน้ำชีและลำน้ำมูล กิจกรรมชมพิพิธภัณฑ์ครูบาใหญ่บ้านศาลามีเรื่องราวผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการคล้องช้างป่า เป็นต้น

๖) สัมภาษณ์ประเด็นมีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยวอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ ในชุมชนหมู่บ้านช้างเป็นชุมชนชาวกูยหรือกวยจะมีอาหารที่มีความเป็นอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น มีการแนะนำเกี่ยวกับเมนูอาหารพื้นถิ่นไว้ดังนี้ (๑) แกงไก่ใส่หยวกกล้วย และซันลอว์เจ๊กจ์หรือแกงกล้วย คือ การแกงไก่ใส่หยวกกล้วยคนในชุมชนจะตัดต้นกล้วยแล้วเอาเปลือกออกจนหมดเหลือเพียงไส้ต้นกล้วยที่คนในชุมชนเรียกว่าหยวกกล้วย นำมาหั่นเป็นท่อนเล็ก ๆ เหมือนกับหั่นผักที่เตรียมไว้สำหรับแกงทั่ว ๆ ไป แล้วนำไปแกงใส่ไก่บ้านโดยใส่เครื่องปรุงรสที่เตรียมไว้ เช่น ตะไคร้ ใบมะกรูด ข่า เกลือ น้ำปลา กะปิพริกแห้ง หอม กระเทียม กะทิ ขมิ้น ปลาร้า กระชาย และน้ำปลา เป็นต้น สำหรับซันลอว์เจ๊กจ์ หรือแกงกล้วย เป็นแกงชนิดหนึ่งที่มีลักษณะคล้ายแกงเผ็ด ประกอบไปด้วยกล้วยดิบที่หั่นเป็นชิ้นพอดีคำ และ ไก่บ้าน ตามด้วยเครื่องปรุงรสต่าง ๆ เช่นเดียวกับแกงไก่ใส่หยวกกล้วย ซึ่งมักนิยมทำกันในช่วงมีงานพิธี (๒) ปลายอนทอดกรอบ ปลาชนิดนี้ชุมชนมักจะหาได้จากแหล่งที่น้ำตลอดปี เช่น ลำน้ำชี หรือลำน้ำมูล ซึ่งเป็นลำน้ำสายหลักที่ชุมชนใช้เป็นแหล่งก่อเกิดอาหารให้กับชุมชนในบริเวณนี้ (๓) พริกป่นหรือน้ำพริก คือ ริมฝั่งลำน้ำชีใกล้กับชุมชนหมู่บ้านช้างเป็นแหล่งปลูกพริกที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดสุรินทร์ เนื่องจากบริเวณนี้เคยเป็นป่าทามมาก่อนเป็นแหล่งที่มีดินอุดมสมบูรณ์ ในลำน้ำชีมีน้ำตลอดทั้งปีชุมชนจึงอาศัยที่ใกล้กับลำน้ำชีเป็นแหล่งปลูกพริกทำพริกป่นและน้ำพริกเพื่อเป็นอาหารสำหรับการบริโภคของคนในชุนชนและผู้มาเยี่ยมเยียน (๔) ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน โดยนำไส้มะพร้าวอ่อน นำมากวนกับน้ำตาล ผสมกะทิทำจากมะพร้าว มีกลิ่นหอมรสหวาน เมนูอาหารพื้นบ้านท้องถิ่นดังที่ไดกล่าวมาแล้วนี้มีความเชื่อมโยงกับวิถีชุมชน เป็นสิ่งหาได้ตามลำน้ำ ตามสวน และไร่นาของคนในท้องถิ่นเอง เป็นต้น

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ดังกล่าวชุมชนการท่องเที่ยวหมู่ช้าง สามารถวิเคราะห์ให้เห็นประเด็นการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

๑) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล และด้านอาหารพื้นบ้าน ประเด็นการพัฒนา คือ (๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์น่าสนใจ เช่น มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยว มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น มีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจ (๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เช่น รูปแบบของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์มีความหลากหลาย ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว มีข้อมูลสำคัญของสินค้า ผลิตภัณฑ์ชุมชนครบถ้วนและชัดเจน ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความพอใจให้กับลูกค้า และยอมจ่ายตามราคาเพื่อซื้อความพอใจนั้น ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มีต้นทุนการดำเนินงานที่เหมาะสม ผลิตภัณฑ์สามารถเป็นของฝาก ของใช้ของตกแต่ง ของที่ระลึกได้ (๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน เช่น ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสะอาด ปลอดภัยและถูกสุขอนามัย พร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน หรือผ่านการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างใดอย่างหนึ่ง (๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน เช่น มีความสามารถในการผลิตผลิตภัณฑ์ได้อย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นมีคุณภาพเท่าเทียมหรือใกล้เคียงกัน (๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรื

ออนไลน์ เช่น มีช่องทางการตลาดหลากหลาย สามารถเข้าถึงสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ได้ง่าย มีข้อมูลสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อนำเสนอลูกค้านักท่องเที่ยว (๖) จัดให้มีเมนูอาหารพื้นบ้านท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับวิถีชุมชน มีคุณภาพ สด สะอาด ปลอดภัย และถูกสุขลักษณะ มีบริการจัดจำหน่ายทุกวันในวันเปิดให้บริการหรือสั่งได้(Order) มีสถานที่จำหน่ายหรือให้บริการที่เป็นกิจจะลักษณะ สะอาด อาจจะเป็นบริเวณบ้าน ผู้ประกอบการร้านอาหาร หรือสถานที่จัดไว้สำหรับบริการของชุมชน เช่น จุดต้อนรับหรือศูนย์อาหาร

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ที่ได้แบบบันทึกการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว สรุปได้ ๖ ประเด็น คือ ๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ เช่น ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง หางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ของประดับตกแต่งรถ บ้าน และของที่ระลึก ๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ยังขาดรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว แต่มีการออกร้านในการนำเสนอสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนทำให้ลูกค้ามองเห็นได้ชัดเจน ๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน คือ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นบางอย่างมีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน เช่น กรอบรูปตะขอช้างไม้แก่นขามของนายสายฟ้า ศาลางาม ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ ระดับสี่ดาว ประเภท ของใช้ ของตกแต่งของที่ระลึก ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย วันที่ ๑๕ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๒ และ ชุดเครื่องประดับจากกระดูกสัตว์ ของนายสายฟ้า ศาลางาม ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ระดับสามดาว ประเภท ผ้า เครื่องแต่งกาย หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย วันที่ ๑๕ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๒ เป็นต้น ๔) ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน บางอย่างสามารถผลิตซ้ำได้อีกในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน เช่น ประเภทเครื่องมือควาญช้าง ของชำร่วย ของประดับตกแต่งรถ บ้าน และ เครื่องนุ่งห่ม แต่บางอย่างผลิตซ้ำได้อย่างจำกัดเพราะปัจจัยการผลิตมีกำกัด และหายาก เช่น ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง หางช้าง ๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ คือ มีช่องทางการตลาดหลากหลาย เช่น ทางทางหน่วยงานของรัฐ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ เป็นต้น ๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว ชุมชนหมู่บ้านช้างเป็นชุมชนชาวกูยหรือกวยมีอาหารเป็นอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น เช่น แซ่นลอว์เจ๊กจ์หรือแกงกล้วย ปลายอนทอดกรอบ ปลาชนิดนี้ชุมชนมักจะหาได้จากแหล่งที่น้ำตลอดปี พริกป่นหรือน้ำพริก ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน เป็นต้น

### ๔.๒.๒ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์

การวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ในแต่ละหัวข้อได้มาจากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ ซึ่งจะได้ทำการวิเคราะห์ดังนี้

๔.๒.๒.๑ ข้อมูลจากแบบบันทึกเอกสารและแบบสัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการ ได้แบ่งการบันทึกและสัมภาษณ์ออกเป็น ๕ ประเด็น คือ ๑) ที่มาของแนวคิดอัตลักษณ์ ๒) ความหมายอัตลักษณ์ ๓) หลักการสำคัญของอัตลักษณ์ ๔) ประเภทอัตลักษณ์ และ ๕) การประยุกต์ใช้

แนวคิดอัตลักษณ์ ซึ่งข้อมูลส่วนนี้ได้วิเคราะห์และนำเสนอไว้แล้วในหัวข้อที่ว่าด้วยอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

๔.๒.๒.๒ ข้อมูลจากแบบบันทึกการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว มีการสัมภาษณ์ใน ๕ ประเด็น คือ ๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ ๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แต่ละประเด็นมีดังต่อไปนี้

๑) ประเด็นมีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ สาระสำคัญสรุปได้ดังนี้ (๑) ด้านผ้าไหมของอำเภอเขวาสินรินทร์ มีความเป็นมายาวนาน การทอผ้าไหมของที่นี่ยังคงรักษารูปแบบลวดลายสีสัน ที่แปลกตา ความประณีตและเทคนิคการทอแบบโบราณไว้ได้จนถึงทุกวันนี้ แม้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปบ้างตามกระแสความต้องการของตลาด คนในอำเภอเขวาสินรินทร์ โดยเฉพาะกลุ่มที่พูดภาษาเขมรยังคงผลิตผ้าไหม มีเทคนิคการผลิตเฉพาะตัว ซึ่งบรรพบุรุษได้สืบทอดหลักการและกรรมวิธีการผลิต เช่น การเลี้ยงไหม การมัดหมี่ การย้อมสีและการทอ ทั้งยังมีการคิดค้นพัฒนากรรมวิธีการผลิต เพื่อให้ได้ผ้าไหมที่มีคุณภาพมากขึ้น ทำให้มีชื่อเสียงคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าตลอดมา (๒) ด้านเครื่องเงินของอำเภอเขวาสินรินทร์ วันที่ ๒๒ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๑ เวลา ๑๘.๐๐ น. ที่สนามหน้าที่ว่าการ อำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ นางสุทิศา คงเถลิงศิริวัฒนา นายอำเภอเขวาสินรินทร์ เป็นประธานเปิดเทศกาลชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีอำเภอเขวาสินรินทร์ เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ นำเสนออัตลักษณ์และผลการพัฒนาให้เป็นที่ประจักษ์ ซึ่ง อำเภอเขวาสินรินทร์แห่งนี้ มีชื่อเสียงด้านการทำเครื่องประดับลูกปัด(ประเกือม)จากเงิน หรือ เครื่องเงินโบราณ ที่มีเอกลักษณ์สวยงามวิจิตรเฉพาะถิ่น ส่วนผ้าไหมก็มีความสวยงามประณีตตามแบบผ้าไหมอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดสุรินทร์[๑๐] เป็นต้น

๒) ประเด็นมีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สาระสำคัญสรุปได้ดังนี้ (๑) ด้านผ้าไหมของอำเภอเขวาสินรินทร์ คือ ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มทอผ้าไหมในชุมชนผลิตขึ้นมีรูปแบบการผลิตได้คุณภาพ เมื่อนำออกแสดงในสถานที่เพื่อจำหน่ายก็เป็นที่ต้องตาต้องใจของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมตั้งแต่มองเห็นเลยที่เดียว เช่น ผ้าลายยกทอง ผ้าลายหางกระรอก ผ้าลายร่างแห ผ้าลายโกนกะแอก (ลูกกา) ผ้าลายลูกแก้ว เป็นต้น นางกนกวรรณ สิมพาสี ให้สัมภาษณ์ตอนหนึ่งว่า ผ้ายกทองลายราชวัติ เป็นลายพนมกินรา ซึ่งคุณวีระธรรมเป็นคนออกแบบ เรียกว่าการทอในลักษณะย่อไม้สิบสอง มีทั้งหมด ๑,๓๐๐ ตะกอ ใช้เวลาในการทอ ๓ เดือน จึงสำเร็จ ผ้าลายนี้ประกอบด้วยการทอเป็นดอก ๘ กลีบ หรือดอกลอยฝาบาตร เป็นผ้าของชั้นเทพกับพุทธ ใช้ในสถาบันผู้มีบรรดาศักดิ์จึงจะได้สวมใส่ ผ้าชิ้นนี้มีความสำคัญ คือ ทางราชการได้นาไปใช้ในพระราชพิธีมงคลจรดพระนังคันแรกนาขวัญ ในปี ๒๕๕๒ โดยปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นผู้สวมใส่ในพิธี และในการแสดงโขน ตัวละครในเรื่องก็นิยมสวมใส่ผ้าลายนี้ด้วยเหมือนกัน สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์

---

[๑๐] นางสุทิศา คงเถลิงศิริวัฒนา, นายอำเภอเขวาสินรินทร์, **คำกล่าวเปิดเทศกาลชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีอำเภอเขวาสินรินทร์**, วันที่ ๒๒ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๑.

พระบรมราชินีนาถ ได้ทรงโปรดผ้านี้เป็นอย่างมากมาก[๑๑] กรณีลายอื่น ๆ อีก เช่น ผ้าลายยกทอง ผ้ากรวยทอง ผ้าหางกระรอก ผ้าลายโกนกะแอก เป็นต้น ก็มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเช่นเดียวกัน (๒) ด้านเครื่องเงินของอำเภอเขวาสินรินทร์ มีการเสนอผลิตภัณฑ์ในลักษณะเดียวกันกับกลุ่มทอผ้าไหม คือ เมื่อนำออกแสดงในสถานที่เพื่อจำหน่ายก็จัดไว้ในตู้กระจกบ้าง วางแสดงบนโต๊ะแสดงสินค้าบ้าง หรือห้อยไว้ตามราวแสดงสินค้า เพื่อให้ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมมองเห็นได้ง่าย ทำให้เป็นที่ดึงดูดใจตั้งแต่มองเห็นซึ่งทำให้สามารถขายผลิตภัณฑ์ได้ เป็นต้น

๓) ประเด็นมีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน สาระสำคัญสรุปได้ดังนี้ (๑) ด้านผ้าไหมของอำเภอเขวาสินรินทร์ ได้มีการคัดสรรผ้าไหมเป็นสินค้า OTOP ในระดับ ๕ ดาว จานวน ๒ ผลิตภัณฑ์ ในปี ๒๕๕๑ และมีผ้าไหมที่โดดเด่นในแต่ละพื้นที่ ซึ่งกลุ่มพัฒนาสตรีแต่ละกลุ่มได้ผลิตสร้างสรรค์ลายผ้าที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มดังนี้ ๑) ตำบลเขวาสินรินทร์ หมู่ ๑ คือ กลุ่มพัฒนาสตรีผ้าไหมเขวาสินรินทร์ ทอผ้าลายราชวัตร ๒) ตำบลเขวาสินรินทร์ หมู่ ๒ คือ กลุ่มผ้าไหมเขวาสินรินทร์ ทอผ้ายกดอก ๓) ตำบลเขวาสินรินทร์ หมู่ ๙ คือ กลุ่มทอผ้าโฮลสีธรรมชาติ ทอผ้าโฮล ๔) ตำบลเขวาสินรินทร์ หมู่ ๑๑ คือ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านนาโพธิ์ ทอผ้าพื้นเรียบ ลายราชวัตร ๕) ตำบลปราสาททอง คือ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสามโค ทอผ้าไหมลายอันลูยซีม ๖) ตำบลตำกูก หมู่ ๑ คือ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านตากูก ทอผ้าลายดอกพิกุล นอกจากนี้อำเภอเขวาสินรินทร์ยังมีการทอผ้าไหมพื้นเมือง เพื่อนาไปใช้ในประเพณีต่าง ๆ เช่น ประเพณีงานมงคลสมรส ประเพณีงานบวช ประเพณีงานขึ้นบ้านใหม่ ประเพณีงานทำบุญในเทศกาลต่าง ๆ และประเพณีงานศพ เป็นต้น วิถีชีวิตในการแต่งกายไปในงานประเพณีต่าง ๆ ดังกล่าว ล้วนเกี่ยวเนื่องกับผ้าไหมสุรินทร์ทั้งสิ้น[๑๒] (๒) ด้านเครื่องเงินของอำเภอเขวาสินรินทร์ ลุงป่วน เจียวทอง อายุ ๗๘ ปี ปราชญ์ชาวบ้านสาขาศิลปหัตถกรรมและสิ่งทอเครื่องประดับเงินโบราณ ได้รับการเชิดชูเกียรติให้เป็นครูภูมิปัญญาไทยรุ่นที่ ๖ จากสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา เมื่อวันที่ ๓ กันยายน ๒๕๕๒ และยังเคยได้รับเกียรติบัตรเชิดชูเกียรติอีกมากมายจากหลายหน่วยงาน ซึ่งมีผลงานอันเป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ ก็ได้เปิดเผยว่า ตนเป็นผู้สืบทอดการทำเครื่องเงินโบราณมาเป็นรุ่นที่ ๖ แล้ว โดยก่อนที่จะมาทำเครื่องเงินโบราณแต่ก่อนเคยเป็นช่างทำทอง โดยเริ่มทำทองมาตั้งแต่ตอนอายุ ๑๓ ปี แต่ต่อมาทองคำเริ่มมีราคาสูงขึ้นจึงได้เลิกทำทองคำและได้หันมาทำเครื่องเงินแทนเพราะราคาเงินถูกกว่าและหาง่าย โดยในระยะแรก ๆ หาขอซื้อจากชาวบ้าน แต่ต่อมาก็เริ่มจะหมดไป จึงได้สั่งซื้อเงินจากกรุงเทพฯ มาแทน เป็นเวลาได้กว่า ๕๐ ปี แล้วที่ยึดเป็นอาชีพและทุ่มเทในการสืบสานศิลป์แขนงนี้ของประเทศให้คงอยู่ไม่สูญหายไปกับกาลเวลาและการหลงลืมของคนรุ่นใหม่ ทำให้ได้รับคัดเลือกจากสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (สกศ.) เป็นครูภูมิปัญญาไทย ด้านอุตสาหกรรมและหัตถกรรม (การทำเครื่องเงินลายโบราณ) ประจาปี ๒๕๕๒[๑๓]

---

[๑๑] นางกนกวรรณ สิมพาสี, บ้านเลขที่ ๖ หมู่ ๒ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์, **สัมภาษณ์,** ๒๒ สิงหาคม ๒๕๖๒.

[๑๒] นางประนอม ขาวงาม, บ้านเลขที่ ๑๖ หมู่ ๑ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์, **สัมภาษณ์,** ๒๒ สิงหาคม ๒๕๖๒.

[๑๓] นายป่วน เจียวทอง, ครูภูมิปัญญาไทยรุ่นที ๖ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, บ้านเลขที่ ๖๓ หมู่ที่ ๓ บ้านโชค ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒.

๔) ประเด็นผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน สาระสำคัญสรุปได้ดังนี้ (๑) ด้านผ้าไหมของอำเภอเขวาสินรินทร์ กลุ่มทอผ้าไหมเขวาสินรินทร์ มีสำนักงานอยู่ที่บ้าน เลขที่ ๒๐๑ หมู่ ๒ มีนางพูนสุข ถือฉลาด เป็นประธานกลุ่ม นางสงวน คงสกุล เป็นรองประธาน นางสุภาพ ครบหมาย เป็นเลขานุการ นางสาวสำรวน ห้องขวาง เป็นเหรัญญิก นางอรุณี ยอดบุตร นางยุพา เจริญมาก นางสาเร็จ จองอยู่ นางอรุณศรี ผ่องใส เป็นกรรมการ กลุ่มทอผ้าไหมนี้ตั้งขึ้น วันที่ ๖ ตุลาคม ๒๕๔๖ โดยกรมพัฒนาชุมชน เป็นผู้สนับสนุน รับรอง และให้แรงบันดาลใจ แต่ก่อนบ้านเขวาสินรินทร์เป็นหมู่บ้านแรกในจังหวัดสุรินทร์ที่มีการทอผ้ายกและทอเก็บลายผ้ายก ต่อมามีคนชาวอำเภอชุมพลบุรี ได้มาขอจ้างคนจากบ้านเขวาสินรินทร์ให้ไปสอนเก็บลายยกดอกให้ที่อำเภอชุมพลบุรี และต่อมาชาวอำเภอชุมพลบุรีได้รวมกลุ่มกันเพื่อทอผ้าไหมจนเกิดเป็นกลุ่มที่มีชื่อเสียงขึ้นมาเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป จึงได้บอกกับคนทั่วไปว่าพวกตนเองเป็นกลุ่มแรกที่มีการทอผ้ายกขึ้นมา เพื่อให้เห็นว่าชาวเขวาสินรินทร์เป็นชุมชนแรกที่ได้คิดค้นและสอนเก็บผ้าลายยกดอกขึ้นมา จึงมีความคิดที่จะรวบรวมลายผ้าและความคิดของคนในชุมชนเกี่ยวกับเรื่องนี้มิให้สูญหายไป จึงได้จัดตั้งกลุ่มขึ้นมาจนได้มีกลุ่มดังกล่าวมาจนถึงทุกวันนี้ ปัจจุบันกลุ่มมีสมาชิก ๒๐๐ คน การทอผ้าส่วนมากได้มีแม่ค้าในหมู่บ้านสั่งและส่งไปขายยังสถานที่ต่าง ๆ ผ้ายกดอกส่งไปขายชุดละ ๒,๘๐๐ บาท[๑๔] ผ้าทอจะเปลี่ยนลายไปเรื่อย เช่น ผ้ายกดอกลายดอกพิกุล ลายมงกุฎเพชร ลายดาวล้อมเดือน เป็นลายที่คนอื่นเขาเลือกลายมาให้ทอ และตั้งชื่อเอง ได้แรงบันดาลใจมาจากผ้าตามกรุงเทพจึงนำมาดัดแปลงโดยวาดใส่กระดาษก่อนแล้วจึงทอตาม เช่น ลายหยดน้ำ เป็นต้น[๑๕] ตอนนี้กำลังทอผ้า ยกดอกลายลูกแก้ว ซึ่งลายนี้เป็นลายที่นำมาประยุกต์อีกทีหนึ่ง ลายเดิมเอามาจากอีสานเหนือ ดูลายเขาเห็นว่าแปลกดีจึงมาทำตาม และ เคยคัดสรรส่งประกวดระดับประเทศ ได้รับรางวัลระดับ ๕ ดาว ได้รับในปี ๒๕๕๐ การทำลายผ้าส่วนมากทำเพื่อขายเป็นธุรกิจ ทำตามตลาดต้องการ ลายผ้าส่วนมากคนขายตั้งชื่อลายเองเป็นลายเก่า ๆ วาดใส่กระดาษก่อนแล้วก็ทอตาม ส่งขายชุดละ ๒,๘๐๐ บาท เป็นคนทอผ้าลายยกดอกที่ว่านี้ นางสำรวล ห้องขวาง เป็นคนแรกที่จัดทำขึ้นมา จากข้อมูลนี้ทำให้เห็นว่าประเด็นผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกันและยังสามารถพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมให้มีสิ่งใหม่เพิ่มขึ้นมาได้อีกตามที่กลุ่มลูกค้าและตามตลาดมีความต้องการได้อีกด้วย (๒) ด้านเครื่องเงินของอำเภอเขวาสินรินทร์ เมื่อ วันที่ ๒๒ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๑ เวลา ๑๘.๐๐ น. ที่สนามหน้าที่ว่าการอำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ นางสุทิศา คงเถลิงศิริวัฒนา นายอำเภอเขวาสินรินทร์ เป็นประธานเปิดเทศกาลชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีอำเภอเขวาสินรินทร์ มีข้อความตอนหนึ่งสรุปได้ว่า อำเภอเขวาสินรินทร์ ๗ หมู่บ้าน ประกอบไปด้วย บ้านโชค หมู่ ๓ ตำบลเขวาสินรินทร์ บ้านตากูก หมู่ ๓ ตำบลตากูก บ้านกันตรง หมู่ ๘ ตำบลบึง บ้านพระปืด หมู่ ๒ ตำบลบ้านแร่ บ้านสามโค หมู่ ๖ ตำบลปราสาททอง บ้านนาตัง หมู่ ๘ ตำบลเขวาสินรินทร์ และบ้านเขวาสินรินทร์ หมู่ ๒ ตำบลเขวาสินรินทร์ โดยอำเภอเขวาสินรินทร์ ได้จัดให้มีเทศกาลชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ขึ้น ระหว่างวันที่ ๒๒ – ๒๔ ตุลาคม ๒๕๖๑ โดยมีกิจกรรม ประกอบไปด้วย การจัดแสดงผลงานของชุมชนท่องเที่ยว

---

[๑๔] นางสุภาพ อุตส่าห์ดี, บ้านเลขที่ ๒๓ หมู่ ๓ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์, **สัมภาษณ์,** ๒๒ สิงหาคม ๒๕๖๒.

[๑๕] อัมพร ทองเชิด, บ้านเลขที่ ๒๓ หมู่ ๒ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์, **สัมภาษณ์,** ๒๒ สิงหาคม ๒๕๖๒.

OTOP นวัตวิถี ๗ ชุมชน พร้อมกิจกรรมท่องเที่ยว จุดท่องเที่ยว การจำหน่ายสินค้าที่ระลึก การจำหน่ายผลิตผลของครัวเรือนสัมมาชีพ การจำหน่ายสินค้า OTOP การแสดงศิลปะดนตรีของชุมชนท่องเที่ยว ส่งผลให้งานมีความหลากหลายน่าสนใจ เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาชมและเลือกซื้อสินค้าของชุมชน[๑๖]

ปัจจุบันแม้ว่าการผลิตเครื่องเงินเขวาสินรินทร์จะมีอุปสรรคอยู่หลายประการ อาทิ จำนวนช่างฝีมือที่มีอยู่อย่างจากัด และต้นทุนของสินค้าที่เพิ่มขึ้นอันเนื่องมาจากวัตถุดิบเงินที่สั่งซื้อมาจากซัพพลายเออร์ในกรุงเทพฯ มีราคาสูงขึ้นตามราคาทอง แต่ด้วยใจรักในภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ไม่ต้องการให้สูญหายไป ชาวเขวาสินรินทร์จึงยังคงผลิตและพัฒนาเครื่องประดับจากภูมิปัญญาของพวกเขาต่อไปอย่างไม่หยุดนิ่ง โดยได้มีความพยายามที่จะคิดสร้างสรรค์ผลงานรูปแบบใหม่ ๆ และลวดลายที่แปลกใหม่ขึ้นมาให้ตรงกับตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด อาทิ การเพิ่มความหลากหลายของชนิดสินค้า และปรับรูปแบบสินค้าให้มีความแปลกใหม่ดึงดูดลูกค้าได้มากขึ้น อาทิ การเพิ่มสีสันให้ลูกประเกือมโดยการร้อยสลับกับวัสดุชนิดอื่น ทั้งไข่มุก หินหรือลูกปัด แต่ถึงกระนั้น การสร้างสรรค์ผลงานยังคงรักษาเอกลักษณ์ดั้งเดิมเอาไว้อย่างเหมาะสม เพื่อมิให้เสียคุณค่าทางวัฒนธรรมไป จากเรื่องราวตรงนี้ทำให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผลิตขึ้นสามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน จึงทำให้สามารถสร้างสรรค์ เชื่อมโยงการท่องเที่ยวและบริการเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจและความเข้มแข็งขอชุมชนให้มีความมั่นคงยั่งยืน เป็นต้น

๕) ประเด็นมีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ สาระสำคัญสรุปได้ดังนี้ (๑) ด้านผ้าไหมของอำเภอเขวาสินรินทร์ สำหรับการจำหน่ายผ้าไหมได้มีการรวมกลุ่มกันไปขายในตัวเมืองในราคาผืนละ ๒,๕๐๐ บาท (มีทั้งหมด ๔ เมตร) ถ้าไม่ได้ไปขายเองบางเวลาก็มีลูกค้าเข้ามารับซื้อกับกลุ่มถึงที่นี่ ผ้าที่ทอส่วนมากเป็นผ้ามัดหมี่ ได้แก่ ลายโกนกะแอก (ลายลุกนก) ลายตันเลบ๊อต ลายโคมเจ็ด ลายกระแซ มูยโคมเจ็ด ลายดอกมะเขือ ลายระเบอะ เป็นผ้าเก่าแก่ทอประกวดได้ที่ ๑ ปี ๒๕๒๔ ได้เงินรางวัล ๓๐,๐๐๐ บาท ลายยกดอกลูกแก้ว ลายยกดอกลูกแก้วโกนกะแอก ลายโซ่ เป็นผ้าของสุรินทร์แต่ไปเห็นเขาโชว์ที่ประเทศฟิลิปปินส์ ลายลูกอ๊อด ลายราช ลายราชวัตร ลายเกล็ดเต่า ลายปะกาออม อันปรม ลายโฮล ผ้าอันลูยซีม และลายสร้างสรรค์ ชุดอนุรักษ์สัตว์ ธรรมชาติ ประกอบด้วยสิงโต ต้นไม้ ดอกไม้ นกคู่ ผีเสื้อ เป็นต้น[๑๗] แต่ก่อนทอผ้าเป็นเพราะแม่พาทำตั้งแต่สมัยเรียนมัธยมต้น อายุประมาณ ๑๔ ปี และนำไปขายที่ตัวเมืองสุรินทร์ ส่งให้คนจีนหรือเจ๊ก มิ้งไหมไทย สุรินทร์ไหมไทย ส่งขายผืนละ ๖๐๐-๗๐๐ บาทเพราะตอนนั้นไหมราคาถูก ผ้าที่ส่งไปขายเป็นผ้าโบราณ ได้แก่ ผ้าลายอันปรม ผ้าลายสาคู ผ้าลายโฮล ผ้าลายสัตว์ต่าง ๆ เช่น ผ้าลายไก่ ผ้าลายนก พอระยะหลังผันตัวเองมาเป็นคนค้าขายเสียเอง และเคยทอผ้าส่งประกวดที่ตำหนักภูพาน ได้รับรางวัลที่ ๒ และที่ ๓ ตอนนั้น สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เสด็จไปช่วยเหลือราษฎรที่ตำหนักภูพานราชนิเวศน์ ผ้าที่ส่งไปประกวดเป็นผ้าลายสร้างสรรค์ลายโบราณ ผ้าไหมพื้นเรียบ ผ้าสี ลายผ้าประยุกต์ ลายพัฒนามีลายประดิษฐ์ มีรูปนก สิงโต ช้าง ผีเสื้อ

---

[๑๖] นางสุทิศา คงเถลิงศิริวัฒนา, นายอำเภอเขวาสินรินทร์, **คำกล่าวเปิดเทศกาลชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีอำเภอเขวาสินรินทร์**, วันที่ ๒๒ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๑.

[๑๗] นางเอือม แยบดี, บ้านเลขที่ ๑๔ หมู่ ๑ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์**, สัมภาษณ์,** ๒๑ สิงหาคม ๒๕๖๒**.**

ต้นไม้ ดอกไม้ ลายโบราณ เช่น ผ้าลายอันปรม ผ้าลายโฮล ผ้าลายเกร็ดเต่า ผ้าลายลำเบอะ (ระเบอะ) เป็นต้น ที่กล่าวมาเป็นช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชน ปัจจุบันมีบุคคลหลายฝ่ายได้นำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปเปิดช่องทางการตลาดในเครือข่ายอนไลน์ด้วย ทำให้เป็นที่รู้จักของลูกค้าและนักท่องเที่ยวต่างแวะเวียนเข้ามาเยี่ยมชมและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผลิตขึ้นอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ (๒) ด้านเครื่องเงินของอำเภอเขวาสินรินทร์ เมื่อ วันที่ ๒๒ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๑ เวลา ๑๘.๐๐ น. ที่สนามหน้าที่ว่าการ อำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ นางสุทิศา คงเถลิงศิริวัฒนา นายอำเภอเขวาสินรินทร์ เป็นประธานเปิดเทศกาลชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีอำเภอเขวาสินรินทร์ มีข้อความตอนหนึ่งสรุปได้ว่า แนวคิดพัฒนา OTOP รูปแบบใหม่ จากเดิมที่เน้นผลักดันสินค้าไปขายนอกชุมชนโดยหน่วยงานภาครัฐ จึงได้นำแนวคิด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP จากการดึงเสน่ห์ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีวัฒนธรรม เพื่อให้ผู้มาเยือน มาท่องเที่ยวในชุมชน และเป็นการกระจายสินค้าเพื่อให้เกิดรายได้ มีอาชีพเสริม ที่สำคัญ จะส่งผลทำให้เกิดความอบอุ่นในครอบครัว ลดการไปจำหน่ายสินค้านอกชุมชน ดังนั้น การดำเนินงานตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เป็นการผสมผสานแนวความคิดสร้างสรรค์ เชื่อมโยงการท่องเที่ยวและบริการเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจและความเข้มแข็งขอชุมชนให้มีความมั่นคงยั่งยืน[๑๘] เป็นต้น

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ จากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ สรุปได้ ๕ ประเด็น ได้แก่ ๑) ประเด็นมีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ คือ ด้านผ้าไหมมีความเป็นมายาวนาน รูปแบบลวดลายสีสันงดงามแปลกตา ประณีตและรักษาเทคนิคการทอแบบโบราณไว้ได้ ด้านเครื่องเงินโบราณ ที่มีเอกลักษณ์สวยงามวิจิตรเฉพาะถิ่น ๒) ประเด็นมีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ คือ ด้านผ้าไหมผลิตได้เป็นที่ต้องตาต้องใจของลูกค้า เช่น ผ้าลายยกทอง ผ้าลายหางกระรอก ผ้าลายร่างแห ผ้าลายโกนกะแอก (ลูกกา) ผ้าลายลูกแก้ว เป็นต้น ด้านเครื่องเงินมีการจัดไว้ในตู้กระจก วางแสดงบนโตะแสดงสินค้า ห้อยตามราวแสดงสินค้า ทำให้เป็นที่ดึงดูดใจตั้งแต่มองเห็น ๓) ประเด็นมีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน คือ ด้านผ้าไหมมีการคัดสรรผ้าไหมเป็นสินค้า OTOP ในระดับ ๕ ดาว ด้านเครื่องเงินของลุงป่วน เจียวทอง ปราชญ์ชาวบ้านสาขาศิลปหัตถกรรมและสิ่งทอเครื่องประดับเงินโบราณ ได้รับการเชิดชูเกียรติให้เป็นครูภูมิปัญญาไทยรุ่นที่ ๖ จากสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา เมื่อวันที่ ๓ กันยายน ๒๕๕๒ ได้รับคัดเลือกจากสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษาให้เป็นครูภูมิปัญญาไทย ด้านอุตสาหกรรมและหัตถกรรม (การทำเครื่องเงินลายโบราณ) ประจาปี ๒๕๕๒ **เป็นต้น** ๔) ประเด็นผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน คือ ด้านผ้าไหมสามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกันและสามารถพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมให้มีสิ่งใหม่เพิ่มขึ้นมาได้อีกตามที่กลุ่มลูกค้าและลาดต้องการ **ด้านเครื่องเงิน**สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายน่าสนใจ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาชมและเลือกซื้อสินค้า **๕)**ประเด็นมีช่องทางตลาด คือ ด้านผ้าไหมมีการรวมกลุ่มกันไปขายในตัวเมืองในราคาผืนละ ๒,๕๐๐ ถ้าไม่ได้ไปขายเองก็มีลูกค้าเข้ามารับซื้อกับ

---

[๑๘] นางสุทิศา คงเถลิงศิริวัฒนา, นายอำเภอเขวาสินรินทร์, **คำกล่าวเปิดเทศกาลชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีอำเภอเขวาสินรินทร์**, วันที่ ๒๒ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๑.

กลุ่ม สมัยผลิตเริ่มแรกเคยนำไปขายที่ตัวเมืองสุรินทร์ ส่งให้คนจีนมิ้งไหมไทยหรือสุรินทร์ไหมไทย ส่งขายผืนละ ๖๐๐-๗๐๐ บาท เพราะตอนนั้นไหมราคาถูก ระยะหลังคนในชุมชนได้ผันตัวเองมาเป็นคนค้าขายเอง ปัจจุบันมีบุคคลหลายฝ่ายได้นำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปเปิดช่องทางการตลาดในเครือข่ายอนไลน์ด้วย ทำให้เป็นที่รู้จักของลูกค้าและนักท่องเที่ยวต่างแวะเวียนเข้ามาเยี่ยมชมและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผลิตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้านเครื่องเงิน ปัจจุบันมีแนวคิดลดการไปจำหน่ายสินค้านอกชุมชน หันมาสนใจการดำเนินงานตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เป็นการผสมผสานแนวความคิดสร้างสรรค์ เชื่อมโยงการท่องเที่ยวและบริการเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจและความเข้มแข็งขอชุมชนให้มีความมั่นคงยั่งยืน **เป็นต้น**

### ๔.๒.๓ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์

การวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ในแต่ละหัวข้อได้มาจากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ ซึ่งจะได้ทำการวิเคราะห์ดังนี้

๔.๒.๒.๑ ข้อมูลจากแบบบันทึกเอกสารและแบบสัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการ ได้แบ่งการบันทึกและสัมภาษณ์ออกเป็น ๕ ประเด็น คือ ๑) ที่มาของแนวคิดอัตลักษณ์ ๒) ความหมายอัตลักษณ์ ๓) หลักการสำคัญของอัตลักษณ์ ๔) ประเภทอัตลักษณ์ และ ๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดอัตลักษณ์ ซึ่งข้อมูลส่วนนี้ได้วิเคราะห์และนำเสนอไว้แล้วในหัวข้อที่ว่าด้วยอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

๔.๒.๒.๒ ข้อมูลจากแบบบันทึกการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว มีการสัมภาษณ์ใน ๖ ประเด็น คือ ๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ ๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ ๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แต่ละประเด็นมีดังต่อไปนี้

๑) สัมภาษณ์ประเด็นมีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์น่าสนใจ เมื่อสัมภาษณ์ว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ที่ท่านนำเสนอให้นักท่องเที่ยวที่นี่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว โดยนำเสนอเรื่องราวที่สร้างสรรค์และน่าสนใจอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุป คือ นักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนชุมชนหมู่บ้านปราสาทขอมส่วนใหญ่ต้องการมาเที่ยวชมปราสาท เช่น ปราสาทภูมิโปน ถือว่าเป็นปราสาทขอมโบราณมีอายุเก่าแก่มากที่สุดในประเทศไทย ที่นี่มีพิพิธภัณฑ์ศูนย์เรียนรู้ความเป็นมาของชุมชน มีหลักฐานทางโบราณคดีต่าง ๆ เช่น ปราสาทภูมิโปน ประติมากรรมโคนนทิ พาหนะของพระศิวะ สระน้ำโบราณสองชั้น บารายขนาดใหญ่มีเนื้อที่ จำนวน ๑๕๗ ไร่ มีคันคูโบราณอยู่ด้านทิศตะวันตกหมู่บ้าน[๑๙] นอกจากนี้คนในชุมชนยังมีความเชื่อว่าบริเวณ

---

[๑๙] นายทศ แม่นผล, สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลดม, หมู่ ๕ ตำบลดม อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๙ มิถุนายน ๒๕๖๓.

ใกล้ปราสาทภูมิโปนมีความศักดิ์สิทธิ์มาก ใครเข้ามาปลูกบ้านเรือนบริเวณนี้จะเกิดการเจ็บป่วย มักเห็นอะไรแปลก ๆ เสมอ จึงไม่มีใครบุกรุกที่สาธารณะบริเวณใกล้ปราสาทแห่งนี้ มีประเพณีเรือมมะมวดรักษาคนป่วย การทำบุญสระตาหรือสระน้ำสองชั้นเพื่อบูชาศาลปู่ตา ในเดือน เมษายน ของแต่ละปี[๒๐] เมื่อสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในหมู่บ้านท่องเที่ยวปราสาทขอมในกลุ่มปราสาทตาเมือน อำเภอพนมดงรัก ในประเด็นนี้ก็ได้ข้อสรุปอย่างเดียวกันคือหากถามว่าอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่นแห่งนี้คืออะไร คำตอบที่ได้คือกลุ่มปราสาทตาเมือนและปราสาทตาควาย[๒๑] ถามต่ออีกว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาในอำเภอพนมดงรักษ์สิ่งแรกที่อยากไปเที่ยวชมมากที่สุดคืออะไร คำตอบที่ได้คือนักท่องเที่ยวต้องการเที่ยวดูอันดับหนึ่งคือกลุ่มปราสาทตาเมือนและอันดับสองคือปราสาทตาควาย[๒๒] เมื่อถามว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวแต่ละปีมาจากที่ใดกลุ่มไหนบ้าง คำตอบคือในเวลาเหตุการณ์บ้านเมืองปกติดี ไม่มีสงคราม ได้มีนักท่องเที่ยวมากจากหลายแห่งทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ[๒๓]

๒) ประเด็นมีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ได้ข้อสรุปรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุชนในหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ดังนี้ ๑) ด้านตัวปราสาทขอมโบราณ หลายแห่งมีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ ก่อเกิดวัฒนธรรมประเพณีและความเชื่อที่มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่นยาวนาน โดยเฉพาะปราสาทศีขรภูมิมีความงดงามเป็นอัตลักษณ์ที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัวดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมได้ตลอดทั้งปี ๒) ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปได้แก่ กาละแมศีขรภูมิ มีอยู่หลายเจ้า เช่น กาละแมสด ร้านเตียชุ่นเฮง ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ระดับ ๕ ดาว ประเภทอาหาร จากนายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรี ประธานกรรมการอำนวยการ หนึ่งตามบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. ๒๕๖๒ และ กาละแมศีขรภูมิตราปราสาทเดียว ที่มีลักษณะพิเศษคือ เหนียว นุ่ม หอม มัน เป็นต้น ๓) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพกาละแมที่ผลิตขึ้นในกลุ่มปราสาทศีขรภูมิและส่งขายไปตามแหล่งต่าง ๆ ในจังหวัดสุรินทร์ ได้มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม มีคุณภาพ เป็นที่ดึงดูดใจกับผู้พบเห็น เป็นต้น

๓) ประเด็นมีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ได้ข้อสรุป คือ ผลิตภัณฑ์ชุมชนหมู่บ้านท่องเที่ยวปราสาทศีขรภูมิ กาละแมสด ร้านเตียชุ่นเฮง เลขที่ ๔๑/๒ หมู่ ๒ ซอย๒ ถนนเทพนิมิต ตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ระดับ ๕ ดาว ประเภทอาหาร จากนายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรี ประธานกรรมการอำนวยการ หนึ่งตามบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. ๒๕๖๒ (OTOP Product Champion) เมื่อวันที่ ๒๕ มิถุนายน พ.ศ.๒๕๖๒ แสดงให้เห็น

---

[๒๐] นายพงษ์รัตน์ ปัดภัย,ผู้ใหญ่บ้าน, หมู่ ๕ ตำบลดม อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๙ มิถุนายน ๒๕๖๓.

[๒๑] นางสาวยศยา ใจเย็น, ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านพนมดิน, หมู่ ๔ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๙ มิถุนายน ๒๕๖๓.

[๒๒] นายอนันต์ แขขุนทด, ผู้ใหญ่บ้าน, หมู่ ๔ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๙ มิถุนายน ๒๕๖๓.

[๒๓] นายสยาม แสนแก้ว, ผู้ใหญ่บ้าน, หมู่ ๕ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๙ มิถุนายน ๒๕๖๓.

ถึงผลิตภัณฑ์ชุมชนในหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมได้มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐานมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับจนได้รับรางวัลในระดับชาติ เป็นต้น

๔) ประเด็นผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ได้ข้อสรุป คือ ๑) ด้านปราสาทมิใช่ผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตซ้ำได้ การพัฒนาคือการดูแลรักษาให้คงอยู่มิให้ถูกทำลาย บูรณปฏิสังขรณ์ในส่วนที่เกิดการแตกหักผุพังไปตามกาลเวลาและอนุรักษ์สืบสานคุณค่าปราสาทขอมที่มีต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนในคงอยู่อย่างยั่งยืน ๒) ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่นที่มิใช่ตัวปราสาท เช่น กาละแมศีขรภูมิ ผ้าไหม เสื่อกก พรมเช็ดเท้า รองเท้าหนัง และอาหารท้องถิ่น เป็นต้น ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน

๕) ประเด็นมีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ ได้ข้อสรุป มีช่องทางการตลาดหลากหลาย เช่น การนำเสนอโดยใช้สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ในหนังสือของดีวิถีสุรินทร์ ในหัวข้อ อำเภอศีขรภูมิ รวมทั้งมีการนำเสนอในสื่อออนไลน์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และการออกร้านจัดนิทัศการในงานสำคัญต่าง ๆ ที่ทางราชการเชิญมา เช่น งานแสดงช้างประจำปีของจังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น และมีช่องทางที่สามารถเข้าถึงสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ได้ง่ายอีก คือ เมื่อเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนหมู่บ้านปราสาทขอมศีขรภูมิจะพบว่ามีร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นกาละแมจำนวนมากจัดจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว เหล่านี้ล้วนเป็นช่องทางการตลาดเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ของชุมชนสู่ช่องทางการตลาดทั้งสิ้น เป็นต้น

๖) ประเด็นมีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว ได้ข้อสรุป คือ เมนูอาหารที่มีความโดดเด่นในหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม คือ เมนูอาหารทั่วไปที่โดดเด่น คือ ถ้าเป็นชุมชนลาวเป็นแกงไก่บ้านใส่หยวกกล้วยแต่ถ้าเป็นชุมชนเขมรเป็นแกงไก่บ้านใส่ลูกกล้วยดิบ แกงขี้เหล็กใส่มะเขือพวง ตำมะเขือพวง ไก่ย่างสมุนไพร ไส้กรอกวุ้นเส้นสมุนไพร หมูเส้น สาคูไส้หมู ไข่เค็มสมุนไพร ซุปหน่อไม้ แกงเห็ด[๒๔] และที่ชุมชนปราสาทภูมิเป็นแกงไก่บ้านใส่แตงโมสุก[๒๕] เมนูอาหารประเภทของหวานที่โดดเด่น ในหมู่บ้านท่องเที่ยวปราสาทศีขรภูมิ คือ กาละแมศีขรภูมิ เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์ชุมชุนของฝากขึ้นชื่อในจังหวัดสุรินทร์ ถ้ามาจังหวัดสุรินทร์และเที่ยวปราสาทช่างปี่ ปราสาทศีขรภูมินักท่องเที่ยวต้องแวะซื้อกาละแมศีขรภูมิติดมือไปเป็นของฝากเสมอ มีขายอยู่หลายเจ้าในตลาดศีขรภูมิ เช่น กาละแมตราปราสาทเดียวเจ้านี้ได้รับรางวัลการันตีมากมาย ออกทีวีมาแล้วหลายช่อง นอกจากนี้ยังมีอาหารหวานอื่นอีก เช่น ขนมฝักบัว ขนมนางเล็ด มะยมเชื่อม กล้วยมัน เผือก ฟักทอง กล้วยฉาบ ขนมข้าวเขิบ ขนมเปียกปูน เป็นต้น

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ จากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ สรุปได้ ๖ ประเด็น ได้แก่ ๑) ประเด็นมีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวนำเสนอเรื่องราวสร้างสรรค์และน่าสนใจ คือ ปราสาทขอมโบราณ และโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ที่เป็นอารยธรรมขอมโบราณ ตลอดทั้งประเพณี ความเชื่อที่มีต่อปราสาทขอมที่เป็นอารยธรรมขอมโบราณเหล่านั้น ๒) ประเด็นมีรูปแบบ

---

[๒๔] นางสาวสุนันต์ แสนแก้ว, ภรรยาผู้ใหญ่บ้าน, หมู่ ๕ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๙ มิถุนายน ๒๕๖๓.

[๒๕] นายทศ แม่นผล, สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลดม, หมู่ ๕ ตำบลดม อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๙ มิถุนายน ๒๕๖๓.

ผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ คือ ปราสาทขอมโบราณ และโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ที่เป็นอารยธรรมขอมโบราณ กาละแมศีขรภูมิ ไหม เสื่อกก เป็นต้น ๓) ประด็น มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน คือ กาละแมสด ร้านเตียชุ่นเฮง ตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น ๔) ประเด็นผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน คือ กาละแมศีขรภูมิ ผ้าไหม เสื่อกก พรมเช็ดเท้า รองเท้าหนัง และอาหารท้องถิ่น เป็นต้น ๕) ประเด็นมีช่องทางตลาด คือ มีการนำเสนอหลากหลายทั้ง สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ การออกร้าน และสื่อออนไลน์ ๖) ประเด็นมีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว คือ เมนูอาหารทั่วไปที่โดดเด่น แกงไก่บ้านใส่หยวกกล้วยหรือลูกกล้วยดิบหรือแตงโมสุก เมนูอาหารประเภทของหวานที่โดดเด่น คือ กาละแมศีขรภูมิ ลองลงมาคือขนมฝักบัว ขนมนางเล็ด และกล้วยฉาบ เป็นต้น

**ภาพที่** ๔.๗ ผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์

### ๔.๒.๔ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

การวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ในแต่ละหัวข้อได้มาจากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ ซึ่งจะได้ทำการวิเคราะห์ดังนี้

๔.๒.๔.๑ ข้อมูลจากแบบบันทึกเอกสารและแบบสัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการ ได้แบ่งการบันทึกและสัมภาษณ์ออกเป็น ๕ ประเด็น คือ ๑) ที่มาของแนวคิดอัตลักษณ์ ๒) ความหมายอัตลักษณ์ ๓) หลักการสำคัญของอัตลักษณ์ ๔) ประเภทอัตลักษณ์ และ ๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดอัตลักษณ์ ซึ่งข้อมูลส่วนนี้ได้วิเคราะห์และนำเสนอไว้แล้วในหัวข้อที่ว่าด้วยอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

๔.๒.๔.๒ ข้อมูลจากแบบบันทึกการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว มีการสัมภาษณ์ใน ๖ ประเด็น คือ ๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ ๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ๕) มีช่องทาง

ตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ ๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แต่ละประเด็นมีดังต่อไปนี้

๑) สัมภาษณ์ประเด็นมีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์น่าสนใจ เมื่อสัมภาษณ์ว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ที่ท่านนำเสนอให้นักท่องเที่ยวที่นี่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว โดยนำเสนอเรื่องราวที่สร้างสรรค์และน่าสนใจอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

(๑) บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์ มีทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ซึ่งเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์น่าสนใจดังนี้ เช่น ๑) ภาษากูยและวิถีชีวิตของชุมชนชากูย มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว คือ ชุมชนชาวกูยจะมีการแบ่งออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ กูยนา(กลุ่มมีวิถีชีวิตอยู่กับนา) และ กูยอาเจียง(กลุ่มมีวิถีชีวิตอยู่กับช้าง) สำหรับชุมชนกูยนาจะมีศูนย์กลางกระจายอยู่อาณาบริเวณอำเภอศีขรภูมิและอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ส่วนสำหรับกูยอาเจียงจะมีศูนย์กลางกระจายอยู่ในหมูบ้านต่าง ๆ ของ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ดังนั้นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนแห่งนี้จึงเป็นภาษากูยและวิถีชีวิตของชุมชนชากูย ๒) ศูนย์คชศึกษา เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตความ เป็นอยู่ระหว่างคนกับช้างที่มีความผูกพันกันตั้งแต่เกิดจนตาย เป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนมีเพียงแห่งเดียวในโลก ๓) พิพิธภัณฑ์ช้าง เป็นสถานที่แสดงเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับช้าง อาทิ วิวัฒนาการของช้างในยุคต่าง ๆ เครื่องมือในการคล้องช้าง เป็นต้น ๔) คชอาณาจักร เป็นโครงการภายใต้องค์การสวน สัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์มีวัตถุประสงค์เพื่อนำช้างคืนถิ่น ซึ่งจัดสร้างขึ้นภายในวัดป่าอาเจียง ๕) สุสานช้าง เป็นสถานที่เก็บรวบรวมกระดูกหรือ ประวัติของช้างแต่ละเชือก ตลอดทั้งข้อมูลของช้าง เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้สืบค้นข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นคนกับช้างที่มีเพียงหนึ่งเดียวประจำจังหวัดสุรินทร์ และประเทศไทย และแห่งเดียวในโลก ๖) วังทะลุ เป็นบริเวณที่แม่น้ำชีและแม่น้ำมูลไหลมา บรรจบกันที่บ้านตากลาง ตำบลกระโพ ก่อนไหลลงสู่แม่น้ำโขง ที่จังหวัดอุบลราชธานี เป็นที่อาบน้ำของช้าง มีดอนอยู่ในวังทะลุชาวชุมชนเรียกว่าดอนบวช มีทัศนียภาพที่งดงามซึ่งหาชมได้ยาก โดยสรุปทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวนำเสนอเรื่องราวสร้างสรรค์และน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวที่นี่ก็คือช้าง ส่วนผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลิตที่เกิดจากช้างเป็นสิ่งที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวรองลงมา

(๒) บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ มีทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ซึ่งเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์น่าสนใจดังนี้ เช่น วัดตะเคียน ภายในวัดมีไม้ตะเคียนโบราณ และมีพระองค์ใหญ่ประดิษฐานอยู่กลางแจ้งให้คนในชุมชนสักการบูชา ฐานเรียนรู้เปลี่ยนผ้าสีวิถีกูย เป็นการย้อมผ้าไหมด้วยสีจากลูกมะเกลือ ฐานเรียนรู้การเลี้ยงน้อง (เลี้ยงไหม) ฐานเรียนรู้การทำอาหารพื้นถิ่น ฐานเรียนรู้บั้งไฟโบราณ ฐานเรียนรู้การแซวผ้าไหม (การปักผ้า) ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยกูย ฐานเรียนรู้พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านชาวกูย เป็นสะถานที่จัดแสดงสิ่งของเครื่องใช้เครื่องแต่งกายของชาวกูย ฐานเรียนรู้เจดีย์ไม้โบราณและเซ่นปู่ตา ซึ่งเจดีย์ไม้โบราณมีอายุกว่า ๒๐๐ ปี สมัยโบราณมีบรรพบุรุษเสียชีวิต ก็จะนำเอาอัฐิมาบรรจุไว้ในเจดีย์ไม้แห่งนี้ ฐานเรียนรู้การรำแกลมอหรือแกลออ ฐานการเรียนรู้การทำบายศรีสู่ขวัญจากใบตอง ฟาร์มจระเข้ ฐานเรียนรู้เกษตรยุคใหม่ตามศาสตร์พระราชา ฐานเรียนรู้การทำขนมไทย ขนมเทียนใบตดหมา ขนมขี้หนู ขนมแป๊ะกลี้ ลอดช่องใบเตย

ผู้ให้สัมภาษณ์ได้แนะนำให้สืบค้นข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวที่ร้านค้าประชารัฐ บ้านตะเคียน ซึ่งในที่นี่ผู้สัมภาษณ์ได้พบการนำเสนอเรื่องราวที่สร้างสรรค์และน่าสนใจโดยมีการนำเสนอไว้ในบรรจุภัณฑ์ของชุมชน คือ มีการนำเสนอคำขวัญชุมไว้ว่า "ผลิตภัณฑ์เลื่องชื่อ ฝีมือชาวกูย" พร้อมทั้งมีการนำเสนอประวัติชาวกูยตำบลสำโรงทาบไว้ว่า ชุมชนชาวกูย(ชาวส่วย) เป็นชุมชนพื้นเมืองดั้งเดิมอาศัยอยู่ในตำบลสำโรงทาบ พูดภาษาท้องถิ่น คือ ภาษากูย มีภาษาพูดที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง มีความสามารถพิเศษและความเชี่ยวชาญในเรื่องของการทอผ้าไหม โดยเฉพาะผ้าไหมย้อมสีธรรมชาติ(มะเกลือ) มีประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต ที่เป็นเอกลักษณ์และบ่งบอกถึงความเป็นชาติพันธุ์ มีพิธีกรรมสำคัญที่เป็นความเชื่อ ได้แก่ แกลมอหรือแกลออ มีการดำเนินชีวิตที่น่าสนใจควรแก่การอนุรักษ์ไว้ จากข้อมูลทางประวัติศาสตร์ ชาวกูยคือผู้สร้างเมืองสุรินทร์ โดยพระยาสุรินทร์ภักดีศรีณรงค์จางวาง(เชียงปุม) เป็นผู้ก่อตั้งจังหวัดสุรินทร์ แม้ว่าปัจจุบันกระแสของการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์ จะทำให้วิถีชีวิตของชาวกูยได้เปลี่ยนแปลงไป แต่ชาวกูยก็ยังมีการดำเนินชีวิตและมีเอกลักษณ์ วัฒนธรรมดั้งเดิมไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก[๒๖] โดยสรุปทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวนำเสนอเรื่องราวสร้างสรรค์และน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวคือด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคลนั้นเอง

(๓) บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ มีทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ซึ่งเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจดังนี้ เช่น อ่างเก็บน้ำบ้านจรัส เก็บดอกบัวหลวง น้ำตกไตรคีรี วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ภายในวัดมีสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ซุ้มประตูทางเข้าวัดมีพระพุทธรูปปางสมาธิองค์ใหญ่ตรงกลาง มีงูขนาดใหญ่สองตัวพันรอบคานแผ่แม่เบี้ยอยู่ทางซ้ายและขวาของพระพุทธรูป มีพญานาคขนาดใหญ่ ตรงปากของพญานาคทำเป็นช่องทางให้นักท่องเที่ยวที่ชอบความตื่นเต้นเดินเข้าไปภายในตัวพญานาค ซึ่งมีไฟประดับสวยงามให้แสงสว่างมองเห็นทางเดินตลอดเส้นทาง เจดีย์ รอยพระพุทธบาทจำลอง พระพุทธรูปนาคปรก และพระพุทธรูปขนาดใหญ่อื่น ๆ อีกหลายองค์ รูปปั้นเจ้าแม่กวนอิมขนาดใหญ่ เจดีย์น้ำซับ รูปเหมือนพระสงฆ์สุปฏิบัติ มีหลวงปู่ดุลย์ อตุโล เป็นต้น มีวัตถุมงคล วางไว้ในตู้กระจกให้นักท่องเที่ยวได้เช่าบูชา พระพุทธรูปประจำวันเกิดมีไว้บริการให้นักท่องเที่ยวตักบาตรพระประจำวันเกิด[๒๗] นอกจากนี้ยังมีธรรมชาติรอบหมู่บ้าน ศูนย์การเรียนรู้การทำกล้วยฉาบ กลุ่มเครื่องจักสานไม้ไผ่และการถักกระเป๋าไหมพรหม โดยสรุปทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวนำเสนอเรื่องราวสร้างสรรค์น่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวที่นี่ก็คือวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร

---

[๒๖] นางสุรางค์ อยู่พะเนียด, ครูชำนาญการพิเศษ, โรงเรียนบ้านตะเคียนกูยวิทยา หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒.

[๒๗] พระสุรกาญจน์ สุทธิดี, พระติดตาม พระราชวิสุทธิมุนี (เยื้อน ขนฺติพโล), วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๕ มกราคม ๒๕๖๓.

**ภาพที่** ๔.๘ เอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ วัดป่าอาเจียง วัดตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๒) สัมภาษณ์ประเด็นมีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

(๑) บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ “ช้าง” มิได้มีรูปแบบผลิตภัณฑ์เหมือนสินค้าอื่นแต่เพราะว่าที่นี่เป็นหมู่บ้านช้างมีชื่อเสียงจึงเป็นรูปแบบของผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพอยู่ในตัวเอง เมื่อมีการประชาสัมพันธ์โดยใช้ช่องทางผ่านสื่อต่าง ๆ จึงทำให้คนทั่วไปเข้าใจได้ทันที สำหรับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอื่น ๆ เช่น ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง และฟันช้าง ประเภทเครื่องประดับหางช้าง ประเภทเครื่องมือควาญช้าง ประเภทของชำร่วย ประเภทเครื่องนุ่งห่ม เช่น เสื้อยืด ผ้าแพร หมอน ของใช้อื่น ๆ เป็นต้น ยังขาดรูปแบบของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลายซึ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ที่มีอยู่บ้างในในขณะนี้ก็คือกรอบรูปตะขอช้างไม้แก่นขามและชุดเครื่องประดับจากกระดูกสัตว์ซึ่งมีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่ง แต่มีการออกร้านในการนำเสนอสินค้า ผลิตภัณฑ์ชุมชนทำให้ลูกค้ามองเห็นได้ชัดเจน ลูกค้าสามารถเดินชมและเลือกซื้อได้สะดวก ผลิตภัณฑ์ของชุมชนหมู่บ้านช้างสามารถเป็นของฝากของที่ระลึกได้ เป็นต้น

(๒) บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ “ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล” มิได้มีรูปแบบผลิตภัณฑ์เหมือนสินค้าอื่นแต่เพราะว่าที่นี่เป็นหมู่บ้านที่มีวัฒนธรรมกวยหรือกูยซึ่งมีชื่อเสียงจึงเป็นรูปแบบของผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพอยู่ในตัวเอง เมื่อมีการประชาสัมพันธ์โดยใช้ช่องทางผ่านสื่อต่าง ๆ จึงทำให้คนทั่วไปเข้าใจได้ทันที สำหรับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอื่น ๆ เช่น ผ้าไหมลายลูกแก้วย้อมสีธรรมชาติสีดำจากผลมะเกลือ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของคนโบราณที่ทรงคุณค่ามาก เสื้อแซว หัวซิ่น ที่รองแก้วจากผ้าไหม กระเป๋าผ้าไหม ตีนซิ่นและแถบซิ่น ข้าวหอมมะลิอินทรีย์คุณภาพดี ข้าวเหนียวแปรรูปเป็นข้าวฮาง มีคุณสมบัติ คือ หอม นุ่ม อร่อย รสชาติไม่

เหมือนที่อื่น ๆ เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนแห่งนี้ที่มาตั้งแต่บรรพบุรุษดั้งเดิม ผักปลอดสารพิษวิถีของคนกูย สมุนไพรไล่ยุงตะไคร้หอม ผ้าคลุมไหล่ย้อมสีธรรมชาติและผ้าไหมพื้นเมือง สร้อยว่านเปราะหอม ตุ๊กตาชาวกูย เข็มกลัดติดหน้าอกและที่มัดผมจากผ้าไหม และมีศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยกูย สำหรับศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยกูยนี้เองเป็นการนำเสนอสินค้าของชุมชนออกสู่สายตาของนักท่องเที่ยว เพื่อการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจในสินค้าของชุนชนที่นำเสนอ ชุมชนจึงได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพและสวยงามขึ้นมา เช่น กล่องบรรจุภัณฑ์ที่ชื่อว่า “คองกูย ผลิตภัณฑ์เลื่องชื่อฝีมือชาวกูย หรือ KONGKUIW สำโรงทาบ เมืองราบลุ่ม ชุ่มชื้นผืนนากว้างใหญ่ ภาคภูมิใจผ้าไหมย้อมมะเกลือ งดงามเหลือรำแกลมอ” เป็นกล่องบรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบสวยงามพัฒนาขึ้นจากแนวคิดและการออกแบบของคนในชุมชนเอง เป็นต้น

(๓) บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ “วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร” มิได้มีรูปแบบผลิตภัณฑ์เหมือนสินค้าอื่นแต่เพราะว่าที่นี่เป็นหมู่บ้านที่มีวัฒนธรรมกวยหรือกูยซึ่งมีชื่อเสียงจึงเป็นรูปแบบของผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพอยู่ในตัวเอง เมื่อมีการประชาสัมพันธ์โดยใช้ช่องทางผ่านสื่อต่าง ๆ จึงทำให้คนทั่วไปเข้าใจได้ทันที สำหรับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอื่น ๆ เช่น กระเป๋าไหมพรหมถัก สบู่หอมสมุนไพร ลูกประคบ คือสิ่งเกิดจากภูมิปัญญาของคนในชุมชนที่ใช้สมุนไพรซึ่งมีในท้องถิ่นมาใช้ในการรักษาเพื่อช่วยให้การไหลเวียนของโลหิต ยาหม่อง พวงกุญแจ ผ้าไหม ผ้าฝ้ายทอมือ ข้าวหอมมะลิซ้อมมือ อาหารแปรรูป เช่น กล้วยฉาบ ปลาแดดเดียวเป็นต้น แต่ยังขาดบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้นโดยความคิดริเริ่มของคนในชุมชน

**ภาพที่** ๔.๙ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๓) สัมภาษณ์ประเด็นมีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐานอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

(๑) บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ “ช้าง” มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน

ในระดับประเทศ นานาชาติ หรือระดับโลก เพราะช้างหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดจากช้างของที่นี้ เช่น ชื่อของหมู่บ้านช้าง สุสานช้าง คชอาณาจักร และศูนย์คชศึกษาที่นี่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวตั้งแต่ระดับชาติ นานาชาติ จนถึงระดับโลก สำหรับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอื่น ๆ เช่น กรอบรูปตะขอช้างไม้แก่นขาม ของนายสายฟ้า ศาลางาม ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ ระดับสี่ดาว ประเภท ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ให้ไว้ ณ วันที่ ๑๕ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๒[๒๘] และ ชุดเครื่องประดับจากกระดูกสัตว์ ของนายสายฟ้า ศาลางาม ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ ระดับสามดาว ประเภท ผ้า เครื่องแต่งกาย หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ให้ไว้ ณ วันที่ ๑๕ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๒[๒๙] โดยได้รับใบประประกาศนียบัตร ซึ่งลงนามโดย นายฉัตรชัย พรหมเลิศ ปลัดกระทรวงมหาดไทย และ นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายยกรัฐมนตรี เมื่อ วันที่ ๑๕ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๒ เป็นต้น

(๒) บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ “ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล” มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐานในระดับจังหวัด เนื่องจากจังหวัดสุรินทร์มีชาติพันธุ์อยู่รวมกันสามกลุ่ม คือ เขมร กูย และลาว แต่ละกลุ่มได้มีวัฒนธรรมเป็นของตนเอง สำหรับวัฒนธรรมกูยที่มีความโดดเด่นในกลุ่มกูยนาเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปในจังหวัดสุรินทร์ก็คือด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นตะเคียนนี้เองซึ่งสามารถมีความพร้อมนำเข้าสู่การรับรองมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวในระดับจังหวัดได้ สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่น ๆ ของบ้านตะเคียนที่ความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐานได้มีอยู่อย่างน้อย จำนวน ๕ ชนิด คือ เสื้อแซว ผ้าสิ้นมัดหมี่ ตีนสิ้น ผ้าหางกระรอก กระเป๋า เป็นต้น ทางชุมได้พยายามพัฒนาชิ้นงานที่ได้กล่าวมานี้เพื่อให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ประเภท ผ้า เครื่องแต่งกาย และประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย เป็นต้น[๓๐]

(๓) บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ “วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร”มีความพร้อมสามารถเข้าสู่การรับรองมาตรฐานให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมในระดับจังหวัดหรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในระดับจังหวัดได้ เนื่องจากเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์มักจะไม่พลาดต้องเข้าไปเยี่ยมชมที่เขาศาลาแห่งนี้ เนื่องจากมีธรรมชาติ ศาสนสถาน และศาสนวัตถุที่ที่มีความสวยงามนั่นอง สำหรับ ทรัพยากรการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอื่นในหมู่บ้านท่องเที่ยวแห่งนี้ เช่น กระเป๋าไหมพรหมถัก สบู่หอมสมุนไพร ลูกประคบ คือ สิ่งเกิดจากภูมิปัญญาของคนในชุมชนที่ใช้สมุนไพรซึ่งมีในท้องถิ่นมาใช้ในการรักษาเพื่อช่วยให้การไหลเวียนของ

---

[๒๘] นายสายฟ้า ศาลางาม, **ใบประกาศนียบัตรกรอบรูปตะขอช้างไม้แก่นขาม**, บ้านเลขที่ ๖๖ หมู่ ๑๔ บ้านหนองบัว ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๒.

