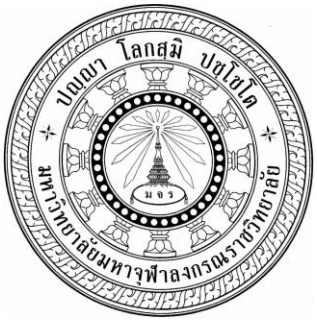


รายงานการวิจัย

รายงานการวิจัยย่อยที่ ๔ เรื่อง

การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จังหวัดสุรินทร์

Identity Utilization of Buddhist Tourism Resource Bases in Surin Province

ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง

ศาสนาและวัฒนธรรม : การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์

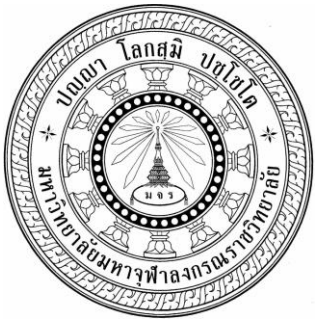
Religion and Culture: Identity Utilization of Tourism Resource Bases in Surin Province

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนู ศรีทอง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บรรจง โสดาดี
พระครูปัญญาสุธรรมนิเทศก์
พระครูวิริยปัญญาภิวัฒน์ ดร.
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์

พ.ศ. ๒๕๖๑

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
MCU RS 610761106



รายงานการวิจัย

รายงานการวิจัยย่อยที่ ๔ เรื่อง

การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จังหวัดสุรินทร์

Identity Utilization of Buddhist Tourism Resource Bases in Surin Province

ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง

ศาสนาและวัฒนธรรม : การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์

Religion and Culture: Identity Utilization of Tourism Resource Bases in Surin Province

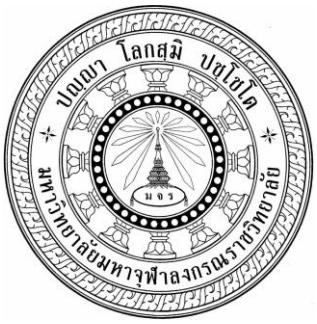
โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนู ศรีทอง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บรรจง โสดาดี
พระครูปัญญาสุธรรมนิเทศก์
พระครูวิริยปัญญาภิวัฒน์ ดร.
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์

พ.ศ. ๒๕๖๑

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
MCU RS 610761106

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



Research Report

Sub - Research Report 4

Identity Utilization of Buddhist Tourism Resource Bases in Surin Province

Under Research Program

Religion and Culture: Identity Utilization of Tourism Resource Bases in Surin Province

BY

Assistant Professor Dr.Thanoo Srithong
Assistant Professor Banchong Sodadee
Phrakhrupanyasudhammanited
Phrakhruwiriyaphanyaphiwat, Dr.
Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Surin Campus
B.E. 2561

Research Project Funded by Mahachulalongkornrajavidyalaya University
MCU RS 610761106
(Copyright Mahachulalongkornrajavidyalaya University)

ชื่อรายงานการวิจัย: การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จังหวัดสุรินทร์
ผู้วิจัย: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนู ศรีทอง, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บรรจง โสดาดี, พระครูปัญญาสุธรรมนิเทศก์, พระครูวิริยปัญญาภิวัฒน์ ดร.
ส่วนงาน: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์
ปีงบประมาณ: ๒๕๖๑
ทุนอุดหนุนการวิจัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว และเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยประกอบด้วย การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งค้นคว้าห้องสมุดและสื่ออินเตอร์เน็ตเทคโนโลยีสารสนเทศ การศึกษาในภาคสนามจากพื้นที่ จำนวน ๓ วัด ประกอบด้วย (๑) วัดป่าอาเจียง (๒) วัดตะเคียน (๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร จังหวัดสุรินทร์ เพื่อการรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกต การสัมภาษณ์ และการประชุมกลุ่มย่อยจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน ๗ กลุ่ม ๒๔ รูป/คน การสรุปวิเคราะห์ใช้วิธีวิเคราะห์แบบบรรยาย

ผลการวิจัย พบว่า

๑) อัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ มีความเป็นลักษณะเฉพาะของวิถีชีวิตชุมชนที่เชื่อมโยงพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ อัตลักษณ์ดังกล่าวจำแนกได้ ๗ ด้าน ประกอบด้วย (๑) ด้านศาสนสถาน เช่น สุสานช้าง เจดีย์ไม้โบราณ ศาลปะกำ และศาลาเอราวัณวัดป่าอาเจียง (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 การรำแกลมอ (๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้างคชอาณาจักร สุสานช้าง วังทะลุ ไม้ตะเคียนโบราณ ฐานเรียนรู้เกษตรยุคใหม่ตามศาสตร์พระราชา

๒) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ สามารถจัดแนวทางการพัฒนาได้ ๖ ประเด็น ได้แก่ (๑) การสร้างความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและการนำเสนอสร้างสรรค์น่าสนใจ (๒) การจัดทำรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (๓) การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน (๔) การสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน (๕) การจัดหาช่องทางตลาดของผลิตภัณฑ์ (๖) การอนุรักษ์เมนูอาหารท้องถิ่น

๓) การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จังหวัดสุรินทร์ สรุปผลการวิจัยได้ ๒ ประเด็นหลัก ประกอบด้วย ๑) ประเด็นคุณค่าฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ๔ ด้าน ได้แก่ (๑) คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (๒) คุณค่าด้านการบริการ (๓) คุณค่าด้านผู้ผลิต (๔) คุณค่าด้านภาพลักษณ์ และ ๒) ประเด็นแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ๘ แนวทาง คือ (๑) การตอบสนองรสนิยมหรือความต้องการของผู้บริโภค (๒) การเน้นตัวผลิตภัณฑ์หรือสิ่งที่โดดเด่น (๓) การจัดการทุนทางวัตถุดิบ (๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต (๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ (๖) การให้บริการ (๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ (๘) การเข้าถึงผู้บริโภค

Research Title: Identity Utilization of Buddhist Tourism Resource Bases in Surin Province
Researchers: Asst. Prof. Dr. Thanoo Srithong, Asst. Prof. Banchong Sodadee, Phrakhrupanyasudhammanited, and Phrakhruviriyathammaphiwat, Dr.
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 of tourism resource bases, to develop the products of tourism resource bases, and to create the value-added products of tourism resource bases on Buddhism in Surin province. It was a qualitative research. Data collection was done by studying documents and related research works. Field studying was done from the research areas of 3 temples, namely, Wat Pa Ajeang, Wat Takhian, and Wat Khao Sala Atulathanajalo in Surin Province. The research instruments used were observation, interview, and group discussion to collect from 7 groups of 24 key informants. Summary and analysis were done by description.

The results were found that:

1) The identity of Buddhist tourism resource bases in Surin province was a unique peculiarity of the community way of life linked to Buddhism and culture to the tourist attractions in Surin Province. The said identity was divided into 7 aspects, namely, (1) religious places such as Elephant cemeteries, ancient wooden pagoda, Pakam shrine and Erawan building, (2) sacred objects such as elephant hooks, mahout's knives, and Luang Pu Dun amulet, (3) local food such as Sanlojek or banana curry and Lawaekatam or papaya curry with crab, (4) Local products such as elephant teeth bracelets, elephant hooks, sewed shirts, sarong head, organic jasmine rice, compressed fabric ball, (5) Local culture and traditions, including elephant raising, Mamuad dancing, (6) Tourism activities such as elephant shows, elephant cemetery, (7) Tourist attractions, such as the Elephant Studies Center, the Elephant Kingdom Museum, the Elephant Cemetery, Wang Talu Mai, and the ancient Takian.

2) There were 6 methods to develop tourist resource bases of the Buddhist tourist village in Surin Province. They were as follows; (1) creating uniqueness and interesting creative presentations, (2) creating product forms or quality packaging, (3) preparing to have standardized guarantee, (4) creating the products that can be reproduced in the same quantity and quality, (5) providing marketing channels, and (6) conservation of the local food menus.

3) Creating added values to the products of Buddhist tourism resource Bases in Surin was summarized into 2 main issues, namely, 1) the values of the Buddhist tourism resource bases in 4 aspects, consisted of (1) product value (2) service value (3) manufacturer value (4) image value, and 2) the methods of creating added values to the products of Buddhist tourism resource Bases consisted of 8 methods as follows; (1) responding to the tastes or needs of consumers, (2) emphasizing the product or distinctive features, (3) managing on raw materials, (4) production process or method, (5) packaging or presentation, (6) services (7) branding of the product, and 8) approaching consumers.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จังหวัดสุรินทร์ นี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ทั้งนี้เพราะได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือจากหน่วยงานและบุคคลหลายท่าน ซึ่งผู้วิจัยขอเอ่ยนามท่านผู้มีอุปการคุณเหล่านั้นไว้ในที่นี้ ดังนี้

๑. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย โดยผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ ได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อการแก้ไขปรับปรุง จนงานวิจัยนี้ได้สำเร็จลงอย่างสมบูรณ์

๒. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์ โดย พระธรรมโมลี, ดร. รองอธิการบดี ได้อำนวยความสะดวกในด้านอุปกรณ์สำนักงานที่ใช้ในการวิจัยเป็นอย่างดี เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องถ่ายเอกสาร พร้อมกับสถานที่เพื่อให้ผู้วิจัยได้ใช้เป็นสถานที่ทำวิจัยในหน่วยงานด้วย

๓. บุคลากรของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ที่เกี่ยวข้อง ทุกท่านที่ได้กรุณาตอบแบบสอบถามและให้การตรวจสอบพร้อมทั้งข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

จึงขอขอบพระคุณทุกท่านไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้ช่วยศาสตาจารย์ ดร.ธนู ศรีทอง
๙ กรกฎาคม ๒๕๖๓

สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย..... ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... ค
กิตติกรรมประกาศ..... จ
สารบัญ..... ฉ
สารบัญตาราง..... ญ
สารบัญแผนภูมิ..... ฎ
สารบัญภาพ..... ฎ

บทที่ ๑ บทนำ..... ๑
๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... ๑
๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย..... ๖
๑.๓ ปัญหาการวิจัย..... ๖
๑.๔ ขอบเขตการวิจัย..... ๖
๑.๕ นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย..... ๗
๑.๖ กรอบแนวคิดการวิจัย..... ๘
๑.๗ ประโยชน์ที่จะได้จากการวิจัย..... ๑๐

บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... ๑๑
๒.๑ แนวคิดด้านอัตลักษณ์..... ๑๑
๒.๑.๑ ความเป็นมาและหลักการสำคัญของอัตลักษณ์..... ๑๑
๒.๑.๒ ความหมายของอัตลักษณ์..... ๑๓
๒.๑.๓ ลักษณะสำคัญของอัตลักษณ์..... ๑๕
๒.๑.๔ ประเภทของอัตลักษณ์..... ๑๖
๒.๑.๕ อัตลักษณ์กับการสร้างตัวตนในบริบทโลกาภิวัตน์..... ๑๗
๒.๒ แนวคิดด้านการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม..... ๑๙
๒.๒.๑ ที่มาของแนวคิดการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม..... ๑๙
๒.๒.๒ ความหมายของการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม..... ๒๒
๒.๒.๓ หลักการสำคัญของการสร้างแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม..... ๒๕
๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว..... ๒๘
๒.๓.๑ ความหมายของการจัดการการท่องเที่ยว..... ๒๘
๒.๓.๒ การจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน..... ๒๙
๒.๓.๓ ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว..... ๓๑
๒.๔ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว..... ๓๕
๒.๔.๑ ความหมายของการพัฒนา..... ๓๕

๒.๔.๒ หลักการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว ๓๖
๒.๔.๓ วิธีการและรูปแบบการมีส่วนร่วมการพัฒนาการท่องเที่ยว
แบบยั่งยืนของชุมชนท้องถิ่น ๓๙
๒.๕ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ๔๒
๒.๕.๑ ความหมายของพฤติกรรมการท่องเที่ยว ๔๒
๒.๕.๒ หลักการเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ๔๒
๒.๕.๓ ประเภทและลักษณะของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ๔๓
๒.๖ แนวนโนบายด้านการท่องเที่ยว ๔๖
๒.๖.๑ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ๔๖
๒.๖.๒ แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว
พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔ ของกรมการท่องเที่ยว ๕๑
๒.๗ แนวคิดด้านการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว ๕๔
๒.๗.๑ ความหมายของการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว ๕๔
๒.๗.๒ หลักการสำคัญของการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว ๕๕
๒.๗.๓ องค์ประกอบของการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว ๕๕
๒.๘ แนวคิดด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ๕๘
๒.๘.๑ ที่มาแนวคิดเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่ม ๕๘
๒.๘.๒ ความหมายการสร้างมูลค่าเพิ่ม ๕๙
๒.๘.๓ ความสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่ม ๕๙
๒.๘.๔ หลักการของการสร้างมูลค่าเพิ่ม ๖๐
๒.๘.๕ ประเภทของมูลค่าทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในเชิงเศรษฐศาสตร์ ๖๒
๒.๙ ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ๖๕
๒.๙.๑ ความเป็นมาของจังหวัดสุรินทร์ ๖๕
๒.๙.๒ แหล่งท่องเที่ยวทั่วไปที่สำคัญในจังหวัดสุรินทร์ ๖๙
๒.๙.๓ แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาที่สำคัญในจังหวัดสุรินทร์ ๗๓
๒.๑๐ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ๗๔

บทที่ ๓ ระเบียบวิธีวิจัย ๘๐

๓.๑ รูปแบบของการวิจัย ๘๐
๓.๑.๑ การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ๘๐
๓.๑.๒ การลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนาม ๘๐
๓.๒ พื้นที่ในศึกษาการวิจัย ๘๑
๓.๓ ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๘๑
๓.๔ เครื่องมือการวิจัย ๘๓
๓.๔.๑ การยกร่างเครื่องมือวิจัย ๘๓
๓.๔.๒ การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย ๘๕

๓.๔.๓ การปรับปรุงเครื่องมือวิจัย ๘๕
๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูล ๘๕
๓.๕.๑ แบบบันทึกเอกสาร ๘๕
๓.๕.๒ แบบบันทึกการสังเกต ๘๕
๓.๕.๓ แบบสัมภาษณ์ ๘๕
๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล ๘๖
๓.๖.๑ อัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จังหวัดสุรินทร์ ๘๖
๓.๖.๒ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว ทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ๘๖
๓.๖.๓ ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากร การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ๘๖
๓.๗ สรุปกระบวนการวิจัย ๘๗

บทที่ ๔ ผลการวิจัย ๘๘
๔.๑ อัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ๘๘
๔.๑.๑ ข้อมูลจากการสังเกต การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม ๘๘
๔.๒ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จังหวัดสุรินทร์ ๙๘
๔.๒.๑ ข้อมูลจากแบบบันทึกการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับ ธุรกิจการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว ๙๘
๔.๓ การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว ทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ๑๐๘
๔.๓.๑ คุณค่าฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ๑๐๘
๔.๓.๒ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทาง พระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ๑๑๐
๔.๔ สรุปองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัย ๑๒๒

บทที่ ๕ สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ๑๒๔
๕.๑ สรุปผลการวิจัย ๑๒๔
๕.๑.๑ อัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จังหวัดสุรินทร์ ๑๒๔
๕.๑.๒ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว ทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ๑๒๙
๕.๑.๓ การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากร การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ๑๓๓
๕.๒ อภิปรายผลการวิจัย ๑๔๑

๕.๒.๑ อัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา
จังหวัดสุรินทร์.....๑๔๑
๕.๒.๒ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว
ทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์.....๑๔๒
๕.๒.๓ ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากร
การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์.....๑๔๔
๕.๓ ข้อเสนอแนะ.....๑๔๖
๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....๑๔๖
๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปปฏิบัติ.....๑๔๗
๕.๓.๓ ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....๑๔๘

บรรณานุกรม ๑๔๙

ภาคผนวก..... ..... ๑๕๖
ภาคผนวก ก เครื่องมือวิจัย.....๑๕๗
ภาคผนวก ข หนังสือเชิญ/บันทึกข้อความ/รายชื่อผู้ให้ข้อมูล..... .....๑๖๓
ภาคผนวก ค ภาพถ่ายการลงพื้นที่ดำเนินการวิจัย.....๑๖๕
ภาคผนวก ง การรับรองการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์..... .....๑๖๗
ภาคผนวก จ ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบจากงานวิจัย.....๑๖๘

ประวัติผู้วิจัย..... ..... ๑๗๐

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

๓.๑ แสดงประชากรและกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลหลัก วิธีการได้มากลุ่มตัวอย่าง
และการเก็บข้อมูล ๘๒

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่ **หน้า**

๑.๑ กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย ๙
๓.๑ แสดงผังกระบวนการวิจัย ๘๗
๔.๑ สรุปองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัย ๑๒๓

สารบัญภาพ

ภาพที่ **หน้า**

๔.๑ ศาสนสถาน วัดป่าอาเจียง วัดตะเคียน และวัดเขาศาลา ๙๑
๔.๒ ศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล วัดป่าอาเจียง วัดตะเคียน และวัดเขาศาลา ๙๒
๔.๓ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา ๙๔
๔.๔ วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น บ้านหนองบัว วัดตะเคียน และวัดเขาศาลา ๙๕
๔.๕ กิจกรรมการท่องเที่ยว วัดป่าอาเจียง วัดตะเคียน และวัดเขาศาลา ๙๘
๔.๖ เอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ
วัดป่าอาเจียง วัดตะเคียน และวัดเขาศาลา ๑๐๐
๔.๗ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา ๑๐๒
๔.๘ ความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา ๑๐๓
๔.๙ ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน
บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา ๑๐๕
๔.๑๐ ช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชน
บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา.....๑๐๖
๔.๑๑ เมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔
ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์.....๑๐๗
๔.๑๒ เมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ
อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์.....๑๐๗
๔.๑๓ ความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา ๑๑๒
๔.๑๔ ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา.....๑๑๓
๔.๑๕ การคัดเลือกวัตถุดิบ บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา.....๑๑๕
๔.๑๖ กระบวนการหรือวิธีการผลิต บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา ๑๑๖
๔.๑๗ บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์
ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา.....๑๑๗
๔.๑๘ การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา.....๑๑๙
๔.๑๙ การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ
บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา.....๑๒๐
๔.๒๐ การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภค
บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา.....๑๒๑

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดสุรินทร์เป็นหนึ่งในจังหวัดชายแดนของภาคอีสานตอนล่าง หรือ “อีสานใต้” ที่นอกจากจะเต็มไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ อารยธรรม และศิลปวัฒนธรรมของหลากหลายชนชาติ โดยเฉพาะวัฒนธรรมขอมโบราณ ที่หล่อหลอมและผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรมไทยถิ่นอีสานจนมีความเป็นเอกลักษณ์และโดดเด่นแล้ว จังหวัดสุรินทร์มีเนื้อที่ประมาณ ๘,๑๒๔ ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ ๕ ล้านไร่ เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ ๒๔ ของประเทศ ลักษณะพื้นที่ทางตอนใต้บริเวณที่ติดต่อกับราชอาณาจักรกัมพูชา เป็นป่าทึบและภูเขาสูงสลับซับซ้อน ถัดมาเป็นที่ราบสูงลูกคลื่นลอนลาด ตอนกลางของจังหวัดเป็นที่ราบลุ่มเป็นส่วนใหญ่ ทางตอนเหนือเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำ มีลำน้ำที่สำคัญ คือ แม่นำมูล ลำน้ำชี ห้วยเสนงสุรินทร์เป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนานจังหวัดหนึ่ง สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นเมื่อประมาณ ๒,๐๐๐ ปีก่อน ในยุคขอมเรืองอำนาจในภูมิภาคนี้ ต่อมาเมื่ออาณาจักรขอมเสื่อมอำนาจลง เมืองดังกล่าวก็ถูกทิ้งร้างไปเป็นเวลานานจนกระทั่งราวปี พ.ศ. ๒๒๖๐ ในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย ชาวพื้นเมืองของเมืองอัตปือแสนแป แคว้นจำปาศักดิ์ ซึ่งในขณะนั้นเป็นดินแดนของไทย ที่เรียกตัวเองว่า “ส่วย” หรือ “กูย” หรือ “กวย” ได้พากันอพยพข้ามลำน้ำโขงมาตั้งชุมชนที่เมืองต่างๆ ในแถบภูมิภาคนี้ ต่อมาในปี พ.ศ. ๒๓๐๖ หลวงสุรินทรภักดี (เชียงปุม) หัวหน้าหมู่บ้านเมืองที ได้ย้ายหมู่บ้านมาตั้งอยู่ที่บริเวณบ้านคูประทาย ซึ่งเป็นที่ตั้งเมืองสุรินทร์ในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นบริเวณที่มีชัยภูมิเหมาะสม มีกำแพงค่ายคูล้อมรอบ ๒ ชั้น และมีแหล่งน้ำอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การประกอบอาชีพและอยู่อาศัย ต่อมาพระเจ้าอยู่หัวพระที่นั่งสุริยามรินทร์โปรดเกล้าฯ ให้ยกฐานะขึ้นเป็น “เมืองประทายสมันต์” และหลวงสิรินทรภักดีได้เลื่อนบรรดาศักดิ์เป็นพระสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวาง เป็นเจ้าเมืองปกครองเมืองประทายสมันต์ในปี พ.ศ. ๒๓๒๙ พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ ๑ ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้เปลี่ยนชื่อ “เมืองประทายสมันต์” เป็น “เมืองสุรินทร์” ตามสร้อยบรรดาศักดิ์ของเจ้าเมืองในขณะนั้น เมืองสุรินทร์มีเจ้าเมืองปกครองสืบเชื้อสายกันมารวม ๑๑ คน จนถึงปี พ.ศ. ๒๔๕๑ มีการเปลี่ยนแปลงระบบบริหารราชการแผ่นดินเป็นแบบมณฑลเทศาภิบาล “เมืองสุรินทร์” จึงเปลี่ยนเป็น “จังหวัดสุรินทร์” และทางกรุงเทพฯ ได้แต่งตั้งพระกรุงศรีบุรีรักษ์ (สุม สุมานนท์) มาดำรงตำแหน่งเป็นข้าหลวงประจำจังหวัดหรือผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นคนแรกปัจจุบันจังหวัดสุรินทร์แบ่งเขตการปกครองออกเป็น ๑๓ อำเภอ ๔ กิ่งอำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองสุรินทร์ อำเภอชุมพลบุรี อำเภอท่าตูม อำเภอจอมพระ อำเภอปราสาท อำเภอกาบเชิง อำเภอรัตนบุรี อำเภอสนม อำเภอศีขรภูมิ อำเภอสังขะ อำเภอลำดวน อำเภอสำโรงทาบ อำเภอบัวเชด กิ่งอำเภอพนมดงรัก กิ่งอำเภอศรีณรงค์ กิ่งอำเภอเขวาสินรินทร์ และกิ่งอำเภอโนนนารายณ์ ปัจจุบันจังหวัดสุรินทร์ มีคำขวัญประจำจังหวัดที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของ

จังหวัดโดยรวม ว่า “สุรินทร์ถิ่นช้างใหญ่ ผ้าไหมงาม ประคำสวย ร่ำรวยปราสาท ผักกาดหวาน ข้าวสารหอม งามพร้อมวัฒนธรรม”[๑]

การท่องเที่ยวในมิติทางด้านศาสนาของจังหวัดสุรินทร์ มีวัดสำคัญที่มีชื่อเสียงควรค่าแก่การท่องเที่ยว ประกอบด้วย ๑) วัดบูรพาราม อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ ๒) วัดศาลาลอย อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ ๓) วัดเขาสวาย อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ ๔) วัดเพชรบุรี ตำบลทุ่งมน อำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์ ๕) วัดอินทราสุการาม (วัดหลวงปู่เจียม) ตำบลกระเทียม อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ ๖) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร อำเภอบัวเชด จังหวัดสุรินทร์ ๗) วัดพระพุทธบาทพนมดิน อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ๘) วัดโพธิ์ศรีธาตุ อำเภอรัตนบุรี จังหวัดสุรินทร์ ด้วยเหตุนี้ กรมการศาสนาและสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ กระทรวงวัฒนธรรม ตระหนักถึงภารกิจเร่งด่วนซึ่งเป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาลในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการโดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติศาสนาควบคู่ไปกับการสนับสนุนให้มีการพัฒนาจิตใจ โดยผลักดันให้มีการนำทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยมาใช้ในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของประเทศบนฐานวัฒนธรรม ใช้ทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชน คือ ศาสนสถานของทุกศาสนา จึงได้กำหนดโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทางแสวงบุญในมิติทางศาสนาปี ๒๕๕๘ ภายใต้โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันโดยมุ่งหวังให้เกิดการพัฒนาและจัดระบบการท่องเที่ยวภายในศาสนสถาน ให้เหมาะสมและมีการบริการที่มีประสิทธิภาพ สามารถสร้างความเลื่อมใสศรัทธาให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ในฐานะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญของประเทศเป็นต้นแบบเส้นทางบุญที่มีชีวิต ที่เชื่อมโยงเส้นทางธรรมไปทุกภูมิภาคทั่วประเทศรองรับความต้องการของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่สามารถทำให้ประชาชนผู้ไปแสวงบุญได้น้อมระลึกถึงองค์พระศาสดาหรือพุทธานุภาพ ซึมซับถึงคุณค่าของศาสนาและน้อมนำหลักธรรมทางศาสนาไปปรับใช้ในชีวิตอันเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนาจิตใจให้ผ่องใสสงบสุข โดยผ่านการปฏิบัติบูชาอันเป็นการสืบต่ออายุของศาสนาให้ดำรงอยู่คู่สังคมไทย[๒] นอกจากนั้น จังหวัดสุรินทร์ ยังมีวัดพระเกจิอาจารย์ชื่อเสียงเป็นจำนวนมาก โดยวัดพระเกจิที่สำคัญของจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย ๑) วัดมงคลรัตน์ ตำบลคอโค อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ ๒)วัดช้างหมอบหรือวัดมงคลคชาราม ตำบลแนงมุด อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ ๓) วัดปทุมเมฆ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ ๔) วัดโคกกรม ตำบลโคกกรม อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์ ๕) วัดเขาศาลา ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จังหวัดสุรินทร์ ๖) วัดพัฒนาธรรม ตำบลบ้านด่านช่องจอม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ ๗) วัดโพนทอง ตำบลด่าน อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ ๘) วัดบ้านขาม ตำบลบุแกรง อำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ วัดพระเกจิทั้งหลายดังกล่าว ได้มีบทบาทในด้านการอบรม สั่งสอน

---

[๑]การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานใหญ่), “ข้อมูลทั่วไปจังหวัดสุรินทร์”, <http://thai.tourismthailand.org/>, กันยายน ๒๕๖๑.

[๒]กลุ่มส่งเสริมศาสนาศิลปะและวัฒนธรรม สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์, “สรุปโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทางแสวงบุญในมิติทางศาสนา จังหวัดสุรินทร์ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑”, <http://www.m-culture.go.th/surin/images/Book/Sawangboon.pdf>, ๒๕๕๘.

ขัดเกลา และแนะแนวทางด้านวิถีชีวิตในทุกด้านให้ชาวจังหวัดสุรินทร์ได้แสดงออกถึงอัตลักษณ์ความเป็นพุทธศาสนิกชนจังหวัดสุรินทร์ที่มีความแตกต่างไปจากจังหวัดอื่น ๆ ของประเทศไทย[๑]

ศิลปะและวัฒนธรรมประเพณีของจังหวัดสุรินทร์มีความหลากหลายอันแสดงให้เห็นถึงชาติพันธ์ต่าง ๆ ที่ตั้งรกรากอยู่ในจังหวัดสุรินทร์โดยแสดงให้เห็นในรูปแบบของวัฒนธรรมและประเพณีเช่น เทศกาลงานปลาไหล จัดขึ้นที่บริเวณสนามที่ว่าการอำเภอชุมพลบุรี ในสัปดาห์ที่สามของเดือนธันวาคมของทุกปี หลังจากได้มีการเก็บเกี่ยวข้าวเสร็จ งานเลี้ยงช้างหรืองานช้างและกาชาดสุรินทร์ จัดขึ้นระหว่างสัปดาห์ที่สามในเดือนพฤศจิกายนของทุกปี ณ สนามกีฬาศรีณรงค์ จังหวัดสุรินทร์ ในงานจะมีจัดประกวดโต๊ะอาหารช้าง จัดขบวนแห่ต้อนรับช้าง เลี้ยงอาหารช้างที่ใหญ่ที่สุดในโลกมีการแสดงของช้าง เช่น การคล้องช้างการชักคะเย่อคนกับช้าง ช้างแข่งฟุตบอล ขบวนช้างศึก รวมทั้งการแสดงศิลปะพื้นเมือง ได้แก่ เรือมอันเรกันตรึม เป็นต้นงานฉลองปราสาทศีขรภูมิและงานประเพณีลอยกระทง จัดขึ้นบริเวณปราสาทศีขรภูมิ วันเสาร์-วันอาทิตย์สัปดาห์ที่สามของเดือนพฤศจิกายน ของทุกปี ในงานมีการจัดแสดงแสงเสียง การจำลองวิถีชีวิตคนพื้นเมือง (เขมร ลาว ส่วย) การแสดงวัฒนธรรมพื้นบ้าน การจำหน่ายของที่ระลึก การประกวดนางนพมาศ การประกวดกระทงและขบวนแห่งานวันข้าวหอมมะลิอินทรีย์และมหกรรมผ้าไหมสุรินทร์ จัดในช่วงเดือนมกราคมของทุกปี ในงานมีการประกวดผลผลิตทางการเกษตร ประกวดผ้าไหม และแสดงผลงานของส่วนราชการงานประเพณีบวชนาคแห่ช้าง (มุมมองใหม่วิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรม จัดขึ้นในวันขึ้น ๑๓-๑๕ ค่ำ เดือน ๖ (ราวกลางเดือนพฤษภาคมของทุกปี) ณ วัดแจ้งสว่าง บ้านตากลาง อำเภอท่าตูม จะมีการแห่แหนบรรดานาคด้วยขบวนช้างกว่า ๕๐ เชือก ข้ามลำน้ำมูลกันอย่างเอิกเกริก พิธีโกนผมนาค พิธีแห่นาคช้างไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ศาลเจ้าพ่อวังทะลุ และพิธีอุปสมบทนาค[๒]

ศาสนาเป็นจัดเป็นสิ่งหนึ่งในวัฒนธรรม เนื่องจากศาสนาเป็นสิ่งที่มนุษย์คิดและจัดตั้งขึ้นมา ศาสนาที่สำคัญของโลกส่วนใหญ่มักมีองค์ประกอบร่วมที่สำคัญ ๖ ประการต่อไปนี้ คือ (๑) ศาสดา คือ มีผู้ให้กำเนิดตั้งศาสนาขึ้นมา (ยกเว้นศาสนาพราหมณ์-ฮินดู) เช่น พระพุทธเจ้าเป็นผู้ให้กำเนิดตั้งศาสนาพุทธ พระเยซูเป็นผู้ให้กำเนิดศาสนาคริสต์ เป็นต้น (๒) ศาสนธรรม คือ มีหลักธรรมของแต่ละศาสนาที่ถูกบันทึกไว้ในรูปแบบของคัมภีร์ เช่น คัมภีร์พระเวทในศาสนาพราหมณ์ฮินดู คัมภีร์พระไตรปิฎกในศาสนาพุทธ คัมภีร์ไบเบิลในศาสนาคริสต์ เป็นต้น (๓) ศาสนบุคคล คือ มีนักบวชในแต่ละศาสนา เช่น พราหมณ์ ในศาสนาพราหมณ์-ฮินดู พระสงฆ์ในศาสนาพุทธ บาทหลวงในศาสนาคริสต์ เป็นต้น (๔) ศาสนสถาน คือ อาคารสถานที่สำหรับเป็นที่อยู่ของนักบวชหรือใช้เป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมในทางศาสนา เช่น วัดหรือเทวสถาน ในศาสนาพราหมณ์-ฮินดู วัดหรือวิหาร ในศาสนาพุทธ โบสถ์ ในศาสนาคริสต์ เป็นต้น (๕) ศาสนพิธี คือ มีการประกอบศาสนกิจหรือพิธีกรรมตามความเชื่อของแต่ละศาสนา เช่น พิธีสังสการ พิธีศราทธ์ พิธีบูชาเทพเจ้าทั้งหลาย ในศาสนาพราหมณ์-ฮินดู พิธีกรรมการบรรพชาและอุปสมบท พิธีกรรมเข้าพรรษาและออกพรรษา พิธีกรรมการทำบุญและเทศกาลต่าง ๆ ในพระพุทธศาสนา พิธีกรรมศีลล้างบาป ศีลบัพติศนาหรือศีลจุ่ม ศีลกำลัง ศีลมหาสนิท

---

[๑]ผู้จัดการออนไลน์, “๘ พระเกจิดังจังหวัดสุรินทร์”,<http://www.manager.co.th/Local/View News.aspx? NewsID=๙๕๘๐๐๐๐๐๖๒๘๗๗&Html=๑&#Vote>, สืบค้นเมื่อ ๓ มิถุนายน ๒๕๖๑.