[๒๙] นายสายฟ้า ศาลางาม, **ใบประกาศนียบัตรชุดเครื่องประดับจากกระดูกสัตว์**, บ้านเลขที่ ๖๖ หมู่ ๑๔ บ้านหนองบัว ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๒.

[๓๐] นางสุรางค์ อยู่พะเนียด, ครูชำนาญการพิเศษ, โรงเรียนบ้านตะเคียนกูยวิทยา หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒.

โลหิต ยาหม่อง พวงกุญแจ ผ้าไหม ผ้าฝ้ายทอมือ ข้าวหอมมะลิซ้อมมือ อาหารแปรรูป เช่น กล้วยฉาบ ปลาแดดเดียว เป็นสิ่งที่มีอยู่ทั่วไปในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ จึงถือว่ามีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐานน้อย

**ภาพที่** ๔.๑๐ ความพร้อมเข้าสู่รับรองมาตรฐาน บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๔) สัมภาษณ์ประเด็นผลิตภัณฑ์สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน เมื่อสัมภาษณ์ว่าผลิตภัณฑ์สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกันอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

(๑) บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ “ช้าง” มิใช่ทรัพย์ยากรการท่องเที่ยวที่มีการผลิตซ้ำได้ตามที่ต้องการ ในการตกลูกของช้างแต่ละตัวแม่ช้างต้องใช้เวลานานสองปี สำหรับผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นผลผลิตที่เกิดจากช้างบางอย่างสามารถนำมาผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกันได้ เช่น ประเภทเครื่องประดับหางช้าง เป็นเครื่องรางของขลังที่นำหางของช้างมาเป็นส่วนประกอบ นิยมนำมาทำเครื่องประดับ เช่น แหวน และ กำไล เป็นต้น ประเภทเครื่องมือควาญช้าง เช่น ตะขอช้าง เป็นตะขอที่ควาญช้างใช้บังคับช้าง โดย ด้ามทำจากเถาวัลย์ขนาดใหญ่ที่หายาก มีดควาญช้าง มีปลายแหลม มีด้ามมีและฝักมีด มีการลงอักขระ และปลุกเสกให้มีความศักดิ์สิทธิ์ ประเภทของชำร่วย ของประดับตกแต่งรถและบ้าน เช่น ของระลึกตะขอช้าง ของระลึกพวงกุญแจตะขอช้าง ของที่ระลึกตุ๊กตาช้าง พระพุทธรูปแกะจากกระดูกสัตว์ มีควาญช้าง เป็นต้น ประเภทเครื่องนุ่งห่ม เช่น เสื้อยืด ผ้าแพร หมอน ของใช้อื่น ๆ เป็นต้น แต่ผลิตภัณฑ์บางอย่างไม่สามารถนำมาผลิตซ้ำได้ในปริมาณใกล้เคียงกันได้ เช่น ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง และฟันช้าง นำมาแกะสลักและออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ด้วยความประณีต ละเอียดอ่อนช้อย เช่น การแกะสลักพระพุทธรูป แหวน กำไล สร้อยคอ เป็นต้น เนื่องปัจจุบันมีกฎหมายว่าด้วยการค้าระหว่างประเทศซึ่งมีข้อห้ามเกี่ยวกับการค้าชนิดสัตว์ป่าและพืชป่าที่ใกล้สูญพันธ์ (CITES) ซึ่งการค้างาช้างก็ได้จัดอยู่ในกฎหมายนี้ด้วย ดังนั้นผลิตภัณฑ์ซึ่งมีวัตถุดิบเป็นงาช้างจึงไม่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณเท่าเดิมเนื่องจากขาดแคลนวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตและหายากขึ้นเรื่อย ๆ ในปัจจุบันแม้แต่ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกระดูกช้างและฟันช้างก็เริ่มขาดแคลนและ

หายากขึ้นเรื่อย ๆ เหมือนกัน ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากงาช้าง กระดูกช้าง และฟันช้าง จึงไม่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณเท่าเดิม เพราะมีข้อจำกัดในด้านการขาดแคลนแหล่งวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตดังที่ได้กล่าวมาแล้ว เป็นต้น

(๒) บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นผลิตซ้ำไม่ได้ แต่สามารถเสริมสิ่งใหม่เข้ามาเป็นการผสมผสานระหว่างของใหม่และของเก่าซึ่งมีมาแต่เดิม เพื่อให้เกิดความดึงดูดความสนใจกับผู้คนสมัยปัจจุบันเป็นสิ่งที่สามารถทำได้ แต่สำหรับชุมชุนท่องเที่ยวบ้านตะเคียนแห่งนี้มีผลิภัณฑ์หลายอย่างที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน เช่น ศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคลประเภทพระเครื่อง ผ้าไหมลายลูกแก้วย้อมสีธรรมชาติสีดำจากผลมะเกลือ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของคนโบราณที่ทรงคุณค่ามาก เสื้อแซว หัวซิ่น ที่รองแก้วจากผ้าไหม กระเป๋าผ้าไหม ตีนซิ่นและแถบซิ่น ข้าวหอมมะลิอินทรีย์คุณภาพดี ข้าวเหนียวแปรรูปเป็นข้าวฮาง มีคุณสมบัติ คือ หอม นุ่ม อร่อย รสชาติไม่เหมือนที่อื่น ผักปลอดสารพิษวิถีของคนกูย สมุนไพรไล่ยุงตะไคร้หอม ผ้าคลุมไหล่ย้อมสีธรรมชาติและผ้าไหมพื้นเมือง สร้อยว่านเปราะหอม ตุ๊กตาชาวกูย เข็มกลัดติดหน้าอกและที่มัดผมจากผ้าไหม เป็นต้น เนื่องจากมีแหล่งวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตหาได้จากชุมชน กระบวนการผลิตและแรงงานที่ใช้ในการผลิตสามารถพัฒนาขึ้นได้จากคนที่มีอยู่ในชุนชนเช่นกัน ด้วยมีปัจจัยสนับสนุนดังกล่าวจึงทำให้ผลิตภัณฑ์หลายอย่างสามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน เป็นต้น

(๓) บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ผลิตซ้ำไม่ได้แต่สามารถเสริมสิ่งใหม่เข้ามาเพื่อให้เกิดความดึงดูดความสนใจให้กับผู้คนที่เข้ามาเยี่ยมเยียนเป็นสิ่งที่สามารถทำได้ เช่น วัตถุมงคลประเภทสร้างติดไว้กับศาสนสถาน เช่น ซุ้มประตูทางเข้าวัด ด้านบนของซุ้มประตูมีพระพุทธรูปปางสมาธิองค์ใหญ่ตรงกลาง มีงูขนาดใหญ่สองตัวพันรอบคานแผ่แม่เบี้ยอยู่ทางซ้ายและขวาของพระพุทธรูป ประตูทางเข้าถูกออกแบบดูสวยงามคล้ายเป็นสิ่งศักดิ์ให้นักท่องเที่ยวได้ชมก่อนจะเข้าไปภายในวัด มีพญานาคขนาดใหญ่ ตรงปากของพญานาคทำเป็นช่องทางให้นักท่องเที่ยวที่ชอบความตื่นเต้นเดินเข้าไปภายในตัวพญานาค ซึ่งมีไฟประดับสวยงามให้แสงสว่างมองเห็นทางเดินตลอดเส้นทาง นอกจากนี้ภายในวัดยังมี เจดีย์ รอยพระพุทธบาทจำลอง พระพุทธรูปนาคปรก และพระพุทธรูปขนาดใหญ่อื่น ๆ อีกหลายองค์ รูปปั้นเจ้าแม่กวนอิมขนาดใหญ่ เมื่อเดินทางต่อไปก็จะพบเจดีย์น้ำซับภายในป่า เป็นต้น วัตถุมงคลประเภทมิได้สร้างติดไว้กับศาสนสถาน เช่น รูปเหมือนพระสงฆ์สุปฏิบัติ มีหลวงปู่ดุลย์ อตุโล วัตถุมงคล วางไว้ในตู้กระจกให้นักท่องเที่ยวได้เช่าบูชา พระพุทธรูปประจำวันเกิดมีไว้บริการให้นักท่องเที่ยวตักบาตรพระประจำวันเกิด ศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคลที่จัดไว้บริการนักท่องเที่ยวดังที่กล่าวมานี้ถือว่าเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมที่เป็นจุดเด่นของวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร[๓๑] แห่งนี้ เป็นต้น

---

[๓๑] พระสุรกาญจน์ สุทธิดี, พระติดตาม พระราชวิสุทธิมุนี (เยื้อน ขนฺติพโล), วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๕ มกราคม ๒๕๖๓.

**ภาพที่** ๔.๑๑ ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๕) สัมภาษณ์ประเด็นมีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีช่องทางการตลาด พร้อมข้อมูลของสินค้า ผลิตภัณฑ์ ที่จำหน่ายในชุมชน นอกชุมชน หรือออนไลน์อย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

(๑) บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ “ช้าง” ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านหนองบัวมีช่องทางการตลาดมีหลากหลาย เช่น การนำเสนอโดยใช้สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ในคู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ เส้นทางวิถีสายคนกับช้าง การนำเสนอโดยใช้สื่อแผ่นพับ บ้านหนองบัว[๓๒] รวมทั้งมีการนำเสนอในสื่อออนไลน์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และการออกร้าน จัดนิทัศการในงานสำคัญต่าง ๆ เช่น งานแสดงช้างประจำปีของจังหวัดสุรินทร์ งานเทศกาลของดีอำเภอปราสาทและงานกาชาติของอำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์เทศกาลปลาไหล ข้างใหม่หอมมะลิและงานกาชาติ อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น และมีช่องทางที่สามารถเข้าถึงสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ได้ง่ายอีกคือ เมื่อเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนหมู่บ้านช้างจะพบว่ามีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น มีการนำสินค้าจำนวนมากหลายรายการออกมาแสดงและจัดจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวเหล่านี้ล้วนเป็นช่องทางการตลาดเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ของชุมชนทั้งสิ้น เป็นต้น

(๒) บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ “ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล” มีช่องทางเผยแพร่ตามสื่อสิ่งพิมพ์และการออกร้านตามงานประเพณีต่างได้บ้าน แต่สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นในชุมชนหลายอย่าง ปัจจุบันชุมชนยังขาดความรู้เรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับช่องทางการตลาดอยู่มาก สินค้าที่ชุมชนผลิตขึ้นมาหลายอย่างเป็นสิ่งมีคุณค่าและมีคุณภาพแต่ชุมชนยังขาดความรู้เข้าใจในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับช่องทางการตลาดซึ่งเป็นชุด

---

[๓๒] นายสายฟ้า ศาลางาม, เจ้าของร้าน OTOP, บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

ของแนวทางปฏิบัติหรือกิจกรรมที่จำเป็นในการเคลื่อนย้ายสินค้าจากชุมชนไปยังผู้บริโภคกลุ่มต่าง ๆ ได้ ปัจจุบันสินค้าที่ผลิตขึ้นในชุมชนยังขาดการส่งเสริม สนับสนุน (Promote) อย่างเต็มที่และต่อเนื่องจากหน่วยงานหรือแหล่งทุนที่มาจากภายนอกชุมชน แนวทางพัฒนาคือผลิตภัณฑ์ในชุมชนที่ผลิตขึ้นมาในแง่ของการดำรงชีวิตควรจำแนกออกเป็นสองประการ คือ ประการแรก ผลิตขึ้นมาเพื่อใช้เอง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสี่คือสิ่งจำเป็นพื้นฐานสำหรับใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันของคนในชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร เครื่องนุ่งห่ม สิ่งสำหรับใช้สอยในที่อยู่อาศัย หรือ ยาสมุนไพรเพื่อใช้รักษาโรค เป็นต้น เหล่านี้ชุมชนไม่จำเป็นต้องมีองค์ความรู้เรื่องช่องทางการตลาดเพราะผลิตขึ้นมาเพื่อใช้เอง ประการที่สอง ผลิตขึ้นมาเพื่อจำหน่าย อันนี้ต้องมีทุน มีคนหรือองค์กรให้การส่งเสริมสนับสนุน (Promote) ให้ความรู้เข้าใจในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับช่องทางการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ชุมชนสามารถใช้ช่องทางการตลาดในการเคลื่อนย้ายสินค้าจากชุมชนไปยังผู้บริโภคกลุ่มต่าง ๆ ได้ ถ้าสามารถทำสิ่งนี้ให้เกิดขึ้นได้ก็จะพัฒนาให้ชุมชนใช้เทคโนโลยีนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างหนึ่งออกไปยังลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น[๓๓]

(๓) บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านหนองบัวมีช่องทางการตลาดมีหลากหลาย เช่น การนำเสนอโดยใช้สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ในคู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ เส้นทางวิถีสายคนกับช้าง รวมทั้งมีการนำเสนอใน สื่อวิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ เช่น ยูทูป เฟซบุค ไลน์ เป็นต้น

**ภาพที่** ๔.๑๒ ช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชน บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๖) สัมภาษณ์ประเด็นมีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยวอย่างไร ข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

(๑) บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ ชุมชนชาวกวยจะมีอาหารที่มีความเป็นอัต

---

[๓๓] นางสุรางค์ อยู่พะเนียด, ครูชำนาญการพิเศษ, โรงเรียนบ้านตะเคียนกูยวิทยา หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒.

ลักษณ์ประจำท้องถิ่น คือ แกงไก่ใส่หยวกกล้วย ปลายอนทอดกรอบ พริกป่นหรือน้ำพริก ซันลอว์เจ๊กจ์ หรือแกงกล้วย เป็นแกงชนิดหนึ่งที่มีลักษณะคล้ายแกงเผ็ด ประกอบไปด้วยกล้วยดิบที่หั่นเป็นชิ้นพอดีคำ และ ไก่บ้าน ตามด้วยเครื่องปรุงรสต่าง ๆ ได้แก่ ตะไคร้ ใบมะกรูด ข่า เกลือ กะปิพริกแห้ง หอม กระเทียม กะทิ ขมิ้น ปลาร้า กระชาย และน้ำปลา นิยมทำในช่วงงานพิธี ส้มตำ น้ำพริกปลาพื้นถิ่นจากแหล่งน้ำธรรมชาติ จิ้มผักสดที่หาได้ตามท้องถิ่น ประเภทที่เป็นของหวานได้แก่ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน วัตถุดิบที่นำมาใช้ปรุงเป็นเมนูอาหารเหล่านี้เป็นสิ่งที่หาได้และผลิตขึ้นภายในชุมชนเอง เป็นต้น[๓๔]

**ภาพที่** ๔.๑๓ เมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์

ท้องถิ่น คือ แกงไก่ใส่หยวกกล้วย ปลายอนทอดกรอบ พริกป่นหรือน้ำพริก ซันลอว์เจ๊กจ์ หรือแกงกล้วย เป็นแกงชนิดหนึ่งที่มีลักษณะคล้ายแกงเผ็ด ประกอบไปด้วยกล้วยดิบที่หั่นเป็นชิ้นพอดีคำ และ ไก่บ้าน ตามด้วยเครื่องปรุงรสต่าง ๆ ได้แก่ ตะไคร้ ใบมะกรูด ข่า เกลือ กะปิพริกแห้ง หอม กระเทียม กะทิ ขมิ้น ปลาร้า กระชาย และน้ำปลา นิยมทำในช่วงงานพิธี ส้มตำ น้ำพริกปลาพื้นถิ่นจากแหล่งน้ำธรรมชาติ จิ้มผักสดที่หาได้ตามท้องถิ่น ประเภทที่เป็นของหวานได้แก่ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน วัตถุดิบที่นำมาใช้ปรุงเป็นเมนูอาหารเหล่านี้เป็นสิ่งที่หาได้และผลิตขึ้นภายในชุมชนเอง เป็นต้น[๓๕]

(๒) บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ มีอาหารพื้นบ้านที่สำคัญ ได้แก่ ตำไก่ใส่ใบมะม่วง ยำดักแด้ น้ำพริกมะดัน แกงมะละกอใส่ปูนา (ละแวร์กะตาม) แกงปูใส่เผือก ใส่ผักกะแยงหรือผักอีออม

---

[๓๔] นางสาวศรีสุดา วรครุฑ และ นางวรรยา ยังมูล, ครูโรงเรียนช้างบุญวิทยา,บ้านหนองบัวหมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์ ๑๒ ธันวาคม ๒๕๖๒.

[๓๕] นางสาวศรีสุดา วรครุฑ และ นางวรรยา ยังมูล, ครูโรงเรียนช้างบุญวิทยา,บ้านหนองบัวหมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์ ๑๒ ธันวาคม ๒๕๖๒.

ห่อหมกปลาใส่ใบมะขามอ่อน ประเภทของหวานได้แก่ ขนมเปียกปูนใบเตย ขนมเทียนทำจากรากเถาตดหมา วัตถุดิบที่นำมาปรุงเป็นเมนูอาหารเป็นสิ่งที่หาได้และผลิตขึ้นภายในชุมชนเอง เป็นต้น[๓๖]

**ภาพที่** ๔.๑๔ เมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

(๓) บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ มีอาหารพื้นบ้านที่สำคัญ ได้แก่ ต้มยำไก่บ้าน น้ำพริกปลาร้า แกงขี้เหล็ก ห่อหมกหน่อไม้สด หรืออาหารป่าตามฤดูกาล กล้วยฉาบ ข้าวต้มมัด ขนมครก ขนมดอกบัว วัตถุดิบที่นำมาปรุงเป็นเมนูอาหารเป็นสิ่งที่หาได้และผลิตขึ้นภายในชุมชนเอง เป็นต้น

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ จากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ สรุปได้ ๖ ประเด็น ได้แก่ ๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ เช่น ภาษากูยและวิถีชีวิตของชุมชนชาวกูย ศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร สุสานช้าง มีการนำเสนอไว้ในบรรจุภัณฑ์ของชุมชนดังคำขวัญที่ว่า“ผลิตภัณฑ์เลื่องชื่อ ฝีมือชาวกูย” เป็นต้น ๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เช่น เครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง เครื่องประดับหางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ของชำร่วย เครื่องนุ่งห่ม เช่น เสื้อยืด ผ้าแพร หมอน กรอบรูปตะขอช้างไม้แก่นขาม เช่น ผ้าไหมลายลูกแก้วย้อมสีธรรมชาติสีดำจากผลมะเกลือ เสื้อแซว หัวซิ่น ที่รองแก้วจากผ้าไหม กระเป๋าผ้าไหม ตีนซิ่นและแถบซิ่น กล่องบรรจุภัณฑ์ที่ชื่อว่า “คองกูย ผลิตภัณฑ์เลื่องชื่อ ฝีมือชาว

---

[๓๖] นายสุรพงษ์ สุขคุ้ม, ผู้ใหญ่บ้านตะเคียน, บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรทาบ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

กูย หรือ KONGKUIW สำโรงทาบ เมืองราบลุ่ม ชุ่มชื้นผืนนากว้างใหญ่ ภาคภูมิใจผ้าไหมย้อมมะเกลือ งดงามเหลือรำแกลมอ” เป็นต้น ๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน คือ ความพร้อมของ “ช้างหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดจากช้าง” ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ยึดโยงกับช้างได้รับรางวัลในระดับต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์ชุมชุนวัดตะเคียน คือ เสื้อแซว ผ้าสิ้นมัดหมี่ ตีนสิ้น ผ้าหางกระรอก กระเป๋า เป็นต้น วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร สามารถเข้าสู่การรับรองมาตรฐานเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมในระดับจังหวัดหรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในระดับจังหวัดได้ ๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน เช่น ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับหางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ชำร่วย เครื่องนุ่งห่ม ศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ เช่น การนำเสนอโดยใช้สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ในคู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ เส้นทางวิถีสายคนกับช้าง การนำเสนอโดยใช้สื่อแผ่นพับ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ การนำเสนอในสื่อออนไลน์ การออกร้านในงานสำคัญต่าง ๆ การจัดตั้งสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เป็นต้น ๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว เช่น ซันลอว์เจ๊กจ์ หรือแกงกล้วย ปลายอนทอดกรอบ พริกป่นหรือน้ำพริก ตำไก่ใส่ใบมะม่วง ยำดักแด้ น้ำพริกมะดัน แกงมะละกอใส่ปูนา (ละแวร์กะตาม) แกงปูใส่เผือก ใส่ผักกะแยงหรือผักอีออม ห่อหมกปลาใส่ใบมะขามอ่อน ต้มยำไก่บ้าน ขนมเปียกปูนใบเตย ขนมเทียนทำจากรากเถาตดหมา **เป็นต้น**

## ๔.๓ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

การวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ได้แบ่งออกเป็น ๔ หัวข้อ คือ ๑) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ๒) การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ๓) การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ และ ๔) การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ดังนี้

### ๔.๓.๑ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

การวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ในแต่ละหัวข้อได้มาจากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต แบบสัมภาษณ์ ซึ่งจะได้ทำการวิเคราะห์ดังนี้

๔.๓.๑.๑ ข้อมูลจากแบบบันทึกเอกสารและแบบสัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการ ได้แบ่งการบันทึกและสัมภาษณ์ออกเป็น ๕ ประเด็น คือ ๑) ที่มาของแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว ๒) ความหมายการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว ๓) หลักการสำคัญการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว ๔) วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว และ ๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากเครื่องมือดังกล่าวนำมาวิเคราะห์ได้ดังนี้

๑) ที่มาของแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ ปัจจุบันผู้บริโภคสินค้ามีทางเลือกมากขึ้น เพื่อดึงผู้บริโภคกลุ่มเก่าที่สนใจบริโภคสินค้าให้อยู่ไปนาน ๆ

ต่อไป และให้ผู้บริโภคกลุ่มใหม่หันมาสนใจสินค้าเพิ่มมากขึ้นตลอดทั้งเป็นการสร้างความพึงพอใจในการบริโภคสินค้าให้เกิดประโยชน์กับผู้บริโภคทั้งสองกลุ่มมากขึ้น ดังนั้นธุรกิจในปัจจุบันจึงมีแนวคิดว่าผู้ผลิตสินค้าหรือให้บริการมิใช่เป็นการขายเพียงตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักเพียงอย่างเดียว แต่จะต้องมีส่วนเพิ่มมูลค่าที่จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกเกิดความพึงพอใจและได้ประโยชน์มากขึ้นด้วย เมื่อนำหลักการนี้มาใช้กับธุรกิจการท่องเที่ยว จึงน่าจะที่มาของแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในเวลาต่อมา

๒) ความหมายการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ หรือบริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ด้วยคุณภาพและราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์มากขึ้น เมื่อนำมาใช้ในกับการท่องเที่ยว คือ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ หรือบริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ด้วยคุณภาพและราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจในทรัพยากรการท่องเที่ยวและเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น

๓) หลักการสำคัญของแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ การสร้างมูลค่าเพิ่มนั้น ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว หรือบริการให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้าทั้ง ๔ ด้าน ซึ่งคุณค่าทั้ง ๔ ด้าน เรียกว่าคุณค่ารวมสำหรับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว ได้แก่ ๑) คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) ๒) คุณค่าด้านบริการ (Service Value) ๓) คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel Value) และ ๔) คุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) ตามแนวคิดคุณค่ารวมสำหรับลูกค้าจะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้ลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ส่งผลให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดีในระยะยาว เป็นต้น

๔) วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญกับการนำเอานวัตกรรมมาช่วยสร้างมูลค่าให้กับทรัพยากรการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ และบริการ เพื่อให้ทรัพยากรการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ และบริการ เกิดการพัฒนาทั้งในด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ ตอบโจทย์การใช้งาน และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจได้มากที่สุด ซึ่งเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้นวัตกรรมสามารถเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว ก็คือการนำเอาเทคโนโลยี และเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเป็นองค์ประกอบนั่นเอง

๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถปรับใช้กับการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวได้ใน ๘ ประเด็น ดังต่อไปนี้ คือ ๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก ๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ ๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค เป็นต้น

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้าง จังหวัดสุรินทร์ จากแบบบันทึกเอกสารและแบบสัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการ สรุปได้ ๕ ประเด็น คือ ๑) ที่มาของแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ ธุรกิจในปัจจุบันมีแนวคิดว่า ผู้ผลิต

สินค้าหรือให้บริการมิใช่เป็นการขายเพียงตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักเพียงอย่างเดียว แต่ต้องมีส่วนเพิ่มมูลค่าที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกเกิดความพึงพอใจและได้ประโยชน์มากขึ้นด้วย ๒) ความหมายการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือบริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ด้วยคุณภาพและราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในทรัพยากรการท่องเที่ยว ๓) หลักการสำคัญการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือบริการ ให้มีคุณค่าทั้ง ๔ ด้าน ที่เรียกว่าคุณค่ารวมสำหรับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว ได้แก่ (๑) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) (๒) ด้านบริการ (Service Value) (๓) ด้านบุคลากร (Personnel Value) และ (๔) ด้านภาพลักษณ์ (Image Value) ตามแนวคิดคุณค่ารวมสำหรับลูกค้าจะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้ลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ส่งผลให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดีในระยะยาว ๔) วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญกับการนำนวัตกรรมมาช่วยสร้างมูลค่าให้กับทรัพยากรการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ และบริการ เพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ ตอบโจทย์การใช้งาน เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้มากที่สุด ๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ดังนี้ คือ (๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค (๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ (๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ (๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต (๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก (๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน (๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ (๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค เป็นต้น

๔.๒.๑.๒ ข้อมูลจากแบบบันทึกการสังเกต มีประเด็นสังเกต ๗ ด้าน คือ ๑) ด้านอาหารพื้นบ้าน ๒) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๓) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ๔) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ๕) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ๖) ด้านศาสนสถาน และ ๗) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ซึ่งข้อมูลส่วนนี้ได้วิเคราะห์และนำเสนอไว้แล้วในหัวข้อที่ว่าด้วยอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

๔.๒.๑.๓ ข้อมูลจากแบบบันทึกการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว มีการสัมภาษณ์ใน ๘ ประเด็น คือ ๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก ๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ ๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แต่ละประเด็นมีดังต่อไปนี้

๑) สัมภาษณ์ประเด็นความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค เมื่อสัมภาษณ์ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรสนิยมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชนิดใด ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ ลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาเที่ยวที่นี่เขาอยากเห็นสิ่งซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของที่นี่มีคือสิ่งซึ่งที่นี่มีแต่ในที่ท่องเที่ยวอื่นไม่มี ดังนั้นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาเที่ยวจึงมีรสนิยมทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภันฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น ด้านอาหารพื้นบ้าน ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านศาสนสถาน ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เป็นต้น เหล่านี้ต้องมีแหล่งที่มาหรือมีความยึดโยงเกี่ยวกับความเป็นช้าง

เพราะที่นี่คือชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง ดังนั้นทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นตัวใดที่มีความยึดโยงเกี่ยวกับความเป็นช้างจึงเป็นที่นิยมของลูกค้า

๒) สัมภาษณ์ประเด็นตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีผลิตภัณฑ์ตัวไหนบ้างที่เป็นจุดขายให้กับนักท่องเที่ยว ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นตัวที่เป็นจุดขายให้กับนักท่องเที่ยวในที่นี่ คือ “ช้าง” เพราะช้างคืออัตลักษณ์สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนหมู่บ้านช้างแห่งนี้ สำหรับทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นตัวที่เป็นจุดขายให้กับนักท่องเที่ยวตัวอื่นล้วนเป็นผลผลิตที่เกิดจากช้าง ไม่ว่าจะเป็น (๑) ศูนย์คชศึกษา เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตความ เป็นอยู่ระหว่างคนกับช้างที่มีความผูกพันกันตั้งแต่เกิดจนตายอัน เป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนมีเพียงแห่งเดียวในโลก (๒) พิพิธภัณฑ์ช้าง เป็นสถานที่แสดงเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับช้าง อาทิ วิวัฒนาการของช้างในยุคต่าง ๆ เครื่องมือในการคล้องช้าง เป็นต้น (๓) คชอาณาจักร เป็นโครงการภายใต้องค์การสวน สัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์มีวัตถุประสงค์เพื่อนำช้างคืนถิ่น จัดทำเป็นสถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น เน้นความเป็นอยู่บนพื้นของความเป็นหมู่บ้านช้าง ความมั่นคงของอาหารช้าง เพื่อการพึ่งพาตัวเองอย่างยั่งยืน โดยใช้พื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติดงภูดิน อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ จำนวน ๓,๐๐๐ ไร่ เป็นพื้นที่ดำเนินโครงการ เป็นโครงการสนองพระราชเสาวนีย์ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ (๔) สุสานช้าง เป็นสถานที่เก็บรวบรวมกระดูกหรือ ประวัติของช้างแต่ละเชือก ตลอดทั้งข้อมูลของช้าง เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้สืบค้นข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นคนกับช้างที่มีเพียงหนึ่งเดียวประจำจังหวัดสุรินทร์ และประเทศไทย และแห่งเดียวในโลก ซึ่งจัดสร้างขึ้นภายในวัดป่าอาเจียง (๕) วังทะลุ เป็นบริเวณที่แม่น้ำชีและแม่น้ำมูลไหลมา บรรจบกันที่บ้านตากลาง ตำบลกระโพ ก่อนไหลลงสู่แม่นำโขง ที่จังหวัดอุบลราชธานี เป็นที่อาบน้ำของช้างในหมู่บ้าน มีทัศนียภาพงดงามชมได้ยาก

๓) สัมภาษณ์ประเด็นการคัดเลือกวัตถุดิบ เมื่อสัมภาษณ์ว่าผลิตภัณฑ์เป็นจุดขายที่ว่าทำขึ้นจากอะไรบ้าง ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ ได้คัดเลือกวัตถุดิบซึ่งเป็นทุนชุมชน อย่างน้อย ๕ ด้าน คือ (๑) ทุนมนุษย์ หมายถึง คนในชุมชนหมู่บ้านช้าง มีความรู้ความสามารถ ตลอดจนทักษะหรือความชำนาญ รวมถึงประสบการณ์เกี่ยวกับช้างในหลายมิติ และสามารถจะนำสิ่งเหล่านี้มารวมเข้าด้วยกันจนเกิดเป็นศักยภาพของชุมชน หรือเป็นทรัพยากรที่สำคัญและมีคุณค่า ซึ่งจะทำให้ชุมชนหมูบ้านช้างมีความสามารถสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งขันซึ่งมีทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทเดียวกันนี้ (๒) ทุนทางสังคม หมายถึง ชุมชนหมู่บ้านช้างมีความสัมพันธ์ทางสังคมหรือโครงสร้างทางสังคมที่สามารถเรียกเอาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้ (๓) ทุนกายภาพ หมายถึง สินทรัพย์ที่ไม่ใช่มนุษย์ของชุมชนหมู่บ้านช้าง เช่น ช้าง วัตถุดิบที่เกิดจากช้าง พืช สัตว์ และสิ่ง อื่น ๆ ที่ช่วยในกระบวนการผลิต ในชุมชนหมู่บ้านช้างที่สามารถเรียกเอาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ (๔) ทุนทางธรรมชาติ หมายถึง สินทรัพย์ทางธรรมชาติในบริเวณชุมชนหมู่บ้านช้าง เช่น วังทะลุ ธรรมชาติริมสองฝั่งลำน้ำชี ซึ่งนำมาเป็นวัตถุดิบในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถเรียกเอาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้ (๕) ทุนการเงิน หมายถึง เงินที่ชุมชนหมู่บ้านช้างจัดหามาผลิตสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน เช่น ได้รับสนับสนุนเงินจากงบประมาณแผ่นดินในโครงการคชอาณาจักร และศูนย์คชศึกษา ได้รับเงินงบประมาณสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น และ ทุนทางวัฒนธรรม อย่างน้อย ๘ ด้าน คือ (๑) อาหาร (๒) การแต่งกาย (๓) ที่อยู่อาศัย (๔) ประเพณี (๕)

ภาษา (๖) อาชีพ (๗) ความเชื่อ (๘) ศิลปะพื้นถิ่น เป็นต้น วัตถุดิบที่เป็นทุนชุมชนและทุนทางวัฒนธรรมดังกล่าวมานี้เป็นวัตถุดิบที่นำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์เป็นจุดขายซึ่งมีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีชิต วัฒนธรรม ของชุมชนท่องเที่ยวหมูบ้านช้าง เช่น ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย ด้านอาหารพื้นบ้าน ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านศาสนสถาน และ ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เป็นต้น[๓๗]

๔) สัมภาษณ์ประเด็นกระบวนการหรือวิธีการผลิต เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีกระบวนการหือวิธีการทำอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ (๑) ศูนย์คชศึกษา มีกระบวนการหรือวิธีการผลิต เริ่มจากการได้เห็นถึงความสำคัญของวิถีชีชีวิตของคนกับช้าง เห็นปัญหาป่าที่เคยเป็นอาหารช้างลดน้อยลง เจ้าของช้างขาดอาชีพที่มั่นคง ควาญช้างนำช้างออกไปรับจ้างตามปางช้าง สวนสนุก ตระเวนเร่ร่อนขายของที่ระลึกและอาหารช้างตามสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดต่าง ๆ ก่อให้เกิดปัญหาภาพลักษณ์เกี่ยวกับช้าง การจราจร สุขภาพช้าง ปัญหาคนเลี้ยงช้างที่ต้องทิ้งชุมชนและครอบครัวไปเป็นเวลานาน (๒) พิพิธภัณฑ์ช้าง เป็นสถานที่แสดงเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับช้าง อาทิ วิวัฒนาการของช้างในยุคต่าง ๆ เครื่องมือในการคล้องช้าง เป็นต้น (๓) คชอาณาจักร เป็นโครงการภายใต้องค์การสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์มีวัตถุประสงค์เพื่อนำช้างคืนถิ่น จัดทำเป็นสถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น เน้นความเป็นอยู่บนพื้นของความเป็นหมู่บ้านช้าง ความมั่นคงของอาหารช้าง เพื่อการพึ่งพาตัวเองอย่างยั่งยืน โดยใช้พื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติดงภูดิน อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ จำนวน ๓,๐๐๐ ไร่ เป็นพื้นที่ดำเนินโครงการ เป็นโครงการสนองพระราชเสาวนีย์ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ (๔) สุสานช้าง เป็นสถานที่เก็บรวบรวมกระดูกหรือ ประวัติของช้างแต่ละเชือก ตลอดทั้งข้อมูลของช้าง เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้สืบค้นข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นคนกับช้างที่มีเพียงหนึ่งเดียวประจำจังหวัดสุรินทร์ และประเทศไทย และแห่งเดียวในโลก ซึ่งจัดสร้างขึ้นภายในวัดป่าอาเจียง จังหวัดสุรินทร์ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ องค์การสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์ และ พระครูสมุห์หาญ ปญฺญาธโร จึงได้คิดวิธีการแก้ปัญหานี้ จึงได้สร้างศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร และสุสานช้าง ขึ้นมา เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ระหว่างคนกับช้างที่มีความผูกพันกันตั้งแต่เกิดจนตายอันเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนมีเพียงแห่งเดียวในโลก โดยมีกระบวนการหรือวิธีการผลิตดัดแปลงให้เกิดคุณค่ามากขึ้น มีการค้นหา พัฒนา ปรับปรุง ทุนชุมชน และทุนทางวัฒนธรรม สร้างเสริมให้เป็นอัตลักษณ์ จุดเด่น หรือความงามที่สามารถสร้างความประทับใจ สร้างความตื่นตาตื่นใจ น่าจดจำ ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยากกลับมาอีก เป็นต้น

๕) สัมภาษณ์ประเด็นบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก เมื่อสัมภาษณ์ว่านำเสนออย่างไรจึงทำให้นักท่องเที่ยวสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ มีการนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น การนำเสนอโดยใช้สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ในคู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ “เส้นทางวิถีสายคน

---

[๓๗] นางสาวศรีสุดา วรครุฑ และ นางวรรยา ยังมูล, ครูโรงเรียนช้างบุญวิทยา,บ้านหนองบัวหมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์ ๑๒ ธันวาคม ๒๕๖๒.

กับช้าง” การนำเสนอโดยใช้สื่อแผ่นพับ บ้านตาทิตย์[๓๘] นอกจากมีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจ ในสิ่งพิมพ์ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ยังมีการนำเสนอในสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ รวมทั้งมีการนำเสนอในสื่อออนไลน์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และการออกร้าน จัดนิทรรศการในงานสำคัญต่าง ๆ เช่น งานแสดงช้างประจำปีของจังหวัดสุรินทร์ มีการนำทรัพยากรการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนหมู่บ้านช้างหลายรายการออกแสดงให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติได้ชมในงานนี้ด้วย การนำทรัพยากรการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนหมู่บ้านช้างหลายรายการออกแสดงในงานนี้เป็นการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึง "คุณค่า" ของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่สัมผัสแรก หรือตั้งแต่มองเห็น สร้างมูลค่าเพิ่มในแง่ความสะดวกให้กับลูกค้านักท่องเที่ยว เมื่อได้เห็นสิ่งที่นำเสนอก็จะตามไปดูในพื้นที่จริง

๖) สัมภาษณ์ประเด็นการบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีบริการให้กับนักท่องเที่ยวขณะขายและหลังการขายอย่างไรบ้าง ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ การพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงบริการให้กับผลิตภัณฑ์ หรือเพิ่มผลิตภัณฑ์ให้กับบริการ คือ ผู้บริโภคจะได้รับทั้งสิ่งที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ เช่น มีการบริหารช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคซื้อได้ง่าย คือ ในชุมชนหมู่บ้านช้างเราได้มีแหล่งจำหน่ายสินค้าชุมให้กับนักท่องเที่ยวซื้อสินค้าประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง และฟันช้าง ประเภทเครื่องประดับหางช้าง ประเภทเครื่องมือควาญช้าง ประเภทของชำร่วย และประเภทเครื่องนุ่งห่ม และอื่น ๆ เป็นต้น มีการบริการจัดส่ง หรือการรับคืนเมื่อไม่พึงพอใจ สินค้าบางอย่างเมื่อลูกเลือกซื้อแล้วภายหลังหากเปลี่ยนใจอยากเปลี่ยนเป็นสินค้าชนิดอื่นหรือส่งกลับคืนผู้ขายก็ยินดีรับคืน การให้บริการให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อมีคำถาม คือ ปัญหาหนึ่งที่ชุมชนประสบตอนนี้คือการต้อนรับผู้มาเยือนในฐานะเจ้าบ้านยังทำได้ไม่ดีเท่าที่ควรจะเป็น เจ้าของช้างหรือผู้ขายสินค้าไม่ควรเห็นแก่เงินหรือถือเงินเป็นเป้าหมายเกินไป ควรปรับตัวให้เข้ากับฝ่ายบ้านเมืองหรือราชการการหรือลูกค้าผู้มาเยี่ยมเยียนให้ได้ สิ่งสำคัญคือการเป็นเจ้าบ้านที่ดีขณะที่มีลูกค้ามาเยือนหรือไปเยี่ยมเยียนลูกค้าควรพูดจาปราศรัยให้ข้อมูลหรือข้อเสนอแนะอย่างมีน้ำใจ เหมือนกับญาติคนหนึ่งของเรา หลังจากนั้นก็ควรมีช่องทางติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เช่น ทางยูทูบ ทางไลน์ ทางเฟสบุค หรือ อาจจะมีของฝากบ้างตามสมควรก็ได้[๓๙] เหล่านี้เป็นช่องทางของการให้บริการกับนักท่องเที่ยวขณะขายและหลังการขายได้เป็นอย่างดี เป็นต้น

๗) สัมภาษณ์ประเด็นการสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ เมื่อสัมภาษณ์ว่าลักษณะผลิตภัณฑ์พื้นบ้านของที่นี่ต่างจากที่อื่น ๆ อย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ แบรนด์ของผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของชุมชนเป็นสิ่งที่มีความเชื่อมโยงกับช้าง ประเด็นที่สำคัญในการเสริมสร้างคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์คือการสร้างแบรนด์ ซึ่งต้องดำเนินควบคู่กับการสื่อสารแบรนด์ ดังนั้นผู้ขายสินค้าต้องมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ตนกำลังเสนอขายให้กับลูกค้า เพราะผลิตภัณฑ์จะขายได้หรือไม่ผู้ขายมีส่วนสำคัญคือต้องขายเก่งสามารถสื่อสารอย่างต่อเนื่องในทุกจุดที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายสัมผัสได้ทันที เพื่อเสริมสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าของ

---

[๓๘] นายอำพร ทองพู, ผู้ใหญ่บ้านตาทิตย์, บ้านตาทิตย์ หมู่ ๘ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์.สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

[๓๙] นายสายฟ้า ศาลางาม, เจ้าของร้านค้า OTOP, บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒.

ผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ๆ ยิ่งบวกกับแบรนด์ซึ่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกว้างขวางก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและตันสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้เร็วขึ้น โดยเฉพาะแบรนด์ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง และฟันช้าง ประเภทเครื่องประดับหางช้าง ประเภทเครื่องมือควาญช้าง ประเภทของชำร่วย และประเภทเครื่องนุ่งห่ม และอื่น ๆ นับเป็นแบรนด์ที่คนทั่วไปรู้จักมีคุณค่าที่ลูกค้าสัมผัสได้ทันที เป็นต้น

๘) สัมภาษณ์ประเด็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค เมื่อสัมภาษณ์ว่าท่านใช้ช่องทางใดบ้างทำให้ลูกค้ารับรู้และเข้ามาใช้บริการที่นี่ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แต่ละประเด็นมีดังต่อไปนี้ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ การนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์และบิการเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มีการดำเนินการในหลายช่องทาง ตัวอย่าง คือ (๑) การนำเสนอผ่านช่องทางงานบุญประเพณีต่าง ๆ เช่น ประเพณีงานแต่งงานและจดทะเบียนสมรสบนหลังช้าง ซึ่งมีหนึ่งเดียวในโลก จัดขึ้นในวันที่ ๑๔ กุมภาพันธ์ของแต่ละปี ในระยะเริ่มแรกโดยองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์เป็นเจ้าภาพ แต่ปัจจุบันมีการจัดออกไปนอกพื้นที่ในต่างจังหวัดดังเช่นในกรณีของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ก็ได้นำประเพณีนี้ไปจัดให้มีประเพณีงานแต่งงานและจดทะเบียนสมรสบนหลังช้างที่นั้นด้วย ประเพณีแห่นาช้าง จัดขึ้นประมาณเดือนเมษายนถึงกรกฎาคมของกแต่ละปีในชุมชนหมู่บ้านช้าง ประเพณีแห่เทียนพรรษาและตักบาตรพระบนหลังช้าง ซึ่งจัดขึ้นในวันขึ้น ๑๕ เดือน ๘ หรือ ในเดือนกรกฎาคมของแต่ละปี มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเข้าร่วมในกิจกรรมนี้ ประเพณีงานช้างจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งจัดขึ้นในช่วง วันที่ ๑๐ ถึง ๑๘ เดือนพฤศจิกายน ของแต่ละปี เป็นต้น (๒) การนำเสนอผ่านช่องทางการออกร้านในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ เช่น งานช้างแฟร์จังหวัดสุรินทร์ งานเกษตรอินทรีข้าวหอมมะลิจังหวัดสุรินทร์ งานเทศกาลปลาไหลและงานกาชาดอำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งจัดขึ้นในช่วง วันที่ ๑๓ ถึง ๑๗ เดือน ธันวาคม ของแต่ละปี (๓) การนำเสนอผ่านช่องทางพิพิธภัณฑ์ ศูนย์การเรียนรู้ และแหล่งท่องเที่ยว เช่น พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสุรินทร์ ศูนย์คชศึกษา คชศึกษา ศาลลาเอราวัณ สุสานช้าง ในชุมชนหมูบ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ (๔) นำเสนอผ่านช่องทางสื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ เช่น คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ “เส้นทางวิถีสายคนกับช้าง” แผ่นพับ บ้านตาทิตย์ เป็นต้น (๕) นำเสนอผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ โทรทัศน์ และสื่อวิทยุ เช่น สื่อโทรทัศน์ ช่อง MCOT ในรายการพบค่ำ สื่อสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุรินทร์ สื่อสถานีวิทยุกรจายเสียง อสมท. FM ๑๐๐.๕ รายการก้าวทันข่าว ออกอากาศช่วง เวลา ๐๗.๓๐ น.-๐๘.๐๐ น. เป็นต้น (๖) นำเสนอผ่านหน่วยงานของรัฐ เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์ สำนักงานเลขานุการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ จากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว สรุปได้ ๘ ประเด็น คือ ๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค คือ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีความยึดโยงเกี่ยวกับช้างหรืออัตลักษณ์ของชุมชนมักเป็นที่นิยมของลูกค้า เช่น ด้านอาหารพื้นบ้าน ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านศาสนสถาน ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เป็นต้น๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ คือ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เป็นจุดขาย คือ “ช้าง” เพราะเป็นอัตลักษณ์สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ตัวอื่นที่เป็นจุดขายให้กับนักท่องเที่ยวล้วนเป็นผลผลิตที่เกิดจากช้าง เช่น

ศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร สุสานช้าง และ วังทะลุ เป็นต้น ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ มีการคัดเลือกวัตถุดิบจากต้นทุน ๒ ลักษณะ คือ (๑) ทุนชุมชนอย่างน้อย ๕ ด้าน คือ ทุนมนุษย์ ทุนทางสังคม ทุนกายภาพ ทุนทางธรรมชาติ ทุนการเงิน (๒) ทุนทางวัฒนธรรม อย่างน้อย ๘ ด้าน อาหาร การแต่งกาย ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภาษา อาชีพ ความเชื่อ ศิลปะพื้นถิ่น เป็นต้น ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต คือ เริ่มจากเห็นความสำคัญวิถีชีวิตคนกับช้าง ป่าอาหารช้างลดน้อยลง คนเลี้ยงช้างขาดอาชีพมั่นคง นำช้างออกไปรับจ้าง เร่ร่อนขายของที่ระลึกและอาหารช้าง ก่อให้เกิดปัญหาภาพลักษณ์เสียหาย การจราจร สุขภาพช้าง คนเลี้ยงช้างทิ้งชุมชนและครอบครัวไปเป็นนาน เป็นต้น องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ องค์การสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์ และ พระครูสมุห์หาญ ปญฺญาธโร จึงได้คิดวิธีการแก้ปัญหานี้ จึงได้สร้างศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร และสุสานช้าง ขึ้นมาเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน กระบวนการหรือวิธีการผลิต คือ ดัดแปลงให้เกิดคุณค่ามากขึ้น มีการค้นหา พัฒนา ปรับปรุง ทุนชุมชน และทุนทางวัฒนธรรม สร้างเสริมให้เป็นอัตลักษณ์ จุดเด่น สร้างความประทับใจ สร้างความตื่นตาตื่นใจ น่าจดจำ ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากสถานที่ต่าง ๆ ให้เข้ามาเที่ยวชม ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก คือ มีการนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ประสัมพันธ์ตามส่วนราชการ สื่อสิ่งพิมพ์ในคู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ “เส้นทางวิถีสายคนกับช้าง สื่อโทรทัศน์ การออกร้านแสดงสินค้าในชุนและงานประเพณีสำคัญ ตลอดนำเสนอทางสื่อออนไลน์รูปแบบต่าง ๆ ๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน เช่น มีการบริหารช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคซื้อได้ง่ายทั้งในและนอกชุมชน มีการบริการจัดส่ง หรือการรับคืนเมื่อไม่พึงพอใจ การให้บริการให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อมีคำถาม มีช่องทางติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ทางยูทูบ ทางไลน์ หรือ ทางเฟสบุค ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ คือ แบรนด์เป็นอัตลักษณ์ของที่นี้คือทรัพยากรการเที่ยวทุกชนิดที่มีความยึดโยงกับช้าง เช่น แบรดด์ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง หางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ของชำร่วย และเครื่องนุ่งห่มที่มีสัญลักษณ์ของช้างเป็นแบรนด์ที่คนทั่วไปรู้จักมีคุณค่าและมูลค่าที่ลูกค้าสัมผัสได้ทันที ๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค ได้ดำเนินการในหลายช่องทาง เช่น การนำเสนอผ่านช่องทางงานบุญประเพณี การออกร้านในงานแสดงสินค้า พิพิธภัณฑ์ ศูนย์การเรียนรู้ แหล่งท่องเที่ยว สื่อสิ่งพิมพ์ สวิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ และหน่ายงานของรัฐ

### ๔.๓.๒ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์

การวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ในแต่ละหัวข้อได้มาจากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ ซึ่งจะได้ทำการวิเคราะห์ดังนี้

๔.๓.๒.๑ ข้อมูลจากแบบบันทึกเอกสารและแบบสัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการ ได้แบ่งการบันทึกและสัมภาษณ์ออกเป็น ๕ ประเด็น คือ ๑) ที่มาของแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม ๒) ความหมายการสร้างมูลค่าเพิ่ม ๓) หลักการสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่ม ๔) ประเภทการสร้างมูลค่าเพิ่ม และ ๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งข้อมูลส่วนนี้ได้วิเคราะห์และนำเสนอไว้แล้วในหัวข้อที่ว่าด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

๔.๓.๒.๒ ข้อมูลจากแบบบันทึกการสังเกต มีประเด็นสังเกต ๕ ด้าน คือ ๑) ด้านอาหารพื้นบ้าน ๒) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๓) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ๔) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ๕) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งข้อมูลส่วนนี้ได้วิเคราะห์และนำเสนอไว้แล้วในหัวข้อที่ว่าด้วยอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์

๔.๓.๒.๓ ข้อมูลจากแบบบันทึกการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว มีการสัมภาษณ์ใน ๘ ประเด็น คือ ๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก ๖) การบริการให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ ๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แต่ละประเด็นมีดังต่อไปนี้

๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ คือ (๑) ด้านผ้าไหม นางเยือย หงส์ทอง ให้สัมภาษณ์ว่า กลุ่มทอผ้าบ้านเขวาสินรินทร์ กลุ่มที่ ๒ ตั้งอยู่หมู่ ๑ คือ กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ มีนางจุฬาลักษณ์ อายุ ๔๘ ปี เป็นประธานกลุ่ม มีสมาชิก ๒๙ คน มีผ้าทั่วไป เช่น ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้ายก ผ้าธรรมดา ผ้าที่ทอส่วนมากจะเป็นผ้ามัดหมี่ หมี่คั่น และลายสร้างสรรค์ ส่วนที่กำลังทออยู่คือลายถ้วย ลายนกยูง ลายนกคู่ หมี่คั่นทุกวันนี้จะประยุกต์มีลายมาผสมให้สวยงามถูกใจลูกค้า ผ้าลายกระสไน (ลายร่างแห) ลายก้านแย่ง (ลายไทย) หมี่คั่น (อันลูนซีม) ลายนกยูง ลายพญานาค ลายโคมห้า ลายพนมเปญ หมี่คั่นประยุกต์ บางลายที่ทำไม่รู้จักชื่อก็มี ลายเรือหงส์ เป็นลายดั้งเดิมทอตั้งแต่ลูกยังเล็ก ลายสกลนคร ผ้าลายอันปรม ลายสาคู ผ้าลายโฮล และเคยได้รับรางวัลจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาใน พ.ศ.๒๕๔๘ ที่ตำหนักภูพาน คือ ผ้าโฮลสตรี นอกจากกลุ่มทอผ้าหมู่ ๑ และหมู่ ๒ แล้ว บ้านเขวาสินรินทร์ก็มีกลุ่มสหกรณ์เครติดยูเนียน ช่วงแรกทางสหกรณ์จะสนับสนุนในด้านขายผ้าและเครื่องเงิน มีการออมทรัพย์ มีประกันชีวิต ใครเป็นสมาชิกกู้เงินได้ ๓ เท่าของเงินหุ้นที่มีอยู่ ถ้าใครเสียชีวิตจะได้เงินประกันด้วยเงินเป็นแสน ปัจจุบันมีนางชำนาญ อยู่ครบ เป็นประธาน (๒) ด้านประเกือม คือ ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ประเกือม ข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ผู้ขายสินค้าร้านลุงป่วนเครื่องเงินโบราณ ได้ให้ข้อมูลว่า ของที่ลูกค้านิยมมากมักเป็นเครื่องประดับประเกือมประเภทต่างหูและสร้อยคอเนื่องจากมีลวดลายสวยงามแตกต่างจากที่อื่นยิ่งลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวเข้าเที่ยวชมได้เห็นกระบวนการผลิตด้วยก็ยิ่งทำให้ชื่นชอบมากเพราะกว่าจะผลิตผลิตภัณฑ์ออกมาได้แต่ละชิ้นต้องใช้ความวิริยะอุตสาหะและใช้เวลานาน เป็นต้น

๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ คือ (๑) ด้านผ้าไหม นางประนอม ขาวงาม ให้สัมภาษณ์ว่า ตามกระแสความต้องการของตลาด คนในอำเภอเขวาสินรินทร์ส่วนใหญ่โดยเฉพาะกลุ่มที่พูดภาษาเขมรยังคงผลิตผ้าไหม มีเทคนิคการผลิตเฉพาะตัว ซึ่งบรรพบุรุษได้สืบทอดหลักการและกรรมวิธีการผลิต เช่น การเลี้ยงไหม การมัดหมี่ การย้อมสีและการทอ ทั้งยังมีการคิดค้นพัฒนากรรมวิธีการผลิต เพื่อให้ได้ผ้าไหมที่มีคุณภาพมากขึ้น ทำให้มีชื่อเสียงคุณภาพเป็นที่ยอมรับ สร้างรายได้ให้กับครัวเรือน ได้มีการคัดสรรผ้าไหมเป็นสินค้า OTOP ในระดับ ๕ ดาว จำนวน ๒ ผลิตภัณฑ์ ใน พ.ศ. ๒๕๕๑ และมีผ้าไหมที่โดดเด่นในแต่ละพื้นที่ ซึ่งกลุ่มพัฒนาสตรีแต่ละกลุ่มได้ผลิตสร้างสรรค์ลายผ้าที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มดังนี้ ๑) ตำบลเขวาสินรินทร์ หมู่ ๑ คือ กลุ่มพัฒนาสตรีผ้าไหมเขวาสินรินทร์ ทอผ้าลายราชวัตร ๒) ตำบลเขวาสินรินทร์ หมู่ ๒ คือ กลุ่มผ้าไหม

เขวาสินรินทร์ ทอผ้ายกดอก ๓) ตำบลเขวาสินรินทร์ หมู่ ๙ คือ กลุ่มทอผ้าโฮลสีธรรมชาติ ทอผ้าโฮล ๔) ตำบลเขวาสินรินทร์ หมู่ ๑๑ คือ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านนาโพธิ์ ทอผ้าพื้นเรียบ ลายราชวัตร ๕) ตำบลปราสาททอง คือ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสามโค ทอผ้าไหมลายอันลูยซีม ๖) ตาบลตากูก หมู่ ๑ คือ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านตากูก ทอผ้าลายดอกพิกุล นอกจากนี้อำเภอเขวาสินรินทร์มีการทอผ้าไหมพื้นเมืองเพื่อนำไปใช้ในประเพณีต่าง ๆ เช่น แต่งงาน งานบวช งานขึ้นบ้านใหม่ งานบุญ งานศพ ล้วนเกี่ยวเนื่องกับวิถีแห่งผ้าไหมสุรินทร์ทั้งสิ้น[๔๐] (๒) ด้านประเกือม ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ผู้ขายสินค้าร้านลุงป่วนเครื่องเงินโบราณ ได้ให้ข้อมูลว่า ในอดีตการทำเครื่องประดับของชุมชนแห่งนี้เป็นการทำจากทองคำแต่เวลาต่อมาทองคำมีราคาสูงขึ้นมาจึงไม่สะดวกที่จะนำทองคำมาทำเป็นเครื่องประดับดังนั้นเมื่อประมาณ พ.ศ. ๒๕๒๑ เป็นต้นมา จึงได้หันมาทำเครื่องเงินแทนเพราะราคาถูกและสถานที่ในการจัดหาสะดวกมากกว่าทองคำมาก ตัวผลิตภัณฑ์เครื่องเงินมีคุณภาพสูงเพราะทำจากเนื้อเงินแท้จึงได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าที่ซื้อสินค้าตลอดมา

๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ ข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ คือ (๑) ด้านผ้าไหม นางสุภาพ อุตส่าห์ดี. สัมภาษณ์ ให้สัมภาษณ์ว่า กลุ่มสตรีทอผ้าไหมเขวาสินรินทร์ กลุ่มที่ ๓ ตั้งสำนักงานอยู่ทบ้านเลขที่ ๒๐๑ หมู่ มีนางพูนสุข ถือฉลาด เป็นประธานกลุ่ม นางสงวน คงสกุล เป็นรองประธาน นางสุภาพ ครบหมาย เป็นเลขานุการ นางสาวสารวน ห้องขวาง เป็นเหรัญญิก นางอรุณี ยอดบุตร นางยุพา เจริญมาก นางสำเร็จ จองอยู่ นางอรุณศรี ผ่องใส เป็นกรรมการ ตั้งขึ้นครั้งแรกวันที่ ๖ เดือนตุลาคม พ.ศ.๒๕๔๖ โดยกรมพัฒนาชุมชน เป็นผู้รับรองและให้แรงบันดาลใจในการตั้งกลุ่มคือ คนในชุมชน โดยกรรมการกลุ่มปรึกษากันเรื่องการทอผ้ายก แต่ก่อนบ้านเขวาสินรินทร์เป็นหมู่บ้านแรกในจังหวัดสุรินทร์ที่มีการทอผ้ายก และทอเก็บลายผ้ายก ต่อมาชาวอำเภอชุมพล มาจ้างคนบ้านเขวาสินรินทร์ให้ไปสอนเก็บลายยกดอก ต่อมาชาวอำเภอชุมพลรวมกลุ่มกันเลยมีชื่อเสียง และว่าตนเองเป็นกลุ่มแรกที่ทอผ้ายก ชาวบ้านเขวาสินรินทร์ จึงมีความคิดที่จะรวบรวมลาย รวบรวมความคิดของคนในชุมชนให้เป็นกลุ่ม จึงคิดให้มีการจัดตั้งกลุ่มมาถึงทุกวันนี้ ปัจจุบันมีสมาชิก ๒๐๐ คน การทอผ้าส่วนมากแม่ค้าในหมู่บ้านจะสั่งจากกลุ่มและนำไปขายให้ ผ้ายกดอกกลุ่มจะส่งให้แม่ค้าในหมู่บ้านชุดละ ๒,๘๐๐ บาท[๔๑] กระบวนการรวมกลุ่มของกลุ่มผลิตผ้าไหมที่นี่มีเทคนิคการผลิตเฉพาะตัวซึ่งได้รับการสืบทอดกรรมวิธีการผลิตแบบนี้มาแต่บรรพบุรุษ เช่น การเลี้ยงไหม การสาวไหม การย้อมสี การมัดหมี่ และการทอ ได้มีการคัดเลือกวัตถุดิบและคิดค้นพัฒนากรรมวิธีการผลิต เพื่อให้ได้ผ้าไหมที่มีคุณภาพ ทำให้ชื่อเสียงและคุณภาพเป็นที่ยอมรับ (๒) ด้านประเกือม ข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ผู้ขายสินค้าร้านลุงป่วนเครื่องเงินโบราณ ได้ให้ข้อมูลว่า การคัดเลือกวัตถุดิบในปัจจุบันได้สั่งซื้อมาจากกรุงเทพฯ เป็นวัตถุดิบที่มีเนื้อเงินสูงถึงร้อยเปอร์เซ็นต์จึงทำให้เครื่องเงินที่ผลิตออกมาเป็นสิ่งมีคุณค่าสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ที่เราได้ผลิตขึ้นในชุมชนแห่งนี้ด้วย

๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต ข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ คือ (๑) ด้านผ้าไหม กระบวนการผลิตผ้าไหมที่นี่มีเทคนิคการผลิตเฉพาะตัวซึ่งได้รับการสืบทอดมาแต่บรรพ

---

[๔๐] นางประนอม ขาวงาม. บ้านเลขที่ ๑๖ หมู่ ๑ บ้านเลขที่ ๒๒ หมู่ ๑ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์, **สัมภาษณ์,** ๒๒ สิงหาคม ๒๕๖๒.

[๔๑] นางสุภาพ อุตส่าห์ดี. บ้านเลขที่ ๒๓ หมู่ ๓ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๒๒ สิงหาคม ๒๕๖๒.

บุรุษ เช่น การเลี้ยงไหม การสาวไหม การย้อมสี การมัดหมี่ และการทอ ได้มีการคิดค้นพัฒนากรรมวิธีการผลิต เพื่อให้ได้ผ้าไหมที่มีคุณภาพ นางอรุณี ยอดบุตร อายุ ๓๘ ปี ช่างทอผ้า ยกดอกกล่าวว่า ให้สัมภาษณ์ว่า ผ้าทอจะเปลี่ยนลายไปเรื่อย เช่น ผ้ายกดอกลายดอกพิกุล ลายมงกุฎเพชร ทำลายดาวล้อมเดือน เป็นลายที่คนอื่นเขาเลือกลายมาให้ทอ และตั้งชื่อเอง ได้แรงบันดาลใจมาจากผ้าตามกรุงเทพฯ จึงนำมาดัดแปลงโดยวาดใส่กระดาษก่อนแล้วจึงทอตาม เช่น ลายหยดน้ำ (๒) ด้านประเกือม ข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ นายป่วน เจียวทอง เมื่อได้สัมภาษณ์กระบวนการหรือวิธีการผลิตผู้ให้สัมภาษณ์ได้แนะนำให้ดูที่ป้ายเครื่องเงินโบราณซึ่งป้ายดังกล่าวได้รับการสนับสนุนโดยสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเขวาสินรินทร์มีรายละเอียดปรากฏอยู่ในป้ายดังนี้ ๑) วัสดุอุปกรณ์ มี ๑๔ อย่างดังนี้ คือ ๑. เม็ดเงิน ๒. น้ำประสานเอาไว้เชื่อม ๓. เบ้าหลอมสำหรับหลอมเงิน ๔. เครื่องรีด ๕. แป้นดึงลวด ๖. เหล็กดัดดอก ๗. เหล็กตุ๊ดตู่ ๘. คีม ๙. กรรไกร ๑๐. เบ้าหลอมดัดเป็นวงกลมสำหรับวางเชื่อม ๑๑. เครื่องเป่าไฟ ๑๒. น้ำมันเบนซิน ๑๓. แปลงทองเหลือง ๑๔. น้ำยาล้างเครื่องเงิน ๒) การทำเครื่องเงินมี ๑๗ ขั้นตอนดังนี้ ๑. ชั่งเม็ดเงิน ๒. หลอมเทใส่ราง ๓. เข้าเครื่องรีด(แบบลวด) ๔. ดึงกับแป้นดึงลวดให้ได้ขนาดตามที่ต้องการ ๕. เข้าเครื่องรีดให้แบน ๖. ดัดดอกตามลายที่ต้องการ ๗. เชื่อมเพื่อที่จะตัดดอกให้เสมอ ๘. หลอมเทใส่รางเพื่อรีดสำหรับทำเป็นฐานร่าง ๙. เอาดอกที่ตัดมาเชื่อมกับฐานล่างซึ่งฐานล่างต้องเอาตุ๊ดตู่ตอกตามขนาดที่ต้องการ ๑๐. เหล็กตุ๊ดตู่หรือเหล็กปั๊มขนาดวงกลมแล้วค่อยตอกเป็นนูนตามที่เราต้องการ ๑๑. ดึงลวดเงินเส้นเล็กขนาดที่เราต้องการแล้วเอามาปั่นเกลียวโดยใช้สว่านมือม้วนเป็นรูปวงกลมเอาไปเผาเป็นรูปไข่ปลาเพื่อนำไข่ปลาวางเชื่อมบนดอกพริก ๑๓. พันลวดเล็ก ๆ เพื่อทำเป็นลายก้นหอยเอาไปวางรอบ ๆ ดอกพริก ๑๔. ประกอบดอกกะเกาตามรูปงานและแบบที่ต้องการ ๑๕. นำมาขัดด้วยน้ำยาล้างจานหรือแชมพูแล้วใช้แปรงทองเหลืองขัดให้สะอาดกลายสีข้าวเงา ๑๖. ล้างน้ำเปล่า ๓ ครั้ง ตากแดดให้แห้งหรือใช้ไดเป่าก็ได้ ๑๗. นำไปสวมใส่ประดับตกแต่งตามร่างกายเพื่อความสวยงาม[๔๒] เหล่านี้คือกระบวนการหรือวิธีการผลิตเครื่องเงินในปัจจุบัน

**ภาพที่** ๔.๑๕ วิธีการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ร้านลุงป่วน เจียวทอง

---

[๔๒] นายป่วน เจียวทอง, ครูภูมิปัญญาไทยรุ่นที่ ๖ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, บ้านเลขที่ ๖๓ หมู่ ๓ ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๘ ธันวาคม ๒๕๖๒.

๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก (๑) ด้านผ้าไหม ข้อมูลจากการเข้าไปสังเกตตามร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในจังหวัดสุรินทร์ได้พบว่ามีการทำบรรจุภัณฑ์สำหรับใส่ผ้าไหมให้กับลูกค้ามีการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก สำหรับการซื้อหาไปเป็นของฝากหรือเป็นของที่ระลึกทรงคุณค่าเป็นอย่างยิ่งจึงถือได้ว่าบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์เป็นอย่างดี (๒) ด้านประเกือม ข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ผู้ขายสินค้าร้านลุงป่วนเครื่องเงินโบราณ ได้ให้ข้อมูลว่า สำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นที่นี้ยังไม่ได้ทำลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาซื้อสินค้าที่นี้ทางร้านจะใส่ในถุงกระดาษหรือถุงพลาสติกให้กับลูกค้า ส่วนการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรกมีตั้งแต่การนำเสนอภายในร้านเอง การนำออกร้านที่ส่วนราชการขอมา การนำเสนอในสื่อสิ่งพิมพ์ การนำเสนอในสื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ ตลอดทั้งสื่อออนไลน์ต่าง ๆ จึงทำให้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวรับรู้จากสื่อต่าง ๆ เหล่านี้

**ภาพที่** ๔.๑๖ บรรจุภัณฑ์นำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก

๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน ข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ คือ (๑) ด้านผ้าไหม นางเอือม แยบดี ให้สัมภาษณ์ว่า การจำหน่ายผ้าไหมจะรวมกลุ่มกันไปขายในตัวเมืองในราคาผืนละ ๒,๕๐๐ บาท (มีทั้งหมด ๔ เมตร) ถ้าไม่ได้ไปขายเองก็จะมีผู้มารับซื้อก็มี ผ้าที่ทอส่วนมากเป็นผ้ามัดหมี่ ได้แก่ ลายโกนกะแอก (ลายลุกนก) ลายตันเลบ๊อต ลายโคมเจ็ด ลายกระแซ มูยโคมเจ็ด ลายดอกมะเขือ ลายระเบอะ เป็นผ้าเก่าแก่ทอประกวดได้ที่ ๑ พ.ศ.๒๕๒๔ ได้เงินรางวัล ๓๐,๐๐๐ บาท ลายยกดอกลูกแก้ว ลายยกดอกลูกแก้วโกนกะแอก ลายโซ่ เป็นผ้าของสุรินทร์แต่ไปเห็นเขาโชว์ที่ประเทศฟิลิปปินส์ ลายลูกอ๊อด ลายราช ลายราชวัตร ลายเกล็ดเต่า ลายปะกาออมอันปรม ลายโฮล ผ้าอันลูยซีม และลายสร้างสรรค์ชุดอนุรักษ์สัตว์ ธรรมชาติ ประกอบด้วยสิงโต ต้นไม้ ดอกไม้ นกคู่ ผีเสื้อ[๔๓] (๒) ด้านประเกือม คือ ด้านช่องทางจัดจำหน่ายเครื่องเงินโบราณเขวาสินรินทร์

---

[๔๓] นางเอือม แยบดี. บ้านเลขที่ ๑๔ หมู่ ๑ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์, **สัมภาษณ์,** ๒๒ สิงหาคม ๒๕๖๒.

ในปัจจุบัน นอกจากมีผู้ซื้อเดินทางมาซื้อถึงในหมู่บ้านแล้ว ยังมีการจำหน่ายผ่านตัวแทนที่รับไปขายตามร้านจิวเวลรี่ ร้านขายของที่ระลึก ตลอดจนการจัดแสดงรูปแบบสินค้าผ่านทางหน้าเว็บไซต์เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุด นอกจากนี้ สินค้ายังเริ่มเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากต่างประเทศ มีประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ญี่ปุ่น เป็นต้น

๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ ข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ คือ (๑) ด้านผ้าไหม นางชุติกาญจน์ งามเลิศ ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ในอดีตที่ผ่านมาการทอผ้าเป็นเพราะแม่พาทำตั้งแต่สมัยเรียนมัธยมต้น อายุประมาณ ๑๔ ปี และนำไปขายที่ตัวเมืองสุรินทร์ ส่งให้คนจีน คือ เจ๊ก มิ้งไหมไทย สุรินทร์ไหมไทย ส่งขายผืนละ ๖๐๐-๗๐๐ บาท เพราะตอนนั้นไหมราคาถูก ผ้าที่ส่งไปขายเป็นผ้าโบราณ ได้แก่ ผ้าลายอันปรม ผ้าลายสาคู ผ้าลายโฮล ผ้าลายสัตว์ต่าง ๆ เช่น ผ้าลายไก่ ผ้าลายนก พอระยะหลังผันตัวเองมาเป็นคนค้าขายเสียเอง และเคยทอผ้าส่งประกวดที่ตำหนักภูพาน ได้รับรางวัลที่ ๒ และที่ ๓ ตอนนั้นสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถทรงเสด็จไปช่วยเหลือราษฎรที่ตำหนักภูพานราชนิเวศน์ ผ้าที่ส่งไปประกวดเป็นผ้าลายสร้างสรรค์ ลายโบราณ ผ้าไหมพื้นเรียบ ผ้าสี ลายผ้าประยุกต์ ลายพัฒนามีลายประดิษฐ์ มีรูปนก สิงโต ช้าง ผีเสื้อ ต้นไม้ ดอกไม้ ลายโบราณ เช่น ผ้าลายอันปรม ผ้าลายโฮล ผ้าลายเกร็ดเต่า ผ้าลายลำเบอะ (ระเบอะ) (๒) ด้านประเกือม ในการผลิตเครื่องประดับเงินนิยมนำประเกือมมาร้อยเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องประดับ ความโดดเด่นของประเกือมถูกนำเสนอผ่านลวดลายต่าง ๆ ที่แกะสลักอยู่โดยรอบเม็ด เช่น ลายถุงเงิน หมอน หกเหลี่ยม กรวย กระดุม ตะโพน ดอกบัว ตาราง ดอกพิกุล เป็นต้น

๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค ข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ คือ (๑) ด้านผ้าไหม นางชุติกาญจน์ งามเลิศ ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ในอดีตที่ผ่านมาการทอผ้าเป็นเพราะแม่พาทำตั้งแต่สมัยเรียนมัธยมต้น อายุประมาณ ๑๔ ปี และนำไปขายที่ตัวเมืองสุรินทร์ ส่งให้คนจีน คือ เจ๊กมิ้งไหมไทย สุรินทร์ไหมไทย ส่งขายผืนละ ๖๐๐-๗๐๐ บาท เพราะตอนนั้นไหมราคาถูก ผ้าที่ส่งไปขายเป็นผ้าโบราณ ได้แก่ ผ้าลายอันปรม ผ้าลายสาคู ผ้าลายโฮล ผ้าลายสัตว์ต่าง ๆ เช่น ผ้าลายไก่ ผ้าลายนก พอระยะหลังผันตัวเองมาเป็นคนค้าขายเสียเอง เพื่อให้เห็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภคได้อีกคณะผู้วิจัยได้สำรวจต่ออีกได้พบว่าได้มีการนำเสนอทางสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย เป็นต้น (๒) ด้านประเกือม คือ มีตั้งแต่การนำเสนอภายในร้านเอง การนำออกร้านที่ส่วนราชการขอมา การนำเสนอในสื่อสิ่งพิมพ์ การนำเสนอในสื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ ตลอดทั้งสื่อออนไลน์ต่าง ๆ

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ จากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว สรุปได้ ๘ ประเด็น คือ ๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค คือ ด้านผ้าไหมระยะแรกผ้าที่ทอส่วนมากเป็นผ้ามัดหมี่ หมี่คั่น และลายสร้างสรรค์ ปัจจุบันประยุกต์มีลายมาผสมให้สวยงามถูกใจ เช่น ลายถ้วย ลายนกยูง ลายนกคู่ ลายกระสไน(ลายร่างแห) ลายก้านแย่ง(ลายไทย) หมี่คั่น(อันลูนซีม) ลายพญานาค ลายโคมห้า ลายพนมเปญ หมี่คั่นประยุกต์ ด้านประเกือม ที่ลูกค้านิยมมากมักเป็นเครื่องประดับประเภทต่างหูและสร้อยคอ เนื่องจากมีลวดลายสวยงามแตกต่างจากที่อื่น ๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ คือ ด้านผ้าไหมในที่นี้เป็นสินค้า OTOP ที่คัดสรรส่งเข้าประกวดและได้รับรางวัลในระดับ ๕ ดาว มาแล้วจำนวน ๒

ผลิตภัณฑ์ เมื่อ พ.ศ. ๒๕๕๑ ด้านประเกือม ตัวผลิตภัณฑ์เครื่องเงินมีคุณภาพสูงเพราะทำจากเนื้อเงินแท้จึงได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าที่ซื้อสินค้าตลอดมา ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ คือ ด้านผ้าไหม มีเทคนิคการผลิตเฉพาะตัว ซึ่งได้รับการสืบทอดกรรมวิธีการผลิตแบบนี้มาแต่บรรพบุรุษ เช่น การเลี้ยงไหม การสาวไหม การย้อมสี การมัดหมี่ และการทอ ได้มีการคัดเลือกวัตถุดิบและคิดค้นพัฒนากรรมวิธีการผลิต เพื่อให้ได้ผ้าไหมที่มีคุณภาพ ทำให้มีชื่อเสียงและคุณภาพเป็นที่ยอมรับ ด้านประเกือม การคัดเลือกวัตถุดิบได้สั่งซื้อมาจากกรุงเทพฯ มีเนื้อเงินสูงถึงร้อยเปอร์เซ็นต์ทำให้เครื่องเงินที่ผลิตออกมาเป็นที่เชื่อถือและยอมรับของคนทั่วไป ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต คือ ด้านผ้าไหม ที่นี่มีกระบวนการผลิตเฉพาะตัวซึ่งได้รับการสืบทอดมาแต่บรรพบุรุษ เช่น การเลี้ยงไหม การสาวไหม การย้อมสี การมัดหมี่ และการทอ ได้มีการคิดค้นพัฒนากรรมวิธีการผลิต เพื่อให้ได้ผ้าไหมที่มีคุณภาพ ผ้าทอเปลี่ยนลายไปเรื่อย บางลายได้แรงบันดาลใจจากที่ผ้ากรุงเทพฯ นำมาดัดแปลงวาดใส่กระดาษก่อนจึงทอตามมีลายหยดน้ำ เป็นต้น ด้านประเกือม มีกระบวนการหรือวิธีการผลิตดังนี้ (๑) วัสดุอุปกรณ์ มี ๑๔ อย่าง คือ เม็ดเงิน น้ำประสานเอาไว้เชื่อม เบ้าหลอมสำหรับหลอมเงิน เครื่องรีด แป้นดึงลวด เหล็กดัดดอก เหล็กตุ๊ดตู่ คีม กรรไกร เบ้าหลอมดัดเป็นวงกลมสำหรับวางเชื่อม เครื่องเป่าไฟ น้ำมันเบนซิน แปลงทองเหลือง และน้ำยาล้างเครื่องเงิน (๒) การทำเครื่องเงิน มี ๑๗ ขั้นตอน คือ ชั่งเม็ดเงิน หลอมเทใส่ราง เข้าเครื่องรีด(แบบลวด) ดึงกับแป้นดึงลวดให้ได้ขนาดตามที่ต้องการ เข้าเครื่องรีดให้แบน ดัดดอกตามลายที่ต้องการ เชื่อมเพื่อที่จะตัดดอกให้เสมอ หลอมเทใส่รางเพื่อรีดสำหรับทำเป็นฐานร่าง เอาดอกที่ตัดมาเชื่อมกับฐานล่างซึ่งฐานล่างต้องเอาตุ๊ดตู่ตอกตามขนาดที่ต้องการ เหล็กตุ๊ดตู่หรือเหล็กปั๊มขนาดวงกลมแล้วค่อยตอกเป็นนูนตามที่เราต้องการ ดึงลวดเงินเส้นเล็กขนาดที่เราต้องการแล้วเอามาปั่นเกลียวโดยใช้สว่านมือม้วนเป็นรูปวงกลมเอาไปเผาเป็นรูปไข่ปลาเพื่อนำไข่ปลาวางเชื่อมบนดอกพริก พันลวดเล็ก ๆ เพื่อทำเป็นลายก้นหอยเอาไปวางรอบ ๆ ดอกพริก ประกอบดอกกะเกาตามรูปงานและแบบที่ต้องการ นำมาขัดด้วยน้ำยาล้างจานหรือแชมพูแล้วใช้แปรงทองเหลืองขัดให้สะอาดกลายสีข้าวเงา ล้างน้ำเปล่า ๓ ครั้ง ตากแดดให้แห้งหรือใช้ใดเป่าก็ได้ และนำไปสวมใส่ประดับตกแต่งตามร่างกายเพื่อความสวยงาม ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก คือ ด้านผ้าไหม การเข้าไปสังเกตตามร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในจังหวัดสุรินทร์ได้พบว่ามีการทำบรรจุภัณฑ์สำหรับใส่ผ้าไหมให้กับลูกค้ามีการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรกเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์ ด้านประเกือม บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นที่นี้ยังไม่ได้ทำทางร้านใส่ในถุงกระดาษหรือถุงพลาสติกให้กับลูกค้า การนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์มีการนำเสนอภายในร้านเอง นำออกร้านที่ส่วนราชการขอมา นำเสนอในสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน คือ ด้านผ้าไหม มีรวมกลุ่มกันไปขายในตัวเมืองในราคาผืนละ ๒,๕๐๐ บาท (มีทั้งหมด ๔ เมตร) และมีผู้มารับซื้อกับกลุ่มทอผ้าไหมเอง ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวเข้ามาซื้อในชุมชน มีการบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง หากไม่พอใจสินค้ายินดีรับคืน ด้านประเกือม นอกจากมีผู้ซื้อเดินทางมาซื้อถึงในหมู่บ้านแล้ว ยังมีการจำหน่ายผ่านตัวแทนที่รับไปขายตามร้านจิวเวลรี่ ร้านขายของที่ระลึก จัดแสดงรูปแบบสินค้าผ่านทางหน้าเว็บไซต์ให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุด สินค้าที่ผลิตเป็นที่รู้จักของต่างประเทศ มีสวิตเซอร์แลนด์ และญี่ปุ่น เป็นต้น ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ คือ ด้านผ้าไหม แบรนด์ที่ได้รับความเชื่อถือของคนทั่วไปตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุ

จุบัน คือ เจ๊ก มิ้งไหมไทย และ สุรินทร์ไหมไทย เพราะผลิตจากที่นี่ส่งขายผืนละ ๖๐๐-๗๐๐ บาท ด้านประเกือม แบรนด์เครื่องเงินที่นี่มีความโดดเด่นถูกจนถูกนำเขียนไว้ในคำขวัญของจังหวัดสุรินทร์ การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการดังกล่าวได้นำเสนอผ่านลวดลายต่าง ๆ ที่แกะสลักอยู่โดยรอบเม็ด เช่น ลายถุงเงิน หมอน หกเหลี่ยม กรวย กระดุม ตะโพน ดอกบัว ตาราง ดอกพิกุล เป็นต้น ๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค คือ ด้านผ้าไหม และประเกือม มีการนำเสนอทางสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ด้านประเกือม มีการนำเสนอภายในร้านผู้ผลิตเอง นำออกร้านที่ส่วนราชการขอมา นำเสนอในสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย

### ๔.๓.๓ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์

การวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ในแต่ละหัวข้อได้มาจากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ ซึ่งจะได้ทำการวิเคราะห์ดังนี้

๔.๓.๒.๑ ข้อมูลจากแบบบันทึกเอกสารและแบบสัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการ ได้แบ่งการบันทึกและสัมภาษณ์ออกเป็น ๕ ประเด็น คือ ๑) ที่มาของแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม ๒) ความหมายการสร้างมูลค่าเพิ่ม ๓) หลักการสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่ม ๔) ประเภทการสร้างมูลค่าเพิ่ม และ ๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งข้อมูลส่วนนี้ได้วิเคราะห์และนำเสนอไว้แล้วในหัวข้อที่ว่าด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

๔.๓.๒.๒ ข้อมูลจากแบบบันทึกการสังเกต มีประเด็นสังเกต ๕ ด้าน คือ ๑) ด้านอาหารพื้นบ้าน ๒) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๓) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ๔) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ๕) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งข้อมูลส่วนนี้ได้วิเคราะห์และนำเสนอไว้แล้วในหัวข้อที่ว่าด้วยอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์

๔.๓.๒.๓ ข้อมูลจากแบบบันทึกการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว มีการสัมภาษณ์ใน ๘ ประเด็น คือ ๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก ๖) การบริการให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ ๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แต่ละประเด็นมีดังต่อไปนี้

๑) ประเด็นความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ได้ข้อสรุป คือ คือ นักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนชุมชนหมู่บ้านปราสาทขอมส่วนใหญ่ต้องการมาเที่ยวชมปราสาท เช่น ปราสาทภูมิโปน[๔๔] กลุ่มปราสาทตาเมือน ปราสาทตาควาย อำเภอพนมดงรัก[๔๕] ความต้องการและ

---

[๔๔] นายทศ แม่นผล, สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลดม, หมู่ ๕ ตำบลดม อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๙ มิถุนายน ๒๕๖๓.

รสนิยมของผู้บริโภคดังกล่าวยังมีอยู่ในหมูบ้านบ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมอื่นอีก เช่น หมู่บ้านท่องเที่ยวปราสาทช่างปี่ หมู่บ้านท่องเที่ยวปราสาทศีขรภูมิหรือปราสาทระแงง เป็นต้น

๒) ประเด็นตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ได้ข้อสรุป คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นตัวที่เป็นจุดขายให้กับนักท่องเที่ยวในที่นี่ คือ “ปราสาทขอมโบราณ” เพราะเป็นอัตลักษณ์สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนหมู่บ้านปราสาทขอมแห่งนี้ สำหรับทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นตัวที่เป็นจุดขายให้กับนักท่องเที่ยวตัวอื่นมักมีสัญลักษณ์ที่มีความเชื่อโยงกับปราสาทขอมโบราณ และเป็นจุดขายรองลงมา เช่น กาละแมศีขรภูมิ ผ้าไหม เสื่อกก พรมเช็ดเท้า รองเท้าหนัง และอาหารท้องถิ่น เช่น แกงไก่บ้านใส่หยวกกล้วยแต่ถ้าเป็นชุมชนเขมรเป็นแกงไก่บ้านใส่ลูกกล้วยดิบ แกงขี้เหล็กใส่มะเขือพวง ตำมะเขือพวง ไก่ย่างสมุนไพร ไส้กรอกวุ้นเส้นสมุนไพร หมูเส้น สาคูไส้หมู ไข่เค็มสมุนไพร ซุปหน่อไม้ แกงเห็ดเช่น ขนมฝักบัว ขนมนางเล็ด มะยมเชื่อม กล้วยมัน เผือก ฟักทอง กล้วยฉาบ ขนมข้าวเขิบ ขนมเปียกปูน เป็นต้น ล้วนเป็นสิ่งที่มีความยึดโยงช้างและเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายรองลงมาจากปราสาทขอมโบราณทั้งสิ้น[๔๖] การให้บริการด้านการนำเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมบางชุมชนมีโปรมแกรมการท่องเที่ยวนำเสนอ โดยจัดพิมพ์เป็นแผ่นพับไว้บริการนักท่องเที่ยว เช่น โปรแกรมการท่องเที่ยวบ้านภูมิโปน (๑ วัน ๑ คืน)[๔๗] ด้านกาละแมศีขรภูมิมีบริการให้กับนักท่องเที่ยวทุกวันหลายเจ้าในอำเภอศีขรภูมิ ตามปั้มน้ำมัน ปตท.หลายแห่งในเขตจังหวัดสุรินทร์ หรือ ร้านเฮียง เฮียง ในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น

๓) ประเด็นการคัดเลือกวัตถุดิบ ได้ข้อสรุป คือ (๑) ประเภทวัตถุดิบที่นำมาสร้างปราสาทขอมในเขตจังหวัดสุรินทร์ มี ๓ ชนิด ได้แก่ ประเภทหินทราย (Sandstone) เป็นหินตะกอนที่ประกอบด้วยเศษหิน หินทรายนี้มีสีต่าง ๆ หลายสี เช่น เหลือง แดง เทา น้ำตาล ขาว เทา การสร้างปราสาทขอมนั้นได้ใช้ศิลาแลงเป็นส่วนประกอบในหลายส่วนของตัวปราสาท เช่น การก่อสร้างทับหลัง ส่วนประกอบของประตู ส่วนประกอบของหน้าต่าง หรือ ส่วนที่แกะสลักเป็นลวดลายดังที่พบในปราสาทตาเมือนธม เป็นต้น ประเภทศิลาแลง (Laterite) เป็นหินชนิดหนึ่งที่มีสนิมเหล็กและมีรูพรุนอยู่ทั่วตัว ศิลาแลงเป็นวัสดุสำคัญที่นำมาใช้ในการสร้างปราสาทขอมในจังหวัดสุรินทร์ ใช้สร้างเป็นส่วนประกอบ ต่าง ๆ หลายส่วนของตัวปราสาท เช่น กำแพงผนัง ทางเดิน ฐานของปราสาทดังที่พบในปราสาทภูมิโปน ปราสาทตาเมือนธม เป็นต้น และ ประเภทอิฐ (Bricks) ก้อนของอิฐมีรูปเป็นทรงสี่เหลี่ยม ซึ่งก้อนอิฐที่นำมาใช้ในการก่อสร้างโบราณสถานกลุ่มปราสาทขอมนั้น มีส่วนประสมที่สำคัญ คือ ดินทราย ดินเหนียว และเศษกรวด ก้อนของอิฐมีลักษณะเป็นทรงสี่เหลี่ยมและ มีก้อนที่ใหญ่โตกว่าก้อนอิฐในปัจจุบัน การก่อสร้างเป็นการก่อด้วยอิฐสลับปูน ปราสาทขอมที่สร้างด้วยอิฐส่วนใหญ่จะมีขนาดไม่ใหญ่โตมากนัก อิฐนี้เป็นส่วนประกอบที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในการสร้างปราสาทขอมและปราสาทขอมบางแห่งได้มีการนำเอาอิฐมาใช้เป็นวัสดุในการก่อสร้างเกือบทั้งหลัง ดังที่พบใน

---

[๔๕] นางสาวยศยา ใจเย็น, ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านพนมดิน, หมู่ ๔ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๙ มิถุนายน ๒๕๖๓.

[๔๖] นายสยาม แสนแก้ว, ผู้ใหญ่บ้าน, หมู่ ๕ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๙ มิถุนายน ๒๕๖๓.

[๔๗] นายพงษ์รัตน์ ปัดภัย, ผู้ใหญ่บ้าน, หมู่ ๕ ตำบลดม อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๙ มิถุนายน ๒๕๖๓.

ปราสาทภูมิโปน ปราสาทศีขรภูมิ เป็นต้น เกี่ยวกับประเภทวัสดุที่นำมาสร้างปราสาทขอมนี้ นางปริญญา สุขใหญ่ ผู้ช่วยหัวหน้าพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสุรินทร์ ได้ให้ความเห็นว่า “ปราสาทขอมสร้างขึ้นจาก อิฐ หินทราย และศิลาแลง สำหรับหินทรายจะนำมาทำเป็นกรอบประตูของปราสาทเนื่องจากสามารถจำหลักเป็นลวดลายและเป็นรูป ต่าง ๆ ได้ง่าย ส่วนศิลาแลงนำมาทำเป็นฐานกำ แพงผนังทางเดินของปราสาท เนื่องจากศิลาแลงมีรูพรุนไม่สามารถนำมาจำหลักเป็นลวดลายและเป็นรูป ต่าง ๆ ได้ จึงไม่นิยมมาทำเป็นกรอบประตู” และ (๒) กาละแมศีขรภูมิผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไป พบว่ามีการคัดเลือกวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต เช่น กาละแมสดศีขรภูมิตราปราสาทเดียวมีการเลือกวัตถุดิบมีส่วนผสมที่สำคัญคือ กะทิ ๖๐ % แป้ง ๒๐ % น้ำตาล ๑๐ % และอื่น ๆ ๑๐ % เป็นต้น จึงทำให้กาละแมศีขรภูมิตราปราสาทเดียวดังกล่าวมีลักษณะ คือ เหนียว นุ่ม หอม มัน รสชาติดี หากได้รับประทานก็จะติดใจในรสชาติ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวมักซื้อติดมือกลับไปเป็นของฝากเสมอ

๔) ประเด็นกระบวนการหรือวิธีการผลิต ได้ข้อสรุป คือ (๑) ตัวปราสาทขอมโบราณ แบ่งตามรูปแบบของสถาปัตยกรรมได้เป็น ๓ รูปแบบ คือ แบบปราสาทหลังเดียว แบบปราสาทสามหลัง และแบบปราสาทห้าหลัง ดังนี้ แบบปราสาทหลังเดียว ตั้งอยู่บนฐานยกขึ้นสูงเหนือพื้นดิน เช่น ปราสาทสังข์ศิลป์ชัย ตั้งอยู่ที่บ้านจาน ตำบลกระเทียม อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ เป็นปราสาทองค์เดียว เป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส ตั้งอยู่บนฐานสูง ปราสาทตาควาย ตั้งอยู่บริเวณช่องตาควาย บ้านไทยนิยมพัฒนา ตำบลบักได อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์ ตัวปราสาทสร้างด้วยหินทรายตั้งอยู่บนฐานของปราสาทที่สร้างด้วยศิลาแลง เป็นต้น แบบปราสาทสามหลัง ตั้งอยู่บนฐานเดียวกัน เช่น ปราสาทภูมิโปน ตั้งอยู่ที่บ้านภูมิโปน ตำบลดม อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วยปราสาทอิฐ ๓ หลัง และฐานปราสาทสร้างด้วยศิลาแลง ๑ หลัง ตั้งเรียงกันจากเหนือไปใต้ ปราสาทบ้านไพล ตั้งอยู่ที่บ้านปราสาท ตำบลเชื้อเพลิง อำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น และ แบบปราสาทห้าหลังตั้งอยู่ในฐานเดียวกัน เช่น ปราสาทศีขรภูมิหรือปราสาทระแงง ตั้งอยู่ที่บ้านปราสาท ตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ เป็นปราสาทที่ตั้งอยู่บนเนินดิน ประกอบด้วยปราสาทอิฐจำนวน ๕ หลัง ตั้งอยู่บนฐานศิลาแลงเดียวกัน ส่วนกระบวนการผลิตมีขั้นตอนและรายละเอียดมากขอยกไว้จะไม่นำมากล่าวในที่นี่ (๒) การผลิตกาละแมสดศีขรภูมิ (ตราปราสาทเดียว) คัดสรรวัตถุดิบในการผลิตอย่างดีและมีคุณภาพ เพื่อลูกค้า มะพร้าวสั่งคัดพิเศษ มาขูด และคั้นกะทิสดเอง เคี่ยวต้มใส่ด่างสีดำ เป็นสีธรรมชาติ ที่ได้จากการเผาเปลือกมะพร้าวแบบโบราณ นำมาต้มเคี่ยวใส่น้ำตาลเป็นเวลาประมาณ ๑ ชั่วโมง จึงจะยกมาใส่กระทะเตรียมกวนกับแป้งข้าวเหนียว กวนผสมกันนาน ๓-๔ ชั่วโมง แล้วยกออกมาเทเพื่อให้เย็น เสร็จแล้วก็จะหยิบเป็นชิ้นๆ ห่อด้วยใบตอง และก็ห่ออีกชั้นด้วยกระดาษแก้วและนำบรรจุถุงจำหน่าย

๕) ประเด็นบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก ได้ข้อสรุป คือ (๑) ปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ มีการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก ทั้งในสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ภาพเขียนและโปสเตอร์ตามหน่วยงานของรัฐและเอกชน ตลอดจนออกร้านแสดงผลิตภัณฑ์ชุมชนในงานประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น (๒) กาละแมสดศีขรภูมิ (ตราปราสาทเดียว) มีการสร้างบรรจุภัณฑ์สวยงามในหนึ่งถุงมี ๑๗ ชิ้น เก็บได้นานประมาณ ๓ วัน เพราะไม่ใช้วัตถุกันเสีย สูตรเด็ด เคล็ดลับการ

ทำกาละแมเป็นที่รู้จักกันมานานในหมู่เครือญาติของเจ้าของผู้ผลิต เนื่องจากทำกันมานานตามสายของเครือญาติหลายรุ่นจากรุ่นสู่รุ่นทำให้มีประสบการณ์สูง ทำให้สามารถผลิตกาละแมที่มีคุณภาพสูง จนได้รับราวัลระดับห้าดาว สำหรับเคล็ดลับในการกินกาละแมให้อร่อย เจ้าของร้านผู้ผลิตได้แนะนำไว้ว่าให้แกะห่อกาละแมออกคลี่ออกมาโดยไม่ต้องหยิบตัวกาละแม เอาใส่ปาก จมูกก็ดมกลิ่นใบตองแห้งที่ถูกรีดด้วยเตารีดถ่านโบราณ จะทำให้ได้รับความ เหนียว นุ่ม หอม มัน เป็นต้น

๖) ประเด็นการบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน ได้ข้อสรุป คือ (๑) ด้านตัวปราสาทขอม ในหมู่บ้านท่องเที่ยวปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์หลายแห่งมีบริการและให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวที่แวะมาเยี่ยมเยียน เช่น มีมัคคุเทศก์หรือไกด์ เป็นผู้ช่วยเหลือให้ข้อมูลความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับตัวปราสาท เช่น สถานที่ตั้งของปราสาท ประวัติของปราสาท สภาพทั่วไปของปราสาท ภาพจำหลักที่ปรากฏในปราสาท ตลอดทั้งวัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ชุมชน วิถีชีวิตของคนในชุมชนหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม (๒) ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น กาลแมกาละแมสดศีขรภูมิ (ตราปราสาทเดียว) มีบริการให้ความรู้ตามบรรจุภัณฑ์เนื้อหาเกี่ยวกับวัน เดือน ปี ที่ทำการผลิตและหมดอายุ ส่วนผสมสำคัญ วัตถุดิบใช้เป็นส่วนผสมที่สำคัญ น้ำหนักสุทธิ เครื่องหมายที่ได้รับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จัดส่งการให้บริการขายหน้าร้าน จัดส่งจำหน่ายตามปั๊มน้ำมัน ปตท.และส่งขายที่ร้าน เฮียง เฮียง ในตัวเมืองสุรินทร์ เป็นต้น

๗) ประเด็นการสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ ได้ข้อสรุป คือ แบรนด์ของผลิตภัณฑ์เห็นได้ทั่วไปในคำขวัญของหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอมในจังหวัดสุรินทร์ เช่น อำเภอศีขรภูมิ มีคำขวัญ ว่า “ศีขรภูมิลือเลื่อง เมืองหลวงพ่อปิ่น ปราสาทหินงามเด่น ลำพอกเย็นน้ำใส ผ้าไหมสวยชวนแล กาละแมรสดี เปรมปรีสระสีเหลี่ยม เปี่ยมล้นภาษา ล้ำค่าวัฒนธรรม” สำหรับหมู่บ้านท่องเที่ยวปราสาทภูมิโปน คือ “ภูมิโปนเมืองโบราณ ตำนานเนียงด็อกทม ชมสระรอบหมู่บ้าน ชิมอาหารพื้นเมือง เลื่องลือข้าวหอม งามพร้อมผ้าไหม หลากหลายผลิตภัณฑ์ ชาวบ้านสามัคคี” ส่วนหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทตาเมือน คือ “หนองคันนาชายแดน สายแนนวัฒนธรรมโบราณ สืบสานปราสาทตาเมือน” จะเห็นได้ว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมที่ปรากฏในคำขวัญสอดคล้องกันอย่างหนึ่ง คือ “ปราสาท” ในที่นี่หมายถึงปราสาทขอมโบราณซึ่งมีมากกว่า ๓๕ แห่งในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ ดังนั้นเมื่อสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นในหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจึงได้นำเอาปราสาทขอบมาเป็นแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ๆ เช่น กาละแมสดศีขรภูมิ (ตราปราสาทเดียว) หรือ กาลแมกาละแมสดศีขรภูมิ (ตราแม่บัวหน้อย) มีปราสาทศีขรภูมิห้าหลัง เป็นต้น

๘) ประเด็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค ได้ข้อสรุป คือ อำเภอศีขรภูมิมีทรัพยากรการท่องเที่ยวมีชื่อเสียงในจังหวัดสุรินทร์ ที่สำคัญคือเป็นที่ตั้งปราสาทศีขรภูมิหรือปราสาทระแงง แต่ละปีมีนักท่องเที่ยวแวะเวียนมาชมไม่ขาดสาย นอกจากปราสาทศีขรภูมิที่มีชื่อเสียงแล้ว ของฝากที่อำเภอนี้ก็มีชื่อเสียงไม่แพ้กัน เป็นของฝากที่ใครได้มาที่นี่ก็ไม่พลาดที่จะซื้อติดมือไปเป็นของอยู่เสมอ คือ (๑) ปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ มีการนำเสนอให้เข้าถึงผู้บริโภคทั้งในสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ภาพเขียนและโปสเตอร์ตามหน่วยงานรัฐและเอกชน ตลอดจนออกร้านแสดงผลิตภัณฑ์ชุมชนในงานประเพณีต่าง ๆ (๒) กาละแมสดศีขรภูมิ ทั้งตราปราสาทเดียว หรือตราแม่บัวหน้อย มีการนำเสนอให้เข้าถึงผู้บริโภคหลายทาง คือ นำออกขายหน้า

ร้านผู้ผลิตเอง ส่งขายตามปั้มน้ำมัน ปตท. ต่าง ๆ ที่มีอยู่ทั่วในเขตจังหวัดสุรินทร์ ส่งขายตามร้านขายของฝากในตัวมองจังหวัดสุรินทร์ มีบริการขายทางออนไลน์ ส่งตรงถึงมือผู้บริโภคภายใน ๑ วัน มีบริการจัดส่งด่วนผ่านทั้งทาง Kerry รถทัวร์ และ รถไฟ มียอดขายจากตลาดออนไลน์ยอดเพิ่มขึ้นมากตามลำดับ เป็นต้น

สรุปการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม จังหวัดสุรินทร์ มี ๘ ประเด็น ๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมส่วนใหญ่ต้องการมาเที่ยวชมกลุ่มปราสาทขอม เช่น ปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน ปราสาทช่างปี่ ปราสาทศีขรภูมิหรือปราสาทระแงง เป็นต้น ๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดขายคือปราสาทขอม เช่น ปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน ปราสาทช่างปี่ ปราสาทศีขรภูมิ ด้านบริการการ คือ การนำเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม เช่น โปรแกรมการท่องเที่ยวบ้านภูมิโปน (๑ วัน ๑ คืน)[๔๘] สำหรับกาละแมศีขรภูมิมีบริการให้กับนักท่องเที่ยวทุกวันหลายเจ้าในอำเภอศีขรภูมิ ตามปั้มน้ำมัน ปตท.หลายแห่งในเขตจังหวัดสุรินทร์ หรือร้านเฮียง เฮียง ในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ คือ (๑) ตัวปราสาทขอมโบราณ พบว่ามีการคัดเลือกวัตถุดิบที่สร้างปราสาทขอมมีอยู่ ๓ ชนิดด้วยกัน คือ ประเภทหินทราย (Sandstone) ประเภทศิลาแลง (Laterite) และประเภทอิฐ (Bricks) (๒) กาละแมศีขรภูมิมีการคัดเลือกวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต เช่น กาละแมสดศีขรภูมิตราปราสาทเดียวมีวัตถุดิบส่วนผสมที่สำคัญ คือ กะทิ ๖๐ % แป้ง ๒๐ % น้ำตาล ๑๐ % และ อื่น ๆ ๑๐ % เป็นต้น ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต คือ (๑) ปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ แบ่งตามหลักสถาปัตยกรรม มี ๓ แบบ คือ แบบปราสาทหลังเดียว แบบปราสาทสามหลัง และแบบปราสาทห้าหลัง ส่วนกระบวนการผลิตมีขั้นตอนและรายละเอียดมากขอยกไว้ไม่นำมากล่าวในที่นี่ ๒) กระบวนการผลิตกาละแมสดศีขรภูมิ (ตราปราสาทเดียว) เริ่มจากการคัดสรรวัตถุดิบ คือ มะพร้าว นำมาขูด คั้นเอากะทิสด เคี่ยวต้มใส่ด่างสีดำที่ได้จากการเผาเปลือกมะพร้าวแบบโบราณ ต้มเคี่ยวใส่น้ำตาลประมาณ ๑ ชั่วโมง ยกออกใส่กระทะกวนกับแป้งข้าวเหนียว ๓-๔ ชั่วโมง ยกมาเทให้เย็น หยิบออกเป็นชิ้น ๆ ห่อด้วยใบตองกล้วยและห่ออีกชั้นด้วยกระดาษแก้วและบรรจุถุงนำออกจำหน่าย ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก คือ (๑) ปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ มีการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าทั้งในสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ภาพเขียนและโปสเตอร์ตามหน่วยงานรัฐและเอกชน ตลอดจนออกร้านแสดงผลิตภัณฑ์ชุมชนในงานประเพณีต่าง ๆ (๒) กาละแมสดศีขรภูมิ (ตราปราสาทเดียว) มีการสร้างบรรจุภัณฑ์สวยงาม นำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก ในหนึ่งถุงมี ๑๗ ชิ้น ๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน คือ (๑) ด้านตัวปราสาทขอม หลายแห่งมีบริการและให้ความรู้นักท่องเที่ยว เช่น มีมัคคุเทศก์หรือไกด์ ให้ความรู้ ด้านสถานที่ตั้งของปราสาท ประวัติ สภาพทั่วไป ภาพหรือลายจำหลัก วัฒนธรรมประเพณีความเชื่อ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ชุมชน วิถีชีวิตของคนในชุมชน (๒) ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น กาละแมสดศีขรภูมิ (ตราปราสาทเดียว) มีบริการให้ความรู้ตามบรรจุภัณฑ์ เช่น วัน เดือน ปี ที

---

[๔๘] นายพงษ์รัตน์ ปัดภัย, ผู้ใหญ่บ้าน, หมู่ ๕ ตำบลดม อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๙ มิถุนายน ๒๕๖๓.

ผลิตและหมดอายุ ส่วนผสมสำคัญ วัตถุดิบที่ใช้ น้ำหนักสุทธิ เครื่องหมายที่ได้รับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา การขายหน้าร้าน การจัดส่งจำหน่ายตามสถานที่ต่าง ๆ เป็นต้น ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ คือ “ปราสาท” ในที่นี่หมายถึงปราสาทขอมโบราณซึ่งมีมากกว่า ๓๕ แห่งในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ ดังนั้นเมื่อสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นในหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจึงได้นำเอาปราสาทขอบมาเป็นแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ๆ เช่น กาละแมสดศีขรภูมิ (ตราปราสาทเดียว) หรือ กาลแมกาละแมสดศีขรภูมิ (ตราแม่บัวหน้อย) มีปราสาทศีขรภูมิห้าหลัง เป็นต้น ๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค คือ (๑) ปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ มีการนำเสนอให้เข้าถึงผู้บริโภคทั้งในสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ภาพโปสเตอร์ ตามหน่วยงานรัฐและเอกชน ตลอดจนออกร้านแสดงผลิตภัณฑ์ชุมชนในงานประเพณีต่าง ๆ (๒) กาละแมสดศีขรภูมิ มีการนำเสนอหลายทาง ทั้งนำออกจำหน่ายหน้าร้านผู้ผลิตเอง ส่งจำหน่ายตามปั๊มน้ำมัน ปตท. ต่าง ๆ ตามร้านขายของฝากในตัวเมืองสุรินทร์ มีบริการขายทางออนไลน์ ส่งตรงถึงผู้บริโภคใน ๑ วัน มีบริการจัดส่งด่วนผ่านทาง Kerry รถทัวร์ และ รถไฟ เป็นต้น

ภาพที่ ๔.๑๗ ปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน และ ปราสาทศีขรภูมิ (เรียงจากซ้ายไปขวา)

### ๔.๓.๔ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

การวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ในแต่ละหัวข้อได้มาจากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ ซึ่งจะได้ทำการวิเคราะห์ดังนี้

๔.๓.๔.๑ ข้อมูลจากแบบบันทึกเอกสารและแบบสัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการ ได้แบ่งการบันทึกและสัมภาษณ์ออกเป็น ๕ ประเด็น คือ ๑) ที่มาของแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม ๒) ความหมายการสร้างมูลค่าเพิ่ม ๓) หลักการสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่ม ๔) ประเภทการสร้างมูลค่าเพิ่ม และ ๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งข้อมูลส่วนนี้ได้วิเคราะห์และนำเสนอไว้แล้วในหัวข้อที่ว่าด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

๔.๓.๔.๒ ข้อมูลจากแบบบันทึกการสังเกต มีประเด็นสังเกต ๗ ด้าน คือ ๑) ด้านอาหารพื้นบ้าน ๒) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๓) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ๔) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ๕) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ๖) ด้านศาสนสถาน และ ๗) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ซึ่งข้อมูลส่วนนี้ได้วิเคราะห์และนำเสนอไว้แล้วในหัวข้อที่ว่าด้วยอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

๔.๓.๔.๓ ข้อมูลจากแบบบันทึกการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว มีการสัมภาษณ์ใน ๘ ประเด็น คือ ๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก ๖) การบริการให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ ๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แต่ละประเด็นมีดังต่อไปนี้

๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค เมื่อสัมภาษณ์ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรสนิยมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชนิดใด ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

(๑) บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์ มีลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาเที่ยวที่นี่เขาอยากเห็นสิ่งซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของที่นี่มีแต่ในที่ท่องเที่ยวอื่นไม่มี ดังนั้นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาเที่ยวจึงมีรสนิยมทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภันฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น การมีช้างจำนวนมากในหมู่บ้านช้างแห่งนี้ ด้านอาหารพื้นบ้าน ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านศาสนสถาน ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เป็นต้น เหล่านี้ต้องมีแหล่งที่มาหรือมีความยึดโยงเกี่ยวกับความเป็นช้าง เพราะที่นี่คือชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง ดังนั้นทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นตัวใดที่มีความยึดโยงกับช้างจึงเป็นที่นิยมของลูกค้า[๔๙]

(๒) บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนผลิตขึ้นมาหลายอย่างได้มีการรณรงค์ ส่งเสริม สนับสนุน เพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ น้อยมาก อย่างไรก็ตามยังมีลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งรู้จักเราโดยสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอสำโรงทาบ ได้สนับสนุนกิจกรรมของชุมชนโดยนำทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชนออกพิมพ์เผยแพร่ทางสื่อสิ่งพิมพ์แผ่นพับบ้านตะเคียน[๕๐] และสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์ได้สนับสนุนกิจกรรมของชุมชนโดยนำทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชนออกพิมพ์เผยแพร่ทางสื่อสิ่งพิมพ์คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ๘๕ แอ่งเล็กเช็คอิน ตลอดทั้งชุมชนได้นำทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ชุมไปออกร้านตามงานประเพณีต่าง ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและแวะมาเยี่ยมเยียน สำหรับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่นี่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้ให้ความสนใจทุกตัว แต่ผลิตภัณฑ์ตัวที่ขายได้มากและขายดีกว่าตัวอื่นคือ ตีนซิ่น เนื่องจากมีราคาไม่สูงมากนัก คือ ขายเพียงชิ้นละ ๔๐๐ บาท ตีนสิ้นชิ้นหนึ่งคนในชุมชนต้งใช้เวลาในการผลิตประมาณ ๔

---

[๔๙] นายสายฟ้า ศาลางาม, เจ้าของร้านค้า OTOP, บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒.

[๕๐] นางสุรางค์ อยู่พะเนียด, ครูชำนาญการพิเศษ, โรงเรียนบ้านตะเคียนกูยวิทยา หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒.

วัน เพราะต้องตั้งใจทำสุดฝีมือ มีความละเอียดลออ ประณีตเป็นอย่างมาก การขายในราคานี้จึงมีความเหมาะสม นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ตัวอื่นนักท่องเที่ยวก็ได้ให้ความสนใจเช่นกันแต่เนื่องจากมีราคาสูงจึงขายน้อยกว่าตีนซิ่น เช่น ผ้าไหมลายลูกแก้ว เสื้อแซว ผ้าซิ่นระวี กระเป๋าผ้าไหมตีนซิ่นและแถบซิ่น ที่รองแก้วทำจากผ้าไหม เป็นต้น[๕๑]

(๓) บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ มีลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากเห็นสิ่งซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของที่นี่ ดังนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาเที่ยวจึงมีรสนิยมทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภันฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น วัดเขาศาลาอตุลฐานจาโรเป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ มีภูเขา มีโขดหิน มีป่าไม้ มีแหล่งน้ำ มีศาสนสถานซึ่งมีความสวยงาม เช่น ประตูโขงของวัด พญานาคซึ่งภายในลำตัวเป็นทางเดินขึ้นสู่วัด และมีศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เช่น มีรูปเหมือนของพระสุปฏิบัติและมีวัตถุมงคลให้นักท่องเที่ยวได้เช่าไว้บูชาด้วย[๕๒] เป็นต้น เป็นต้น

**ภาพที่** ๔.๑๘ ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีผลิตภัณฑ์ตัวไหนบ้างที่เป็นจุดขายให้กับนักท่องเที่ยว ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

(๑) บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นตัวที่เป็นจุดขายให้กับนักท่องเที่ยวในที่นี่ คือ “ช้าง” เพราะช้างคืออัตลักษณ์สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนหมู่บ้านช้างแห่งนี้ สำหรับทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นตัวที่เป็นจุดขายให้กับนักท่องเที่ยวตัวอื่นล้วนเป็นผลผลิตที่เกิดจากช้าง และเป็นจุดขายรองลงมา เช่น ศูนย์คชศึกษา เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ระหว่างคนกับ

---

[๕๑] นางสุรางค์ อยู่พะเนียด, ครูชำนาญการพิเศษ, โรงเรียนบ้านตะเคียนกูยวิทยา หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒.

[๕๒] พระสุรกาญจน์ สุทธิดี, พระติดตาม พระราชวิสุทธิมุนี (เยื้อน ขนฺติพโล), วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๕ มกราคม ๒๕๖๓.

ช้างที่มีความผูกพันกันตั้งแต่เกิดจนตาย พิพิธภัณฑ์ช้าง เป็นสถานที่แสดงเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับช้าง คชอาณาจักร เป็นโครงการภายใต้องค์การสวน สัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์มีวัตถุประสงค์เพื่อนำช้างคืนถิ่น สุสานช้าง เป็นสถานที่เก็บรวบรวมกระดูกหรือ ประวัติของช้างแต่ละเชือก ตลอดทั้งข้อมูลของช้างและวังทะลุ เป็นบริเวณที่แม่น้ำชีและแม่น้ำมูลไหลมา บรรจบกันที่บ้านตากลาง ตำบลกระโพ ก่อนไหลลงสู่แม่นำโขง ที่จังหวัดอุบลราชธานี เป็นที่อาบน้ำของช้างในหมู่บ้าน มีทัศนียภาพงดงาม ล้วนเป็นสิ่งที่มีความยึดโยงช้างและเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายรองลงมาจากช้างทั้งสิ้น[๕๓]

(๒) บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ สำหรับทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายในชุมชนแห่งนี้ ได้แก่ “ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล” เช่น ประเพณีการไหว้ศาลปู่ตา พระเพณีแห่ดอกไม้ พระเพณีสรงน้ำพระพุทธรูป พระเพณีขนทรายเข้าวัด พระเพณีการก่อเจดีย์ทราย พระเพณีไหว้พระธาตุ สวดสะเดาะเคราะห์ ในเทศกาลสงกรานต์ ประเพณีการทำบุญอุทิศให้ญาติในวันสารท การแต่งกายด้วยผ้าไหมลายพื้นบ้านเสื้อแซวแขนกระบอก สตรีมีสไบเฉียงบ่า บุรุษนุ่งผ้าโสร่ง แบบชาวกูย ภาษาถิ่นใช้สื่อสารกันเป็นภาษากวยหรือกูย การละเล่นคือรำแกลมอหรือแกลออ มีศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคลที่ชุมชนให้ความเคารพและศรัทธาคือพระพุทธรูปสร้างจากไม้ตะเคียนโบราณ ที่กล่าวมานี้ถือว่าเป็นจุดขายที่สำคัญให้กับนักท่องเที่ยวในชุมชนแห่งนี้ ส่วนทรัพยากรการท่องเที่ยวตัวอื่นเป็นจุดขายอันรองลงมา เช่น ด้านอาหารพื้นบ้าน ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ท่องเที่ยว และด้านศาสนสถาน เป็นต้น[๕๔]

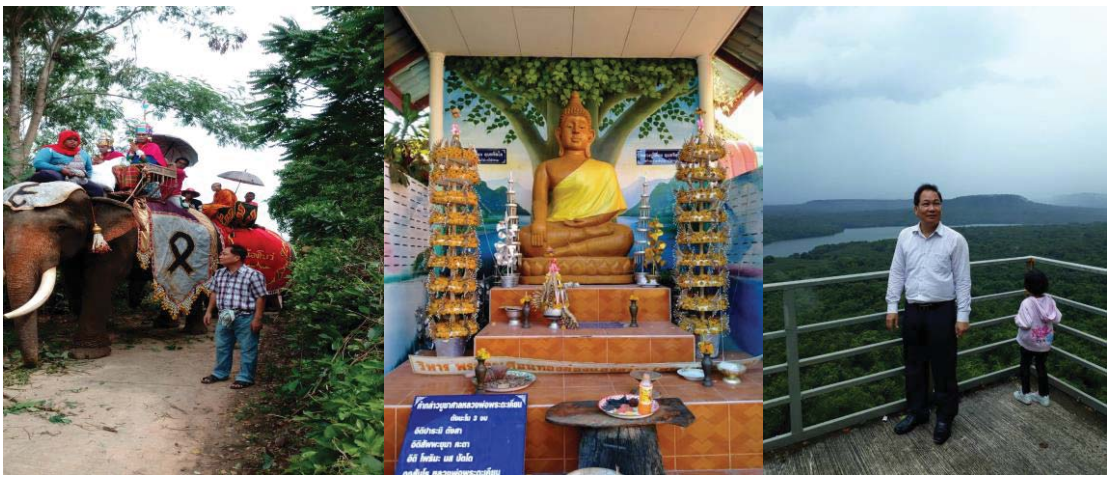
(๓) บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นตัวที่เป็นจุดขายให้กับนักท่องเที่ยวในที่นี่ คือ “วัดเขาศาลาอตุลฐานจาโร”เพราะจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้คือ ธรรมชาติที่มีความงดงามเนื่องจากมีภูเขา มีโขดหิน มีป่าไม้ มีแหล่งน้ำ มีศาสนสถานซึ่งมีความสวยงาม เช่น ประตูโขงของวัด พญานาคซึ่งภายในลำตัวเป็นทางเดินขึ้นสู่วัด และมีศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เช่น มีรูปเหมือนของพระสุปฏิบัติและมีวัตถุมงคลให้นักท่องเที่ยวได้เช่าไว้บูชาด้วย จึงเป็นจุดขายสำคัญทำให้นักท่องเที่ยวมาที่แห่งนี้[๕๕]

---

[๕๓] นายสายฟ้า ศาลางาม, เจ้าของร้านค้า OTOP, บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒.

[๕๔] พระครูอุปกัมวรคุณ, เจ้าอาวาสวัดตะเคียน, บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๒ ธันวาคม ๒๕๖๒.

[๕๕] พระสุรกาญจน์ สุทธิดี, พระติดตาม พระราชวิสุทธิมุนี (เยื้อน ขนฺติพโล), วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๕ มกราคม ๒๕๖๓.



**ภาพที่** ๔.๑๙ ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ เมื่อสัมภาษณ์ว่าผลิตภัณฑ์เป็นจุดขายที่ว่าทำขึ้นจากอะไรบ้าง ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

(๑) บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์ "ช้าง" ที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นจุดขายของหมู่บ้านหนองบัวแห่งนี้ได้ผลิตขึ้นจากวัตถุดิบซึ่งเป็นทุนชุมชน อย่างน้อย ๕ ด้าน คือ ๑) ทุนมนุษย์ หมายถึง คนในชุมชนหมู่บ้านช้าง มีความรู้ ความสามารถ ตลอดจนทักษะหรือความชำนาญ รวมถึงประสบการณ์เกี่ยวกับช้างในหลายมิติ และสามารถจะนำสิ่งเหล่านี้มารวมเข้าด้วยกันจนเกิดเป็นศักยภาพของชุมชน หรือเป็นทรัพยากรที่สำคัญและมีคุณค่า ซึ่งจะทำให้ชุมชนหมูบ้านช้างมีความสามารถสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งขันซึ่งมีทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทเดียวกันนี้ ๒) ทุนทางสังคม หมายถึง ชุมชนหมู่บ้านช้างมีความสัมพันธ์ทางสังคมหรือโครงสร้างทางสังคมที่สามารถเรียกเอาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้ ๓) ทุนกายภาพ หมายถึง สินทรัพย์ที่ไม่ใช่มนุษย์ของชุมชนหมู่บ้านช้าง เช่น ช้าง วัตถุดิบที่เกิดจากช้าง พืช สัตว์ และสิ่ง อื่น ๆ ที่ช่วยในกระบวนการผลิต ในชุมชนหมู่บ้านช้างที่สามารถเรียกเอาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ๔) ทุนทางธรรมชาติ หมายถึง สินทรัพย์ทางธรรมชาติในบริเวณชุมชนหมู่บ้านช้าง เช่น วังทะลุ ธรรมชาติริมสองฝั่งลำน้ำชี ซึ่งนำมาเป็นวัตถุดิบในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถเรียกเอาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้ ๕) ทุนการเงิน หมายถึง เงินที่ชุมชนหมู่บ้านช้างจัดหามาผลิตสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน เช่น ได้รับสนับสนุนเงินจากงบประมาณแผ่นดินในโครงการคชอาณาจักร และศูนย์คชศึกษา ได้รับเงินงบประมาณสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น และ ทุนทางวัฒนธรรม อย่างน้อย ๘ ด้าน คือ (๑) อาหาร (๒) การแต่งกาย (๓) ที่อยู่อาศัย (๔) ประเพณี (๕) ภาษา (๖) อาชีพ (๗) ความเชื่อ (๘) ศิลปะพื้นถิ่น เป็นต้น วัตถุดิบที่เป็นทุนชุมชนและทุนทางวัฒนธรรมดังกล่าวมานี้เป็นวัตถุดิบที่นำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์เป็นจุดขายซึ่งมีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีชิต วัฒนธรรม ของชุมชนท่องเที่ยวหมูบ้านช้าง เช่น ด้านศาสนสถาน ด้านศาสนวัตถุหรือ

วัตถุมงคล ด้านอาหารพื้นบ้าน ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น[๕๖]

(๒) บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ "ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล" เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นจุดขายของหมู่บ้านช้างแห่งนี้ได้ผลิตขึ้นจากวัตถุดิบซึ่งเป็นทุนชุมชน เช่น ประเพณีการไหว้ศาลปู่ตา พระเพณีแห่ดอกไม้ พระเพณีสรงน้ำพระพุทธรูป พระเพณีขนทรายเข้าวัด พระเพณีการก่อเจดีย์ทราย พระเพณีไหว้พระธาตุ สวดสะเดาะเคราะห์ ในเทศกาลสงกรานต์ ประเพณีการทำบุญอุทิศให้ญาติในวันสารท การแต่งกายด้วยผ้าไหมลายพื้นบ้านและเสื้อแซวแขนกระบอก สตรีมีสไบเฉียงบ่า บุรุษนุ่งผ้าโสร่ง แบบชาวกูย ภาษาถิ่นใช้สื่อสารกันเป็นภาษากวยหรือกูย การละเล่นคือรำแกลมอหรือแกลออ เป็นต้น เหล่านี้คือวัตถุดิบที่เป็นทุนชุมชนบ้านดะเคียน เป็นสิ่งที่คนในชุมชนได้ช่วยกันสร้างเสริม สืบสาน อนุรักษ์ พัฒนา ปฏิบัติ เผยแพร่ต่อ ๆ กันจากรุ่นสู่รุ่นเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน สำหรับศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคลคือพระพุทธรูปสร้างจากไม้ตะเคียนโบราณ วัตถุดิบซึ่งเป็นไม้ตะเคียนได้มาจากญาติโยมอยู่ที่จังหวัดตากบริจาคท่อนไม้ตะเคียนที่ตายมานานแล้วหนึ่งท่อน จึงใส่รถขนมาที่วัดบ้านตะเคียนแล้วนำมาสร้างเป็นพระพุทธรูปไม้ตะเคียนโบราณ ซึ่งต่อมาก็เกิดเหตุการณ์ที่ทำให้เจ้าอาวาสรูปปัจจุบันคือพระครูอุปกัมวรคุณเกิดอาพาธ เป็นเวลานานรักษาไม่หาย จึงได้ทำพิธีเชิญเจ้าแม่ตะเคียนจากท่อนไม้ตะเคียนที่เหลือจากการสร้างพระพุทธรูปให้ออกมาสถิตอยู่กับพระพุทธรูปไม้ตะเคียนโบราณ จากนั้นเจ้าอาวาสก็หายจากอาการอาพาธ เหตุการณ์นี้เป็นที่ทราบกันทั่วไปของชุมชนเห็นว่าพระพุทธรูปไม้ตะเคียนโบราณเป็นศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคลที่มีความขลังและศักดิ์สิทธิ์ประจำวัดตะเคียน จึงให้ความเคารพศรัทธา นับถือกราบไว้บูชาเรื่อยมา เป็นต้น[๕๗]

(๓) บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งเป็นจุดขายสำคัญของที่นี่แบ่งออกได้เป็นสองส่วนใหญ่ด้วยกัน คือ ส่วนแรกเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดจากธรรมชาติ วัตถุดิบที่นำมาใช้ในการจัดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวล้วนเป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วในธรรมชาติ เช่น ภูเขา โขดหิน ป่าไม้ น้ำตกไตรคีรี เป็นต้น ส่วนที่สองเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ประตูโขงของวัด พญานาคซึ่งภายในลำตัวเป็นทางเดินขึ้นสู่วัด รูปเคารพต่าง ๆ รูปเหมือนของพระสุปฏิบัติ และ วัตถุมงคล ซึ่งทางวัดจัดไว้บริการให้นักท่องเที่ยวได้เช่าไว้บูชา วัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต เช่น ปูน เหล็ก ทราย หิน เป็นต้น หาซื้อได้จากร้านขายวัสดก่อสร้างทั่วไป จุดขายสำคัญคือหลักคิดที่นำมาออกแบบให้เป็นอัตลักษณ์ของที่นี่ซึ่งมีความแตกต่างไปจากที่อื่น ๆ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาที่แห่งนี้ ประตูโขงของวัด พญานาคซึ่งภายในลำตัวเป็นทางเดินขึ้นสู่วัดมีความยาวถึง ๒๓๐ เป็นต้น[๕๘]

---

[๕๖] นางสาวศรีสุดา วรครุฑ และ นางวรรยา ยังมูล, ครูโรงเรียนช้างบุญวิทยา,บ้านหนองบัวหมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์ ๑๒ ธันวาคม ๒๕๖๒.

[๕๗] พระครูอุปกัมวรคุณ, เจ้าอาวาสวัดตะเคียน, บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๒ ธันวาคม ๒๕๖๒.

[๕๘] พระสุรกาญจน์ สุทธิดี, พระติดตาม พระราชวิสุทธิมุนี (เยื้อน ขนฺติพโล), วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๕ มกราคม ๒๕๖๓.