[๒]Tripsthailand.com, “วัฒนธรรมประเพณี”, <http://www.tripsthailand.com/th/thailand_ Major _estinations_surin.php#๘>. สืบค้นเมื่อ ๖ ตุลาคม ๒๕๖๑.

ศีลแก้บาป ศีลเจิมคนไข้ ศีลบวช ศีลสมรส ในศาสนาคริสต์ เป็นต้น (๖) ศักดิ์สิทธิ์ คือ มีอำนาจเหนือธรรมชาติ ส่วนของศาสนิกชนของแต่ละศาสนามีความเชื่อว่าศาสนาที่ตนนับถือนั้นมีอำนาจบันดาลสิ่งต่าง ๆ ที่ตนต้องการหรือปรารถนาให้สำเร็จได้ดังประสงค์ เช่น การเชื่อในอำนาจศักดิ์ของพระศิวะ พระพรหม พระวิษณุ ในศาสนาพราหมณ์-ฮินดู การเชื่อในอำนาจศักดิ์ของพระพุทธ พระธรรม พระสงฆ์ วัตถุมงคลต่าง ๆ ของผู้นับพระพุทธศาสนาบางกลุ่ม การเชื่อในอำนาจศักดิ์ของพระยะโฮวาของผู้นับถือศาสนาคริสต์ เป็นต้น[๑]

อัตลักษณ์ เป็นเครื่องหมายที่บอกความแตกต่างสำหรับในความหมายที่ใช้กันอยู่ทั่วไปนั้น หมายถึง กลุ่มของลักษณาการ (Traits) ที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของบุคคลหนึ่งบุคคลใดกับบุคคลอื่นๆ ทั้งหมด ในความหมายที่กว้างที่สุดนั้น คำนี้มีความหมายที่ค่อนข้างจะเหมือนกับความเป็นปัจเจกชน (Individuality) แต่ในทางปฏิบัติที่มีผู้นิยมใช้อย่างแพร่หลายนั้น หมายถึง กลุ่มของลักษณาการซึ่งมีความสำคัญทางสังคมและมีคุณลักษณะทางศีลธรรมเป็นประเด็นสำคัญ บุคคลอาจจะแบ่งออกได้ ตามอัตลักษณ์เป็น ๓ ประเภท ประเภทแรกได้แก่ บุคคลที่มีอัตลักษณ์ที่มั่นคง (Stable Character) บุคคลประเภทนี้มีคุณสมบัติทางจิตที่แสดงพฤติกรรมออกมา โดยยึดหลักหรือกฎหมายเป็นแนวทาง ประเภทที่สองได้แก่ บุคคลที่มีอัตลักษณ์ที่เข้มแข็ง (Strong Character) บุคคลประเภทนี้มีพฤติกรรมที่มุ่งจะกระทำอะไรให้บรรลุเป้าหมายไม่ว่าการกระทำนั้นจะยากลำบากเพียงใดก็ตาม ประเภท สุดท้ายได้แก่ บุคคลที่มีอัตลักษณ์ที่ดี (Good Character) บุคคลประเภทนี้จะแสดงพฤติกรรม โดยอาศัยแนวทางจริยธรรมและสังคมที่สม่ำเสมอและคำนึงถึงผลการกระทำของตนที่จะมีต่อผู้อื่น อย่างไรก็ตาม พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา อังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถานดูเหมือนจะให้ ความหมายของอัตลักษณ์ที่ครอบคลุมมากที่สุด โดยกล่าวว่าอัตลักษณ์ (หรือลักษณภาพ) หมายถึง ๑) คุณภาพ ลักษณาการ คุณสมบัติหรือลักษณะซึ่งเป็นเครื่องแสดงให้เห็นถึงลักษณะที่สำคัญของบุคคลหนึ่งหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ๒) ในด้านที่เป็นคุณสมบัติทางศีลธรรม หมายถึง การจัดระเบียบลักษณาการทัศนคติและนิสัยให้เป็นไปตามมาตรฐานความประพฤติที่มุ่งประสงค์ ๓) ระบบชีวิตของบุคคลหนึ่งซึ่งประกอบด้วย เหตุจูงใจ ทัศนคติ นิสัย อารมณ์ สะเทือนใจอุดมคติ และคุณค่าอันเป็นตัวกำหนดให้บุคคลเลือกทางปฏิบัติในสถานการณ์หนึ่งๆ ความหมายของลักษณาการ (Trait) คือ แบบอย่างพฤติกรรมหรือด้านอื่นของบุคลิกภาพที่ค่อนข้างสม่ำเสมอและคงทนของบุคคล แบบอย่างพฤติกรรมนี้จะปรากฏให้เห็นได้ในสถานการณ์ต่างๆ และอาจนำมาใช้เป็นเครื่องบอกความแตกต่างบุคลิกภาพหนึ่งจากบุคลิกภาพอื่น ตัวอย่างลักษณาการได้แก่ ความซื่อสัตย์สุจริต และความรุกราน เป็นต้น นอกจากนี้ Guildford ได้แบ่งลักษณาการของบุคคลตามด้านต่างๆ ได้ ๗ ด้านด้วยกัน กล่าวคือ ความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ความถนัด อารมณ์นิสัย สรีระ และรูปร่างหรือโครงสร้างของร่างกาย[๒]

การจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมของภาคีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ทุกฝ่ายทั้งผู้ไปท่องเที่ยวและชุมชนที่ถูกท่องเที่ยว นอกจากนั้น การจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนยังเป็นการท่องเที่ยวในเชิงสร้างสรรค์ ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และศิลปวัฒนธรรมของชุมชน แต่เป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการ

---

[๑] สุพัตรา สุภาพ, **สังคมและวัฒนธรรมไทย ค่านิยม ครอบครัว ศาสนา ประเพณี**, หน้า ๑๐๗-๑๐๘.

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

พัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนที่ถูกท่องเที่ยวและผู้ที่ไปท่องเที่ยวเองในด้านต่างๆ เช่น เศรษฐกิจ สุขภาพ ความรู้ และการมีส่วนร่วมเป็นต้น[๑] หลักการในการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ตามหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวโลก ไว้ดังนี้ ๑) อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี หมายถึง มีวิธีการจัดการใช้ทรัพยากร ทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพใช้อย่างประหยัด คำนึงถึงต้นทุนด้านคุณค่าและคุณภาพของธรรมชาติและต้นทุนทางวันธรรม ซึ้งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ๒) ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นควบคู่กับการลดการก่อของเสียคือการร่วมกันวางแผนกับผู้ที่เกี่ยวข้องจัดการการใช้ทรัพยากร อย่างมีประสิทธิภาพ และจัดหาทรัพยากรอื่นที่มีคุณสมบัติ มีคุณภาพเหมือนกัน หรือใช้ทดแทนกันได้ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่หายาก ๓) รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม คือ ต้องมีการวางแผนขยายฐานการท่องเที่ยว โดยรักษาและส่งเสริมให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการเพิ่มคุณค่าและมาตรฐานการบริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวในสถานที่นั้นนานขึ้นหรือกลับไปเที่ยวซ้ำอีก ๔) ประสานแผนการท่องเที่ยว คือ การประสานแผนการพัฒนากับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (องค์การบริหารส่วนตำบลหรือ เทศบาล) แผนพัฒนาของสำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาของกระทรวง ทบวง กรม ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อให้การทำงานในสถานที่ท่องเที่ยวมีศักยภาพ ๕) นำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น คือ การประสานงานกังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นโดยสรรหาความโดดเด่นของทรัพยากรในท้องถิ่น นำไปประชาสัมพันธ์เพื่อให้ท้องถิ่น โดยสรรหาความโดดเด่นของทรัพยากรในท้องถิ่น นำไปประชาสัมพันธ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเที่ยวเป็นการสร้างรายได้กระจายสู่ประชากรที่ประกอบการในท้องถิ่น ๖) การมีส่วนร่วมการสร้างเครือข่ายพัฒนาการการท่องเที่ยวกับท่องเที่ยว คือ มีส่วนร่วมทำงานกับท้องถิ่นแบบองค์รวม โดยเข้าเป็นหน่วยงานร่วมจัด ร่วมวิเคราะห์หรือร่วมแก้ปัญหาร่วมส่งเสริมการขยาย การท่องเที่ยว ร่วมประเมินผลการท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนั้นต้องประสานเครือข่ายระหว่างองค์กรและท้องถิ่น เพื่อยกระดับคุณภาพของการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ๗) จัดประชุมและปรึกษาหารือกับผู้ที่เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน คือ ต้องมีการประสานกับพหุภาคี เพื่อร่วมประชุมปรึกษาหารือในการเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยว การประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและด้านกาตลาดเพื่อร่วมปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน ๘) การพัฒนาบุคลากร คือ การให้ความรู้ การฝึกอบรม การส่งพนักงานดูงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีความรู้ มีแนวคิด และวิธีการปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เป็นการพัฒนาบุคลากรในองค์กร และช่วยยกระดับมาตรฐานการบริหารการท่องเที่ยว ๙) การจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว คือ มรการจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวและการบริการการให้พร้อม มีเพียงพอต่อการเผยแพร่ซึ่งอาจจัดทำในรูปสื่อทัศนูปกรณ์รูปแบบต่างๆ ๑๐) ประเมินผล ตรวจสอบ และวิจัย คือ การช่วยแก้ปัญหาและเพิ่มคุณค่ารวมถึงคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว การลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยว

---

[๑] พูนทรัพย์ สวนเมือง ตุลาพันธ์ และคณะ, **“รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์และร้อยเอ็ด”,** รายงานการวิจัย, (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๔๔), หน้า ๗๐.

ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ต้องมีการประเมินผล การตรวจสอบผลกระทบ และการศึกษาวิจัย เพื่อนำมาปรับปรุงและแก้ไขการจัดการก่อให้เกิดการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ[๑]

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นที่ประชากรไทยจะต้องศึกษา ทำความเข้าใจเพื่อให้เห็นคุณค่าของการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ทั้งในแง่การศึกษาอัตลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ และการสร้างมูลค่าเพิ่มของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยววัดพระเกจิจังหวัดสุรินทร์ดังนั้น คณะผู้วิจัย จึงสนใจที่จะศึกษาวิจัย เรื่อง การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

๑.๒ วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

๑.๒.๑ เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

๑.๒.๒ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

๑.๒.๓ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

๑.๓ ปัญหาการวิจัย

๑.๓.๑ อัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ เป็นอย่างไร

๑.๓.๒ ผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ มีแนวทางในการพัฒนาอย่างไร

๑.๓.๓ มูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ มีแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างไร

๑.๔ ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยได้แบ่งขอบการการศึกษาวิจัยออกเป็น ๔ ประเด็นหลัก ประกอบด้วย ๑) ขอบเขตด้านเนื้อหา ๒) ขอบเขตด้านพื้นที่ ๓) ขอบเขตด้านประชากร ๔) ขอบเขตด้านระยะเวลา ดังมีรายละเอียดของขอบเขตการวิจัย ต่อไปนี้

๑.๔.๑ ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์” ครั้งนี้ มุ่งศึกษาในมิติ ดังนี้ ๑) อัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ๒) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ๓) การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

---

[๑] รำไพพรรณ แก้วสุริยะ, **หลักการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน,** ๒๕๔๗, <http://lib.ac.th./Article/tourism/๐๐๐๗.pdf.>, ๒๐ มิถุนายน ๒๕๖๐.

๑.๔.๒ ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาที่เป็นวัดในจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งเป็นกลุ่มวัดที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน ๓ กลุ่มวัด ได้แก่

๑.๔.๑ วัดป่าอาเจียง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์

๑.๔.๒ วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์

๑.๔.๓ วัดตะเคียน ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

๑.๔.๓ ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้กำหนดประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๗ กลุ่ม จำนวน ๒๔ รูป/คน ดังนี้

๑.๔.๓.๑ กลุ่มนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านพระพุทธศาสนา จำนวน ๙ คน

๑.๔.๓.๒ กลุ่มผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ เจ้าอาวาสวัดที่เป็นสถานท่องเที่ยว จำนวน ๓ รูป

๑.๔.๓.๓ กลุ่มฝ่ายปกครองหรือผู้ดูแลชุมชน จำนวน ๓ คน

๑.๔.๓.๔ กลุ่มปราชญ์ชุมชนหรือภูมิปัญญาชุมชน จำนวน ๓ คน

๑.๔.๓.๕ กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้อำนวยการโรงเรียนหรือผู้แทน จำนวน ๓ คน

๑.๔.๓.๖ กลุ่มนักการเมืองท้องถิ่นหรือผู้แทน จำนวน ๑ คน

๑.๔.๓.๗ กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้บริหารการท่องเที่ยว จำนวน ๒ คน

๑.๔.๔ ขอบเขตด้านระยะเวลา ได้แก่ เดือนตุลาคม ๒๕๕๙ ถึง กันยายน ๒๕๖๐

๑.๕ นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

อัตลักษณ์ของฐานทรัพยากร หมายถึง คุณลักษณะหรือสิ่งของอันเป็นแบบฉบับเอกลักษณ์เฉพาะตนที่ปรากฏในสถานท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ โดยแสดงถึงความเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนซึ่งมีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น ดึงดูดการท่องเที่ยว และมีการนำเสนอเรื่องราวอย่างน่าสนใจในด้านที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม อาหาร ผลิตภัณฑ์ วัฒนธรรมประเพณี กิจกรรมท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ศาสนบุคคล ศาสนวัตถุ และศาสนสถาน

ผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากร หมายถึง สิ่งของหรือแนวปฏิบัติต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในสถานท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ โดยมีความเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของชุมชน ได้แก่ สัตว์ วัตถุมงคล ศาสนบุคคล ศาสนสถาน ศาสนวัตถุ อุปกรณ์เครื่องใช้ เครื่องนุ่งห่ม เครื่องประดับความสวยงาม ของที่ระลึก และอาหาร

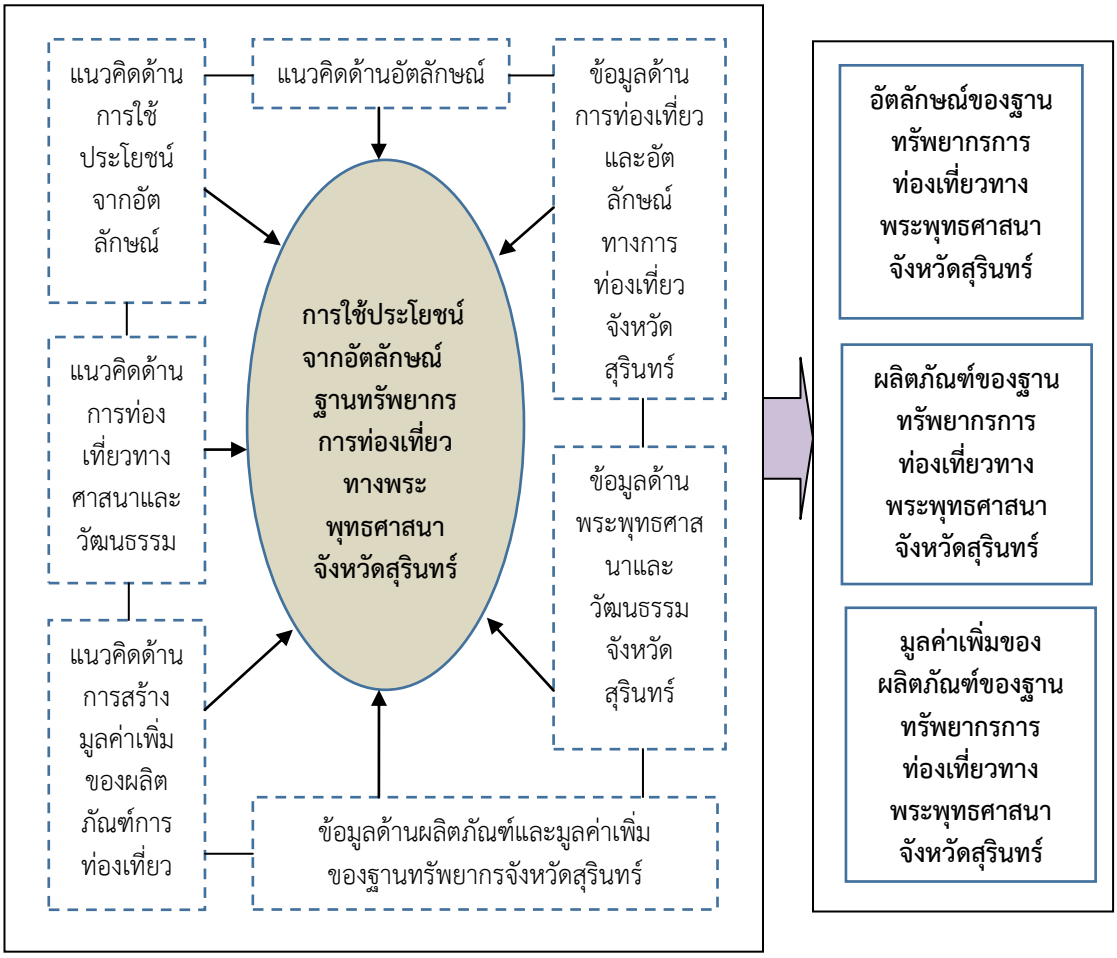
มูลค่าเพิ่มของฐานทรัพยากร หมายถึง การสร้างคุณค่าและราคาของสัตว์ วัตถุมงคล ศาสนบุคคล ศาสนสถาน ศาสนวัตถุ อุปกรณ์เครื่องใช้ เครื่องนุ่งห่ม เครื่องประดับความสวยงาม ของที่ระลึก และอาหารที่ปรากฏอยู่ในสถานท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีการวิเคราะห์รสนิยมของผู้บริโภค มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ มีการสร้างแบรนด์และการนำเสนอที่น่าสนใจ มีการผลิตที่มีมาตรฐาน มีคุณภาพพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน มีช่องทางการตลาดที่หลากหลาย และมีการบริการที่มีคุณภาพ

การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อชื่นชม เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกสนานตื่นเต้น หรือเพื่อหาความรู้ รวมถึงเพื่อการดำเนินการด้านเศรษฐกิจของฐานทรัพยากรเกี่ยวกับวัตถุ สินค้า สิ่งยึดเหนี่ยวทางจิตใจ การผลิต การจำหน่าย การบริการ ความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณี สิ่งปลูกสร้าง สถานที่และสิ่งแวดล้อม บุคคล วัตถุธรรม พิธีกรรมต่าง ๆ ในศาสนาสถาน โบราณวัตถุ และโบราณสถานในสถานที่ท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในจังหวัดสุรินทร์

แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย วัดสำคัญที่มีชื่อเสียงควรค่าแก่การท่องเที่ยว ได้แก่ ๑) วัดบูรพาราม อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ ๒) วัดศาลาลอย อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ ๓) วัดเขาสวาย อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ ๔) วัดเพชรบุรี ตำบลทุ่งมน อำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์ ๕) วัดอินทราสุการาม (วัดหลวงปู่เจียม) ตำบลกระเทียม อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ ๖) วัดพระพุทธบาทพนมดิน อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ๗) วัดโพธิ์ศรีธาตุ อำเภอรัตนบุรี จังหวัดสุรินทร์ ๘) วัดมงคลรัตน์ ตำบลคอโค อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ ๙) วัดช้างหมอบหรือวัดมงคลคชาราม ตำบลแนงมุด อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ ๑๐) วัดปทุมเมฆ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ ๑๑) วัดโคกกรม ตำบลโคกกรม อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์ ๑๒) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จังหวัดสุรินทร์ ๑๓) วัดพัฒนาธรรม ตำบลบ้านด่านช่องจอม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ ๑๔) วัดโพนทอง ตำบลด่าน อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ ๑๕) วัดบ้านขาม ตำบลบุแกรง อำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ ๑๖) วัดตะเคียน ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ วัดที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวทั้งหลายดังกล่าว ได้มีบทบาทในด้านการอบรม สั่งสอน ขัดเกลา และแนะแนวทางด้านวิถีชีวิตในทุกด้านให้ชาวจังหวัดสุรินทร์ได้แสดงออกถึงอัตลักษณ์ความเป็นพุทธศาสนิกชนจังหวัดสุรินทร์ที่มีความแตกต่างไปจากจังหวัดอื่น ๆ ของประเทศไทย

๑.๖ กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ มีกรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย ดังนี้



แผนภูมิที่ ๑.๑ กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย

จากแผนภูมิที่ ๑ อธิบายได้ว่า แนวคิดการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จังหวัดสุรินทร์เป็นกรอบแนวคิดหลักของโครงการวิจัยในการแสวงหาคำตอบการวิจัยในครั้งนี้ โดยมีการเชื่อมโยงกับกรอบแนวคิดทฤษฎีและข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย ๑) แนวคิดด้านการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ ๒) แนวคิดด้านอัตลักษณ์ ๓) แนวคิดด้านการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม ๔) แนวคิดด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ๕) ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ๖) ข้อมูลด้านพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ ๗) ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์และมูลค่าเพิ่มของฐานทรัพยากรจังหวัดสุรินทร์ และนำไปวิเคาะห์สังเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย ได้แก่ อัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ และมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

๑.๗ ประโยชน์ที่จะได้จากงานวิจัย

หลังจากได้ทำวิจัยเรื่องนี้สำเร็จแล้วจะก่อให้เกิดประโยชน์ดังต่อไปนี้

๑.๗.๑ ประโยชน์ที่ได้รับโดยตรง หมายถึง คำตอบที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้ คือ ได้ชุดความรู้การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ได้สารสนเทศเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ได้สารสนเทศเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

๑.๗.๒ ประโยชน์ที่ได้รับโดยอ้อม หมายถึง ประโยชน์ที่จะเกิดจากการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ภายหลังจากการทำวิจัยเรื่องนี้สำเร็จแล้ว คือ

ด้านวิชาการ ได้องค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับชุดความรู้การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ได้สารสนเทศเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ได้สารสนเทศเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

ด้านนโยบาย หน่วยงานภาครัฐในจังหวัดสุรินทร์ได้ข้อมูลการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์เพื่อกำหนดนโยบายส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

ผลงานวิจัยนำเผยแพร่ในวารสาร เมื่อได้ทำวิจัยเรื่องนี้สำเร็จแล้ว จะนำพิมพ์เผยแพร่ในวารสารของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และนำเผยแพร่ในการสัมมนาผลงานวิ จัยระดับนานาชาติที่มหาวิทยาลัยจัดขึ้นด้วย

หน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ คือ ๑) มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยได้ฐานข้อมูลเชิงวิชาการเพื่อให้บริการวิชาการแก่สังคม ๒) คณะสงฆ์จังหวัดสุรินทร์ได้ข้อมูลการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์เพื่อกำหนดนโยบายส่งเสริมคณะสงฆ์จังหวัดสุรินทร์ ๓) ภาคเอกชนในจังหวัดสุรินทร์ได้มูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ฐานทรัพยากรทางการท่องเทียวจังหวัดสุรินทร์

บทที่ ๒
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ และเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วางกรอบในการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการทำวิจัย โดยได้แบ่งประเด็นการสืบค้นออกเป็น ๑๐ หัวข้อดังนี้

๒.๑ แนวคิดด้านอัตลักษณ์
๒.๒ แนวคิดด้านการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม
๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว
๒.๔ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
๒.๕ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
๒.๖ แนวนโนบายด้านการท่องเที่ยว
๒.๗ แนวคิดด้านการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว
๒.๘ แนวคิดด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
๒.๙ ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
๒.๑๐ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ซึ่งในแต่ละหัวข้อจะได้ทำการสืบค้นและนำเสนอเนื้อหาตามลำดับดังต่อไปนี้

๒.๑ แนวคิดด้านอัตลักษณ์

๒.๑.๑ ความเป็นมาและหลักการสำคัญของอัตลักษณ์

อัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นมาได้อย่างไร มันถูกก่อตัวขึ้นมาโดยผ่านการปฏิสังสรรค์ระหว่างบุคคล ในบุคคลหนึ่งๆ ก็จะมีอัตลักษณ์ที่หลากหลาย และเมื่อบุคคลยอมรับในอัตลักษณ์ใดอัตลักษณ์หนึ่งในขณะเวลานั้นมันมีกระบวนการที่แตกต่างกันในการแทนที่ ในขณะที่บุคคลทำการกำหนดตำแหน่งของตนเอง และถูกกำหนดตำแหน่งในทางสังคม กระบวนการที่เกิดขึ้นนี้ได้ คำนึงถึงจุดเน้นที่ความแตกต่าง ความหลากหลายหลายในการสร้างอัตลักษณ์ที่เท่าเทียมกับการตั้งคำถามว่าอัตลักษณ์ทั้งหลายนี้ได้เชื่องโยงกับสังคมได้อย่างไร การมุ่งเป้าหมายไปที่ความสำคัญต่อมุมมองทางสังคมของอัตลักษณ์จะนำเราไปสำรวจ โครงสร้างต่างๆโดยผ่านชีวิตของเราที่ถูกจัดการอัตลักษณ์ต่างๆ ของเราที่ถูกจัดเก็บไว้เข้าที่ด้วยโครงสร้างต่างๆ ทางสังคมและเราก็มีส่วนร่วมในการก่อตัวของอัตลักษณ์ของตัวเราเองด้วยเช่นกัน การเปลี่ยนแปลงความหมายของอัตลักษณ์ที่ปรากฏขึ้นมามันมีความสัมพันธ์อย่างมากกับการทำความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในปัจจุบัน ในบริบทของโลกาภิวัฒน์ มิติเวลาที่เร่ง

เร็วขึ้นและมิติพื้นที่ที่ดูหดแคบเข้ามาเพราะการปฏิวัติเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้ การเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรมเป็นไปอย่างหลากหลายและซับซ้อนและรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์เกี่ยงกับเวลา พื้นที่และแบบแผนการให้คุณค่า การใช้ชีวิตประจำวันมีผลอย่างยิ่งต่อความรู้สึกที่เรามีเกี่ยวกับตนเอง สิ่งที่เคยเป็นมาตรฐานของระบบคุณค่าและการนิยามอัตลักษณ์ ไม่ว่าจะเป็นคุณค่าทางศาสนา ค่านิยมเรื่องเพศ คุณค่าประเพณีวัฒนธรรมเก่าๆ หรือค่านิยมของกลุ่มชาติพันธุ์ ล้วนแล้วกระทบกระทั่งในรูปแบบต่างๆ จากพลังของโลกาภิวัฒน์ การปรับเปลี่ยนนี้แสดงออกได้หลายลักษณะทั้งในระดับจุลภาคในแง่แบบแผนชีวิตประจำวันของปัจเจกชน ในแง่การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น จนถึงระดับที่กลายไปเป็นขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม เราจะเห็นได้จากขบวนการทางศาสนา ชาติพันธุ์และวัฒนธรรมใหม่ได้เกินขึ้นมาราวกับดอกเห็ดในประเทศต่างๆ มันเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่ทำให้ต้องมีการทบทวนคำว่า "วัฒนธรรม" หรือ "ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม" กันใหม่ขบวนการเหล่านี้ต้องการเสนอความหมายและทิศทางใหม่ในเชิงสังคมวัฒนธรรม กระบวนการสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ของกลุ่มเกิดจากการผสมผสานองค์ประกอบทางวัฒธรรมที่ซับซ้อน[๑]

ทฤษฎีอัตลักษณ์ (identity theory) เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม (social psychological theory) ที่มุ่งอธิบายพฤติกรรมตามบทบาทของบุคคล (Stryker, ๑๙๘๙:๓๖) ทฤษฎีอัตลักษณ์มีความเป็นมาและมีหลักการของทฤษฎี ดังนี้ เชลดอน สไตรเกอร (Sheldon Stryker) ศาสตราจารย์ประจำภาควิชาสังคมวิทยา 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 “การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม” (social interaction) เป็นตัวกำหนดหรือควบคุมการแสดงพฤติกรรมของบุคคล ทฤษฎีนี้อาศัยข้อตกลงเบื้องต้น (assumptions or premises) ตามกรอบแนวคิดปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์นิยม ๔ ประการ ดังนี้ ๑) มนุษย์เป็นทั้งผู้กระทำและผู้ตอบสนองต่อการกระทำ ๒) การกระทำและการตอบสนองขึ้นอยู่กับการให้ความหมายหรือตีความสถานการณ์นั้นๆ ๓) ความหมายที่บุคคลสร้างมโนภาพแห่งตน เป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเป็นผู้กระทำหรือผู้ตอบสนองการกระทำ ๔) มโนภาพแห่งตนขึ้นอยู่กับการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นๆ และการตอบสนองการกระทำที่คนอื่นมีต่อตน จากข้อตกลงทั้ง ๔ ประการดังกล่าว สามารถอธิบายพฤติกรรมทางสังคมได้ว่าสังคมเป็นตัวก่อให้เกิดตัวตน และตัวตนเป็นตัวก่อให้เกิดพฤติกรรมทางสังคม (social behavior) ในทำนองกลับกันพฤติกรรมทางสังคมส่งผลต่อตัวตนและสังคม ส่วนตัวตนก็ส่งผลต่อสังคมด้วยเช่นกัน นอกจากนี้โครงสร้างสังคมยังมีความซับซ้อนในระดับกลุ่ม ชุมชน องค์การ และสถาบัน ในขณะที่บุคคลในสังคมก็มีความแตกต่างกันทั้งในแง่ของระดับทางสังคม อายุ เพศ เชื้อชาติ ศาสนาหรืออื่นๆ ขอบเขตของสังคมจึงมีลักษณะหลากหลายและเกี่ยวโยงซ้อนกันทั้งในเชิงปฏิสัมพันธ (interactional) หน้าที่

---

[๑] David Harvey, Globalization in Question, https://www.tandfonline.com/doi/abs/๑๐.๑๐๘๐/, Pages ๓-๙ | Published online: ๐๕ Jan ๒๐๐๙.