**ภาพที่** ๔.๒๐ การคัดเลือกวัตถุดิบ บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีกระบวนการหรือวิธีการทำอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

(๑) บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์ "ช้าง" ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญของบ้านหนองบัวนี้ มีกระบวนการผลิต คือ นำช้างมาเป็นสัตว์เลี้ยงไว้ในครอบครัว ให้ความรัก ให้อาหาร ให้ความห่วงใยเอื้ออาทร ราวกับว่าเป็นสมาชิกหนึ่งในครอบครัว สำหรับในครอบครัวหนึ่ง ๆ อาจมีช้างตั้งแต่หนึ่งหรือมากกว่าหนึ่งเชือก ช้างในหมู่บ้านช้างนี้ก็เหมือนกับสัตว์อื่นทั่ว ๆ ไป เมื่อเลี้ยงไว้นานมีการตกลูกออกมาเรื่อย ๆ จนมีช้างเกิดขึ้นมากมาย การเลี้ยงช้างให้มีการตกลูกออกมาโดยธรรมชาตินี้เองคือกระบวนการหรือวิธีการผลิตช้างซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวของของหมู่บ้านช้างแห่งนี้

(๒) บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ "ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล" ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญของตะเคียนนี้ มีกระบวนการผลิต คือ ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่บรรพบุรุษได้รับสืบต่อกันเรื่อยมาจากรุ่นสู่รุ่น ในแง่กระบวนการหรือวิธีการผลิตชุมชนมิได้สร้างวัฒนธรรมหรือประเพณีเหล่านี้ขึ้นมาใหม่ เพียงแต่มีกระบวนหรือวิธีการเสริมสิ่งใหม่ ๆ บางอย่างเข้ามาในประเพณีวัฒนธรรมที่มีอยู่เหล่านั้นให้มีความโดดเด่น ร่วมสมัยมากขึ้น แต่ยังคงมีการสืบสาน อนุรักษ์ พัฒนา ปฏิบัติ เผยแพร่ สิ่งที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมซึ่งบรรพบุรุษได้รับสืบต่อกันเรื่อยมาจากรุ่นสู่รุ่น ให้คงอยู่มิให้สูญหายไปชุมชน สำหรับศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคลพระพุทธรูปไม้ตะเคียนโบราณ มีกระบวนการหรือวิธีการผลิต คือ เมื่อได้ไม้ตะเคียนโบราณที่มีญาติโยมบริจาคมาแล้วก็นำมาไว้ที่วัด ต่อมาก็ได้ช่างที่มีความชำนาญมาแกะสลักไม้ตะเคียนส่วนหนึ่งให้เป็นพระพุทธรูปจากไม้ตะเคียนโบราณผ่านกระบวนการประกอบพิธีปลุกเสกและพิธีกรรมทางศาสนาอื่น ๆ ตามความเชื่อของชุมชน แล้วนำมาประดิษฐานไว้ที่วัดตะเคียนเพื่อเป็นศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคลให้พุทธศาสนิกชนในชุชนหรือจากที่อื่นเคารพนับถือกราบไว้บูชาเรื่อยมา เป็นต้น

(๓) บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ วัดเขาศาลาซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวของที่นี่เกิดจากแนวคิดของพระอาจารย์เยื้อน ขนฺติพโล

(ปัจจุบัน คือ พระราชวิสุทธิมุนี) ในปี ๒๕๓๑ – ๒๕๓๒ ได้เข้ามาตั้งเป็นสำนักสงฆ์ในที่แห่งนี้ และในปีดังกล่าวก็ได้เสนอโครงการขอจัดตั้งพุทธอุทธยานเขาศาลาต่อกรมการศาสนา วันที่ ๕ พฤศจิกายน ๒๕๓๖ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรฯ สมัยนั้นได้ลงนามอนุมัติให้กรมการศาสนาเข้าทำประโยชน์ในเขตป่าที่คณะรัฐมนตรีมีมติให้รักษาไว้เป็นสมบัติของชาติ คือ ป่าห้วยสำราญท้องที่ตำบลจรัสและตำบลอาโพน อำเภอบัวเชด จังหวัดสุรินทร์ เนื้อที่ ๑๐,๘๖๕ ไร่ เพื่อจัดตั้งพุทธอุทธยานในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และปลูกเสริมป่า จากนั้นก็ได้มีพัฒนาการเรื่อยมาจนเป็นวัดเขาศาลาอตุลฐานจาโรในปัจจุบัน กระบวนการได้มาซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวคือวัดเขาศาลาอตุลฐานจาโร มีดังที่กล่าวมานี้

**ภาพที่** ๔.๒๑ กระบวนการหรือวิธีการผลิต บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีกระบวนการหือวิธีการทำอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

(๑) บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์ “ช้าง” ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญของบ้านหนองบัวนี้ มิได้ใช้บรรจุภัณฑ์เหมือนผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่วยตามศูนย์แสดงสินค้าของชุมชนหรือตามท้องตลาดทั่วไปซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่วยตามศูนย์แสดงสินค้าของชุมชนหรือตามท้องตลาดทั่วไปบรรจุภัณฑ์ถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างหนึ่งในการสร้างมูลค่าเพิ่มเพราะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้ผู้บริโภคสนใจและรับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก แต่สำหรับช้างซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดขายสำคัญของบ้านหนอบัวนี้ไม่สามารถทำเช่นนั้นได้ วิธีเพิ่มมูลค่าเพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจให้กับผู้บริโภคหรือลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ได้รับรู้คือการนำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชนซึ่งมีความยึดโยงกับช้างมานำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ การทำเป็นภาพโปสเตอร์หรือหุ่นจำลองของช้างติดตั้งไว้ตามเส้นทาง สวนสาธารณะ โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐหรือเอกชน ตลอดทั้งนำออกจัดแสดงตามงานเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น เหล่านี้ได้สร้างความสนใจให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก การนำเสนอเกี่ยวกับช้างผ่านสื่อต่าง ๆ ดังกล่าวจึงสามารถนำมาใช้แทนสิ่งที่เป็นบรรจุภัณฑ์ได้

(๒) บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ “ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล” ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญของตะเคียนนี้ มิได้ใช้บรรจุภัณฑ์เหมือนผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่วยตามศูนย์แสดงสินค้าของชุมชนหรือตามท้องตลาดทั่วไป เช่น ผ้าไหมลายลูกแก้วย้อมสีธรรมชาติสีดำจากผลมะเกลือ เสื้อแซว หัวซิ่น ที่รองแก้วจากผ้าไหม กระเป๋าผ้าไหม ตีนซิ่นและแถบซิ่น ข้าวหอมมะลิอินทรีย์คุณภาพดี ข้าวเหนียวแปรรูปเป็นข้าวฮาง สมุนไพรไล่ยุงตะไคร้หอม ผ้าคลุมไหล่ย้อมสีธรรมชาติและผ้าไหมพื้นเมือง สร้อยว่านเปราะหอม ตุ๊กตาชาวกูย เข็มกลัดติดหน้าอกและที่มัดผมจากผ้าไหม เป็นต้น เหล่านี้บรรจุภัณฑ์ถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างหนึ่งในการสร้างมูลค่าเพิ่มเพราะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้ผู้บริโภคสนใจและรับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก แต่สำหรับด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคลช้างซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดขายสำคัญของบ้านตะเคียนไม่สามารถทำเช่นนั้นได้ วิธีเพิ่มมูลค่าเพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจให้กับผู้บริโภคหรือลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ได้รับรู้คือการนำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชนซึ่งมีความยึดโยงกับด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคลมานำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ตลอดทั้งนำออกจัดแสดงตามงานเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น เหล่านี้ได้สร้างความสนใจให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก การนำเสนอเกี่ยวกับช้างผ่านสื่อต่าง ๆ ดังกล่าวจึงสามารถนำมาใช้แทนสิ่งที่เป็นบรรจุภัณฑ์ได้

(๓) บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ วัดเขาศาลาหรือพุทธอุทยานเขาศาลา อตุลฐานะจาโร ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญของบ้านจรัสพัฒนานี้ ตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีป่าและภูเขาล้อมรอบ มีเนื้อที่ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ ๑๐,๘๖๕ ไร่ อุดมสมบูรณ์ไปด้วยพันธุ์ไม้ และสมุนไพรหายาก รวมทั้งสัตว์ป่านานาชนิด เป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำ ลำธาร มีทัศนียภาพงดงาม สภาพแวดล้อมดี เงียบ สงบ ร่มเย็น เหมาะกับการศึกษาปฏิบัติธรรมและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ภายในวัดแห่งนี้มีพระสถูปเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ มีรอยพระพุทธบาทบนหิน มีรูปหล่อพระพุทธรูปปางต่าง ๆ มีรูปหล่อพระสุปฏิบัติที่มีชื่อเสียงหลายรูป มีพระพุทธบารมีสยามบุรีพิทักษ์ เป็นพระพุทธรูปปางนาคปรกสีทองขนาดใหญ่ มีหน้าตักกว้าง ๙ เมตร ประดิษฐานบนยอดเขา มองเห็นแต่ไกลวิธีเพิ่มมูลค่าเพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจให้กับผู้บริโภคหรือลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ได้รับรู้คือการนำกิจกรรมการท่องเที่ยว จึงมิได้ใช้บรรจุภัณฑ์เหมือนผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่วางจำหน่วยตามท้องตลาดทั่วไป แต่สามารถนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ หรือสื่อออนไลน์ เป็นต้น เหล่านี้ได้สร้างความสนใจให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก การนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ ดังกล่าวจึงสามารถนำมาใช้แทนสิ่งที่เป็นบรรจุภัณฑ์ได้

**ภาพที่** ๔.๒๒ บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีการบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน อย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ

(๑) บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์ “ช้าง” ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญของบ้านหนองบัวนี้ มีการพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงบริการให้กับผลิตภัณฑ์ คือ ผู้บริโภคจะได้รับทั้งสิ่งที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ เช่น มีการบริหารช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคซื้อได้ง่าย การให้บริการให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อมีคำถาม คือ ปัญหาหนึ่งที่ชุมชนประสบตอนนี้คือการต้อนรับผู้มาเยือนในฐานะเจ้าบ้านยังทำได้ไม่ดีเท่าที่ควรจะเป็น เจ้าของช้างหรือผู้ขายสินค้าไม่ควรเห็นแก่เงินหรือถือเงินเป็นเป้าหมายเกินไป ควรปรับตัวให้เข้ากับฝ่ายบ้านเมืองหรือราชการการหรือลูกค้าผู้มาเยี่ยมเยียนให้ได้ สิ่งสำคัญคือการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ขณะที่มีลูกค้ามาเยือนหรือไปเยี่ยมเยียนลูกค้าควรพูดจาปราศรัยให้ข้อมูลหรือข้อเสนอแนะอย่างมีน้ำใจ เหมือนกับญาติคนหนึ่งของเรา หลังจากนั้นก็ควรมีช่องทางติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เช่น ทางยูทูบ ทางไลน์ ทางเฟสบุค หรือ อาจจะมีของฝากบ้างตามสมควรก็ได้ เหล่านี้เป็นช่องทางของการให้บริการกับนักท่องเที่ยวขณะขายและหลังการขายได้เป็นอย่างดี[๕๙]

(๒) บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ “ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล” ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญของตะเคียนนี้ ทางชุมชนได้มีการพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงบริการให้กับทรัพยากรท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ ผู้บริโภคจะได้รับทั้งสิ่งที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ เช่น มีการบริหารช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่ายโดยผ่านช่องทางของสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ๘๕ แอ่งเล็ก เช็คอิน จัดทำโปรแกรมการ

---

[๕๙] นายสายฟ้า ศาลางาม, เจ้าของร้านค้า OTOP, บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒.

ท่องเที่ยว กูยตะเคียน ชุมชนต้องเที่ยว ออกเผยแพร่ทางสื่อสิ่งพิมพ์แผ่นพับบ้านตะเคียน[๖๐] หรือสื่อออนไลน์ เช่น ทางยูทูบ ทางไลน์ ทางเฟสบุค ตลอดนำทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ชุมไปออกร้านตามงานประเพณีต่าง ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและแวะมาเยี่ยมเยียน เมื่อให้บริการนักท่องเที่ยวควรพูดจาปราศรัยให้ข้อมูลหรือข้อเสนอแนะอย่างมีน้ำใจเหมือนกับญาติคนหนึ่งของเรา ภายหลังจากการให้บริการหรือเมื่อลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวกลับไปสู่ภูมิลำเนาเราก็มีช่องทางติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้อีกโดยใช้การสื่อสารผ่าน ทางยูทูบ ทางไลน์ หรือทางเฟสบุค หรือโดยฝ่ายภรรยาซึ่งมีคู่สมรสที่เป็นชาวต่างชาติ โดยเฉพาะในชุมชนตำบลสำโรงทาบแห่งนี้มีเขยฝรั่งเป็นจำนวนมาก เมื่อมีเทศกาลงานประเพณีต่าง ๆ ก็จะเข้าร่วมกับชุมชนอยู่เสมอ เหล่านี้เป็นช่องทางของการให้บริการกับนักท่องเที่ยวขณะขายและหลังการขายที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าเป็นอย่างดี[๖๑]

(๓) บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ วัดเขาศาลาหรือพุทธอุทยานเขาศาลา อตุลฐานะจาโร ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญของบ้านจรัสพัฒนานี้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเสน่ห์และคุณค่าในตัวเอง เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยียนทำให้เกิดความประทับใจเริ่มต้นตั้งแต่ทางเข้าสู่วัดซึ่งมีประตูโขงของวัดที่ออกแบบงดงาม เข้ากับบริบทของแหล่งท่องเที่ยวที่มีภูเขา ป่าไม้ และธรรมชาติอีกมากมาย เมื่อเข้าสู่ภายในวัดก็เห็นรูปปั้นเศียรพญานาคขนาดใหญ่อ้าปากกว้างซึ่งที่ตรงนี้เองเป็นทางขึ้นไปสู่วัดเขาศาลาที่สร้างความตื่นตาตื่นใจให้กับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมากเนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องเดินผ่านเข้าไปในปากของพญานาคแล้วพบว่าภายในลำตัวของพญานาคได้สร้างอุโมงค์เป็นทางเดินระยะทางยาวไปตามลำตัวพญานาค ภายในอุโมงค์มีการประดับไฟให้แสงสว่างงดงามเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินขึ้นไปชมจุดท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีอยู่ในวัดเขาศาลาต่อไป การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ เหล่านี้นับว่าเป็นสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงบริการให้กับทรัพยากรท่องเที่ยว คือ ลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวจะได้รับบริการที่ดี ทำให้เกิดความประทับใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งสิ่งที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ เหล่านี้เป็นช่องทางของการให้บริการกับนักท่องเที่ยวขณะขายและหลังการขายที่สร้างความประทับใจให้ลูกค้าเป็นอย่างดี[๖๒]

---

[๖๐] นางสุรางค์ อยู่พะเนียด, ครูชำนาญการพิเศษ, โรงเรียนบ้านตะเคียนกูยวิทยา หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒.

[๖๑] พระครูอุปกัมวรคุณ, เจ้าอาวาสวัดตะเคียน, บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๒ ธันวาคม ๒๕๖๒.

[๖๒] พระสุรกาญจน์ สุทธิดี, พระติดตาม พระราชวิสุทธิมุนี (เยื้อน ขนฺติพโล), วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๕ มกราคม ๒๕๖๓.

**ภาพที่** ๔.๒๓ การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงซ้ายไปขวา)

๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีกระบวนการหือวิธีการทำอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

(๑) บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์ “ช้าง” ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญของบ้านหนองบัวนี้ เป็นแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของชุมชนเป็นสิ่งที่มีความเชื่อมโยงกับช้าง ประเด็นที่สำคัญในการเสริมสร้างคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์คือการสร้างแบรนด์ ซึ่งต้องดำเนินควบคู่กับการสื่อสารแบรนด์ ดังนั้นผู้ขายสินค้าต้องมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ตนกำลังเสนอขายให้กับลูกค้าเพราะผลิตภัณฑ์จะขายได้หรือไม่ผู้ขายมีส่วนสำคัญคือต้องขายเก่งสามารถสื่อสารอย่างต่อเนื่องในทุกจุดที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายสัมผัสได้ทันที เพื่อเสริมสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ๆ ยิ่งบวกกับแบรนด์ซึ่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกว้างขวางก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและตันสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้เร็วขึ้น โดยเฉพาะแบรนด์ที่เกี่ยวกับช้างหรือผลผลิตที่เชื่อมโยงเกี่ยวกับความเป็นช้าง เช่น ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง และฟันช้าง ประเภทเครื่องประดับหางช้าง ประเภทเครื่องมือควาญช้าง ประเภทของชำร่วย และประเภทเครื่องนุ่งห่ม และอื่น ๆ นับเป็นแบรนด์ที่คนทั่วไปรู้จักมีคุณค่าที่ลูกค้าสัมผัสได้ทันที เป็นต้น[๖๓]

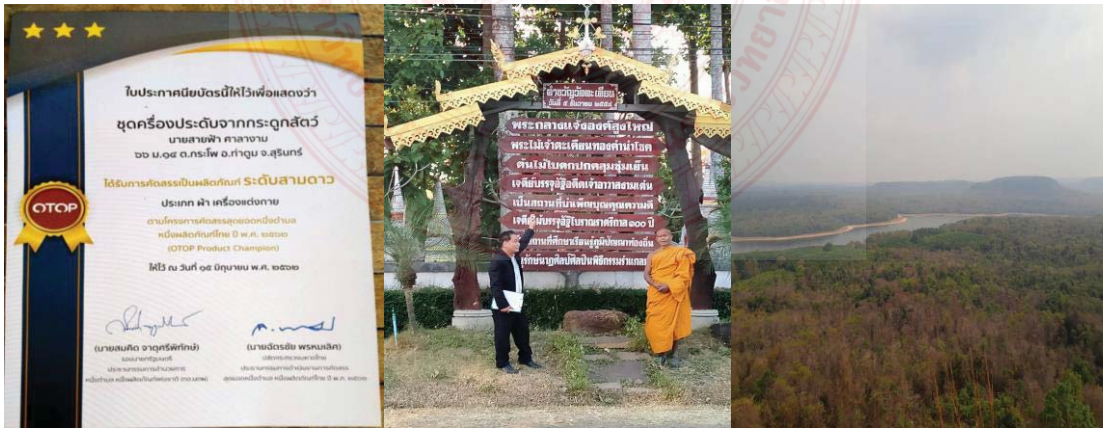
(๒) บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ “ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล” ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญของตะเคียนนี้ เป็นแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของชุมชน ประเด็นการเสริมสร้างคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์คือการสร้างแบรนด์ ซึ่งต้องดำเนินควบคู่กับการสื่อสารแบรนด์ ดังนั้นผู้ขายสินค้าต้องมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ตนกำลังเสนอ

---

[๖๓] นายสายฟ้า ศาลางาม, เจ้าของร้านค้า OTOP, บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒.

ขายให้กับลูกค้า ดังนั้นทางชุมชนจึงได้จัดทำข้อมูลเกี่ยวโปรแกรมการท่องเที่ยว กูยตะเคียน ชุมชนต้องเที่ยว ขึ้นมาโดยเฉพาะซึ่งโปรแกมการท่องเที่ยวดังกล่าวได้มีความเชื่อโยงกับแบรนด์ที่เกี่ยวกับด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เช่น เริ่มที่ตลาดสายใยชุมชนวิถีคนกูย, พิธีเส้นไหว้ศาลปู่ตา (หลวงอุดม), ดูเจเดีย์ไม้โบราณ อายุกว่า ๒๐๐ ปี, ไหว้พระไม้ตะเคียนทองผ่องโชค, ไหว้พระองค์ใหญ่เพื่อเป็นสิริมงคล,ชมพิพิธภัณฑ์ศูนย์เรียนรู้ วิถีกูย, ไม้กลายเป็นหิน, ชมฐานบั้งไฟไม้โบราณ, เที่ยวชมจุดเรียนรู้ ๘ จุด, ชมการรำแกลมอ (หมอรำกูย), บายศรีสู่ขวัญ, ผูกข้อต่อแขน และร่วมทำบุญตักบาตรยามเช้า เป็นต้น[๖๔]

(๓) บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญของวัดเขาศาลาหรือพุทธอุทยานเขาศาลา อตุลฐานะจาโร แห่งนี้คือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมที่ทั้งธรรมชาติที่สวยงาม ตลอดทั้งมีศาสนสถานและศาสนวัตถุที่มีคุณค่าในทางจิตใจ ดังที่ บุญขาน โทขันธ์ ได้เขียนเล่าเรื่องเกี่ยวกับ วนอุทยานเขาศาลา ผานางคอย และน้ำตกไตรคีรี ว่า สถานที่แห่งนี้ตั้งอยู่ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด บริเวณใกล้ชายแดนไทย-กัมพูชา วนอุทยานเขาศาลาเป็นที่ประดิษฐานพระนาคปรก มีผานางคอยหน้าผาสูง มีบรรยากาศเหมาแก่การชมวิว ทิวเขา ป่าไม้ บริเวณด้านล่างเป็นอ่างเก็บน้ำจรัส ห่างไปไม่ไกลนักมีน้ำตกไตรคีรี เป็นน้ำตกที่อยู่ในลำห้วยรุน เดินทางจากอ่างเก็บน้ำจรัสโดยทางเรือ ๔๕ นาที เดินทางทางเท้าต่ออีกประมาณครึ่งชั่วโมงก็ถึงน้ำตกแห่งนี้ หรือหากเดินทางเท้าจากเขาศาลาระยะทางประมาณ ๓ กิโลเมตร ก็ถึงน้ำตกไตรคีรี นี้คือแบรนด์ของแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ คือมีทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมา เป็นต้น




**ภาพที่** ๔.๒๔ การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีกระบวนการหรือวิธีการทำอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

---

[๖๔] นางสุรางค์ อยู่พะเนียด, ครูชำนาญการพิเศษ, โรงเรียนบ้านตะเคียนกูยวิทยา หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒.

(๑) บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่านตูม จังหวัดสุรินทร์ "ช้าง" ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญของบ้านหนองบัวนี้ มีสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์และบิการเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคซึ่งมีการดำเนินการในหลายช่องทาง ตัวอย่างคือ การนำเสนอผ่านช่องทางงานบุญประเพณีต่าง ๆ เช่น ประเพณีงานแต่งงานและจดทะเบียนสมรสบนหลังช้าง ซึ่งมีหนึ่งเดียวในโลก จัดขึ้นในวันที่ ๑๔ กุมภาพันธ์ของแต่ละปี ในระยะเริ่มแรกโดยองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์เป็นเจ้าภาพ แต่ปัจจุบันมีการจัดออกไปนอกพื้นที่ในต่างจังหวัดดังเช่นในกรณีของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ก็ได้นำประเพณีนี้ไปจัดให้มีประเพณีงานแต่งงานและจดทะเบียนสมรสบนหลังช้างที่นั้นด้วย ประเพณีแห่นาช้าง จัดขึ้นประมาณเดือนเมษายนถึงกรกฎาคมของกแต่ละปีในชุมชนหมู่บ้านช้าง ประเพณีแห่เทียนพรรษาและตักบาตรพระบนหลังช้าง ซึ่งจัดขึ้นในวันขึ้น ๑๕ เดือน ๘ หรือ ในเดือนกรกฎาคมของแต่ละปี มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเข้าร่วมในกิจกรรมนี้ ประเพณีงานช้างจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งจัดขึ้นในช่วง วันที่ ๑๐ ถึง ๑๘ เดือนพฤศจิกายน ของแต่ละปี เป็นต้น การนำเสนอผ่านช่องทางการออกร้านในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ เช่น งานช้างแฟร์จังหวัดสุรินทร์ งานเกษตรอินทรีข้าวหอมมะลิจังหวัดสุรินทร์ งานเทศกาลปลาไหลและงานกาชาดอำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งจัดขึ้นในช่วง วันที่ ๑๓ ถึง ๑๗ เดือน ธันวาคม ของแต่ละปี การนำเสนอผ่านช่องทางพิพิธภัณฑ์ ศูนย์การเรียนรู้ และแหล่งท่องเที่ยว เช่น พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสุรินทร์ ศูนย์คชศึกษา คชศึกษา ศาลลาเอราวัณ สุสานช้าง ในชุมชนหมูบ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ นำเสนอผ่านช่องทางสื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ เช่น คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ "เส้นทางวิถีสายคนกับช้าง" แผ่นพับ บ้านตาทิตย์ เป็นต้น (๕) นำเสนอผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ โทรทัศน์ และสื่อวิทยุ เช่น สื่อโทรทัศน์ ช่อง MCOT ในรายการพบค่ำ สื่อสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุรินทร์ สื่อสถานีวิทยุกรจายเสียง อสมท. FM ๑๐๐.๕ รายการก้าวทันข่าวออกอากาศช่วง เวลา ๐๗.๓๐ น.- ๐๘.๐๐ น. เป็นต้น (๖) นำเสนอผ่านหน่วยงานของรัฐ เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์ สำนักงานเลขานุการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น[๖๕]

(๒) บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ "ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล" มีสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์และบิการเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคซึ่งมีการดำเนินการในหลายช่องทาง ตัวอย่าง คือ การนำเสนอโดยใช้สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ เช่น คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ "เส้นทางวิถีสายชาติพันธุ์ เขมร ลาว กูย" แผ่นพับแนะนำการท่องเที่ยว[๖๖] เป็นต้น การนำเสนอผ่านช่องทางการออกร้านในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ เช่น งานช้างแฟร์จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งจัดขึ้นในช่วงประมาณ วันที่ ๑๐ ถึง ๑๘ เดือน พฤศจิกายน ของแต่ละปี นำเสนอผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ เช่น ทางยูทูบ ทางไลน์ ทางเฟสบุค เป็นต้น นำเสนอผ่านหน่วยงานของรัฐ เช่น สำนักงานพัฒนา

---

[๖๕] นายสายฟ้า ศาลางาม, เจ้าของร้านค้า OTOP, บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒.

[๖๖] นางสุรางค์ อยู่พะเนียด, ครูชำนาญการพิเศษ, โรงเรียนบ้านตะเคียนกูยวิทยา หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒.

ชุมชนจังหวัดสุรินทร์ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์ สำนักงานเลขานุการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น

(๓) บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ วัดเขาศาลาหรือพุทธอุทยานเขาศาลา อตุลฐานะจาโร ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญของบ้านจรัสพัฒนานี้ มีสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์และบิการเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคทางสื่อต่าง ๆ ทั้งที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ตามรอยอารยธรรมไผทสมันเมืองสุรินทร์ มหัศจรรย์เมืองสุรินทร์ คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ “เส้นทางวิถีสายคนกับช้าง” นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุรินทร์ และสื่อออนไลน์ เช่น ยูทูปในรายการคนค้นคน[๖๗] เฟสบุค และ ไลน์ เป็นต้น ซึ่งเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภคหรือลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว เป็นต้น

**ภาพที่** ๔.๒๕ การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภคบ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ จากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว สรุปได้ ๘ ประเด็น คือ ๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ความยึดโยงผลิตภัณฑ์เข้ากับความเป็นอัตลักษณ์ของวิถีชุมชนที่เกี่ยวข้องกับความเป็นช้างซึ่งเป็นรสนิยมและความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การมีช้างจำนวนมาก ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ศาสนสถาน ศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล บางแห่งเน้นธรรมชาติ เช่น ภูเขา โขดหิน ป่าไม้ มีแหล่งน้ำ ศาสนสถานที่สวยงาม ๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ คือ ผลิตภัณฑ์จากช้างเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง เครื่องประดับหางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ของชำร่วย เครื่องนุ่งห่ม เช่น เสื้อยืด ผ้าแพร หมอน กรอบรูปตะขอช้างไม้แก่นขาม วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เช่น การรำแกลมอหรือแกลออ การแต่งกายผ้าไหมลายพื้นบ้านเสื้อแซวแขนกระบอกแบบชาวกูย รูปเหมือนพระสงฆ์สุ

---

[๖๗] พระสุรกาญจน์ สุทธิดี, พระติดตาม พระราชวิสุทธิมุนี (เยื้อน ขนฺติพโล), วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๕ มกราคม ๒๕๖๓.

ปฏิบัติ มี หลวงปู่ดุลย์ อตุโล เป็นต้น ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ มีการจัดการทุนที่นำมาใช้เป็นวัตถุดิบ เช่น ทุนมนุษย์ ทุนทางสังคม ทุนกายภาพ ทุนทางธรรมชาติ ทุนการเงิน ทุนทางวัฒนธรรม เป็นต้น ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต คือ มีการเลี้ยงช้างจำนวนมากเมื่อตกลูกเพิ่มประชากรช้างขึ้นเรื่อยจนกลายเป็นชุมชนหมู่บ้านช้าและนำเอาวัตถุดิบที่เกิดจากช้าง เช่น งาช้าง ฟันช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง หางช้าง เป็นต้น มาทำเป็นผลิตภัณฑ์ เครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง หางช้าง เครื่องมือ ควาญช้าง ของชำร่วย เครื่องนุ่งห่ม วัตถุมงคล เครื่องประดับตกแต่งบ้านและรถ เป็นต้น ด้านประเพณีวัฒนธรรมมีกระบวนการหรือวิธีการเสริมสิ่งใหม่ ๆ บางอย่างเข้ามาให้มีความโดดเด่น ร่วมสมัยมากขึ้น เป็นต้น ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก คือ นำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ภาพโปสเตอร์หรือหุ่นจำลองของช้างติดตั้งไว้ตามเส้นทาง สวนสาธารณะ โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐหรือเอกชน และจัดแสดงตามงานเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น ๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน เช่น การให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อมีคำถาม ต้อนรับผู้มาเยือนในฐานะเจ้าบ้านที่ดี ปรับตัวเข้ากับฝ่ายบ้านเมืองให้ได้ มีน้ำใจกับผู้มาเยือนเหมือนกับญาติ การมีช่องทางติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เช่น ทางยูทูป ทางไลน์ ทางเฟสบุค เมื่อสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ส่งออกสู่ตลาดไม่เป็นที่พึงพอใจกับลูกค้าก็ยินดีรับคืนหรือปรับเปลี่ยนใหม่ หรืออาจจะมีของฝากให้กับผู้มาเยือนบ้างตามสมควร ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ จังหวัดสุรินทร์เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปว่าเป็นเมืองช้าง แบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นจุดขายของจังหวัดสุรินทร์ก็คือช้าง นอกจากช้างแบรนด์ที่เป็นจุดขายสำคัญอีกอย่างก็คือวัฒนธรรมของสามเผ่าชน คือ เขมร กูย ลาว เป็นต้น ๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค มีการนำเสนอให้เข้าถึงผู้บริโภคหลายช่องทาง เช่น การนำเสนอโดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในคู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สื่อวิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ การออกร้านในงานสำคัญต่าง ๆ การจัดตั้งสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นภายในชุมชนตนเอง เป็นต้น

## ๔.๔ การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

การวิเคราะห์ข้อมูลการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ คณะผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดของวรรณา วงษ์วานิช ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้ว่ามีความสำคัญทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง และด้านสังคม ของประประเทศ ในหัวข้อนี้คณะผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นกรอบแนวคิดการวิเคราะห์ในประเด็นการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ใน ๓ ด้าน คือ ๑) ด้านเศรษฐกิจ ๑) ด้านการเมือง และ ๓) ด้านสังคม ของประประเทศ ซึ่งจะได้นำมาวิเคราะห์ตามลำดับดังนี้

### ๔.๔.๑ ด้านเศรษฐกิจของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ

คำว่า “เศรษฐกิจ” หมายถึง งานเกี่ยวกับการผลิต การจำหน่ายจ่ายแจก และการบริโภคใช้สอยสิ่งต่าง ๆ ของชุมชน รวมถึงด้านการใช้บริการและการท่องเที่ยวที่มีปัจจัยกระตุ้นต่อการเติบโตของเศรษฐกิจ ดังนั้นการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ได้มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คือ การท่องเที่ยวเป็น

แหล่งที่มาของรายได้เงินตราต่างประเทศ มีบทบาทต่อดุลการชำระเงิน มีบทบาทต่อการเจริญเติบโตและการขยายตัวของการลงทุน มีบทบาทต่อการสร้างงานและกระจายรายได้ ช่วยสนับสนุนให้เกิดการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ซึ่งได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ช่วยเสริมสร้างสัมพันธไมตรีอันดีต่อกันทั้งระหว่างคนในชาติและระหว่างชาติ และมีบทบาทต่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ เป็นต้น

### ๔.๔.๒ ด้านการเมืองของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ

คำว่า “การเมือง” หมายถึง กระบวนการและวิธีการที่จะนำไปสู่การตัดสินใจของกลุ่มคน คำนี้มักถูกนำไปประยุกต์ใช้กับรัฐบาล แต่กิจกรรมทางการเมืองสามารถเกิดขึ้นได้ทั่วไปในทุกกลุ่มคนที่มีปฏิสัมพันธ์กัน ซึ่งรวมไปถึง บรรษัท แวดลงวิชาการ และศาสนา ดังนั้นการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ได้มีความสำคัญต่อการเมืองของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นสื่อที่เกี่ยวข้องต่อความเข้าใจอันดีต่อกันทางการเมือง เช่น ถ้าสถานการณ์ภายในประเทศสงบเรียบร้อย ก็จะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเจริญก้าวหน้าด้วย และในทางกลับกันภาวะตกต่ำของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็ย่อมบอกถึงสภาพทางการเมืองของประเทศได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังสามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับชาวต่างประเทศ สร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน นอกจากนั้นการท่องเที่ยวยังเป็นเครื่องมือในด้านการพัฒนาท้องถิ่นต่าง ๆ เช่น การส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวในบริเวณท้องถิ่นที่อยู่ห่างไกล ทำให้บริเวณนั้นเจริญก้าวหน้าขึ้น เป็นต้น

### ๔.๔.๓ ด้านสังคมของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ

**คำว่า** “สังคม” หมายถึง กลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกันตามระบบกฎเกณฑ์ โดยมีลักษณะการอยู่รวมกันของมนุษย์ที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันหลายรูปแบบ เช่น อาชีพ อายุ เพศ ศาสนา ฐานะ ที่อยู่อาศัย เป็นต้น ดังนั้นการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ได้มีความสำคัญต่อสังคมของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คือ ช่วยสร้างความรู้ความเข้าใจอันดีระหว่างคนในท้องถิ่นหนึ่งกับอีกท้องถิ่นหนึ่ง ช่วยพัฒนาและยกระดับความเจริญของคนในท้องถิ่นนั้นให้สูงขึ้น ก่อให้เกิดความมั่นคงและปลอดภัยในสังคม เป็นการกระจายรายได้ให้แก่เจ้าของท้องถิ่นนั้นอย่างทั่วถึง ช่วยให้มีสุขภาพทางกายและทางจิตที่ดี ช่วยอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมอันดีงามของท้องถิ่น และช่วยกระตุ้นให้นำประเพณีและวัฒนธรรมประจำท้องถิ่นออกมาเผยแพร่ เพื่อดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นในท้องถิ่น ช่วยสร้างความรู้สึกภาคภูมิในและหวงแหนในมรดกและศิลปวัฒนธรรมของตน ช่วยส่งผลให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงภูมิประเทศ และสภาพแวดล้อมของตัวเมืองให้ดีและสวยงาม เป็นต้น

สำหรับอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในด้านเศษฐกิจ สังคม และการเมือง มีดังนี้

๑) การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์มีดังนี้ คือ (๑) ด้านประเพณีวัฒนธรรมและ

ความเชื่อ เช่น การไหว้ศาลปู่ตา ศาลปะกำ แห่นาคบนหลังช้าง พิธีคู่แต่งงานให้คู่บ่าวสาวจดทะเบียนบนหลังช้าง เป็นต้น (๒) ด้านอาชีพ ทำนาเป็นอาชีพหลัก (๓) ภาษา ใช้ภาษากูย เขมร ลาว และภาษาไทย (๔) สถานที่ท่องเที่ยว เช่น ชมศาลปะกำช้าง พิพิธภัณฑ์ชาวกูย สถานที่จัดแสดงเกี่ยวกับอุปกรณ์การคล้อง อุปกรณ์เกี่ยวกับความเป็นอยู่ของชุมชน ศูนย์การเรียนรู้การทำสินค้า OTOP คือ กาทำตะขอช้าง การทำรื่องประดับที่มาจากหางช้าง ศูนย์การเรียนรู้การวาดภาพ ซึ่งสามารถให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมวาดภาพได้ตามจินตนาการ การนั่งช้างเที่ยวชมพูมิประเทศในชุชน กิจกรรมการปลูกป่าเพื่อเป็นอาหารช้าง ชมช้างระบายสี ชมการแสดงของช้างในบริเวณลานแสดงช้างภายในชุมชน (๕) ผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น ตะขอช้างที่มีด้ามทำจากเถาวัลย์บางชนิด เครื่องประดับที่ทำจากหางช้าง เช่น แหวน กำไล เป็นต้น (๖) อาหารพื้นถิ่น เช่น แกงหอยจุ๊บ ต้มไก่บ้านใส่ใบมะขามอ่อน แกงกล้วย ปลาเนื้ออ่อน น้ำพริกลาร้า เป็นต้น

๒) การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวประเกือมและผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์มีดังนี้ คือ (๑) ด้านประเพณีวัฒนธรรมและความเชื่อ เช่น การไหว้ศาลปู่ตา บายศรีสู่ขวัญ ประเพณีแซนโฎนตา ประเพณีเทศมหาชาติ ประเพณีทำบุญออกพรรษา พิธีบูชาเครื่องเงิน(แซนสน๊อป) รำตรๆด และเรือมอันเร เป็นต้น (๒) ด้านอาชีพ มีการประกอบอาชีพ เกษตรกรรม และหัตถกรรม (๓) ภาษา ใช้ภาษาเขมรและภาษาไทย (๔) สถานที่ท่องเที่ยว มี ๒ แหล่ง คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนลุงป่วน เช่น เครื่องเงินเป็นพ่อครูช่าง ภูมิปัญญาชาวบ้าน ศูนย์บริการเศรษฐกิจฐานราก เป็นศูนย์สินค้า OTOP ของชุมชน ศูนญ์พัฒนาการเรียนรู้ ICT ของหมู่บ้าน และ สถานที่จัดแสดงวิถีชีวิต “กลุ่มชาติพันธุ์ไทยเชื้อสานเขมร” เป็นสถานที่จัดแสดงความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ประเพณี อาหาร การแต่งกาย รวมถึงกลุ่มอาชีพต่าง ๆ (๕) ผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น เครื่องประดับที่ทำจากเงินโบราณ เครื่องประดับหินสี ผ้าไหม (๖) อาหารพื้นถิ่น เป็นอาหารในท้องถิ่น เช่น แกงไก่ใส่หยวกกล้วย น้ำพริกปลาร้า เป็นต้น

๓) การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์มีดังนี้ คือ (๑) ปราสาทภูมิโปน หมู่ ๖ บ้านภูมิโปน ตำบลดม อำเภอสังขะ อัตลักษณ์ที่นำมาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยว คือ เป็นปราสาทอิฐ ๓ หลัง เป็นศิลปะขอมสมัยก่อนเมืองพระนคร สร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ ๑๒ ถึง ๑๓ ถือว่าเป็นปราสาทที่มีอายุเก่าแก่ที่สุดที่พบอยู่ในประเทศไทยปัจจุบัน (๒) ปราสาทตาเมือนธม หมู่ ๕ บ้านหนองคันนา ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก อัตลักษณ์ที่นำมาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยว คือ กลุ่มปราสาทตาเมือน สร้างขึ้นในสมัยของพระเจ้าชัยวรมันที่ ๗ มีอายุราวพุทธศตวรรษที่ ๑๘ ที่เรียกว่าธรรมศาลา หรือที่พักคนเดินทาง (บ้านมีไฟ) จากจารึกปราสาทพระขรรธ์กล่าวไว้ว่าพระเจ้าชัยวรมันที่ ๗ โปรดให้สร้างที่พักคนเดินทางไว้จำนวน ๑๒๑ แห่ง ดังนี้ คือ ตามถนนสายต่าง ๆ จำนวน ๕๗ แห่ง (น่าจะเป็น ๕๙) ตามถนนจากเมืองนครหลวง(ยโสธปุระ) ไปยังราชธานีของอาณาจักรจามปา จำนวน ๑๗ แห่ง ตามถนนจากเมืองนครไปยังเมืองพิมาย (อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา) จำนวน ๔๔ แห่ง และตามถนนไปยังเมืองบางเมืองอีก ๑ แห่ง จากการศึกษาของนักวิชาการที่ผ่านมาได้พบว่า โบราณสถานที่อยู่บนเส้นทางเชื่อมต่อกับเมืองพิมายนี้สร้างด้วยศิลาแลงทั้งสิ้น โบราณสถานกลุ่มปราสาทตาเมือนนี้ก็เป็นปราสาทที่สร้างด้วยศิลาแลง จึงน่าจะเป็นหนึ่งในบรรดาปราสาทซึ่งกล่าวถึงที่อยู่บนเส้นทางเชื่อมต่อกับเมืองพิมายนี้ด้วย (๓) ปราสาทช่างปี่ หมู่ ๑ บ้าน

ช่างปี่ ตำบลช่างปี่ อำเภอศีขรภูมิ อัตลักษณ์ที่นำมาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยว คือ ปราสาทช่างปี่นี้เป็นสิ่งก่อสร้างที่เรียกว่าอโรคยาศาลหรือโรงพยาบาลในสมัยนั้น สันนิษฐานว่าปราสาทแห่งนี้น่าจะสร้างขึ้นในราวต้นพุทธศตวรรษที่ ๑๘ ในสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ ๗ ปราสาทช่างปี่นี้คงเป็นปราสาทแบบเขมรที่สร้างยังไม่เสร็จสมบูรณ์ เห็นได้จากหน้าบันและทับหลังที่มีอยู่ยังสลักไม่เสร็จ อาจเป็นเพราะความเร่งรีบจึงมิได้สลักลวดลายหรือเรื่องราวใด ๆ ให้เห็นเหมือนกับที่พบในปราสาทอื่น ๆ ที่สร้างขึ้นในสมัยเดียวกัน (๔) ปราสาทศีรภูมิหรือปราสาทระแงง หมู่ ๑ บ้านปราสาท ตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ อัตลักษณ์ที่นำมาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยว คือ ปราสาทศีขรภูมินี้คนในท้องถิ่นเรียกว่า ปราสาทบ้าระแงง ตั้งอยู่ในพื้นที่ราบกลางเมืองโบราณบ้านปราสาท ตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ สังเกตจากลักษณะทางศิลปกรรม คือ ลวดลายและเสาที่ทับหลังมีลักษณะปนกันระหว่างรูปแบบศิลปะขอมแบบปาปวน (พ.ศ. ๑๕๐๐-๑๖๕๐) และแบบนครวัด (พ.ศ. ๑๖๕๐-๑๗๐๐) จึงสันนิษฐานว่าปราสาทแห่งนี้น่าจะสร้างขึ้นมาประมาณในราวกลางพุทธศตวรรษที่ ๑๗ หรือต้นสมัยนครวัด ในสมัยพระเจ้าสุริยวรมันที่ ๒ (พ.ศ. ๑๖๕๖-๑๖๘๘) ปราสาทแห่งนี้เป็นศาสนสถานของศาสนาฮินดูลัทธิไศวนิกาย ต่อมาในพุทธศตวรรษที่ ๒๒ หรือในสมัยอยุธยาตอนปราย ปราสาทแห่งนี้ได้ถูกดัดแปลงให้เป็นวัดในพระพุทธศาสนาเถรวาท ประจำชุมชนแถบนี้ดังปรากฏหลักฐาน คือ พบจารึกด้วยอักษรธรรมปรากฏที่ขอบประตูด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้กล่าวถึงพระเถระและท้าวพระยาร่วมกันบูรณปฏิสังขรณ์ปราสาทศีขรภูมิให้เป็นวัด นอกจากนี้ในห้องครรภคฤหของปราสาทประธานยังถูกดัดแปลงให้ใช้เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูป และส่วนยอดของปราสาทประธานและปราสาทประธานด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้ก็ถูกดัดแปลงให้เป็นยอดแบบพระธาตุศิลปะลาว เช่น พระธาตุเมืองจันทร์ อำเภอเมืองจันทร์ จังหวัดศรีสะเกษ เป็นต้น

๔) การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวปราสาทขอม จังหวัดสุรินทร์ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์มีดังนี้ คือ ๑) ด้านศาสนสถาน เช่น สุสานช้าง ศาลาเอราวัณ ศาลานิทัศการทางศิลปวัฒนธรรมของวิถีอาเจียง รูปปูนปั้นต่าง ๆ ในวัดป่าอาเจียง เจดีย์ไม้โบราณ มีอายุมากกว่า ๒๐๐ ปี พิพิธภัณฑ์ชาวกูยในวัดตะเคียน ซุ้มประตูทางเข้า รอยพระพุทธบาทจำลอง ผาลานนาคปรก เจดีย์น้ำซับในวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เช่น วัตถุมงคลประเภทงา กระดูก ฟัน หาง ของช้าง เครื่องมือควาญช้างในวัดป่าอาเจียง พระพุทธรูปสร้างจากไม้ตะเคียนโบราณ พระผงหลวงพ่อตะเคียนทอง รุ่น ๑ ในวัดตะเคียน รูปเหมือนพระสงฆ์สุปฏิบัติ มีหลวงปู่ดุลย์ อตุโล ในวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน เช่น แกงไก่ใส่หยวกกล้วย ปลายอนทอดกรอบ ส้มตำ น้ำพริกปลาพื้นถิ่นของชุมชนวัดป่าอาเจียง ตำไก่ใส่ใบมะม่วง ยำดักแด้ น้ำพริกมะดัน แกงมะละกอใส่ปูนา แกงปูใส่เผือก ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อนของชุชนวัดตะเคียน ต้มยำไก่บ้าน อาหารป่าตามฤดูกาล กล้วยฉาบ ข้าวต้มมัด ขนมดอกบัวของชุมชนวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับ ประเภทของของที่ระลึก ประเภทเครื่องนุ่งห่มที่มีความเชื่อมโยงกับช้างของชุมชนวัดป่าอาเจียง ผ้าไหมลายลูกแก้วย้อมสีธรรมชาติจากผลมะเกลือ เสื้อแซว หัวซิ่น ตีนซิ่น แถบซิ่น กระเป๋าผ้าไหม อาหารและยาสมุนไพรของชุมชนวัดตะเคียน สมุนไพรไล่ยุงตะไคร้หอม สบู่หอมสมุนไพร ลูกประคบของชุมชนวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เช่น วัฒนธรรมการเลี้ยงช้าง ประเพณีเซ่นผีปะกำ ประเพณีแห่นาคบนหลังช้าง ประเพณีแกล

มอของชุมชนวัดป่าอาเจียง ประเพณีไหว้ศาลปู่ตา นุ่งผ้าซิ่นไหมลายพื้นบ้าน เสื้อแซวแขวนกระบอกแบบชาวกูย สไบ และ โสร่ง ของชุมชนวัดตะเคียน ประเพณีรำมะม๊วด หรือรำแม่มดของชุมชนวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการแสดงช้าง กิจกรรมการนั่งช้างท่องเที่ยว กิจกรรมฝึกหัดควาญช้าง กิจกรรมปั่นจักรยานชมวิว กิจกรรมชมช้างอาบน้ำที่วังทะลุของชุมชนวัดป่าอาเจียงกิจกรรมชมตลาดสายใยชุมชนวิถีคนกูย พิธีเส้นไหว้ศาลปู่ตา ดูเจดีย์ไม้โบราณไหว้พระไม้ตะเคียนทองผ่องโชค ไหว้พระองค์ใหญ่เพื่อเป็นสิริมงคล ชมพิพิธภัณฑ์ศูนย์เรียนรู้ วิถีกูย ไม้กลายเป็นหิน ชมฐานบั้งไฟไม้โบราณ ชมฟาร์มจระเข้ เที่ยวชมจุดเรียนรู้ ๘ จุด ชมการรำแกลมอ (หมอรำกูย) บายศรีสู่ขวัญ ทำบุญตักบาตรยามเช้าที่ตลาดชุมชน กิจกรรมพิเศษ นั่งซาเล้ง ชมพูมิทัศน์อากาศสดชื่นและเล่นตีโป่งในน้ำของชุมชนวัดตะเคียน กิจกรรมเที่ยวชมอ่างเก็บน้ำบ้านจรัส เก็บดอกบัวหลวง เที่ยวชมน้ำตกไตรคีรี ไหว้พระที่วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ปั่นจักรยานชมธรรมชาติรอบหมู่บ้าน กิจกรรมชมศูนย์การเรียนรู้การทำกล้วยฉาบ เครื่องจักสานไม้ไผ่ และการถักกระเป๋าไหมพรหมของชุมชนวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร สุสานช้าง วังทะลุ ของชุมชนวัดป่าอาเจียง ศาลปู่ตา ดูเจดีย์ไม้โบราณ พระไม้ตะเคียน พิพิธภัณฑ์ศูนย์เรียนรู้ วิถีกูย ไม้กลายเป็นหิน ฐานบั้งไฟไม้โบราณ ฟาร์มจระเข้ จุดเรียนรู้ ๘ จุด ตลาดชุมชนของชุมชนวัดตะเคียน อ่างเก็บน้ำบ้านจรัส น้ำตกไตรคีรี ซุ้มประตูทางเข้าวัดตัวพญานาคทางขึ้นวัด เจดีย์รอยพระพุทธบาทจำลอง รูปเหมือนพระสุปฏิบัติ หน้าผาพระหรือผาลานนาคปรก เจดีย์น้ำซับของชุมชนวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น

## ๔.๕ องค์ความรู้จากการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องศาสนาและวัฒนธรรม: การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ คณะผู้วิจัยสรุปองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัย เป็น ๔ หัวข้อ คือ๑) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ๒) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ๓) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์ ๔) การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ดังนี้

**ตารางที่ ๔.๑** ผังการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

### ๔.๕.๑ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัยประเด็นอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ แบ่งเป็น ๔ หัวข้อ คือ ๑) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ๒) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ๓) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ และ ๔) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ สรุปเป็นองค์ความรู้ได้ดังนี้

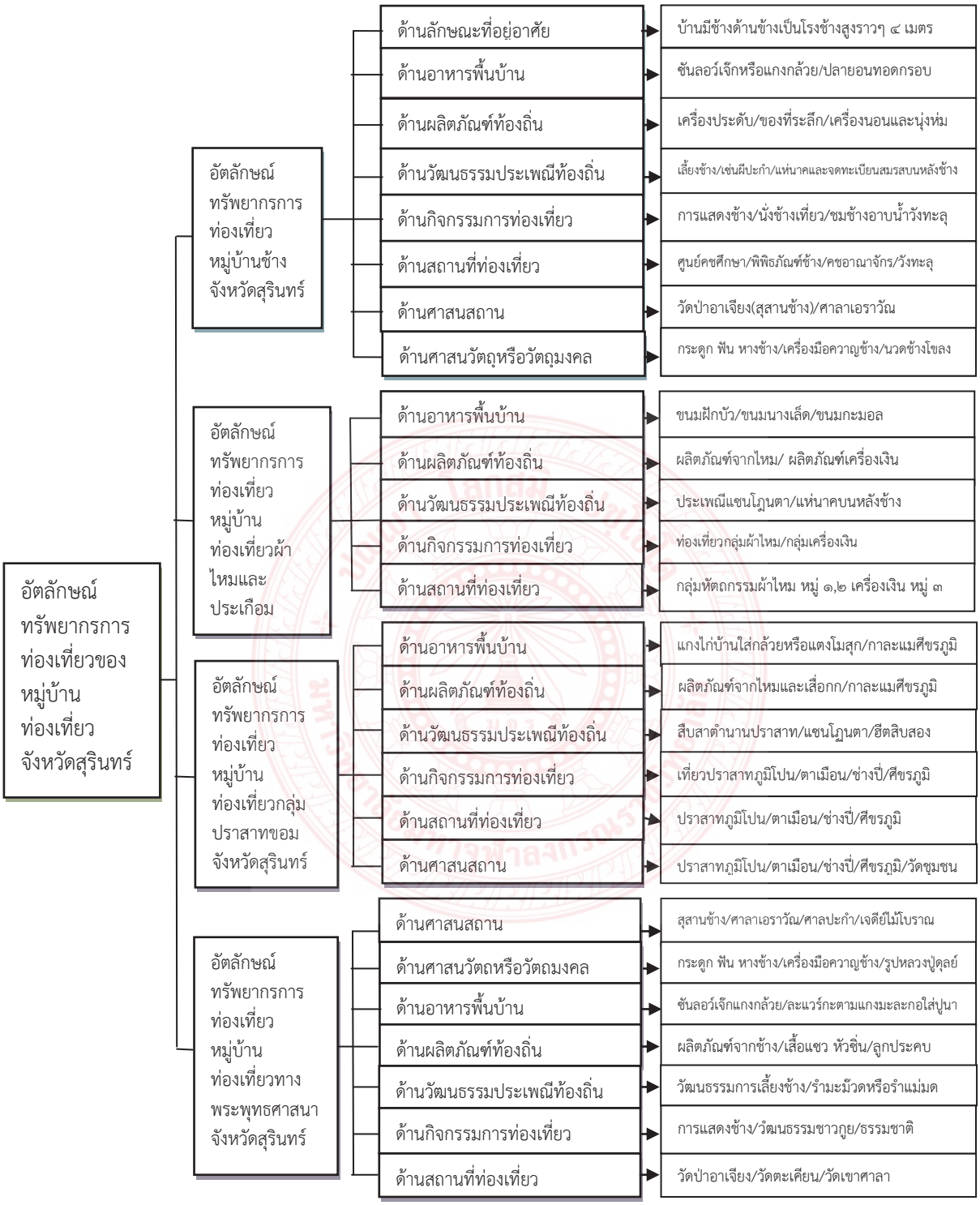
๔.๕.๑.๑ อัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ มีความเป็นลักษณะเฉพาะของวิถีชีวิตชุมชนที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมซึ่งปรากฏภายในแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจำแนกได้ ๘ ด้าน ประกอบด้วย ๑) ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย เช่น ส่วนใหญ่เป็นบ้านไม้ชั้นเดียว บ้านมีช้างด้านข้างของบ้านเป็นโรงช้างยกหลังคาสูงราว ๆ ๔ เมตร บางหลังใช้ถุนบ้านเป็น ทอผ้า เก็บอุปกรณ์การเกษตร ๒) ด้านอาหารพื้นบ้าน เช่น แกงไก่ใส่หยวกกล้วย ซันลอว์เจ๊กจ์หรือแกงกล้วยปลายอนทอดกรอบ น้ำพริก ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน ๓) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง หางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ของประดับตกแต่งรถและบ้าน ของที่ระลึก ของชำร่วย และ เครื่องนอนและเครื่องนุ่งห่ม ๔) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เช่น วัฒนธรรมการเลี้ยงช้าง ประเพณีเซ่นผีปะกำ ประเพณีแห่นาคบนหลังช้าง ประเพณีแต่งงานบนหลังช้างหรือ“พิธีซัตเต” ประเพณีแกลมอ ๕) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการแสดงช้าง กิจกรรมการนั่งช้างท่องเที่ยว กิจกรรมฝึกหัดควาญช้าง กิจกรรมปั่นจักรยานชมวิวหมู่บ้านช้าง กิจกรรมชมช้างอาบน้ำที่วังทะลุ ๖) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร สุสานช้าง วังทะลุ ๗) ด้านศาสนสถาน เช่น วัดป่าอาเจียง(สุสานช้าง) เป็นศูนย์เรียนรู้และพิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน และ ๘) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เช่น วัตถุมงคลประเภทงา กระดูกหรือฟันช้าง วัตถุมงคลประเภทหางช้าง วัตถุมงคลประเภทขี้ผึ้ง(นวดช้างโคลง) วัตถุมงคลประเภทเครื่องมือควาญช้าง

๔.๕.๑.๒ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ มีความเป็นลักษณะเฉพาะของวิถีชีวิตชุมชนที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมซึ่งปรากฏภายในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย มี ๕ ด้าน คือ ๑) ด้านอาหารพื้นบ้าน ที่มีความโดดเด่น ส่วนใหญ่เป็นประเภทอาหารหวาน เช่น ขนมฝักบัว ขนมนางเล็ด ขนมกะมอล ๒) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ที่มีความโดดเด่น เช่น ผลิตภัณฑ์จากไหม ผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ๓) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เช่น ประเพณีแซนโฎนตา ประเพณีแห่นาคบนหลังช้าง ๔) ด้านกิจกรรมการ เช่น กิจกรรมท่องเที่ยวกลุ่มผ้าไหม กิจกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มเครื่องเงิน ๕) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว เช่น สถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหม บ้านเขวาสินรินทร์ หมู่ที่ ๑ และ หมู่ที่ ๒ สถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มร้านค้าชุมชนเขวาสินรินทร์ ประเภทเครื่องเงิน ผ้าไหม บ้านโชค หมู่ที่ ๓

๔.๕.๑.๓ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ พบว่า ด้านอาหารพื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น มีความคล้ายเคียงกันกับหมู่บ้านช้าง หมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม คือ ด้านอาหารพื้นบ้านที่มีความโดดเด่น ส่วนใหญ่เป็นประเภทอาหารหวาน เช่น กาละแมที่อำเภอศีขรภูมิ(ตราปราสาทเดียว) ขนมฝักบัว ขนม

นางเล็ด ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีความโดดเด่น คือ ผลิตภัณฑ์จากไหมและกาละแมที่อำเภอศีขรภูมิ (ตราปราสาทเดียว) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เช่น ประเพณีแซนโฎนตา เป็นต้น สำหรับกิจกรรมการท่องท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว และ ศาสนสถาน ที่มีความโดดเด่น ได้แก่ ปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน ปราสาทช่างปี่ และปราสาทศีขรภูมิหรือปราสาทระแงง เป็นต้น

๔.๕.๑.๔ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ มีความเป็นลักษณะเฉพาะของวิถีชีวิตชุมชนที่เชื่อมโยงพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ อัตลักษณ์ดังกล่าวจำแนกได้ ๗ ด้าน ประกอบด้วย ๑) ด้านศาสนสถาน เช่น สุสานช้าง เจดีย์ไม้โบราณ ศาลปะกำ และศาลาเอราวัณ วัดป่าอาเจียง ๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เช่น ตะขอช้าง มีดควาญช้าง รูปเหมือนหลวงปู่ดุลย์ ๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน เช่น ซันลอว์เจ๊กจ์หรือแกงกล้วย ละแวร์กะตามหรือแกงมะละกอใส่ปูนา ๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น กำไลฟันช้าง ตะขอช้าง เสื้อแซว หัวซิ่น ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ลูกประคบ ๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ได้แก่ วัฒนธรรมการเลี้ยงช้าง ประเพณีรำมะม๊วดหรือรำแม่มด ๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการแสดงช้าง วัฒนธรรมชาวกูย ธรรมชาติ ๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว เช่น วัดป่าอาเจียง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม วัดตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ วัดเขาศาลา อำเกอบัวเชด นำเสนอให้เข้าใจง่ายตามผังต่อไปนี้




**ตารางที่ ๔.๒** ผังอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหม่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสรินทร์

### ๔.๕.๒ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัยประเด็นการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ แบ่งเป็น ๔ หัวข้อ คือ ๑) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ๒) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ๓) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ และ ๔) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ สรุปเป็นองค์ความรู้ได้ดังนี้

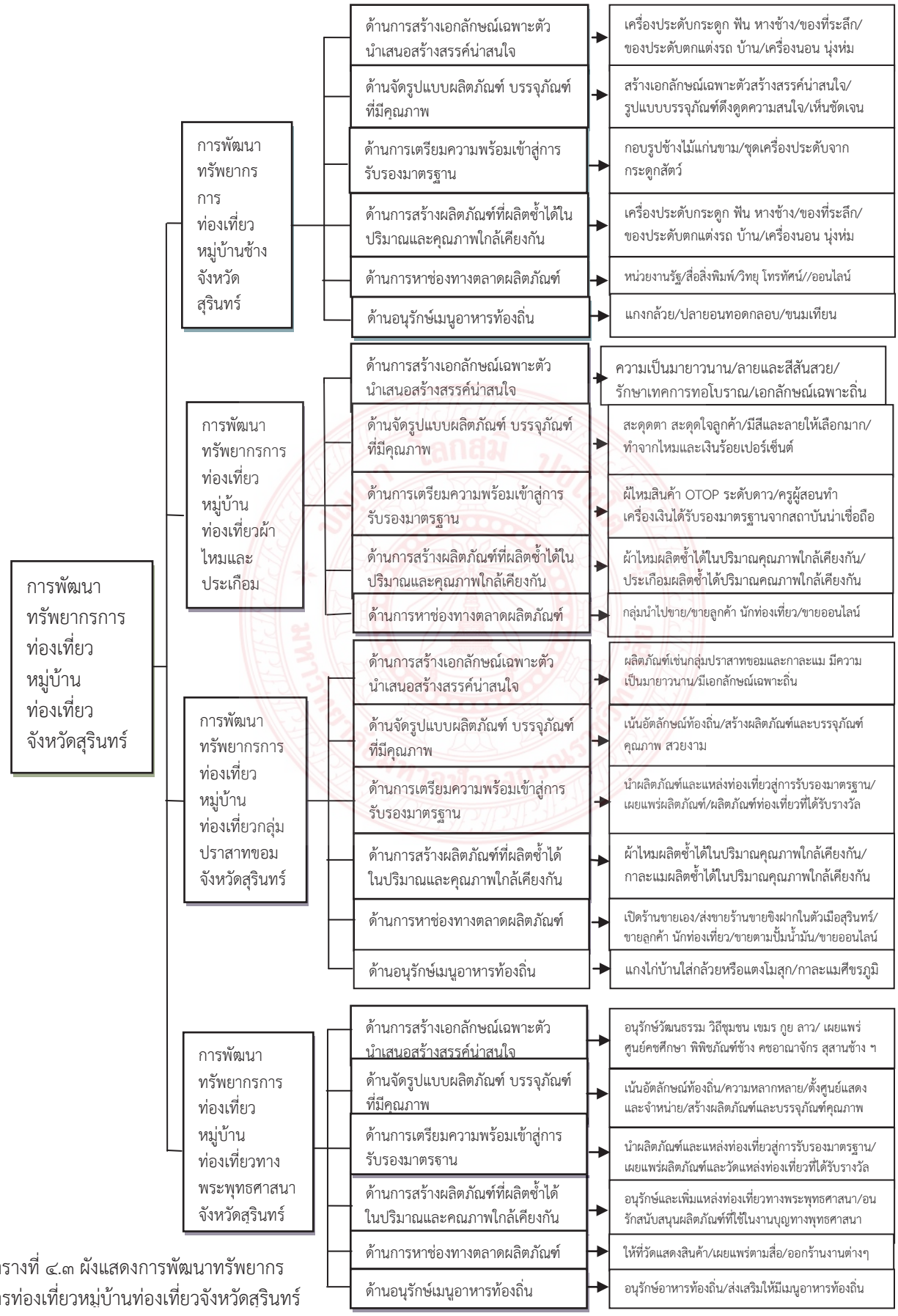
๔.๕.๒.๑ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ สามารถจัดแนวทางการพัฒนาได้ ๖ ด้าน ประกอบด้วย ๑) ด้านการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวและการนำเสนอสร้างสรรค์น่าสนใจ เช่น ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง หางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ของประดับตกแต่งรถและบ้าน ของที่ระลึก ของชำร่วย และ เครื่องนอนและเครื่องนุ่งห่ม ๒) ด้านการจัดทำรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เช่น จัดทำรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้หลากหลาย ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว ออกร้านนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ลูกค้ามองเห็นได้ชัดเจน ๓) ด้านการเตรียมความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน เช่น กรอบรูปตะขอช้างไม้แก่นขาม ชุดเครื่องประดับจากกระดูกสัตว์ ๔) ด้านการสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน เช่น ประเภทเครื่องประดับหางช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง หางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ของประดับตกแต่งรถและบ้าน ของที่ระลึก ของชำร่วย และ เครื่องนนอนและเครื่องนุ่งห่ม ๕) ด้านการจัดหาช่องทางตลาดของผลิตภัณฑ์ทั้งในและนอกชุมชนหรือออนไลน์ เช่น หน่วยงานของรัฐ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ๖) ด้านการอนุรักษ์เมนูอาหารท้องถิ่น เช่น แซ้นลอว์เจ๊กจ์ หรือแกงกล้วย ปลายอนทอดกรอบ น้ำพริกหรือพริกป่น ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน

๔.๕.๒.๒ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ จัดแบ่งเป็น ๕ ด้าน คือ ๑) ด้านเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ เช่น ผ้าไหมมีความเป็นมายาวนาน รูปแบบลวดลายสีสันงดงามแปลกตา ประณีตและรักษาเทคนิคการทอแบบโบราณไว้ได้ เครื่องเงินโบราณ ที่มีเอกลักษณ์สวยงามวิจิตรเฉพาะถิ่น ๒) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เช่น ผ้าไหมผลิตได้เป็นที่ต้องตาต้องใจของลูกค้า มีผ้าลายยกทอง ผ้าลายหางกระรอก ผ้าลายร่างแห ผ้าลายโกนกะแอก (ลูกกา) ผ้าลายลูกแก้ว เครื่องเงินจัดไว้ในตู้กระจก วางแสดงบนโตะแสดงสินค้า ห้อยตามราวแสดงสินค้า ผลิตภัณฑ์ทั้งไหมและเครื่องเงินมีความน่าเชื่อถือ เพราะทำจากไหมและเงินร้อยเปอร์เซ็นต์ ๓) ด้านการเตรียมความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน เช่น ผ้าไหมมีการคัดสรรผ้าไหมเป็นสินค้า OTOP ระดับ ๕ ดาว บุคลผู้ทำเครื่องเงินของลุงป่วน เจียวทอง ได้รับคัดเลือกจากสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษาให้เป็นครูภูมิปัญญาไทย ด้านอุตสาหกรรมและหัตถกรรม (การทำเครื่องเงินลายโบราณ) ประจาปี ๒๕๕๒ ๔) ด้านการสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน เช่น ผ้าไหม เครื่องเงินสามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ๕) ด้านการจัดหาช่องทางตลาดของผลิตภัณฑ์ คือ มีการรวมกลุ่มกันนำผ้าไหมไปขายในตัวเมือง มีลูกค้าเข้ามารับซื้อกับกลุ่ม เปิดช่องทางการตลาดในเครือข่ายออนไลน์ด้วย เครื่องเงิน ลดการไปจำหน่ายสินค้านอกชุมชน หันมาสนใจการดำเนินงานตาม

โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เชื่อมโยงการท่องเที่ยวและบริการเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจและความเข้มแข็งขอชุมชนอย่างยั่งยืน

๔.๕.๒.๓ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ จัดแนวทางพัฒนาได้ ๖ ประเด็น คือ ๑) ประเด็นมีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอเรื่องราวสร้างสรรค์และน่าสนใจ คือ ปราสาทขอมโบราณ และโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ที่เป็นอารยธรรมขอมโบราณ ตลอดทั้งประเพณี ความเชื่อที่มีต่อปราสาทขอมที่เป็นอารยธรรมขอมโบราณเหล่านั้น ๒) ประเด็นมีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ คือ ปราสาทขอมโบราณ และโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ที่เป็นอารยธรรมขอมโบราณ กาละแมศีขรภูมิ ไหม เสื่อกก เป็นต้น ๓) ประด็น มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน คือ กาละแมสด ร้านเตียชุ่นเฮง ตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น ๔) ประเด็นผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน คือ กาละแมศีขรภูมิ ผ้าไหม เสื่อกก พรมเช็ดเท้า รองเท้าหนัง และอาหารท้องถิ่น เป็นต้น ๕) ประเด็นมีช่องทางตลาด คือ มีการนำเสนอหลากหลายทั้ง สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ การออกร้าน และสื่อออนไลน์ ๖) ประเด็นมีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว คือ เมนูอาหารทั่วไปที่โดดเด่น แกงไก่บ้านใส่หยวกกล้วยหรือลูกกล้วยดิบหรือแตงโมสุก เมนูอาหารประเภทของหวานที่โดดเด่น คือ กาละแมศีขรภูมิ ลองลงมาคือขนมฝักบัว ขนมนางเล็ด และกล้วยฉาบ เป็นต้น

๔.๕.๒.๔ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ จัดแนวทางการพัฒนาได้ ๖ ประเด็น คือ ๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ เช่น ภาษาและวิถีชีวิตกูย ศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร สุสานช้าง นำเสนอไว้ในบรรจุภัณฑ์ชุมชนดังคำขวัญที่ว่า“ผลิตภัณฑ์เลื่องชื่อ ฝีมือชาวกูย” เป็นต้น ๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เช่น เครื่องประดับกระดูก ฟัน และหางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ของชำร่วย เครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น ๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน คือ ความพร้อมของ “ช้างหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดจากช้าง” ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ยึดโยงกับช้างได้รับรางวัลในระดับต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์ชุมชุนวัดตะเคียน คือ เสื้อแซว ผ้าสิ้นมัดหมี่ ตีนสิ้น ผ้าหางกระรอก กระเป๋า เป็นต้น วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร สามารถเข้าสู่การรับรองมาตรฐานเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมในระดับจังหวัดหรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในระดับจังหวัดได้ ๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน เช่น ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับหางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ชำร่วย เครื่องนุ่งห่ม ศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ เช่น การนำเสนอโดยใช้สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ในคู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ เส้นทางวิถีสายคนกับช้าง การนำเสนอโดยใช้สื่อแผ่นพับ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ การนำเสนอในสื่อออนไลน์ การออกร้านในงานสำคัญต่าง ๆ การจัดตั้งสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เป็นต้น ๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว เช่น ซันลอว์เจ๊กจ์ หรือแกงกล้วย ปลายอนทอดกรอบ พริกป่นหรือน้ำพริก ตำไก่ใส่ใบมะม่วง ยำดักแด้ น้ำพริกมะดัน แกงมะละกอใส่ปูนา (ละแวร์กะตาม) แกงปูใส่เผือก ใส่ผักกะแยง ห่อหมกปลาใส่ใบมะขามอ่อน ต้มยำไก่บ้าน ขนมเปียกปูนใบเตย ขนมเทียนทำจากรากเถาตดหมา เป็นต้น ทั้งหมดที่กล่าวมานำเสนอให้เข้าใจง่ายตามผังต่อไปนี้




ตารางที่ ๔.๓ ผังแสดงการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

**๔.๕.๓ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์**

องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัยประเด็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ มี ๔ หัวข้อ คือ ๑) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ๒) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ๓) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ และ ๔) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ สรุปเป็นองค์ความรู้ได้ดังนี้

๔.๕.๓.๑ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ อิงอาศัยปัจจัยด้านคุณค่ารวมสำหรับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว ๔ ด้าน ได้แก่ ๑) คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) ๒) คุณค่าด้านบริการ (Service Value) ๓) คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel Value) และ ๔) คุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) ปัจจัยด้านคุณค่ารวมสำหรับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว ๔ ด้าน ได้มีส่วนอย่างสำคัญทำให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ มีวิธีการสร้าง ๘ ด้าน ประกอบด้วย ๑) ด้านการตอบสนองความต้องการหรือรสนิยมของลูกค้า คือ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีความยึดโยงเกี่ยวกับช้างหรืออัตลักษณ์ของชุมชนมักเป็นที่นิยมของลูกค้า เช่น ด้านอาหารพื้นบ้าน ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านศาสนสถาน ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ๒) ด้านตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดขาย คือ “ช้าง” และผลผลิตที่เกิดหรือยึดโยงกับช้าง เช่น ศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร สุสานช้าง และ วังทะลุ ๓) ด้านการคัดเลือกวัตถุดิบ ได้แก่ ทุนของชุมชน คือ ทุนมนุษย์ ทุนทางสังคม ทุนกายภาพ ทุนทางธรรมชาติ ทุนการเงิน และ ทุนทางวัฒนธรรม คือ อาหาร การแต่งกาย ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภาษา อาชีพ ความเชื่อ ศิลปะพื้นถิ่น ๔) ด้านกระบวนการหรือวิธีการผลิต เช่น ดัดแปลงให้เกิดคุณค่า การค้นหา พัฒนา ปรับปรุง ทุนชุมชน และทุนทางวัฒนธรรม สร้างเสริมให้เป็นอัตลักษณ์ จุดเด่น สร้างความประทับใจ สร้างความตื่นตาตื่นใจ น่าจดจำ ๕) ด้านบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ เช่น ผู้บริโภครับรู้คุณค่าตั้งแต่มองเห็น ประสัมพันธ์ตามส่วนราชการ สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ การออกร้านแสดงสินค้า นำเสนอทางสื่อออนไลน์ ๖) การบริการ เช่น การบริหารช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคซื้อได้ง่ายทั้งในและนอกชุมชน การบริการจัดส่ง หรือการรับคืน การให้บริการให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อมีคำถาม มีช่องทางติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ๗) ด้านการสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ คือ แบรนด์เป็นอัตลักษณ์ทุกชนิดมีความยึดโยงกับช้าง เช่น แบรดด์ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง หางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ของประดับตกแต่งรถและบ้าน ของที่ระลึก ของชำร่วย และ เครื่องนอนและเครื่องนุ่งห่ม ที่มีสัญลักษณ์ของช้าง และ ๘) การเข้าถึงผู้บริโภค เช่น การนำเสนอผ่านช่องทางงานบุญประเพณี การออกร้านในงานแสดงสินค้า พิพิธภัณฑ์ ศูนย์เรียนรู้ แหล่งท่องเที่ยว สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ และหน่ายงานของรัฐ

๔.๕.๓.๒ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ อิงอาศัยปัจจัยด้านคุณค่ารวมสำหรับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว ๔ ด้าน ได้แก่ ๑) คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) ๒) คุณค่าด้านบริการ (Service Value) ๓) คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel Value) และ ๔) คุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) ปัจจัยด้านคุณค่า

รวมสำหรับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว ๔ ด้าน ได้มีส่วนอย่างสำคัญทำให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ มีวิธีการสร้าง ๘ ด้าน ประกอบด้วย ๑) ด้านความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค เช่น ผ้าไหมมัดหมี่ หมี่คั่น ลายถ้วย ลายนกยูง ลายนกคู่ ลายกระสไน (ลายร่างแห) ลายก้านแย่ง(ลายไทย) หมี่คั่น(อันลูนซีม) ลายพญานาค ลายโคมห้า ลายพนมเปญ หมี่คั่นประยุกต์ ประเกือม ประเภทต่างหู สร้อยคอ ๒) ด้านตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดขายเช่น ผ้าไหมเป็นสินค้า OTOP ที่คัดสรรส่งเข้าประกวดและได้รับรางวัลในระดับ ๕ ดาว ประเกือม เป็นเครื่องเงินคุณภาพสูงทำจากเนื้อเงินแท้ ๓) ด้านการคัดเลือกวัตถุดิบ เช่น ผ้าไหม มีเทคนิคการผลิตเฉพาะตัว ตั้งแต่การเลี้ยงไหม การสาวไหม การย้อมสี การมัดหมี่ และการทอ มีการคัดเลือกวัตถุดิบเพื่อให้ได้ผ้าไหมที่มีคุณภาพทำให้มีชื่อเสียงและคุณภาพเป็นที่ยอมรับ ประเกือม วัตถุดิบสั่งซื้อมาจากกรุงเทพฯ มีเนื้อเงินสูงถึงร้อยเปอร์เซ็นต์ ๔) ด้านกระบวนการหรือวิธีการผลิต เช่น ผ้าไหมมีการพัฒนากรรมวิธีการผลิตปรับเปลี่ยนลายไปเรื่อย บางลายได้แรงบันดาลใจจากที่ผ้ากรุงเทพฯ แล้วนำมาดัดแปลง ประเกือม มีกระบวนการหรือวิธีการผลิต คือ วัสดุอุปกรณ์ มี ๑๔ อย่าง และ การทำเครื่องเงิน มี ๑๗ ขั้นตอน ๕) ด้านบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็น เช่น ร้านจำหน่ายผ้าไหมในจังหวัดสุรินทร์ทำบรรจุภัณฑ์สำหรับใส่ผ้าไหมให้กับลูกค้าอย่างสวยงามประเกือม มีการนำเสนอภายในร้านเอง นำออกร้านที่ส่วนราชการ นำเสนอในสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ๖) ด้านการบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน เช่น ผ้าไหมมีการรวมกลุ่มกันไปขายในตัวเมืองและทอผ้าไหมเอง นักท่องเที่ยวเข้ามาซื้อในชุมชน มีบริการให้ความรู้ จัดส่ง ประเกือม มีการจำหน่ายผ่านตัวแทนที่รับไปขายตามร้านจิวเวลรี่ ร้านขายของที่ระลึก หน้าเว็บไซต์ทำให้เป็นที่รู้จักของต่างประเทศ มีสวิตเซอร์แลนด์ และญี่ปุ่น เป็นต้น ๗) ด้านการสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น ผ้าไหม แบรนด์ที่ได้รับความเชื่อถือของคนทั่วไปตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน คือ เจ๊กมิ้งไหมไทย และ สุรินทร์ไหมไทย ส่วนแบรนด์ของผลิตภัณฑ์เครื่องเงินคือลวดลายต่าง ๆ มีลายถุงเงิน หมอน หกเหลี่ยม กรวย กระดุม ตะโพน ดอกบัว ตาราง ดอกพิกุล เป็นต้น ๘) ด้านการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค เช่น ผ้าไหม และประเกือม มีการนำเสนอทางสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย

๔.๕.๓.๓ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ มี ๘ ประเด็น ๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค คือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการชมกลุ่มปราสาทขอม เช่น ปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน ปราสาทช่างปี่ ปราสาทศีขรภูมิหรือปราสาทระแงง เป็นต้น ๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ คือ ด้านปราสาทขอม เช่น ปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน ปราสาทช่างปี่ ปราสาทศีขรภูมิ ด้านบริการการ คือ นำเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม เช่น โปรแกรมการท่องเที่ยวบ้านภูมิโปน สำหรับกาละแมศีขรภูมิมีบริการทุกวันตามร้านในอำเภอศีขรภูมิ ปั๊มน้ำมัน ปตท.ในเขตจังหวัดสุรินทร์ หรือ ร้านเฮียง เฮียง ในตัวเมืองสุรินทร์ ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ คือ (๑) ตัวปราสาทขอมโบราณ มีอยู่ ๓ ชนิดด้วยกัน คือ หินทราย (Sandstone) ศิลาแลง (Laterite) และอิฐ (Bricks) (๒) กาละแมศีขรภูมิ คือ กะทิ แป้ง น้ำตาล และ อื่น ๆ ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต คือ (๑) ปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ แบ่งตามหลักสถาปัตยกรรม มี ๓ แบบ คือ แบบปราสาทหลังเดียว แบบปราสาทสามหลัง และแบบปราสาทห้าหลัง ส่วนกระบวนการผลิตมีขั้นตอนและรายละเอียดมากขอยกไว้ไม่นำมากล่าวในที่นี่ ๒) กระบวนการผลิตกาละแมสดศีขร

ภูมิ (ตราปราสาทเดียว) เริ่มจากการคัดสรรวัตถุดิบ คือ มะพร้าว นำมาขูด คั้นเอากะทิสด เคี่ยวต้มใส่ด่างสีดำที่ได้จากการเผาเปลือกมะพร้าวแบบโบราณ ต้มเคี่ยวใส่น้ำตาลประมาณ ๑ ชั่วโมง ยกออกใส่กระทะกวนกับแป้งข้าวเหนียว ๓-๔ ชั่วโมง ยกมาเทให้เย็น หยิบออกเป็นชิ้น ๆ ห่อด้วยใบตองกล้วยและห่ออีกชั้นด้วยกระดาษแก้วและบรรจุถุงนำออกจำหน่าย ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก คือ (๑) ปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ มีการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าทั้งในสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ภาพเขียนและโปสเตอร์ตามหน่วยงานรัฐและเอกชน ตลอดจนออกร้านแสดงผลิตภัณฑ์ชุมชนในงานประเพณีต่าง ๆ (๒) กาละแมสดศีขรภูมิ (ตราปราสาทเดียว) มีการสร้างบรรจุภัณฑ์สวยงาม นำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก ในหนึ่งถุงมี ๑๗ ชิ้น ๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน คือ (๑) ด้านตัวปราสาทขอม หลายแห่งมีบริการและให้ความรู้นักท่องเที่ยว เช่น มีมัคคุเทศก์หรือไกด์ ให้ความรู้ ด้านสถานที่ตั้งของปราสาท ประวัติ สภาพทั่วไป ภาพหรือลายจำหลัก วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ชุมชน วิถีชีวิตของคนในชุมชน (๒) ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น กาละแมสดศีขรภูมิ (ตราปราสาทเดียว) มีบริการให้ความรู้ตามบรรจุภัณฑ์ เช่น วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ ส่วนผสมสำคัญ วัตถุดิบที่ใช้ น้ำหนักสุทธิ เครื่องหมายที่ได้รับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา การขายหน้าร้าน การจัดส่งจำหน่ายตามสถานที่ต่าง ๆ เป็นต้น ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ คือ “ปราสาท” ในที่นี่หมายถึงปราสาทขอมโบราณซึ่งมีมากกว่า ๓๕ แห่งในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ ดังนั้นเมื่อสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นในหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจึงได้นำเอาปราสาทขอบมาเป็นแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ๆ เช่น กาละแมสดศีขรภูมิ (ตราปราสาทเดียว) หรือ กาลแมกาละแมสดศีขรภูมิ (ตราแม่บัวหน้อย) มีปราสาทศีขรภูมิห้าหลัง เป็นต้น ๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค คือ (๑) ปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ มีการนำเสนอให้เข้าถึงผู้บริโภคทั้งในสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ภาพโปสเตอร์ ตามหน่วยงานรัฐและเอกชน ตลอดจนออกร้านแสดงผลิตภัณฑ์ชุมชนในงานประเพณีต่าง ๆ (๒) กาละแมสดศีขรภูมิ มีการนำเสนอหลายทาง ทั้งนำออกจำหน่ายหน้าร้านผู้ผลิตเอง ส่งจำหน่ายตามปั๊มน้ำมัน ปตท. ต่าง ๆ ตามร้านขายของฝากในตัวเมืองสุรินทร์ มีบริการขายทางออนไลน์ ส่งตรงถึงผู้บริโภคใน ๑ วัน มีบริการจัดส่งด่วนผ่านทาง Kerry รถทัวร์ และ รถไฟ เป็นต้น

๔.๕.๓.๔ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ อิงอาศัยปัจจัยด้านคุณค่า ๔ ด้าน ได้แก่ ๑) คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ ๒) คุณค่าด้านการบริการ ๓) คุณค่าด้านผู้ผลิต ๔) คุณค่าด้านภาพลักษณ์ เพราะว่าการที่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชนิดใดจะมีมูลค่าเพิ่มมากน้อยเพียงใดย่อมขึ้นอยู่กับคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชนิดนั้นเป็นองค์ประกอบสำคัญ จึงทำให้เกิดแนวทางการสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศานา สรุปได้ ๘ แนวทาง คือ ๑) การตอบสนองรสนิยมหรือความต้องการของผู้บริโภค ๒) การเน้นตัวผลิตภัณฑ์หรือสิ่งที่โดดเด่น ๓) การจัดการทุนทางวัตถุดิบ ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ ๖) การให้บริการ ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ ๘) การเข้าถึงผู้บริโภค นำเสนอให้เข้าใจง่ายตามผังต่อไปนี้

| | | | |
|---|---|---|---|
| การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ | การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ | ด้านตอบสนองความต้องการลูกค้า | มีความยึดโยงกับอัตลักษณ์ของชุมชนคือช้าง |
| | | ด้านตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดขาย | ช้างและผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลผลิตเกิดจากช้าง |
| | | ด้านการคัดเลือกวัตถุดิบ | ทุนของชุมชนและทุนทางวัฒนธรรม |
| | | ด้านกระบวนการหรือวิธีการผลิต | สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทุนของชุมชนและทุนทางวัฒนธรรม |
| | | ด้านบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ | สร้างบรรจุภัณฑ์สวยงามเผยแพร่ตามสื่อต่างๆ |
| | | ด้านบริการ | จัดช่องทางจำหน่ายให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย |
| | | ด้านการสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ | มีอัตลักษณ์หรือสัญลักษณ์ยึดโยงกับช้าง |
| | | ด้านการเข้าถึงผู้บริโภค | เสนอผ่านช่องทางที่หลากหลายมีสื่อออนไลน์ |
| | การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ | ด้านตอบสนองความต้องการลูกค้า | ผ้าไหมและประเกือมมีหลายแบบไว้บิการลูกค้า |
| | | ด้านตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดขาย | ผ้าไหม ประเกือม ได้รับรองคุณภาพหน่วยงานน่าเชื่อถือ |
| | | ด้านการคัดเลือกวัตถุดิบ | เทคนิคผลิตเฉพาะตัว ใช้ไหมคุณภาพดี เนื้อเงิน ๑๐๐ % |
| | | ด้านกระบวนการหรือวิธีการผลิต | ปรับเข้ากับยุคสมัย/ใช้วัสดุและขั้นตอนการผลิตชัดเจน |
| | | ด้านบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ | ออกแบบสวยงาม/ดึงดูดความสนใจ/นำเสนอตามสื่อ |
| | | ด้านบริการ | อำนวยความสะดวก/ให้ความรู้/จัดส่ง/รับคืน |
| | | ด้านการสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ | ผ้าไหมบ้านท่าสว่าง/เครื่องเงินเขวาสินรินทร์ |
| | | ด้านการเข้าถึงผู้บริโภค | เผยแพร่หน่วยงานรัฐ/สื่อต่างๆ/ออกร้านแสดงสินค้า |
| | การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ | ด้านตอบสนองความต้องการลูกค้า | ชมวิถีวัฒนธรรมเขมร กูย ลาว /ปราสาทขอมโบราณ |
| | | ด้านตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดขาย | ศาสนสถานกลุ่มปราสาทขอมโบราณ/กาละแมศีขรภูมิ |
| | | ด้านการคัดเลือกวัตถุดิบ | ปราสาทขอม ศิลาแลง หินทราย อิฐ/กาละแม |
| | | ด้านกระบวนการหรือวิธีการผลิต | ใช้ศิลาแลง หินทราย อิฐ/กาละแมศีขรภูมิ กะทิ ฯ |
| | | ด้านบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ | กาละแมออกแบบสวยงาม/ดึงดูดความสนใจ/นำเสนอตามสื่อ |
| | | ด้านบริการ | จัดช่องทางจำหน่ายให้ผับริโภคเข้าถึงได้ง่าย |
| | | ด้านการสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ | กาละแมมีอัตลักษณ์หรือสัญลักษณ์ยึดโยงกับปราสาท |
| | | ด้านการเข้าถึงผู้บริโภค | เผยแพร่หน่วยงานรัฐ/สื่อต่างๆ/ออกงานแสดงสินค้า |
| | การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ | ด้านตอบสนองความต้องการลูกค้า | ชมวิถีวัฒนธรรมช้างและกูย/ธรรมชาติและศาสนสถาน |
| | | ด้านตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดขาย | วิถีวัฒนธรรมช้างและกูย/ธรรมชาติและศาสนสถาน |
| | | ด้านการคัดเลือกวัตถุดิบ | ทุนชุมชนและวัฒนธรรม คือ พระสงฆ์ ช้าง ธรรมชาติ |
| | | ด้านกระบวนการหรือวิธีการผลิต | ค้นหา/สร้างอัตลักษณ์/ดัดแปลง/พัฒนา/น่าจดจำ |
| | | ด้านบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ | ออกแบบสวยงาม/ดึงดูดความสนใจ/นำเสนอตามสื่อ |
| | | ด้านบริการ | อำนวยความสะดวก/ให้ความรู้/มีจุนั่งสมาธิภาวนา |
| | | ด้านการสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ | วัดป่าอาเจียงสุสานช้าง/วัฒนธรรมกูยวัดตะเคียน/ธรรมชาติและศาสนสถานวัดเขาศาลา |
| | | ด้านการเข้าถึงผู้บริโภค | เผยแพร่หน่วยงานรัฐ/สื่อต่างๆ/ออกงานแสดงสินค้า |

ตารางที่ ๔.๔ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

**๔.๕.๔ การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์**

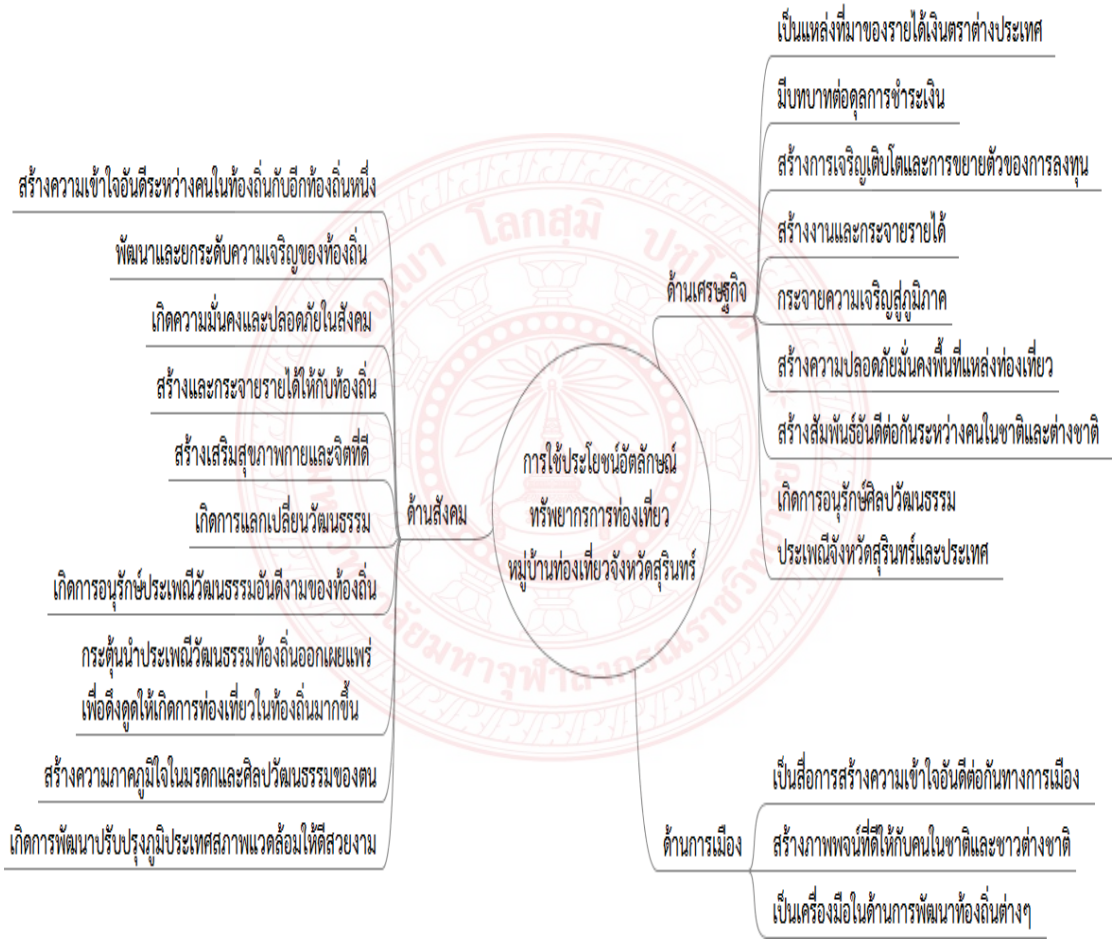
องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัยประเด็นการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ คณะผู้วิจัยวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิด วรรณา วงษ์วานิช ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้ว่ามีความสำคัญทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง และ ด้านสังคม ของประประเทศ จึงได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ใน ๓ ด้าน คือ ๑) ด้านเศรษฐกิจ ๑) ด้านการเมือง และ ๓) ด้านสังคม ของประประเทศ ดังนี้

๔.๕.๔.๑ ด้านเศรษฐกิจของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คำว่า “เศรษฐกิจ” หมายถึง งานเกี่ยวกับการผลิต การจำหน่ายจ่ายแจก และการบริโภคใช้สอยสิ่งต่าง ๆ ของชุมชน รวมถึงด้านการใช้บริการและการท่องเที่ยวที่มีปัจจัยกระตุ้นต่อการเติบโตของเศรษฐกิจ ดังนั้นการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ได้มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คือ การท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้เงินตราต่างประเทศ มีบทบาทต่อดุลการชำระเงิน มีบทบาทต่อการเจริญเติบโตและการขยายตัวของการลงทุน มีบทบาทต่อการสร้างงานและกระจายรายได้ ช่วยสนับสนุนให้เกิดการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ซึ่งได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ช่วยเสริมสร้างสัมพันธไมตรีอันดีต่อกันทั้งระหว่างคนในชาติและระหว่างชาติ และมีบทบาทต่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ เป็นต้น

๔.๕.๔.๒ ด้านการเมืองของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คำว่า “การเมือง” หมายถึง กระบวนการและวิธีการที่จะนำไปสู่การตัดสินใจของกลุ่มคน คำนี้มักถูกนำไปประยุกต์ใช้กับรัฐบาล แต่กิจกรรมทางการเมืองสามารถเกิดขึ้นได้ทั่วไปในทุกกลุ่มคนที่มีปฏิสัมพันธ์กัน ซึ่งรวมไปถึงบรรษัท แวดลงวิชาการ และศาสนา ดังนั้นการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ได้มีความสำคัญต่อการเมืองของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นสื่อที่เกี่ยวข้องต่อความเข้าใจอันดีต่อกันทางการเมือง เช่น ถ้าสถานการณ์ภายในประเทศสงบเรียบร้อย ก็จะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเจริญก้าวหน้าด้วย และในทางกลับกันภาวะตกต่ำของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็ย่อมบอกถึงสภาพทางการเมืองของประเทศได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังสามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับชาวต่างประเทศ สร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน นอกจากนั้นการท่องเที่ยวยังเป็นเครื่องมือในด้านการพัฒนาท้องถิ่นต่าง ๆ เช่น การส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวในบริเวณท้องถิ่นที่อยู่ห่างไกล ทำให้บริเวณนั้นเจริญก้าวหน้าขึ้น เป็นต้น

๔.๕.๔.๓ ด้านสังคมของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คำว่า “สังคม” หมายถึง กลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกันตามระบบกฎเกณฑ์ โดยมีลักษณะการอยู่รวมกันของมนุษย์ที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันหลายรูปแบบ เช่น อาชีพ อายุ เพศ ศาสนา ฐานะ ที่อยู่อาศัย เป็นต้น ดังนั้นการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ได้มีความสำคัญต่อสังคมของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คือ ช่วยสร้างความรู้ความเข้าใจอันดีระหว่างคนในท้องถิ่นหนึ่งกับอีกท้องถิ่นหนึ่ง ช่วยพัฒนาและยกระดับความเจริญของคนในท้องถิ่นนั้นให้สูงขึ้น

ก่อให้เกิดความมั่นคงและปลอดภัยในสังคม เป็นการกระจายรายได้ให้แก่เจ้าของท้องถิ่นนั้นอย่างทั่วถึง ช่วยให้มีสุขภาพทางกายและทางจิตที่ดี ช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ช่วยอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมอันดีงามของท้องถิ่น และช่วยกระตุ้นให้นำประเพณีและวัฒนธรรมประจำท้องถิ่นออกมาเผยแพร่ เพื่อดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นในท้องถิ่น ช่วยสร้างความรู้สึกภาคภูมิใจและหวงแหนในมรดกและศิลปวัฒนธรรมของตน ช่วยส่งผลให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงภูมิประเทศ และสภาพแวดล้อมของตัวเมืองให้ดีและสวยงาม เป็นต้น นำเสนอให้เข้าใจง่ายตามผังต่อไปนี้




**ตารางที่ ๔.๕** การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

# บทที่ ๕

# สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องศาสนาและวัฒนธรรม : การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว พัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่มและการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ วิธีดำเนินการวิจัย ศึกษาข้อมูลจากเอกสารรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เก็บรวบรวมข้อมูลจากการลงสังเกต และสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เครื่องมือการวิจัย คือ แบบบันทึกเอกสาร ใช้บันทึกการสืบค้นข้อมูลจากเอกสารและรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบบันทึกการสังเกต ใช้บันทึกการสังเกตในเขตพื้นที่ภาคสนามในหมูบ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ แบบสัมภาษณ์ ใช้สัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการด้านศาสนาวัฒนธรรมและ การท่องเที่ยว กลุ่มผู้บริหารจัดการการท่องเที่ยว กลุ่มผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว และกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เป้าหมาย สำหรับเนื้อหาที่นำเสนอในบทนี้ แบ่งเป็น ๓ หัวข้อหลัก คือ ๑) สรุปผลการวิจัย ๒) อภิปรายผล และ ๓) ข้อเสนอแนะ แต่ละหัวข้อจะได้สรุปตามลำดับดังต่อไปนี้

## ๕.๑ สรุปผลการวิจัย

เพื่อให้เข้าใจง่ายในข้อค้นพบที่ได้รับจากการวิจัย คณะผู้วิจัยได้ใช้วิธีสรุปผลการวิจัยโดยเรียงตามลำดับของวัตถุประสงค์การวิจัย แบ่งเป็น ๔ หัวข้อ ๑) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ๒) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ๓) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์ ๔) การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ จะสรุปตามลำดับดังนี้

### ๕.๑.๑ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ในหัวข้อนี้แบ่งการสรุปเป็น ๔ หัวข้อ คือ ๑) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ๒) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ๓) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ และ ๔) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ สรุปได้ดังนี้

๕.๑.๑.๑ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัด มีการแบ่งประเด็นสรุปเป็น ๓ หัวข้อย่อย คือ ๑) สรุปผลแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ ๒) สรุปผลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ และ ๓) สรุปผลลักษณะอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

๑) สรุปผลแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ มี ๕ ประเด็น คือ (๑) ความเป็นมาของแนวคิดอัตลักษณ์ ได้เริ่มต้นขึ้นในช่วงปี ค.ศ. ๑๙๕๐ – ๑๙๖๐ โดยนักปรัชญา ๓ ท่าน คือ เจ.เจ.ซี.สมาร์ท, ยู.ที. เพลส และเฮอร์เบิรต์ ฟิลก์ (J.J.C. Smart, U.T. Place and Herbert Feigl) หลัง ค.ศ. ๑๙๘๐ เป็นต้นมา ต่อมาค.ศ. ๑๙๘๙ ทฤษฎีนี้ได้ถูกพัฒนาโดย เชลดอน สไตรเกอร์ (Sheldon Stryker) มหาวิทยาลัยอินเดียนา ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยอาศัยกรอบแนวคิดบริบททางสังคมวิทยาบนพื้นฐานทัศนภาพโครงสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์นิยม (๒) ความหมายอัตลักษณ์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวที่เป็นตัวบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของบุคคล ชุมชน สังคม หรือประเทศนั้น ๆ ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไปเหมือนสังคมอื่น ๆ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรม เป็นต้น (๓) หลักการสำคัญของอัตลักษณ์ คือ ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติหรือเกิดขึ้นลอย ๆ แต่ก่อตัวขึ้นภายในวัฒนธรรม ณ ช่วงเวลาใด ช่วงเวลาหนึ่ง อัตลักษณ์จึงถูกผลิต ถูกบริโภค และถูกควบคุมจัดการภายใต้วัฒนธรรม พร้อมกับสร้างความหมายต่าง ๆ ขึ้นมา (๔) ประเภทอัตลักษณ์ จำแนกเป็น ๒ ประเภท คือ อัตลักษณ์ส่วนบุคคล คือ ลักษณะบุคคลที่นิยามตัวเองว่าคือใครเป็นสิ่งที่เป็นรูปธรรมชัดเจนจับต้องได้ เช่น รูปร่าง หน้าตา เพศ ลายนิ้วมือ เป็นต้น และ อัตลักษณ์ทางสังคม คือ ภาพที่บุคคลอื่นมีต่อบุคคลหนึ่งโดยอาศัยสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นนามธรรม เช่น สถานภาพทางสังคม เพศ ชาติพันธุ์ อาชีพ ศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรม ที่ปัจเจกบุคคลนั้นสังกัดอยู่ และ (๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดอัตลักษณ์ สามารถปรับใช้ได้กับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล คือ ลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลนั้น เป็นรูปธรรมชัดเจนจับต้องได้ เช่น เพศ รูปร่าง หน้าตา ความสูง ลายนิ้วมือ เป็นต้น และ อัตลักษณ์ทางสังคม คือ ภาพที่บุคคลอื่นมีต่อบุคคลหนึ่งโดยอาศัยสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นนามธรรม เช่น สถานภาพทางสังคม เพศ ชาติพันธุ์ อาชีพ ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ที่ปัจเจกบุคคลสังกัดอยู่

๒) สรุปผลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ มี ๘ ด้าน คือ (๑) ลักษณะที่อยู่อาศัย ส่วนใหญ่เป็นบ้านไม้ชั้นเดียว บ้านมีช้างมีด้านข้างของบ้านเป็นโรงช้างยกหลังคาสูงราว ๆ ๔ เมตร บ้านบางหลังใช้ใต้ถุนบ้านเป็นที่ทอผ้าและเก็บเครื่องมือที่ใช้ประกอบอาชีพ (๒) ด้านอาหารพื้นบ้าน ชุมชนชาวกวยจะมีอาหารที่มีความเป็นอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น คือ แกงไก่ใส่หยวกกล้วย ปลายอนทอดกรอบ พริกป่นหรือน้ำพริก ซันลอว์เจ๊กจ์ หรือแกงกล้วย ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน เป็นต้น (๓) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น มีลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัวของหมู่บ้านช้างและแตกต่างจากที่อื่นจัดเป็นประเภทได้ คือ ประเภทเครื่องประดับงา กระดูก หรือฟันช้าง ประเภทเครื่องประดับหางช้าง ประเภทเครื่องมือควาญช้าง ประเภทของชำร่วย และประเภทเครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น (๔) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ที่มีความโดดเด่น คือ วัฒนธรรมการเลี้ยงช้าง ประเพณีเซ่นผีปะกำ ประเพณีแต่งงานบนหลังช้างหรือ“พิธีซัตเต” ประเพณีแกลมอ (๕) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีกิจกรรมที่เป็นอัตลักษณ์หลากหลายรูปแบบ เช่น กิจกรรมการแสดงช้าง กิจกรรมการนั่งช้างท่องเที่ยว กิจกรรมฝึกหัดควาญช้าง กิจกรรมปั่นจักรยานชมวิว หมู่บ้านช้าง กิจกรรมชมช้างอาบน้ำที่วังทะลุ เป็นต้น (๖) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ที่สำคัญของชุมชน คือ ศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร สุสานช้าง วังทะลุ เป็นต้น (๗) ด้านศาสนสถาน คือ วัดป่าอาเจียง (สุสานช้าง) เป็นศูนย์เรียนรู้และพิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน และ (๘) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์จังหวัดสุรินทร์ เช่น วัตถุมงคลประเภทงาช้าง วัตถุมงคล

ประเภทกระดูกช้าง วัตถุมงคลประเภทหาง วัตถุมงคลประเภทขี้ผึ้ง (นวดช้างโคลง) วัตถุมงคลประเภทเครื่องมือควาญช้าง

๓) สรุปผลลักษณะอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ มี ๓ ด้าน คือ (๑) ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยว (๒) มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น ซึ่งหาดูได้ยากในแหล่งท่องเที่ยวอื่น และ (๓) ดึงดูดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จักว้างขวาง และ ๔) มีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจ

๕.๑.๑.๒ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ มี ๕ ด้าน คือ ๑) ด้านอาหารพื้นบ้าน ที่มีความโดดเด่นส่วนใหญ่เป็นประเภทอาหารหวาน เช่น ขนมฝักบัว ขนมนางเล็ด ขนมกะมอล ๒) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ที่มีความโดดเด่น คือ ผลิตภัณฑ์จากไหมและผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ๓) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เช่น ประเพณีแซนโฎนตา บูชาบรรพบุรุษ เป็นต้น ๔) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่มีความโดดเด่น คือ กิจกรรมท่องเที่ยวกลุ่มผ้าไหมและกิจกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มเครื่องเงิน และ ๕) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีความโดดเด่น คือ บ้านเขวาสินรินทร์ หมู่ที่ ๑ หมู่ที่ ๒ มีแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหม และบ้านโชค หมู่ที่ ๓ มีกลุ่มร้านค้าชุมชนเขวาสินรินทร์ รับสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทเครื่องเงินรวมทั้งผ้าไหมมารวมไว้ที่นี้

๕.๑.๑.๓ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ มี ๖ ด้าน คือ ๑) ด้านอาหารพื้นบ้าน เช่น แกงไก่บ้านใส่แตงโมสุกชุมชนปราสาทภูมิโปน แกงไก่บ้านใส่หยวกหรือผลกล้วย แกงขี้เหล็กใส่มะเขือพวง ซุปหน่อไม้ ส้มตำเห็ด ตำมะเขือพวง สาคูใส่หมู ไส้กรอกวุ้นเส้นสมุนไพร ไก่ย่างสมุนไพร สาคูใส้หมู อาหารป่าตามฤดูกาลชุมชนกลุ่มปราสาทตาเมือน เป็นต้น ๒) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น คือ กาละแมที่อำเภอศีขรภูมิ ขนมนางเล็ด กล้วย มันเผือกและฟักทองฉาบ ไข่เค็มสมุนไพร ขนมเขิบ ผลิตภัณฑ์จากไหม เสื่อกก ลูกประคบสมุนไพร ไม้กวาดทางมะพร้าว กระเป๋าจากไหล หมอนฟักทอง ตระกร้าเชือกมัดฟาง อิฐบล็อกประสานของชุมชนกลุ่มปราสาทตาเมือน เป็นต้น ๓) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เช่น ประเพณีสืบสานตำนานปราสาทศีขรภูมิของชุมชนท่องเที่ยวปราสาทศีขรภูมิ ประเพณีแซนโฎนตา โจลมะม๊วด เรือมอันเรหรือระบำสาก ประเพณีสืบสานตำนานาปราสาทภูมิโปนชุมชนท่องเที่ยวปราสาทภูมิโปน ประเพณีตามฮีตสิบสอง เช่น บุญกองข้าวใหญ่ บุญข้าวจี่ บุญเบิกบ้าน บุญข้าวประดับดิน บุญข้าสาก ประเพณีสืบสานตำนานปราสาทตาเมือนชุมชนท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทตาเมือน เป็นต้น ๔) กิจกรรมการท่องเที่ยว คือ การเที่ยวชมศาสนสถานกลุ่มปราสาทขอม ประเพณีวัฒนธรรม ฐานเรียนรู้ และผลิตภัณฑ์ในชุมชน เป็นต้น ๕) สถานที่ท่องเที่ยว คือ ปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน ปราสาทช่างปี่ และปราสาทศีขรภูมิหรือปราสาทระแงง เป็นต้น ๖) ศาสนสถาน คือ กลุ่มปราสาทขอม เช่น ปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน ปราสาทช่างปี่ และปราสาทศีขรภูมิหรือปราสาทระแงง และวัดในชุมชนหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม เป็นต้น

๕.๑.๑.๔ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ มี ๗ ด้าน คือ ๑) ด้านศาสนสถาน เช่น สุสานช้าง ศาลาเอราวัณ

ศาลานิทัศการทางศิลปวัฒนธรรมของวิถีอาเจียง รูปปูนปั้นต่าง ๆ ในวัดป่าอาเจียง เจดีย์ไม้โบราณ มีอายุมากกว่า ๒๐๐ ปี พิพิธภัณฑ์ชาวกูยในวัดตะเคียน ซุ้มประตูทางเข้า รอยพระพุทธบาทจำลอง ผาลานนาคปรก เจดีย์น้ำซับในวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เช่น วัตถุมงคลประเภท กระดูก ฟัน หาง ของช้าง เครื่องมือควาญช้างในวัดป่าอาเจียง พระพุทธรูปสร้างจากไม้ตะเคียนโบราณ พระผงหลวงพ่อตะเคียนทอง รุ่น ๑ ในวัดตะเคียน รูปเหมือนพระสงฆ์สุปฏิบัติ มีหลวงปู่ดุลย์ อตุโล ในวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน เช่น แกงไก่ใส่หยวกกล้วย ปลายอนทอดกรอบ ส้มตำ น้ำพริกปลาพื้นถิ่นของชุมชนวัดป่าอาเจียง ตำไก่ใส่ใบมะม่วง ยำดักแด้ น้ำพริกมะดัน แกงมะละกอใส่ปูนา แกงปูใส่เผือก ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อนของชุชนวัดตะเคียน ต้มยำไก่บ้าน อาหารป่าตามฤดูกาล กล้วยฉาบ ข้าวต้มมัด ขนมดอกบัวของชุมชนวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับ ประเภทของของที่ระลึก ประเภทเครื่องนุ่งห่มที่มีความเชื่อมโยงกับช้างของชุมชนวัดป่าอาเจียง ผ้าไหมลายลูกแก้วย้อมสีธรรมชาติจากผลมะเกลือ เสื้อแซว หัวซิ่น ตีนซิ่น แถบซิ่น กระเป๋าผ้าไหม อาหารและยาสมุนไพรของชุมชนวัดตะเคียน สมุนไพรไล่ยุงตะไคร้หอม สบู่หอมสมุนไพร ลูกประคบของชุมชนวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เช่น วัฒนธรรมการเลี้ยงช้าง ประเพณีเซ่นผีปะกำ ประเพณีแห่นาคบนหลังช้าง ประเพณีแกลมอของชุมชนวัดป่าอาเจียง ประเพณีไหว้ศาลปู่ตา นุ่งผ้าซิ่นไหมลายพื้นบ้าน เสื้อแซวแขวนกระบอกแบบชาวกูย สไบ และ โสร่ง ของชุมชนวัดตะเคียน ประเพณีรำมะม๊วด หรือรำแม่มดของชุมชนวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการแสดงช้าง กิจกรรมการนั่งช้างท่องเที่ยว กิจกรรมฝึกหัดควาญช้าง กิจกรรมปั่นจักรยานชมวิว กิจกรรมชมช้างอาบน้ำที่วังทะลุ ของชุมชนวัดป่าอาเจียงกิจกรรมชมตลาดสายใยชุมชนวิถีคนกูย พิธีเส้นไหว้ศาลปู่ตา ดูเจดีย์ไม้โบราณ ไหว้พระไม้ตะเคียนทองผ่องโชค ไหว้พระองค์ใหญ่เพื่อเป็นสิริมงคล ชมพิพิธภัณฑ์ศูนย์เรียนรู้ วิถีกูย ไม้กลายเป็นหิน ชมฐานบั้งไฟไม้โบราณ ชมฟาร์มจระเข้ เที่ยวชมจุดเรียนรู้ ๘ จุด ชมการรำแกลมอ (หมอรำกูย) บายศรีสู่ขวัญ ทำบุญตักบาตรยามเช้าที่ตลาดชุมชน กิจกรรมพิเศษ นั่งซาเล้ง ชมพูมิทัศน์อากาศสดชื่นและเล่นตีโป่งในน้ำของชุมชนวัดตะเคียน กิจกรรมเที่ยวชมอ่างเก็บน้ำบ้านจรัส เก็บดอกบัวหลวง เที่ยวชมน้ำตกไตรคีรี ไหว้พระที่วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ปั่นจักรยานชมธรรมชาติรอบหมู่บ้าน กิจกรรมชมศูนย์การเรียนรู้การทำกล้วยฉาบ เครื่องจักสานไม้ไผ่ และการถักกระเป๋าไหมพรหมของชุมชนวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร สุสานช้าง วังทะลุ ของชุมชนวัดป่าอาเจียง ศาลปู่ตา ดูเจดีย์ไม้โบราณ พระไม้ตะเคียน พิพิธภัณฑ์ศูนย์เรียนรู้ วิถีกูย ไม้กลายเป็นหิน ฐานบั้งไฟไม้โบราณ ฟาร์มจระเข้ จุดเรียนรู้ ๘ จุด ตลาดชุมชนของชุมชนวัดตะเคียน อ่างเก็บน้ำบ้านจรัส น้ำตกไตรคีรี ซุ้มประตูทางเข้าวัด ตัวพญานาคทางขึ้นวัด เจดีย์รอยพระพุทธบาทจำลอง รูปเหมือนพระสุปฏิบัติ หน้าผาพระหรือผาลานนาคปรก เจดีย์น้ำซับของชุมชนวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น

### ๕.๑.๒ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ในหัวข้อนี้แบ่งการสรุปเป็น ๔ หัวข้อ คือ ๑) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ๒) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ๓) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ ๔) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ สรุปได้ดังนี้

๕.๑.๒.๑ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ แบ่งตามแหล่งข้อมูลที่ได้มา มี ๒ หัวข้อ คือ ๑) สรุปผลการวิจัยจากแบบบันทึกเอกสารและแบบสัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการ ๒) สรุปผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว แต่ละหัวข้อมีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

๑) สรุปผลการวิจัยจากแบบบันทึกเอกสารและแบบสัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการ มี ๕ ประเด็น คือ (๑) ที่มาของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว เกิดจากความต้องการบุกเบิกตลาดธุรกิจ การปรับปรุงสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีสินค้าจำหน่ายอย่างหลาย เพื่อให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งได้ จึงต้องพัฒนาทรัพยากรที่มีอยู่ให้ดีขึ้นกว่าเดิม (๒) ความหมายการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ การทำสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นให้มีความเจริญและดีขึ้นกว่าเดิม (๓) หลักการสำคัญของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว มีขั้นตอนสำคัญ คือ ขั้นแสวงหาแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ขั้นกลั่นกรองความคิด การวิเคราะห์เชิงธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทดสอบตลาด และการวางตลาด (๔) ประเภทการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ในจังหวัดสุรินทร์ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ผลิตภัณฑ์ชุมชน และด้านศาสนา (๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว สามารถประยุกต์ใช้แนวคิด, เกณฑ์การประกวดชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของสำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน กรมพัฒนาชุมชน มาเป็นกรอบในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว มี ๖ ประเด็น คือ ๑. มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ ๒. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ **๓.** มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ๔. ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน **๕.** มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ ๖. มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว

๒) สรุปผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว มี ๖ ประเด็น คือ (๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ เช่น ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง หางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ของประดับตกแต่งรถ บ้าน และของที่ระลึก (๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพยังขาดรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว แต่มีการออกร้านในการนำเสนอสินค้า ผลิตภัณฑ์ชุมชนทำให้ลูกค้ามองเห็นได้ชัดเจน (๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน คือ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นบางอย่างมีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน เช่น กรอบรูปตะขอช้างไม้แก่นขาม ของนายสายฟ้า ศาลางาม ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ ระดับสี่ดาว ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย วันที่ ๑๕

มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๒ และ ชุดเครื่องประดับจากกระดูกสัตว์ ของนายสายฟ้า ศาลางาม ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ ระดับสามดาว ประเภท ผ้า เครื่องแต่งกาย หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย วันที่ ๑๕ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๒ เป็นต้น (๔) ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน บางอย่างสามารถผลิตซ้ำได้อีกในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน เช่น ประเภทเครื่องมือควาญช้าง ของชำร่วย ของประดับตกแต่งรถ บ้าน และ เครื่องนุ่งห่ม แต่บางอย่างผลิตซ้ำได้อย่างจำกัดเพราะปัจจัยการผลิตมีกำกัด และหายาก เช่น ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง หางช้าง (๕) มีช่องทางตลาดข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรือออนไลน์ คือ มีช่องทางการตลาดหลากหลาย เช่น หน่วยงานของรัฐ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ เป็นต้น (๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว ชุมชนหมู่บ้านช้างเป็นชุมชนชาวกูยหรือกวยมีอาหารเป็นอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น เช่น แซันลอว์เจ๊กจ์ หรือแกงกล้วย ปลายอนทอดกรอบ ปลาชนิดนี้ชุมชนมักจะหาได้จากแหล่งที่น้ำตลอดปี พริกป่นหรือน้ำพริก ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน เป็นต้น

๕.๑.๒.๒ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ มี ๕ ประเด็น คือ ๑) ประเด็นมีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ คือ ด้านผ้าไหมมีความเป็นมายาวนาน รูปแบบลวดลายสีสันงดงามแปลกตา ประณีตและรักษาเทคนิคการทอแบบโบราณไว้ได้ ด้านเครื่องเงินโบราณ ที่มีเอกลักษณ์สวยงามวิจิตรเฉพาะถิ่น ๒) ประเด็นมีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ คือ ด้านผ้าไหมผลิตได้เป็นที่ต้องตาต้องใจของลูกค้า เช่น ผ้าลายยกทอง ผ้าลายหางกระรอก ผ้าลายร่างแห ผ้าลายโกนกะแอก (ลูกกา) ผ้าลายลูกแก้ว เป็นต้น ด้านเครื่องเงินมีการจัดไว้ในตู้กระจก วางแสดงบนโต๊ะแสดงสินค้า ห้อยตามราวแสดงสินค้า ทำให้เป็นที่ดึงดูดใจตั้งแต่มองเห็น ๓) ประเด็นมีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน คือ ด้านผ้าไหมมีการคัดสรรผ้าไหมเป็นสินค้า OTOP ในระดับ ๕ ดาว ด้านเครื่องเงินของลุงป่วน เจียวทอง ปราชญ์ชาวบ้านสาขาศิลปหัตถกรรมและสิ่งทอเครื่องประดับเงินโบราณ ได้รับการเชิดชูเกียรติให้เป็นครูภูมิปัญญาไทยรุ่นที่ ๖ จากสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา เมื่อวันที่ ๓ กันยายน ๒๕๕๒ ได้รับคัดเลือกจากสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษาให้เป็นครูภูมิปัญญาไทย ด้านอุตสาหกรรมและหัตถกรรม (การทำเครื่องเงินลายโบราณ) ประจาปี ๒๕๕๒ เป็นต้น ๔) ประเด็นผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน คือ ด้านผ้าไหมสามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกันและสามารถพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมให้มีสิ่งใหม่เพิ่มขึ้นมาได้อีกตามที่กลุ่มลูกค้าและลาดต้องการ ด้านเครื่องเงินสามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายน่าสนใจ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาชมและเลือกซื้อสินค้า **๕)**ประเด็นมีช่องทางตลาด คือ ด้านผ้าไหมมีการรวมกลุ่มกันไปขายในตัวเมืองในราคาผืนละ ๒,๕๐๐ ถ้าไม่ได้ไปขายเองก็มีลูกค้าเข้ามารับซื้อกับกลุ่ม สมัยผลิตเริ่มแรกเคยนำไปขายที่ตัวเมืองสุรินทร์ ส่งให้คนจีนมิ้งไหมไทยหรือสุรินทร์ไหมไทย ส่งขายผืนละ ๖๐๐-๗๐๐ บาท เพราะตอนนั้นไหมราคาถูก ระยะหลังคนในชุมชนได้ผันตัวเองมาเป็นคนค้าขายเอง ปัจจุบันมีบุคคลหลายฝ่ายได้นำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปเปิดช่องทางการตลาดในเครือข่ายออนไลน์ด้วย ทำให้เป็นที่รู้จักของลูกค้าและนักท่องเที่ยวต่างแวะเวียนเข้ามาเยี่ยมชมและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผลิตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้านเครื่องเงิน ปัจจุบันมีแนวคิดลดการไปจำหน่ายสินค้านอกชุมชน หันมาสนใจการดำเนินงานตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

เป็นการผสมผสานแนวความคิดสร้างสรรค์ เชื่อมโยงการท่องเที่ยวและบริการเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจและความเข้มแข็งขอชุมชนให้มีความมั่นคงยั่งยืน

๕.๑.๒.๓ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ จากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ สรุปได้ ๖ ประเด็น ได้แก่ ๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวนำเสนอเรื่องราวสร้างสรรค์และน่าสนใจ คือ ปราสาทขอมโบราณ และโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ที่เป็นอารยธรรมขอมโบราณ ตลอดทั้งประเพณี ความเชื่อที่มีต่อปราสาทขอมที่เป็นอารยธรรมขอมโบราณเหล่านั้น ๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ คือ ปราสาทขอมโบราณ และโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ที่เป็นอารยธรรมขอมโบราณ กาละแมศีขรภูมิ ไหม เสื่อกก เป็นต้น ๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน คือ กาละแมสด ร้านเตียชุ่นเฮง ตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น ๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน คือ กาละแมศีขรภูมิ ผ้าไหม เสื่อกก พรมเช็ดเท้า รองเท้าหนัง และอาหารท้องถิ่น เป็นต้น ๕) มีช่องทางตลาด คือ มีการนำเสนอหลากหลายทั้ง สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ การออกร้าน และสื่อออนไลน์ ๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว คือ เมนูอาหารทั่วไปที่โดดเด่น แกงไก่บ้านใส่หยวกกล้วยหรือลูกกล้วยดิบหรือแตงโมสุก เมนูอาหารประเภทของหวานที่โดดเด่น คือ กาละแมศีขรภูมิ ลองลงมาคือขนมฝักบัว ขนมนางเล็ด และกล้วยฉาบ เป็นต้น

๕.๑.๒.๔ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ มี ๖ ประเด็น ได้แก่ ๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ เช่น ภาษากูยและวิถีชีวิตของชุมชนชาวกูย ศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร สุสานช้าง มีการนำเสนอไว้ในบรรจุภัณฑ์ของชุมชนดังคำขวัญที่ว่า“ผลิตภัณฑ์เลื่องชื่อ ฝีมือชาวกูย” เป็นต้น ๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เช่น เครื่องประดับกระดูกช้าง ฟันช้าง เครื่องประดับหางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ของชำร่วย เครื่องนุ่งห่ม เช่น เสื้อยืด ผ้าแพรหมอน กรอบรูปตะขอช้างไม้แก่นขาม เช่น ผ้าไหมลายลูกแก้วย้อมสีธรรมชาติสีดำจากผลมะเกลือ เสื้อแซว หัวซิ่น ที่รองแก้วจากผ้าไหม กระเป๋าผ้าไหม ตีนซิ่นและแถบซิ่น กล่องบรรจุภัณฑ์ที่ชื่อว่า “คองกูย ผลิตภัณฑ์เลื่องชื่อ ฝีมือชาวกูย หรือ KONGKUIW สำโรงทาบ เมืองราบลุ่ม ชุ่มชื้นผืนนากว้างใหญ่ ภาคภูมิใจผ้าไหมย้อมมะเกลือ งดงามเหลือรำแกลมอ” เป็นต้น ๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน คือ ความพร้อมของ “ช้างหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดจากช้าง” ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ยึดโยงกับช้างได้รับรางวัลในระดับต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์ชุมชุนวัดตะเคียน คือ เสื้อแซว ผ้าสิ้นมัดหมี่ ตีนสิ้น ผ้าหางกระรอก กระเป๋า เป็นต้น วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร สามารถเข้าสู่การรับรองมาตรฐานเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมในระดับจังหวัดหรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในระดับจังหวัดได้ ๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน เช่น ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับหางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ชำร่วย เครื่องนุ่งห่ม ศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ เช่น การนำเสนอโดยใช้สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ในคู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ เส้นทางวิถีสายคนกับช้าง การนำเสนอโดยใช้สื่อแผ่นพับ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ การนำเสนอในสื่อออนไลน์ การออกร้านในงานสำคัญ

ต่าง ๆ การจัดตั้งสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เป็นต้น ๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว เช่น ซันลอว์เจ๊กจ์ หรือแกงกล้วย ปลายอนทอดกรอบ พริกป่นหรือน้ำพริก ตำไก่ใส่ใบมะม่วง ยำดักแด้ น้ำพริกมะดัน แกงมะละกอใส่ปูนา (ละแวร์กะตาม) แกงปูใส่เผือก ใส่ผักกะแยง ห่อหมกปลาใส่ใบมะขามอ่อน ต้มยำไก่บ้าน ขนมเปียกปูนใบเตย ขนมเทียนทำจากรากเถาตดหมา

**๕.๑.๓ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์**

การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ในหัวข้อนี้แบ่งการสรุปเป็น ๔ หัวข้อ คือ ๑) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ๒) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ๓) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ ๔) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ สรุปได้ดังนี้

๕.๑.๓.๑ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ แบ่งตามแหล่งข้อมูลที่ได้มา มี ๒ หัวข้อ คือ ๑) สรุปผลการวิจัยจากแบบบันทึกเอกสารและแบบสัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการ ๒) สรุปผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

๑) สรุปผลการวิจัยจากแบบบันทึกเอกสารและแบบสัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการ มี ๕ ประเด็น คือ (๑) ที่มาของแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ ธุรกิจในปัจจุบันมีแนวคิดว่า ผู้ผลิตสินค้าหรือให้บริการมิใช่เป็นการขายเพียงตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักเพียงอย่างเดียว แต่ต้องมีส่วนเพิ่มมูลค่าที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกเกิดความพึงพอใจและได้ประโยชน์มากขึ้นด้วย (๒) ความหมายการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือบริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ด้วยคุณภาพและราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในทรัพยากรการท่องเที่ยว (๓) หลักการสำคัญการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือบริการ ให้มีคุณค่าทั้ง ๔ ด้าน ที่เรียกว่าคุณค่ารวมสำหรับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว ได้แก่ ๑. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) ๒. ด้านบริการ (Service Value) ๓. ด้านบุคลากร (Personnel Value) และ ๔. ด้านภาพลักษณ์ (Image Value) ตามแนวคิดคุณค่ารวมสำหรับลูกค้าจะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้ลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ส่งผลให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดีในระยะยาว (๔) วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญกับการนำนวัตกรรมมาช่วยสร้างมูลค่าให้กับทรัพยากรการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ และบริการ เพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ ตอบโจทย์การใช้งาน เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้มากที่สุด (๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ดังนี้ คือ ๑. ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ๒. ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ๓. การคัดเลือกวัตถุดิบ ๔. กระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕. บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ

ให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก ๖. การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน ๗. การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ ๘. การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค

๒) สรุปผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว มี ๘ ประเด็น คือ (๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค คือ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีความยึดโยงเกี่ยวกับช้างหรืออัตลักษณ์ของชุมชนมักเป็นที่นิยมของลูกค้า เช่น ด้านอาหารพื้นบ้าน ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านศาสนสถาน ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล (๒) ตัวผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เป็นจุดขาย คือ “ช้าง” เพราะเป็นอัตลักษณ์สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ตัวอื่นที่เป็นจุดขายให้กับนักท่องเที่ยวล้วนเป็นผลผลิตที่เกิดจากช้าง เช่น ศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร สุสานช้าง และ วังทะลุ เป็นต้น (๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ มีการคัดเลือกวัตถุดิบจากต้นทุน ๒ ลักษณะ คือ ๑. ทุนชุมชนอย่างน้อย ๕ ด้าน เช่น ทุนมนุษย์ ทุนทางสังคม ทุนกายภาพ ทุนทางธรรมชาติ ทุนการเงิน ๒. ทุนทางวัฒนธรรม อย่างน้อย ๘ ด้าน เช่น อาหาร การแต่งกาย ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภาษา อาชีพ ความเชื่อ ศิลปะพื้นถิ่น เป็นต้น (๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต คือ เริ่มจากเห็นความสำคัญวิถีชีชีวิตคนกับช้าง ป่าอาหารช้างลดน้อยลง คนเลี้ยงช้างขาดอาชีพมั่นคง นำช้างออกไปรับจ้าง เร่ร่อนขายของที่ระลึกและอาหารช้าง ก่อให้เกิดปัญหาภาพลักษณ์เสียหาย การจราจร สุขภาพช้าง คนเลี้ยงช้างทิ้งชุมชนและครอบครัวไปเป็นนาน เป็นต้น องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ องค์การสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์ และ พระครูสมุห์หาญ ปญฺญาธโร จึงได้คิดวิธีการแก้ปัญหานี้ จึงได้สร้างศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร และสุสานช้าง ขึ้นมา เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน กระบวนการหรือวิธีการผลิต คือ ดัดแปลงให้เกิดคุณค่ามากขึ้น มีการค้นหา พัฒนา ปรับปรุง ทุนชุมชน และทุนทางวัฒนธรรม สร้างเสริมให้เป็นอัตลักษณ์ จุดเด่น สร้างความประทับใจ สร้างความตื่นตาตื่นใจ น่าจดจำ ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากสถานที่ต่าง ๆ ให้เข้ามาเที่ยวชม (๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก คือ มีการนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ประสัมพันธ์ตามส่วนราชการ สื่อสิ่งพิมพ์ในคู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ “เส้นทางวิถีสายคนกับช้าง สื่อโทรทัศน์ การออกร้านแสดงสินค้าในชุนและงานประเพณีสำคัญ ตลอดนำเสนอทางสื่อออนไลน์รูปแบบต่าง ๆ (๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน เช่น มีการบริหารช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคซื้อได้ง่ายทั้งในและนอกชุมชน มีการบริการจัดส่ง หรือการรับคืนเมื่อไม่พึงพอใจ การให้บริการให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อมีคำถาม มีช่องทางติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ทางยูทูบ ทางไลน์ หรือ ทางเฟสบุค (๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ คือ แบรนด์เป็นอัตลักษณ์ของที่นี้คือทรัพยากรการเที่ยวทุกชนิดที่มีความยึดโยงกับช้าง เช่น แบรดด์ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง หางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ของชำร่วย และเครื่องนุ่งห่มที่มีสัญลักษณ์ของช้าง เป็นแบรนด์ที่คนทั่วไปรู้จักมีคุณค่าและมูลค่าที่ลูกค้าสัมผัสได้ทันที (๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค ได้ดำเนินการในหลายช่องทาง เช่น การนำเสนอผ่านช่องทางงานบุญประเพณี การออกร้านในงานแสดงสินค้า พิพิธภัณฑ์ ศูนย์การเรียนรู้ แหล่งท่องเที่ยว สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ และหน่ายงานของรัฐ