(functionally) และ ลำดับความสำคัญ (hierarchically) ซึ่งบางครั้งส่วนต่างๆ เหล่านี้อาจมีทั้งการพึ่งพิงกันหรือขัดแย้งกัน ส่วนต่างๆ ที่แตกต่างกันของสังคมจึงมีผลกระทบต่อบุคคลโดยทำให้เกิดตัวตนแบบต่างๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับคนหรือกลุ่มต่างๆที่มาปฏิสัมพันธ์กับบุคคลนั้นๆ[๒]

๒.๑.๒ ความหมายของอัตลักษณ์

อัตลักษณ์ ตามรากศัพท์ในภาษากรีกนั้นอัตลักษณ์ หมายถึง เครื่องหมายที่บอกความแตกต่างสำหรับในความหมายที่ใช้กันอยู่ทั่วไปนั้น หมายถึง กลุ่มของลักษณาการ (Traits) ที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของบุคคลหนึ่งบุคคลใดกับบุคคลอื่นๆ ทั้งหมด ในความหมายที่กว้างที่สุดนั้น คำนี้มีความหมายที่ค่อนข้างจะเหมือนกับความเป็นปัจเจกชน (Individuality) แต่ในทางปฏิบัติที่มีผู้นิยมใช้อย่างแพร่หลายนั้น หมายถึง กลุ่มของลักษณาการซึ่งมีความสำคัญทางสังคมและมีคุณลักษณะทางศีลธรรมเป็นประเด็นสำคัญ บุคคลอาจจะแบ่งออกได้ ตามอัตลักษณ์เป็น ๓ ประเภท ประเภทแรกได้แก่ บุคคลที่มีอัตลักษณ์ที่มั่นคง (Stable Character) บุคคลประเภทนี้มีคุณสมบัติทางจิตที่แสดงพฤติกรรมออกมา โดยยึดหลักหรือกฎหมายเป็นแนวทาง ประเภทที่สอง ได้แก่ บุคคลที่มีอัตลักษณ์ที่เข้มแข็ง (Strong Character) บุคคลประเภทนี้มีพฤติกรรมที่มุ่งจะกระทำอะไรให้บรรลุเป้าหมายไม่ว่าการกระทำนั้นจะยากลำบากเพียงใดก็ตาม ประเภทสุดท้าย ได้แก่ บุคคลที่มีอัตลักษณ์ที่ดี (Good Character) บุคคลประเภทนี้จะแสดงพฤติกรรม โดยอาศัยแนวทางจริยธรรมและสังคมที่สม่ำเสมอและคำนึงถึงผลการกระทำของตนที่จะมีต่อผู้อื่น อย่างไรก็ตาม พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา อังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถานดูเหมือนจะให้ความหมายของอัตลักษณ์ที่ครอบคลุมมากที่สุด โดยกล่าวว่าอัตลักษณ์ (หรือลักษณภาพ) หมายถึง ๑) คุณภาพ ลักษณาการ คุณสมบัติหรือลักษณะซึ่งเป็นเครื่องแสดงให้เห็นถึงลักษณะที่สำคัญของบุคคลหนึ่งหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ๒) ในด้านที่เป็นคุณสมบัติทางศีลธรรม หมายถึง การจัดระเบียบลักษณาการทัศนคติและนิสัยให้เป็นไปตามมาตรฐานความประพฤติที่มุ่งประสงค์ ๓) ระบบชีวิตของบุคคลหนึ่งซึ่งประกอบด้วย เหตุจูงใจ ทัศนคติ นิสัย อารมณ์ สะเทือนใจ อุดมคติ 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[๓]

อัตลักษณ์ หมายถึง คุณสมบัติของบุคคลหรือสิ่งของที่แสดงออกถึงความเป็น ตัวตน เป็นสำนึกที่บุคคลรับรู้ และรู้ว่าตัวเขาคือใคร มีลักษณะเป็นอย่างไร มีวิถีชีวิต ความคิด ความ เชื่อ แบบแผนพฤติกรรม และลักษณะนิสัยอย่างไร เหมือนหรือแตกต่างจากคนอื่น กลุ่มอื่น สิ่งอื่น อย่างไร บุคคลอาจมีอัตลักษณ์หลายๆ อย่างในตัวตนก็ได้ การจะรับรู้ว่าใครมีอัตลักษณ์อย่างไร พิจารณาจาก

---

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

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

การแสดงออกผ่านทางตัวแทนความมีตัวตนในรูปของสถานะของ บุคคล เพศ สภาพ ต าแหน่ง หน้าที่ บทบาททางสังคม ซึ่งเรียกสิ่งเหล่านี้ว่าเป็นอัตลักษณ์ของปัจเจก หรืออัตลักษณ์ส่วนบุคคล ส่วนการแสดงออกผ่านสัญลักษณ์อะไรบางอย่างที่มีความหมายเป็นที่เข้าใจร่วมกันและการแสดงออกทางพิธีกรรม ประเพณี วัฒนธรรม ตำนาน เรื่องเล่า ประวัติศาสตร์ และ ปรากฏการณ์ทางสังคม เป็นส่วนที่เรียกว่า “อัตลักษณ์ทางสังคม” หรือ “อัตลักษณ์ที่คนในสังคมมีร่วมกัน”[๔]

อัตลักษณ์ คือ ความรู้สึกนึกคิดต่อตนเองว่า "ฉันคือใคร" ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสังสรรค์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตัวเองและคนอื่นมองเราในขณะนั้น และในขณะเดียวกัน มโนทัศน์อัตลักษณ์ จะถูกกล่าวควบคู่ไปกับเรื่องของอำนาจ นิยามความหมายหรือการสร้างภาพแทนความจริง (representation) เมื่ออัตลักษณ์ไปสัมพันธ์กับแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นแล้วดูจะมีความหมายที่แตกต่างจากความหมายที่เข้าที่เข้าใจกันโดยสามัญสำนึกมาก อัตลักษณ์แตกต่างจากบุคลิกภาพในประเด็นที่สำคัญหลายประการ เราอาจมีบุคลิกภาพร่วมกับบุคคลอื่น แต่การมีอัตลักษณ์ร่วมมีนัยของการเกี่ยวพันกับการตื่นตัว (active) บางอย่างในตัวของเรา เช่นเราเลือกที่จะแสดงตัวตนกับกลุ่มหรืออัตลักษณ์ที่เฉพาะ ซึ่งบางครั้งเราอาจมีตัวเลือกมากกว่าคนอื่น และอัตลักษณ์ต้องการความตระหนัก (awareness) บางอย่างที่เกี่ยงข้องกับส่วนที่เป็นของเรา บุคลิกภาพอธิบายลักษณะต่างที่บุคคลทั่งไปน่าจะมี เช่น การเข้าสังคมเก่งหรืออาจเป็นคุณลักษณะภายใน แต่อัตลักษณ์ต้องการพื้นฐานบางอย่าง อาจถูกจัดประเภทด้วยการมีลักษณะบุคลิภาพ แต่เราต้องแสดงตนเอง (นั่นคือการยอมรับอย่างตั้งใจ) กับอัตลักษณ์ความสำคัญของการแสดงตัวตน (marking oneself) คือการมีอัตลักษณ์เหมือนกับกลุ่มหนึ่งและมีความแตกต่างกับอีกกลุ่มอื่น หากลองคิดถึงสถานการณ์ที่เราพบกับใครสักคนในครั้งแรก และเรากำลังพยายามค้นหาว่าเขาคือใคร ด้วยการตั้งคำถามว่าเขามาจากไหนและเขาทำอะไรในสถานการณ์ต่างๆ สิ่งเหล่านี้เป็นการกำลังพยายาค้นหาสิ่งที่เกี่ยวกับตัวของบุคคลนี้และสิ่ง ที่ทำให้เขาเหมือนกับเราด้วย (สิ่งที่เรามีร่วมกับเขา) และสิ่งที่ทำให้เขาแตกต่างจากเรา หรือการพิจารณาถึงสถานการณ์การเดินทางไกล สถานที่ที่คุณจะไป คุณได้ยินเสียงคนกลุ่มหนึ่งกำลังสนทนาแล้วพูดภาษาเดียวกับคุณ คุณจะรับรู้ด้วยความรู้สึกของการระลึกรู้(recognition)และความเป็นเจ้าของ ร่วมกับกลุ่มนั้นการที่คุณมีบางอย่างร่วมนี้ ได้นำเสนอช่วงของการระลึกรู้และการมีบางอย่างร่วมกับผู้อื่นผู้ที่มีอัต ลักษณ์ร่วมกับคุณ อัตลักษณ์ถูกแสดงออกให้เห็นด้วยการคล้ายกัน นั่นคือมันเกี่ยวกับบุคคลที่เหมือนเราและความแตกต่างของบุคคลที่ไม่เหมือน กับเรา[๕]

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า อัตลักษณ์ หมายถึง ความนึกคิดเกี่ยวกับบทบาทเฉพาะตนของบุคคลในการแสดงออกเพื่อติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่นตามโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมที่บุคคลดำรงอยู่ เนื่องจากอัตลักษณ์เป็นความนึกคิดเกี่ยวกับตนเองจึงมีความสำคัญต่อพฤติกรรมของบุคคล กล่าวคือความนึกคิดเกี่ยวกับตนเป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมของบุคคลเพราะคนเราย่อมกระทำไปตามความคิดหรือมโนภาพว่าตนเองเป็นคนเช่นไร

---

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

[๕] นัทธนัย ประสานนาม, เพศ ชาติพันธ์ และปัญหาเกียวกับอัตลักษณ์ในภาพยนตร์เรื่อง Touch of Pink, ออนไลน์, ๒๕๕๐, <http:// www.midnigthuniv.org.>, สืบค้นเมื่อ สิงหาคม ๒๕๖๑.

๒.๑.๓ ลักษณะสำคัญของอัตลักษณ์

ลักษณะสำคัญของอัตลักษณ์ ยังเป็นเรื่องของการใช้สัญลักษณ์ (symbol) เพราะการแสดงออกซึ่งความสัมพันธ์ต่างๆ จะกระทำโดยผ่านระบบสัญลักษณ์ที่หลายรูปแบบในอีกด้านหนึ่งอัตลักษณ์ก็ยัง เกี่ยวข้องกับ มิติ "ภายใน" ของความเป็นตัวเราอย่างมากทั้งในด้านของอารมณ์ ความรู้สึกเรา เพราะมนุษย์ให้ความหมายหรือเปลี่ยนแปลงความหมายที่เกี่ยวกับตนเอง ในกระบวนการที่เขาสัมพันธ์กับโลกและปริมณฑลของอัตลักษณ์และตัวตนที่มันซ้อน ทับกันอยู่ จึงมีการจัดแบ่งประเภทของอัตลักษณ์เป็น ๒ ระดับ คือ ระดับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล (personal identity) และอัตลักษณ์ทางสังคม (social identity) ที่จะใช้แสดงตน เช่น การที่สังคมกำหนดบทบาทหน้าที่ และระบบคุณค่าที่ติดตัวมา ความเป็นพ่อ ความเป็นเพื่อนความเป็นสามีภรรยา เข็มโรงเรียน ผ้าที่พันคอของทีม ภาษาหรือบางที่อาจเห็นได้จากเสื้อผ้าที่ใส่ สัญลักษณ์และการสร้างภาพแทนความจริง(representation) เป็นสิ่งสำคัญในการแสดงให้เห็นแนวทางหรือที่เรามีอัตลักษณ์ร่วมกับบุคคลบาง คนและการแยกแยะตัวเราด้วยการสร้างความต่างจากคนอื่น ในความเข้าใจนี้เองแม้ว่าในฐานะของบุคคลเราควรจะยอมรับในอัตลักษณ์ต่างๆ อย่างตั้งใจ อัตลักษณ์เหล่านั้นยังเป็นผลผลิตที่สำคัญของสังคมที่เราอาศัยอยู่และความ สัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น อัตลักษณ์จึงได้จัดเตรียมการเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับโลกที่เขาอาศัยอยู่ นอกจากนี้อัตลักษณ์ยังรวม ถึงเรื่องว่า "ฉันมองตัวฉันเองอย่างไร และคนอื่นมองฉันอย่างไร" มันเข้าไปเกี่ยวกันตัวตน (self) และสิ่งที่อยู่ภายใน มันเป็นการกำหนดตำแหน่งที่ระลึกรู้จากสังคม ซึ่งเกิดขึ้นจากการที่คนอื่นรับรู้ด้วยไม่ใช่แค่เรารับรู้เท่านั้น อย่างไรก็ตามการที่เรามองตัวเราอย่างไรและคนอื่นมองเราอย่างไรมันอาจไม่สอดคล้องกันเสมอไป[๖]

ฮอลล์ และ เกย์ (Hall and Gay) ได้อธิบายลักษณะของอัตลักษณ์ว่าไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติหรือเกิดขึ้นลอยๆ แต่ก่อรูปขึ้นมาภายในวัฒนธรรมณช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งโดยที่วัฒนธรรมก็เป็นสิ่งถูกประกอบสร้างทางสังคม (Social Construct) และไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งตายตัว หากแต่เป็นวงจรซึ่งมีผู้เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” (Circuit of Culture) กล่าวคืออัตลักษณ์ทั้งหลายมีกระบวนการถูกผลิต (Produced) ให้เกิดขึ้นสามารถถูกบริโภค (Consumed) และถูกควบคุมจัดการ (Regulated) อยู่ในวัฒนธรรมเหล่านั้น และทั้งนี้ยังมีการสร้างความหมายต่างๆ (Creating Meanings) ผ่านทางระบบต่างๆ ของการสร้างภาพตัวแทน (Symbolic Systems of Representation) ที่เกี่ยวกับตำแหน่งแห่งที่ต่างๆ ทางอัตลักษณ์อันหลากหลายที่เราเลือกใช้ หรือนำเอามาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของเรา[๗]

---

[๖] David Harvey, **Globalization in Question**, https://www.tandfonline.com/doi/abs/๑๐.๑๐๘๐/, Pages ๓-๙ | Published online: ๐๕ Jan ๒๐๐๙.

[๗] S. Hall & P. du Gay, **The Turkish Online Journal of Educational Technology – TOJET January ๒๐๐๖ ISSN: ๑๓๐๓-๖๕๒๑ volume ๕ Issue ๑ Article ๕,** “Cultural Identity Crisis in the Age of Globalization and Technology”, pp.๓๗-๓๘.

๒.๑.๔ ประเภทของอัตลักษณ์

อภิญญา เฟื่องฟูสกุล ได้กล่าวว่า เออร์วิง ก็อฟมัน (Erving Goffman) นักสังคมวิทยา ได้แบ่งอัตลักษณ์ออกเป็น ๒ ประเภท และอธิบายลักษณะความแตกต่างและความเหมือนกันไว้ดังนี้

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

๒.๑.๔.๒ 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 ซึ่งอัตลักษณ์ร่วมนี้จะเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ในระดับปัจเจกหรืออัตลักษณ์ของบุคคล ตัวอย่างของอัตลักษณ์ร่วม เช่น บุคลิกภาพของกลุ่มโดยรวม เพศสภาพ ชาติพันธุ์ สภาพ ภาพ อาชีพ เป็นต้น จากคำอธิบายข้างต้นจะพบว่าอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) และอัตลักษณ์ร่วม (Collective Identity) มีลักษณะใกล้เคียงกัน อัตลักษณ์เป็นเรื่องที่มีส่วนร่วมกันอยู่ หลายประการ เช่น อัตลักษณ์เป็นเรื่องของปัจเจกบุคคล อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการสร้างจากบริบทเชิงพื้นที่และเวลา อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการให้คำนิยามและตีความ มีความหมายเชิงคุณค่า ซึ่งคุณค่าเหล่านั้นไม่จำเป็นต้องได้รับความเป็นสากล แต่ความหลากหลายทางวัฒนธรรมหรือการสร้างตัวตนจากวัฒนธรรมย่อยก็ได้ ทำให้เกิดการยอมรับซึ่งพหุลักษณ์ทางสังคม ซึ่งไม่เหมือนกับเอกลักษณ์ในคำนิยามสมัยแรกที่จะต้องสร้าง

เพื่อความเป็นปึกแผ่นของสังคมเท่านั้น แต่อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการยอมรับในการมีอยู่ของปัจเจกอย่างจริงจัง[๘]

๒.๑.๕ อัตลักษณ์กับการสร้างตัวตนในบริบทโลกาภิวัตน์

โลกาภิวัตน์ไม่เพียงเป็นบริบทเท่านั้น แต่มันยังเป็นหัวใจหลักของการเกิดการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในยุคปัจจุบันเลยทีเดียว มันเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน การปฏิวัติวัตของระบบการสื่อสารคมนาคมได้ทำลายความต่างในเรื่องของมิติ พื้นที่และมิติเวลา ทำให้การติดต่อสัมพันธ์กันถี่ขึ้นและเข้มข้นขึ้น ทำให้โลกดูหดแคบเข้า ทำให้การหยิบยืมผสมผสานทางวัฒนธรรม ซับซ้อนและหลากหลาย สิ่งเหล่านี้กระทบต่อจิตสำนึก ทำให้เกิดการทบทวนค้นหาตำแหน่งของตนเอง ในอีกด้านหนึ่งการทบทวนและการสร้างความหมายใหม่ๆแก่อัตลักษณ์ นำไปสู่การเสนอค่านิยมและแบบแผนชีวิตแบบใหม่ขึ้นมา ทำให้การสร้างภาพอัตลักษณ์กลายเป็นส่วนสำคัญของระบบบริโภคนิยม และการเปลี่ยนแปลงของจิตสำนึกและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเองโดยมุ่งศึกษากรณีตัวอย่างของการสร้างอัตลักษณ์ในสื่อทางคอมพิวเตอร์ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นการจำลองโลกที่มีลักษณะกึ่งนามธรรมที่ขนานกับโลกของความเป็นจริง สื่อทุกวันนี้ประกอบด้วยโลกทัศน์ที่ลอกเลียนความจริง ความจริงที่เหนือจริง (hyper-real) เช่น การนำเสนอความลามกอนาจาร และวิธีการวิภาษวิธีอันหนึ่งเกี่ยวกับสื่อและสังคมที่ได้รับการหดให้สั้นลง ในเรื่องราวใหม่อันหนึ่ง ซึ่งเป็นการการกำหนดโดยเทคโนโลยี เดวิด ฮาเวย์ ได้ชี้ให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตของระบบทุนนิยมในปัจจุบันมันมี ผลต่อการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์เรื่องของเวลาและสถานที่อย่างไร โดยระบบทุนมันมีผลในการบีบมิติพื้นที่ให้หดแคบเข้ามา ซึ่งเกิดขึ้นโดยสัมพันธ์กับการเร่งมิติเวลาให้หมุนเร็วขึ้นและเข้มข้นขึ้น ตรรกะของของทุนนำไปสู่การลดการกีดขวางของระยะทางและพื้นที่เพื่อให้ทุน เคลื่อนย้ายและมีอัตราการหมุนที่เร็วขึ้น มีผลในการบีบเวลาและบีบพื้นที่โลกให้แคบลงหรืออีกนัยหนึ่งคือนำไปสู่การละลายทั้งเวลาและพื้นที่ (annihilation of space and time)[๙] สจ๊อต ฮอลล์ ได้ชี้ให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของคนในยุคโลกาภิวัตน์มันถูกสลายและสั่น คลอนอย่างรุนแรงและในอย่างเร็วใน ๒ ระดับด้วยกัน (double displacement) กล่าวคือในระดับของพื้นที่และระดับของตัวตน ในระดับของพื้นที่ โลกาภิวัตน์ทำให้การโยกย้ายถิ่นไปมาของผู้คนอย่างสะดวก รวดเร็ว และการกระทำได้ทำในปริมาณที่มากอันเป็นผลมาจากการคมนาคมสื่อสารที่สะดวก รวดเร็วและราคาถูก จนนำไปสู่บุคคลประเภทใหม่ อัตลักษณ์ใหม่ ที่เรียกว่า diaspora หรือบรรดาผู้ที่อพยพย้ายไปอยู่ต่างถิ่น แต่ยังมีความผูกพันเหนียวแน่นกับวัฒนธรรม สังคมบ้านเกิดของตัวเอง แทนที่จะยอมกลืนกลายเข้ากับวัฒนธรรมและสังคมที่ตนเองเข้าไปอยู่แต่ในขณะก็มิ ได้ฝันหวานที่จะกลับไปหวนหาอดีตของตน เพราะรู้ว่าเป็นสิ่งที่เป็นไปไม่ได้ แต่กลับอยู่ในวัฒธรรมใหม่โดยไม่ยอมสูญเสียอัตลักษณ์เดิมของตัวเอง กลุ่มคนเหล่านี้อาจเรียกได้ว่า "หลายบ้าน" "หลายอัตลักษณ์" "อัตลักษณ์ซ้อน" หรืออัตลักษณ์ลูกผสม คนกลุ่มนี้ถือเป็นอัตลักษณ์แบบใหม่ที่เกิดในโลกโลกาภิวัตน์ยุคยิ่งไปกว่า นั้นโลกาภิวัตน์ยังได้สร้างพื้นที่ชนิดใหม่ขึ้นมาเรียกว่า electronic space อย่าง internet ที่ก้าวข้ามพรมแดนรัฐชาติ โดยกลายเป็นชุมชนแบบใหม่ที่ไม่

---

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

[๙] David Harvey, **Globalization in Question**, <https://www.tandfonline.com/doi/abs/๑๐.๑๐๘๐/>, Pages ๓-๙ | Published online: ๐๕ Jan ๒๐๐๙.

ขึ้นกับพื้นที่ วิธีคิดกับชุมชนแบบเก่า ส่วนในระดับของตัวตนนั้น Hall เห็นว่าคนในโลกยุคโลกาภิวัตน์แทบไม่รู้เลยว่าตัวเองเป็นใครหรือเป็นอะไร เนื่องจากโลก สังคมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้คนต้องดิ้นรน ต่อสู้ ไขว่คว้า แสวงหาเพื่อสร้างหรือไม่เพื่อตรึงอัตลักษณ์ ตัวตนของตัวเองเอาไว้และนี่คือการเมืองอัตลักษณ์ เป็นการเมืองของยุคโลกาภิวัตน์ ในประเด็นการต่อสู้เคลื่อนไหวและเรียกร้องทางการเมือง จะวนเวียนอยู่กับเรื่องของอัตลักษณ์เป็นสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการสร้าง การผลิต การเสพย์ การตอกย้ำกานผลิตซ้ำ หรือการทำให้อัตลักษณ์ของตัวเองบริสุทธิ์ ทั้งในระดับของท้องถิ่น ระดับชาติ ระดับโลก หรือแม้แต่ในสังคมที่ไม่มีพื้นที่ทางการเมืองก็ตาม (ในทัศนะของผู้ศึกษา) นัยนี้อัตลักษณ์จึงมิใช่สิ่งหยุดนิ่ง แน่นนอน ตายตัว แต่เป็นเวทีของการต่อสู้ที่แหลมคม เพื่อช่วงชิงความเป็นเจ้าในการสร้างคำนิยามหรือเป็นผู้ให้ความหมายกับสิ่ง ต่างๆ ที่ประกอบขึ้งเป็นตัวเราและของผู้อื่น เมื่อเป็นเช่นนี้แล้ว Hall จึงสรุปไว้ว่า เอกลักษณ์เผยปรากฏตัวขึ้นในฐานะที่เป็นพื้นที่และเป็นเวทีที่ยังหาข้อยุติลง ตัวไม่ได้หรือเป็นประเด็นปัญหาที่ยังตกลงกันไม่ได้ในพื้นที่หรือในเวทีแห่งนี้ การมีลักษณะที่เป็นภายในเกี่ยวกับการถ่ายทอดสื่อในจอภาพภายในจิตใจของเรา ได้ไปขจัดความแตกต่างระหว่างพื้นที่สาธารณะและพื้นที่ส่วนตัวทิ้งไป รวมทั้งได้ไปลบพื้นที่ภายในและพื้นที่ภายนอกออกไปด้วย – พื้นที่เหล่านี้ได้ถูกแทนที่โดยพื้นที่สื่อ (media space) สำหรับเรื่องของประสบการณ์เวลาและพื้นที่ที่หดแน่นนั้น มันปรากฏอย่างเข้มเด่นชัดเป็นอย่างมากเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญคือ การมีการปฏิวัติระบบการสื่อสาร โลกทั้งโลกถูกทำให้รู้สึกว่าเล็กหรือแคบลงในมิติของเวลาและสถานที่ "หมู่บ้านโลก" (Global village) เราสามารถเห็นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนจาก จอโทรทัศน์ ระบบดาวเทียม Internet เป็นต้น มันทำให้คนที่อยู่คนละมุมโลกสามารถรับรู้ข้อมูล เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นพร้อมกัน เช่นการถ่ายทอดโอลิมปิก การถ่ายทอดฟุตบอลโลก การรสนทนาผ่านInternet ส่ง e-mail เป็นต้น เทคโนโลยีสามารถเอาชนะความต่างของเวลาและสถานที่ การปฏิวัติการสื่อสารทำให้กลายเป็น cyperspace ความหมาย ของสถานที่แบบเก่าที่เรารับรู้ได้โดยการมีประสบการณ์ตรงคือได้เห็นอยู่ที่ นั่นได้ความหมาย โดยสถานที่กลายมามีลักษณะนามธรรมมากขึ้น เราติดต่อกับใครสักคนที่ไม่เคยรู้จักไม่เคยพบเห็นมาก่อนบนจอคอมพิวเตอร์ แต่ "พื้นที่" ในจอแคบๆ นี้กลับไม่มีขอบเขตจำกัด พื้นที่โลกที่เป็นรูปธรรมกับมีข้อจำกัดมากมาย พื้นที่บนจอเป็นพื้นที่ที่อยู่นอกเหนือความสามรถของเราที่จะวาดภาพองค์รวม และเข้าหรือครอบคลุมความเป็นไปของระบบอันซับซ้อนของระบบทั้งหมดนี้ได้ อาณาจักรไซเบอร์เป็นชุมชนนามธรรม (abstract community) มันแทนที่การพบปะสื่อสารแบบซึ่งๆหน้า หรือแบบเดิมเป็นการสื่อสารแบบขยายซึ่งมันไม่ขึ้นกับการติดต่อทางกายภาพ[๑๐] นอกจากนี้ ขณะที่ "ความเป็นสมัยใหม่" อาจได้รับการสร้างอัตลักษณ์ขึ้นมา ในฐานะที่เป็นกระบวนการเกี่ยวกับความแตกต่างเพิ่มมากขึ้นของอาณาจักรของชีวิต ความเป็นหลังสมัยใหม่อาจได้รับการตีความในฐานะที่เป็นกระบวนการหนึ่งของ การต่อต้านความแตกต่าง (de-differentiation) และการระเบิดหรือปะทุขึ้นภายในของผลที่ตามมา ความเป็นนามธรรมนี้มันรวมไปถึงการดึงปัจเจกออกจากการผูกติดอยู่กับสิ่งที่ เป็นองค์ประกอบสำคัญของอัตลักษณ์ไม่ว่าจะเป็นเรื่องตัวแปรทางเพศ ชนชั้น ชาติพันธุ์ ในโลกของไซเบอร์คุณสามารถลบตัวตนเก่าๆ และสร้างตัวตนใหม่ ในชื่อใหม่ที่ไม่มีใครรู้จักได้พบหรือได้เห็น เป็นตัวตนในจิตนาการล้วนๆ

---

[๑๐] Stuart Hall, **Culture, community, nation**, “Cultural studies”, Pages ๓๔๙-๓๖๓ | Published online: ๒๓ Aug ๒๐๐๖, <https://www.tandfonline.com/doi/abs/๑๐.๑๐๘๐/.>

(disembodied self) ความรู้สึกของปัจเจกชนในระบบนี้อาจมีลักษณะที่ขัดแย้ง ในด้านหนึ่งอาณาจักรไซเบอร์ พยายามสร้างมนุษย์ที่คิดแบบคอมพิวเตอร์ พูดและติดต่อสื่อสารกันด้วยภาษาไซเบอร์ มันสร้างวิธีคิดและการใช้เหตุผลแบบกลไก มันเป็นระบบที่มีความเหมือนๆกัน มีแก่สมาชิกของกลุ่ม มันสามารถเพิ่มความมั่นใจ ความรู้สึกเชิงอำนาจแก่ปัจเจกที่อยู่หน้าจอ ซึ่งเขารู้สึกว่าเขาสามารถในการใช้เทคโนโลยีในการสร้างสรรค์ คิดค้น เลียนแบบและควบคุมปัจจุบัน รวมทั้งเอาชนะสิ่งหรือมิติที่มองไม่เห็นที่อยู่นอกจอได้ นี่คือจุดที่โลกของคอมพิวเตอร์ต่างจากระบบสื่อสารที่ผ่านมา มันเพิ่มพลังจิตนาการและความเป็นผู้สร้างแก่ปัจเจก ยังมีงานวิจัยที่ชี้ให้เห็นถึงการที่มีการปฏิสัมพันธ์ผ่านอาณาจักรไซเบอร์มิ ใช่เป็นไปเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจหรือบริโภคสื่อเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมให้มีความต้องการรวมกลุ่มและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีอีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามเราจะเห็นว่าระบบสื่อสารดังกล่าวมันอยู่ภายใต้การควบคุมและ แข่งขันภายในกลุ่มทุนข้ามชาติยักใหญ่เพียงไม่กี่บริษัทเท่านั้น กลุ่มบริษัทดังกล่าวผลิตสิ่งที่ที่เรียกว่า hardware ในรูปของโปรแกรมต่างๆ แต่สิ่งที่มันสร้างขึ้นโดยตัวของมันเอง อาการอย่างหนึ่งที่โลกคอมพิวเตอร์มันสร้างคือ การเสพย์ติด กับเกมส์และโปรแกรมใหม่ที่มีไม่รู้จบ มีผลทำให้ปัจเจกชนขาดความซับซ้อนของโลกข้างนอกที่เป็นจริง นอกจากนี้คอมพิวเตอร์ยังได้เปลี่ยนแปลงประสบการณ์เกี่ยวกับร่างกายของตัวเรา เอง ในด้านหนึ่ง รู้สึกเหมือนว่าร่างกายเรามีอิสระเพิ่มมากขึ้น การสร้างภาพบนจอทำให้เราบินได้ เดินจะลุกำแพง ทะลุมิติ อยู่ในที่ที่เราฝันและเราสามารถสร้างมันขึ้นมาได้ แต่ในอีกด้านหนึ่งคอมพิวเตอร์ได้ลดหรือทำลายความรู้สึกและสัมผัสแท้จริงของ ร่างกายลง มันมิได้ให้ประสบการณ์ทางกายในบริบททางกายภาพจริงๆ ความรู้สึกสัมผัสทางกายมันไม่สามารถซึมเข้ามาในกาย (internalized) แต่ได้ถูกแปรรูปให้เป็นการสัมผัสภายนอก (externalized) ผ่านจอที่มองเห็นแทน ในแง่นี้คอมพิวเตอร์ทำให้สัมผัสทางกายที่อลงและเลือนหาย แต่คอมพิวเตอร์ได้ชดเชยสิ่งนี้ด้วยการทำให้ปัจเจกชนรู้สึกถึงการมีอำนาจมาก ขึ้นเมื่อสามารถเพิ่มและควบคุม "ความเร็ว" อย่างไรก็ตามสิ่งที่คอมพิวเตอร์หยิบยื่นให้นั้นมันคือ เสรีภาพ แต่มันเป็นเสรีภาพในพื้นที่ที่เป็นนามธรรม เมื่อประสบการณ์ในเชิงพื้นที่มันเลือนหาย กลายเป็นนามธรรม พื้นฐานของมนุษย์ในฐานะประสบการณ์ยิ่งคอยๆถูกทำให้เลือนลางลงโดยผ่านกาลเวลา และเสรีภาพในคอมพิวเตอร์ดูที่ถูกหยิบยื่นให้จึงเป็นเพียงภาพลวงตา[๑๑]

๒.๒ แนวคิดด้านการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม

๒.๒.๑ ที่มาของแนวคิดการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมทั้งสองรูปแบบนี้ต่างมีปัจจัยเกื้อหนุนและอิงอาศัยกัน กล่าวคือ รูปแบบการท่องเที่ยวทางศาสนา ได้นำเอาวัฒนธรรมซึ่งเกิดขึ้นจากศาสนามาใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา และ รูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้นำเอาวัฒนธรรมซึ่งเกิดขึ้นจากศาสนามาใช้เป็นส่วนหนึ่งของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สำหรับที่มาของแนวคิดเส้นทางการท่องเทียวทางศาสนาและวัฒนธรรมได้แบ่งประเด็นศึกษาออกเป็น ๒ หัวข้อ ดังนี้ คือ ๑)

---

[๑๑] Simon Cooper, **Cases and Materials on Evidence**, Paperback – ๑ Jun ๑๙๙๔ : ๙๖ – ๙๘, <https://www.amazon.co.uk/Cases-Materials-Evidence-materials/dp/๑๘๕๔๓๑๒๗๙๐/.>

ที่มาของแนวคิดการท่องเที่ยวทางศาสนา ๒) ที่มาของแนวคิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แต่ละหัวข้อจะได้ศึกษาตามลำดับดังนี้

๒.๒.๑.๑ ที่มาของแนวคิดการท่องเที่ยวทางศาสนา

ศาสนาเป็นจัดเป็นสิ่งหนึ่งในวัฒนธรรม เนื่องจากศาสนาเป็นสิ่งที่มนุษย์คิดและจัดตั้งขึ้นมา ศาสนาที่สำคัญของโลกส่วนใหญ่มักมีองค์ประกอบร่วมที่สำคัญ ๖ ประการต่อไปนี้ คือ *(๑) ศาสดา* คือ มีผู้ให้กำเนิดตั้งศาสนาขึ้นมา (ยกเว้นศาสนาพราหมณ์-ฮินดู) เช่น พระพุทธเจ้าเป็นผู้ให้กำเนิดตั้งศาสนาพุทธ พระเยซูเป็นผู้ให้กำเนิดศาสนาคริสต์ เป็นต้น *(๒) ศาสนธรรม* คือ มีหลักธรรมของแต่ละศาสนาที่ถูกบันทึกไว้ในรูปแบบของคัมภีร์ เช่น คัมภีร์พระเวทในศาสนาพราหมณ์ฮินดู คัมภีร์พระไตรปิฎกในศาสนาพุทธ คัมภีร์ไบเบิลในศาสนาคริสต์ เป็นต้น *(๓) ศาสนบุคคล* คือ มีนักบวชในแต่ละศาสนา เช่น พราหมณ์ ในศาสนาพราหมณ์-ฮินดู พระสงฆ์ในศาสนาพุทธ บาทหลวงในศาสนาคริสต์ เป็นต้น *(๔) ศาสนสถาน* คือ อาคารสถานที่สำหรับเป็นที่อยู่ของนักบวชหรือใช้เป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมในทางศาสนา เช่น วัดหรือเทวสถาน ในศาสนาพราหมณ์-ฮินดู วัดหรือวิหาร ในศาสนาพุทธ โบสถ์ ในศาสนาคริสต์ เป็นต้น *(๕) ศาสนพิธี* คือ มีการประกอบศาสนกิจหรือพิธีกรรมตามความเชื่อของแต่ละศาสนา เช่น พิธีสังสการ พิธีศราทซ์ พิธีบูชาเทพเจ้าทั้งหลาย ในศาสนาพราหมณ์ –ฮินดู พิธีกรรมการบรรพชาและอุปสมบท พิธีกรรมเข้าพรรษาและออกพรรษา พิธีกรรมการทำบุญและเทศกาลต่าง ๆ ในพระพุทธศาสนา พิธีกรรมศีลล้างบาป ศีลบัพติศนาหรือศีลจุ่ม ศีลกำลัง ศีลมหาสนิท ศีลแก้บาป ศีลเจิมคนไข้ ศีลบวช ศีลสมรส ในศาสนาคริสต์ เป็นต้น *(๖) ศักดิ์สิทธิ์* คือ มีอำนาจเหนือธรรมชาติ ส่วนของศาสนิกชนของแต่ละศาสนามีความเชื่อว่าศาสนาที่ตนนับถือนั้นมีอำนาจบันดาลสิ่งต่าง ๆ ที่ตนต้องการหรือปรารถนาให้สำเร็จได้ดังประสงค์ เช่น การเชื่อในอำนาจศักดิ์ของพระศิวะ พระพรหม พระวิษณุ ในศาสนาพราหมณ์ –ฮินดู การเชื่อในอำนาจศักดิ์ของพระพุทธ พระธรรม พระสงฆ์ วัตถุมงคลต่าง ๆ ของผู้นับพระพุทธศาสนาบางกลุ่ม การเชื่อในอำนาจศักดิ์ของพระยะโฮวาของผู้นับถือศาสนาคริสต์ เป็นต้น