๕.๑.๓.๒ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ มี ๘ ประเด็น คือ ๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค คือ ด้านผ้า

ไหมระยะแรกผ้าที่ทอส่วนมากเป็นผ้ามัดหมี่ หมี่คั่น และลายสร้างสรรค์ ปัจจุบันประยุกต์มีลายมาผสมให้สวยงามถูกใจ เช่น ลายถ้วย ลายนกยูง ลายนกคู่ ลายกระสไน(ลายร่างแห) ลายก้านแย่ง(ลายไทย) หมี่คั่น(อันลูนซีม) ลายพญานาค ลายโคมห้า ลายพนมเปญ หมี่คั่นประยุกต์ ด้านประเกือม ที่ลูกค้านิยมมากมักเป็นเครื่องประดับประเภทต่างหูและ สร้อยคอ เนื่องจากมีลวดลายสวยงามแตกต่างจากที่อื่น ๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ คือ ด้านผ้าไหมในที่นี้เป็นสินค้า OTOP ที่คัดสรรส่งเข้าประกวดและได้รับรางวัลในระดับ ๕ ดาว มาแล้วจำนวน ๒ ผลิตภัณฑ์ เมื่อ พ.ศ. ๒๕๕๑ ด้านประเกือม ตัวผลิตภัณฑ์เครื่องเงินมีคุณภาพสูงเพราะทำจากเนื้อเงินแท้จึงได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าที่ซื้อสินค้าตลอดมา ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ คือ ด้านผ้าไหม มีเทคนิคการผลิตเฉพาะตัว ซึ่งได้รับการสืบทอดกรรมวิธีการผลิตแบบนี้มาแต่บรรพบุรุษ เช่น การเลี้ยงไหม การสาวไหม การย้อมสี การมัดหมี่ และการทอ ได้มีการคัดเลือกวัตถุดิบและคิดค้นพัฒนากรรมวิธีการผลิต เพื่อให้ได้ผ้าไหมที่มีคุณภาพ ทำให้มีชื่อเสียงและคุณภาพเป็นที่ยอมรับ ด้านประเกือม การคัดเลือกวัตถุดิบได้สั่งซื้อมาจากกรุงเทพฯ มีเนื้อเงินสูงถึงร้อยเปอร์เซ็นต์ทำให้เครื่องเงินที่ผลิตออกมาเป็นที่เชื่อถือและยอมรับของคนทั่วไป ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต คือ ด้านผ้าไหม ที่นี่มีกระบวนการผลิตเฉพาะตัวซึ่งได้รับการสืบทอดมาแต่บรรพบุรุษ เช่น การเลี้ยงไหม การสาวไหม การย้อมสี การมัดหมี่ และการทอ ได้มีการคิดค้นพัฒนากรรมวิธีการผลิต เพื่อให้ได้ผ้าไหมที่มีคุณภาพ ผ้าทอเปลี่ยนลายไปเรื่อย บางลายได้แรงบันดาลใจจากที่ผ้ากรุงเทพฯ นำมาดัดแปลงวาดใส่กระดาษก่อนจึงทอตามมีลายหยดน้ำ เป็นต้น ด้านประเกือม มีกระบวนการหรือวิธีการผลิตดังนี้ (๑) วัสดุอุปกรณ์ มี ๑๔ อย่าง คือ เม็ดเงิน น้ำประสานเอาไว้เชื่อม เบ้าหลอมสำหรับหลอมเงิน เครื่องรีด แป้นดึงลวด เหล็กดัดดอก เหล็กดุ๊ดตู่ คีม กรรไกร เบ้าหลอมดัดเป็นวงกลมสำหรับวางเชื่อม เครื่องเป่าไฟ น้ำมันเบนซิน แปลงทองเหลือง และน้ำยาล้างเครื่องเงิน (๒) การทำเครื่องเงิน มี ๑๗ ขั้นตอน คือ ชั่งเม็ดเงิน หลอมเทใส่ราง เข้าเครื่องรีด(แบบลวด) ดึงกับแป้นดึงลวดให้ได้ขนาดตามที่ต้องการ เข้าเครื่องรีดให้แบน ดัดดอกตามลายที่ต้องการ เชื่อมเพื่อที่จะตัดดอกให้เสมอ หลอมเทใส่รางเพื่อรีดสำหรับทำเป็นฐานร่าง เอาดอกที่ตัดมาเชื่อมกับฐานล่างซึ่งฐานล่างต้องเอาดุ๊ดตู่ตอกตามขนาดที่ต้องการ เหล็กดุ๊ดตู่หรือเหล็กปั๊มขนาดวงกลมแล้วค่อยตอกเป็นนูนตามที่เราต้องการ ดึงลวดเงินเส้นเล็กขนาดที่เราต้องการแล้วเอามาปั่นเกลียวโดยใช้สว่านมือม้วนเป็นรูปวงกลมเอาไปเผาเป็นรูปไข่ปลาเพื่อนำไข่ปลาวางเชื่อมบนดอกพริก พันลวดเล็ก ๆ เพื่อทำเป็นลายก้นหอยเอาไปวางรอบ ๆ ดอกพริก ประกอบดอกกะเกาตามรูปงานและแบบที่ต้องการ นำมาขัดด้วยน้ำยาล้างจานหรือแชมพูแล้วใช้แปรงทองเหลืองขัดให้สะอาดกลายสีข้าวเงา ล้างน้ำเปล่า ๓ ครั้ง ตากแดดให้แห้งหรือใช้ใดเป่าก็ได้ และนำไปสวมใส่ประดับตกแต่งตามร่างกายเพื่อความสวยงาม ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก คือ ด้านผ้าไหม การเข้าไปสังเกตตามร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในจังหวัดสุรินทร์ได้พบว่ามีการทำบรรจุภัณฑ์สำหรับใส่ผ้าไหมให้กับลูกค้ามีการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรกเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์ ด้านประเกือม บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นที่นี้ยังไม่ได้ทำทางร้านใส่ในถุงกระดาษหรือถุงพลาสติกให้กับลูกค้า การนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์มีการนำเสนอภายในร้านเอง นำออกร้านที่ส่วนราชการขอมานำเสนอในสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน คือ ด้านผ้าไหม มีรวมกลุ่มกันไปขายในตัวเมืองในราคาผืนละ ๒,๕๐๐ บาท (มีทั้งหมด ๔ เมตร) และมี

ผู้มารับซื้อกับกลุ่มทอผ้าไหมเอง ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวเข้ามาซื้อในชุมชน มีการบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง หากไม่พอใจสินค้ายินดีรับคืน ด้านประเกือม นอกจากมีผู้ซื้อเดินทางมาซื้อถึงในหมู่บ้านแล้ว ยังมีการจำหน่ายผ่านตัวแทนที่รับไปขายตามร้านจิวเวลรี่ ร้านขายของที่ระลึก จัดแสดงรูปแบบสินค้าผ่านทางหน้าเว็บไซต์ให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุด สินค้าที่ผลิตเป็นที่รู้จักของต่างประเทศ มีสวิตเซอร์แลนด์ และญี่ปุ่น เป็นต้น ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ คือ ด้านผ้าไหม แบรนด์ที่ได้รับความเชื่อถือของคนทั่วไปตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุจุบัน คือ เจ๊ก มิ้งไหมไทย และ สุรินทร์ไหมไทย เพราะผลิตจากที่นี่ส่งขายผืนละ ๖๐๐-๗๐๐ บาท ด้านประเกือม แบรนด์เครื่องเงินที่นี่มีความโดดเด่นถูกจนถูกนำเขียนไว้ในคำขวัญของจังหวัดสุรินทร์ การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการดังกล่าวได้นำเสนอผ่านลวดลายต่าง ๆ ที่แกะสลักอยู่โดยรอบเม็ด เช่น ลายถุงเงิน หมอน หกเหลี่ยม กรวย กระดุม ตะโพน ดอกบัว ตาราง ดอกพิกุล เป็นต้น ๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค คือ ด้านผ้าไหม และประเกือม มีการนำเสนอทางสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย

๕.๑.๓.๓ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ สรุปการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ มี ๘ ประเด็น ๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมส่วนใหญ่ต้องการมาเที่ยวชมกลุ่มปราสาทขอม เช่น ปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน ปราสาทช่างปี่ ปราสาทศีขรภูมิหรือปราสาทระแงง เป็นต้น ๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดขายคือปราสาทขอม เช่น ปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน ปราสาทช่างปี่ ปราสาทศีขรภูมิ ด้านบริการการ คือ การนำเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม เช่น โปรแกรมการท่องเที่ยวบ้านภูมิโปน (๑ วัน ๑ คืน)[๑] สำหรับกาละแมศีขรภูมิมีบริการให้กับนักท่องเที่ยวทุกวันหลายเจ้าในอำเภอศีขรภูมิ ตามปั้มน้ำมัน ปตท.หลายแห่งในเขตจังหวัดสุรินทร์ หรือร้านเฮียง เฮียง ในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ คือ (๑) ตัวปราสาทขอมโบราณ พบว่ามีการคัดเลือกวัตถุดิบที่สร้างปราสาทขอมมีอยู่ ๓ ชนิดด้วยกัน คือ ประเภทหินทราย (Sandstone) ประเภทศิลาแลง (Laterite) และประเภทอิฐ (Bricks) (๒) กาละแมศีขรภูมิมีการคัดเลือกวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต เช่น กาละแมสดศีขรภูมิตราปราสาทเดียวมีวัตถุดิบส่วนผสมที่สำคัญ คือ กะทิ ๖๐ % แป้ง ๒๐ % น้ำตาล ๑๐ % และ อื่น ๆ ๑๐ % เป็นต้น ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต คือ (๑) ปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ แบ่งตามหลักสถาปัตยกรรม มี ๓ แบบ คือ แบบปราสาทหลังเดียว แบบปราสาทสามหลัง และแบบปราสาทห้าหลัง ส่วนกระบวนการผลิตมีขั้นตอนและรายละเอียดมากขอยกไว้ไม่นำมากล่าวในที่นี่ ๒) กระบวนการผลิตกาละแมสดศีขรภูมิ (ตราปราสาทเดียว) เริ่มจากการคัดสรรวัตถุดิบ คือ มะพร้าว นำมาขูด คั้นเอากะทิสด เคี่ยวต้มใส่ด่างสีดำที่ได้จากการเผาเปลือกมะพร้าวแบบโบราณ ต้มเคี่ยวใส่น้ำตาลประมาณ ๑ ชั่วโมง ยกออกใส่กระทะกวนกับแป้งข้าวเหนียว ๓-๔ ชั่วโมง ยกมาเทให้เย็น หยิบออกเป็นชิ้น ๆ ห่อด้วยใบตองกล้วยและห่ออีกชั้นด้วยกระดาษแก้วและบรรจุถุงนำออกจำหน่าย ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก คือ (๑) ปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ มีการ

---

[๑] บ้านภูมิโปน, แผ่นพับแนะนำบ้านภูมโปน, หมู่ ๕ ตำบลดม อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์

นำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าทั้งในสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ภาพเขียนและโปสเตอร์ตามหน่วยงานรัฐและเอกชน ตลอดจนออกร้านแสดงผลิตภัณฑ์ชุมชนในงานประเพณีต่าง ๆ (๒) กาละแมสดศีขรภูมิ (ตราปราสาทเดียว) มีการสร้างบรรจุภัณฑ์สวยงาม นำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก ในหนึ่งถุงมี ๑๗ ชิ้น ๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน คือ (๑) ด้านตัวปราสาทขอม หลายแห่งมีบริการและให้ความรู้นักท่องเที่ยว เช่น มีมัคคุเทศก์หรือไกด์ ให้ความรู้ ด้านสถานที่ตั้งของปราสาท ประวัติ สภาพทั่วไป ภาพหรือลายจำหลัก วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ชุมชน วิถีชีวิตของคนในชุมชน (๒) ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น กาละแมสดศีขรภูมิ (ตราปราสาทเดียว) มีบริการให้ความรู้ตามบรรจุภัณฑ์ เช่น วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ ส่วนผสมสำคัญ วัตถุดิบที่ใช้ น้ำหนักสุทธิ เครื่องหมายที่ได้รับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา การขายหน้าร้าน การจัดส่งจำหน่ายตามสถานที่ต่าง ๆ เป็นต้น ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ คือ “ปราสาท” ในที่นี่หมายถึงปราสาทขอมโบราณซึ่งมีมากกว่า ๓๕ แห่งในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ ดังนั้นเมื่อสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นในหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจึงได้นำเอาปราสาทขอบมาเป็นแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ๆ เช่น กาละแมสดศีขรภูมิ (ตราปราสาทเดียว) หรือ กาลแมกาละแมสดศีขรภูมิ (ตราแม่บัวหน้อย) มีปราสาทศีขรภูมิห้าหลัง เป็นต้น ๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค คือ (๑) ปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ มีการนำเสนอให้เข้าถึงผู้บริโภคทั้งในสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ภาพโปสเตอร์ ตามหน่วยงานรัฐและเอกชน ตลอดจนออกร้านแสดงผลิตภัณฑ์ชุมชนในงานประเพณีต่าง ๆ (๒) กาละแมสดศีขรภูมิ มีการนำเสนอหลายทาง ทั้งนำออกจำหน่ายหน้าร้านผู้ผลิตเอง ส่งจำหน่ายตามปั๊มน้ำมัน ปตท. ต่าง ๆ ตามร้านขายของฝากในตัวเมืองสุรินทร์ มีบริการขายทางออนไลน์ ส่งตรงถึงผู้บริโภคใน ๑ วัน มีบริการจัดส่งด่วนผ่านทาง Kerry รถทัวร์ และ รถไฟ เป็นต้น

๕.๑.๓.๔ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ มี ๘ ประเด็น คือ ๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ความยึดโยงผลิตภัณฑ์เข้ากับความเป็นอัตลักษณ์ของวิถีชุมชนที่เกี่ยวข้องกับความเป็นช้างซึ่งเป็นรสนิยมและความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การมีช้างจำนวนมาก ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ศาสนสถาน ศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล บางแห่งเน้นธรรมชาติ เช่น ภูเขา โขดหิน ป่าไม้ มีแหล่งน้ำ ศาสนสถานที่สวยงาม ๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ คือ ผลิตภัณฑ์จากช้างเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง เครื่องประดับหางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ของชำร่วย เครื่องนุ่งห่ม เช่น เสื้อยืด ผ้าแพร หมอน กรอบรูปตะขอช้างไม้แก่นขาม วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เช่น การรำแกลมอหรือแกลออ การแต่งกายผ้าไหมลายพื้นบ้าน เสื้อแซวแขนกระบอกแบบชาวกูย รูปเหมือนพระสงฆ์สุปฏิบัติ มี หลวงปู่ดุลย์ อตุโล เป็นต้น ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ มีการจัดการทุนที่นำมาใช้เป็นวัตถุดิบ เช่น ทุนมนุษย์ ทุนทางสังคม ทุนกายภาพ ทุนทางธรรมชาติ ทุนการเงิน ทุนทางวัฒนธรรม เป็นต้น ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต คือ มีการเลี้ยงช้างจำนวนมากเมื่อตกลูกเพิ่มประชากรช้างขึ้นเรื่อยจนกลายเป็นชุมชนหมู่บ้านช้าและนำเอาวัตถุดิบที่เกิดจากช้าง เช่น งาช้าง ฟันช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง หางช้าง เป็นต้น มาทำเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง หางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ของชำร่วย เครื่องนุ่งห่ม วัตถุมงคล เครื่องประดับตกแต่งบ้านและรถ เป็นต้น ด้านประเพณีวัฒนธรรมมีกระบวนการหรือวิธีการ

เสริมสิ่งใหม่ ๆ บางอย่างเข้ามาให้มีความโดดเด่น ร่วมสมัยมากขึ้น เป็นต้น ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก คือ นำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ภาพโปสเตอร์หรือหุ่นจำลองของช้างติดตั้งไว้ตามเส้นทาง สวนสาธารณะ โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐหรือเอกชน และจัดแสดงตามงานเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น ๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน เช่น การให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อมีคำถาม ต้อนรับผู้มาเยือนในฐานะเจ้าบ้านที่ดี ปรับตัวเข้ากับฝ่ายบ้านเมืองให้ได้ มีน้ำใจกับผู้มาเยือนเหมือนกับญาติ การมีช่องทางติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เช่น ทางยูทูป ทางไลน์ ทางเฟสบุค เมื่อสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ส่งออกสู่ตลาดไม่เป็นที่พึงพอใจกับลูกค้าก็ยินดีรับคืนหรือปรับเปลี่ยนใหม่ หรืออาจจะมีของฝากให้กับผู้มาเยือนบ้างตามสมควร ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ จังหวัดสุรินทร์เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปว่าเป็นเมืองช้าง แบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นจุดขายของจังหวัดสุรินทร์ก็คือช้าง นอกจากช้างแบรนด์ที่เป็นจุดขายสำคัญอีกอย่างก็คือวัฒนธรรมของสามเผ่าชน คือ เขมร กูย ลาว เป็นต้น ๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค มีการนำเสนอให้เข้าถึงผู้บริโภคหลายช่องทาง เช่น การนำเสนอโดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในคู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สื่อวิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ การออกร้านในงานสำคัญต่าง ๆ การจัดตั้งสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นภายในชุมชนตนเอง เป็นต้น

### ๕.๑.๔ การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดของ วรรณา วงษ์วานิช[๒] ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้ว่ามีความสำคัญทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง และด้านสังคม ของประประเทศ ในหัวข้อนี้คณะผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นกรอบแนวคิดการวิเคราะห์ในประเด็นการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ใน ๓ ด้าน คือ ๑) ด้านเศรษฐกิจ ๑) ด้านการเมือง และ ๓) ด้านสังคม ของประประเทศ ซึ่งจะได้นำมาวิเคราะห์ตามลำดับดังนี้

๕.๑.๔.๑ ด้านเศรษฐกิจของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คำว่า “เศรษฐกิจ” หมายถึง งานเกี่ยวกับการผลิต การจำหน่ายจ่ายแจก และการบริโภคใช้สอยสิ่งต่าง ๆ ของชุมชน รวมถึงด้านการใช้บริการและการท่องเที่ยวที่มีปัจจัยกระตุ้นต่อการเติบโตของเศรษฐกิจ ดังนั้นการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ได้มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คือ การท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้เงินตราต่างประเทศ มีบทบาทต่อดุลการชำระเงิน มีบทบาทต่อการเจริญเติบโตและการขยายตัวของการลงทุน มีบทบาทต่อการสร้างงานและกระจายรายได้ ช่วยสนับสนุนให้เกิดการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ซึ่งได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ช่วยเสริมสร้างสัมพันธไมตรีอันดีต่อกันทั้งระหว่างคนในชาติและระหว่างชาติ และมีบทบาทต่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ เป็นต้น

---

[๒] วรรณา วงษ์วานิช, **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**, หน้า ๑๙-๒๒.

๕.๑.๔.๒ ด้านการเมืองของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คำว่า “การเมือง” หมายถึง กระบวนการและวิธีการที่จะนำไปสู่การตัดสินใจของกลุ่มคน คำนี้มักถูกนำไปประยุกต์ใช้กับรัฐบาล แต่กิจกรรมทางการเมืองสามารถเกิดขึ้นได้ทั่วไปในทุกกลุ่มคนที่มีปฏิสัมพันธ์กัน ซึ่งรวมไปถึงบรรษัท แวดลงวิชาการ และศาสนา ดังนั้นการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ได้มีความสำคัญต่อการเมืองของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นสื่อที่เกี่ยวข้องต่อความเข้าใจอันดีต่อกันทางการเมือง เช่น ถ้าสถานการณ์ภายในประเทศสงบเรียบร้อย ก็จะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเจริญก้าวหน้าด้วย และในทางกลับกันภาวะตกต่ำของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็ย่อมบอกถึงสภาพทางการเมืองของประเทศได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังสามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับชาวต่างประเทศ สร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน นอกจากนั้นการท่องเที่ยวยังเป็นเครื่องมือในด้านการพัฒนาท้องถิ่นต่าง ๆ เช่น การส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวในบริเวณท้องถิ่นที่อยู่ห่างไกล ทำให้บริเวณนั้นเจริญก้าวหน้าขึ้น เป็นต้น

๕.๑.๔.๓ ด้านสังคมของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คำว่า “สังคม” หมายถึง กลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกันตามระบบกฎเกณฑ์ โดยมีลักษณะการอยู่รวมกันของมนุษย์ที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันหลายรูปแบบ เช่น อาชีพ อายุ เพศ ศาสนา ฐานะ ที่อยู่อาศัย เป็นต้น ดังนั้นการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ได้มีความสำคัญต่อสังคมของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คือ ช่วยสร้างความรู้ความเข้าใจอันดีระหว่างคนในท้องถิ่นหนึ่งกับอีกท้องถิ่นหนึ่ง ช่วยพัฒนาและยกระดับความเจริญของคนในท้องถิ่นนั้นให้สูงขึ้น ก่อให้เกิดความมั่นคงและปลอดภัยในสังคม เป็นการกระจายรายได้ให้แก่เจ้าของท้องถิ่นนั้นอย่างทั่วถึง ช่วยให้มีสุขภาพทางกายและทางจิตที่ดี ช่วยอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมอันดีงามของท้องถิ่น และช่วยกระตุ้นให้นำประเพณีและวัฒนธรรมประจำท้องถิ่นออกมาเผยแพร่ เพื่อดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นในท้องถิ่น ช่วยสร้างความรู้สึกภาคภูมิในและหวงแหนในมรดกและศิลปวัฒนธรรมของตน ช่วยส่งผลให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงภูมิประเทศ และสภาพแวดล้อมของตัวเมืองให้ดีและสวยงาม เป็นต้น

## ๕.๒ อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องศาสนาและวัฒนธรรม : การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว พัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ เพื่อให้เกิดความชัดเจนทำความเข้าใจได้ง่ายจึงได้อภิปรายผลการวิจัยเรียงตามวัตถุประสงค์ซึ่งมีข้อค้นพบที่น่าสนใจนำมาอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

### ๕.๒.๑ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

ประเด็นอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์มีเนื้อหาในการอภิปรายผลอยู่ ๔ หัวข้อ คือ ๑) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ๒) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ๓) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์

และ ๔) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ สรุปได้ดังนี้ แต่ละหัวข้อมีข้อค้นพบที่น่าสนใจนำมาอภิปรายผลดังนี้

๕.๒.๑.๑ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยมี ๓ หัวข้อ คือ ๑) แนวคิดเกี่ยวอัตลักษณ์ ๒) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ และ ๓) ลักษณะอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ แต่ละหัวข้อนำมาสู่การอภิปรายผลดังนี้

๑) แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ ผลการวิจัยพบว่า (๑) แนวคิดอัตลักษณ์ได้เริ่มต้นขึ้นในช่วงปี ค.ศ. ๑๙๕๐ – ๑๙๖๐ โดยนักปรัชญา ๓ ท่าน คือ เจ.เจ.ซี.สมาร์ท, ยู.ที. เพลส และเฮอร์เบิรต์ ฟิลก์ (J.J.C. Smart, U.T. Place and Herbert Feigl) หลัง ค.ศ. ๑๙๘๐ เป็นต้นมา ต่อมาค.ศ. ๑๙๘๙ ทฤษฎีนี้ได้ถูกพัฒนาโดย เชลดอน สไตรเกอร์ (Sheldon Stryker) มหาวิทยาลัยอินเดียนา ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยอาศัยกรอบแนวคิดบริบททางสังคมวิทยาบนพื้นฐานทัศนภาพโครงสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์นิยม ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ อภิญญา เฟื่องฟูสกุล ที่ให้ทัศนะว่าเริ่มต้นขึ้นในช่วงปี ค.ศ. ๑๙๕๐ – ๑๙๖๐ โดยนักปรัชญา ๓ ท่าน คือ เจ.เจ.ซี.สมาร์ท, ยู.ที. เพลส และเฮอร์เบิรต์ ฟิ ลก์ (J.J.C. Smart, U.T. Place and Herbert Feigl) คือ หลัง ค.ศ. ๑๙๘๐ เป็นต้นมา[๓] (๒) ความหมายอัตลักษณ์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวที่เป็นตัวบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของบุคคล ชุมชน สังคม หรือประเทศนั้น ๆ ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไปเหมือนสังคมอื่น ๆ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรม ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ สุจรรยา โชติช่วง ให้คำอธิบายความหมายของอัตลักษณ์ว่า คุณสมบัติของบุคคลหรือสิ่งของที่แสดงออกถึงความเป็น ตัวตน เป็นสำนึกที่บุคคลรับรู้ และรู้ว่าตัวเขาคือใคร มีลักษณะเป็นอย่างไร มีวิถีชีวิต ความคิด ความ เชื่อ แบบแผนพฤติกรรม และลักษณะนิสัยอย่างไร เหมือนหรือแตกต่างจากคนอื่น กลุ่มอื่น สิ่งอื่น อย่างไร[๔] (๓) หลักการสำคัญของอัตลักษณ์ คือ ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติหรือเกิดขึ้นลอย ๆ แต่ก่อตัวขึ้นภายในวัฒนธรรม ณ ช่วงเวลาใด ช่วงเวลาหนึ่ง อัตลักษณ์จึงถูกผลิต ถูกบริโภค และถูกควบคุมจัดการภายใต้วัฒนธรรมพร้อมกับสร้างความหมายต่าง ๆ ขึ้นมา (๔) ประเภทอัตลักษณ์ จำแนกเป็น ๒ ประเภท คือ อัตลักษณ์ส่วนบุคคล คือ ลักษณะบุคคลที่นิยามตัวเองว่าคือใครเป็นสิ่งที่เป็นรูปธรรมชัดเจนจับต้องได้ เช่น รูปร่าง หน้าตา เพศ ลายนิ้วมือ เป็นต้น และ อัตลักษณ์ทางสังคม คือ ภาพที่บุคคลอื่นมีต่อบุคคลหนึ่งโดยอาศัยสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นนามธรรม เช่น สถานภาพทางสังคม เพศ ชาติพันธุ์ อาชีพ ศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรม ที่ปัจเจกบุคคลนั้นสังกัดอยู่ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ อภิญญา เฟื่องฟูสกุล ได้แบ่งอัตลักษณ์ออกเป็น ๒ ประเภท คือ อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) คือ ภาพของป์จเจกในสายตาคนอื่นในฐานะที่เป็นบุคคลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และ ๒) อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) ของบุคคล คือ สถานภาพทางสังคม เช่น อาชีพ ชนชั้น เพศ ชาติพันธุ์ หรือศาสนาที่ปัจเจกบุคคลนั้นสังกัดอยู่[๕] (๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดอัตลักษณ์ สามารถปรับใช้ได้กับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล คือ ลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลนั้น เป็นรูปธรรมชัดเจนจับต้องได้ เช่น เพศ รูปร่าง หน้าตา

---

[๓] อภิญญา เฟื่องฟูสกุล, **อัตลักษณ์ Identity การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด,** หน้า ๖๔-๖๗.

[๔] สุจรรยา โชติช่วง, **การศึกษาสภาพการพัฒนาอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิษณุโลก เขต๑,** หน้า ๔๓.

[๕] อภิญญา เฟื่องฟูสกุล, **อัตลักษณ์ Identity การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด,** หน้า ๒๗-๒๙.

ความสูง ลายนิ้วมือ เป็นต้น และ อัตลักษณ์ทางสังคม คือ ภาพที่บุคคลอื่นมีต่อบุคคลหนึ่งโดยอาศัยสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นนามธรรม เช่น สถานภาพทางสังคม เพศ ชาติพันธุ์ อาชีพ ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรม ที่ปัจเจกบุคคลสังกัดอยู่ เป็นต้น

๒) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า (๑) ด้านอาหารพื้นบ้าน ชุมชนชาวกวยจะมีอาหารที่มีความเป็นอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น คือ แกงไก่ใส่หยวกกล้วย ปลายอนทอดกรอบ พริกป่นหรือน้ำพริก ซันลอว์เจ๊กจ์ หรือแกงกล้วย ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน เป็นต้น (๒) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น มีลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัวของหมู่บ้านช้างและแตกต่างจากที่อื่นจัดเป็นประเภทได้ คือ ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง และฟันช้าง ประเภทเครื่องประดับหางช้าง ประเภทเครื่องมือควาญช้าง ประเภทของชำร่วย และประเภทเครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น (๓) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ที่มีความโดดเด่น คือ วัฒนธรรมการเลี้ยงช้าง ประเพณีเซ่นผีปะกำ ประเพณีแต่งงานบนหลังช้างหรือ“พิธีซัตเต” ประเพณีแกลมอ (๔) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีกิจกรรมที่เป็นอัตลักษณ์หลากหลายรูปแบบ เช่น กิจกรรมการแสดงช้าง กิจกรรมการนั่งช้างท่องเที่ยว กิจกรรมฝึกหัดควาญช้าง กิจกรรมปั่นจักรยานชมวิว หมู่บ้านช้าง กิจกรรมชมช้างอาบน้ำที่วังทะลุ เป็นต้น (๕) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ที่สำคัญของชุมชน คือ ศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร สุสานช้าง วังทะลุ เป็นต้น (๖) ด้านศาสนสถาน คือ วัดป่าอาเจียง (สุสานช้าง) เป็นศูนย์เรียนรู้และพิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน และ (๗) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์จังหวัดสุรินทร์ เช่น วัตถุมงคลประเภทงาช้าง วัตถุมงคลประเภทกระดูกช้าง วัตถุมงคลประเภทหาง วัตถุมงคลประเภทขี้ผึ้ง (นวดช้างโคลง) วัตถุมงคลประเภทตะขอช้าง ที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่าชุมชนหมู่บ้านช้างเป็นชุมชนชาวกูยซึ่งมีวิถีชีวิตประเพณีวัฒนธรรมเป็นของตนเองจึงมีอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ยึดโยงกับวิถีชีวิตประเพณีวัฒนธรรม เช่น ด้านอาหาร ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านศาสนสถาน ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล และด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ซึ่งมีลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัวของชุมชนชาวกูยหมู่บ้านช้างและแตกต่างจากที่อื่น สอดคล้องกับ รพีพรรณ จันทับ และ ลินจง โพชารี ได้ทำวิจัยเรื่องปัจจัยด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง บ้านตากลาง จังหวัดสุรินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง บ้านตากลาง จังหวัดสุรินทร์ และศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง บ้านตากลาง จังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง บ้านตากลาง จังหวัดสุรินทร์ มีทั้งหมด ๖ ด้าน คือ (๑) ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย (๒) ด้านอาหารพื้นบ้าน (๓) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (๔) ด้านวัฒนธรรมและประเพณี (๕) ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (๖) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวโดยอัตลักษณ์ด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมประเพณี และด้านอาหารพื้นบ้าน ตามลำดับ[๖]

---

[๖] รพีพรรณ จันทับ และ ลินจง โพชารี, “ปัจจัยด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง บ้านตากลาง จังหวัดสุรินทร์”, หน้า ๔๘ – ๕๙.

๓) ลักษณะอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า (๑) ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยว (๒) มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น ซึ่งหาดูได้ยากในแหล่งท่องเที่ยวอื่น (๓) ดึงดูดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จักว้างขวาง และ ๔) มีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์น่าสนใจ ที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่าชุมชนหมู่บ้านช้างในจังหวัดสุรินทร์มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่แตกจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น คือ มีการเลี้ยงช้างไว้จำนวนมากจนกลายมาเป็นวิถีชีวิตของคนกับช้างซึ่งเป็นสิ่งหาดูได้ยากวิถีชีวิตดังกล่าวได้ก่อเกิดทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ที่มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยว มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น ซึ่งหาดูได้ยากในแหล่งท่องเที่ยวอื่น เป็นสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จักว้างขวาง มีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์น่าสนใจ สอดคล้องกับ จีรนันท์ ทองสมัคร ได้เขียนบทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องประกอบด้วย เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีส่วนได้เสีย หากมีการพัฒนาที่เหมาะสมก็จะเอื้อต่อกระบวนการปลูกจิตสำนึกให้ผู้มีส่วนได้เสียในชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้กระการด้านธุรกิจการท่องเทียว ร่วมกันรักษาสมดุลของทรัพยากรการท่องเที่ยว เกิดการเรียนรู้และเผยแพร่เอกลักษณ์ของท้องถิ่น สร้างงาน สร้างรายได้ ให้ชุมชน สนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยว ไม่ทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคต[๗] เหล่านี้ได้เป็นอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ที่สำคัญเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้แวะเข้ามาเยี่ยมเยียนแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างในจังหวัดสุรินทร์อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี

๕.๒.๑.๒ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า ๑) ด้านอาหารพื้นบ้าน ที่มีความโดดเด่นส่วนใหญ่เป็นประเภทอาหารหวาน เช่น ขนมฝักบัว ขนมนางเล็ด ขนมกะมอล ขนมกันเตรีม ๒) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ที่มีความโดดเด่น คือ ผลิตภัณฑ์จากไหมและผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ๓) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เช่น ประเพณีแซนโฎนตา บูชาบรรพบุรุษ ประเพณีแซนโฎนตา เป็นต้น ๔) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่มีความโดดเด่น คือ กิจกรรมท่องเที่ยวกลุ่มผ้าไหมและกิจกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มเครื่องเงิน และ ๕) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีความโดดเด่น คือ บ้านเขวาสินรินทร์ หมู่ที่ ๑ หมู่ที่ ๒ มีแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหม และบ้านโชค หมู่ที่ ๓ มีกลุ่มร้านค้าชุมชนเขวาสินรินทร์ รับสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทเครื่องเงินรวมทั้งผ้าไหมมารวมไว้ที่นี้ ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าเสน่ห์ของชุมชนเขวาสินรินร์โดยเฉาะบ้านนาตังเป็นชุมชนที่อนุรักษ์การย้อมผ้าไหมจากสีธรรมชาติเป็นอันดับหนึ่งของจังหวัดสุรินทร์ จนขึ้นชื่อว่า “ราชินีแห่งผ้าไหมบ้านนาตัง” มีผ้าไหมโฮล จากสีธรรมชาติที่มีลายโดดเด่นเป็นอัตตลักษณ์ เช่น ลายสาคู ลายอันตรูม กระเป๋าผ้าไหม และ หมู่บ้านโชค เป็นสถานที่ท่องเที่ยวมีศูนย์การเรียนรู้การทำเครื่องเงิน เหล่านี้ได้เป็นอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ที่สำคัญเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้แวะเข้า

---

[๗] จีรนันท์ ทองสมัคร, “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน”, **วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย**, หน้า ๙๑-๑๑๔.

มาเยี่ยมเยียนแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมในจังหวัดสุรินทร์อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี

๕.๒.๑.๓ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า ๑) ด้านอาหารพื้นบ้าน มีแกงไก่บ้านใส่กล้วยหรือแตงโมสุก กาละแมศีขรภูมิ ๒) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น มีผลิตภัณฑ์จากไหม เสื่อกก กาละแมศีขรภูมิ ๓) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น มีประเพณีสืบสาตำนานปราสาท แซนโฎนตา ฮีตสิบสอง ๔) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีนำเที่ยวปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน ปราสาทช่างปี่ ปราสาทศีขรภูมิ ๕) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว มีปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน ปราสาทช่างปี่ ปราสาทศีขรภูมิ ๖) ด้านศาสนสถาน มีปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน ปราสาทช่างปี่ ปราสาทศีขรภูมิ และวัดในชุมชน ที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่าปราสาทขอมเป็นหนึ่งในอัตลักษณ์ของจังหวัดสุรินทร์ซึ่งเป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่ในคำขวัญของจังหวัดสุรินทร์ ดังนั้นในการพัฒนาทรัพยากรการการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท่องถิ่นจึงมักนำภาพของปราสาทขอมมาใช้เป็นเครื่องหมายของผลิตภัณฑ์อยู่เสมอและการพัฒนาก็มุ่งเน้นให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนที่มีมาแต่เดิมเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมที่บรรพบุรุษสร้างขึ้นมาในอดีตมิให้เกิดการเสื่อมสูญหายไปกับกาลเวลา สอดคล้องกับสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์ที่นำเสนอไว้ในหนังสือของดีวิถีสุรินทร์ที่ว่า สำหรับประเทศที่พัฒนาแล้วในหลายประเทศ วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมความเป็นชุมชนหายไปอย่างรวดเร็ว เพราะฉะนั้นเราอยากเห็นคนในและนอกชุมชนเรียนรู้วิถีชีวิตแบบดั้งเดิม วัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาที่กำลังจะหายไปนี้ร่วมกัน และพัฒนาสิ่งเหล่านี้กลับคืนสู่วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมได้อย่างยั่งยืน [๑๑] ด้วยแนวคิดดังกล่าวทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในจังหวัดสุรินทร์จึงได้เน้นการอนุรักษ์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนที่มีมาแต่เดิม ดังนั้นจะเห็นได้ว่าอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ส่วนใหญ่จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมาแต่เดิมและมีความเชื่อมโยงกับกลุ่มปราสาทขอมที่มีอยู่ในชุมชนนั้น ๆ ด้วย

๕.๒.๑.๔ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า ๑) ด้านศาสนสถาน เช่น สุสานช้าง ศาลาเอราวัณ ศาลานิทัศการทางศิลปวัฒนธรรมของวิถีอาเจียง รูปปูนปั้นต่าง ๆ ในวัดป่าอาเจียง เจดีย์ไม้โบราณ มีอายุมากกว่า ๒๐๐ ปี พิพิธภัณฑ์ชาวกูยในวัดตะเคียน ซุ้มประตูทางเข้า รอยพระพุทธบาทจำลอง ผาลานนาคปรก เจดีย์น้ำซับในวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เช่น วัตถุมงคลประเภทงา กระดูก ฟัน หาง ของช้าง เครื่องมือควาญช้างในวัดป่าอาเจียง พระพุทธรูปสร้างจากไม้ตะเคียนโบราณ พระผงหลวงพ่อตะเคียนทอง รุ่น ๑ ในวัดตะเคียน รูปเหมือนพระสงฆ์สุปฏิบัติมีหลวงปู่ดุลย์ อตุโล ในวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน เช่น แกงไก่ใส่หยวกกล้วย ปลายอนทอดกรอบ ส้มตำ น้ำพริกปลาพื้นถิ่นของชุมชนวัดป่าอาเจียง ตำไก่ใส่ใบมะม่วง ยำดักแด้ น้ำพริกมะดัน แกงมะละกอใส่ปูนา แกงปูใส่เผือก ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อนของชุชนวัดตะเคียน ต้มยำไก่บ้าน อาหารป่าตามฤดูกาล กล้วยฉาบ ข้าวต้มมัด ขนมดอกบัวของชุมชนวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับ ประเภท

---

[๑๑] สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์, **ของดีวิถีสุรินทร์ โครงการเพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการชุมชน**, หน้า ๑.

ของของที่ระลึก ประเภทเครื่องนุ่งห่มที่มีความเชื่อมโยงกับช้างของชุมชนวัดป่าอาเจียง ผ้าไหมลายลูกแก้วย้อมสีธรรมชาติจากผลมะเกลือ เสื้อแซว หัวซิ่น ตีนซิ่น แถบซิ่น กระเป๋าผ้าไหม อาหารและยาสมุนไพรของชุมชนวัดตะเคียน สมุนไพรไล่ยุงตะไคร้หอม สบู่หอมสมุนไพร ลูกประคบของชุมชนวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เช่น วัฒนธรรมการเลี้ยงช้าง ประเพณีเซ่นผีปะกำ ประเพณีแห่นาคบนหลังช้าง ประเพณีแกลมอของชุมชนวัดป่าอาเจียง ประเพณีไหว้ศาลปู่ตา นุ่งผ้าซิ่นไหมลายพื้นบ้าน เสื้อแซวแขวนกระบอกแบบชาวกูย สไบ และ โสร่ง ของชุมชนวัดตะเคียน ประเพณีรำมะม๊วด หรือรำแม่มดของชุมชนวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการแสดงช้าง กิจกรรมการนั่งช้างท่องเที่ยว กิจกรรมฝึกหัดควาญช้าง กิจกรรมปั่นจักรยานชมวิว กิจกรรมชมช้างอาบน้ำที่วังทะลุ ของชุมชนวัดป่าอาเจียงกิจกรรมชมตลาดสายใยชุมชนวิถีคนกูย พิธีเส้นไหว้ศาลปู่ตา ดูเจดีย์ไม้โบราณ ไหว้พระไม้ตะเคียนทองผ่องโชค ไหว้พระองค์ใหญ่เพื่อเป็นสิริมงคล ชมพิพิธภัณฑ์ศูนย์เรียนรู้ วิถีกูย ไม้กลายเป็นหิน ชมฐานบั้งไฟไม้โบราณ ชมฟาร์มจระเข้ เที่ยวชมจุดเรียนรู้ ๘ จุด ชมการรำแกลมอ (หมอรำกูย) บายศรีสู่ขวัญ ทำบุญตักบาตรยามเช้าที่ตลาดชุมชน กิจกรรมพิเศษ นั่งซาเล้ง ชมพูมิทัศน์อากาศสดชื่นและเล่นตีโป่งในน้ำของชุมชนวัดตะเคียน กิจกรรมเที่ยวชมอ่างเก็บน้ำบ้านจรัส เก็บดอกบัวหลวง เที่ยวชมน้ำตกไตรคีรี ไหว้พระที่วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ปั่นจักรยานชมธรรมชาติรอบหมู่บ้าน กิจกรรมชมศูนย์การเรียนรู้การทำกล้วยฉาบ เครื่องจักสานไม้ไผ่ และการถักกระเป๋าไหมพรหมของชุมชนวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร สุสานช้าง วังทะลุ ของชุมชนวัดป่าอาเจียง ศาลปู่ตา ดูเจดีย์ไม้โบราณ พระไม้ตะเคียน พิพิธภัณฑ์ศูนย์เรียนรู้ วิถีกูย ไม้กลายเป็นหิน ฐานบั้งไฟไม้โบราณ ฟาร์มจระเข้ จุดเรียนรู้ ๘ จุด ตลาดชุมชนของชุมชนวัดตะเคียน อ่างเก็บน้ำบ้านจรัส น้ำตกไตรคีรี ซุ้มประตูทางเข้าวัด ตัวพญานาคทางขึ้นวัด เจดีย์รอยพระพุทธบาทจำลอง รูปเหมือนพระสุปฏิบัติ หน้าผาพระหรือผาลานนาคปรก เจดีย์น้ำซับของชุมชนวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นต้น ที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่า แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสุรินทร์ เช่น วัดป่าอาเจียง (สุสานช้าง) วัดตะเคียน และวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นในจังหวัดสุรินทร์เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ เช่น วัดป่าอาเจียง มีอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่น คือ สุสานช้าง ศาลาเอราวัณ ประเพณีวัฒนธรรมชาวกูยในชุมชน วัดตะเคียน มีอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่น คือ พระพุทธรูปไม้ตะเคียนโบราณ เจดีย์ไม้โบราณ ประเพณีวัฒนธรรมชาวกูยในชุมชน วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร มีอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่น คือ พื้นที่ป่าธรรมชาติ ๑๐,๘๖๕ ไร่ มีพระสถูปเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ มีรอยพระพุทธบาทบนหิน มีรูปหล่อพระพุทธรูปปางต่าง ๆ มีรูปหล่อพระเจจิอาจารย์ที่มีชื่อเสียงหลายรูป มีพระพุทธบารมีสยามบุรีพิทักษ์ เป็นพระพุทธรูปปางนาคปรกสีทองขนาดใหญ่ มีหน้าตักกว้าง ๙ เมตร ประดิษฐานบนยอดเขา สอดคล้องกับสำนักงานจังหวัดสุรินทร์ ได้ให้ข้อมูลว่า วัดเขาศลาหรือพุทธอุทยานเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีป่าและภูเขาล้อมรอบ มีเนื้อที่ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ ๑๐,๘๖๕ ไร่ อุดมสมบูรณ์ไปด้วยพันธุ์ไม้ และสมุนไพรหายาก รวมทั้งสัตว์ป่านานาชนิด เป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำ ลำธาร มีทัศนียภาพงดงาม สภาพแวดล้อมดี เงียบ สงบ ร่มเย็น เหมาะกับการศึกษาปฏิบัติธรรมและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ภายในวัดแห่งนี้มีพระสถูปเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ มีรอยพระพุทธบาทบนหิน มีรูปหล่อ

พระพุทธรูปปางต่าง ๆ มีรูปหล่อพระเจจิอาจารย์ที่มีชื่อเสียงหลายรูป มีพระพุทธบารมีสยามบุรีพิทักษ์ เป็นพระพุทธรูปปางนาคปรกสีทองขนาดใหญ่ มีหน้าตักกว้าง ๙ เมตร ประดิษฐานบนยอดเขา มองเห็นแต่ไกล[๙] เหล่านี้ได้เป็นอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ที่สำคัญเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้แวะเข้ามาเยี่ยมเยียนแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในจังหวัดสุรินทร์

### ๕.๒.๒ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

ประเด็นการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์มีเนื้อหาในการอภิปรายผลอยู่ ๔ หัวข้อ คือ ๑) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ๒) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ๓) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ และ ๔) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ สรุปได้ดังนี้ แต่ละหัวข้อมีข้อค้นพบที่น่าสนใจนำมาอภิปรายผลดังนี้

๕.๒.๒.๑ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ มี ๒ หัวข้อ คือ ๑) แนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ๒) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ แต่ละหัวข้อนำมาสู่การอภิปรายผลดังนี้

๑) แนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า (๑) ที่มาของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว เกิดจากความต้องการบุกเบิกตลาดธุรกิจ การปรับปรุงสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีสินค้าจำหน่ายอย่างหลาย เพื่อให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งได้ จึงต้องพัฒนาทรัพยากรที่มีอยู่ให้ดีขึ้นกว่าเดิม สอดคล้อกับ สุดาพร กุณฑลบุตร ให้ทัศนะไว้ว่าส่วนหนึ่งของความสำเร็จทางการตลาดได้แก่การที่กิจการมีผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากคู่แข่งสู่การตลาด ดังนั้นที่มาของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรหรือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวน่าจะเกิดจากความต้องการเป็นผู้บุกเบิกในตลาดธุรกิจ ความต้องการที่จะปรับปรุงสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดทั้งมีสินค้าจำหน่ายอย่างหลายครอบคลุมทุกชนิด เพื่อให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งได้ ซึ่งน่าจะเป็นที่ของแนวคิดนี้[๑๐] (๒) ความหมายการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ การทำสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นให้มีความเจริญและดีขึ้นกว่าเดิม สอดคล้องกับ ทวี ทิมขำ ได้ให้ทัศนะว่าการพัฒนาในบริบทที่เกี่ยวข้องกับชุมชนเป็นการเปลี่ยนแปลงสภาพเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้ชุมชนดีขึ้น ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมโดยมีการกำหนดทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจนและแน่นอน รวมทั้งกำหนดอัตราการเปลี่ยนแปลงที่ชุมชนต้องการ[๑๑] (๓) หลักการสำคัญของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวมีขั้นตอนสำคัญ คือ ขั้นแสวงหาแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ขั้นกลั่นกรองความคิด การวิเคราะห์เชิงธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทดสอบตลาด และการวางตลาด สอดคล้องกับ นิธิกิตติกานต์ เหม

---

[๙] สำนักงานจังหวัดสุรินทร์, **มหัศจรรย์เมืองสุรินทร์**, หน้า ๕๕.

[๑๐] สุดาพร กุณฑลบุตร, **หลักการตลาดสมัยใหม่**, พิมพ์ครั้งที่ ๕, หน้า ๑๕๖.

[๑๑] ทวี ทิมขำ. **การพัฒนาชุมชน.** หน้า ๕๖.

สุวรรณ์ ได้ให้หลักการเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วย ๖ ขั้นตอน คือ ขั้นแสวงหาแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ขั้นกลั่นกรองความคิด การวิเคราะห์เชิงธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทดสอบตลาด และการวางตลาด สอดคล้องกับ นิธิกิตติกานต์ เหมสุวรรณ์ ได้ให้หลักการเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วย เป็นต้น[๑๒] (๔) ประเภทการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ในจังหวัดสุรินทร์ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ผลิตภัณฑ์ชุมชน และด้านศาสนา สอดคล้อกับ วรรณา วงษ์วานิข ได้ให้ทัศนะว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นสามารถแยกย่อยได้ดังนี้ คือ (๑) ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุและด้านศาสนา (๒) ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม (๓) กีฬาต่าง ๆ (๔) สถานที่เชิงเทคนิคและอุตสาหกรรม (๕) กิจกรรมบันเทิง (๖) สวนสาธารณะ (๗) สวนสนุก ๘) ศูนย์การค้าและร้านค้าของที่ระลึก[๑๓] เป็นต้น (๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว มี ๖ ประเด็น คือ ๑. มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ ๒. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ **๓.** มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ๔. ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน **๕.** มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ ๖. มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับสำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน กรมพัฒนาชุมชน มาเป็นกรอบในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว มี ๖ ประเด็น คือ ๑. มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ ๒. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ **๓.** มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ๔. ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน **๕.** มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ ๖. มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว[๑๔] เป็นต้น

๒) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า (๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ เช่น ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง หางช้าง เครื่องมือความญช้าง ของประดับตกแต่งรถ บ้าน และของที่ระลึก (๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ยังขาดรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว แต่มีการออกร้านในการนำเสนอสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนทำให้ลูกค้ามองเห็นได้ชัดเจน (๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน คือ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นบางอย่างมีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน เช่น กรอบรูปตะขอช้างไม้แก่นขามของนายสายฟ้า ศาลางาม ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ ระดับสี่ดาว ประเภท ของใช้ ของตกแต่งของที่ระลึก ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย วันที่ ๑๕ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๒

---

[๑๒] นิธิกิตติกานต์ เหมสุวรรณ์, แนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการของสถานที่จัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์โดยเชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่น ในพื้นที่จังหวัดสงขลา,. การประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับนานาชาติ ครั้งที่ ๑/๒๕๕๘ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการพัฒนาสังคมสู่อาเซียน วันที่ ๒๒-๒๓ มกราคม ๒๕๕๘ ณ โรงแรมร้อยเกาะ อ.เมืองสุราษฎร์ธานี จ.สุราษฎร์ธานี จัดโดย สถานวิจัยการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศพื้นที่ภาคใต้บูรณาการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่.

[๑๓] วรรณา วงษ์วานิช, **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**, หน้า ๖๐-๖๓.

[๑๔] สำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน กรมพัฒนาชุมชน,เกณฑ์การประกวดชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี, หน้า ๔๓-๔๕.

และ ชุดเครื่องประดับจากกระดูกสัตว์ ของนายสายฟ้า ศาลางาม ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ระดับสามดาว ประเภท ผ้า เครื่องแต่งกาย หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย วันที่ ๑๕ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๒ เป็นต้น (๔) ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน บางอย่างสามารถผลิตซ้ำได้อีกในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน เช่น ประเภทเครื่องมือควาญช้าง ของชำร่วย ของประดับตกแต่งรถ บ้าน และ เครื่องนุ่งห่ม แต่บางอย่างผลิตซ้ำได้อย่างจำกัดเพราะปัจจัยการผลิตมีกำกัด และหายาก เช่น ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง หางช้าง (๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ คือ มีช่องทางการตลาดหลากหลาย เช่น ทางทางหน่วยงานของรัฐ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ เป็นต้น (๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว ชุมชนหมู่บ้านช้างเป็นชุมชนชาวกูยหรือกวยมีอาหารเป็นอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น เช่น แซันลอว์เจ๊กจ์ หรือแกงกล้วย ปลายอนทอดกรอบ ปลาชนิดนี้ชุมชนมักจะหาได้จากแหล่งที่น้ำตลอดปี พริกป่นหรือน้ำพริก ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน เป็นต้น ที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่าชุมชนหมู่บ้านช้างในบ้านตากลางมีการเลี้ยงช้างจำนวนมากเมื่อเป็นเช่นนี้ทรัพยากรการท่องเที่ยวต่าง ๆ ในชุมชนจึงมีความยึดโยงเกี่ยวกับช้าง ดังนั้นเมื่อมีการพัฒนาจึงต้องทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนดีขึ้นดังนี้ คือ มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ และ มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว สอดคล้อกับสำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน กรมพัฒนาชุมชน,ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดเกณฑ์การประกวดชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี .ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีตัวชี้วัดสำหรับการพิจาณาว่าผลิตภัณฑ์ชุมชนมีมาตรฐานหรือไม่ มี ๖ ตัวชี้วัดดังนี้ คือ ๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ เช่น มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยว มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น มีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจ ๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เช่น รูปแบบของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์มีความหลากหลาย ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว มีข้อมูลสำคัญของสินค้า ผลิตภัณฑ์ชุมชนครบถ้วนและชัดเจน ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความพอใจให้กับลูกค้า และยอมจ่ายตามราคาเพื่อซื้อความพอใจนั้น ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มีต้นทุนการดำเนินงานที่เหมาะสม ผลิตภัณฑ์สามารถเป็นของฝากของที่ระลึกได้ ๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน เช่น ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัยและถูกสุขอนามัย พร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน หรือผ่านการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างใดอย่างหนึ่ง ๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน เช่น มีความสามารถในการผลิตผลิตภัณฑ์ได้อย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นมีคุณภาพเท่าเทียมหรือใกล้เคียงกัน ๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ เช่น มีช่องทางการตลาดหลากหลาย สามารถเข้าถึงสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ได้ง่าย มีข้อมูลสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อนำเสนอลูกค้านักท่องเที่ยว ๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว เช่น เป็นเมนูอาหารพื้นบ้านท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับวิถีชุมชน มีคุณภาพ สด สะอาด ปลอดภัย และถูกสุขลักษณะ มีบริการจัดจำหน่ายทุกวันในวันเปิดให้บริการหรือสั่งได้(Order) มีสถานที่จำหน่ายหรือให้บริการที่เป็นกิจจะลักษณะ สะอาด อาจจะเป็นบริเวณบ้าน ผู้ประกอบการร้านอาหาร หรือสถานที่จัดไว้สำหรับบริการของชุมชน เช่น จุด

ต้อนรับหรือศูนย์อาหาร[๑๕] การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์เหล่านี้ถือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเนื่องจากเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้แวะมาเยี่ยมเยียนแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างในจังหวัดสุรินทร์อย่างต่อเนื่องตลอดปี

๕.๒.๒.๒ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า ๑) ประเด็นมีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ คือ ด้านผ้าไหมมีความเป็นมายาวนาน รูปแบบลวดลายสีสันงดงามแปลกตา ประณีตและรักษาเทคนิคการทอแบบโบราณไว้ได้ ด้านเครื่องเงินโบราณ ที่มีเอกลักษณ์สวยงามวิจิตรเฉพาะถิ่น ๒) ประเด็นมีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ คือ ด้านผ้าไหมผลิตได้เป็นที่ต้องตาต้องใจของลูกค้า เช่น ผ้าลายยกทอง ผ้าลายหางกระรอก ผ้าลายร่างแห ผ้าลายโกนกะแอก (ลูกกา) ผ้าลายลูกแก้ว เป็นต้น ด้านเครื่องเงินมีการจัดไว้ในตู้กระจก วางแสดงบนโตะแสดงสินค้า ห้อยตามราวแสดงสินค้า ทำให้เป็นที่ดึงดูดใจตั้งแต่มองเห็น ๓) ประเด็นมีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน คือ ด้านผ้าไหมมีการคัดสรรผ้าไหมเป็นสินค้า OTOP ในระดับ ๕ ดาว ด้านเครื่องเงินของลุงป่วน เจียวทอง ปราชญ์ชาวบ้านสาขาศิลปหัตถกรรมและสิ่งทอเครื่องประดับเงินโบราณ ได้รับการเชิดชูเกียรติให้เป็นครูภูมิปัญญาไทยรุ่นที่ ๖ จากสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา เมื่อวันที่ ๓ กันยายน ๒๕๕๒ ได้รับคัดเลือกจากสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษาให้เป็นครูภูมิปัญญาไทย ด้านอุตสาหกรรมและหัตถกรรม (การทำเครื่องเงินลายโบราณ) ประจาปี ๒๕๕๒ เป็นต้น ๔) ประเด็นผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน คือ ด้านผ้าไหมสามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกันและสามารถพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมให้มีสิ่งใหม่เพิ่มขึ้นมาได้อีกตามที่กลุ่มลูกค้าและลาดต้องการ ด้านเครื่องเงินสามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายน่าสนใจ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาชมและเลือกซื้อสินค้า **๕)**ประเด็นมีช่องทางตลาด คือ ด้านผ้าไหมมีการรวมกลุ่มกันไปขายในตัวเมืองในราคาผืนละ ๒,๕๐๐ ถ้าไม่ได้ไปขายเองก็มีลูกค้าเข้ามารับซื้อกับกลุ่ม สมัยผลิตเริ่มแรกเคยนำไปขายที่ตัวเมืองสุรินทร์ ส่งให้คนจีนมิ้งไหมไทยหรือสุรินทร์ไหมไทย ส่งขายผืนละ ๖๐๐-๗๐๐ บาท เพราะตอนนั้นไหมราคาถูก ระยะหลังคนในชุมชนได้ผันตัวเองมาเป็นคนค้าขายเอง ปัจจุบันมีบุคคลหลายฝ่ายได้นำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปเปิดช่องทางการตลาดในเครือข่ายออนไลน์ด้วย ทำให้เป็นที่รู้จักของลูกค้าและนักท่องเที่ยวต่างแวะเวียนเข้ามาเยี่ยมชมและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผลิตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้านเครื่องเงิน ปัจจุบันมีแนวคิดลดการไปจำหน่ายสินค้านอกชุมชน หันมาสนใจการดำเนินงานตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เป็นการผสมผสานแนวความคิดสร้างสรรค์ เชื่อมโยงการท่องเที่ยวและบริการเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจและความเข้มแข็งขอชุมชนให้มีความมั่นคงยั่งยืน ที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่าด้านผ้าไหมของอำเภอเขวาสินรินทร์ มีความเป็นมายาวนาน การทอผ้าไหมของที่นี่ยังคงรักษารูปแบบลวดลายสีสัน ที่แปลกตาความประณีตและเทคนิคการทอแบบโบราณไว้ได้จนถึงทุกวันนี้ แม้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปบ้างตามกระแสความต้องการของตลาด ด้านเครื่องเงินของอำเภอเขวาสินรินทร์ มีชื่อเสียงด้านการทำเครื่องเงินโบราณ ที่มีเอกลักษณ์สวยงามวิจิตรเฉพาะถิ่น ดังนั้นเมื่อมีการพัฒนาจึงต้องทำให้ทรัพยากร

---

[๑๕] สำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน กรมพัฒนาชุมชน,เกณฑ์การประกวดชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี, หน้า ๔๓-๔๕.

การท่องเที่ยวในชุมชนดีขึ้นดังนี้ คือ มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ และ มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว สอดคล้อกับสำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน กรมพัฒนาชุมชน,ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดเกณฑ์การประกวดชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี .ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีตัวชี้วัดสำหรับการพิจาณาว่าผลิตภัณฑ์ชุมชนมีมาตรฐานหรือไม่ มี ๖ ตัวชี้วัดดังนี้ คือ ๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ ๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ ๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว[๑๖] เป็นต้น การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์เหล่านี้ถือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเนื่องจากได้เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้แวะมาเยี่ยมเยียนแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมในจังหวัดสุรินทร์อย่างต่อเนื่องในทุกปี

๕.๒.๒.๓ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า ๑) ด้านการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวนำเสนอสร้างสรรค์น่าสนใจ เช่น ผลิตภัณฑ์กลุ่มปราสาทขอมและกาละแม มีความเป็นมายาวนาน ๒) ด้านเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีการจัดรูปแบบผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพเน้นอัตลักษณ์ท้องถิ่น เช่น มีการสร้างผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์คุณภาพและสวยงามดึงดูดใจลูกค้า ๓) ด้านการเตรียมความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน เช่น นำผลิตภัณฑ์และแหล่งท่องเที่ยวสู่การรับรองมาตรฐาน เผยแพร่ผลิตภัณฑ์และแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรางวัล ๔) ด้านการร้างผลิตภัณฑ์ที่ผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน เช่น ผ้าไหม กาละแม ผลิตซ้ำได้ในปริมาณคุณภาพใกล้เคียงกัน ๕) ด้านการหาช่องทางตลาดผลิตภัณฑ์ เช่น การเปิดร้านขายเอง ส่งขายในตัวเมืองสุรินทร์ ขายลูกค้า นักท่องเที่ยว ขายตามปั้มน้ำมัน ขายออนไลน์ ๖) ด้านการอนุรักษ์เมนูอาหารท้องถิ่น เช่น มีเมนูแกงไก่บ้านใส่กล้วยหรือแตงโมสุก และกาละแมศีขรภูมิ ที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่า แนวคิดการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์เน้นให้สอดกับอัตลักษณ์ที่มีอยู่ในคำขวัญสุรินทร์เป็นหลัก สอดคล้องกับสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์ที่นำเสนอไว้ในหนังสือของดีวิถีสุรินทร์ทีว่า จังหวัดสุรินทร์ภูมิใจนำเสนอโปแกรมของดีวิถีสุรินทร์มากว่า ๒๐๐ โปรแกรม ลักษณะโปรแกรมมีความหลากหลาย มีของดีตามวิถีชีวิต ตามคำขวัญประจำจังหวัดที่ว่า “สุรินทร์ถิ่นช้างใหญ่ ผ้าไหมงาม ประคำสวย ร่ำรวยปราสาท ผักกาดหวาน ข้าวสารหอม งามพร้อมวัฒนธรรม” จังหวัดสุรินทร์ มีวัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิต ธรรมชาติ ทรัพยากรที่น่าสนใจ ไม่ไปไม่รู้ โปรแกรมของดีวิถีสุรินทร์ จึงเป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีการจัดกิจกรรมในพื้นที่ของตนเอง[๑๗] ดังนั้นกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์เป็นเป้หมายหนึ่งในโปรแกรมของ

---

[๑๖] สำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน กรมพัฒนาชุมชน,เกณฑ์การประกวดชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี, หน้า ๔๓-๔๕.

[๑๗] สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์, **ของดีวิถีสุรินทร์ โครงการเพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการชุมชน**, หน้า ๑.