จากข้อมูลที่กล่าวมา สรุปได้ว่า ศาสนามีองค์ประกอบ กล่าวคือ ศาสดา ศาสนธรรม ศาสนบุคคล ศาสนสถาน ศาสนพิธี และ ความศักดิ์สิทธิ์ องค์ประกอบดังกล่าวทำให้เกิดศาสนสถาน ศาสนวัตถุ ศิลปวัตถุ ประเพณีและพิธีกรรมต่าง ๆ มากมาย สิ่งเหล่านี้ คือ วัฒนธรรมซึ่งเกิดขึ้นจากศาสนา ซึ่งได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตของคนแต่ละสังคมตั้งแต่เกิดจนตาย ซึ่งได้กลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาที่ปรากฏอยู่ในสังคมและอาณาบริเวณต่าง ๆ ของโลก ทำให้ผู้คนเดินทางเข้าไปท่องเที่ยว ต่อมาเมื่อมีการสร้างเส้นทางเชื่อมโยงสถานที่ต่าง ๆ เหล่านั้นจึงทำให้เกิดเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวทางศาสนาในเวลาต่อมา

๒.๒.๑.๒ ที่มาของแนวคิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ได้กล่าวมาแล้วว่า วัฒนธรรมมิได้เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติแต่เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมาซึ่งโดยทั่วไปแล้ววัฒนธรรมได้เกิดขึ้นมาจากองค์ประกอบต่าง ๆ ในทาวัฒนธรรมนั่นเอง เกี่ยวกับประเด็นนี้ สุพัตรา สุภาพ ได้นำเสนอองค์ประกอบ ของวัฒนธรรมมี ๔ ประการ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (๑) องค์วัตถุ (Instrumental and symbolic objects) คือ วัฒนธรรมวัตถุที่สามารถสัมผัสจับต้องได้และมีรูปร่าง เช่น เครื่องมือเครื่องใช้ โรงเรียน โรงงาน ภาพเขียน เครื่องจักร สถานที่มหรสพ สนามกีฬา โบสถ์ วิหาร หอดูดาว และส่วนที่ไม่มีรูปร่าง เช่น ภาษา สัญลักษณ์ในการ

ติดต่อสื่อความหมาย หลักวิชาคำนวณ (ตัวเลข) มาตรา ชั่ง ตวง วัด (๒) องค์การ (Association or Organization) หมายถึง กลุ่มที่มีการจัดอย่างเป็นระเบียบหรือมีโครงสร้างอย่างเป็นทางการ มีการวางกฎเกณฑ์ระเบียบข้อบังคับ และวัตถุประสงค์ไว้อย่างแน่นอน เป็นกลุ่มที่มีความสำคัญที่สุดในสังคมที่ซับซ้อน เช่น ครอบครัว (กลุ่มเล็กที่สุด) สหพันธ์กรรมกร ลูกเสือ สภากาชาติ วัด สหประชาชาติ (องค์การใหญ่ที่สุด) ฯลฯ โดยทั่วไปบุคคลที่มาร่วมกันเพื่อดำเนินการตามวัตถุประสงค์บางอย่าง และวัตถุประสงค์ก็อาจจะเป็นเรื่องไม่ใหญ่ไม่โตก็ได้ เช่น สมาคมนักเรียนเก่ารวมกัน เพื่อผดุงรักษาชื่อเสียงของโรงเรียนหรืออาจจะเป็นเรื่องใหญ่ ๆ เช่น รวมกันเพื่อป้องกันประเทศชาติให้พ้นภัย (๓) องค์พิธีการ (Usage) เป็นขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยอมรับกันโดยทั่วไป เช่น พิธีกรรมต่าง ๆ ตั้งแต่การเกิด หมั้น แต่งงาน บวชนาค ตาย ปลูกบ้าน ขึ้นบ้านใหม่ ฯลฯ ซึ่งศาสนาก็มีอิทธิพลอยู่บ้างไม่มากก็น้อย รวมตลอดถึงพิธีการแต่งกายและรับประทานอาหาร เช่น เวลาไปงานที่เป็นทางการของราชการ หญิงมักจะต้องแต่งชุดไทย ชายก็แต่งชุดเต็มยศ หรือการเลี้ยงดูอาการปัจจุบันในงานต่าง ๆ ก็มักจะออกมาในรูปบุพเฟ่ต์ ดินเนอร์ ขันโตก เป็นต้น โดยพิธีการเหล่านี้มีการเปลี่ยนแปลงไปบ้างตามสภาพของสังคม (๔) องค์มติ (Concepts) หมายถึง ความเข้าใจ ความเชื่อ ความคิดเห็นตลอกจนอุดมการณ์ต่าง ๆ เช่น ความเชื่อกรรมเป็นเครื่องชี้เจตนา ความเชื่อในเรื่องการมีผัวเดียวเมียเดียว (monogamy) ความเชื่อในเรื่องตายแล้วเกิดใหม่ ความเชื่อในเรื่องพระเจ้าองค์เดียว (monotheism) หรือหลายองค์ (polytheism) ตลอดจนอุดมการณ์ ทัศนคติ การยอมรับว่าสิ่งใดถูกผิด สมควรหรือไม่ ซึ่งแล้วแต่กลุ่มชนใดจะใช้เป็นมาตรฐานในการตัดสิน หรือเป็นเครื่องวัดในสภาพแวดล้อมของตน[๑๒] องค์ประกอบดังกล่าวส่วนหนึ่งได้กลายมาเป็นวัฒนธรรมซึ่งจำแนกได้เป็น ๔ ประเภท คือ วัตถุธรรม คติธรรม เนติธรรม และ สหธรรม ซึ่งได้กลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ปรากฏอยู่ในอาณาบริเวณต่าง ๆ ของโลก ทำให้ผู้คนเดินทางเข้าไปชม ต่อมาเมื่อมีการสร้างเส้นทางเชื่อมโยงสถานที่ต่าง ๆ เหล่านั้นจึงทำให้เกิดเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเวลาต่อมา

สรุปที่มาของแนวคิดการท่องเทียวทางวัฒนธรรมมีที่มาจากแนวคิดองค์ประกอบของวัฒนธรรม องค์ประกอบดังกล่าวส่วนหนึ่งได้กลายมาเป็นวัฒนธรรมซึ่งจำแนกได้เป็น ๔ ประเภท คือ *๑) วัตถุธรรม* คือ วัฒนธรรมทางวัตถุ เกี่ยวกับปัจจัยสี่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ หรือศิลปวัตถุ ๒) *คติธรรม* ได้แก่ วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับหลักการดำเนินชีวิต ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของจิตใจได้มาจากปรัชญา ศาสนา หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น *๓) เนติธรรม* ได้แก่ วัฒนธรรมทางกฎหมาย รวมทั้งระเบียบประเพณีที่คนส่วนใหญ่ปฏิบัติสืบต่อกันมาจนเป็นแบบแผนอย่างเดียวกัน เป็นที่ยอมรับนับถือของคนส่วนใหญ่ซึ่งมีการปฏิบัติสืบต่อกันเรื่อยมา *๔) สหธรรม* ได้แก่ วัฒนธรรมที่เป็นมารยาททางสังคมซึ่งใช้ติดต่อสัมพันธ์กับคนอื่น เป็นมารยาทและคุณธรรมที่ควรปฏิบัติ เช่น การเคารพต่อชาติเมื่อมีเสียงเพลงชาติ การเคารพในศาสนา การเคารพในพระมหากษัตริย์ การเคารพในบุคคล สถานที่ต่าง ๆ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ได้กลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ปรากฏอยู่ในสังคมและอาณาบริเวณต่าง ๆ ของโลก ทำให้ผู้คนเดินทางเข้าไปท่องเที่ยว ต่อมาเมื่อมีการสร้างเส้นทางเชื่อมโยงสถานที่ต่าง ๆ เหล่านั้นจึงทำให้เกิดเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเวลาต่อมา

---

[๑๒] สุพัตรา สุภาพ, **สังคมและวัฒนธรรมไทย ค่านิยม ครอบครัว ศาสนา ประเพณี**, พิมพ์ครั้งที่ ๖, (กรุงเทพมหานคร: บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, ๒๕๓๑), หน้า ๑๐๗-๑๐๘.

๒.๒.๒ ความหมายของการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม

๒.๒.๒.๑ ความหมายของการท่องเที่ยวทางศาสนา

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา ให้ความหมายการท่องเที่ยวว่า หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อาศัยอยู่ประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวและเดินทางกลับไปสถานที่อาศัยเดิม โดยการเดินทางนั้นไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพโดยตรง มีวัตถุประสงค์ เพื่อการพักผ่อนหรือหาความรู้ ครอบคลุมถึงการเดินทางเพื่อธุรกิจตราบที่ผู้เดินทางยังมิได้ตั้งหลักแหล่งถาวร และไม่ได้รับรายได้เพื่อยังชีพจากเจ้าของถิ่นปลายทางดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวมีลักษณะการเดินทางตามเงื่อนไขสากล ๓ ประการ คือ ๑) เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ๒) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และ ๓) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้[๑๓]

พิมพรรณ สุจารินพงค์ ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยว คือ การที่มนุษย์เดินทางออกจากที่พัก ไปยังสถานที่อื่น ๆ ในระยะเวลาสั้น ๆ และมีการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในระหว่างพักอาศัยชั่วคราวในสถานที่ ท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้ ๑) ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร ๒) เดินทางเพื่อไปประชุมสัมมนา ๓) เดินทางเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น การศาสนา การศึกษา เล่นกีฬา และรักษาสุขภาพ[๑๔]

วรรณา วงษ์วานิช ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวมิได้มีความหมายเพียงการเดินทางเพื่อ พักผ่อนหย่อนใจ หรือความสนุกสนานเท่านั้น แต่มีความหมายรวมถึงการเคลื่อนย้ายของประชากรจากแห่งหนึ่ง ไปสู่อีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและการเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ฉะนั้น การท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงขึ้นอยู่กับเงื่อนไข ๓ ประการ คือ ๑) เดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ๒) เดินทางด้วยความสมัครใจ ๓) เดินทางด้วยจุดหมายใด ๆ ก็ได้ที่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้[๑๕]

จากความเห็นต่าง ๆ เหล่านี้ ทำให้ดีข้อสรุปความหมายการท่องเที่ยว คือ การเดินทางของมนุษย์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งในระยะเวลาสั้น ๆ โดยขึ้นอยู่กับเงื่อนไข คือ ๑) เดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ๒) เดินทางด้วยความสมัครใจ ๓) เดินทางด้วยจุดหมายใด ๆ ก็ได้ที่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยือนญาติ การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยือนเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

---

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

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

[๑๕] วรรณา วงษ์วานิช, **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๖), หน้า ๗.

แม่ชีกาญจนา เตรียมธนาโชค ได้นำเสนอเกี่ยวกับความหมายการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาหรือเชิงศาสนาไว้ว่า หมายถึง การเดินทางโดยมีเหตุผลทางศาสนาเป็นหลัก ถือเป็นการปฏิบัติที่มีมาตั้งแต่ยุคแรก ๆ เหตุผลในการเดินทางที่แท้จริงแล้ว อาจไม่มีการท่องเที่ยวเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่ในปัจจุบันการเดินทางลักษณะนี้จะรวมกิจกรรมอื่น นอกเหนือจากกิจกรรมทางพุทธศาสนา แต่มักเป็นความเชื่อในการทำกิจกรรมทางศาสนา ซึ่งอาจรวมถึงการเดินทางไปสักการะ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือประกอบพิธีกรรม แต่นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ยังให้ความสนใจเข้าชมความงามหรือเข้าไปพักผ่อน สงบจิตสงบใจโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพสังคมที่วุ่นวายในปัจจุบันนี้

การท่องเที่ยวเชิงศาสนาครอบคลุมขยายความรวมไปถึงการท่องเที่ยวเชิงจิตใจ โดยถือว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual Tourism) กล่าวคือเป็นการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยศรัทธา เป็นการท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางอาจไปตามลำพังหรือเป็นกลุ่ม เพื่อไปนมัสการสิ่งที่เคารพในศาสนา การเดินทางเผยแพร่ศาสนาหรือเดินทางเพื่อความสบายใจ ตลอดจนการเดินทางไปยังสถานที่สำคัญทางศาสนาพุทธของพุทธศาสนิกชน มิใช่เป็นเพียงการไปเยือนเท่านั้น หากเป็นการปฏิบัติธรรมเพื่อปรับเปลี่ยนภายใน จากสิ่งที่ “ได้เห็น และเป็นสิ่งบันดาลใจให้เกิดการเรียนรู้แล้วเปลี่ยนแปลง เป็นกระบวนการภายในที่นำสู่ความตื่นตระหนักรู้ผ่านการปฏิบัติมากกว่าเพียงการได้ผ่านพบ ทุกการเดินทางท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา พึงสร้างเสริมให้ผู้เข้าร่วม ได้ค้นคุณค่าที่แท้ของสถานที่ แล้วสามารถนำมาเพื่อการขับเคลื่อนเพื่อการคลี่คลายในตน ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ของศรัทธา สู่ความเอาจริงเอาจังในการปฏิบัติธรรม ซึ่งการเดินทางในลักษณะนี้เกิดขึ้นมานับแต่ครั้งพุทธกาล

รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและจิตใจที่เกิดในปัจจุบัน จำแนกออกเป็น ๒ ลักษณะ คือ ๑) การเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนาเพื่อความสบายใจ เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่อยู่ในระดับที่ไม่ลึกซึ้งเท่ากับอีกรูปแบบหนึ่ง ผู้เดินทางท่องเที่ยวพึงพอใจเพียงแค่ได้ไปถึงได้สักการบูชาในสถานที่อันศรัทธา ในบางครั้งมีการเน้นจำนวนโดยไปให้ได้จำนวน สถานที่มาก ๆ อาจจะใช้เวลาภายใน ๑ วัน เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นถึงความสบายใจ การแก้ไขความไม่สบายใจ ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ความรื่นเริงบันเทิงในประเพณีวัฒนธรรมทางศาสนา เช่น ทัวร์ไหว้พระ ๙ วัด ทัวร์เดินทางสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งในและต่างประเทศ การแสวงบุญ ไหว้พระทำบุญ ในสถานที่ต่าง ๆ เช่น แสวงบุญเขาคิชกูฏ งานบุญบั้งไฟพญานาค งานแห่เทียนพรรษา งานชักพระ เป็นต้น *๒) การเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนาเพื่อยกระดับจิตใจ* เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่ลึกซึ้ง ไม่ฉาบฉวย มากกว่าการไปกราบไหว้บูชาเพื่อพบเห็นหรือขอพร มีความใฝ่รู้ ศึกษา แสวงหาความรู้ เกิดแง่คิด เกิดข้อธรรม เพื่อพัฒนาและยกระดับจิตใจให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไปหรือในระดับที่ลึกซึ้งมาก คือการเดินทางไปเพื่อเรียนรู้ ปฏิบัติในสถานที่ ที่ใดที่หนึ่งในระยะเวลาหนึ่ง อาจเป็นระยะเวลาช่วงสั้น ๓-๕ วัน หรือ ๗ วัน หรือยาวนานกว่านั้น เป็นการสั่งสมปัญญาทางศาสนา เพื่อทุกข์ที่ลดลง เช่นการเดินทางทัศนศึกษาเที่ยวไปในสถานที่ทางศาสนาต่าง ๆ การเดินทางไปปฏิบัติธรรมในสถานที่ต่าง ๆ[๑๖] ตามข้อมูลที่นำเสนอมานี้ทำให้ได้ข้อสรุปการท่องเทียวทางศาสนา คือ การเดินทางของมนุษย์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งในระยะเวลาสั้น ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมซึ่ง

---

[๑๖] กาญจนา เตรียมธนาโชค, **“การท่องเที่ยวสู่แดนพุทธภูมิตามหลักบุญกิริยาวัตถุ”**, รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๐, หน้า ๑๔-๑๕.

เกิดขึ้นจากศาสนา เช่น วัฒนธรรมซึ่งมีที่มาจากองค์ประกอบของแต่ละศาสนา เช่น ศาสดา ศาสนธรรม ศาสนบุคคล ศาสนสถาน ศาสนพิธี และ ความศักดิ์สิทธิ์ องค์ประกอบดังกล่าวทำให้เกิดศาสนสถาน ศาสนวัตถุ ศิลปวัตถุ รวมไปถึงประเพณีและพิธีกรรมทางศาสนาต่าง ๆ เป็นต้น เมื่อนำความหมายการท่องเที่ยวทางศาสนาไปเชื่อโยงกับความหมายเส้นทางการท่องเที่ยวซึ่งได้เคยนำเสนอไว้แล้วก่อนหน้านี้สามารถนำมาสรุปเป็นความหมายเส้นทางศาสนาได้ดังต่อไปนี้

สรุปความหมายการท่องเที่ยวทางศาสนา หมายถึง ที่สำหรับใช้สัญจรเที่ยวไปมาของมนุษย์ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจในระยะเวลาสั้น ๆ จากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง โดยเส้นทางการท่องเที่ยวทางศาสนามีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมซึ่งมีที่มาจากองค์ประกอบของศาสนา เช่น ศาสดา ศาสนธรรม ศาสนบุคคล ศาสนสถาน ศาสนพิธี และ ความศักดิ์สิทธิ์ องค์ประกอบดังกล่าวทำให้เกิดศาสนสถาน ศาสนวัตถุ ศิลปวัตถุ รวมไปถึงประเพณีและพิธีกรรมทางศาสนาต่าง ๆ ที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นด้วย เป็นต้น

๒.๒.๒.๒ ความหมายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว ได้นำเสนอความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า เป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์ อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี ในยุคปัจจุบัน การแข่งขันในตลาดโลกได้ให้ความสำคัญในการนำเอาวัฒนธรรมมาเป็นส่วนหนึ่งในตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตนจำหน่ายเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งสอดคล้องกับกระแสเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่กำลังมาแรง ผู้อ่านคงจะเริ่มมีคำถามในใจว่าแล้วการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คืออะไร การท่องเที่ยวแบบไหนที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและประเทศต่างๆในโลกมีนโยบายอย่างไรกับรูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าว ต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรป ต่างสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม มรดกทางประวัติศาสตร์ เยี่ยมชมงานสถาปัตยกรรม และสัมผัสวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในประเทศนั้น โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและแอฟริกา รวมถึงซื้อของที่ระลึกที่เป็นงานหัตถกรรมและงานฝีมือที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในประเทศนั้น การท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวเราเรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม[๑๗]

นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย ได้นำเสนอความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า คำว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กำหนดขึ้นมาอย่างชัดเจนในการประชุมสภาโบราณสถานระหว่างประเทศ (International Council on Monuments and Sites: ICOMOS) ที่เมืองออกซ์ฟอร์ดประเทศอังกฤษ ใน พ.ศ. ๒๕๑๒ ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมานักวิชาการได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้อย่างหลากหลาย อย่างไรก็ตามความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่าง ๆ ล้วนมีจุดเน้นในทำนองเดียวกันคือ “รูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับแรงดล

---

[๑๗] ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว,< http://tourism-dan๑.blogspot.com/>, July ๒๐๑๘.

ใจหรือสิ่งกระตุ้นให้เดินทางไปยังจุดหมายปลายทางเพื่อสังเกต เรียนรู้ มีประสบการร่วม และตระหนักคุณค่าวัฒนธรรมของชุมชนในจุดหมายปลายทางนั้น ซึ่งครอบคลุมถึงงานสร้างสรรค์ ประเพณีขบธรรมเนียม และกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนจุดหมายปลายทาง ทั้งนี้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนต้องเคารพเรียนรู้ และเข้าใจวัฒนธรรมของกันและกันเพื่อให้เกิดมิตรภาพและสันติภาพระหว่างชุมชนอย่างยั่งยืน”[๑๘]

จากข้อมูลที่นำเสนอไว้นี้ทำให้สรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ว่า หมายถึง การเดินทางของมนุษย์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งในระยะเวลาสั้น ๆ เพื่อชมแหล่งวัฒนธรรมทั้งที่เป็น *ด้านวัตถุธรรม* ได้แก่ วัฒนธรรมทางวัตถุ เกี่ยวกับปัจจัยสี่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ หรือศิลปวัตถุ *ด้านคติธรรม* ได้แก่ วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับหลักการดำเนินชีวิต ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของจิตใจได้มาจากปรัชญา ศาสนา หรีภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้าน*เนติธรรม* ได้แก่ วัฒนธรรมทางกฎหมาย รวมทั้งระเบียบประเพณีที่คนส่วนใหญ่ปฏิบัติสืบต่อกันมาจนเป็นแบบแผนอย่างเดียวกัน เป็นที่ยอมรับนับถือของคนส่วนใหญ่ซึ่งมีการปฏิบัติสืบต่อกันเรื่อยมา *หรือ ด้านสหธรรม* ได้แก่ วัฒนธรรมที่เป็นมารยาททางสังคมซึ่งใช้ติดต่อสัมพันธ์กับคนอื่น เป็นมารยาทและคุณธรรมที่ควรปฏิบัติ เป็นต้น เมื่อนำความหมายการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไปเชื่อโยงกับความหมายเส้นทางการท่องเที่ยวซึ่งได้นำเสนอไว้แล้วก่อนหน้านี้สามารถนำมาสรุปเป็นความหมายเส้นทางวัฒนธรรมได้ดังนี้

๒.๒.๓ หลักการสำคัญของการสร้างแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม

หลักการสำคัญเกี่ยวกับแนวคิดการสร้างแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมเป็นการสร้างที่สำหรับใช้สัญจรเที่ยวไปมาของมนุษย์เพื่อชมแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ ๕ ประการ (๕A Model) โดย เทิดชาย ช่วยบำรุง ได้นำเสนอไว้ ซึ่งคณะผู้วิจัยได้สืบค้นและนำมาสรุปไว้ดังต่อนี้ คือ ๑) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ๒) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ๓) การเข้าถึง (Accessibility) ๔) กิจกรรม (Activity) ๕) การบริการเสริมทางการท่องเที่ยว (Ancillary Services)[๑๙] แต่ละองค์ประกอบมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๒.๒.๓.๑ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) แหล่งท่องเที่ยวควรมีสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวหรือมีลักษณะชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว เช่น แหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมวิถีชีวิต โดยส่วนใหญ่การนำเสนอประวัติศาสตร์ในรูปของทรัพยากรการท่องเที่ยวจะอยู่ในรูปของโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับสิ่งเหล่านี้ คือ *(๑) สงคราม* เช่น สะพานข้ามแม่น้ำแคว ตั้งอยู่ที่ตำบลท่ามะขาม อำเภอเมืองจังหวัดกาญจนบุรี เป็นสถานที่ทางประวัติศาสตร์ เป็นสะพานที่สำคัญของเส้นทางรถไฟสายมรณะ สร้างขึ้นสมัยสงครามโลกครั้งที่ ๒ โดยกองทัพญี่ปุ่นได้เกณฑ์เชลยศึกฝ่ายสัมพันธมิตรได้แก่ ทหารอังกฤษ

---

[๑๘] นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย, **“กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม”**, บทความนำเสนอในการประชุมวิชาการระดับชาติ “มนุษยศาสตร์ในทศวรรษใหม่: พลวัตแห่งองค์ความรู้กับพหุลักษณ์ทางวัฒนธรรม” วันที่ ๑๘-๑๙ สิงหาคม ๒๕๕๔ ณ อาคารวชิรานุสรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, อ้างใน, < https://www.tci-thaijo.org/index.php/abc/article/download/๕๔๑๙๗/๔๔๙๘๗>, July ๒๐๑๘.

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

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 ซึ่งหมายถึงปราสาทนี้ได้ถูกดัดแปลงมาเป็นสถานที่ทางศาสนาพุทธในสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 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 มีชาวไทยพื้นเมืองกลุ่มหนึ่งที่เรียกตนเองว่าส่วยหรือกวยหรือกูย เป็นกลุ่มชนที่มีความรู้ความสามารถในการจับช้างป่ามาเลี้ยงไว้ใช้งานในเขตจังหวัดสุรินทร์ 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 สร้างขึ้นโดยสมเด็จพระเจ้าปราสาททอง เนื่องจากเป็นที่ประสูติของพระองค์ ใช้เป็นสถานที่ที่ทรงใช้ประทับแรม ของพระมหากษัตริย์แห่งกรุงศรีอยุธยา เป็นต้น

๒.๒.๓.๒ สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) มีสิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร สถานที่ออกกำลังกายสถานบันเทิง ห้างสรรพสินค้า ตลอดจนมีบริการให้ข่าวสารข้อมูลกับนักท่องเที่ยว บริการต่าง ๆ เหล่านี้ถือเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกสบายที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเดินทางมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นได้มากขึ้น

๒.๒.๓.๓ การเข้าถึง (Accessibility) มีเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกสบาย เนื่องการคมนาคมขนส่งที่สะดวกสบายเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการเลือกสถานที่เที่ยวของนักท่องเที่ยว เพราะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้อย่าง

สะดวก ปลอดภัย และรวดเร็ว ไม่ว่าจะเดินทางโดยเส้นทางบกด้วยรถยนต์มีสถานีขนส่งผู้โดยสารหรือรถไฟ ทางน้ำ มีเรือ มีท่าเทียบเรือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ หรือทางอากาศ มีท่าอากาศยานที่ทันสมัย มีสานการบินเข้าออกมาก ระเบียบการให้บริการเข้าออกสะดวกสบาย ไม่เป็นอุปสรรคกับการเดินทางท่องเที่ยวและมีความยืดหยุ่นมากขึ้น

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

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

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

ศุภลักษณ์ อัครางกลู (๒๕๕๑) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นการเดินทางโดยมีเหตุผลทางศาสนาเป็นหลัก ถือเป็นการปฏิบัติที่มาตั้งแต่ยุคแรกๆ ซึ่งเหตุผลในการเดินทางที่แท้จริงแล้ว อาจไม่มีการท่องเที่ยวเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่ในปัจจุบันการเดินทางลักษณะนี้จะรวมกิจกรรมอื่นนอกเหนือจากกิจกรรมทางพุทธศาสนา ซึ่งอาจรวมถึงการเดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือประกอบพิธีกรรม อย่างไรก็ดีกิจกรรมบางอย่างได้ลดความนิยมไปเนื่องจากจำนวนผู้ที่นับถือศาสนาหรือความเชื่อนั้นลดลง สถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนามิได้มีเพียงผู้ที่นับถือศาสนานั้น ที่เข้าเยี่ยมชม หากแต่นักท่องเที่ยวอื่นๆ ยังให้ความสนใจเข้าร่วมชมความงาม หรือเข้าไปพักผ่อน สงบจิต สงบใจ

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในสภาพสังคมที่วุ่นวายในปัจจุบันผู้คนนิยมสถานที่ประกอบพิธีทางศาสนาเป็นที่พึ่งพิงทางจิตใจกันมาก[๒๐]

๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว

๒.๓.๑ ความหมายของการจัดการการท่องเที่ยว

มนัส สุวรรณ และคณะ ได้ให้หลักการในการจัดการการท่องเที่ยวโดยพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายจะต้องพิจารณาระบบย่อยและองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบและความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวไปด้วย ได้แก่

๑) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว (Tourism Resource) ซึ่งประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว

๒) การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Services) อันได้แก่ การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ

๓) การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) โดยเป็นส่วนของความต้องการในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ ซึ่งหมายรวมถึงกิจกรรม รูปแบบหรือกระบวนการท่องเที่ยว

นอกจากหลักการในการจัดการท่องเที่ยวซึ่งกล่าวในเบื้องต้นแล้วแนวทางการบริหารและจัดการท่องเที่ยวยังสามารถนำมาวิเคราะห์การจัดการท่องเที่ยวได้ ประกอบไปด้วย ๑) แนวทางการบริหารและจัดการ ๒) แนวทางการจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ๓) แนวทางการบริหารและจัดการด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย ๔) แนวทางการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๕) แนวทางการให้ประชาชนกลุ่มและองค์กรอื่นๆมีส่วนร่วม[๒๑]

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา ได้ให้ความหมายของการจัดการท่องเที่ยว หมายถึง การวางแผนการท่องเที่ยวและดำเนินการให้เป็นไปตามแผนโดยมีการจัดการบริหาร งานบุคคล การอำนวยการและควบคุมอย่างเหมาะสม เพื่อให้เป็นตามแผนที่ได้วางไว้ รวมทั้งมีกรประเมินผลแผนการท่องเที่ยวด้วย[๒๒]

อารีย์ นัยพินิจ และ ฐิรชญา มณีเนตร ได้กล่าวถึง การจัดการการท่องเที่ยวที่ควรจะดำเนินการในความรับชอบของหน่วยงานที่ดูแลสถานที่ท่องเที่ยวนั้น มีอยู่ ๕ ภารกิจหลัก ดังนี้

๑) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ หน่วยงานที่รับผิดชอบในด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวควรมีบทบาทในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้สาธารณะชนได้รับรู้และทราบให้มากที่สุด

---

[๒๐] ศุภลักษณ์ อัครางกูร, **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว,** (ขอนแก่น: คลังนานาวิทยา, ๒๕๕๑), ๔๖.

[๒๑] มนัส สุวรรณ และคณะ, **โครงการศึกษาแนวทางและการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลและสภาตำบล**, (กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๔๑), หน้า ๑๖.

[๒๒] บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน,** (เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๒), หน้า ๕๔-๕๖.

๒) การสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นการสำรวจหาข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ เพื่อเป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่

๓) การปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เป็นการจัดทำแผนงานโครงการ เพื่อปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยว

๔) การบริหารแหล่งท่องเที่ยว เป็นการกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างเหมาะสม และเกิดประโยชน์สูงสุด

๕) การรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการวางระบบในการดูแลรักษาระบบปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่รับผิดชอบ[๒๓]

สรุปว่า การจัดการการท่องเที่ยว คือ การกระทำหรือปฏิบัติอย่างมีเป้าหมายเพื่อสอดคล้องกับหลักการทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสมโดยคำนึงถึงสภาพที่แท้จริงรวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ทางสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทางมาตรการ และแผนปฏิบัติการที่ดีต้องคำนึงกรอบความคิดที่กำหนดไว้

๒.๓.๒ การจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

พูนทรัพย์ สวนเมือง ตุลาพันธ์ และคณะ การจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมของภาคีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ทุกฝ่ายทั้งผู้ไปท่องเที่ยวและชุมชนที่ถูกท่องเที่ยว นอกจากนั้น การจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนยังเป็นการท่องเที่ยวในเชิงสร้างสรรค์ ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และศิลปวัฒนธรรมของชุมชน แต่เป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนที่ถูกท่องเที่ยวและผู้ที่ไปท่องเที่ยวเองในด้านต่างๆ เช่น เศรษฐกิจ สุขภาพ ความรู้ และการมีส่วนร่วมเป็นต้น[๒๔]

รำไพพรรณ แก้วสุริยะ ได้กล่าวถึง หลักการในการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ตามหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวโลก ไว้ดังนี้

๑) อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี หมายถึง มีวิธีการจัดการใช้ทรัพยากร ทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพใช้อย่างประหยัด คำนึงถึงต้นทุนด้านคุณค่าและคุณภาพของธรรมชาติและต้นทุนทางวันธรรม ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น

๒) ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นควบคู่กับการลดการก่อของเสียคือการร่วมกันวางแผนกับผู้ที่เกี่ยวข้องจัดการการใช้ทรัพยากร อย่างมีประสิทธิภาพ และจัดหาทรัพยากรอื่นที่มีคุณสมบัติ มีคุณภาพเหมือนกัน หรือใช้ทดแทนกันได้ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่หายาก

---

[๒๓] อารีย์ นัยพินิจ และฐิรชญา มณีเนตร, **“การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวหมู่บ้านบุไทรโฮมสเตย์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา”, รายงานการวิจัย,** คณะวิทยาการจัดการ (ขอนแก่น: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ๒๕๔๕), หน้า ๗๐.

[๒๔] พูนทรัพย์ สวนเมือง ตุลาพันธ์ และคณะ**, “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์และร้อยเอ็ด”,** รายงานการวิจัย, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๔๔), หน้า ๗๐.

๓) รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม คือ ต้องมีการวางแผนขยายฐานการท่องเที่ยว โดยรักษาและส่งเสริมให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการเพิ่มคุณค่าและมาตรฐานการบริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวในสถานที่นั้นนานขึ้นหรือกลับไปเที่ยวซ้ำอีก

๔) ประสานแผนการท่องเที่ยว คือ การประสานแผนการพัฒนากับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (องค์การบริหารส่วนตำบลหรือ เทศบาล) แผนพัฒนาของสำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาของกระทรวง ทบวง กรม ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อให้การทำงานในสถานที่ท่องเที่ยวมีศักยภาพ

๕) นำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น คือ การประสานงานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นโดยสรรหาความโดดเด่นของทรัพยากรในท้องถิ่น นำไปประชาสัมพันธ์เพื่อให้ท้องถิ่น โดยสรรหาความโดดเด่นของทรัพยากรในท้องถิ่น นำไปประชาสัมพันธ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเที่ยวเป็นการสร้างรายได้กระจายสู่ประชากรที่ประกอบการในท้องถิ่น

๖) การมีส่วนร่วมการสร้างเครือข่ายพัฒนาการการท่องเที่ยวกับท่องเที่ยว คือ มีส่วนร่วมทำงานกับท้องถิ่นแบบองค์รวม โดยเข้าเป็นหน่วยงานร่วมจัด ร่วมวิเคราะห์หรือร่วมแก้ปัญหาร่วมส่งเสริมการขยาย การท่องเที่ยว ร่วมประเมินผลการท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนั้นต้องประสานเครือข่ายระหว่างองค์กรและท้องถิ่น เพื่อยกระดับคุณภาพของการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

๗) จัดประชุมและปรึกษาหารือกับผู้ที่เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน คือ ต้องมีการประสานกับพหุภาคี เพื่อร่วมประชุมปรึกษาหารือในการเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยว การประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและด้านกาตลาดเพื่อร่วมปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน

๘) การพัฒนาบุคลากร คือ การให้ความรู้ การฝึกอบรม การส่งพนักงานดูงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีความรู้ มีแนวคิด และวิธีการปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เป็นการพัฒนาบุคลากรในองค์กร และช่วยยกระดับมาตรฐานการบริหารการท่องเที่ยว

๙) การจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว คือ มรการจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวและการบริการการให้พร้อม มีเพียงพอต่อการเผยแพร่ซึ่งอาจจัดทำในรูปสื่อทัศนูปกรณ์รูปแบบต่างๆ

๑๐) ประเมินผล ตรวจสอบ และวิจัย คือ การช่วยแก้ปัญหาและเพิ่มคุณค่า รวมถึงคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว การลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยว ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ต้องมีการ

ประเมินผล การตรวจสอบผลกระทบ และการศึกษาวิจัย เพื่อนำมาปรับปรุงและแก้ไขการจัดการก่อให้เกิดการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ[๒๕]

สรุปได้ว่า การจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน หมายถึง การดำเนินกิจกรรมอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการแนวคิด และทฤษฎีที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆของสังคมและสภาพแวดล้อม และ การจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน คือ การบริหารการจัดการการท่องเที่ยวให้พัฒนาในทุกๆด้านอย่างรอบคอบ ระมัดระวัง เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจสังคม และความงดงามทางสุนทรียภาพ มีการจัดการทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมที่ชาญฉลาด เกิดประโยชน์อย่างสูงสุดและยาวนาน หลักการในการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนตามหลักการของการพัฒนา การท่องเที่ยวโลก ได้แก่ อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ลดการบริโภค และใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นควบคู่กับการลดการก่อของเสีย รักษาและส่งเสริม ความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม ประสานแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่นจัดประชุมและปรึกษาหารือกับผู้เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน การพัฒนาบุคลากร การจัดเตรียมข้อมูลบริการข่าวสารการท่องเที่ยว และประเมินผล ตรวจสอบละวิจัย เพื่อทราบผลของการบริการนำมาปรับปรุงและแก้ไขการจัดการเพื่อก่อให้เกิดการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ

๒.๓.๓ ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว

ความสำคัญของอุปสงค์การท่องเที่ยว อุปสงค์การท่องเที่ยวเป็นตัวผลักดันสำคัญที่ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าทั่วไป และสินค้าการท่องเที่ยวอย่างอื่นๆ โดยเฉพาะธุรกิจย่อยที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว สายการบิน ช่วยเพิ่มการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆเพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวมากขึ้น

ความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่นโดยเฉพาะในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคต่างๆ จะเป็นสิ่งจูงใจให้นักลงทุนสนใจมาลงทุนทางธุรกิจมากขึ้น ทั้งประชาชนและนักลงทุนต่างก็พยายามให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวมากขึ้นเพื่อผลทางด้านรายได้และรายได้จากการท่องเที่ยว ก็สามารถกระจายรายได้ไปสู่ผู้ประกอบอาชีพในธุรกิจย่อยในลักษณะทวีคูณ (Multiplier Effect) อันก่อให้เกิดการเพิ่มรายได้และนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆนักการตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องใช้กิจกรรมการตลาดเป็นเครื่องมือในการผลักดันให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากขึ้น พยายามให้อุปสงค์การท่องเที่ยวคงที่ หรือเพิ่มขึ้น ดังนั้นกิจกรรมการตลาดจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกันที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพมีหลายประการ ตลอดจนมีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ปริมาณการขยายตัวของธุรกิจย่อยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการ

---

[๒๕] รำไพพรรณ แก้วสุริยะ, **หลักการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน,** ๒๕๔๗, (ออนไลน์), <http://lib.ac.th./Article/ tourism/๐๐๐๗.pdf.>, ๒๐ มิถุนายน ๒๕๖๐.

ซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จะเป็นทั้งปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้หรือควบคุมได้ยาก ซึ่งประกอบธุรกิจสามารถจะคาดการณ์ได้ว่าจะเกิดอะไรขึ้นกับตลาดการท่องเที่ยวบ้าง และสามารถเตรียมกิจกรรมทางการตลาดเพื่อแก้ไขสถานการณ์ต่างๆที่อาจเปลี่ยนแปลงไป ปัจจัยที่สำคัญมีดังนี้

๑) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factors) สภาพเศรษฐกิจของท้องถิ่นและประเทศ มีผลกระทบต่อการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมาก เป็นปัจจัยสำคัญที่ให้ระดับอุปสงค์แตกต่างกัน ประเทศที่มีเศรษฐกิจดีย่อมเอื้ออำนวยให้คนเดินทางมากขึ้นเพื่อไปเจรจาติดต่อธุรกิจไปประชุม ไปศึกษาหาความรู้ หรือไปพักผ่อน ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกระทำได้ในปริมาณสูงตามอำนาจการซื้อ (Purchasing Power) แต่ประเทศที่กำลังพัฒนาหรือการพัฒนาเศรษฐกิจยังไม่ดีนัก จะทำให้นักท่องเที่ยวมีอำนาจการซื้อต่ำ และไม่ใช่เป้าหมายหลักทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว การดึงดูดลูกค้าเป้าหมายหลัก ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องพัฒนารูปแบบของการบริการ ละพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมาะสมกับสภาพและบานะของกลุ่มลูกค้าที่มีเศรษฐกิจดี และมีอำนาจการซื้อสูง จะเห็นได้จากการพัฒนาสินค้าและบริการของธุรกิจโรงแรมมีความแตกต่างกันทางด้านการแข่งขันสูงมาก อัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate) ที่เพิ่มขึ้นแสดงว่ากิจกรรมทางการตลาดประสบความสำเร็จ สามารถทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นได้ตัวอย่างข้างล่างนี้ เป็นกลุ่มประเทศพัฒนาที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและเป็นผู้ที่ “ให้” การท่องเที่ยวและกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งเป็นผู้ “รับ” การท่องเที่ยว

๒) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factors) ลักษณะของประชากรได้แก่ ขนาดและองค์ประกอบของครอบครัว อายุ เพศ การศึกษา ประสบการณ์ ระดับรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ สัญชาติ ซึ่งโดยรวมแล้วจะมีผลต่อรูปแบบของอุปสงค์และปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเทศที่พัฒนาแล้วครอบครัวขนาดเล็ก มีบุตรน้อย ต้องทำงานทั้งสามีภรรยา มีปัญหาการหย่าร้าง มีรายได้พอจะเดินทางท่องเที่ยว และมีพันธะน้อยลง ประเทศที่กำลังพัฒนาเริ่มมีลักษณะครอบครัวแบบนี้ ผู้ประกอบธุรกิจควรปรับปรุงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับลักษณะต่างๆ ของประชากรเช่น กลุ่มคนอายุเกิน ๕๕ ปี หรือเกษียณอายุแล้ว กลุ่มนี้มีความพร้อมทั้งทางด้านการเงิน เวลาและสุขภาพที่แข็งแรง แต่ไม่ต้องการเดินทางแบบสมบุกสมบัน การนำเที่ยวแบบพักผ่อนและรักษาสุขภาพจึงเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับลักษณะผู้ซื้อในวัยนี้มาก นอกจากนี้ในส่วนของประเทศไทยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่ ความสวยงามตามธรรมชาติ ความเป็นมิตรของประชาชน ความปลอดภัย วัฒนธรรมประเพณี คุณภาพของที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการที่เอาใจใส่ องค์กรสหประชาชาติได้ประมาณว่า ราวปี ค.ศ. ๒๐๒๕ สัดส่วนประชากรผู้สูงอายุของโลกจะมีประมาณร้อยละ ๑๙ ของประชากรทั้งหมด หรือคิดเป็นจำนวนราว ๑.๖ พันล้านคน นอกจากการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจะแตกต่างกันเนื่องจากอายุแล้วการศึกษาก็ทำให้เพิ่มปริมาณอุปสงค์ด้วย จะเห็นได้ว่า มีการจัดรายการนำเที่ยวเพื่อไปศึกษาดูงานต่างประเทศ (Study Tour) ให้แก่เยาวชนและการจัดนำเที่ยวแบบความสนใจพิเศษ (Special Travel) เพิ่มมากขึ้นทุกปี

๓) ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic Factors) ลักษณะภูมิศาสตร์ของประเทศผู้ซื้อมีผลกระทบทำให้อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติแตกต่างกัน และเป็นสิ่งที่กำหนดปะเภทของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่ผู้ซื้อต้องการไป เช่น นักท่องเที่ยวที่มากจากประเทศที่แวดล้อมด้วยทะเลย่อมต้องการไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเทศภูเขา เมืองนักท่องเที่ยวจากประเทศที่มีอากาศหนาว เช่น ชาวสแกนดิเนเวีย นิยมไปพักผ่อนในประเทศที่มีอากาศอบอุ่นหรือชายทะเล เช่น นิยมไปแถบทะเลเมดิเตอร์เรเนียน นอกจากลักษณะทางภูมประเทศ และภูมิอากาศจะทำให้รูปแบบอุปสงค์ต่างกันแล้ว ผู้พักอาศัยในเมืองใหญ่มักนิยมเดินทางแบบเช้าไป เย็นกลับ (DayVisit) มากกว่าคนในชุมชนเล็กๆ ผู้ประกอบธุรกิจจัดนำเที่ยว และโรงแรมควรพิจารณาลักษณะทางภูมิศาสตร์ของลูกค้าด้วยว่าส่วนใหญ่มากจากประเทศใดและจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวใดจะจูงใจลูกค้าได้มาก เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการและส่งเสริมการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

๔) ปัจจัยทางวัฒนธรรมสังคม (Socio – Cultural Factors) ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมจะหล่อหลอมความคิด รสนิยม และทัศนคติมรการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สังคมตะวันตกมีลักษณะเปิดเผยจะเปิดโอกาสให้ผู้หญิงชาวตะวันตกเดินทางท่องเที่ยวได้บ่อยและไกลมากว่าผู้หญิงชาเอเชีย และตะวันออกกลาง ซึ่งไม่นิยมเดินทางโยลำพัง หรือท่องเที่ยวแบบผจญภัยมากเกินไป การท่องเที่ยวแบบผจญภัยจึงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยววัยหนุ่มสาวชาวตะวันตก นอกจากนี้คือค่านิยมของการมีบ้านพักหลังที่สอง (secondary Residence) เพื่อพักผ่อนในชนบทหรือชายทะเลถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นและมีคุณค่าต่อชีวิต ส่วนประเทศในแถบเอเชียที่เจริญพัฒนาไปมาก เช่น ประเทศญี่ปุ่น หญิงสาวโสดชาวญี่ปุ่น และอยู่ในวัยทำงาน (Office Lady) จะมีรสนิยมในการท่องเที่ยวแบบหรูหรา สะดวกสบาย นับเป็นลูกค้าเป้าหมายสำคัญอีกกลุ่มหนึ่งนอกเหนือไปจากคู่ฮันนีมูน (Honeymooners) ซึ่งนิยมเดินทางไปพักผ่อนต่างประเทศหลังจากการแต่งงานมาก สรุปได้ว่าทัศนคติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งสามารถกำหนดรสนิยม ค่านิยม ปริมาณ ระดับและรูปแบบของการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้

๕) ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย (Political and Regulatory Factors) การเปลี่ยนแปลงทางด้านการเมืองและระเบียบกฎเกณฑ์ต่างๆของประเทศอาจทำให้การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงและ/หรืออาจทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน เนื่องจากมีความรู้สึกปลอดภัยหรือไม่ปลอดภัยในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ เช่น เกิดภาวะสงคราม การปฏิวัติการเปลี่ยนแปลงการปกครอง ถ้านักท่องเที่ยวหวั่นเกรงเรื่องความปลอดภัย อุปสงค์จะลดลง มีผลต่อการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น สายการบินต้องระงับเส้นทางบินชั่วคราว อัตราการเข้าพักโรงแรมลดลงจนอาจต้องปลดพนักงาน การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Inbound Tours) ลดลงแม้แต่ตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศเองก็หยุดชะงัก การฟื้นตัวต้องใช้เวลาพอสมควร สำนักงานการท่องเที่ยวของประเทศ (National tourist Office) จำเป็นต้องรีบประชาสัมพันธ์เพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์ธุรกิจภาคเอกชนต้องเร่งการส่งเสริมการตลาดและการขายนอกจากนี้ประเทศที่มีกฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวย่อมสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้ว่า จะได้รับการบริการที่มาตรฐาน ไม่ถูกหลอกหลวงและได้รับสิทธิการคุ้มครองการบริโภคด้วย เช่น ประเทศไทยมี พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและ

มัคคุเทศก์ พ.ศ.๒๕๓๕ นักท่องเที่ยวสามารถร้องเรียนขอให้ชดใช้ได้ถ้าไม่ได้รับการบริการตามข้อตกลง ที่ธุรกิจนำเที่ยวได้ให้ไว้กฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจึงมีส่วนสำคัญในการเพิ่มหรือลดอุปสงค์ และกฎหมายอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน เช่น พ.ร.บ. เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะช่วยรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวไว้ได้นานที่สุด ให้นักท่องเที่ยวชื่นชมและอยากจะกลับมาเยือนอีก

๖) ปัจจัยทางสื่อสารมวลชน (Mass Media Communication Factors) ข้อมูลข่าวสารทุกชนิดจากสื่อมวลชนสามารถสร้างความเชื่อถือ มั่นใจ หรือไม่หมั่นใจ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ช่วยสร้างความรู้จัก คุ้นเคย การต่อต้าน หรืออยากรู้อยากเห็นมากขึ้น และช่วยในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทั้งนี้ข่าวสารทางลบ เช่น ปัญหาการเรื่อง การต่อสู้ระหว่างชนชาติ โรคระบาด ความไม่ปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวเป็นผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยว ปัญหาภาพลักษณ์ทางลบของไทย เช่น ปัญหาโสเภณีเด็ก โรคเอดส์ การจราจร ทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนใจ เบี่ยงเบนการซื้อรายการนำเที่ยวไปยังประเทศอื่นที่มีลักษณะภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมใกล้เคียงกับประเทศไทยแทน สื่อมวลชนที่ดีและมีประสิทธิภาพมากที่สุด คือ โทรทัศน์ และกิจกรรมเวลาว่างที่คนในสังคมปัจจุบันทำมากที่สุด คือ การดูโทรทัศน์ การส่งเสริมและการโฆษณาธุรกิจการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวทางสื่อโทรทัศน์ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดอุปสงค์ที่หลากหมายและช่วยให้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเร็วขึ้น

๗) ปัจจัยทางการเปรียบเทียบราคา (Comparative Prices) การเปรียบเทียบการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวมีอุปสงค์แตกต่างกัน โดยการเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์กับบริษัทที่เป็นคู่แข่ง หรือกับราคาปีก่อนหน้านี้ ราคาจะแสดงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ประกอบกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมที่กล่าวก่อนหน้านี้แล้วทำให้อุปสงค์แตกต่างไปจากเดิม ราคาการท่องเที่ยวของประเทศต้นทางและปลายทางที่จะไปก็มีผลกระทบต่ออุปสงค์ ถ้าแตกต่างกันมากนักท่องเที่ยวที่มีอำนาจการซื้อสูงจึงจะสามารถไปได้ และถ้าราคาการท่องเที่ยวที่จุดหมายปลายทางไม่แพงมากนักก็จะดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาได้ในระยะเริ่มแรก เมื่อมีความนิยมชมชอบก็ราคาการท่องเที่ยวของไทยมีราคาถูกสามารถที่จะเป็นคู่แข่งทางการตลาดการท่องเที่ยวได้

๘) ปัจจัยทางการเคลื่อนย้ายส่วนบุคคล (Personal Mobility Factors) การเดินทางส่วนตัวโดยเฉพาะทางรถยนต์ช่วยให้การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) และเดินทางไปยังประเทศที่มีพรมแดนติดต่อกันเจริญเติบโตมาก เช่น การเดินทางท่องเที่ยวของชาวยุโรป การเดินทางแบบส่วนตัว (Free Individual Traveler) มีเป็นจำนวนมากในช่วงวันหยุดพักผ่อนหรือสุดสัปดาห์ เนื่องจากถนนหนทางเชื่อมติดต่อกันโดยตลอด ประมาณได้ว่าประชากรทุกๆ๑,๐๐๐ คนในประเทศสหรัฐอเมริกามีรถยนต์ส่วนตัว ๖๐๐ คน ในเยอรมนีตะวันตก (ปี ๑๙๙๐) มีรถยนต์ส่วนตัว ๕๐๐ คัน ในประเทศอังกฤษและประเทศในยุโรปอื่นๆมีรถยนต์ส่วนตัว ๔๐๐ คน การเดินทางส่วนตัวเป็นอุปสงค์ที่แตกต่างกันมาก ก่อให้เกิดธุรกิจที่พักแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และธุรกิจ อำนวยความสะดวกต่างๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกัน มีราคาหลากหลายตามอุปสงค์ของลูกค้า นอกจากนี้การมีรถยนต์ส่วนตัวจะทำให้เกิดเสรีภาพในการเดินทางทั้งในเรื่องการ

เตรียมการ เวลาและสถานที่ มีการวางแผนการเดินทางให้เหมาะสมกับสภาวะส่วนตัวมากขึ้น และอาจจะทำให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ เช่น จากการหยุดพักผ่อนนานๆ ในช่วงฤดูร้อนมาเป็นท่องเที่ยวในวันหยุดสั้นๆทำให้มีโอกาสเดินทางได้บ่อยขึ้น หรือ เดินทางแบบเช้าไปเย็นกลับ (Excursion or Day Visit) แทน

๙) ปัจจัยทางเทคโนโลยีการสื่อสารและคมนาคมขนส่ง (Technology of Communication and Transportation) เทคโนโลยีการสื่อสารและการคมนาคมขนส่งสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการจองและการออกบัตรโดยสารโดยผ่านระบบคอมพิวเตอร์ (CRS) ลูกค้าได้รับความชัดเจน และรวดเร็วในการซื้อ นอกจากนี้คือการใช้คอมพิวเตอร์ในธุรกิจโรงแรม เช่น การเข้าพัก (Check In) การคืนห้องพัก (Check Out) การเก็บเงินค่าที่พัก การมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยย่อมแสดงถึงการบริการของธุรกิจใดที่รับความสะดวกสบายมากที่สุด[๒๖]

๒.๔ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

๒.๔.๑ ความหมายของการพัฒนา

นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงความหมายของ “การพัฒนา (Development)” ไว้ดังนี้

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ ได้ให้ความหมายของการพัฒนาว่า หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่มีการกำหนดทิศทาง (Directed change) หรือวางแผนเอาไว้ล่วงหน้า (Planned change) ซึ่งทิศทางที่กำหนดขึ้นจะต้องเป็นการกระทำเชิงบวกที่กลุ่มหรือชุมชนสร้างขึ้น จึงกล่าวได้ว่า การพัฒนาเป็นการเปลี่ยนแปลงที่พึงปรารถนา (Desired change)[๒๗]

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ ได้กล่าวว่า การพัฒนา หมายถึง ความเจริญงอกงาม การเติบโตในแง่ของแนวความคิด แนวทางหรือวิธีการต่างๆมีหลักการพื้นฐานที่จะทำให้บุคคลที่จะทำให้บุคคลหรือประชาชนทั่วไปของสังคมมีความงอกงามทางสติปัญญา ตลอดจนสามารถทำงาน หรือดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุข มีขีดความสามารถในการเพิ่มผลผลิต รายได้และยกระดับความเป็นอยู่ของตนให้ดีขึ้น โดยการพัฒนาจะสัมฤทธิ์ผลได้ก็ต่อเมื่อปัจเจกบุคคลมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาอย่างแท้จริง[๒๘]

ดิเรก ฤกษ์หร่าย ได้กล่าวว่าการพัฒนามีลักษณะเป็นกระบวนการในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของบุคคล ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมที่มุ่งให้เกิดความเสมอภาค สามารถสร้างให้เกิดการ

---

[๒๖] รำไพพรรณ แก้วสุริยะ, **หลักการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน,** (ออนไลน์), <http://lib.ac.th./Article/tourism/๐๐๐๗.pdf.>, ๒๐ มิถุนายน ๒๕๖๐.

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

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

กระจายทางเศรษฐกิจลัสังคมอย่างทั่วถึง ทั้งรายได้ของคนในชุมชนและการบริการต่างๆที่รัฐพึ่งให้แก่ประชาชน ทำให้มีช่องว่างระหว่างชุมชนในชนบทและในเมืองให้น้อยที่สุด[๒๙]

สานิตย์ บุญชู กล่าวว่า การพัฒนาคือสิ่งที่มีผลกระทบต่อปัจเจกบุคคลไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง ไม่ใช่เป็นเพียงสิ่งที่ปัจเจกชนแต่ละคนต้องการที่จะยกระดับของตัวเองให้ดีขึ้นเท่านั้น แต่เป้าหมายสูงสุดของการพัฒนาคือ การยกระดับคุณภาพชีวิตของทุกคนในสังคมให้มีมาตราฐานสูงที่ขึ้น ดังนั้นควรมุ่งเน้นให้การพัฒนาบรรลุไปสู่เป้าหมาย ในทิศทางที่เกิดประโยชน์กับคนส่วนใหญ่และการพัฒนาที่ควรนำไปใช้กับกลุ่มหรือชุมชนนั้น[๓๐]

การพัฒนาในบริบทที่เกี่ยวข้องกับชุมชน จึงเป็นการเปลี่ยนแปลงสภาพเหตุการณ์ต่างๆให้ชุมชนดีขึ้น ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมโดยมีการกำหนดทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจนและแน่นอน รวมทั้งกำหนดอัตราการเปลี่ยนแปลง (Rate of chang) ที่ชุมชนต้องการ[๓๑]

ดังนั้นหลักการสำคัญของการพัฒนาแบบยั่งยืนนั้นควรมองจากมิติทางสังคม ๔ ประการคือ ๑) คงความหลากหลายทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ๒) การตัดสินใจใดๆ ของชุมชนและการจัดองค์กรทางสังคมต้องสอดคล้องกับหลักการนิเวศวิทยาท้องถิ่นเพื่อความยั่งยืนของสถาบันทางสังคม ๓) การพัฒนาควรเริ่มต้นจากระดับล่างของชุมชนท้องถิ่น โดยชุมชนควรได้รับสิทธิในการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและควบคุมทรัพยากรของตนเอง ๔) การพัฒนาเป็นไปเพื่อความยุติธรรมทางสังคม ซึ่งหมายถึงความมั่นคงของการดำรงชีวิต ต้องครอบคลุมกลุ่มชนผู้ยากไร้ในปัจจุบันและอนุชนรุ่นหลัง[๓๒]

๒.๔.๒ หลักการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว

อุทิศ ขาวเธียร ได้กล่าวว่า การวางแผนเป็นการคิดล่วงหน้าเพื่อกำหนดแนวทางในการจัดการสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งรวมกันในลักษณะของระบบรวม โดยมีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน มีการศึกษาวิเคราะห์ถึงผลดีและผลเสียทั้งทางตรงและทางอ้อมของแนวทางในการดำเนินงานแต่ละด้าน ในขณะเดียวกันก็มีการกำหนดวิธีการในการติดตาม ควบคุม และประเมินผลแนวปฏิบัติดังกล่าวให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ เช่น จุดมุ่งหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือการจัดให้มีแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศในพื้นที่ที่ได้รับการจัดการอย่างมีความรับผิดชอบในการอนุรักษ์

---

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

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

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

[๓๒] นำชัย ทนุผล, **"การพัฒนาธุรกิจการทองเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนบานโป้ง ตำบลปาไผ อำเภอสันทราย",** รายงานการวิจัย, บริหารรธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย, (เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแมโจ, ๒๕๔๓), หน้า ๘๐-๘๒.

ฟื้นฟูและรักษาระบบนิเวศที่ยั่งยืนโดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ (carrying capacity) ของพื้นที่ เป็นต้น[๓๓]

นำชัย ทนุผล ได้ให้ความเห็นว่าการวางแผนเป็นงานในลักษณะสหวิทยาการ (multi-disciplinary) ที่อาศัยผู้เชี่ยวชาญหลายสาขาหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนานั้นๆร่วมกันศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลรวมทั้งระดมสมองในการกำหนดแนวทางปฏิบัติ ทั้งในแง่การกำหนดเป้าหมายรวม (common goal) และแนวทางดำเนินการไปสู่เป้าหมาย การวางแผนเป็นงานที่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของคนทุก ๆ กลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) จากการนำเอาแนวทางที่กำหนดขึ้นไปปฏิบัติจริง หากเป้าหมายและแนวทางทุกส่วนเกิดจากการระดมสมอง โอกาสที่แผนงานจะได้รับการยอมรับจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องก็เป็นไปได้มาก ปัญหาในแง่ของการแปลงแผนไปสู่การปฏิบัติก็น่าจะน้อยลง[๓๔]

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา ได้กล่าวถึงการวางแผนว่าเป็นการพิจารณาและกำหนดแนวทางปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายที่ปรารถนา แนวทางในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวควรมีการปฏิบัติตามขั้นตอนดังนี้

๑) การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวต้องมีการวางแผนในลักษณะของแผนรวมมากขึ้นคือต้องมีความรับผิดชอบต่อความต้องการด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นจึงต้องให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

๒) การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวควรทีจะมีการปรึกษาแบบประชาธิปไตยมากขึ้นคือการวางแผนควรที่จะมาจากความคิดของหลายๆ คน ซึ่งแต่ละคนอาจมีแนวคิดไม่เหมือนกันจึงต้องนำข้อแตกต่างของแนวคิดเหล่านี้มาก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการวางแผนพัฒนา

๓) การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวควรกำหนดรูปแบบให้นักท่องเที่ยวเข้าสมาท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ คือ การวางแผนไม่ควรชักนำนักท่องเที่ยวทั้งหมดให้เข้ามาให้เดินทางในช่วงเวลาเดียวกันควรกระจายไปในช่วงเวลาต่างๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อมิให้เกิดความแออัดเกินขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

๔) การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวต้องสามารถวัดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมได้ คือการวางแผนจะต้องป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจึงต้องมีการทบทวนผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งโครงการเล็กและโครงการใหญ่

๕) การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวต้องสามารถวัดผลกระทบทางเศรษฐกิจได้ คือการวางแผนพัฒนาย่อมต้องการผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ โดยต้องเป็นตัวจัดสรรผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจไปสู่ชุมชนท้องถิ่นอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม

---

[๓๓] อุทิศ ขาวเธียร, **การวางแผนกลยุทธ์**, พิมพ์ครั้งที่ ๓, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๙), หน้า ๗๓.

[๓๔] นำชัย ทนุผล, **"แนวคิดและวิธกีารจัดการทองเที่ยวเชิงนิเวศ",** เอกสารประกอบการสอนคณะธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ, (เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ, ๒๕๔๕), หน้า ๑๐๖.

๖) การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวต้องสามารถกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว คือการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องไม่ก่อผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม จึงต้องกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เกอดความสมดุลของสิ่งแวดล้อมซึ่งความสมดุลเป็นข้อจำกัดของการพัฒนา[๓๕]

นำชัย ทนุผล ได้กล่าวว่า นักวางแผนส่วนใหญ่จัดระดับของการวางแผนออกเป็น ๓ ระดับ คือ การจัดระดับโดยอาศัยการมองพื้นที่เป็นหลัก (area approach) หรือการมองจากวัตถุประสงค์เป็นหลัก (objective approach) สำหรับการจัดระดับของแผนจากการพิจารณาพื้นที่เป็นหลักสามารถจำแนกได้เป็นแผนภูมิภาค แผนระดับพื้นที่ และแผนระดับบริเวณ ในขณะที่การจัดระดับของการวางแผนจากการพิจารณาวัตถุประสงค์สามารถจำแนกได้เป็นแผนนโยบาย แผนการจัดการพื้นที่ และแผนโครงการ ทั้งนี้การจัดระดับของลักษณะการพิจารณาหลักการจำแนกทั้งสองลักษณะต่างมีระดับของรายละเอียดและเนื้อหาที่ใกล้เคียงกัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๑) แผนนโยบายและแผนระดับภูมิภาคคือกรอบและทิศทางในการดำเนินงานในลักษณะกว้างๆ ซึ่งมักมีหลายวัตถุประสงค์หรือหลายแผนงาน (programs) รวมกัน ซึ่งมักเป็นลักษณะนามธรรม แผนนโยบายนี้ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือหรือหางเสือให้แก่ผู้บริหารระดับสูงในการตัดสินใจดำเนินงานด้านต่าง ๆ

๒) แผนการจัดการพื้นที่และแผนระดับพื้นที่เป็นแผนที่จัดทำขึ้นโดยการเอานโยบายมาประยุกต์เข้ากับเงื่อนไขเฉพาะของพื้นที่เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ของการจัดการและแนวทางการจัดการที่สอดคล้องกับนโยบายและเงื่อนไขเฉพาะของพื้นที่แผนในระดับนี้จะประกอบไปด้วยแผนงานย่อยๆ หลายแผนงาน ส่วนจำนวนและสาระของแผนงานนี้จะขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะพื้นที่ความซับซ้อนของปัญหาในการจัดการตลอดจนข้อจำกัดในการบริหารงานของแต่ล่ะพื้นที่ แผนการจัดการพื้นที่และแผนระดับพื้นที่จะทำหน้าที่เป็นเครื่องมือกำหนดทิศทางการดำเนินงาน และระดับความสำคัญของการดำเนินงานในแต่ละส่วนให้กับผู้บริหารระดับกลางหรือผู้จัดการที่ทำหน้าที่บริหารจัดการในพื้นที่ได้ยึดถือปฏิบัติ

๓) แผนโครงการและแผนระดับบริเวณ สำหรับแผนโครงการและแผนระดับบริเวณกลับมีรายละเอียดของเนื้อหาและวิธีการปฏิบัติเพื่อให้ได้มาซึ่งแผนที่แตกต่างกัน โดยแผนโครงการเป็นแผนที่จัดทำขึ้นโดยนำเอาโครงการและ/หรือกิจกรรมที่เสนอแนะไว้ภายใต้แผนงานต่าง ๆ ในแผนการจัดการระดับพื้นที่มาจัดทำรายละเอียดเพื่อขออนุมัติงบประมาณมาดำเนินการ และกำหนดผู้รับผิดชอบโครงการ การวางแผนระดับบริเวณจึงเป็นงานออกแบบที่อาศัยผู้ชำนาญการเฉพาะด้าน เช่น ภูมิสถาปนิก สถาปนิก และวิศวกรโยธามาวิเคราะห์พื้นที่วิเคราะห์ผู้ใช้ประโยชน์เพื่อกำหนดโปรแกรมในการพัฒนา จากนั้นจึงออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวก จัดวางระบบสาธารณูปโภคระบบทางสัญจร การออกแบบและตกแต่งภูมิทัศน์ เมื่อได้รับการอนุมัติจึงจัดทำแผนโครงการพัฒนาพื้นที่ตามแผนระดับบริเวณเพื่อขออนุมัติงบประมาณมาดำเนินงานพัฒนาต่อไป[๓๖]

---

[๓๕] บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๘), หน้า ๖๘.

[๓๖] นำชัย ทนุผล, **“แนวคิดและวิธกีารจัดการทองเที่ยวเชิงนิเวศ”,** เอกสารประกอบการสอนคณะธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้, หน้า ๑๓๑-๑๓๕.