ดีวิถีสุรินทร์ด้วยเนื่องจากเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้แวะมาเยี่ยมเยียนแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมในจังหวัดสุรินทร์อย่างต่อเนื่องทุกปี

๕.๒.๒.๔ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า ๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ เช่น ภาษากูยและวิถีชีวิตของชุมชนชาวกูย ศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร สุสานช้าง มีการนำเสนอไว้ในบรรจุภัณฑ์ของชุมชนดังคำขวัญที่ว่า“ผลิตภัณฑ์เลื่องชื่อ ฝีมือชาวกูย” เป็นต้น ๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เช่น เครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง เครื่องประดับหางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ของชำร่วย เครื่องนุ่งห่ม เช่น เสื้อยืด ผ้าแพรหมอน กรอบรูปตะขอช้างไม้แก่นขาม เช่น ผ้าไหมลายลูกแก้วย้อมสีธรรมชาติสีดำจากผลมะเกลือ เสื้อแซว หัวซิ่น ที่รองแก้วจากผ้าไหม กระเป๋าผ้าไหม ตีนซิ่นและแถบซิ่น กล่องบรรจุภัณฑ์ที่ชื่อว่า “คองกูย ผลิตภัณฑ์เลื่องชื่อ ฝีมือชาวกูย หรือ KONGKUIW สำโรงทาบ เมืองราบลุ่ม ชุ่มชื้นผืนนากว้างใหญ่ ภาคภูมิใจผ้าไหมย้อมมะเกลือ งดงามเหลือรำแกลมอ” เป็นต้น ๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน คือ ความพร้อมของ “ช้างหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดจากช้าง” ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ยึดโยงกับช้างได้รับรางวัลในระดับต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์ชุมชุนวัดตะเคียน คือ เสื้อแซว ผ้าสิ้นมัดหมี่ ตีนสิ้น ผ้าหางกระรอก กระเป๋า เป็นต้น วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร สามารถเข้าสู่การรับรองมาตรฐานเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมในระดับจังหวัดหรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในระดับจังหวัดได้ ๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน เช่น ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับหางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ชำร่วย เครื่องนุ่งห่ม ศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ เช่น การนำเสนอโดยใช้สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ในคู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ เส้นทางวิถีสายคนกับช้าง การนำเสนอโดยใช้สื่อแผ่นพับ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ การนำเสนอในสื่อออนไลน์ การออกร้านในงานสำคัญต่าง ๆ การจัดตั้งสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เป็นต้น ๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว เช่น ซันลอว์เจ๊กจ์ หรือแกงกล้วย ปลายอนทอดกรอบ พริกป่นหรือน้ำพริก ตำไก่ใส่ใบมะม่วง ยำดักแด้ น้ำพริกมะดัน แกงมะละกอใส่ปูนา (ละแวร์กะตาม) แกงปูใส่เผือก ใส่ผักกะแยง ห่อหมกปลาใส่ใบมะขามอ่อน ต้มยำไก่บ้าน ขนมเปียกปูนใบเตย ขนมเทียนทำจากรากเถาตดหมา ที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่า จังหวัดสุรินทร์มีชนอยู่ ๓ กลุ่ม และพูดภาษาต่างกันอยู่ ๓ ภาษา คือ ภาษาเขมร ภาษาส่วย และภาษาลาว แต่ละกลุ่มชนต่างก็มีวิถีชีวิตที่ดีงามได้รักษาวัฒนธรรม ประเพณี ภาษาของตนไว้เป็นอย่างดี ถือเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของจังหวัดสุรินทร์ เหล่านี้ทำให้ก่อเกิดทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดสุรินทร์ ดังนั้นเมื่อมีการพัฒนาจึงต้องทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนดีขึ้นดังนี้ คือ มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ และ มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว สอดคล้อกับสำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน กรมพัฒนาชุมชน ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดเกณฑ์การประกวดชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี .ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีตัวชี้วัดสำหรับการพิจาณาว่าผลิตภัณฑ์ชุมชนมีมาตรฐานหรือไม่ มี ๖ ตัวชี้วัดดังนี้ คือ ๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ ๒) มีรูปแบบ

ผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ๔) ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ ๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว[๑๘] เป็นต้น การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์เหล่านี้ถือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเนื่องจากได้เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้แวะมาเยี่ยมเยียนแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในจังหวัดสุรินทร์อย่างต่อเนื่องทุกปี

**๕.๒.๓ การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์**

ประเด็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์มีเนื้อหาในการอภิปรายผลอยู่ ๔ หัวข้อ คือ ๑) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ๒) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ๓) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ และ ๔) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ แต่ละหัวข้อมีข้อค้นพบที่น่าสนใจนำมาอภิปรายผลดังนี้

๕.๒.๓.๑ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ มี ๒ หัวข้อ คือ ๑) แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มาทรัพยากรการท่องเที่ยว ๒) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ แต่ละหัวข้อมีการอภิปรายผลดังนี้

๑) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า (๑) ที่มาของแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ ธุรกิจในปัจจุบันมีแนวคิดว่า ผู้ผลิตสินค้าหรือให้บริการมิใช่เป็นการขายเพียงตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักเพียงอย่างเดียว แต่ต้องมีส่วนเพิ่มมูลค่าที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกเกิดความพึงพอใจและได้ประโยชน์มากขึ้นด้วย สอดคล้องกับ พูนลาภ ทิพชาติโยธิน ได้ให้ทัศนะว่า ปัจจุบันผู้บริโภคสินค้ามีทางเลือกมากขึ้น มีอีกสิ่งหนึ่งที่ปัจจุบันก้าวขึ้นมามีความสำคัญที่ช่วยดึงผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ๆ เข้ามา และรักษาผู้บริโภครายเดิมให้อยู่ไปนาน ๆ คือเรื่องของการสร้างมูลค่าเพิ่มที่ติดมากับตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักนั้น ๆ มูลค่าเพิ่มจะเป็นตัวดึงดูดผู้บริโภคให้หันมามอง หรือตัดสินใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลัก ดังนั้นธุรกิจในปัจจุบันเราจะเห็นว่าไม่ใช่เป็นการขายเพียงตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักอย่างเดียว แต่จะต้องเพิ่มมูลค่าที่จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้ประโยชน์มากขึ้นด้วย[๑๙](๒) ความหมายการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือบริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ด้วยคุณภาพและราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในทรัพยากรการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ ดนัย

---

[๑๘] สำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน กรมพัฒนาชุมชน,เกณฑ์การประกวดชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี, หน้า ๔๓-๔๕.

[๑๙] พูนลาภ ทิพชาติโยธิน, **Value-Added Activities เพิ่มลูกค้าด้วยกิจกรรมเพิ่มมูลค่า**, ๒๕๕๓, หน้า ๘๗-๘๘, <http://๒๐๒.๑๘๓.๑๙๐.๒/FTPiWebAdmin/knw_pworld/image_content/๘๕/๘๗-๘๙.pdf. >, March 2018.

จันทร์ฉาย ได้ให้ความหมายการสร้างมูลค่าเพิ่มไว้ว่า หมายถึง การนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ด้วยคุณภาพ บริการ และราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในการซื้อ ครอบครอง และใช้ประโยชน์[๒๐] (๓) หลักการสำคัญการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือบริการ ให้มีคุณค่าทั้ง ๔ ด้าน ที่เรียกว่าคุณค่ารวมสำหรับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว ได้แก่ ๑. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) ๒. ด้านบริการ (Service Value) ๓. ด้านบุคลากร (Personnel Value) และ ๔. ด้านภาพลักษณ์ (Image Value) ตามแนวคิดคุณค่ารวมสำหรับลูกค้าจะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้ลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ส่งผลให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดีในระยะยาว สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ได้ให้ทัศนะว่า ในตลาดที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและอุตสาหกรรมอยู่ในภาวะอิ่มตัว ซึ่งจะเห็นว่าผลิตภัณฑ์หลักจะไม่ค่อยมีความแตกต่างกันเท่าใดนัก ดังนั้นธุรกิจแต่ละรายจึงพยายามหาโอกาสพัฒนาและยกระดับคุณลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์เสนอแก่ลูกค้า เครื่องมือที่จะช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโต โดยสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าเหนือคู่แข่งในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้นั่นก็คือการดึงดูดด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มที่มอบให้แก่ผู้บริโภคซึ่งเป็นมูลค่าเพิ่มที่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมากกว่าความพอใจ การสร้างมูลค่าเพิ่มนั้น ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้าทั้ง ๔ ด้าน ซึ่งคุณค่าทั้ง ๔ ด้านนี้เรียกว่าคุณค่ารวมสำหรับลูกค้า ได้แก่ ๑) คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) ๒) คุณค่าด้านบริการ (Service Value) ๓) คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel Value) ๔) คุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) ตามแนวคิดคุณค่ารวมสำหรับลูกค้าจะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้ลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ ส่งผลให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดีในระยะยาว[๒๑] (๔) วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญกับการนำนวัตกรรมมาช่วยสร้างมูลค่าให้กับทรัพยากรการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ และบริการ เพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ ตอบโจทย์การใช้งาน เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้มากที่สุด (๕) การประยุกต์ใช้แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยว สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ดังนี้ คือ ๑. ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ๒. ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ๓. การคัดเลือกวัตถุดิบ ๔. กระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕. บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก ๖. การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน ๗. การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ ๘. การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค สอดคล้องกับ วารุณี สุนทรเจริญนนท์ ได้ให้ทัศนะว่า โอกาสในการ "สร้างมูลค่าเพิ่ม" มิใช่มีแค่เพียงการออกแบบผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่โอกาสนั้นอยู่ในทั้งกระบวนการ บางกรณีอาจจะเน้นในจุดเดียว แต่บางกรณีอาจต้องกระทำในหลายๆ จุดไปพร้อมๆ กัน เพื่อให้ผลสำเร็จสุดท้าย คือ การได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มี "คุณค่าเพิ่ม" สำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยมีหลักในการพิจารณาสรุปได้ ๘ ประการ คือ ๑. ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ๒. ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ๓. การคัดเลือกวัตถุดิบ ๔. กระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕. บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก ๖. การบริการ ให้ความรู้

---

[๒๐] ดนัย จันทร์ฉาย, **เจาะลึกการตลาดจาก A ถึง Z: แนวคิดที่ผู้จัดการทุกคนต้องรู้ซึ้ง,** (กรุงเทพมหานคร: ดีเอ็มจี, ๒๕๕๓), หน้า ๒๓๙.

[๒๑] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, **หลักการตลาด,** หน้า ๖๔-๗๔.

จัดส่ง รับคืน ๗. การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ ๘. การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค[๒๒]

๒) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า (๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค คือ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีความยึดโยงเกี่ยวกับช้างหรืออัตลักษณ์ของชุมชนมักเป็นที่นิยมของลูกค้า เช่น ด้านอาหารพื้นบ้าน ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านศาสนสถาน ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล (๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ คือ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เป็นจุดขาย คือ “ช้าง” เพราะเป็นอัตลักษณ์สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ตัวอื่นที่เป็นจุดขายให้กับนักท่องเที่ยวล้วนเป็นผลผลิตที่เกิดจากช้าง เช่น ศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร สุสานช้าง และ วังทะลุ เป็นต้น (๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ มีการคัดเลือกวัตถุดิบจากต้นทุน ๒ ลักษณะ คือ ๑. ทุนชุมชนอย่างน้อย ๕ ด้าน เช่น ทุนมนุษย์ ทุนทางสังคม ทุนกายภาพ ทุนทางธรรมชาติ ทุนการเงิน ๒. ทุนทางวัฒนธรรม อย่างน้อย ๘ ด้าน เช่น อาหาร การแต่งกาย ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภาษา อาชีพ ความเชื่อ ศิลปะพื้นถิ่น เป็นต้น (๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต คือ เริ่มจากเห็นความสำคัญวิถีชีชีวิตคนกับช้าง ป่าอาหารช้างลดน้อยลง คนเลี้ยงช้างขาดอาชีพมั่นคง นำช้างออกไปรับจ้าง เร่ร่อนขายของที่ระลึกและอาหารช้าง ก่อให้เกิดปัญหาภาพลักษณ์เสียหาย การจราจร สุขภาพช้าง คนเลี้ยงช้างทิ้งชุมชนและครอบครัวไปเป็นนาน เป็นต้น องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ องค์การสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์ และ พระครูสมุห์หาญ ปญฺญาธโร จึงได้คิดวิธีการแก้ปัญหานี้ จึงได้สร้างศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร และสุสานช้าง ขึ้นมา เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน กระบวนการหรือวิธีการผลิต คือ ดัดแปลงให้เกิดคุณค่ามากขึ้น มีการค้นหา พัฒนา ปรับปรุง ทุนชุมชน และทุนทางวัฒนธรรม สร้างเสริมให้เป็นอัตลักษณ์ จุดเด่น สร้างความประทับใจ สร้างความตื่นตาตื่นใจ น่าจดจำ ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากสถานที่ต่าง ๆ ให้เข้ามาเที่ยวชม (๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก คือ มีการนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ประสัมพันธ์ตามส่วนราชการ สื่อสิ่งพิมพ์ในคู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ “เส้นทางวิถีสายคนกับช้าง สื่อโทรทัศน์ การออกร้านแสดงสินค้าในชุนและงานประเพณีสำคัญ ตลอดนำเสนอทางสื่อออนไลน์รูปแบบต่าง ๆ (๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน เช่น มีการบริหารช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคซื้อได้ง่ายทั้งในและนอกชุมชน มีการบริการจัดส่ง หรือการรับคืนเมื่อไม่พึงพอใจ การให้บริการให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อมีคำถาม มีช่องทางติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ทางยูทูบ ทางไลน์ หรือ ทางเฟสบุค (๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ คือ แบรนด์เป็นอัตลักษณ์ของที่นี้คือทรัพยากรการเที่ยวทุกชนิดที่มีความยึดโยงกับช้าง เช่น แบรดด์ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง หางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ของชำร่วย และเครื่องนุ่งห่มที่มีสัญลักษณ์ของช้าง เป็นแบรนด์ที่คนทั่วไปรู้จักมีคุณค่าและมูลค่าที่ลูกค้าสัมผัสได้ทันที (๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค ได้ดำเนินการในหลายช่องทาง เช่น การนำเสนอผ่านช่องทางงานบุญประเพณี การออกร้านในงานแสดงสินค้า พิพิธภัณฑ์ ศูนย์การเรียนรู้ แหล่งท่องเที่ยว สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ สื่อ

---

[๒๒] วารุณี สุนทรเจริญนนท์, **สร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการสร้างสรรค์ไม่ยากอย่างที่คิด,** <readgur.com/doc/2203291/ สร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการสร้างสรรค์-ไม่ยากอย่างที่คิด>, December 2019.

ออนไลน์ และหน่ายงานของรัฐ ที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีความยึดโยงเกี่ยวกับช้างหรืออัตลักษณ์ของชุมชนมักเป็นที่นิยมของลูกค้า เช่น ด้านอาหารพื้นบ้าน ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านศาสนสถาน ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เป็นต้น และจากการพิถีพิถันเอาใจใส่ต่อความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ การคัดเลือกวัตถุดิบ กระบวนการหรือวิธีการผลิต บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ และการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ถือเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ สอดคล้องกับ วารุณี สุนทรเจริญนนท์ ได้ให้ทัศนะว่า การได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มี "คุณค่าเพิ่ม" สำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยมีหลักในการพิจารณาสรุปได้ ๘ ประการ คือ ๑. ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ๒. ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ๓. การคัดเลือกวัตถุดิบ ๔. กระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕. บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก ๖. การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน ๗. การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ ๘. การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค[๒๓] เป็นต้น การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์เหล่านี้ถือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเนื่องจากเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้แวะมาเยี่ยมเยียนแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างในจังหวัดสุรินทร์อย่างต่อเนื่องตลอดปี

๕.๒.๓.๒ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า ๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค คือ ด้านผ้าไหม ระยะแรกผ้าที่ทอส่วนมากเป็นผ้ามัดหมี่ หมี่คั่น และลายสร้างสรรค์ ปัจจุบันประยุกต์มีลายมาผสมให้สวยงามถูกใจ เช่น ลายถ้วย ลายนกยูง ลายนกคู่ ลายกระสไน(ลายร่างแห) ลายก้านแย่ง(ลายไทย) หมี่คั่น(อันลูนซีม) ลายพญานาค ลายโคมห้า ลายพนมเปญ หมี่คั่นประยุกต์ ด้านประเกือม ที่ลูกค้านิยมมากมักเป็นเครื่องประดับประเภทต่างหูและ สร้อยคอ เนื่องจากมีลวดลายสวยงามแตกต่างจากที่อื่น ๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ คือ ด้านผ้าไหมในที่นี้เป็นสินค้า OTOP ที่คัดสรรส่งเข้าประกวดและได้รับรางวัลในระดับ ๕ ดาว มาแล้วจำนวน ๒ ผลิตภัณฑ์ เมื่อ พ.ศ. ๒๕๕๑ ด้านประเกือม ตัวผลิตภัณฑ์เครื่องเงินมีคุณภาพสูงเพราะทำจากเนื้อเงินแท้จึงได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าที่ซื้อสินค้าตลอดมา ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ คือ ด้านผ้าไหม มีเทคนิคการผลิตเฉพาะตัว ซึ่งได้รับการสืบทอดกรรมวิธีการผลิตแบบนี้มาแต่บรรพบุรุษ เช่น การเลี้ยงไหม การสาวไหม การย้อมสี การมัดหมี่ และการทอ ได้มีการคัดเลือกวัตถุดิบและคิดค้นพัฒนากรรมวิธีการผลิต เพื่อให้ได้ผ้าไหมที่มีคุณภาพ ทำให้มีชื่อเสียงและคุณภาพเป็นที่ยอมรับ ด้านประเกือม การคัดเลือกวัตถุดิบได้สั่งซื้อมาจากกรุงเทพฯ มีเนื้อเงินสูงถึงร้อยเปอร์เซ็นต์ทำให้เครื่องเงินที่ผลิตออกมาเป็นที่เชื่อถือและยอมรับของคนทั่วไป ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต คือ ด้านผ้าไหม ที่นี่มีกระบวนการผลิตเฉพาะตัวซึ่งได้รับการสืบทอดมาแต่บรรพบุรุษ เช่น การเลี้ยงไหม การสาวไหม การย้อมสี การมัดหมี่ และการทอ ได้มีการคิดค้นพัฒนากรรมวิธีการผลิตเพื่อให้ได้ผ้าไหมที่มีคุณภาพ ผ้าทอเปลี่ยนลายไปเรื่อย บางลายได้แรงบันดาลใจจากที่ผ้ากรุงเทพฯ

---

[๒๓] วารุณี สุนทรเจริญนนท์, **สร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการสร้างสรรค์ไม่ยากอย่างที่คิด,** <readgur.com/doc/2203291/ สร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการสร้างสรรค์-ไม่ยากอย่างที่คิด>, December 2019.

นำมาดัดแปลงวาดใส่กระดาษก่อนจึงทอตามมีลายหยดน้ำ เป็นต้น ด้านประเกือม มีกระบวนการหรือวิธีการผลิตดังนี้ (๑) วัสดุอุปกรณ์ มี ๑๔ อย่าง คือ เม็ดเงิน น้ำประสานเอาไว้เชื่อม เบ้าหลอมสำหรับหลอมเงิน เครื่องรีด แป้นดึงลวด เหล็กดัดดอก เหล็กดุ๊ดตู่ คีม กรรไกร เบ้าหลอมดัดเป็นวงกลมสำหรับวางเชื่อม เครื่องเป่าไฟ น้ำมันเบนซิน แปลงทองเหลือง และน้ำยาล้างเครื่องเงิน (๒) การทำเครื่องเงิน มี ๑๗ ขั้นตอน คือ ชั่งเม็ดเงิน หลอมเทใส่ราง เข้าเครื่องรีด(แบบลวด) ดึงกับแป้นดึงลวดให้ได้ขนาดตามที่ต้องการ เข้าเครื่องรีดให้แบน ดัดดอกตามลายที่ต้องการ เชื่อมเพื่อที่จะตัดดอกให้เสมอ หลอมเทใส่รางเพื่อรีดสำหรับทำเป็นฐานร่าง เอาดอกที่ตัดมาเชื่อมกับฐานล่างซึ่งฐานล่างต้องเอาดุ๊ดตู่ตอกตามขนาดที่ต้องการ เหล็กดุ๊ดตู่หรือเหล็กปั๊มขนาดวงกลมแล้วค่อยตอกเป็นนูนตามที่เราต้องการ ดึงลวดเงินเส้นเล็กขนาดที่เราต้องการแล้วเอามาปั่นเกลียวโดยใช้สว่านมือม้วนเป็นรูปวงกลมเอาไปเผาเป็นรูปไข่ปลาเพื่อนำไข่ปลาวางเชื่อมบนดอกพริก พันลวดเล็ก ๆ เพื่อทำเป็นลายก้นหอยเอาไปวางรอบ ๆ ดอกพริก ประกอบดอกกะเกาตามรูปงานและแบบที่ต้องการ นำมาขัดด้วยน้ำยาล้างจานหรือแชมพูแล้วใช้แปรงทองเหลืองขัดให้สะอาดกลายสีข้าวเงา ล้างน้ำเปล่า ๓ ครั้ง ตากแดดให้แห้งหรือใช้ไดเป่าก็ได้ และนำไปสวมใส่ประดับตกแต่งตามร่างกายเพื่อความสวยงาม ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก คือ ด้านผ้าไหม การเข้าไปสังเกตตามร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในจังหวัดสุรินทร์ได้พบว่ามีการทำบรรจุภัณฑ์สำหรับใส่ผ้าไหมให้กับลูกค้ามีการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรกเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์ ด้านประเกือม บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นที่นี้ยังไม่ได้ทำทางร้านใส่ในถุงกระดาษหรือถุงพลาสติกให้กับลูกค้า การนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์มีการนำเสนอภายในร้านเอง นำออกร้านที่ส่วนราชการขอมา นำเสนอในสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน คือ ด้านผ้าไหม มีรวมกลุ่มกันไปขายในตัวเมืองในราคาผืนละ ๒,๕๐๐ บาท (มีทั้งหมด ๔ เมตร) และมีผู้มารับซื้อกับกลุ่มทอผ้าไหมเอง ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวเข้ามาซื้อในชุมชน มีการบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง หากไม่พอใจสินค้ายินดีรับคืน ด้านประเกือม นอกจากมีผู้ซื้อเดินทางมาซื้อถึงในหมู่บ้านแล้ว ยังมีการจำหน่ายผ่านตัวแทนที่รับไปขายตามร้านจิวเวลรี่ ร้านขายของที่ระลึก จัดแสดงรูปแบบสินค้าผ่านทางหน้าเว็บไซต์ให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุด สินค้าที่ผลิตเป็นที่รู้จักของต่างประเทศ มีสวิตเซอร์แลนด์และญี่ปุ่น เป็นต้น ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ คือ ด้านผ้าไหม แบรนด์ที่ได้รับความเชื่อถือของคนทั่วไปตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุจุบัน คือ เจ๊ก มิ้งไหมไทย และ สุรินทร์ไหมไทย เพราะผลิตจากที่นี่ส่งขายผืนละ ๖๐๐-๗๐๐ บาท ด้านประเกือม แบรนด์เครื่องเงินที่นี่มีความโดดเด่นถูกจนถูกนำเขียนไว้ในคำขวัญของจังหวัดสุรินทร์ การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการดังกล่าวได้นำเสนอผ่านลวดลายต่าง ๆ ที่แกะสลักอยู่โดยรอบเม็ด เช่น ลายถุงเงิน หมอน หกเหลี่ยม กรวย กระดุม ตะโพน ดอกบัว ตาราง ดอกพิกุล เป็นต้น ๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค คือ ด้านผ้าไหม และประเกือม มีการนำเสนอทางสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ด้านประเกือม มีการนำเสนอภายในร้านผู้ผลิตเอง นำออกร้านที่ส่วนราชการขอมา นำเสนอในสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย ที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่าชุมชนในตำบลเขวาสินรินทร์โดยเฉพาะบ้านนาตังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีพิพิธภัณฑ์ผ้าไหมโฮลโบราณ ศูนย์การเรียนรู้การทอผ้าไหม และการย้อมไหมจากธรรมชาติ เสน่ห์ของบ้านนาตัง คือ เป็นชุมชนที่

อนุรักษ์การย้อมผ้าไหมจากสีธรรมชาติเป็นอันดับหนึ่งของจังหวัดสุรินทร์ จนขึ้นชื่อว่า “ราชินีแห่งผ้าไหมบ้านนาตัง” ผ้าไหมโฮลจากสีธรรมชาติที่มีลายโดดเด่นเป็นอัตตลักษณ์ เช่น ลายสาคู ลายอันตรูม กระเป๋าผ้าไหม เป็นต้น และอีกที่หนึ่งคือ บ้านโชคเป็นชุมชนที่มีชื่อเสียงเกี่ยวกับหัตถกรรมเครื่องเงินโบราณ ในการทำเครื่องเงินโบราณให้เป็นเครื่องประดับของที่นี้ใช้กรรมวิธีแบบโบราณซึ่งมีสืบทอดกันมายาวนาน โดยการผลิตลูกประคำเงิน หรือ ลูกประเกือมเงิน เช่น เข็มขัดสตรี กำไล สร้อย แหวน ที่มีความสวยงาม เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ เมื่อได้เข้ามาเที่ยวชมสถานที่แห่งนี้มักซื้อเครื่องเงินติดมือไปเป็นของฝากเสมอ และจากการพิถีพิถันเอาใจใส่ต่อความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ การคัดเลือกวัตถุดิบ กระบวนการหรือวิธีการผลิต บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ และการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ถือเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์ สอดคล้องกับ วารุณี สุนทรเจริญนนท์ ได้ให้ทัศนะว่า การได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มี "คุณค่าเพิ่ม" สำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยมีหลักในการพิจารณาสรุปได้ ๘ ประการ คือ ๑. ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ๒. ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ๓. การคัดเลือกวัตถุดิบ ๔. กระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕. บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก ๖. การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน ๗. การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ ๘. การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค[๒๔] เป็นต้น การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมจังหวัดสุรินทร์เหล่านี้ถือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเนื่องจากเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้แวะมาเยี่ยมเยียนแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือมในจังหวัดสุรินทร์อย่างต่อเนื่องตลอดปี

๕.๒.๓.๓ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า **๑)** ด้านตอบสนองความต้องการลูกค้า เช่น วิถีวัฒนธรรมเขมร กูย ลาว ปราสาทขอมโบราณ ๒) ด้านตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดขาย เช่น คุณค่าของศาสนสถานกลุ่มปราสาทขอมโบราณ กาละแมศีขรภูมิ ๓) ด้านการคัดเลือกวัตถุดิบ เช่น กาละแมศีขรภูมิเลือกวัตุดิบที่ได้มาตรฐานและมีคุณภาพ ๔) ด้านกระบวนการหรือวิธีการผลิต กาละแมศรีขรภูมิมีวิธีการผลิตได้มาตรฐานน่าเชื่อถือ ๕) ด้านบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ เช่น กาละแมศีขรภูมิมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์สวยงาม ดึงดูดความสนใจ นำเสนอตามสื่อต่างๆ ๖) ด้านบริการจัดช่องทางจำหน่าย เช่น ได้มีการอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย ๗) ด้านการสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ เช่น กาละแมมีอัตลักษณ์หรือสัญลักษณ์ทีมีความยึดโยงกับปราสาทที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน ๘) ด้านการเข้าถึงผู้บริโภค มีการเผยแพร่ตามหน่วยงานรัฐ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ และออกร้านแสดงสินค้าในงานประเพณี ที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ ต้องทำคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้ คือ การตอบสนองความต้องการลูกค้า ตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดขาย การคัดเลือกวัตถุดิบ

---

[๒๔] วารุณี สุนทรเจริญนนท์, **สร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการสร้างสรรค์ไม่ยากอย่างที่คิด,** <readgur.com/doc/2203291/ สร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการสร้างสรรค์-ไม่ยากอย่างที่คิด>, December 2019.

กระบวนการหรือวิธีการผลิต บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ การบริการจัดช่องทางจำหน่าย การสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ และการเข้าถึงผู้บริโภค ที่สำคัญคือสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของความเป็นท้องถิ่นในที่นี่คือปราสาทขอมที่มีอยู่ในแต่ละชุมชน จึงเห็นได้ว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงและคุณภาพเป็นที่รู้จักได้นำอาปราสาทขอมมาเป็นเครื่องหมายหรือไม่ก็สื่อให้เห็นความเป็นปราสาทขอมเสมอ ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่เป็นวิถีชีวิตของชุมชนที่มีมาแต่เดิมนั้นเอง สอดคล้องกับสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์ที่นำเสนอไว้ในหนังสือของดีวิถีสุรินทร์ที่ว่า จังหวัดสุรินทร์ จึงมีการจัดทำแนวทางในการพัฒนาชุมชนให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของคนสุรินทร์ โดยจัดให้มีการนำเสนอโปรแกรมของดีวิถีสุรินทร์มาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คนในชุมชนได้ภาคภูมใจกับของดีที่มีในชุมชนของตนเองและแสดงออกให้สังคมได้รับรู้กันทั่วไป โดยการสนับสนุนของกรมการพัฒนาชุมชน และองค์การความร่วมมือระหว่างประเทศของญี่ปุ่น (JICA) [๒๕] ดังนั้นการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมจังหวัดสุรินทร์ จึงได้ทำให้สอดคล้องกับแนวทางของจังหวัดสุรินทร์ดำเนินการอยู่ข้อค้นพบจากการวิจัยนี้จึงเป็นไปในแนวทางเดียวกัน

๕.๓.๓.๔ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า ๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ความยึดโยงผลิตภัณฑ์เข้ากับความเป็นอัตลักษณ์ของวิถีชุมชนที่เกี่ยวข้องกับความเป็นช้างซึ่งเป็นรสนิยมและความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การมีช้างจำนวนมาก ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ศาสนสถาน ศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล บางแห่งเน้นธรรมชาติ เช่น ภูเขา โขดหิน ป่าไม้ มีแหล่งน้ำ ศาสนสถานที่สวยงาม ๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ คือ ผลิตภัณฑ์จากช้างเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง เครื่องประดับหางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ของชำร่วย เครื่องนุ่งห่ม เช่น เสื้อยืด ผ้าแพร หมอน กรอบรูปตะขอช้างไม้แก่นขาม วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เช่น การรำแกลมอหรือแกลออ การแต่งกายผ้าไหมลายพื้นบ้าน เสื้อแซวแขนกระบอกแบบชาวกูย รูปเหมือนพระสงฆ์สุปฏิบัติ มี หลวงปู่ดุลย์ อตุโล เป็นต้น ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ มีการจัดการทุนที่นำมาใช้เป็นวัตถุดิบ เช่น ทุนมนุษย์ ทุนทางสังคม ทุนกายภาพ ทุนทางธรรมชาติ ทุนการเงิน ทุนทางวัฒนธรรม เป็นต้น ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต คือ มีการเลี้ยงช้างจำนวนมากเมื่อตกลูกเพิ่มประชากรช้างขึ้นเรื่อยจนกลายเป็นชุมชนหมู่บ้านช้าและนำเอาวัตถุดิบที่เกิดจากช้าง เช่น งาช้าง ฟันช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง หางช้าง เป็นต้น มาทำเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง หางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ของชำร่วย เครื่องนุ่งห่ม วัตถุมงคล เครื่องประดับตกแต่งบ้านและรถ เป็นต้น ด้านประเพณีวัฒนธรรมมีกระบวนการหรือวิธีการเสริมสิ่งใหม่ ๆ บางอย่างเข้ามาให้มีความโดดเด่น ร่วมสมัยมากขึ้น เป็นต้น ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก คือ นำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ภาพโปสเตอร์หรือหุ่นจำลองของช้างติดตั้งไว้ตามเส้นทางสวนสาธารณะ โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐหรือเอกชน และจัดแสดงตามงานเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น ๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน เช่น การให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อมีคำถาม ต้อนรับผู้

---

[๒๕] สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์, **ของดีวิถีสุรินทร์ โครงการเพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการชุมชน**, หน้า ๑.

มาเยือนในฐานะเจ้าบ้านที่ดี ปรับตัวเข้ากับฝ่ายบ้านเมืองให้ได้ มีน้ำใจกับผู้มาเยือนเหมือนกับญาติ การมีช่องทางติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เช่น ทางยูทูป ทางไลน์ ทางเฟสบุค เมื่อสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ส่งออกสู่ตลาดไม่เป็นที่พึงพอใจกับลูกค้าก็ยินดีรับคืนหรือปรับเปลี่ยนใหม่ หรืออาจจะมีของฝากให้กับผู้มาเยือนบ้างตามสมควร ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ จังหวัดสุรินทร์เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปว่าเป็นเมืองช้าง แบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นจุดขายของจังหวัดสุรินทร์ก็คือช้าง นอกจากช้างแบรนด์ที่เป็นจุดขายสำคัญอีกอย่างก็คือวัฒนธรรมของสามเผ่าชน คือ เขมร กูย ลาว เป็นต้น ๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค มีการนำเสนอให้เข้าถึงผู้บริโภคหลายช่องทาง เช่น การนำเสนอโดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในคู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สื่อวิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ การออกร้านในงานสำคัญต่าง ๆ การจัดตั้งสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นภายในชุมชนตนเอง ที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่า จังหวัดสุรินทร์มีชนอยู่อย่างน้อย ๓ กลุ่ม ที่พูดภาษาต่างกัน ๓ ภาษา คือ ภาษาเขมร ภาษาส่วย และภาษาลาว แต่ละกลุ่มชนต่างก็มีวิถีชีวิตที่ดีงามได้รักษาวัฒนธรรมประเพณี ภาษาของตนไว้เป็นอย่างดี ถือเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของจังหวัดสุรินทร์ เหล่านี้ทำให้ก่อเกิดทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดสุรินทร์ เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนทำให้เกิดความประทับใจ และจากการพิถีพิถันเอาใจใส่ต่อความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ การคัดเลือกวัตถุดิบ กระบวนการหรือวิธีการผลิต บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ และการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ถือเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ สอดคล้องกับ วารุณี สุนทรเจริญนนท์ ได้ให้ทัศนะว่า การได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มี "คุณค่าเพิ่ม" สำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยมีหลักในการพิจารณาสรุปได้ ๘ ประการ คือ ๑. ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ๒. ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ๓. การคัดเลือกวัตถุดิบ ๔. กระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕. บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก ๖. การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน ๗. การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ ๘. การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค[๒๖] เป็นต้น การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์เหล่านี้ถือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเนื่องจากเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้แวะมาเยี่ยมเยียนแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในจังหวัดสุรินทร์อย่างต่อเนื่องตลอดปี

---

[๒๖] วารุณี สุนทรเจริญนนท์, **สร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการสร้างสรรค์ไม่ยากอย่างที่คิด,** <readgur.com/doc/2203291/ สร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการสร้างสรรค์-ไม่ยากอย่างที่คิด>, December 2019.

**๕.๒.๔ การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์**

ประเด็นการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ มีการอภิปรายผล ๓ ด้าน คือ ๑) ด้านเศรษฐกิจ ๑) ด้านการเมือง และ ๓) ด้านสังคมของประประเทศ ซึ่งจะได้นำมาอภิปรายผลตามลำดับดังนี้

๕.๒.๔.๑ ด้านเศรษฐกิจของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คำว่า "เศรษฐกิจ" หมายถึงงานเกี่ยวกับการผลิต การจำหน่ายจ่ายแจก และการบริโภคใช้สอยสิ่งต่าง ๆ ของชุมชน รวมถึงด้านการใช้บริการและการท่องเที่ยวที่มีปัจจัยกระตุ้นต่อการเติบโตของเศรษฐกิจ ดังนั้นการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ได้มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คือ การท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้เงินตราต่างประเทศ มีบทบาทต่อดุลการชำระเงิน มีบทบาทต่อการเจริญเติบโตและการขยายตัวของการลงทุน มีบทบาทต่อการสร้างงานและกระจายรายได้ ช่วยสนับสนุนให้เกิดการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ซึ่งได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ช่วยเสริมสร้างสัมพันธไมตรีอันดีต่อกันทั้งระหว่างคนในชาติและระหว่างชาติ และมีบทบาทต่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ เป็นต้น ที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นจังหวัดสุรินทร์เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป คือ เป็นจังหวัดที่มีช้างมาก มีผ้าไหมงาม มีประคำหรือประเกือมสวย มีปราสาทขอมจำนวนมาก มีข้าวหอมมะลิเกษตรอินทรีย์และมีผักกาดหวาน มีวัฒนธรรมงดงาม และ มีพระสงฆ์สุปฏิบัติ เป็นต้น จะเห็นได้ว่ามี ช้าง ผ้าไหม ประคำหรือประเกือม ปราสาทขอม พระสงฆ์สุปฏิบัติ รวมอยู่ในทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นของจังหวัดสุรินทร์ด้วย อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ เหล่านี้ได้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ด้านเศรษฐกิจของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คือ เป็นแหล่งที่มาของรายได้เงินตราต่างประเทศ มีบทบาทต่อดุลการชำระเงิน การเจริญเติบโตและการขยายตัวของการลงทุน การสร้างงานและกระจายรายได้ ช่วยสนับสนุนให้เกิดการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ซึ่งได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ช่วยเสริมสร้างสัมพันธไมตรีอันดีต่อกันทั้งระหว่างคนในชาติและระหว่างชาติ และมีบทบาทต่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ สอดคล้องกับ วรรณา วงษ์วานิช ที่ให้ทัศนะไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้เงินตราต่างประเทศ มีบทบาทต่อดุลการชำระเงิน มีบทบาทต่อการเจริญเติบโตและการขยายตัวของการลงทุน มีบทบาทต่อการสร้างงานและกระจายรายได้ ช่วยสนับสนุนให้เกิดการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ซึ่งได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ช่วยเสริมสร้างสัมพันธไมตรีอันดีต่อกันทั้งระหว่างคนในชาติและระหว่างชาติ และมีบทบาทต่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ[๒๗] เป็นต้น

๕.๒.๔.๒ ด้านการเมืองของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คำว่า "การเมือง" หมายถึง กระบวนการและวิธีการที่จะนำไปสู่การตัดสินใจของกลุ่มคน คำนี้มักถูกนำไปประยุกต์ใช้กับ

---

[๒๗] วรรณา วงษ์วานิช, **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**, หน้า ๒๐-๒๑.

รัฐบาล แต่กิจกรรมทางการเมืองสามารถเกิดขึ้นได้ทั่วไปในทุกกลุ่มคนที่มีปฏิสัมพันธ์กัน ซึ่งรวมไปถึงบรรษัท แวดลงวิชาการ และศาสนา ดังนั้นการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ได้มีความสำคัญต่อการเมืองของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นสื่อที่เกี่ยวข้องต่อความเข้าใจอันดีต่อกันทางการเมือง เช่น ถ้าสถานการณ์ภายในประเทศสงบเรียบร้อย ก็จะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเจริญก้าวหน้าด้วย และในทางกลับกันภาวะตกต่ำของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็ย่อมบอกถึงสภาพทางการเมืองของประเทศได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังสามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับชาวต่างประเทศ สร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน นอกจากนั้นการท่องเที่ยวยังเป็นเครื่องมือในด้านการพัฒนาท้องถิ่นต่าง ๆ เช่น การส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวในบริเวณท้องถิ่นที่อยู่ห่างไกล ทำให้บริเวณนั้นเจริญก้าวหน้าขึ้น ที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่า ช้าง ผ้าไหม ประคำหรือประเกือม ปราสาทขอม พระสงฆ์สุปฏิบัติ เหล่านี้รวมอยู่ในทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นของจังหวัดสุรินทร์ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นในหมู่บ้านท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์ เหล่านี้ได้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ด้านการเมืองของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นสื่อต่อความเข้าใจอันดีต่อกันทางการเมือง สร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับชาวต่างประเทศ เป็นเครื่องมือในด้านการพัฒนาท้องถิ่นต่าง ๆ สอดคล้อกับ วรรณา วงษ์วานิช ที่ให้ทัศนะไว้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นสื่อที่เกี่ยวข้องต่อความเข้าใจอันดีต่อกันทางการเมือง เช่น ถ้าสถานการณ์ภายในประเทศสงบเรียบร้อย ก็จะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเจริญก้าวหน้าด้วย และในทางกลับกันภาวะตกต่ำของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็ย่อมบอกถึงสภาพทางการเมืองของประเทศได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังสามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับชาวต่างประเทศ สร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน นอกจากนั้นการท่องเที่ยวยังเป็นเครื่องมือในด้านการพัฒนาท้องถิ่นต่าง ๆ เช่น การส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวในบริเวณท้องถิ่นที่อยู่ห่างไกล ทำให้บริเวณนั้นเจริญก้าวหน้าขึ้น[๒๘] เป็นต้น

๕.๒.๔.๓ ด้านสังคมของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คำว่า “สังคม” หมายถึงกลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกันตามระบบกฎเกณฑ์ โดยมีลักษณะการอยู่รวมกันของมนุษย์ที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันหลายรูปแบบ เช่น อาชีพ อายุ เพศ ศาสนา ฐานะ ที่อยู่อาศัย เป็นต้น ดังนั้นการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ได้มีความสำคัญต่อสังคมของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คือ ช่วยสร้างความรู้ความเข้าใจอันดีระหว่างคนในท้องถิ่นหนึ่งกับอีกท้องถิ่นหนึ่ง ช่วยพัฒนาและยกระดับความเจริญของคนในท้องถิ่นนั้นให้สูงขึ้น ก่อให้เกิดความมั่นคงและปลอดภัยในสังคม เป็นการกระจายรายได้ให้แก่เจ้าของท้องถิ่นนั้นอย่างทั่วถึง ช่วยให้มีสุขภาพทางกายและทางจิตที่ดี ช่วยอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมอันดีงามของท้องถิ่น และช่วยกระตุ้นให้นำประเพณีและวัฒนธรรมประจำท้องถิ่นออกมาเผยแพร่ เพื่อดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นในท้องถิ่น ช่วยสร้างความรู้สึกภาคภูมิในและหวงแหนในมรดกและศิลปวัฒนธรรมของตน ช่วยส่งผลให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงภูมิประเทศ และสภาพแวดล้อมของตัวเมืองให้ดีและสวยงาม ที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่า ช้าง ผ้าไหม ประคำหรือประเกือม ปราสาทขอม พระสงฆ์สุปฏิบัติ เหล่านี้รวมอยู่ในทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นของจังหวัดสุรินทร์ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความโดด

---

[๒๘] วรรณา วงษ์วานิช, **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**, หน้า ๒๑.

เด่นในหมู่บ้านท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์ เหล่านี้ได้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ด้านสังคมของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ คือ สร้างความรู้ความเข้าใจอันดีระหว่างคนในท้องถิ่นหนึ่งกับอีกท้องถิ่นหนึ่ง พัฒนาและยกระดับความเจริญของคนในท้องถิ่นให้สูงขึ้น เกิดความมั่นคงและปลอดภัยในสังคม กระจายรายได้ให้แก่เจ้าของท้องถิ่นนั้นอย่างทั่วถึง คนมีสุขภาพกายและจิตดี อนุรักษ์ขนบธรรมเนียมอันดีงามของท้องถิ่น กระตุ้นให้นำประเพณีและวัฒนธรรมประจำท้องถิ่นออกเผยแพร่ สอดคล้องกับ สอดคล้อกับ วรรณา วงษ์วานิช ที่ให้ทัศนะไว้ว่า การท่องเที่ยวช่วยสร้างความรู้ความเข้าใจอันดีระหว่างคนในท้องถิ่นหนึ่งกับอีกท้องถิ่นหนึ่ง ช่วยพัฒนาและยกระดับความเจริญของคนในท้องถิ่นนั้นให้สูงขึ้น ก่อให้เกิดความมั่นคงและปลอดภัยในสังคม เป็นการกระจายรายได้ให้แก่เจ้าของท้องถิ่นนั้นอย่างทั่วถึง ช่วยให้มีสุขภาพทางกายและทางจิตที่ดี ช่วยอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมอันดีงามของท้องถิ่น และช่วยกระตุ้นให้นำประเพณีและวัฒนธรรมประจำท้องถิ่นออกมาเผยแพร่ เพื่อดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นในท้องถิ่น ช่วยสร้างความรู้สึกภาคภูมิในและหวงแหนในมรดกและศิลปวัฒนธรรมของตน ช่วยส่งผลให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงภูมิประเทศ และสภาพแวดล้อมของตัวเมืองให้ดีและสวยงาม[๒๙] เป็นต้น

## ๕.๓ ข้อเสนอแนะ

ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยเรื่องภูมิศาสตร์วัฒนธรรม : ศาสนาและวัฒนธรรม: การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปปฏิบัติ และข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

### ๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผลการวิจัยได้พบว่า จังหวัดสุรินทร์มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นอยู่ในชุมชนต่าง ๆ มากมาย เช่น หมู่บ้านช้าง หมูบ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือม หมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม และหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา เป็นต้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวดังกล่าวมีความโดดเด่น มีอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น เช่น ลักษณะที่อยู่อาศัย อาหารพื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ศาสนสถาน ศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เป็นต้น มีการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น การสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์น่าสนใจ การจัดรูปแบบผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว สร้างสรรค์น่าสนใจ การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน การสร้างผลิตภัณฑ์ที่ผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน การหาช่องทางตลาดผลิตภัณฑ์ การอนุรักษ์เมนูอาหารท้องถิ่น เป็นต้น มีการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น ตอบสนองความต้องการลูกค้า ตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดขาย การคัดเลือกวัตถุดิบ กระบวนการหรือวิธีการผลิต บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอบริการและจัดช่องทางจำหน่าย การสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ และการเข้าถึงผู้บริโภค เป็นต้น และ มีการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น ด้านเศรษฐกิจของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ ด้านการเมืองของจังหวัดสุรินทร์และของประเทศ และ ด้านสังคมของจังหวัดสุรินทร์และ

---

[๒๙] วรรณา วงษ์วานิช, **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**, หน้า ๒๒.

ของประเทศ แต่หมู่บ้านท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์จำนวนมากยังขาดแผนงานด้านบริหารและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนของตนเอง ดังนั้นจึงมีข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายว่า รัฐบาลควรกำหนดนโยบายให้ชุมชนหมู่บ้านท่องเที่ยวมีการจัดทำแผนงานด้านบริหารและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยผ่านกระทรวง กรม และจังหวัด โดยแผนงานด้านบริหารและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวควรมีองค์ประกอบสำคัญ คือ ด้านวิสัยทัศน์การท่องเที่ยว แผนงานด้านการบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยว แผนการเงินด้านการท่องเที่ยว แผนบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านการตลาดการท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการนักท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อนำมาใช้เป็นเครื่องมือบริหารและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

### ๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปปฏิบัติ

ผลการวิจัยได้พบว่า จังหวัดสุรินทร์มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น มีอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น มีการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนมีการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน และมีการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน แต่หน่วยงานระดับตำบลหรือชุมชนหลายแห่งยังขาดการศึกษาและจัดเก็บข้อมูลการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวที่เป็นระบบ จึงมีข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปปฏิบัติดังต่อไปนี้

๕.๓.๒.๑ หน่วยงานระดับตำบลหรือชุมชนที่เกี่ยวข้องควรมีการศึกษาและจัดเก็บข้อมูลอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน และ การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบเพื่อใช้ในการจัดแผนและเส้นทางการท่องเที่ยวภายในชุมชน

๕.๓.๒.๒ หน่วยงานระดับตำบลหรือชุมชนที่เกี่ยวข้องควรจัดทำศูนย์และฐานการเรียนรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน และ การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้ชุมชนได้เข้ามาใช้เป็นเรียนรู้เกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้อถิ่นของตนเอง และสร้างเครือข่ายการเรียนรู้และเครือข่ายความร่วมมือของคนในท้องถิ่น ภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษาและภาคประชาสังคม เพื่อสร้างพื้นที่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน และการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในแต่ละชุมชน

๕.๓.๒.๓ หน่วยงานระดับตำบลหรือชุมชนที่เกี่ยวข้องจัดให้มีการเผยแพร่เกี่ยวกับอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน และ การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวทั้งที่เป็นชาวไทย ชาวต่างชาติ และบุคคลทั่วไปได้รับทราบ ตามสื่อต่าง ๆ หน่วยงานรัฐ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ และการออกร้านแสดงสินค้าในงานต่าง ๆ ทั้งที่เป็นหน่วยงานภาคหรือเอกชนชนขึ้นอย่างต่อเนื่อสม่ำเสมอ

### ๕.๓.๓ ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

หากจะมีการวิจัยในครั้งต่อไปผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยดังต่อไปนี้

๕.๓.๓.๑ การวิจัยในระดับพื้นที่จังหวัดสุรินทร์มีข้อเสนอแนะดังนี้ ควรมีการศึกษา เรื่อง แนวทางอนุรักษ์สืบสานศิลปวัฒนธรรมและประเพณีอันมีรากฐานมาจากโบราณสถานกลุ่มปราสาทขอมในเขตจังหวัดสุรินทร์ ควรมีการศึกษา เรื่อง บทบาทขององค์กรในชุมชนกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สืบสานศิลปวัฒนธรรมและประเพณีอันมีรากฐานมาจากโบราณสถานกลุ่มปราสาทขอมในเขตจังหวัดสุรินทร์ ควรมีการศึกษา เรื่อง ตำนานของโบราณสถานกลุ่มปราสาทขอมในท้องถิ่นจังหวัดสุรินทร์ และควรมีการศึกษา เรื่องการตีความเชิงสัญลักษณ์ของบุคคลและเทพที่ปรากฏในโบราณสถานกลุ่มปราสาทขอมในเขตจังหวัดสุรินทร์

๕.๓.๓.๒ การวิจัยในระดับพื้นที่อีสานอีสานใต้มีข้อเสนอแนะดังนี้ ควรมีการวิจัยเพื่อสร้างชุดความรู้และสร้างนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในอีสานใต้ในรูปแบบอื่นอีก เช่น ศึกษาเส้นทางอาเจียงเรื่องเล่าจากคนเลี้ยงช้างในอีสานใต้ สืบค้นร่องรอยชุมชนโบราณจากปราสาทขอมแต่ละแห่งตามเส้นทางราชมรรคาในอีสานใต้ วิถีชุมชนที่ได้รับอิทธิพลจากปราสาทขอมแต่ละแห่งในหมู่บ้านอีสานใต้ เก็บตำนานปราสาทขอมแต่ละแห่งในอีสานใต้ ศึกษาประวัติศาสตร์ศิลป์ที่ปรากฏบนปราสาทขอมแต่ละแห่งในอีสานใต้ การศึกษาเส้นทางชุมชนท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ในหมู่บ้านอีสานใต้ของแต่ละจังหวัด เช่น เส้นทางท่องเที่ยวสายอารยธรรมขอม เส้นทางท่องเที่ยววิถีคนกับช้าง เส้นทางการท่องเที่ยววิถีธรรมชาติ เส้นทางการท่องเที่ยวสายหัตถกรรมจักสาน การท่องเที่ยวเส้นทางสายไหม เส้นทางการท่องเที่ยววิถีเกษตร เส้นทางการท่องเที่ยวสายชาติพันธ์ เขมร กูย ลาว เป็นต้น

๕.๓.๓.๓ การวิจัยในระดับพื้นที่ประเทศมีข้อเสนอแนะดังนี้ ควรมีการศึกษาวิจัย เรื่อง ภูมิศาสตร์วัฒนธรรมกลุ่มปราสาทขอมในประเทศไทย ด้านประวัติศาสตร์ อาณาเขต การตีความเชิงสัญลักษณ์และจารึกที่ปรากฏในตัวปราสาท อิทธิพลต่อวัฒนธรรมประเพณีไทยสมัยต่าง ๆ เป็นต้น

๕.๓.๓.๔ การวิจัยในระดับพื้นที่กลุ่มประเทศอาเซียนมีข้อเสนอแนะดังนี้ ควรมีการวิจัยในประเด็นการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน ควรมีการวิจัยประสิทธิภาพการดำเนินด้านการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

# บรรณานุกรม

**๑. หนังสือ**


กรมการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.**คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม.**(กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่าศึกในพระบรมราชูปถัมภ์ ๒๕๕๗.

คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุในคณะกรรมการอำนวยการจัดงานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ จัดพิมพ์เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา ๖ รอบ ๕ ธันวาคม ๒๕๔๒, **วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดสุรินทร์**, ม.ป.ท., ม.ป.ป.

ฉลาดชาย รมิตานนท์, **อัตลักษณ์วัฒนธรรมและการเปลี่ยนแปลง**,ศูนย์สตรีศึกษาคณะสังคมศาสตร์ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๐.

ชุมชนการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์, **แผ่นพับแนะนำการท่องเที่ยว**, ๑๒ ธันวาคม ๒๕๖๒.

ดนัย จันทร์ฉาย, **เจาะลึกการตลาดจาก A ถึง Z: แนวคิดที่ผู้จัดการทุกคนต้องรู้ซึ้ง,** กรุงเทพมหานคร: ดีเอ็มจี, ๒๕๕๓.

ดิเรก ฤกษ์หร่าย, **การทำการเปลี่ยนแปลง : เน้นกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรม**, กรุงเทพมหานคร: โครงการตำราพัฒนาชนบท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๘.

ดี.จี.อี.ฮอลล์.วรุณยุพา สนิทวงศ์ ณ อยุธยา และคณะแปล,ชาญวิทย์ เกษตรศิริ บรรณาธิการ**, ประวัติศาสตร์เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ : สุวรรณภูมิ-อุษาคเนย์ภาคพิสดาร เล่ม ๑,** พิมพ์ครั้งที่ ๓, กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, ๒๕๔๙.

ติน ปรัชญพฤทธิ์, **ทฤษฎีองค์การ,** พิมพ์ครั้งที่ ๓, กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๓๘.

ทวี ทิมขำ. **การพัฒนาชุมชน.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนโสตร์. ๒๕๔๒.

เทิดชาย ช่วยบำรุง, **การท่องเที่ยวไทยนานาชาติปี** พ.ศ. ๒๕๕๑. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ๒๕๕๑**.**

น. ณ ปากน้ำ.**ศิลปแห่งอาณาจักรไทยโบราณ,** กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, ๒๕๒๐

บริบาลบุรีภัณฑ์,หลวง.**ชุมนุมโบราณคดี,** กรุงเทพมหานคร: เขษมบรรณกิจ, ๒๕๐๓**.**

บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์, **แผ่นพับแนะนำการท่องเที่ยว**, ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒.

บ้านตาทิตย์ หมู่ ๘ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์, **แผ่นพับแนะนำการท่องเที่ยว**, ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒.

บ้านภูมิโปน, **แผ่นพับแนะนำบ้านภูมโปน**, หมู่ ๕ ตำบลดม อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์.

บุญขาน โทขันธ์, **ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ตามรอยอารยธรรมไผทสมันเมืองสุรินทร์**, สุรินทร์:

โรงพิมพ์ ส.พันธุ์เพ็ญ, ๒๕๕๒

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**, กรุงเทพมหานคร: บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด, ๒๕๔๘.

พระสุวิทย์ กตสาโรและคณะ, **ขันติเป็นพลัง ประวัติและพระธรรมเทศนา พระพิศาลศาสนกิจ (เยื้อน ขนฺติพโล)**, อุดรธานี: ไทยชบ กราฟฟิค เฮ้าส์, ๒๕๕๕.

พิมพรรณ สุจารินพงศ์, **มัคคุเทศก์,** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๙.

พิริยะ ไกรฤกษ์.**ประวัติศาสตร์ศิลปะและโบราณคดีในประเทศไทย**, กรุงเทพมหานคร : บริษัท อมรินทร์ พริ้นติ้ง กรุ๊ฟ จำกัด, ๒๕๓๓

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์, **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา**, กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๔๗.

เริงวุฒิ มิตรสุริยะ, **"อุษาคเนย์" ประวัติศาสตร์อาเซียน ฉบับประชาชน,** กรุงเทพมหานคร : บริษัท วิชั่น พรีเพรส จำกัด, ๒๕๕๗.

วรรณา วงษ์วานิช, **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**, กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๖.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, **การวิจัยธุรกิจ**, กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงแห่งโลก ธุรกิจ. ๒๕๔๑

**----------. หลักการตลาด,** (กรุงเทพมหานคร: ธีระฟิล์มและไซแท็กซ์, ๒๕๕๔.

สัญญา สัญญาวิวัฒน์, **การพัฒนาชุมชน**, กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๔๓.

สานิตย์ บุญชู, **ความรู้ทั่วไปในการพัฒนาชุมชน เอกสารทางวิชาการ หมายเลข ๑ สาขาพัฒนาชุมชน**, กรุงเทพมหานคร: กรุงสยามการพิมพ์, ๒๕๔๕.

สุจรรยา โชติช่วง, **การศึกษาสภาพการพัฒนาอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิษณุโลก เขต๑, การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง. สาขาวิชาการบริหารการศึกษา,** (พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร, ๒๕๕๔

สุดาพร กุณฑลบุตร, **หลักการตลาดสมัยใหม่**, พิมพ์ครั้งที่ ๕, กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๗.

สุภัทรดิศ ดิศกุล, **ศิลปะในประเทศไทย,** กรุงเทพมหานคร : อมรินทร์การพิมพ์, ๒๕๒๘.

สำนักงานจังหวัดสุรินทร์, **มหัศจรรย์เมืองสุรินทร์**, สุรินทร์:โรงพิมพ์รุ่งธนเกียรติออฟเซ็ท, ๒๕๕๔.

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์**, ของดีวิถีสุรินทร์ โครงการเพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการชุมชน**, กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ทาราครีเอทีป. ๒๕๖๒.

**----------.คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ๘๕ แอ่งเล็ก เช็คอิน**, (กรุงเทพมหานคร: บริษัทลีโอแลนเซ็ท จำกัด, ม.ป.ป.

สำนักศิลปากรที่ ๑๒ นครราชสีมา กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม, **โบราณสถานกลุ่มปราสาทตาเมือน**, แผ่นพับข้อมูลการเข้าชมโบราณสถาน, ม.ป.ท., ม.ป.ป.

สำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน กรมพัฒนาชุมชน, **เกณฑ์การประกวดชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี,** กรุงเทพมหานคร: บริษัท บีทีเอส เพรส จำกัด, ๒๕๖๑.

อภิญญา เฟื่องฟูสกุล, **อัตลักษณ์ Identity การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด,** กรุงเทพมหานคร คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ, ๒๕๔๖.

องค์การบริหารส่วนตำบลสำโรงทาบ**, ข้อมูลจากกล่องบรรจุภัณฑ์ คองกูย**, ๔๓ หมู่ ๘ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์, ๒๕๖๒.

**๒ วารสาร**

จีรนันท์ ทองสมัคร, “**การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**”, วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม) ๒๕๕๖**.**

วันดี สันติวุฒิเมธี, “**กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของชาวไทยใหญ่ชายแดนไทย-พม่า กรณีศึกษาหมู่บ้านเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่**”. วารสารทางวิชาการ. คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๕.

พระสุธีรัตนบัณฑิต (อาภากโร) และ พระใบฎีกาสัญญา อภิวณฺโณ (สดประเสริฐ), **“ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของไทยและอาเซียน**”, วารสาร มจรพุทธปัญญาปริทรรศน์ ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม), ๒๕๕๙.

มาโนช พรหมปัญโญ และคณะ, **“แนวทางการเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน”,** วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม – ธันวาคม), ๒๕๕๖

สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และปิยวัน เพชรหมี, “**การสร้งมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย : กรณีศึกษาผ้าทอลายโบราณ", Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)** 2017.

**๓. รายงานการประชุมทางวิชาการ**

นิธิกิตติกานต์ เหมสุวรรณ์, แนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการของสถานที่จัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยเชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่น ในพื้นที่จังหวัดสงขลา,. การประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับ นานาชาติ ครั้งที่ ๑/๒๕๕๘ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการพัฒนาสังคมสู่อาเซียน วันที่ ๒๒-๒๓ มกราคม ๒๕๕๘ ณ โรงแรมร้อยเกาะ อ.เมืองสุราษฎร์ธานี จ.สุราษฎร์ธานี จัดโดย สถานวิจัยการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศพื้นที่ภาคใต้ บูรณาการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่.

ณัฐภัณฑ์ พงษ์ณะเรศ นิภาพร กลิ่นระรื่น และ พิทักษ์ ศิริวงศ์, **“การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรสุมาลี ตำบลหนองหัวแรต อำเภอหนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา”,**

สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจดัการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี, การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาครั้งที่ ๒ มหาวิทยาลยัราชภัฏ มหาสารคาม ๒๕๖๐

รพีพรรณ จันทับ และ ลินจง โพชารี, **"ปัจจัยด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง บ้านตากลาง จังหวัดสุรินทร์", WMS Journal of Management**, Walailak University Vol.5 No.1. (Jan – Apr), 1016.

วงศ์ระวิทย์ น้อมนำทรัพย์ และ พยอม ธรรมบตุร, **"ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาพุทธศาสนาจังหวัดนครปฐม"**, Valaya Alongkorn Review Vol. 5 No. 2 (July- December), 2015.

**๔. รายงานการวิจัย**

กาญจนา เตรียมธนาโชค. **"การท่องเที่ยวสู่แดนพุทธภูมิตามหลักบุญกิริยาวัตถุ".** สาวิกาสิกขาลัย คณะมนุษยศาสตร์, ๒๕๖๐.

จิรานุช โสภา และคณะ. **"ศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกของประเทศไทย กรณีศึกษา :อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชรและอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน"**. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, ๒๕๕๔.

ทรงคุณ จันทจร พิสฏฐ์ บุญไชย และ ไพรัช ถิตย์ผาด, **คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้**, สถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน มหาวทิยาลยัมหาสารคาม, ๒๕๕๒.

ทวีศักดิ์ ทองทิพย์ และบรรจงโสดาดี. **"รายงานการวิจัย เรื่อง คุณค่าและอิทธิพลของกลุ่มปราสาทขอมที่มีต่อวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น จังหวัดสุรินทร์**, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์, ๒๕๕๕.

นุชนาฎ เชียงชัย. **"การใช้อัตลักษณ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง",** หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๘.

ปวีณา ผาแสง และคณะ." **การศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผ้าทอพื้นเมืองน่าน กรณีศึกษา : กลุ่มวิสาหกิจชมุชนบ้านเฮี้ย ตำบลศิลาแลง อำเภอปัว จังหวัดน่าน.** วิทยาลัยชุมชนน่าน สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, ๒๕๖๐.

พรมมินทร์ พวงมาลาจรัส และคณะ **"รูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบยั่งยืนบ้านแม่กำปอง กิ่งอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่"**.สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๔๔

พระมหาสุทิตย์ อาภากโร และคณะ.**“รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดในกรุงเทพมหานคร**”. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๕๒.

วีระพงศ์ เกียรติไพรยศ และคณะ, **“การจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทางโบราณสถานล้านนาที่ปรากฏในวรรณกรรมชินกาลมาลีปกรณ์”** รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย, ๒๕๖๐.

**๕. สัมภาษณ์**

นางกนกวรรณ สิมพาสี, บ้านเลขที่ ๖ หมู่ ๒ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์, **สัมภาษณ์,** ๒๒ สิงหาคม ๒๕๖๒.

พระครูอุปกัมวรคุณ, เจ้าอาวาสวัดตะเคียน บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์, ๑๒ ธันวาคม ๒๕๖๒.

พระสมุห์หาญ ปญฺญาธโร, เจ้าอาวาสวัดป่าอาเจียง(สุสานช้าง) บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์, ๑๗ มีนาคม ๒๕๖๒.

พระสุรกาญจน์ สุทธิดี, พระติดตาม พระราชวิสุทธิมุนี (เยื้อน ขนฺติพโล), วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๕ มกราคม ๒๕๖๓.

นางเข็ม สมนาค, กลุ่มผู้ค้าขายผลิตภัณฑ์ชุมชน, บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์ ๑๒ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นางจันทร์ ศาลางาม, กลุ่มทอผ้าไหม, ตากลาง หมู่ ๙ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นายชื่น แสนดี, ปราชญ์ชาวบ้าน, บ้านตากลาง หมู่ ๙ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นายชมพู ศาลางาม, เจ้าของร้าน OTOP, ตากลาง หมู่ ๙ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นายโชคชัย ชัยหานาม, เจ้าของร้าน OTOP, บ้านตากลาง หมู่ ๙ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นายดำ ศาลางาม, ปราชญ์ชาวบ้าน, บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นายตุ๋ย ศาลางาม, หมอช้างและควาญช้าง, ตราด หมู่ ๓ ตำบลท่าม่วง อำเภอสตึก จังหวัดบุรีรัมย์. สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นายทวี บุญเสก, ชาวบ้าน, บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นายทศ แม่นผล, สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลดม, หมู่ ๕ ตำบลดม อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๙ มิถุนายน ๒๕๖๓.

นายทองใส ศาลางาม, ควาญช้าง, บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นายเทิง สุขจิตร, ควาญช้าง, บ้านตากลาง หมู่ ๙ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นายนรินทร์ ศรีจันทร์, เจ้าของร้านค้า OTOP, บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นายพงษ์รัตน์ ปัดภัย,ผู้ใหญ่บ้าน, หมู่ ๕ ตำบลดม อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๙ มิถุนายน ๒๕๖๓.

นายป่วน เจียวทอง, ครูภูมิปัญญาไทยรุ่นที ๖ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, บ้านเลขที่ ๖๓ หมู่ที่ ๓ บ้านโชค ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๘ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นางประนอม ขาวงาม, บ้านเลขที่ ๑๖ หมู่ ๑ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๒๒ สิงหาคม ๒๕๖๒.

นายมังกร สุขรัตน์, ควาญช้าง, บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นายเมอะ ทรัพย์มาก, เจ้าของร้าน OTOP, บ้านตากลาง หมู่ ๙ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นางสาวยศยา ใจเย็น, ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านพนมดิน, หมู่ ๔ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๙ มิถุนายน ๒๕๖๓.

นายลุน ศาลางาม, หมอช้างและควาญช้าง, บ้านศาลา หมู่ ๑๑ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นางวรรยา ยังมูล, ครูโรงเรียนช้างบุญวิทยา, บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์ ๑๒ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นางสาวศรีสุดา วรครุฑ, ครูโรงเรียนช้างบุญวิทยา, บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์ ๑๒ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นายสยาม แสนแก้ว, ผู้ใหญ่บ้าน, หมู่ ๕ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๙ มิถุนายน ๒๕๖๓.