พลอยศรี โปราณานนท์ ได้กล่าวไว้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยปราศจากการวางแผนที่รอบคอบและรัดกุมมักจะก่อให้เกิดปัญหาที่มีผลกระทบต่อสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวได้ซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหาในหลาย ๆ ด้าน เช่น นำความเสียหายและความเสื่อมโทรมมาสู่ชุมชนแหล่งท่องเที่ยว และอาจนำมาซึ่งความไม่พอใจของนักท่องเที่ยวอันจะส่งผลต่อการตลาดการท่องเที่ยวรวมถึงทำให้เศรษฐกิจลดต่ำลง ดังนั้นการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในทุกระดับจึงมีความสำคัญที่จะนำไปสู่ผลสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยว ความสำคัญสำหรับการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาอย่างผสมผสานกับทุกส่วนในระบบทั้งปัจจัยด้านอุปสงค์และอุปทาน ปัจจัยด้านกายภาพและองค์กร ระบบการท่องเที่ยวนี้จะนำมาซึ่งผลประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพ[๓๗]

จากแนวคิดและหลักการข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องอาศัยกระบวนการวางแผน และมีการดำเนินงานเป็นขั้นตอนโดยต้องอาศัยแนวทางการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นควบคู่กันไป คือจะทำอย่างไรในการพัฒนาเพื่อให้ท้องถิ่นสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ ขณะเดียวกันก็ยังคงดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของตนเอง และได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมในปัจจุบันและยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่องในอนาคต ทั้งนี้ยังรวมถึงการพัฒนาและการรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติอีกด้านหนึ่งนอกเหนือจากทางสังคมก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

๒.๔.๓ วิธีการและรูปแบบการมีส่วนร่วมการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของชุมชนท้องถิ่น

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา ได้กล่าวถึงวิธีการและรูปแบบการมีส่วนร่วมการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของชุมชนท้องถิ่นไว้ว่า เป็นวิธีการสร้างโอกาสให้แก่ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวในขณะเดียวกันก็ช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม วิธีการให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสามารถกระทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้ คือ

วิธีการที่ ๑ การร่วมประชุมในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นวิธีการร่วมถกปัญหาของการพัฒนาการท่องเที่ยวระหว่างเจ้าหน้าที่ของรัฐกับชุมชนท้องถิ่น เพื่อจะสอบถามความคิดเห็นของประชาชนในชุมชนท้องถิ่นเกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

วิธีการที่ ๒ การให้คำปรึกษาในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นวิธีการให้ชุมชนท้องถิ่นเข้าร่วมเป็นกรรมการในคณะกรรมการบริหารโครงการท่องเที่ยว เพื่อความมั่นใจว่ามีเสียงของชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมรับรู้และร่วมในการตัดสินใจพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

วิธีการที่ ๓ การสำรวจความคิดเห็นในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นวิธีการสำรวจความคิดเห็นของชุมชนท้องถิ่น โดยให้ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นมีโอกาสร่วมแสดงความคิดเห็นด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

---

[๓๗] พลอยศรี โปราณานนท์, **การท่องเที่ยวเบื้องต้น**, (เชียงใหม่: มิ่งเมือง, ๒๕๔๔), หน้า ๗๖.

วิธีการที่ ๔ การประสานงานร่วมกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นวิธีการให้ชุมชนท้องถิ่นเข้าร่วมตั้งแต่การคัดเลือกตัวแทนกลุ่มไปร่วมงานบริหารจัดการหรือร่วมในคณะกรรมการที่ปรึกษาในฝ่ายประชาชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

วิธีการที่ ๕ การไต่สวนสาธารณะในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นวิธีการไต่สวนข้อมูลจากชุมชนท้องถิ่น เพื่อเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นได้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นก่อนที่รัฐบาลจะตัดสินใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

วิธีการที่ ๖ การออกเสียงประชามติโดยตรงในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นการตอบคำถามของรัฐบาลโดยให้ประชาชนทุกคนในชุมชนท้องถิ่นออกความคิดเห็นโดยตรงต่อรัฐบาล และให้ทุกคนเป็นผู้ตัดสินใจแทนรัฐบาลในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของชุมชนท้องถิ่นเป็นการให้โอกาสแก่สมาชิกของชุมชนท้องถิ่นอย่างเท่าเทียมกันในการเข้าร่วมรับผลประโยชน์จากการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยถือเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่กระตุ้นให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามาร่วมในฐานะเจ้าหน้าที่หรือนักวางแผน มีการเรียนรู้ร่วมกันและเข้าร่วมประชุมตัดสินใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวในขณะเดียวกันเจ้าหน้าที่ของรัฐก็ต้องฝึกฟังความคิดเห็น ปัญหา และความต้องการของชุมชนท้องถิ่นด้วย เพื่อมิให้ชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทในการวางแผนกำกับดูแล ควบคุมการท่องเที่ยวให้มากขึ้น อันจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของเกิดความรักความหวงแหน และสร้างจิตสำนึกในการดูแลปกป้องรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืน จึงต้องให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทุกขั้นตอน ดังต่อไปนี้คือ

ขั้นตอนที่ ๑ ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการศึกษาค้นหาปัญหาทางการท่องเที่ยวและสาเหตุแห่งปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนท้องถิ่น รวมตลอดถึงความต้องการของชุมชนท้องถิ่นด้วย

ขั้นตอนที่ ๒ ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนตั้งแต่ร่วมกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และวิธีการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเพื่อให้ได้แผนงานหรือโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สามารถแก้ไขปัญหาหรือลดปัญหาของชุมชนท้องถิ่นและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว พร้อมทั้งตอบสนองความต้องการของชุมชนท้องถิ่นได้ด้วย

ขั้นตอนที่ ๓ ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชนท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นมากที่สุด

ขั้นตอนที่ ๔ ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวตามขีดความสามารถของตนเองหรืออาจร่วมลงทุนในรูปสหกรณ์ได้

ขั้นตอนที่ ๕ ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานตามแผนงานหรือโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจนบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ พร้อมทั้งมีส่วนร่วมในการปรับปรุงระบบการบริหารงานพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ขั้นตอนที่ ๖ ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุม ติดตาม ประเมินผลแผนงานหรือโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้ร่วมกันจัดทำขึ้น

แนวทางการสร้างและสนับสนุนการมีส่วนร่วมการบริหารงานของชุมชนนั้นมีรูปแบบอยู่หลายสถานะสิ่งที่จะส่งผลต่อการเกิดบรรยากาศเพื่อทุกคนและยังจะนำไปสู่ความสำเร็จของเป้าหมายที่ต้องการนั้นมีความจำเป็นในทิศทางของการสร้างและสนับสนุน ได้แก่ ๑) การพัฒนาความรู้สึกรับผิดชอบ ซึ่งเป็นการที่บุคคลในฐานะต่างๆ ต้องก่อความรู้สึกและสร้างแรงกระตุ้นต่อบุคคลอื่นๆ ให้มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ บนพื้นฐานแห่งความที่บุคคลมีความมั่นใจว่าเหตุและผลทางความคิดจะได้รับการสนับสนุน ๒) การริเริ่มลักษณะแห่งพฤติกรรมบุคคล เป็นข้อคิดแห่งการสร้างรูปลักษณ์ถึงการแสดงออกของบุคคล ลดและขจัดปมความคิดแย้งและความกลัวจากพฤติกรรมบุคคลให้ลดน้อย สร้างความกล้าต่อการแสดงออก ๓) การเปิดโอกาสเพื่อการแลกเปลี่ยน ย่อมเป็นผลดีต่อกลุ่มได้ในระดับกระทำ เพราะโอกาสเพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นใดๆ หรือประสบการณ์มักถูกปิดกั้นด้วยคำสั่งหรือความคิดเบื้องบน การเปิดโอกาสให้ทุกคนได้แลกเปลี่ยนย่อมส่งผลต่อเหตุและผลในการพัฒนาความคิดต่างๆได้ ๔) การสนับสนุนแนวคิดที่สามารถเป็นแบบอย่างได้ ซึ่งการสนับสนุนแนวคิดเหล่านั้นสามารถดำเนินการในทิศทางของงบประมาณหรืออื่นใด เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดผลแห่งการสร้างสถานะบุคคลให้ไว้วางใจองค์กรให้ความร่วมมือต่อองค์กรได้มาก ๖) สถานการณ์เพื่อการบริหารหรือจัดการ ผู้บริหารต้องคำนึงถึงสถานการณ์ในการจัดการงานด้วยเสมอ เพื่อผลสูงสุด การเลือกแบบการบริหารใดๆย่อมส่งผลต่อการมีส่วนร่วมได้ ปัจจุบันการบริหารส่วนใหญ่ มุ่งแบบการมีส่วนร่วมเพราะเป็นการเปิดโอกาสแห่งบรรยากาศการริเริ่มสร้างสรรค์ ๗) การมองหาความคิดเฉพาะในส่วนที่ดีเป็นมุมมองของการบริหารที่ต้องการผลสัมฤทธิ์ว่าเมื่อบุคคลใดเสนอแนวคิดเพื่องานแล้วควรได้เห็นความเหมาะสมและทิศทางการเสนอของบุคคลอื่นๆด้วยดี มิใช่มุ่งแนวทางเพื่อความขัดแย้งหรือสร้างฐานการไม่ยอมรับให้เกิดขึ้น ๘) จูงใจให้เกิดการสร้างกระบวนการความคิดให้เกิดในทุกกลุ่มงาน การสร้างแรงจูงใจย่อมเป็นผลต่อบุคคลที่ก้าวมาสู่การต้องการมีส่วนร่วมเสมอหากผลตอบแทนเหล่านี้คุณค่าและประโยชน์ต่อตน ทั้งนี้ย่อขึ้นกับปฏิกิริยาของบุคคลโดยรวมขององค์กรด้วยว่าจะทำให้ได้เพียงใด[๓๘]

จากแนวความคิดดังกล่าว จึงสรุปได้ว่า การบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมโดยให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม ใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างมีระบบ ระเบียบ และแบบแผน ซึ่งหากมีการจัดการและการบริหารที่ดี ก็จะสามารถใช้พื้นที่ ที่เป็นทรัพยากรนั้นได้โดยไม่ได้ทำให้มันเสื่อโทรมลง การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงจำเป็นต้องมีการวางนโยบายที่ชัดเจนและมีความสอดคล้องกับความคิดเห็นและเหตุผลของคนในท้องถิ่นเพื่อจะได้ให้รับการส่งเสริมในระดับชาติ นโยบายควรเจาะจงลงไปในแต่ละด้านโดยพิจารณาปัจจัยที่สำคัญพื้นฐานของชุมชน ถ้าเป็นไปได้ก็ควรที่จะให้มีการแข่งขันเพื่อเพิ่มจุดเด่นในตลาด การสร้างแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อม ให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนตลอดไป การตอบสนองนั้นต้องไม่มีการกีดกัน ในการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ด้วย

---

[๓๘] บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน,** หน้า ๘๗-๙๖.

๒.๕ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

๒.๕.๑ ความหมายของพฤติกรรมการท่องเที่ยว

นักวิชาการได้ให้ความหมายของพฤติกรรมการท่องเที่ยวไว้หลายท่าน ดังนี้

จักรกฤษณ์ เรืองเวช ได้ให้ความหมายของ พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมหรืออาการกระทำต่าง ๆ ของสิ่งมีชีวิต หรือการตอบสนองที่บุคคลนั้นแสดงออกมาทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคล โดยอาจแสดงออกมาทั้งที่รู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้ ซึ่งบุคคลอื่นสามารถสังเกตเห็นได้ เช่น การเดิน การพูด การหัวเราะ เรียกว่า พฤติกรรมภายนอก หรือเป็นการกระทำที่บุคคลอื่นมองไม่เห็นด้วยตา เช่น การคิด การฝัน ต้องสังเกตโดยใช้เครื่องมือในการตรวจสอบพฤติกรรม พฤติกรรมประเภทนี้เรียกว่า พฤติกรรมภายใน[๓๙]

สรัณยศ บุญไข่ ได้กล่าวว่า พฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคลนั้นไม่รวมเฉพาะสิ่งที่แสดงปรากฏออกภายนอกเท่านั้นแต่ยังรวมถึงสิ่งที่อยู่ภายในใจของบุคคล ซึ่งคนภายนอกไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง เช่น ค่านิยม (Value) ที่ยึดถือเป็นหลักการในการประเมินสิ่งต่าง ๆทัศนคติหรือเจตคติ (Attitude) ที่เขามีต่อสิ่งต่าง ๆ ความคิดเห็น (Opinion) ความเชื่อ (Belief) รสนิยม (Taste) และสภาพจิตใจ ซึ่งถือว่าเป็นลักษณะบุคลิกภาพของบุคคล เป็นเหตุปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรม[๔๐]

สรุปได้ว่า พฤติกรรม หมายถึง กิริยาอาการต่าง ๆของสิ่งมีชีวิตที่แสดงออกเมื่อเผชิญกับสิ่งเร้า โดยการตอบสนองที่สิ่งมีชีวิตแสดงออกมานั้นอาจมาได้ทั้งภายในและภายนอก อาจแสดงออกมาโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้

๒.๕.๒ หลักการเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

กมลทิพย์ ประสิทธิ์นราพันธุ์ ได้กล่าวถึง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว แบ่งตามลักษณะทางจิตวิทยาจะสามารถแบ่งนักท่องเที่ยวเป็น ๒ กลุ่มใหญ่ ดังนี้

๑) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ตาม (Psychometrics) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรม ดังนี้

๑.๑) ต้องการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไป การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ไม่เสี่ยงอันตราย

๑.๒) ต้องการแหล่งท่องเที่ยวปลายทางที่มีแสงอาทิตย์ส่องสว่าง มีกีฬากลางแจ้งที่สนุกสนาน รวมทั้งสามารถทำกิจกรรมที่ทำให้ผ่อนคลายความเครียด

๑.๓) มีกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่ไม่ต้องอาศัยแรงกายมาก สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้โดยสะดวกง่ายดาย เช่น สามารถขับรถเข้าไปจอดในลานจอดรถของแหล่งท่องเที่ยวได้ และเดินไม่มาก ไม่ต้องเดินไกลหรือลำบากในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

---

[๓๙] จักรกฤษณ์ เรืองเวช, **“พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในศูนย์ศึกษาธรรมชาติและอนุรักษ์ป่าชายเลนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (จังหวัดชลบุรี)”**, **วารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคม,** ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๑ (๒๕๕๐), หน้า ๖๗-๘๐.

[๔๐] ศรัณยศ บุญไข่, **“พฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการบนเกาะช้าง จังหวัดตราด”,** รายงานการวิจัย, สาขาพัฒนาสังคม, (กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๔๕), หน้า ๗.

๑.๔) ต้องการบรรยากาศในการเดินทางท่องเที่ยวที่เป็นที่คุ้นเคยใกล้เคียงกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของตนในถิ่นที่พำนักอยู่

๑.๕) การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวต้องจัดให้มีบริการต่าง ๆอย่างครบครัน ทั้งด้านที่พัก อาหาร และเครื่องดื่ม การเดินทาง และความปลอดภัย โดยต้องกำหนดเวลาในโปรแกรมการท่องเที่ยวและการจัดการให้เป็นไปตามกำหนดการ

๒) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้นำ (Allocentric) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้

๒.๑) ต้องการเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่ยังไม่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวมากนัก หรือยังไม่มีเลย ต้องการรู้สึกว่าตนเองเป็นผู้ค้นพบ ได้รับประสบการณ์ใหม่ ตนเองได้เข้าไปในสถานที่ที่ยังไม่เคยมีผู้เข้าไปท่องเที่ยวหรือมีก็น้อย

๒.๒) ต้องการแหล่งท่องเที่ยวในจินตนาการ และแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวของบุคคลอื่น

๒.๓) ต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีการออกกำลังมาก ๆ มีกิจกรรมที่ต้องออกแรงตื่นเต้น สร้างประสบการณ์ใหม่ ๆให้ตนเองตลอดเวลา

๒.๔) การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต้องให้เวลาน้อยเพราะต้องการใช้เวลาในการแสวงหาสิ่งใหม่ ๆและทำกิจกรรมต่าง ๆมากกว่าจะใช้เวลาอยู่ในยานพาหนะในการเดินทาง

๒.๕) สถานที่พักและอาหารที่จัดให้เพียงแค่อำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิต มีอาหารและเครื่องดื่มที่แปลกใหม่(ไม่เป็นอันตราย) และมีนักท่องเที่ยวพักอยู่จำนวนน้อย หรือไม่มีเลย

๒.๖) ต้องการพบปะพูดคุยเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆจากบุคคลในท้องถิ่นที่มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมความเชื่อที่แตกต่างกันกับของตนเองและไม่เคยรู้มาก่อน

๒.๗) การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวจะต้องทำให้รู้สึกว่าไม่ถูกเร่งรัดมากเกินไป มีความยืดหยุ่น มีเวลาส่วนตัวที่จะทำให้ค้นหาสิ่งที่ตนเองสนใจ[๔๑]

๒.๕.๓ ประเภทและลักษณะของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ประเภทและลักษณะของนักท่องเที่ยว สามารถจำแนกได้ ๕ อย่าง ดังต่อไปนี้

๑) พิจารณาจากลักษณะร่วมทางพฤติกรรมและบทบาททางสังคม

โคเฮ็น (Cohen) ได้นำแนวคิดทางลักษณะร่วมทางพฤติกรรมและบทบาททางสังคมมาจัดประเภทของนักท่องเที่ยวเป็น ๔ กลุ่ม ดังนี้

๑.๑) นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่ม (Organized mass tourists) นักท่องเที่ยวที่ซื้อรายการนำเที่ยวกับบริษัทจัดนำเที่ยวที่ได้เตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านการเดินทางที่พักมื้ออาหาร สถานที่ท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์หรือผู้นำเที่ยวไม่ต้องวางแผนการ

---

[๔๑] กมลทิพย์ ประสิทธิ์นราพันธุ์, **“พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติเอราวัณของนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดกาญจนบุรี”, รายงานการวิจัย,** สาขาวิชาการตลาด, (บัณฑิตวิทยาลัย: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต, ๒๕๔๗), หน้า ๒๐.

เดินทาง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการเพียงการพักผ่อนความสนุกสนานความเพลิดเพลินแปลกใหม่ และไม่คาดหวังที่จะได้ความรู้หรือทำความคุ้นเคย เข้าใจกับคนและวัฒนธรรมท้องถิ่น

๑.๒) นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่มอิสระหรือบุคคล (Individual mass tourists) นักท่องเที่ยวที่มีความชำนาญในเส้นทางท่องเที่ยว และสามารถเดินทางเองโดยไม่ต้องมีผู้นำเที่ยวคอยดูแล แต่ยังให้บริษัทจัดนำเที่ยว จัดรายการนำเที่ยวตามแผนการเดินทางหรือความประสงค์ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความต้องการคล้ายกับกลุ่มแรก คือ ต้องการเดินทางไปยังสถานที่ที่มีชื่อเสียงสวยงามและสะดวกสบาย ต้องการที่พักผ่อน และได้รับความสนุกสนานจากการเดินทาง

๑.๓) นักสำรวจ (Explorer) คือ นักท่องเที่ยวที่หลีกเลี่ยงเส้นทาง สถานที่ และกิจกรรมของนักท่องเที่ยวทั่วไป นิยมแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางใหม่ด้วยตนเอง ซึ่งแตกต่างจากสองกลุ่มแรก นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่คาดหวังที่จะได้รับความสะดวกสบายหรือความสนุกสนาน แต่ต้องการที่จะบรรลุความมุ่งมั่นของตนเอง (Self-actualization) จึงพอใจที่จะศึกษาและทำความเข้าใจวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น และเปิดใจกว้างสำหรับประสบการณ์ใหม่ๆ

๑.๔) นักเดินทางท่องเที่ยวแบบพเนจร (Drifter) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีพฤติกรรมคล้ายกับนักสำรวจ คือ การเดินทางโยลำพังไม่ซื้อรายการนำเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวไม่สนใจไปสถานที่ที่มีชื่อเสียง ปละหลีกเลี่ยงกิจกรรมหรือประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวทั่วไปนิยม ไม่เดินทางไปมนที่ต่างๆในฐานะนักท่องเที่ยวแต่จะไปในฐานะเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น แต่นักเดินทางท่องเที่ยวแบบพเนจรมีพฤติกรรมแตกต่างจากนักสำรวจ คือ นักเดินทางท่องเที่ยวแบบพเนจรไม่เพียงแค่ศึกษาและเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นเท่านั้น แต่รวมไปถึงการใช้ชีวิตความเป็นอยู่เช่นเดียวกับท้องถิ่นหรือสังคมนั้น เพราต้องการแสวงหาความหมายและคุณค่าของชีวิต และต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมท้องถิ่น[๔๒]

๒) พิจารณาจากการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

สมิธ (Smith) กล่าวถึง ทฤษฎีการแบ่งแยกนักท่องเที่ยวคล้ายกับของ Cohen แต่ Smith จำแนกประเภทของนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มย่อยออกมากกว่า Cohen โดยจำแนกเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวตั้งแต่กลุ่มที่ใหญ่ที่สุดในตลาดการท่องเที่ยว เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางตามลำพังในแบบของฮิปปี้ ไปจนถึงกลุ่มนักเดินทางแบบนักธุรกิจโดย Smith แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็น ๗ กลุ่ม

๒.๑) Explorer นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการที่จะค้นพบความแปลกใหม่และต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีจำนวนไม่มากนัก และสามารถที่จะยอมรับและเข้าใจในบรรทัดฐานของท้องถิ่นได้

๒.๒) Elite นักท่องเที่ยวที่ชอบท่องไปในสถานที่แปลกใหม่ ใช้สิ่งอำนวยความสะดวกเท่าที่มีในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีจำนวนไม่มากนัก และมีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมได้ง่าย

---

[๔๒] Cohen, E., **Towards a sociology of International tourism,** Social research ๑๙ (๑), ๑๙๗๒, p. ๑๖๔-๑๖๘.

๒.๓) Off-beat นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้พยายามที่จะหลีกหนีจากสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคนมากๆไม่ต้องการความวุ่นวาย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เต็มใจที่จะอยู่ง่ายกินง่าย

๒.๔) Unusual เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวรอบนอกเป็นครั้งคราว ชอบสำรวจบริเวณที่ห่างไกลและชอบเสี่ยงภัย ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับง่ายๆ แต่ต้องสนองตอบความต้องการขั้นพื้นฐานอย่างเพียงพอและบริการที่ดีครบถ้วน

๒.๕) Incipient mass เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวทีชอบเดินทางตามลำพัง กลุ่มเล็กๆต้องการทั้งความสะดวกสบายและสิ่งที่เป็นของแท้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นตามความนิยมของแหล่งท่องเที่ยวและความต้องการการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มขึ้น

๒.๖) Mass tourist เป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระดับคนชั้นกลางและค่านิยมทำให้เกิดกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบฟองสบู่ ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่นน้อยลง

๒.๗) Charter เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แสวงหาการพักผ่อนหย่อนใจและความสนุกสนานสถานที่ใหม่ๆ แต่มีความรู้สึกที่คุ้นเคยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเดินทางครั้งละหลายๆคนโรงแรมที่พักพร้อมอำนวยความสะดวกต่างๆจะต้องมาตรฐานแบบตะวันตกเพื่อไม่ให้มีการตำหนิหรือต่อว่าภายหลัง[๔๓]

๓) พิจารณาจากแนวคิดในเรื่องศูนย์กลางของนักท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม

พล็อก (Plog) ได้นำเสนอประเภทของนักท่องเที่ยวโดยใช้หลักของ Cognitive normative model มาก่อน Cohen ซึ่งทั้งคนใช้แนวความคิดเชิงสังคมวิทยาในเรื่องของศูนย์กลางแนวคิดนี้ถือว่าในแต่ละสังคมจะมีจุดเด่น หรือข้อดีข้อเสีย ซึ่งจุดเด่นนี้ถือเป็นข้อดีของสังคมเป็นค่านิยมที่ดีงามของสังคม Plogได้นำเสนอรูปแบบของนักท่องเที่ยว โดยแยกเป็น ๓ ข้อ ได้แก่

๓.๑) นักท่องเที่ยวที่มีรสนิยมแตกต่างไปจากค่านิยมปกติของสังคม (Allocentric) ซึ่งเรียกค่านิยมที่เป็นปกติของคนทั่วไปว่า Centric ผู้ที่มีค่านิยมผิดปกติจะท่องเที่ยวตามใจปรารถนา ซึ่งแตกต่างไปจากบุคคลอื่นทั่วไป การพักอาศัยจะอยู่ปะปนกับคนในท้องถิ่นนั้นๆ

๓.๒) นักท่องเที่ยวที่ทำตามค่านิยม แต่บางครั้งก็ตามใจตัวเอง (Mudcentric) บุคคลกลุ่มนี้จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและเริ่มเป็นที่รู้จักบ้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้มาเยือนกับเจ้าของถิ่นมีลักษณะเป็นเชิงพาณิชย์มากขึ้น

๓.๓) นักท่องเที่ยวที่ทำตามค่านิยมหรือบรรทัดฐานของสังคม (Psychocentric) เป็นนักท่องเที่ยวแบบมหาชนซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวปกติธรรมดาที่รู้จักกันทั่วไป การท่องเที่ยวเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน สามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานดีขึ้นและเป็นที่รู้จักมากขึ้น นักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งที่เรียกว่า Mid-centric จะ

---

[๔๓] Cohen, E., **Towards a sociology of International tourism**, Social research ๑๙ (๑), ๑๙๗๒, p. ๑๗๐-๑๘๘.

เริ่มเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวมากขึ้น และเมื่อชุมชนนี้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมกันมากขึ้น นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่จะเข้ามาแทนก็คือ Psycho-centric ซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยวที่รู้จักกันดีโดยทั่วไป แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวจะกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติและแรงงานเพิ่มขึ้น นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่จะมีความรู้สึกได้มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่คุ้นเคยกับความสะดวกสบายต่างๆสภาพแวดล้อมจะเปลี่ยนแปลงไปจนไม่มีความเป็นธรรมชาติเหลืออยู่มาก นักท่องเที่ยวมนระยะแรกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวในกลุ่ม Allocentric

๔) พิจารณาจากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

ความต้องการที่แสวงหาความสนุกสนานเพลิดเพลินหนีความเบื่อหน่าย และความจำเจของชีวิตประจำวัน การเดินทางเป็นความเพลิดเพลินการพักผ่อนเป็นการฟื้นฟูพลังงานร่างกายและจิตใจ การจาริกสมัยใหม่แสวงกาความหมายของชีวิตของสังคมอื่น เพลิดเพลินกับความเป็นธรรมชาติของสังคมนั้น แสวงหาแผนชีวิตเป็นทางเลือกใหม่ อยากเข้าไปมีส่วนร่วมกับวิถีชีวิตของสังคมอื่น และการออกไปจากโลกแห่งความจำเจในชีวิตประจำวันไปสู่ศูนย์กลางที่เป็นตัวเลือกทางด้านจิตวิญญาณ

๕) พิจารณาจากแบบชีวิต

การที่เข้าใจพฤติกรรมทางสังคม นอกจากจะต้องเข้าใจในอิทธิพลของปัจจัยทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และประชากรศาสตร์แล้วนั้น จะต้องเข้าใจถึงปัจจัยทางด้านแบบแผนชีวิตประกอบด้วย เพราะผู้บริโภคจะตัดสินใจแสดงพฤติกรรมในรูปแบบใดขึ้นอยู่กับบรรทัดฐาน และค่านิยมหรือกลุ่มนั้นยึดถือเป็นแนวทางแห่งพฤติกรรม แบบแผนชีวิตเป็นปรากฏการณ์ภายในตัวบุคคลซึ่งเป็นตัวกำหนดแบบแผนการกระทำต่างๆ และจำแนกแบบแผนชีวิตออกเป็น ๔ แบบ โดยใช้ตัวแปร ๒ ตัว คือ ระดับการบริโภค (Level of consumption) และแนวโน้มที่จะทำงานหรือพักผ่อน (Work/leisure orientation) เมื่อนำตัวแปรทั้งสองมาพิจารณาตามแผนภูมิจะทำให้เห็นแบบแผนชีวิต ๔ แบบ ซึ่งหมายถึง นักท่องเที่ยว ๔ ประเภท ซึ่งหมายถึง นักท่องเที่ยว ๔ ประเภท ได้แก่ กลุ่มรักสนุก (Hedonist) กลุ่มนิเวศนิยม (Ecological Person) กลุ่มจริยธรรมโปเตสแตนท์ (Protestant ethics) และกลุ่มประโยชน์นิยม (The utilitarian)[๔๔]

๒.๖ แนวนโนบายด้านการท่องเที่ยว

๒.๖.๑ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย

๒.๖.๑.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี

๑) ที่มาของยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี

โดยที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา ๖๕ กำหนดให้รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ตามหลัก ธรรมาภิบาลเพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่าง ๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกันเพื่อให้เกิดเป็นพลังผลักดันร่วมกันไปสู่เป้าหมายดังกล่าว โดยให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎหมายว่าด้วยการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ และต่อมาได้มีการตรา

พระราชบัญญัติการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๐ โดยกำหนดให้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติเพื่อรับผิดชอบในการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติ กำหนดวิธีการการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติ ในการ ติดตาม การตรวจสอบ และการประเมินผล รวมทั้งกำหนดมาตรการส่งเสริม และสนับสนุนให้ประชาชนทุกภาคส่วนดำเนินการให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติเพื่อให้เป็นไปตามที่กำหนดในพระราชบัญญัติการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๐ คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติได้แต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติด้านต่าง ๆ รวม ๖ คณะ เพื่อรับผิดชอบในการดำเนินการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนด ตลอดจนได้จัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนและหน่วยงานของรัฐ ที่เกี่ยวข้องอย่างกว้างขวาง เพื่อประกอบการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติตามที่กฎหมายกำหนด ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) เป็นยุทธศาสตร์ชาติฉบับแรกของประเทศไทยตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยซึ่งจะต้องนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” เพื่อความสุขของคนไทยทุกคน

๒) วิสัยทัศน์ประเทศไทย

“ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลัก ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” หรือเป็นคติพจน์ประจำชาติว่า “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” เพื่อสนองตอบ ต่อผลประโยชน์แห่งชาติ อันได้แก่ การมีเอกราช อธิปไตย การดำรงอยู่อย่างมั่นคง และยั่งยืนของ สถาบันหลักของชาติและประชาชนจากภัยคุกคามทุกรูปแบบ การอยู่ร่วมกันในชาติอย่างสันติสุข เป็นปึกแผ่น มีความมั่นคงทางสังคมท่ามกลางพหุสังคมและการมีเกียรติและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ ความเจริญเติบโตของชาติ ความเป็นธรรมและความอยู่ดีมีสุขของประชาชน ความยั่งยืนของฐานทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ความมั่นคงทางพลังงานและอาหาร ความสามารถในการรักษาผลประโยชน์ของชาติภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมระหว่างประเทศ และการอยู่ร่วมกันอย่างสันติประสานสอดคล้องกันด้านความมั่นคงในประชาคมอาเซียนและประชาคมโลกอย่างมีเกียรติและศักดิ์ศรี

ความมั่นคง หมายถึง การมีความมั่นคงปลอดภัยจากภัยและการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในประเทศ และภายนอกประเทศในทุกระดับ ทั้งระดับประเทศ สังคม ชุมชน ครัวเรือน และปัจเจกบุคคล และ มีความมั่นคงในทุกมิติ ทั้งมิติทางการทหาร เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการเมือง เช่น ประเทศ มีความมั่นคงในเอกราชและอธิปไตย มีการปกครองระบอบประชาธิปไตยที่มีพระมหากษัตริย์ทรงเป็น ประมุข สถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์มีความเข้มแข็งเป็นศูนย์กลางและเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของประชาชน มีระบบการเมืองที่มั่นคงเป็นกลไกที่นำไปสู่การบริหารประเทศที่ต่อเนื่องและโปร่งใสตาม

---

[๔๔] Cohen, E, **Towards a sociology of International tourism**, Social research ๑๙ (๑), ๑๙๗๒.

หลักธรรมาภิบาล สังคมมีความปรองดองและความสามัคคี สามารถผนึกกำลังเพื่อพัฒนาประเทศ ชุมชนมีความเข้มแข็ง ครอบครัวมีความอบอุ่น ประชาชนมีความมั่นคงในชีวิต มีงานและรายได้ที่มั่นคงพอเพียงกับการดำรงชีวิต มีการออมสำหรับวัยเกษียณ ความมั่นคงของอาหาร พลังงาน และน้ำ มีที่อยู่อาศัย และความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน

ความมั่งคั่ง หมายถึง ประเทศไทยมีการขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและมีความยั่งยืน จนเข้าสู่กลุ่มประเทศรายได้สูง ความเหลื่อมล้ำของการพัฒนาลดลง ประชากรมีความอยู่ดีมีสุขได้รับ ผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเท่าเทียมกันมากขึ้น และมีการพัฒนาอย่างทั่วถึงทุกภาคส่วน มีคุณภาพชีวิตตามมาตรฐานขององค์การสหประชาชาติ ไม่มีประชาชนที่อยู่ในภาวะความยากจน เศรษฐกิจในประเทศมีความเข้มแข็ง ขณะเดียวกันต้องมีความสามารถในการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ ทั้งในตลาดโลกและตลาดภายในประเทศเพื่อให้สามารถสร้างรายได้ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ ตลอดจนมีการสร้างฐานเศรษฐกิจและสังคมแห่งอนาคตเพื่อให้สอดรับกับบริบทการพัฒนา ที่เปลี่ยนแปลงไป และประเทศไทยมีบทบาทที่สำคัญในเวทีโลก และมีความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ และการค้าอย่างแน่นแฟ้นกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย เป็นจุดสำคัญของการเชื่อมโยงในภูมิภาค ทั้งการ คมนาคมขนส่ง การผลิต การค้า การลงทุน และการทำธุรกิจ เพื่อให้เป็นพลังในการพัฒนา นอกจากนี้ ยังมีความสมบูรณ์ในทุนที่จะสามารถสร้างการพัฒนาต่อเนื่องไปได้ ได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนทางปัญญา ทุนทางการเงิน ทุนที่เป็นเครื่องมือเครื่องจักร ทุนทางสังคม และทุนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ความยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่สามารถสร้างความเจริญ รายได้ และคุณภาพชีวิตของ ประชาชนให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจที่อยู่บนหลักการใช้ การรักษา และการฟื้นฟูฐานทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ไม่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติจนเกินพอดี ไม่สร้างมลภาวะ ต่อสิ่งแวดล้อมจนเกินความสามารถในการรองรับและเยียวยาของระบบนิเวศ การผลิตและการบริโภค เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์มากขึ้นและสิ่งแวดล้อมมีคุณภาพดีขึ้น คนมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีความ เอื้ออาทร เสียสละเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม รัฐบาลมีนโยบายที่มุ่งประโยชน์ส่วนรวมอย่างยั่งยืน และให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชน และทุกภาคส่วนในสังคมยึดถือและปฏิบัติตาม หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาอย่างสมดุล มีเสถียรภาพ และยั่งยืน[๔๕]

๓) ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติ

การพัฒนาประเทศในช่วงระยะเวลาของยุทธศาสตร์ชาติ จะมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่าง การพัฒนาความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในรูปแบบ “ประชารัฐ” โดยประกอบด้วย ๖ ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง

---

[๔๕] ราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๓๕ ตอนที่ ๘๒ ก ๑๓ ตุลาคม ๒๕๖๑, **ยุทธศาสตร์ชาติ** (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐), หน้า ๕-๖.

ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพ ทรัพยากรมนุษย์ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการปรับสมดุล และพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ โดยแต่ละยุทธศาสตร์มีเป้าหมายและประเด็นการพัฒนา ดังนี้

๓.๑) ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญ คือ ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เน้นการบริหารจัดการสภาวะแวดล้อมของประเทศให้มีความมั่นคง ปลอดภัย เอกราช อธิปไตย และมีความสงบเรียบร้อยในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับชาติ สังคม ชุมชน มุ่งเน้นการพัฒนาคน เครื่องมือ เทคโนโลยี และระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ให้มีความพร้อมสามารถรับมือกับภัยคุกคาม และภัยพิบัติได้ทุกรูปแบบ และทุกระดับความรุนแรง ควบคู่ไปกับการป้องกันและแก้ไขปัญหา ด้านความมั่นคงที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ใช้กลไกการแก้ไขปัญหาแบบบูรณาการ ทั้งกับส่วนราชการ ภาคเอกชน ประชาสังคม และองค์กรที่ไม่ใช่รัฐ รวมถึงประเทศเพื่อนบ้านและมิตรประเทศทั่วโลกบนพื้นฐานของหลักธรรมาภิบาล เพื่อเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการดำเนินการ ของยุทธศาสตร์ชาติด้านอื่น ๆ ให้สามารถขับเคลื่อนไปได้ตามทิศทางและเป้าหมายที่กำหนด

๓.๒) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมายการพัฒนา ที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ บนพื้นฐานแนวคิด ๓ ประการ ได้แก่ (๑) “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่รากเหง้าทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศ ในด้านอื่น ๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดรับกับบริบทของ เศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ (๒) “ปรับปัจจุบัน” เพื่อปูทางสู่อนาคต ผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่าง ๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมและขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และดิจิทัล และการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต และ (๓) “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับรูปแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับ อนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปัจจุบัน พร้อมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ ให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุน ในเวทีโลก ควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดี รวมถึงการเพิ่มขึ้นของคนชั้นกลาง และลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศได้ในคราวเดียวกัน

๓.๓) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ มีเป้าหมาย การพัฒนาที่สำคัญเพื่อพัฒนาคนในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ โดยคนไทย มีความพร้อมทั้งกาย ใจ สติปัญญา มีพัฒนาการที่ดีรอบด้านและมีสุขภาวะที่ดีในทุกช่วงวัย มีจิตสาธารณะ รับผิดชอบต่อสังคมและผู้อื่น มัธยัสถ์ อดออม โอบอ้อมอารี มีวินัย รักษา

ศีลธรรม และเป็นพลเมืองดีของชาติ มีหลักคิดที่ถูกต้อง มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ ๒๑ มีทักษะสื่อสาร ภาษาอังกฤษและภาษาที่สาม และอนุรักษ์ภาษาท้องถิ่น มีนิสัยรักการเรียนรู้และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต สู่การเป็นคนไทยที่มีทักษะสูง เป็นนวัตกร นักคิด ผู้ประกอบการ เกษตรกรยุคใหม่ และอื่น ๆ โดยมีสัมมาชีพตามความถนัดของตนเอง

๓.๔) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม มีเป้าหมาย การพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับการดึงเอาพลังของภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาคเอกชน ประชาสังคม ชุมชน ท้องถิ่น มาร่วมขับเคลื่อน โดยการสนับสนุนการรวมตัวของประชาชนในการร่วมคิดร่วมทำเพื่อส่วนรวม การกระจายอำนาจและความรับผิดชอบไปสู่กลไกบริหารราชการแผ่นดินในระดับท้องถิ่น การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการตนเอง และการเตรียมความพร้อมของประชากรไทยทั้งในมิติสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมให้เป็นประชากรที่มีคุณภาพ สามารถพึ่งตนเอง และทำประโยชน์แก่ครอบครัว ชุมชน และสังคมให้นานที่สุด โดยรัฐให้หลักประกันการเข้าถึงบริการและสวัสดิการที่มีคุณภาพอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง

๓.๕) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ธรรมาภิบาล และความเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือระหว่างกัน ทั้งภายในและภายนอกประเทศอย่างบูรณาการ ใช้พื้นที่เป็นตัวตั้งในการกำหนดกลยุทธ์และแผนงาน และการให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้เข้ามามีส่วนร่วมในแบบทางตรงให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ โดยเป็น การดำเนินการบนพื้นฐานการเติบโตร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิต โดยให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลทั้ง ๓ ด้าน อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนเพื่อคนรุ่นต่อไปอย่างแท้จริง

๓.๖) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อปรับเปลี่ยนภาครัฐที่ยึดหลัก “ภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชน และประโยชน์ส่วนรวม” โดยภาครัฐต้องมีขนาดที่เหมาะสมกับบทบาทภารกิจ แยกแยะบทบาทหน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่ในการกำกับหรือในการให้บริการในระบบเศรษฐกิจที่มีการแข่งขัน มีสมรรถนะสูง ยึดหลักธรรมาภิบาล ปรับวัฒนธรรมการทำงานให้มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม มีความทันสมัย และพร้อมที่จะปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำนวัตกรรม เทคโนโลยีข้อมูลขนาดใหญ่ ระบบการทำงานที่เป็นดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้อย่างคุ้มค่าและปฏิบัติงานเทียบได้กับมาตรฐานสากล รวมทั้งมีลักษณะเปิดกว้าง เชื่อมโยงถึงกันและเปิดโอกาสให้ ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และ โปร่งใส โดยทุกภาคส่วนในสังคมต้องร่วมกันปลูกฝังค่านิยมความซื่อสัตย์สุจริต ความมัธยัสถ์ และสร้าง จิตสำนึกในการปฏิเสธไม่ยอมรับการทุจริตประพฤติมิชอบอย่างสิ้นเชิง นอกจากนั้น กฎหมายต้องมีความ ชัดเจน มีเพียงเท่าที่จำเป็น มีความทันสมัย มีความเป็นสากล มีประสิทธิภาพ และนำไปสู่การลด ความเหลื่อมล้ำ

และเอื้อต่อการพัฒนา โดยกระบวนการยุติธรรมมีการบริหารที่มีประสิทธิภาพ เป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ และการอำนวยความยุติธรรมตามหลักนิติธรรม[๔๖]

๒.๖.๒ แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔ ของกรมการท่องเที่ยว

๒.๖.๒.๑ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัด และกลยุทธ

เพื่อให้การดำเนินการของกรมการท่องเที่ยวบรรลุวิสัยทัศน์ และสอดคล้องกับสถานการณ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางการท่องเที่ยว รวมถึงทิศทางนโยบายของผู้บริหาร และความคาดหวังผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. ๒๕๖๑–๒๕๖๔ ของกรมการท่องเที่ยวจึงประกอบด้วย ๔ ยุทธศาสตร์ ซึ่งมุ่งให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณภาพห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในประเทศ การพัฒนาองค์ความรู้และเครือข่ายระหว่างประเทศ การเพิ่มขีดความสามารถทางเทคโนโลยีและระบบดิจิทัล และการสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีของกรมการท่องเที่ยว ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมและพัฒนาห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน กล่าวคือ มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพของห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว บุคลากรทางการท่องเที่ยว การพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวและสร้างต้นแบบเพื่อเป็นตัวอย่างเชิงประจักษ์ให้หน่วยงานต่าง ๆ ศึกษาและถอดบทเรียนนำไปป ระยุกต์ใช้ในพื้นที่เป้าหมายซึ่งจะช่วยยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวในภาพรวมและลดปัญหาทางการท่องเที่ยว รวมถึงส่งเส ริมให้ประเทศไทยเป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมในการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ ประกอบด้วย ๖ กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ ๑ สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวโดดเด่นเป็นที่ต้องการ ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับอัตลักษณ์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความสมดุลอย่างยั่งยืน กลยุทธ์ที่ ๒ มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล พัฒนามาตรฐานและส่งเสริมการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย กลยุทธ์ที่ ๓ บุคลากรทางการท่องเที่ยวเป็นเลิศ ส่งเสริมและพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่ ๔ ธุรกิจนำเที่ยวคุณธรรม มัคคุเทศก์คุณภาพ พัฒนา กำกับ ส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และผู้นำเที่ยว กลยุทธ์ที่ ๕ การท่องเที่ยวไทยไร้กังวลส่งเสริมการอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว และการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่ ๖ แม่เหล็กดึงดูดกองถ่ายภาพยนตร์ต่างประเทศส่งเสริมและสนับสนุนการถ่ายท าภาพยนตร์ต่างประเทศในราชอาณาจักร

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาการจัดการด้านการท่องเที่ยวแบบองค์รวม การพัฒนาและเผยแพร่องค์ความรู้และสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการจัดการการท่องเที่ยวพร้อมทั้งส่งเสริมบทบาทหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยว บนพื้นฐานความสมดุลทาง

---

[๔๖] ราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๓๕ ตอนที่ ๘๒ ก ๑๓ ตุลาคม ๒๕๖๑, **ยุทธศาสตร์ชาติ** (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐), หน้า ๘-๑๐.

เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย ๓ กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ ๑ การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวเข้มแข็งพัฒนาและผลักดันการจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมบนพื้นฐานของความสมดุลและยั่งยืน กลยุทธ์ที่ ๒ การท่องเที่ยวไทยพร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงเตรียมความพร้อมรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่และวิกฤตทางการท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่ ๓ เครือข่ายการท่องเที่ยวแข็งแกร่งส่งเสริมบทบาทของหน่วยงานรัฐ หน่วยงานเอกชน ชุมชน และสถาบันการศึกษาในการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การยกระดับองค์กรและระบบงานสู่ความเป็นเลิศ ปรับกระบวนการท างานภายในองค์กรให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพทั้งสำหรับบุคลากรภายในกรมการท่องเที่ยว และผู้รับบริการจากกรมการท่องเที่ยวการปรับวัฒนธรรมองค์กรและค่านิยมร่วมของบุคลากรในกรมการท่องเที่ยว การพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรให้เท่าทันต่อสถานการณ์และพลวัตการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบัน รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกรมการท่องเที่ยวและบุคลากรกรมการท่องเที่ยวให้เป็นที่ยอมรับ ประกอบด้วย ๖ กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ ๑ พลิกโฉมวัฒนธรรมองค์กรและค่านิยมร่วม ปรับวัฒนธรรมองค์กรและค่านิยมร่วม กลยุทธ์ที่ ๒ ยกระดับเป็นสำนักงานอัจฉริยะพัฒนาระบบงาน กระบวนการทำงาน และการประเมินผลการดำเนินงาน กลยุทธ์ที่ ๓ พัฒนาโครงสร้างองค์กรและอัตรากำลังศึกษาโครงสร้างองค์กร อัตรากำลัง และมีเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ กลยุทธ์ที่ ๔ พัฒนาสมรรถนะบุคลากรแบบเรียนรู้ตลอดชีพพัฒนาความรู้ความสามารถ และทัศนคติในการทำงานของบุคลากรพัฒนาบุคลากรของกรมการท่องเที่ยวให้มีความรู้ กลยุทธ์ที่ ๕ กายภาพแวดล้อมน่าทำงาน ปรับปรุงกายภาพและสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน กลยุทธ์ที่ ๖ บทบาทชัด ภาพลักษณ์ดีสร้างการรับรู้บทบาทที่ถูกต้องและภาพลักษณ์ที่ดีของกรมการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและระบบดิจิทัล การพัฒนาระบบเทคโนโลยีและระบบดิจิทัลมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการด าเนินงานภายในกรมการท่องเที่ยวรวมถึงเพื่อสร้างความเชื่อมโยง เพื่อส่งเสริม สนับสนุนและติดตามการดำเนินงานของภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องรวมถึงเป็นฐานข้อมูลในการตัดสินใจในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ๓ กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ ๑ เชื่อมโยงสารสนเทศทางอิเล็กทรอนิกส์แบบหนึ่งเดียว พัฒนาระบบเทคโนโลยีเพื่อเชื่อมโยงสารสนเทศของหน่วยงานต่าง ๆ กลยุทธ์ที่ ๒ ระบบบริการออนไลน์ทันสมัยพัฒนาการเผยแพร่ข้อมูลและการให้บริการผ่านระบบดิจิทัล กลยุทธ์ที่ ๓ ระบบฐานข้อมูลอัจฉริยะเพื่อการท่องเที่ยวพัฒนาระบบฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว[๔๗]

---

[๔๗] กรมการท่องเที่ยว, **แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๔ ของกรมการท่องเที่ยว**, (กรุงเทพมหานคร: กรมการท่องเที่ยว, ๒๕๖๑), หน้า ๔๕-๔๙.

๒.๖.๒.๒ ทิศทางเป้าหมายของกรมการท่องเที่ยวในอนาคต

ปี พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๒ กรมการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ

1) การพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการภายใน การปรับวัฒนธรรมองค์กร และค่านิยมร่วม พร้อมทั้งการเสริมสร้างสมรรถนะของบุคลกรกรมกา รท่องเที่ยว (Internal Reboost) เพื่อเพิ่มปร ะสิทธิภาพของกระบวนการดำเนินงานในปีต่อ ๆ ไป รวมถึงเพื่อให้กรมการท่องเที่ยวมีวัฒนธรรมและค่านิยมร่วมที่เหมาะสมกับพลวัตการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบัน และบุคลากรของกรมการท่องเที่ยวมีความรู้ความสามารถ ทักษะที่เป็นสากลและทันสมัย

2) การพัฒนาฐานงานดิจิทัล (Digital-Platform) ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของกรมการท่องเที่ยว และการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว

3) การพัฒนาอัตลักษณ์และเรื่องราวของพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Identities and Local Stories) ซึ่งจะส่งผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่มีทิศทางในการพัฒนาที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ ซึ่งเป็นทรัพยากรเด่นของพื้นที่ ลดความทับซ้อนของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ เกิดการกระจายนักท่องเที่ยว และลดการแข่งขันในมิติของราคา อีกทั้งสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมีเรื่องราว (Story) ที่น่าสนใจสอดแทรกซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในการนำเสนอให้แก่นักท่องเที่ยว

ปี พ.ศ. ๒๕๖๓ เมื่อกระบวนการทำงานและบุคลากรของกรมการท่องเที่ยวมีความพร้อมและมีเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว ซึ่งนับเป็นนวัตกรรมทางการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยวจะมุ่งให้ความสำคัญกับกิจกรรม

1) การสื่อสารบทบาทและการปรับภาพลักษณ์ของ กรมการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการรับรู้บทบาทที่ถูกต้องและ กรมการท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่กรมการท่องเที่ยวจะต้องร่วมงานด้วย (Reinforce-New Image) เนื่องด้วยการรับรู้บทบาทและภาพลักษณ์เป็นปัจจัยขั้นต้นที่สำคัญที่จะนำไปสู่การให้ความร่วมมือและ ความสำเร็จในการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน

2) การพัฒนานวัตกรรมทางการท่องเที่ยว (Tourism Innovation) โดยดำเนินการร่วมกับสถาบันการศึกษา ในพื้นที่ ผู้ประกอบการและผู้สนใจในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ซึ่งจะสอดรับกับการเปิดตัวฐานงานดิจิทัล ของกรมการท่องเที่ยว

3) การสร้างความเชื่อมั่น (Trust) ซึ่งมุ่งสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย และสร้าง ความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อกรมการท่องเที่ยว

ปี พ.ศ. ๒๕๖๔ เมื่อภาคส่วนต่าง ๆ มีการรับรู้บทบาทของกรมการท่องเที่ยวที่ถูกต้องชัดเจนและกรมการท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์ที่ดีในมุมมองของหน่วยงานต่าง ๆ รวมทั้งมีฐานข้อมูลสำคัญ ในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยวจะมุ่ง ให้ความสำคัญกับ

1) การดำเนินงานเพื่อขยายเครือข่าย (Reconnected) เพื่อเป็นหน่วยงานสนับสนุนการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่

2) การเตรียมความพร้อมและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยง (Tourism-Plus) โดยการจัดทำแผนรองรับ การเปลี่ยนแปลงทางการท่องเที่ยว อันเกิดจากวิกฤตการณ์ต่าง ๆ หรือการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของตลาดท่องเที่ยวโลก รวมถึงการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศ ในกลุ่มอนุภูมิภาคต่าง ๆ[๔๘]

๒.๗ แนวคิดด้านการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

๒.๗.๑ ความหมายของการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

ศรัญยา วรากุลวิทย์ ได้กล่าวถึงการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างจากการตลาดสินค้าอุตสาหกรรมทั้งนี้เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน ผู้บริโภคไม่ได้สัมผัส สินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ เป็นผลิตภัณฑ์ที่แบ่งแยกไม่ได้ การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน และเป็นผลิตภัณฑ์ที่สูญเสียได้ ดังนั้นการตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ปัจจัยที่ต้องนำมาพิจารณาในการพัฒนาการตลาดอย่างหนึ่ง คือความก้าวหน้าของเทคโนโลยี การ สื่อสารต่างๆ ซึ่งสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว และเข้าถึงประชากรอย่างแพร่หลาย จะมีส่วนสนับสนุนให้ประชากรเกิดความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นทำให้ประชากรมีความสามารถในการเดินทางได้มากยิ่งขึ้น[๔๙]

นิคม จารุมณี ได้ให้ความหมายการตลาดการท่องเที่ยวว่า ประกอบด้วย ๕ ประการ คือ ๑) การกำหนดความต้องการของสินค้า และบริการ ๒) กำหนดขั้นตอน เพื่อตอบสนองความต้องการนั้นๆ ๓) กำหนดราคาตามอัตราการแข่งขันของตลาดและกำไรที่ต้องการ จะได้ ๔) คัดเลือกวิธีการที่เหมาะสมที่สุดเพื่อการสื่อสารข้อมูลที่ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไปสู่ นักท่องเที่ยวกลุ่มเปูาหมาย ๕) การขายการท่องเที่ยว[๕๐]

องค์การท่องเที่ยวแห่งโลก (World Tourism Organization) ได้ให้ความหมายของการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นปรัชญาของการจัดการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการวิจัย การพยากรณ์ และการเลือกสรรผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับตลาดโดยบรรลุวัตถุประสงค์และให้ได้ผลประโยชน์สูงสุดแก่องค์การ[๕๑]

---

[๔๘] กรมการท่องเที่ยว, **แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๔ ของกรมการท่องเที่ยว**, หน้า ๕๑.

[๔๙] ศรัญยา วรากุลวิทย์, **ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว,** (พระนครศรีอยุธยา: สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพระนครศรีอยุธยา วาสุกรี, ๒๕๕๖), หน้า ๗๗.

[๕๐] นิคม จารุมณี, **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว,** (กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๕๖), หน้า ๒๐๑.

[๕๑] ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๕๔), หน้า ๔.

๒.๗.๒ หลักการสำคัญของการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวมีหลักการสำคัญ ประกอบด้วย

๑. การตลาด (Marketing) เป็นเรื่องเกี่ยวกับการวิจัยศักยภาพทางการตลาดของนักท่องเที่ยว โดยศึกษาถึงขนาดลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio-Economic Characteristics) พฤติกรรมและความชอบของนักท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ เช่น อาหารการกิน ที่พักอาศัย ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว อำนาจการซื้อ และอื่น ๆ เป็นต้น

๒. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

๓. การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

๔. การโฆษณา (Advertisement)

๕. การส่งเสริมการทำหน้าที่ของสำนักงานต่างประเทศ (Maintenance of Overseas Offices)

๖. การร่วมมือทางด้านการตลาดกับประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเดียวกัน เป็นต้น

การตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวใน ปัจจุบันว่ามีการใช้การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร IMC (Integrated Marketing Communication) เป็นเครื่องมือทีนิยมใช้กันมากเพื่อหวังผลให้สินค้า และข่าวสารการเสนอขาย ได้รับความสนใจ สร้างแรงจูงใจให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็ว และ มากที่สุด การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรหมายถึง การเลือกเครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสมกับสินค้า หรือบริการมากกว่า ๑ ประเภท มาใช้ผสมผสานอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ประกอบด้วย การส่งเสริมการขายโดยบุคคล การประชาสัมพันธ์ การตลาดตรง การตลาดเชิงกิจกรรม การโฆษณา การจัดแสดงสินค้า การอบรม การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การบอกเล่าปากต่อปาก การตลาดท่องเที่ยว มีการเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มการส่งเสริมการท่องเที่ยวหลักของภาครัฐ จำเป็นต้องศึกษาลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อาทิ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยลง เป็นผู้ เดินทางหนุ่มสาวมากขึ้น นักธุรกิจสตรีเป็นกลุ่มนักเดินทางรุ่นใหม่ที่มีความต้องการเฉพาะ นักท่องเที่ยวที่รักสุขภาพ เป็นต้น ช่องการการจัดจำหน่ายสมัยใหม่จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มากขึ้น การติดต่อสื่อสารผ่านจดหมายอิเลคโทรนิค (e-mail) ระบบการตลาดอินเตอร์เน็ต (internet marketing) จะเป็นความจำเป็นที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักเดินทางที่ เปลี่ยนไป เครื่องมือสื่อสารและเอกสารโฆษณาและแผ่นพับจะเป็นระบบ Digital brochure สภาพ เหมือนจริง (virtual) ส่งตรงถึงลูกค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ต ซึ่งลูกค้าสามารถเปิดดูข้อมูลและ รายละเอียดผ่านคอมพิวเตอร์ที่ไหนก็ได้ เวลาใดก็ได้ที่ลูกค้าต้องการ[๕๒]

๒.๗.๓ องค์ประกอบของการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

องค์ประกอบทางการตลาดท่องเที่ยวส่วนที่สำคัญอย่างหนึ่งที่นักวางแผนการตลาดท่องเที่ยวควรนำมาใช้เป็นเครื่องมือหรือกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยที่สามารถควบคุมและพัฒนาได้ (๔ Ps) ได้แก่

---

[๕๒] กมล รัตนวิระกุล, **การจัดการยุคใหม่ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม,** พิมพ์ครั้งที่ ๓, (กรุงเทพมหานคร: แอดวานซ์ ฮอสปิตาลิตี้ คอนซัลแตนท์, ๒๕๕๔). หน้า ๒๖๔-๒๖๙.

๑. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล โดยผลิตภัณฑ์จะต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) และมี คุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นขายได้ ส่วนผสมผลิตภัณฑ์ของแหล่ง ท่องเที่ยว มีดังนี้

๑.๑ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Tourist Attractions) ที่ได้รับการพิจารณาและ เลือกว่าอยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ สังคมวัฒนธรรม สถานที่พักผ่อนหย่อนใจทางธรรมชาติ และเหตุการณ์สำคัญหรือโอกาสพิเศษ โดยจำแนกอย่างละเอียดของประเภท รูปแบบ ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ว่ามีความแตกต่างอย่างไรบ้าง

๑.๒ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางการเดินทาง ยานพาหนะ โครงสร้างพื้นฐาน การควบคุมการเดินทาง และยานพาหนะในการเข้าออก ระยะเวลา ความถี่ในการให้บริการ อัตรา และการเก็บค่าบริการผ่านทาง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เป็นป์จจัยสำคัญต่อต้นทุนของนักท่องเที่ยว

๑.๓ สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ ณ แหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก แรม อาหารและเครื่องดื่ม การคมนาคมขนส่งในท้องถิ่น สินค้าอุปโภคบริโภคกิจกรรมการท่องเที่ยว และ กีฬา เช่น กอล์ฟ เรือใบ

๑.๔ การให้ความปลอดภัยแก่ นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ บุคลากรที่ให้บริการ ชมรม หรือสมาคมที่เกี่ยวข้อง

๑.๕ ความร่วมมือของชุมชนในท้องถิ่นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

๑.๖ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว สามารถสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และความ คาดหวังให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งภาพลักษณ์และความคาดหวังเกิดจากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ภาพลักษณ์เป็นป์จจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวมาก

๒. ราคา (Price) เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ออกมาในรูปของเงินตรา ผู้บริโภค จะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์ (Product) และราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น โดยถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาที่มีความเป็นไปได้สูงที่ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ

๒.๑ ราคาเป็นส่วนประสมทางการตลาดเพียงอย่างเดียวที่ทำให้เกิดรายได้

๒.๒ องค์ประกอบหลักในการกำหนดราคาต่ำสุด คือ ต้นทุนการผลิตและองค์ประกอบในการกำหนดราคาสูงสุด คือ คุณค่าในสายตาของผู้บริโภค

๒.๓ วิธีการกำหนดราคา มี ๓ ประเภท คือ พิจารณาจากต้นทุน พิจารณาจากลูกค้า และพิจารณาจากคู่แข่งขัน

๒.๔ การกำหนดราคาเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญมากในการบริหารธุรกิจ ในการกำหนดราคาจะต้องมีความชัดเจนในเรื่องวัตถุประสงค์ของการกำหนดราคา เช่น ลดราคาเพื่อสกัดคู่แข่ง ตั้งราคาต่ำเพื่อไม่ให้เสียโอกาสในการได้ลูกค้าใหม่ ลดราคาเพื่อไล่ตามคู่แข่ง สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การทำให้ลูกค้ายอมรับในการเปลี่ยนแปลงราคา

๒.๕ ประเด็นสำคัญของราคาไม่ได้อยู่ที่ตั้งไว้ที่ ราคาเท่าไหร่ หากแต่ขึ้นกับการเปรียบเทียบระหว่างราคาของสินค้ากับคุณค่าของสินค้าที่มีต่อผู้บริโภค หากลูกค้ารู้สึกว่าสินค้ามีคุณค่ามากกว่าราคาและยินดีซื้อสินค้าในราคาที่กำหนด (Value for Money) อย่างไรก็ตาม ราคาค่าบริการในแหล่งท่องเที่ยวมีหลายระดับ ไม่สามารถกำหนดได้ว่าราคาใดถูกต้องเหมาะสมที่สุด เนื่องจากความพยายามในการสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าและบริการเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่ต่างกัน

๓. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution Channel) หมายถึง เส้นทางที่ ผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยผู้ผลิตคนกลาง ผู้บริโภคคนสุดท้าย หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม โดยมีกิจกรรมซึ่งเป็นกิจกรรมที่ช่วยกระจายสินค้าประกอบด้วย (๑) การขนส่ง (Transportation) (๒) การเก็บรักษาสินค้าคงคลัง (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing) และ (๓) การบริการสินค้าคงเหลือ (Inventory Management) โดยช่องทางการจัดจำหน่ายมีความหมายครอบคลุมในเรื่องการนำสินค้าจากผู้ผลิตไปถึงมือผู้บริโภค การควบคุมปริมาณสินค้า การขนส่ง การติดต่อสื่อสาร จนกระทั่งเรื่องประเภทของร้าน จำนวนของร้าน โกดัง การกระจายทางกายภาพ วิธีการกระจายสินค้า ช่อง ทางการจัดจำหน่ายต้องคำนึงถึง ๑) การเข้าถึง เช่น การใช้สื่อ การกระจายสินค้าไปหาลูกค้าให้ตรง ตามพฤติกรรม ลักษณะนิสัยความต้องการ เป็นต้น ๒) ขายสินค้าได้จะเกิดหลังจากที่เราสามารถเข้าถึงลูกค้าได้แล้ว ๓) รักษาไว้ คือ สร้างความสัมพันธ์ให้เกิดการซื้อขายต่อเนื่อง ทั้งนี้ ศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในท้องถิ่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว เว็บไซต์ เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญของบริการและสินค้าทางการท่องเที่ยว

๔. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้า หรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อของผู้ซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อการติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน ซึ่งเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ อาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน (Integrated Marketing Communication: IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การ ขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations : PR) และการตลาดทางตรง (Direct Marketing) และปากต่อปาก (Word of Mouth)[๕๓]

นอกจากองค์ประกอบหรือส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวที่สามารถควบคุมหรือพัฒนาได้ (๔ Ps) แล้วยังมีปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ยากหรือควบคุมไม่ได้ที่มีผลต่อความสำเร็จ ทางการตลาด ประกอบด้วย

---

[๕๓] ปณิศา ลัญชานนท์, **หลักการตลาด,** (กรุงเทพมหานคร: บิสิเนสเวิร์ส, ๒๕๕๕), หน้า ๔๖-๕๒.

๑. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) หมายถึง บรรยากาศซึ่งเป็นสิ่งที่ นักท่องเที่ยวมองเห็นและจับต้องได้ขณะซื้อขายสินค้าและบริการ และขณะที่นักท่องเที่ยวบริโภค สินค้าซึ่งจะสามารถสร้างความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจได้ในทันที

๒. กระบวนการ (Process) หมายถึง การศึกษาข้อมูลทางการตลาดเพื่อให้ทราบถึงกระบวนการซื้อของนักท่องเที่ยว และการเลือกสรรผลิตภัณฑ์และกระบวนส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยว

๓. บุคลากร (People) หมายถึง ทรัพยากรมนุษย์ที่ปฏิบัติการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และบริการ ความรู้ ความสามารถของบุคลากร

๔. ความร่วมมือทางการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Partnership / Participation) หมายถึง การประสานงานร่วมมือกันทางการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ในการร่วมมือกันเสนอขายสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่มุ่งตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและได้รับความพอใจสูงสุด โดยรักษาคุณภาพมาตรฐานการบริการและระดับราคาที่เหมาะสม นอกจากองค์ประกอบทางการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวข้างต้นแล้ว ยังมี องค์ประกอบอีกหลายอย่างที่ค วบคุมได้ยากหรือควบคุมไม่ได้ เช่น ประชาชน การแข่งขันของ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชน และการเมือง ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีผลกระทบต่อ สถานการณ์การตลาดท่องเที่ยว การเพิ่มหรือลดจำนวนนักท่องเที่ยว การวางแผนการตลาด (Marketing Planning) หมายถึง การกำหนดนโยบาย จุดมุ่งหมาย หรือวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ โปรแกรม แผนงาน กิจกรรมทางการตลาด และการใช้ความพยายามทางการตลาดอื่น ๆ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้[๕๔]

๒.๘ แนวคิดด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

๒.๘.๑ ที่มาแนวคิดเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่ม

เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคนั้นมีทางเลือกมากขึ้นซึ่งมีอีกสิ่งหนึ่งที่เมื่อก่อนอาจเล่นบทเป็นแค่ตัวประกอบเท่านั้น แต่ปัจจุบันก้าวขึ้นมามีความสำคัญไม่แพ้กันเลยทีเดียวที่จะมีส่วนช่วยทั้งดึงผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ๆ เข้ามา รวมถึงรักษาผู้บริโภครายเดิมให้อยู่ไปนาน ๆ ก็คือเรื่องของการสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยในอดีตนั้น หากผลิตภัณฑ์ หรือบริการหนึ่งจะประสบความสำเร็จได้ในท้องตลาดสิ่งที่สำคัญที่สุดก็คงจะเป็นตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการหลักนั่นเองที่ต้องมีคุณภาพที่เยี่ยมยอดกว่าคู่แข่ง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่า อย่างไรก็ดีในปัจจุบันจะพบว่า จริงอยู่ที่บ่อยครั้งคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือ บริการหลักอาจจะยังเป็นเรื่องสำคัญมาก แต่อีกสิ่งหนึ่งที่ก้าวขึ้นมามีส่วนสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ ก็คือเรื่องของ “มูลค่าเพิ่ม” ที่ติดมากับตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักนั้น ๆ ในบางกรณีส่วนของมูลค่าเพิ่มก็จะเป็นตัวดึงดูดผู้บริโภคให้หันมามอง หรือตัดสินใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์

---

[๕๔] นิคม จารุมณี, **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว,** (กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๕๖), หน้า ๗๑-๗๔.