นายสายฟ้า ศาลางาม, เจ้าของร้าน OTOP, บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นายสุข รื่นเริง, ควาญช้าง, ตราด หมู่ ๑๐ ตำบลท่าม่วง อำเภอสตึก จังหวัดบุรีรัมย์.สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นางสุทิศา คงเถลิงศิริวัฒนา, นายอำเภอเขวาสินรินทร์, **คำกล่าวเปิดเทศกาลชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีอำเภอเขวาสินรินทร์**, วันที่ ๒๒ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๑.

นางสุภาพ อุตส่าห์ดี, บ้านเลขที่ ๒๓ หมู่ ๓ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์, **สัมภาษณ์,** ๒๒ สิงหาคม ๒๕๖๒.

นายสุรพงษ์ สุขคุ้ม, ผู้ใหญ่บ้านตะเคียน, บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นางสุรางค์ อยู่พะเนียด, ครูชำนาญการพิเศษ, โรงเรียนบ้านตะเคียนกูยวิทยา หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒.

นางสำรวย อินทร์สง, เจ้าของร้าน OTOP, ตากลาง หมู่ ๙ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นางไสว ก้านเพชร, กลุ่มทอผ้าไหม, ตากลาง หมู่ ๙ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นายเหิน จงใจงาม, ควาญช้าง, บ้านตากลาง หมู่ ๙ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นายอนันต์ แขขุนทด, ผู้ใหญ่บ้าน, หมู่ ๔ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์, สัมภาษณ์, ๙ มิถุนายน ๒๕๖๓.

อัมพร ทองเชิด, บ้านเลขที่ ๒๓ หมู่ ๒ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์, **สัมภาษณ์,** ๒๒ สิงหาคม ๒๕๖๒.

นายอำพร ทองพู, ผู้ใหญ่บ้านตาทิตย์, บ้านตาทิตย์ หมู่ ๘ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๒.

นางเอื้อม แยบดี, บ้านเลขที่ ๑๔ หมู่ ๑ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์, **สัมภาษณ์,** ๒๑ สิงหาคม ๒๕๖๒.

### ๖. สารนิเทศจากเวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web)

พูนลาภ ทิพชาติโยธิน, **Value-Added Activities เพิ่มลูกค้าด้วยกิจกรรมเพิ่มมูลค่า**, ๒๕๕๓, หน้า ๘๗-๘๘, <http://๒๐๒.๑๘๓.๑๙๐.๒/FTPiWebAdmin/knw_pworld/image_content/๘๕/๘๗-๘๙.pdf.>, March 2018

วารุณี สุนทรเจริญนนท์, **สร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการสร้างสรรค์ไม่ยากอย่างที่คิด,** <readgur.com/doc/2203291/ สร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการสร้างสรรค์-ไม่ยากอย่างที่คิด>, December 2019

สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว, **แนวทางบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เชิงนิเวศ ทางประวัติศาสตร์ ทางวัฒนธรรม**, หน้า ๗๑-๗๕,<https://www.dot.go.th/ebooks/ebooks-view/430>, July 2019

http://www.surin.go.th/saparbsurin.php, 24/ June/2018.

http://www.surin.go.th/surin/11.htm, 24/ June/2018

http://www.surin.go.th/surin/4.htm, 24/ June/2018
http://www.surin.go.th/surin/5.htm, 24/ June/2018.
http://๒๐๒.๑๘๓.๑๙๐.๒/FTPiWebAdmin/knw_pworld/image_content/๘๕/๘๗-๘๙.pdf, March 2018
https://www.tris.co.th/articles-and-knowledge/๑๒๔๑/, December 2018.
https://www.dot.go.th/ebooks/ebooks-view/430, July 2019.

# ภาคผนวก

ภาคผนวก ก : เครื่องมือวิจัย
ภาคผนวก ข : หนังสือเชิญ บันทึกข้อความ รายชื่อผู้ให้ข้อมูล
ภาคผนวก ข : การรับรองการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์
ภาคผนวก ง : ภาพถ่ายลงพื้นที่ดำเนินการวิจัย
ภาคผนวก จ : ผลผลิต ผลลัพธ์ ผลกระทบจากงานวิจัย
(Output Outcome Impact)

# ภาคผนวก ก เครื่องมือวิจัย

**********

## แบบบันทึกการสังเกต

**ชื่อสถานที่สังเกต,.....บ้าน.....หมู่ที่.....**
**ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....**

๑. สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลแผนงานการวิจัย เรื่อง “ศาสนาและวัฒนธรรม: อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์” มีประเด็นสังเกต ๘ ด้าน คือ ๑) ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย ๒) ด้านอาหารพื้นบ้าน ๓) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๔) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ๕) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ๖) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ๗) ด้านศาสนสถาน และ ๘) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล

| รายการสังเกต | บันทึกการสังเกตเก็บข้อมูลภาคสนาม |
|---|---|
| ๑. ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| ๒. ด้านอาหารพื้นบ้าน | |
| | |
| | |
| | |
| ๓. ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| ๔. ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น | |
| | |
| | |
| | |
| | |

| รายการสังเกต | บันทึกการสังเกตเก็บข้อมูลภาคสนาม |
|---|---|
| ๕. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| ๖. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| ๗. ด้านศาสนสถาน (สิ่งเคลื่อนย้ายไม่ได้) | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| ๘. ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล (สิ่งเคลื่อนย้ายได้ | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

ชื่อผู้สังเกตและบันทึก.....

วัน/เดือน/ปี...../...../.....

# แบบสัมภาษณ์ (ชุดที่ ๑)
## (สัมภาษณ์กลุ่มนักวิชาการ)

แผนงานการวิจัย เรื่อง “ศาสนาและวัฒนธรรม: อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์” มีประเด็นสังเกต ๘ ด้าน

**ส่วนที่ ๑ :** เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ (ส่วนผู้วิจัยเป็นผู้บันทึกก่อนการสัมภาษณ์)

ชื่อ - นามสกุล ของผู้ให้สัมภาษณ์.....
ตำแหน่งงานปัจจุบัน.....
สถานที่ทำงานปัจจุบัน .....

**ส่วนที่ ๒ : เป็นข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาที่สัมภาษณ์**

**๑. ประเด็นอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมของหมู่บ้านช้าง หมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือม หมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม และหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์**

๑) คำว่าอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์จะให้คำจำกัดความได้อย่างไร.....
.....
.....

๒) แนวคิดในเรื่องนี้มีที่มาอย่างไร.....
.....
.....

๓) คนที่คิดเรื่องนี้เขามีหลักการสำคัญอย่างไร.....
.....
.....

๔) เขาจัดแบ่งประเภทกันอย่างไร.....
.....
.....

๕) หากจะศึกษาเรื่องนี้จะเริ่มจากจุดไหนและใช้วิธีอย่างไร.....
.....
.....

๖) แนวคิดเรื่องนี้จะนำไปใช้ประโยชน์อะไรได้บ้าง.....
.....
.....

**๒. ประเด็นการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมของหมู่บ้านช้าง หมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือม หมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม และหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์**

๑) คำว่าการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์จะให้คำจำกัดความได้อย่างไร.....
.....
.....
.....

๒) แนวคิดในเรื่องนี้มีที่มาอย่างไร.....
.....
.....
.....
.....

๓) คนที่คิดเรื่องนี้เขามีหลักการสำคัญอย่างไร.....
.....
.....
.....
.....

๔) เขาจัดประเภทกันอย่างไร.....
.....
.....
.....
.....

๕) หากจะศึกษาเรื่องนี้จะเริ่มจากจุดไหนและใช้วิธีอย่างไร.....
.....
.....
.....
.....

๖) แนวคิดเรื่องนี้จะนำไปใช้ประโยชน์อะไรได้บ้าง.....
.....
.....
.....
.....

**๓. ประเด็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมของหมู่บ้านช้าง หมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือม หมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม และหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์**

๑) คำว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์จะให้คำจำกัดความได้อย่างไร.....
.....
.....
.....
.....

๒) แนวคิดในเรื่องนี้มีที่มาอย่างไร.....
.....
.....
.....
.....

๓) คนที่คิดเรื่องนี้เขามีหลักการสำคัญอย่างไร.....
.....
.....
.....
.....

๔) เขาจัดประเภทกันอย่างไร.....
.....
.....
.....

๕) หากจะศึกษาเรื่องนี้จะเริ่มจากจุดไหนและใช้วิธีอย่างไร.....
.....
.....
.....
.....

๖) แนวคิดเรื่องนี้จะนำไปใช้ประโยชน์อะไรได้บ้าง.....
.....
.....
.....
.....

**๓. ประเด็นการใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมของหมู่บ้านช้าง หมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือม หมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม และหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์**

๑) คำว่าการการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์จะให้คำจำกัดความได้อย่างไร.....
.....
.....
.....
.....

๒) แนวคิดในเรื่องนี้มีที่มาอย่างไร.....
.....
.....
.....
.....

๓) คนที่คิดเรื่องนี้เขามีหลักการสำคัญอย่างไร.....
.....
.....
.....
.....

๔) เขาจัดประเภทกันอย่างไร.....
.....
.....
.....

๕) หากจะศึกษาเรื่องนี้จะเริ่มจากจุดไหนและใช้วิธีอย่างไร.....
.....
.....
.....

๖) แนวคิดเรื่องนี้จะนำไปใช้ประโยชน์อะไรได้บ้าง.....
.....
.....
.....

(.....)
ผู้สัมภาษณ์
...../...../.....

# แบบสัมภาษณ์ (ชุดที่ ๒)

**(สัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์)**

แผนงานการวิจัย เรื่อง “ศาสนาและวัฒนธรรม: อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์”

**ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ :** ชื่อ/นามสกุล.....ตำแหน่งปัจจุบัน .....บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....บ้าน..... ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัดสุรินทร์

**๒.๑ ด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว** พิจารณาจาก ๓ ประเด็น คือ ๑) มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยว ๒) มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น ๓) ดึงดูดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จักกว้างขวาง ๔) มีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์น่าสนใจ

**<u>ประเด็นคำถาม</u> :** ทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ที่ท่านนำเสนอให้นักท่องเที่ยว

- มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนที่นี้อย่างไรบ้าง.....
.....
.....
.....

- มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่นอย่างไร.....
.....
.....
.....
.....

- ดึงดูดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จักกว้างขวางอย่างไรบ้าง.....
.....
.....
.....
.....

- มีการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจได้อย่างไร.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

**๒.๒ ด้านการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว** พิจารณาจาก ๖ ประเด็น คือ ๑) มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ ๒) มีรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ๓) มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ๔) ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ๕) มีช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ ๖) มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว

**<u>ประเด็นคำถาม</u>** : ผลิตภัณฑ์ที่ท่านนำเสนอให้นักท่องเที่ยวที่นี่

- มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว โดยนำเสนอเรื่องราวที่สร้างสรรค์และน่าสนใจอย่างไร ...

.....

.....

.....

.....

- มีรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพอย่างไร.....

.....

.....

.....

.....

- มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐานอย่างไร.....

.....

.....

.....

.....

- ผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกันอย่างไร.....

.....

- มีช่องทางการตลาด พร้อมข้อมูลของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ ที่จำหน่ายในชุมชน นอกชุมชนหรือออนไลน์อย่างไร.....

.....

.....

.....

.....

- มีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยวอย่างไร.....

.....

.....

.....

.....

.....

**๒.๓ ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม** พิจารณาจาก ๘ ประเด็น คือ ๑) ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค ๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก ๖) การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ ๘) การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค

**<u>ประเด็นคำถาม :</u>**

- นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรสนิยมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชนิดใด.....
.....
.....
.....
.....

- มีผลิตภัณฑ์ตัวไหนบ้างที่เป็นจุดขายให้กับนักท่องเที่ยว.....
.....
.....
.....
.....

- ผลิตภัณฑ์เป็นจุดขายที่ว่าทำขึ้นจากอะไรบ้าง.....
.....
.....
.....
.....

- มีกระบวนการหรือวิธีการทำอย่างไร.....
.....
.....
.....
.....

- นำเสนออย่างไรจึงทำให้นักท่องเที่ยวสนใจซื้อผลิตภัณฑ์.....
.....
.....
.....
.....

- มีบริการให้กับนักท่องเที่ยวขณะขายและหลังการขายอย่างไรบ้าง.....
.....
.....
.....
.....

- ลักษณะผลิตภัณฑ์พื้นบ้านของที่นี่ต่างจากที่อื่น ๆ อย่างไร.....
.....
.....
.....
.....

- ท่านใช้ช่องทางใดบ้างทำให้ลูกค้ารับรู้และเข้ามาใช้บริการที่นี่.....
.....
.....
.....
.....

**๒.๔ ด้านการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว** พิจารณาจาก ๓ ประเด็น คือ การใช้ประโยชน์ ๑) ด้านเศรษฐกิจ ๒) ด้านการเมือง ๓) ด้านสังคม

**<u>ประเด็นคำถาม :</u>**

- ด้านเศรษฐกิจ.....
.....
.....
.....
.....

- ด้านการเมือง .....
.....
.....
.....
.....

- ด้านสังคม.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

(.....)

ผู้สัมภาษณ์

...../...../.....

# ภาคผนวก ข หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญ หนังสือขอสัมภาษณ์ รายชื่อผู้ให้ข้อมูล

พิเศษ ๘ /ว ๒๕๖๒

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาเขตสุรินทร์ ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง
จังหวัดสุรินทร์ ๓๒๐๐๐

๑๘ มกราคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบและประเมินเครื่องมือวิจัย

นมัสการ พระครูปริยัติวิสุทธิคุณ, ผศ.ดร.

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์ ได้ทำวิจัย เรื่อง "ศาสนาและวัฒนธรรม : การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์" โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ศึกษาการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ และวิเคราะห์การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ การวิจัยนี้คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่หมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ๔ กลุ่ม ได้แก่

๑) หมู่บ้านช้าง จำนวน ๑ หมู่บ้าน คือ บ้านตากลาง หมู่ที่ ๑๓ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม

๒) หมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม จำนวน ๒ หมู่บ้าน คือ บ้านท่าสว่าง หมู่ที่ ๑ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ และ หมู่ ๑ หมู่ ๒ หมู่ ๓ ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอเขวาสินรินทร์

๓) กลุ่มหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอมจำนวน ๔ ปราสาท ๔ หมู่บ้าน คือ ๑) ปราสาทศีขรภูมิหรือปราสาทระแงง บ้านปราสาท หมู่ที่ ๑ ตำบลระแงงอำเภอศีขรภูมิ ๒) ปราสาทภูมิโปน บ้านภูมิโปน หมู่ที่ ๕ ตำบลดม อำเภอสังขะ ๓) ปราสาทช่างปี่ บ้านช่างปี่ หมู่ที่ ๑ ตำบลช่างปี่ อำเภอศีขรภูมิ และ ๔) ปราสาทตาเมือนธม บ้านหนองคันนา หมู่ที่ ๕ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก

๔) กลุ่มหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จำนวน ๓ วัด ๓ หมู่บ้าน คือ ๑) วัดป่าอาเจียง บ้านหนองบัว หมู่ที่ ๑๓ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม ๒) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัส หมู่ที่ ๑ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด และ ๓) วัดตะเคียน บ้านตะเคียน หมู่ที่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ

ดังนั้นเพื่อให้การวิจัยบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย คณะผู้วิจัยเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านกรุณาตรวจสอบเครื่องมือวิจัย เพื่อให้คำแนะนำในการนำไปปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือวิจัยให้มีความสมบูรณ์ต่อไป จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงยิ่งมา ณ โอกาสนี้

นมัสการมาด้วยความเคารพอย่างสูง

(รองศาสตราจารย์ ดร.ทวีศักดิ์ ทองทิพย์)
ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายกิจการทั่วไป วิทยาเขตสุรินทร์
ผู้อำนวยการแผนงานการวิจัย

โทร. ๐๘ – ๑๗๒๕ – ๘๖๙๓

ตรวจแล้ว
มีคุณภาพใช้เป็น
เครื่องมือเก็บรวบ
รวมข้อมูลได้
(พระครูปริยัติวิสุทธิคุณ, ผศ.ดร.)
ชื่อ ม.ค. ๖๒

พิเศษ ๘ /ว ๒๕๖๒

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาเขตสุรินทร์ ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง
จังหวัดสุรินทร์ ๓๒๐๐๐

๑๘ มกราคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบและประเมินเครื่องมือวิจัย

นมัสการ พระอธิการเวียง กิตฺติวณฺโณ, ดร.

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์ ได้ทำวิจัย เรื่อง "ศาสนาและวัฒนธรรม : การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์" โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ศึกษาการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ และวิเคราะห์การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ การวิจัยนี้คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่หมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ๔ กลุ่ม ได้แก่

๑) หมู่บ้านช้าง จำนวน ๑ หมู่บ้าน คือ บ้านตากลาง หมู่ที่ ๑๓ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม

๒) หมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม จำนวน ๒ หมู่บ้าน คือ บ้านท่าสว่าง หมู่ที่ ๑ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ และ หมู่ ๑ หมู่ ๒ หมู่ ๓ ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอเขวาสินรินทร์

๓) กลุ่มหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอมจำนวน ๔ ปราสาท ๔ หมู่บ้าน คือ ๑) ปราสาทศีขรภูมิหรือปราสาทระแงง บ้านปราสาท หมู่ที่ ๑ ตำบลระแงงอำเภอศีขรภูมิ ๒) ปราสาทภูมิโปน บ้านภูมิโปน หมู่ที่ ๕ ตำบลดม อำเภอสังขะ ๓) ปราสาทช่างปี่ บ้านช่างปี่ หมู่ที่ ๑ ตำบลช่างปี่ อำเภอศีขรภูมิ และ ๔) ปราสาทตาเมือนธม บ้านหนองคันนา หมู่ที่ ๕ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก

๔) กลุ่มหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จำนวน ๓ วัด ๓ หมู่บ้าน คือ ๑) วัดป่าอาเจียง บ้านหนองบัว หมู่ที่ ๑๓ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม ๒) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัส หมู่ที่ ๑ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด และ ๓) วัดตะเคียน บ้านตะเคียน หมู่ที่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ

ดังนั้นเพื่อให้การวิจัยบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย คณะผู้วิจัยเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านกรุณาตรวจสอบเครื่องมือวิจัย เพื่อให้คำแนะนำในการนำไปปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือวิจัยให้มีความสมบูรณ์ต่อไป จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงยิ่งมา ณ โอกาสนี้

นมัสการมาด้วยความเคารพอย่างสูง

(รองศาสตราจารย์ ดร.ทวีศักดิ์ ทองทิพย์)
ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายกิจการทั่วไป วิทยาเขตสุรินทร์
ผู้อำนวยการแผนงานการวิจัย

ด้วยความยินดี

(พระอธิการเวียง กิตฺติวณฺโณ, ดร.)

โทร. ๐๘ – ๑๗๒๕ – ๘๖๙๓

พิเศษ ๘ /ว ๒๕๖๒

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาเขตสุรินทร์ ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง
จังหวัดสุรินทร์ ๓๒๐๐๐

๑๘ มกราคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบและประเมินเครื่องมือวิจัย

เรียน รศ.ดร.สุนันท์ เนารัตน์

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์ ได้ทำวิจัย เรื่อง "ศาสนาและวัฒนธรรม : การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์" โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ศึกษาการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ และวิเคราะห์การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ การวิจัยนี้คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่หมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ๔ กลุ่ม ได้แก่

๑) หมู่บ้านช้าง จำนวน ๑ หมู่บ้าน คือ บ้านตากลาง หมู่ที่ ๑๓ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม

๒) หมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม จำนวน ๒ หมู่บ้าน คือ บ้านท่าสว่าง หมู่ที่ ๑ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ และ หมู่ ๑ หมู่ ๒ หมู่ ๓ ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอเขวาสินรินทร์

๓) กลุ่มหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอมจำนวน ๔ ปราสาท ๔ หมู่บ้าน คือ ๑) ปราสาทศีขรภูมิหรือปราสาทระแงง บ้านปราสาท หมู่ที่ ๑ ตำบลระแงงอำเภอศีขรภูมิ ๒) ปราสาทภูมิโปน บ้านภูมิโปน หมู่ที่ ๕ ตำบลดม อำเภอสังขะ ๓) ปราสาทช่างปี่ บ้านช่างปี่ หมู่ที่ ๑ ตำบลช่างปี่ อำเภอศีขรภูมิ และ ๔) ปราสาทตาเมือนธม บ้านหนองคันนา หมู่ที่ ๕ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก

๔) กลุ่มหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จำนวน ๓ วัด ๓ หมู่บ้าน คือ ๑) วัดป่าอาเจียง บ้านหนองบัว หมู่ที่ ๑๓ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม ๒) วัดเขาศาลาอุดมฐานะจาโร บ้านจรัส หมู่ที่ ๑ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด และ ๓) วัดตะเคียน บ้านตะเคียน หมู่ที่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ

ดังนั้นเพื่อให้การวิจัยบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย คณะผู้วิจัยเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านกรุณาตรวจสอบเครื่องมือวิจัย เพื่อให้คำแนะนำในการนำไปปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือวิจัยให้มีความสมบูรณ์ต่อไป จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงยิ่งมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ทวีศักดิ์ ทองทิพย์)
ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายกิจการทั่วไป วิทยาเขตสุรินทร์
ผู้อำนวยการแผนงานการวิจัย

โทร. ๐๘ - ๑๗๒๕ - ๘๖๙๓

ด้วยความยินดี
รศ.ดร.สุนันท์ เนารัตน์
๒๐ ม.ค. ๖๒

พิเศษ ๘ /ว ๒๕๖๒

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาเขตสุรินทร์ ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง
จังหวัดสุรินทร์ ๓๒๐๐๐

๑๘ มกราคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบและประเมินเครื่องมือวิจัย

เรียน ผศ.ดร.สรเชต วรคามวิชัย

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์ ได้ทำวิจัย เรื่อง "ศาสนาและวัฒนธรรม : การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์" โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ศึกษาการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ และวิเคราะห์การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ การวิจัยนี้คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่หมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ๔ กลุ่ม ได้แก่

๑) หมู่บ้านช้าง จำนวน ๑ หมู่บ้าน คือ บ้านตากลาง หมู่ที่ ๑๓ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม

๒) หมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม จำนวน ๒ หมู่บ้าน คือ บ้านท่าสว่าง หมู่ที่ ๑ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ และ หมู่ ๑ หมู่ ๒ หมู่ ๓ ตำบล.ขวาสินรินทร์ อำเภอเขวาสินรินทร์

๓) กลุ่มหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอมจำนวน ๔ ปราสาท ๔ หมู่บ้าน คือ ๑) ปราสาทศีขรภูมิหรือปราสาทระแงง บ้านปราสาท หมู่ที่ ๑ ตำบลระแงงอำเภอศีขรภูมิ ๒) ปราสาทภูมิโปน บ้านภูมิโปน หมู่ที่ ๕ ตำบลดม อำเภอสังขะ ๓) ปราสาทช่างปี่ บ้านช่างปี่ หมู่ที่ ๑ ตำบลช่างปี่ อำเภอศีขรภูมิ และ ๔) ปราสาทตาเมือนธม บ้านหนองคันนา หมู่ที่ ๕ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก

๔) กลุ่มหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จำนวน ๓ วัด ๓ หมู่บ้าน คือ ๑) วัดป่าอาเจียง บ้านหนองบัว หมู่ที่ ๑๓ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม ๒) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัส หมู่ที่ ๑ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด และ ๓) วัดตะเคียน บ้านตะเคียน หมู่ที่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ

ดังนั้นเพื่อให้การวิจัยบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย คณะผู้วิจัยเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านกรุณาตรวจสอบเครื่องมือวิจัย เพื่อให้คำแนะนำในการนำไปปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือวิจัยให้มีความสมบูรณ์ต่อไป จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงยิ่งมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ทวีศักดิ์ ทองทิพย์)
ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายกิจการทั่วไป วิทยาเขตสุรินทร์
ผู้อำนวยการแผนงานการวิจัย

ยินดีให้ความอนุเคราะห์

(ผศ.ดร.สรเชต วรคามวิชัย)

โทร. ๐๘ – ๑๗๒๕ – ๘๖๙๓

พิเศษ ๘ /ว ๒๕๖๒

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาเขตสุรินทร์ ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง
จังหวัดสุรินทร์ ๓๒๐๐๐

๑๘ มกราคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบและประเมินเครื่องมือวิจัย

เรียน ผศ.บรรจง โสดาดี

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์ ได้ทำวิจัย เรื่อง "ศาสนาและวัฒนธรรม : การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์" โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ศึกษาการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ และวิเคราะห์การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ การวิจัยนี้คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่หมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ๔ กลุ่ม ได้แก่

๑) หมู่บ้านช้าง จำนวน ๑ หมู่บ้าน คือ บ้านตากลาง หมู่ที่ ๑๓ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม

๒) หมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม จำนวน ๒ หมู่บ้าน คือ บ้านท่าสว่าง หมู่ที่ ๑ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ และ หมู่ ๑ หมู่ ๒ หมู่ ๓ ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอเขวาสินรินทร์

๓) กลุ่มหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอมจำนวน ๔ ปราสาท ๔ หมู่บ้าน คือ ๑) ปราสาทศีขรภูมิหรือปราสาทระแงง บ้านปราสาท หมู่ที่ ๑ ตำบลระแงงอำเภอศีขรภูมิ ๒) ปราสาทภูมิโปน บ้านภูมิโปน หมู่ที่ ๕ ตำบลดม อำเภอสังขะ ๓) ปราสาทช่างปี่ บ้านช่างปี่ หมู่ที่ ๑ ตำบลช่างปี่ อำเภอศีขรภูมิ และ ๔) ปราสาทตาเมือนธม บ้านหนองคันนา หมู่ที่ ๕ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก

๔) กลุ่มหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จำนวน ๓ วัด ๓ หมู่บ้าน คือ ๑) วัดป่าอาเจียง บ้านหนองบัว หมู่ที่ ๑๓ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม ๒) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัส หมู่ที่ ๑ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด และ ๓) วัดตะเคียน บ้านตะเคียน หมู่ที่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ

ดังนั้นเพื่อให้การวิจัยบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย คณะผู้วิจัยเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านกรุณาตรวจสอบเครื่องมือวิจัย เพื่อให้คำแนะนำในการนำไปปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือวิจัยให้มีความสมบูรณ์ต่อไป จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงยิ่งมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ทวีศักดิ์ ทองทิพย์)
ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายกิจการทั่วไป วิทยาเขตสุรินทร์
ผู้อำนวยการแผนงานการวิจัย

โทร. ๐๘ – ๑๗๒๕ – ๘๖๙๓

20 ม.ค. 62

พิเศษ ๗ / ๒๕๖๒

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาเขตสุรินทร์ ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง
จังหวัดสุรินทร์ ๓๒๐๐๐

๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒

เรื่อง ขอสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

นมัสการ .....

ด้วยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์ ได้ทำวิจัย เรื่อง "ศาสนาและวัฒนธรรม : การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์" โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ศึกษาการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ และวิเคราะห์การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ การวิจัยนี้คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่หมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ๔ กลุ่ม ได้แก่

๑) หมู่บ้านช้าง จำนวน ๑ หมู่บ้าน คือ บ้านตากลาง หมู่ที่ ๑๓ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม

๒) หมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม จำนวน ๒ หมู่บ้าน คือ บ้านท่าสว่าง หมู่ที่ ๑ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ และ หมู่ ๑ หมู่ ๒ หมู่ ๓ ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอเขวาสินรินทร์

๓) กลุ่มหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอมจำนวน ๔ ปราสาท ๔ หมู่บ้าน คือ ๑) ปราสาทศีขรภูมิหรือปราสาทระแงง บ้านปราสาท หมู่ที่ ๑ ตำบลระแงงอำเภอศีขรภูมิ ๒) ปราสาทภูมิโปน บ้านภูมิโปน หมู่ที่ ๕ ตำบลดม อำเภอสังขะ ๓) ปราสาทช่างปี่ บ้านช่างปี่ หมู่ที่ ๑ ตำบลช่างปี่ อำเภอศีขรภูมิ และ ๔) ปราสาทตาเมือนธม บ้านหนองคันนา หมู่ที่ ๕ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก

๔) กลุ่มหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จำนวน ๓ วัด ๓ หมู่บ้าน คือ ๑) วัดป่าอาเจียง บ้านหนองบัว หมู่ที่ ๑๓ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม ๒) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัส หมู่ที่ ๑ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด และ ๓) วัดตะเคียน บ้านตะเคียน หมู่ที่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ

ดังนั้นเพื่อให้การวิจัยบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย คณะผู้วิจัยจึงขออนุญาตสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลวิจัยจากหน่วยงานของท่าน จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงยิ่งมา ณ โอกาสนี้

นมัสการมาด้วยความเคารพอย่างสูง

(รองศาสตราจารย์ ดร.ทวีศักดิ์ ทองทิพย์)
ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายกิจการทั่วไป วิทยาเขตสุรินทร์
หัวหน้าโครงการวิจัย

โทร. ๐๘ – ๑๗๒๕ – ๘๖๙๓

พิเศษ ๗ / ๒๕๖๒

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาเขตสุรินทร์ ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง
จังหวัดสุรินทร์ ๓๒๐๐๐

๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒

เรื่อง ขอสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน .....

ด้วยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์ ได้ทำวิจัย เรื่อง "ศาสนาและวัฒนธรรม : การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์" โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ศึกษาการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ และศึกษาการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ การวิจัยนี้คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่หมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ๔ กลุ่ม ดังนี้

๑) หมู่บ้านช้าง จำนวน ๑ หมู่บ้าน คือ บ้านตากลาง หมู่ที่ ๑๓ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม

๒) หมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม จำนวน ๒ หมู่บ้าน คือ บ้านท่าสว่าง หมู่ที่ ๑ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ และ หมู่ ๑ หมู่ ๒ หมู่ ๓ ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอเขวาสินรินทร์

๓) กลุ่มหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอมจำนวน ๔ ปราสาท ๔ หมู่บ้าน คือ ๑) ปราสาทศีขรภูมิหรือปราสาทระแงง บ้านปราสาท หมู่ที่ ๑ ตำบลระแงงอำเภอศีขรภูมิ ๒) ปราสาทภูมิโปน บ้านภูมิโปน หมู่ที่ ๕ ตำบลดม อำเภอสังขะ ๓) ปราสาทช่างปี่ บ้านช่างปี่ หมู่ที่๑ ตำบลช่างปี่ อำเภอศีขรภูมิ และ ๔) ปราสาทตาเมือนธม บ้านหนองคันนา หมู่ที่ ๕ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก

๔) กลุ่มหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จำนวน ๓ วัด ๓ หมู่บ้าน คือ ๑) วัดป่าอาเจียง บ้านหนองบัว หมู่ที่ ๑๓ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม ๒) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัส หมู่ที่ ๑ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด และ ๓) วัดตะเคียน บ้านตะเคียน หมู่ที่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ

ดังนั้นเพื่อให้การวิจัยบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย คณะผู้วิจัยจึงขออนุญาตสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลวิจัยจากหน่วยงานของท่าน จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงยิ่งมา ณ โอกาสนี้

เรียนมาด้วยความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ทวีศักดิ์ ทองทิพย์)
ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายกิจการทั่วไป วิทยาเขตสุรินทร์
หัวหน้าโครงการวิจัย

โทร. ๐๘ – ๑๗๒๕ – ๘๖๙๓

# รายชื่อผู้ให้ข้อมูล

## ๑. กลุ่มนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญด้านพระพุทธศาสนา

๑) กลุ่มนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญด้านพระพุทธศาสนา จำนวน ๙ คน ได้แก่ (๑) อาจารย์ธงไชย สีโสภณ (๒) นายเพทาย สดทรงศิลป์ (๓) ดร. มนูญ สอนโพนงาม (๔) ผศ.ดร. วีระชัย ยศโสธร (๕) ผศ.ดร. สรเชต วรคามวิชัย (๖) ผศ. สุดใจ สะอาดยิ่ง (๗) รศ.ดร. สุนันท์ เสนารัตน์ (๘) ดร. สถาพร วิชัยรัมย์ และ (๙) ผศ. อุทิศ ทาหอม

## ๒. กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง ประกอบด้วย

กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน ๓๐ รูป/คน ได้แก่ ๑) กลุ่มนักวิชาการ ได้แก่ (๑) อาจารย์ธงไชย สีโสภณ (๒) นายเพทาย สดทรงศิลป์ (๓) ดร. มนูญ สอนโพนงาม (๔) ผศ. ดร. วีระชัย ยศโสธร (๕) ผศ.ดร. สรเชต วรคามวิชัย (๖) ผศ. สุดใจ สะอาดยิ่ง (๗) รศ.ดร. สุนันท์ เสนารัตน์ (๘) ดร. สถาพร วิชัยรัมย์ และ (๙) ผศ. อุทิศ ทาหอม ๒) กลุ่มผู้บริหารภาครัฐ ได้แก่ (๑) พระครูสมุห์หาญ ปญฺญาธโร (๒) นายศิริศักดิ์ ร่วมพัฒนา นายก อ.บต.กระโพ (๓) นายจักรพงษ์ เจริญพร ผู้อำนวยการโรงเรียนช้างบุญ (๔) นายสุดใจ อินทอง กำนันตำบลกระโพ (๕) นายธวัชชัย ศาลางาม ผู้ใหญ่บ้านหนองบัว (๖) นายอำพร ทองภู ผู้ใหญ่บ้านตาทิตย์ (๗) นายลี แสนดี สารวัตรกำนันตำบลกระโพ (๘) นายอำพร ทองภู ผู้ใหญ่บ้านตาทิตย์ (๙) นางสาวศรีสุดา วรครุฑ ครูโรงเรียนช้างบุญวิทยา (๑๐) นางวรรยา ยังมูล ครูโรงเรียนช้างบุญวิทยา (๑๑) นายอิสระ ศาตรา ตำแหน่ง รองผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สานักงานสุรินทร์ ๓) กลุ่มตัวแทนกลุ่มผู้เลียงช้าง ได้แก่ (๑) นายดำ ศาลางาม (๒) นายชื่น แสนดี (๓) นายตุ๋ย ศาลางาม (๔) นายลุน ศาลางาม (๕) นายสุข รื่นเริง ๔) กลุ่มชาวบ้านและพ่อค้า ได้แก่ (๑) นายนรินทร์ ศรีจันทร์ (๒) นายสายฟ้า ศาลางาม (๓) นายสุนทร สนโศก (๔) นายเมอะ ทรัพย์มาก (๕) นายโชคชัย ชัยหานาม

## ๓. กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม ประกอบด้วย

กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน ๒๐ คน ได้แก่ ๑) กลุ่มนักวิชาการ ได้แก่ (๑) ผศ.ดร. สรเชต วรคามวิชัย (๒) ผศ. สุดใจ สะอาดยิ่ง (๓) รศ.ดร. สุนันท์ เสนารัตน์ (๔) นายเพทาย สดทรงศิลป์ ๒) กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมและประเกือม ได้แก่ (๑) นายป่วน เจียวทอง (๒) นางเวียน ไม้อ่อนดี. (๓) นางประนอม ขาวงาม. (๔) นางเอือม แยบดี (๕) นางสุภาพ อุตส่าห์ดี. (๖) นางอัมพร ทองเชิด. (๗) กนกวรรณ สิมพาสี (๘) ประจวบ ดีพร้อม ๓) กลุ่มผู้จำหน่ายผ้าไหมและประเกือม ได้แก่ (๑) นายประหยัด คำมา (๒) นางลัดดาวัลย์ มีพร้อม (๓) นางสาววีระยาต์ แสงทับทิม (๔) นางสาวธมลวรรณ ติดใจดี (๕) นางบุหงา โชครำ (๖) นางอุทัยวรรณ ศรีเลิศ (๗) นางนันทิตา เพียงพยุงพงษ์ (๘) นางสาว ปราณี ติดใจดี

**๔. กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอม ประกอบด้วย**

กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอม มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน ๑๕ รูป/คน ได้แก่ ๑) กลุ่มนักวิชาการ ได้แก่ (๑) ผศ.ดร. สรเชต วรคามวิชัย (๒) ผศ. สุดใจ สะอาดยิ่ง (๓) รศ.ดร. สุนันท์ เสนารัตน์ (๔) ผศ.ดร. วีระชัย ยศโสธร (๕) นายเพทาย สดทรงศิลป์ ๒) กลุ่มผู้นำชุมชนและนักท่องเที่ยว ได้แก่ (๑) นายพงษ์รัตน์ ปัดภัย ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๕ ตำบลดม อำเภอสังขะ (๒) นายทศ แม่นผล สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลดม หมู่ ๕ ตำบลดม อำเภอสังขะ (๓) พระครูบรรพต สมานธรรม รองเจ้าคณะอำเภอพนมดงรัก วัดหิมวันบรรพต ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก (๔) นางสาวยศยา ใจเย็น ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านพนมดิน หมู่ ๔ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก (๕) นางนิสารัตน์ แขขุนทด ผู้ครูโรงเรียนบ้านพนมดิน หมู่ ๔ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก (๖) นายปรีชา สังศรี ครูโรงเรียนบ้านพนมดิน หมู่ ๔ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก (๗) นายอนันต์ แขขุนทด ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๔ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก (๘) นายสยาม แสนแก้ว ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๕ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก (๙) นางสาวสุนันต์ แสนแก้ว ภรรยาผู้ใหญ่บ้าน หมู่ ๕ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์ (๑๐) นางเกตุมณี มลสิน นักท่องเที่ยว

**๕. กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ประกอบด้วย**

กลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน ๒๔ รูป/คน ๑) กลุ่มนักวิชาการ ได้แก่ (๑) อาจารย์ธงไชย สีโสภณ (๒) นายเพทาย สดทรงศิลป์ (๓) ดร. มนูญ สอนโพนงาม (๔) ผศ.ดร. วีระชัย ยศโสธร (๕) ผศ.ดร. สรเชต วรคามวิชัย (๖) ผศ. สุดใจ สะอาดยิ่ง (๗) รศ.ดร. สุนันท์ เสนารัตน์ (๘) ดร. สถาพร วิชัยรัมย์ และ (๙) ผศ. อุทิศ ทาหอม ๒) กลุ่มผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ (๑) พระครูสมุห์หาญ ปญฺญาธโร เจ้าอาวาสวัดป่าอาเจียง (๒) พระครูอุปกัมวรคุณ เจ้าอาวาสวัดตะเคียน (๓) พระสุรกาญจน์ สุทธิดี พระติดตาม พระราชวิสุทธิมุนี (เยื้อน ขนฺติพโล) เจ้าอาวาสวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ๓) กลุ่มฝ่ายปกครองหรือผู้ดูแลชุมชน ได้แก่ (๑) นายสุรพงษ์ สุขคุ้ม ผู้ใหญ่บ้านตะเคียน (๒) นายธวัชชัย ศาลางาม ผู้ใหญ่บ้านหนองบัว (๓) นายอำพร ทองภู ผู้ใหญ่บ้านตาทิตย์ ๔) กลุ่มปราชญ์ชุมชนหรือภูมิปัญญาชุมชน (๑) นายสายฟ้า ศาลางาม (๒) พ่อชื่น แสนดี (๓) นายสานิตย์ หาชา ๕) กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้อำนวยการโรงเรียนหรือผู้แทน ได้แก่ (๑) นางสาวศรีสุดา วรครุฑ (๒) นางวรรยา ยังมูล ผู้แทนครูโรงเรียนช้างบุญวิทยา (๓) นางสุรางค์ อยู่เพนียด ผู้แทนผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านตะเคียนกูยวิทยา ๖) กลุ่มนักการเมืองท้องถิ่นหรือผู้แทน ได้แก่ นายศิริศักดิ์ ร่วมพัฒนา นายกองค์การบริหารส่วนตำบลกระโพ ๗) กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้บริหารการท่องเที่ยว ได้แก่ (๑) นายอิสระ ศาตรา ตำแหน่ง รองผู้อานวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สานักงานสุรินทร์ (๒) นางณัฐกฤตา จันทร์กฤษ นักวิเคราะห์นโยบายและแผ่น ชานาญการ การท่องเที่ยว และกีฬา จังหวัดสุรินทร์

# ภาคผนวก ค การรับรองการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

**********

แบบ สพ.๐๙.

## หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์
## มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยลัย

วันที่ ๒๙ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๒

**เรื่อง** การรับรองการใช้ประโยชน์ของผลงานวิจัย

**เรียน** ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์

ข้าพเจ้า พระครูปริยัติวิสุทธิคุณ,รศ.ดร. ตำแหน่ง อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรพุทธศาสตรบันฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์ หมู่ที่ ๘ ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ รหัสไปรษณีย์ ๓๒๐๐๐ โทรศัพท์ ๐๘-๓๓๗๔-๘๗๔๑ ขอรับรองว่าได้มีการนำผลงานวิจัย ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เรื่อง “ศาสนาและวัฒนธรรม: การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์”” ซึ่งเป็นผลงานวิจัย รองศาสตราจารย์ ดร.ทวีศักดิ์ ทองทิพย์ และคณะ โดยนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

✓☐ การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ เช่น การบรรยาย การสอน การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอน
✓☐ การใช้ประโยชน์ด้านความรู้ในพระพุทธศาสนา
☐ การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เช่น งานวิจัยและ/หรืองานสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาสิ่งประดิษฐ์
☐ การใช้ประโยชน์เชิงนโยบายหรือระดับประเทศ
☐ การใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์/เป้าหมายของงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

ช่วงเวลาที่นำไปใช้ประโยชน์ ตั้งแต่ เดือน มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๒ จนถึง เดือน ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๒ ซึ่งการนำผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ เรื่องนี้ไปใช้ประโยชน์นั้น ก่อให้เกิดผลดี ดังนี้

การใช้ประโยชน์ในการสอน บรรยาย รายวิชาพระพุทธศาสนาเถรวาท การจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร คือ จัดกิจกรรมโครงการสิกขาจาริกเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์พระพุทธศาสนาเถรวาท ที่ปรากฏในหลักฐานทางโบราณคดี เช่น อักษรจารึก รูปเคารพ ใบเสมา ในสมัยต่าง ๆ เป็นต้น โดยจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรร่วมกับ รายวิชาประวัติพระพุทธศาสนา และรายวิชาพระพุทธศาสนามหายาน นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอน การใช้ประโยชน์ในด้านการให้บริการวิชาการ หรือ เป็นงานวิจัยเพื่อต่อยอดโครงการวิจัยได้ด้วย เป็นต้น

ขอรับรองว่าข้อความข้างต้นเป็นจริงทุกประการ

ลงชื่อ .....
(พระครูปริยัติวิสุทธิคุณ,รศ.ดร.)
ตำแหน่ง อาจารย์ผู้สอนรายวิชาพระพุทธศาสนาเถรวาท

แบบ สพ.๐๙.

**หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์**
**มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยลัย**

วันที่ ๓๑ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๒

**เรื่อง** การรับรองการใช้ประโยชน์ของผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

**นมัสการ** ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์

ข้าพเจ้า ผู้ช่วยศาสตราจารย์บรรจง โสดาดี. ตำแหน่ง อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรพุทธศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์ หมู่ที่ ๘ ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ รหัสไปรษณีย์ ๓๒๐๐๐ โทรศัพท์ ๐๘-๓๓๗๔-๘๗๔๑ ขอรับรองว่าได้มีการนำผลงานวิจัย ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เรื่อง “ศาสนาและวัฒนธรรม: การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์” ซึ่งเป็นผลงานวิจัย รองศาสตราจารย์ ดร.ทวีศักดิ์ ทองทิพย์และคณะ โดยนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

✓☐ การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ เช่น การบรรยาย การสอน การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอน
✓☐ การใช้ประโยชน์ด้านความรู้ในพระพุทธศาสนา
☐ การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เช่น งานวิจัยและ/หรืองานสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาสิ่งประดิษฐ์
☐ การใช้ประโยชน์เชิงนโยบายหรือระดับประเทศ
☐ การใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์/เป้าหมายของงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

ช่วงเวลาที่นำไปใช้ประโยชน์ ตั้งแต่ เดือน มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๒ จนถึง เดือน ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๒ ซึ่งการนำผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ เรื่องนี้ไปใช้ประโยชน์นั้น ก่อให้เกิดผลดี ดังนี้

การใช้ประโยชน์ในการสอน บรรยาย รายวิชาประวัติพระพุทธศาสนา การจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร คือ จัดกิจกรรมโครงการสิกขาจาริกเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์พระพุทธศาสนามหายานและพระพุทธศาสนาเถรวาท ที่ปรากฏในหลักฐานทางโบราณคดี เช่น อโรคยศาลา อัคคิศาลา อักษรจารึก รูปเคารพ ในสมัยต่าง ๆ และชุมชนมู่บ้านท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น โดยจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรรายวิชาพระพุทธศาสนาเถรวาท นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอน การใช้ประโยชน์ในด้านการให้บริการวิชาการ หรือ เป็นงานวิจัยเพื่อต่อยอดโครงการวิจัยได้ด้วย เป็นต้น

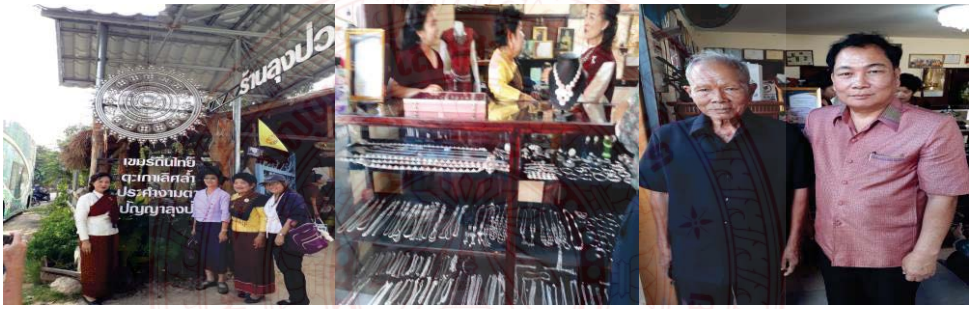
ขอรับรองว่าข้อความข้างต้นเป็นจริงทุกประการ

ลงชื่อ .....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์บรรจง โสดาดี)
ตำแหน่ง อาจารย์ผู้สอนรายวิชาประวัติพระพุทธศาสนา

# ภาคผนวก ง ภาพถ่ายลงพื้นที่ดำเนินการวิจัย

**********

ภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)



ภาพการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ร้านลุงป่วน เจียวทอง เขวาสินรินทร์

ภาพปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน และ ปราสาทศีขรภูมิ (เรียงจากซ้ายไปขวา)

วัดป่าอาเจียง วัดตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

# **ภาคผนวก จ** ผลผลิต ผลลัพธ์ ผลกระทบจากงานวิจัย (Output/Outcome/Impact)

**********

| ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบจากงานวิจัย (Output/Outcome/Impact) | | |
|---|---|---|
| **ผลผลิต (Output)** | **ผลลัพธ์ (Outcome)** | **ผลกระทบ (Impact)** |
| ●อัตลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ | ●องค์ความรู้เกี่ยวกับฐานข้อมูลด้านอัตลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมูบ้านช้าง หมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือม หมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม และหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ในจังหวัดสุรินทร์ | ๑) สถาบันอุดมศึกษามหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ข้อมูลสารสนเทศในด้านชุดองค์ความรู้ ด้านอัตลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง หมูบ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือม หมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม และหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในจังหวัดสุรินทร์ เพื่อให้บริการวิชาการแก่สังคม<br>๒) คณะสงฆ์จังหวัดสุรินทร์ ได้ข้อมูลสารสนเทศในด้านชุดองค์ความรู้ด้านอัตลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมูบ้านช้าง หมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือม หมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม และหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาสในจังหวัดสุรินทร์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนวัดท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์<br>๓) วัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ องค์การปกครองจังหวัดสุรินทร์ และหน่วยงานภาคเอกชนในจังหวัดสุรินทร์ ได้ข้อมูลสารสนเทศในด้านชุดองค์ด้านอัตลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง หมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือม หมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม และหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาสในจังหวัดสุรินทร์ เพื่อกำหนดนโยบายส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ |
| ●การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ | ●องค์ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลด้านการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง หมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือม หมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม และหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ในจังหวัดสุรินทร์ | ๑) สถาบันอุดมศึกษามหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ข้อมูลสารสนเทศในด้านชุดองค์ความรู้ด้านการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมูบ้านช้าง หมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือม หมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมและหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในจังหวัดสุรินทร์ เพื่อให้บริการวิชาการแก่สังคม<br>๒) คณะสงฆ์จังหวัดสุรินทร์ ได้ข้อมูลสารสนเทศในด้านชุดองค์ความรู้ด้านการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง หมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือม หมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม และหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ในจังหวัดสุรินทร์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนวัดท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์<br>๓) วัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ องค์การปกครองจังหวัดสุรินทร์ และหน่วยงานภาคเอกชนในจังหวัดสุรินทร์ ได้ข้อมูลสารสนเทศในด้านชุดองค์ความรู้ ด้านการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมูบ้านช้าง หมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือม หมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม และหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ในจังหวัดสุรินทร์ เพื่อกำหนดนโยบายส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ |

| ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบจากงานวิจัย (Output/Outcome/Impact) | | |
|---|---|---|
| ผลลัพธ์ (Outcome | ผลลัพธ์ (Outcome | ผลกระทบ (Impact) |
| ● การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ | ●องค์ความรู้ด้านวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยว หมู่บ้านช้าง หมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือม หมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม และหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ในจังหวัดสุรินทร์ | ๑) สถาบันอุดมศึกษามหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ข้อมูลสารสนเทศในด้านชุดองค์ความรู้ด้านวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง หมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือม หมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม และหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ในจังหวัดสุรินทร์ เพื่อให้บริการวิชาการแก่สังคม<br>๒) คณะสงฆ์จังหวัดสุรินทร์ ได้ข้อมูลสารสนเทศในด้านชุดองค์ความรู้ด้านวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง หมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือม หมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม และหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ในจังหวัดสุรินทร์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนวัดท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์<br>๓) วัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ องค์การปกครองจังหวัดสุรินทร์ และหน่วยงานภาคเอกชนในจังหวัดสุรินทร์ ได้ข้อมูลสารสนเทศในด้านชุดองค์ความรู้ด้านวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง หมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเกือม หมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม และหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ในจังหวัดสุรินทร์ เพื่อกำหนดนโยบายส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ |
| ●การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ | ●องค์ความรู้ด้านการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ | ๑) สถาบันอุดมศึกษามหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ข้อมูลสารสนเทศชุดองค์ความรู้ด้านการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ในประเด็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม เพื่อให้บริการวิชาการแก่สังคม<br>๒) คณะสงฆ์จังหวัดสุรินทร์ ได้ข้อมูลสารสนเทศในด้านชุดองค์ความรู้ด้านการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ในประเด็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม เพื่อส่งเสริมสนับสนุนวัดท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์<br>๓) วัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ องค์การปกครองจังหวัดสุรินทร์ และหน่วยงานภาคเอกชนในจังหวัดสุรินทร์ ได้ข้อมูลสารสนเทศในด้านชุดองค์ความรู้ด้านการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ในประเด็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม เพื่อกำหนดนโยบายส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ |

# ประวัติผู้วิจัย
# ประวัติหัวหน้าโครงการวิจัย

**********

**ชื่อ - นามสกุล** (ภาษาไทย) : รองศาสตราจารย์ ดร. ทวีศักดิ์ ทองทิพย์

(ภาษาอังกฤษ) : Assist. Prof. Dr. Taweesak Tongtip

**เลขมายประจำตัวประชาชน** : -

**ตำแหน่งปัจจุบัน** : ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายกิจการทั่วไป มหาวิทลาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์

**หน่วยงานที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้**

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขสุรินทร์ เลขที่ ๓๐๕ หมู่ ๘ ตำบลนอกเมือง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ๓๒๐๐๐, โทรศัพท์ ๐-๔๔๕๑-๔๐๙๓, ๐-๔๔๕๑-๔๐๓๗, ๐๘-๑๗๒๕-๘๖๙๓, โทรสาร ๐ – ๓๓๕๑ – ๓๖๐๔.

**ประวัติการศึกษา**

- พ.ศ. ๒๕๒๙ มัธยมศึกษาปีที่ ๖ โรงเรียนสิตธรรมวิทยา เขตป้อมปราบฯ กรุงเทพมหานคร
- พ. ศ. ๒๕๓๔ พธ.บ. ( ศาสนา ) มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในพระบรมราชูปถัมภ์ วัดมหาธาตุ ท่าพระจันทร์ พระนคร กรุงเทพมหานคร
- พ.ศ. ๒๕๓๖ ศศ.ม. ( ภาษาสันสกฤต ) มหาวิทยาลัยศิลปากร พระนคร กรุงเทพมหานคร
- พ.ศ. ๒๕๕๗ พธ.ด. (พระพุทธศาสนา) มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- วิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ วิชาตรรกศาสตร์

**ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย**

- พ .ศ. ๒๕๔๓ หัวหน้าโครงการในรายงานวิจัยเรื่อง: การศึกษาบทบาทพระสงฆ์ในการพัฒนา สังคม : ศึกษา กรณีโครงการพระสงฆ์ร่วมพัฒนาชายแดนไทย-กัมพูชา ในเขตจังหวัดสุรินทร์และ บุรีรัมย์
- พ.ศ. ๒๕๔๔ หัวหน้าโครงการในรายงานวิจัยเรื่อง: การศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในระบบเศรษฐกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มสตรีออมทรัพย์จังหวัดสุรินทร์
- พ .ศ. ๒๕๔๖ หัวหน้าโครงการในรายงานวิจัยเรื่อง: การศึกษารูปแบบการจัดระเบียบสังคมตามแนวพุทธศาสตร์

- พ.ศ. ๒๕๔๖ หัวหน้าโครงการในรายงานวิจัยเรื่อง: วิจัยและส่งเสริมวัดเพื่อการพัฒนาการศึกษาและเผยแผ่ศาสนธรรม : กรณีศึกษาวัดกลางสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

- พ.ศ. ๒๕๔๗ หัวหน้าโครงการในรายงานวิจัยเรื่อง: การศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการขาดแคลนพระสงฆ์ในเขตชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์และบุรีรัมย์

- พ.ศ. ๒๕๔๙ หัวหน้าโครงการในรายงานวิจัยเรื่อง: การศึกษาแนวทางพัฒนาโรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา เขตการปกครองคณะสงฆ์ ภาค ๑๑

- พ.ศ. ๒๕๕๐ รายงานวิจัย เรื่อง: การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาตรรกศาสตร์เบื้องต้น เรื่อง ความเป็นปฏิปักษ์แห่งญัตติของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์โดยใช้วิธีสอนแบบนิรนัย ประกอบสื่อ PowerPoint

- พ.ศ. ๒๕๕๐ หัวหน้าโครงการในรายงานวิจัยเรื่อง: การฆ่าตัวตายในทัศนะของพระพุทธศาสนา

- พ.ศ. ๒๕๕๒ รายงานวิจัยเรื่อง: การศึกษาประสิทธิภาพเอกสารคำสอนรายวิชา ตรรกศาสตร์เบื้องต้นสำหรับนิสิตชั้นปีที่ ๒ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์

- พ.ศ. ๒๕๕๔ หัวหน้าโครงการในรายงานวิจัยเรื่อง: การศึกษาความพึงพอใจของชุมชนที่มีต่อโครงการพระสอนศีลธรรมในโรงเรียน จังหวัดสุรินทร์และบุรีรัมย์

- พ.ศ. ๒๕๕๕ หัวหน้าโครงการในรายงานวิจัยเรื่อง คุณค่าและอิทธิพลของกลุ่มปราสาทขอมที่มีต่อวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นจังหวัดสุรินทร์

- พ.ศ. ๒๕๕๗ หัวหน้าโครงการในรายงานวิจัยเรื่อง : ผลสำเร็จและความต้องการพัฒนางานในโครงการพรสอนศีลธรรมในโรงเรียนตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษา ครูพี่เลี้ยง นักเรียนและพระสอนศีลธรรมในโรงเรียน มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์

- พ.ศ. ๒๕๕๘ รายงานวิจัยเรื่อง : พุทธจริยศาสตร์กับปัญหาทางจริยธรรมการอุ้มบุญในสังคมไทย

- พ.ศ. ๒๕๕๙ ผอ.แผนงานในรายงานวิจัยเรื่อง : ภูมิศาสตร์วัฒนธรรม : ประวัติศาสตร์ เส้นทางการเผยแผ่พระพุทธศาสนาและหลักพุทธธรรมในประเทศไทย สมัยทวารวดี ศรีวิชัย ลพบุรี สุโขทัย ล้านนา อยุธยา

- พ.ศ. ๒๕๖๐ หัวหน้าโครงการในรายงานวิจัยเรื่อง : การศึกษาประวัติศาสตร์และเส้นทางการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมในอีสานใต้

- พ.ศ. ๒๕๖๑ ผอ.แผนงานในรายงานวิจัยเรื่อง ศาสนาและวัฒนธรรม: การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

**ที่อยู่ปัจจุบัน** : ๑๙๕ หมู่ ๖ ถนนโชคชัย – เดชอุดม ตำบลประโคนชัย อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ รหัสไปรษณีย์ ๓๑๑๔๐

**โทรศัพท์** : ๐-๔๔๖๗-๐๓๖๒, ๐๘๑-๗๒๕๘๖๙๓

# ประวัติผู้วิจัย
# (หัวหน้าโครงการย่อยที่ ๑)

**ชื่อ-นามสกุล** (ภาษาไทย) : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เศรษฐพร หนุนชู
(ภาษาอังกฤษ) Assistant Professor. Setthaporn Nunchoo

**ภูมิลำเนาที่เกิด** : บ้านเลขที่ ๒๒ หมู่ที่ ๕ ตำบลแตล อำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์

**ที่อยู่ปัจจุบัน** : บ้านเลขที่ ๙๕ หมู่ที่ ๔ ตำบลตั้งใจ อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

**ประวัติการศึกษา** :
๒๕๒๕ ประกาศนียบัตรการศึกษาชั้นสูงวิทยาลัยครูสุรินทร์
๒๕๒๙ ครุศาสตรบัณฑิต บรรณารักษศาสตร์ วิทยาลัย ครูสุรินทร์
๒๕๔๓ ครุศาสตรบัณฑิต คณิตศาสตร์สถาบันราชภัฏสุรินทร์
๒๕๔๘ ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

**ประวัติการทำงาน** :
๒๕๒๒ เจ้าหน้าที่ห้องสมุด
๒๕๓๓ ครูบรรณรักษ์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เขตสุรินทร์
๒๕๕๔ เจ้าหน้าที่บรรณารักษ์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เขตสุรินทร์
๒๕๔๘ อาจารย์ประสาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเขตสุรินทร์
๒๕๕๓ หัวหน้าสาขาวิชารัฐศาสตร์ วิทยาเขตสุรินทร์
๒๕๕๘ รองผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์ และรักษาการผู้อำนวยการสำนักงานวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์สุรินทร์
๒๕๕๙ ประธานหลักสูตรรัฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์

# ประวัติผู้วิจัย
# (หัวหน้าโครงการย่อยที่ ๒)

**ชื่อ-นามสกุล**(ภาษาไทย) **:** นางปันวลี เสริมทรัพย์
(ภาษาอังกฤษ) **:** Mrs. Punvalee Sermsupt
**หมายเลขบัตรประชำชน** : -
**ตำแหน่งปัจจุบัน** : อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรพุทธศาสตรบัณฑิต(การสอนภาษาอังกฤษ)
**สังกัดหน่วยงาน/คณะ** : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์
**หน่วยงานที่ติดต่อได้** : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขสุรินทร์ เลขที่ ๓๐๕ หมู่ ๘ ตำบลนอกเมือง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ๓๒๐๐๐, โทรศัพท์ ๐-๔๔๕๑-๔๐๙๓, ๐-๔๔๕๑-๔๐๓๗, ๐๘-๑๗๒๕-๘๖๙๓, โทรสาร ๐ – ๓๓๕๑ – ๓๖๐๔. เบอร์มือถือ ๐๙๕๗๐๓๐๖๗๔ อีเมล punvalee๓@yahoo.co.uk
**วุฒิกำรศึกษา** : ปริญญาตรี บริหาธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (ABAC)
**ปริญญาโท** : ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต(การสอนภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
**สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ** : การสอนภาษาอังกฤษ/การพูด-ฟังภาษาอังกฤษ
**ผลงานทางวิชาการ** : เอกสารประกอบการสอนวิชาภาษาอังกฤษพื้นเพื่อการท่องเที่ยว

# ประวัติผู้วิจัย
# (หัวหน้าโครงการย่อยที่ ๓)

**ชื่อ-นามสกุล** (ภาษาไทย) : พระมหาโชตนิพิฐพนธ์ สุทฺธจิตฺโต (ผลเจริญ), ผศ.
(ภาษาอังกฤษ) : PhramahaChotnipitphon Suttajitto (Phoncharoen), Asst. Prof.

**หมายเลขประจำตัวประชาชน** : -

**ตำแหน่งปัจจุบัน** : อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์

**หน่วยงานที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้** : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์ เลขที่ ๓๐๕ หมู่ ๘ บ้านโคกกระเพอ ตำบลนอกเมือง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ๓๒๐๐๐

**ประวัติการศึกษา**

- นักธรรมชั้นเอก สำนักเรียนคณะจังหวัดสุรินทร์ วัดกลาง จังหวัดสุรินทร์
- เปรียญธรรม ๓ ประโยค สำนักเรียนคณะจังหวัดลำปาง วัดศรีล้อม จังหวัดลำปาง
- ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๖ โรงเรียนปริยัติโกศลวิทยา วัดกลาง จังหวัดสุรินทร์
- พุทธศาสตรบัณฑิต (สังคมวิทยา) มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
- รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์) มหาวิทยาลัยเฉลิมกาญจนา

# ประวัติผู้วิจัย
# (หัวหน้าโครงการย่อยที่ ๔)

๑. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนู ศรีทอง, อาจารย์ประจำ
ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Assistant Professor Dr.Thanoo Srithong, University Lecturer

๒. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน -

๓. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำ

๔. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์ หมู่ ๘ (ห้วยเสนง) ตำบลนอกเมือง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ๓๒๐๐๐ โทรศัพท์ ๐๔๔ ๑๔๒๑๐๖ โทรสาร ๐๔๔ ๑๔๒๑๐๖ โทรศัพท์มือถือ ๐๘๙๙๔๗๘๘๒๒
E-mail srithong_thanoo@yahoo.co.th

๕. ประวัติการศึกษา

พ.ศ. ๒๕๓๑ ป.ธ. ๕ สำนักเรียนวัดดาวดึงษาราม กรุงเทพมหานคร

พ.ศ. ๒๕๓๕ พธ.บ.(อังกฤษ) มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยในพระบรมราชูปถัมภ์ วัดมหาธาตุ ท่าพระจันทร์ พระนคร กรุงเทพมหานคร

พ.ศ. ๒๕๔๑ M.A. (English) Kurukshetra, India

พ.ศ. ๒๕๔๑ Post-Graduate Diploma (Journalism)

พ.ศ. ๒๕๔๕ ประกาศนียบัตรวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์

พ.ศ. ๒๕๕๙ ปร.ด. (การบริหารการศึกษา)

๖. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ(แตกต่างจากวุฒิการศึกษา)ระบุสาขาวิชาการ
-ไม่มี-

๗. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือ ผู้ร่วมวิจัยในแต่ละผลงานวิจัย

๗.๑ ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย :

๗.๑.๑ การท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมของอีสานใต้: ประวัติศาสตร์เส้นทางและการเสริมสร้างเครือข่ายในประชาคมอาเซียน, ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐

๗.๒ หัวหน้าโครงการวิจัย : ชื่อโครงการวิจัย

๗.๒.๑ การศึกษาแนวทางพัฒนาสำนักพระปริยัติธรรมแผนกธรรมและแผนกบาลีในเขตการปกครองคณะสงฆ์ภาค ๑๑, ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๔๙

๗.๒.๒ การศึกษาสภาพและเนื้อหาการเรียนการสอนพระปริยัติธรรมแผนกธรรมในเขตการปกครองคณะสงฆ์ภาค ๑๑, ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๑