หรือบริการหลัก ดังนั้นธุรกิจในปัจจุบันเราจะ เห็นว่า ไม่ใช่เป็นการขายเพียงตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักอย่างเดียว แต่จะต้องมีส่วนเพิ่มมูลค่าที่จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้ประโยชน์มากขึ้นด้วย[๕๕]

๒.๘.๒ ความหมายการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง ความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ ให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้ามากขึ้น[๕๖]

หลุยส์ (Louis) อ้างถึงใน ดนัย จันทร์ฉาย ได้ให้ความหมายการสร้างมูลค่าเพิ่มไว้ว่า หมายถึง การนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ด้วยคุณภาพ บริการ และราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในการซื้อ ครอบครอง และใช้ประโยชน์[๕๗]

ปวีณา ผาแสง และคณะ ได้ให้ความหมายของการสร้างมูลค่าเพิ่มไว้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง สิ่งที่ช่วยสร้างความ ได้เปรียบทางการแข่งขันโดยผ่านการสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าที่ดีขึ้น (Customer Value) โดยมีขั้นตอนการ ผลิต หรือบริการที่ดีกว่า เพื่อการเป็นผู้น าในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ นอกจากการสร้างความแตกต่างในตลาดแล้ว มูลค่าเพิ่มจะเป็นตัวช่วยในการสร้างคุณค่าที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่สูงกว่า ซึ่งน าไปสู่ความมั่นใจใน การตัดสินใจเลือก หรือซื้อผลิตภัณฑ์และบริการต่อไป[๕๘]

๒.๘.๓ ความสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันอย่างรุนแรง และพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น ธุรกิจต่าง ๆ จึงต้องมีการปรับปรุงแนวคิด กลยุทธ์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มสามารถทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ ดังต่อไปนี้

๒.๘.๓.๑ การสร้างมูลค่าเพิ่มที่มากกว่าคู่แข่งจะทำให้สามารถตอบสนองความต้องการและทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มอาจทำได้ด้วยการเสนอผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคต้องการ

๒.๘.๓.๒ การสร้างมูลค่าเพิ่มสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจจากผู้บริโภคที่ดีที่สุดเพราะทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ธุรกิจมอบให้

---

[๕๕] พูนลาภ ทิพชาติโยธิน, **Value-Added Activities เพิ่มลูกค้าด้วยกิจกรรมเพิ่มมูลค่า**, ๒๕๕๓, หน้า ๘๗-๘๘, http://๒๐๒.๑๘๓.๑๙๐.๒/FTPiWebAdmin/knw_pworld/image_content/๘๕/๘๗-๘๙.pdf., ๒๐ มีนาคม ๒๕๖๑.

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

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

[๕๘] ปวีณา ผาแสง และคณะ, **“การศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผ้าทอพื้นเมืองน่าน กรณีศึกษา : กลุ่มวิสาหกิจชมุชนบ้านเฮี้ย ตำบลศิลาแลง อำเภอปัว จังหวัดน่าน”**, รายงานการวิจัย, วิทยาลัยชุมชนน่าน, (น่าน: วิทยาลัยชุมชนน่าน สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, ๒๕๖๐), หน้า ๔.

๒.๘.๓.๓ การสร้างมูลค่าเพิ่มทำให้ธุรกิจสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้ และทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน[๕๙]

๒.๘.๔ หลักการของการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ในตลาดที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง และอุตสาหกรรมอยู่ในภาวะอิ่มตัว ซึ่งจะเห็นว่าผลิตภัณฑ์หลักจะไม่ค่อยมีความแตกต่างกันเท่าใดนัก ดังนั้นธุรกิจแต่ละรายจึงพยายามหาโอกาสพัฒนาและยกระดับคุณลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์เสนอแก่ลูกค้า เครื่องมือที่จะช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโต โดยสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าเหนือคู่แข่งในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้ นั่นก็คือการดึงดูดด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มที่มอบให้แก่ผู้บริโภคซึ่งเป็นมูลค่าเพิ่มที่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมากกว่าความพอใจ 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 ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

๒.๘.๔.๑ คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) เป็นคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ได้แก่ (๑) ประโยชน์หลักเช่น รถยนต์ เป็นพาหนะในการเดินทาง เป็นต้น (๒) รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย คุณภาพ และสมรรถนะที่เหนือกว่าคู่แข่ง รูปแบบ ความหรูหรา ความทันสมัย ตราสินค้า ความมีชื่อเสียงมายาวนาน และเป็นที่ยอมรับ

๒.๘.๔.๒ คุณค่าด้านบริการ (Service Value) เป็นคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากคุณภาพในการ ให้บริการ (Service Quality) ได้แก่ (๑) การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าคอยนาน ทำเลที่ตั้งเหมาะสมเพื่อแสดงถึงความสามารถในการเข้าถึงลูกค้า (๒) การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย (๓) ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และความรู้ความสามารถในงาน (๔) ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และวิจารณญาณ (๕) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า (๖) ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง (๗) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ (๘) ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่างๆ (๙) การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าว (๑๐) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understand Knowing Customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

---

[๕๙] พินพัสนีย์ พรหมศิริ, **กลยุทธ์การตลาดสำหรับยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง,** ประชาชาติธุรกิจ, ๑ มกราคม ๒๕๔๗.

๒.๘.๔.๓ คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel Value) เป็นคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากคุณภาพของพนักงาน ได้แก่ (๑) ความสามารถ (Competence) พนักงานต้องอาศัยความชำนาญและมีความรู้ (๒) ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์มีความเป็นกันเอง (๓) ความเชื่อถือได้ (Credibility) พนักงานของบริษัทต้องมีความน่าเชื่อถือ (๔) ความไว้วางใจได้ (Reliability) พนักงานต้องทำงานด้านการบริการด้วยความสม่ำเสมอและถูกต้อง สามารถสร้างความไว้วางใจให้ลูกค้า (๕) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) จะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ (๖) การติดต่อสื่อสาร (Communication) พนักงานต้องใช้ความพยายามที่จะทำความเข้าใจกับลูกค้าด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย

๒.๘.๔.๔ คุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) เป็นคุณค่าด้านความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ[๖๐]

วิธีสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการให้เหนือกว่าด้วยนวัตกรรม ในยุคนี้ภาคธุรกิจที่ทำหน้าที่ผลิตสินค้าหรือให้บริการนั้น จะคิดเพียงแต่ว่าจะต้องผลิตสินค้าให้ได้ปริมาณเยอะ ๆ ควบคู่ไปกับเรื่องของคุณภาพ หรือภาคธุรกิจบริการจะมุ่งเน้นแต่การให้บริการที่ดี สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าเพียงอย่างเดียว ก็เห็นทีว่าจะไม่เพียงพอกับตลาดการแข่งขันที่มีความดุเดือดมากขึ้น การนำเอานวัตกรรมเข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อให้สินค้าและบริการมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นจึงเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะทำให้ธุรกิจพัฒนา เติบโตก้าวหน้า พร้อมสำหรับการแข่งขันในตลาดปัจจุบัน และพร้อมที่จะรองรับการต่อยอดพัฒนาธุรกิจให้เดินหน้าต่อไปในอนาคตได้ ซึ่งเครื่องมือที่จะช่วยปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการเดิมให้ดีขึ้น ไปจนถึงการสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ได้เป็นอย่างดีในยุคนี้ก็คือ การนำเอาเทคโนโลยีมามีส่วนร่วมและปรับใช้ในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น การสร้างมูลค่าให้กับการบริการ โดยการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าสามารถโอน จ่าย ชำระค่าสินค้าและค่าบริการผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งถือเป็นการอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้บริการด้านการเงินของธนาคารได้อย่างสะดวกรวดเร็วผ่านเทคโนโลยีอินเตอร์เน็ตหรือผ่านทางสมาร์ทโฟนโดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปยังสาขาของศูนย์บริการแต่อย่างใด การสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสารให้มีความสวยงามและพัฒนาประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถจัดเก็บและยืดอายุของข้าวสารได้นานยิ่งขึ้นโดยใช้ถุงพลาสติกแบบสุญญากาศที่ทั้งสวยงาม และสามารถรักษาสินค้าให้มีอายุและระยะเวลาการจำหน่ายได้นานยิ่งขึ้น หรืออีกหนึ่งตัวอย่างที่เห็นได้ชัดก็คือ การเพิ่มมูลค่าให้กับหนังสือพิมพ์โดยนำเอานวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเปลี่ยนข้อมูลรูปแบบกระดาษให้อยู่ในรูปแบบเนื้อหาในหน้าเว็บไซต์ หรือแม้กระทั่งแอพพลิเคชั่นในโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนรูปแบบของผลิตภัณฑ์เดิมไปอย่างสิ้นเชิง โดยผู้ใช้สามารถเรียกดูหรือเปิดอ่านหนังสือผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เมื่อไหร่ก็ได้ตามที่ต้องการ ปัจจุบันทุกองค์กรและภาคธุรกิจต้องให้ความสำคัญกับการนำเอานวัตกรรมมาช่วยสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์และบริการเกิดการพัฒนาทั้งในด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ ตอบโจทย์การใช้งาน และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึง

---

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

พอใจได้มากที่สุด ซึ่งเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้นวัตกรรมสามารถเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว ก็คือ การนำเอาเทคโนโลยี และเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเป็นองค์ประกอบนั่นเอง[๖๑]

๒.๘.๕ ประเภทของมูลค่าทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในเชิงเศรษฐศาสตร์

ลูกค้าหรือผู้บริโภคตัดสิน “คุณค่า” ผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างไร ในปัจจุบันการสร้างคุณค่า การส่งมอบคุณค่า หรือการสร้างมูลค่าเพิ่ม เป็นคำที่ได้ยินอย่างแพร่หลาย สำหรับความจำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ ของผู้ประกอบการเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการอื่นๆ ที่อยู่ในตลาด โดยคำว่า “คุณค่า” และ “มูลค่า” ในภาษาอังกฤษจะแปลมาจากคำเดียวกัน คือ “Value” แต่ทว่ายังไม่มีการกล่าวถึงวิธีหรือแนวทางที่ลูกค้าหรือผู้บริโภคจะตัดสินหรือประเมินสิ่งที่เรียกว่า “คุณค่า” ที่ต้องสร้างขึ้นมานั้นอย่างไร เนื่องจาก “คุณค่า” ที่กล่าวถึงนี้ จะมีลักษณะที่เป็นนามธรรม และมีความแตกต่างกันออกไปในมุมมองของลูกค้าหรือผู้บริโภคแต่ละคน พื้นฐานความสัมพันธ์ระหว่าง “คุณค่า” และ “มูลค่า” ก็คือ ถ้าลูกค้าหรือผู้บริโภคประเมินหรือตัดสินผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ นั้นว่ามี “คุณค่า” มากพอสำหรับตนเอง ลูกค้าหรือผู้บริโภคก็จะมีความยินดีที่จะจ่ายเป็น “มูลค่า” ออกไปในรูปของราคา (Price) ในการซื้อ ในขณะที่ถ้าประเมินว่าไม่มี “คุณค่า” สำหรับตนเอง หรือมี “คุณค่า” ไม่เพียงพอ ก็จะไม่ยินดีที่จะซื้อ หรือไม่เกิดเป็น “มูลค่า” จากการจ่ายหรือการซื้อของลูกค้าหรือผู้บริโภคนั่นเอง ทั้งนี้แนวคิดเพื่อสร้างความเข้าใจในการประเมิน “คุณค่า” ที่กล่าวมานี้คือ ลูกค้าหรือผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบระหว่าง ประโยชน์ที่ได้รับ (Benefits) จากการใช้ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ กับต้นทุน (Cost) ที่ตนเองต้องจ่ายออกไป คำว่าประโยชน์ที่ได้รับ (Benefits) นี้ประกอบด้วย ๔ องค์ประกอบ ได้แก่ (๑) ประโยชน์ที่ได้รับหรือเกิดขึ้นจากการใช้ประโยชน์ (Function) (๒) อารมณ์ความรู้สึก (Emotion) (๓) จิตวิทยา (Psychology) และ(๔) สังคม (Social) ในขณะที่ต้นทุน (Cost) ก็มี ๔ องค์ประกอบเช่นกัน ประกอบด้วย (๑) ตัวเงิน (Monetary) (๒) เวลา (Time) (๓) ความพยายามหรือแรงงานที่ต้องใช้ (Energy) และ (๔) จิตวิทยา (Psychology) ซึ่งการประเมินหรือตัดสิน “คุณค่า” ของลูกค้าหรือผู้บริโภคเพื่อจ่ายเป็น “มูลค่า” ของลูกค้าหรือผู้บริโภคแต่ละราย จะมีความแตกต่างกันแม้จะเป็นผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการเดียวกันก็ตาม รวมถึง ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการแต่ละประเภทก็มีลักษณะของประโยชน์ที่ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้รับหรือต้นทุนในแต่ละองค์ประกอบตามที่กล่าวมาแตกต่างกันด้วยเช่นกัน

๒.๘.๕.๑ องค์ประกอบหลักด้านประโยชน์ที่ได้รับ (Benefits) มีรายละเอียด ดังนี้

๑) การใช้ประโยชน์ (Function) ถือเป็นพื้นฐานขององค์ประกอบแรกในการประเมินหรือตัดสินเกี่ยวกับคุณค่า ตัวอย่างเช่น กรณีของสินค้าประเภทอาหารหรือเครื่องดื่ม ประโยชน์ที่ได้รับก็คือ รสชาติ ความอร่อย ความสดชื่น หรืออาจมีด้านของคุณค่าทางโภชนาการเข้ามาเกี่ยวข้อง

๒) ด้านอารมณ์ความรู้สึก (Emotion) อาจเป็นเรื่องของความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากประสาทสัมผัส หรือความชอบที่เกิดจากการจัดแต่งอาหาร สีสรร การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

---

[๖๑] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, **วิธีสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ**, <https://www.tris.co.th/articles-and-knowledge/๑๒๔๑/>, ๒๗ ธันวาคม ๒๕๖๑.

๓) ด้านจิตวิทยา (Psychology) อาจเป็นความคาดหวังที่เกิดจากการบริโภคอาหารหรือเครื่องดื่มนี้จะช่วยรักษาสุขภาพ จะทำให้ร่างกายแข็งแรง ไม่เจ็บไข้ได้ป่วยในอนาคต

๔) ด้านสังคม (Social) ถ้าเป็นกรณีอาหารหรือเครื่องดื่มอาจไม่เห็นชัดเจนนัก แต่ก็มีประเด็นที่ผู้บริโภคเลือกบริโภคอาหารหรือเครื่องดื่มบางประเภท หรือไปที่ร้านอาหารบางแห่ง เพื่อแสดงถึงสถานะทางสังคมของตนเอง หรือเพื่อแสดงให้เห็นว่าตนเองเป็นคนทันสมัยอยู่ในเทรนด์ อันเป็นผลจากลักษณะพฤติกรรมการแชร์ไลฟ์สไตล์ของตนเองในแพลตฟอร์ม Social media แบบต่างๆ แต่ประเด็นด้านสังคมนี้จะเห็นได้อย่างชัดเจนในกลุ่มสินค้าแบรนด์เนม หรือสินค้าประเภทลักชัวรี่ ที่ถ้ากล่าวถึงการใช้ประโยชน์หรือด้านคุณสมบัติ อาจไม่ได้มีข้อแตกต่างกับผลิตภัณฑ์ สินค้าหรือบริการทั่วไป แต่ลูกค้าหรือผู้บริโภคให้ความสำคัญที่องค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึก จิตวิทยาและสังคมเป็นส่วนสำคัญ เป็นต้น

๒.๘.๕.๒ องค์ประกอบหลักด้านต้นทุน (Cost) มีรายละเอียด ดังนี้

๑) ด้านตัวเงิน (Monetary) เป็นองค์ประกอบพื้นฐานของต้นทุน เนื่องจากตัวเงินเป็นสิ่งที่วัดหรือจับต้องได้สามารถเปรียบเทียบได้ และเป็นส่วนที่สัมพันธ์กับความสามารถในการจ่ายเป็นมูลค่าของลูกค้าหรือผู้บริโภค

๒) ด้านเวลา (Time) หมายถึงระยะเวลาที่ลูกค้าหรือผู้บริโภคจำเป็นต้องใช้ในการซื้อ ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ

๓) ด้านความพยายามหรือแรงงานที่ต้องใช้ (Energy) หมายถึง ความสะดวก หรือความง่ายในการที่ลูกค้าหรือผู้บริโภคจำเป็นต้องใช้ในการซื้อผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ ซึ่งในข้อเท็จจริง เวลา หรือ ความพยายามที่ต้องใช้นี้ ก็สามารถแปลงค่าเป็นตัวเงินได้เช่นกัน ตัวอย่างของการประเมินในเรื่องของเวลาหรือความพยายามนี้ จะเห็นได้จากการที่ลูกค้าหรือผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อมากกว่าซุปเปอร์มาร์เก็ต แม้ว่าราคาสินค้าจะสูงกว่า ก็ตาม เนื่องจากแม้ว่าราคาสินค้าในซุปเปอร์มาร์เก็ตจะมีราคาต่ำกว่า แต่มีต้นทุนการเงินแฝงอื่นๆ ที่เกิดขึ้นในการได้มาซึ่งสินค้าที่ต้องการ เช่น ค่าเดินทาง ระยะเวลาที่ต้องใช้ ค่าแต่งกาย โดยเฉพาะความสะดวกทำให้ต้นทุนหรือมูลค่ารวมทั้งหมดทีตนเองต้องจ่ายออกไปในการซื้อสินค้าที่ร้านสะดวกซื้อ น้อยกว่าต้นทุนการซื้อสินค้าจากซุปเปอร์มาร์เก็ต แม้ว่าราคาต่อหน่วยของสินค้าจะสูงกว่าก็ตาม

๔) ด้านจิตวิทยา (Psychology) ตัวอย่างเช่น การประกันภัย หรือการประกันสุขภาพ ที่รายจ่ายค่าประกันภัยหรือค่าประกันสุขภาพที่จ่ายออกไปจะช่วยให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคมีความมั่นใจว่า ถ้าเกิดความสูญเสีย หรือความเสียหายในอนาคต ลูกค้าหรือผู้บริโภคจะต้องจ่ายเงิน หรือเกิดค่าใช้จ่ายน้อยกว่าค่าประกันภัยหรือค่าประกันสุขภาพที่จ่ายออกไปเป็นต้นทุนในปัจจุบัน

ดังนั้น คำถามเกี่ยวกับความสำคัญระหว่างประโยชน์ที่ได้รับกับต้นทุน ในการประเมิน “คุณค่า” ของผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ ในข้อเท็จจริงปัจจุบันจากพฤติกรรมการตัดสินใจของลูกค้าหรือผู้บริโภค จะให้ความสำคัญกับประโยชน์ที่ ได้รับมากกว่าด้านต้นทุน แต่อย่างไรก็ตามตัวเงินที่ลูกค้าหรือผู้บริโภคมี เป็นส่วนที่ทำให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการในขณะนั้นหรือไม่ ถ้าลูกค้าหรือผู้บริโภคเห็นว่าผลิตภัณฑ์ สินค้าหรือบริการนั้นมีคุณค่าสำหรับตนเองอาจตัดสินใจซื้อทันทีถ้าตนเองมีเงินเพียงพอ หรืออาจรอเวลาในการเก็บเงินให้เพียงพอก่อน หรือซื้อ

ทันทีแต่ใช้วิธีการซื้อด้วยบัตรเครดิต ในขณะที่ถ้าประเมินแล้วว่าผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการนั้นยังมีคุณค่าไม่เพียงพอ ก็จะไม่จ่ายเงินซื้อ ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการนั้น แม้ว่าจะมีเงินเพียงพอที่จะซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการนั้นได้ในทันทีก็ตาม จากรายละเอียดที่กล่าวมาทั้งหมดคงจะพอสร้างความเข้าใจ เกี่ยวกับวิธีการที่ลูกค้าหรือผู้บริโภคตัดสิน “คุณค่า” ผลิตภัณฑ์หรือบริการได้ไม่มากก็น้อย[๖๒]

มูลค่าทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในเชิงเศรษฐศาสตร์นั้น เป็นการวัดมูลค่าของการเปลี่ยนแปลงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นที่มีผลต่อความกินดีอยู่ดีของมนุษย์ เช่น การเปลี่ยนแปลงของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความกินดีอยู่ดีของมนุษย์ผ่านระบบตลาด โดยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ของผู้ผลิต และการเปลี่ยนแปลงของราคาของสินค้าและบริการ หรืออาจจะมีผลต่อสินค้าและบริการที่ระบบตลาดไม่สามารถสะท้อนมูลค่าที่แท้จริงได้ เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อสุขภาพและทัศนียภาพของสิ่งแวดล้อม เป็นต้น สามารถแบ่งออกเป็น ๓ กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้

๑) มูลค่าเกิดจากการใช้ (use value) มูลค่าที่เกิดจากการใช้ แบ่งออกได้เป็น ๒ ประเภท คือ

๑.๑) มูลค่าที่เกิดจากการใช้ทางตรง (direct use value) มีทั้งในลักษณะที่มนุษย์ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและงทำให้ปริมาณทรัพยากรที่มีลดน้อยลงไป เช่น การใช้น้ำเพื่อการบริโภคหรือผลิตในภาคอุตสาหกรรมและการทำการประมง เป็นต้น และการใช้ประโยชน์ที่ไม่ได้ทำให้ปริมาณของทรัพยากรธรรมชาติลดน้อยลงไปแต่อาจจะทำให้คุณภาพเปลี่ยนแปลงไป เช่น การดำน้ำดูปะการังที่ส่งผลทำให้ปะการังเสื่อมโทรม การใช้น้ำในกระบวนการผลิตและปลดปล่อยน้ำเสียออกมา เป็นต้น

๑.๒) มูลค่าที่เกิดจากการใช้ทางอ้อม (indirect use value) หมายถึง ประโยชน์ที่ได้จากทรัพยากรธรรมชาติทางอ้อม ยกตัวอย่างเช่น ประโยชน์ทางอ้อมของป่าชายเลน นอกจากจะช่วยป้องกันการกัดเซาะของชายฝั่ง ทะเลแล้วยังเป็นแหล่งอนุบาลลูกปลา และยังทำหน้าที่เป็นแหล่งดูดซับคาร์บอน

๒) มูลค่าที่ไม่ได้เกิดจากการใช้ (non-use value) มูลค่าที่ไม่ได้เกิดจากการใช้แบ่งออกได้เป็น ๒ ประเภท คือ

๒.๑) มูลค่าของการคงอยู่ (existence value) หมายถึง มูลค่าที่เราให้เพื่อที่จะรักษาทรัพยากรไว้ให้คงอยู่ แม้ว่าจะคิดว่าเราจะไม่ได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาตินั้นไม่ว่าในวันนี้หรือในอนาคต เช่น คนไทยส่วนใหญ่อาจจะไม่เคยเห็นพะยูน และไม่คิดว่าในอนาคตจะได้เห็นพะยูน แต่เพียงแค่รู้ว่าพะยูนยังคงอยู่ก็เพียงพอแล้ว เราเรียกมูลค่าส่วนนี้ว่า มูลค่าของการคงอยู่

๒.๒) มูลค่าที่เก็บรักษาไว้เพื่อให้คนรุ่นต่อไปได้ใช้ในวันข้างหน้า (Bequest Value) หมายถึง มูลค่าที่ทราบว่าทรัพยากรธรรมชาติจะยังคงอยู่ไว้ให้ลูกหลานที่เราทราบว่าพะยูนอยู่ในสภาพดีและลูกหลานของเราหรือประชาชนรุ่นหลังได้มีโอกาสเห็นพะยูน เป็นต้น

---

[๖๒] รัชกฤช คล่องพยาบาล, **ลูกค้าหรือผู้บริโภคตัดสิน “คุณค่า” ผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างไร**, <http://www.iam-asset.co.th/upload/dc/91.pdf>, หน้า ๑-๒, ๒๗ ธันวาคม ๒๕๖๒.

๓) มูลค่าเผื่อใช้ (option value) มูลค่าเผื่อใช้ หมายถึงมูลค่าที่มนุษย์อาจจะไม่ได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อมแต่ก็มีความต้องการที่จะเก็บรักษาทรัพยากรนั้นไว้เพื่อที่จะใช้ประโยชน์ได้ในอนาคต[๖๓]

๒.๙ ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

๒.๙.๑ ความเป็นมาของจังหวัดสุรินทร์

สุรินทร์เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความเป็นมายาวนาน จากหลักฐานทางโบราณคดีที่พบข้อมูลในพงศาวดาร เรื่องเล่าตำนานที่เล่าสืบต่อกันมาเป็นที่อยู่ของชนหลายเผ่าพันธุ์ทั้ง ไทย เขมร ลาว กวยหรือกูย ทำให้มีวัฒนธรรมที่หลากหลาย ตัวเมืองเมืองสุรินทร์ พื้นที่ในเขตเทศบาลเมืองสุรินทร์มีมนุษย์เข้ามาตั้งชุมชนแล้วตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ตอนปลาย ลักษณะชุมชนเป็นเนินดินมีคูน้ำคันดินล้อมรอบ ขนาดกว้างประมาณ ๑,๐๐๐ เมตร ยาวประมาณ ๑,๓๐๐ เมตร เป็นลักษณะเฉพาะของแผนผังเมืองโบราณตั้งแต่ในสมัยก่อนประวัติศาสตร์ตอนปลายถึงสมัยประวัติศาสตร์ตอนต้นซึ่งพบทั่วไปในเขตภาคอีสานตอนล่าง กรมศิลปากรได้ประกาศขึ้นทะเบียนโบราณสถานเมืองสุรินทร์ในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ ๙๕ ตอนที่ ๙๘ ลงวันที่ ๑๙ กันยายน ๒๕๒๑ จากการสำรวจของหน่วยศิลปากรที่ ๖ ในปี พ.ศ. ๒๕๓๔ พบว่า ตัวเมืองยังมีสภาพที่สมบูรณ์เห็นแนวคูน้ำ-คันดินแบ่งออกเป็น ๒ ชั้น คือ เมืองชั้นในและเมืองชั้นนอก เมืองชั้นในมีลักษณะเป็นรูปวงรีแบบสมัยก่อนประวัติศาสตร์ตอนปลายถึงสมัยประวัติศาสตร์ตอนต้น มีขนาดกว้างประมาณ ๑,๐๐๐ เมตร ยาวประมาณ ๑,๓๐๐ เมตร สภาพคูเมืองค่อนข้างสมบูรณ์ มีบางส่วนเท่านั้นที่ขาดหายไป เมืองชั้นนอกมีลักษณะแผนผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าแบบชุมชนขอมโบราณ มีคูน้ำ ๒ ชั้น คันดิน ๑ ชั้นล้อมรอบ ขนาดกว้าง ๑,๕๐๐ เมตร ยาว ๒,๕๐๐ เมตร สภาพคูเมืองค่อนข้างสมบูรณ์ยกเว้นด้านทิศใต้ จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่าตัวเมืองสุรินทร์ในปัจจุบันนี้เคยเป็นบ้านเมืองมาแล้วตั้งแต่สมัยโบราณกาล ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองของเมืองสุรินทร์ในอดีตตลอดจนถึงภูมิปัญญาของบรรพบุรุษของชาวสุรินทร์ได้เป็นอย่างดี

สมัยก่อนประวัติศาสตร์ จากการศึกษาวิจัยการและสำรวจพบแหล่งโบราณคดีในจังหวัดสุรินทร์ กว่า ๕๙ แห่ง ส่วนมากเป็นชุมชนโบราณที่มีคูน้ำ-คันดินล้อมรอบ ได้แก่ แหล่งโบราณคดีบ้านโนนสวรรค์ ตำบลนาหนองไผ่ อำเภอชุมพลบุรี หมู่บ้านเป็นเนินสูงเกือบ ๓ เมตร พบโบราณวัตถุ ได้แก่ เศษภาชนะดินเผาแบบต่างๆ รวมทั้งภาชนะเคลือบสีน้ำตาลแบบขอม และพบภาชนะที่ใช้บรรจุมีลักษณะเป็นภาชนะก้นมนขนาดใหญ่ ที่ใช้ในการฝังศพครั้งที่สองของมนุษย์สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ที่มีอายุอยู่ในราว ๒,๐๐๐-๑,๕๐๐ ปี มาแล้ว พบมากไปตลอดลุ่มแม่น้ำมูลตอนกลางแถบจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ มหาสารคาม ร้อยเอ็ด เป็นลักษณะของกลุ่มวัฒนธรรมทุ่งกุลาร้องไห้ แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท ตำบลปราสาททนง อำเภอปราสาท แหล่งโบราณคดีแห่งนี้เป็นที่ตั้งของปราสาททนง เป็นโบราณสถานขอมซึ่งกรมศิลปากรมีโครงการขุดแต่ง ในปี พ.ศ. ๒๕๓๖ และได้ขุดตรวจชั้นดินทางด้านหลังของโบราณสถาน พบ

---

[๖๓] Freeman, A. Myrick. 2003. The Measurement of Environmental and Resource Values: Theory and Methods, 2nd edition. RFF Press book: Washington, DC., p. 13-20., <https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sec/Lom21/02-01-03.html>, ๒๗ ธันวาคม ๒๕๖๒.

หลักฐานสำคัญแสดงให้เห็นถึงการอยู่อาศัยของมนุษย์มาก่อนจะสร้างปราสาท คือ โครงกระดูกมนุษย์เพศชาย อายุประมาณ ๓๕- ๔๐ ปี ปัจจุบันได้นำมาจัดแสดงในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสุรินทร์ นอกจากแหล่งโบราณคดีทั้งสองแหล่งนี้แล้ว ยังไม่มีการขุดค้นตามหลักวิชาการในอีกกว่า ๕๐ แห่ง อาศัยเพียงเทียบเคียงค่าอายุกับแหล่งอื่น ๆ พอสรุปได้ว่ามีอายุอยู่ในราว ๒,๐๐๐-๑,๕๐๐ ปีมาแล้ว

สมัยประวัติศาสตร์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบหลักฐานชุมชนสมัยทวารวดีทั้งภูมิภาค เมืองโบราณที่สำคัญ เช่น เมืองฟ้าแดดสงยาง อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ เมืองนครจำปาศรี อำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม เมืองกันทรวิชัย อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม เมืองโบราณบ้านคอนสวรรค์ อำเภอคอนสวรรค์ จังหวัดชัยภูมิ เมืองเสมา อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา เป็นต้น สิ่งที่เห็นได้ชัดเจนและเป็นรูปธรรมอย่างหนึ่งของวัฒนธรรมทวารวดี นั่นคือ การนับถือศาสนาพุทธ ซึ่งก่อให้เกิดงานศิลปกรรมที่เนื่องในศาสนา ตามเมืองหรือชุมชนโบราณสมัยทวารวดีจะพบว่ามีการสร้างสิ่งก่อสร้างหรือรูปเคารพในศาสนาพุทธขึ้น ได้แก่ พระพุทธรูป พระพิมพ์ ใบเสมา เป็นต้น แหล่งวัฒนธรรมทวารวดีในสุรินทร์ วัฒนธรรมทวารวดี ประมาณพุทธศตวรรษที่ ๑๒-๑๖ หรือราว ๑,๐๐๐-๑,๔๐๐ ปีมาแล้ว ในภาคอีสานตอนล่าง ชุมชนในวัฒนธรรมทวารวดี มีอายุเดียวกับชุมชน ในจังหวัดต่างๆ บริเวณลุ่มแม่น้ำมูล เช่น เมืองเสมา อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา เมืองโบราณบ้านฝ้าย อำเภอหนองหงส์ เมืองโบราณบ้านประเคียบ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมืองคงโคก อำเภอราษีไศล จังหวัดศรีสะเกษ ชุมชนโบราณบ้านไผ่ใหญ่ อำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี[๖๔] ลักษณะชุมชนวัฒนธรรมทวารวดีที่พบในจังหวัดสุรินทร์มักจะมีคูน้ำคันดินล้อมรอบ มีโบราณวัตถุเนื่องในพุทธศาสนา เช่น ใบเสมา พระพุทธรูป พระพิมพ์ เป็นต้น ชุมชนโบราณบ้านตรึม ตำบลตรึม อำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ บริเวณบ้านตรึม มีลักษณะเป็นชุมชนที่มีคูน้ำล้อมรอบ ทางด้านทิศตะวันออกของหมู่บ้าน มีหนองน้ำขนาดใหญ่เรียกว่า หนองสิม ภายในวัดตรึม เป็นเนินดินมีใบเสมาปักอยู่ ๑๖ ใบ ลักษณะเป็นแบบแผ่นรูปกลีบบัว ทำด้วยศิลาแลงและหินบะซอลต์ ใบเสมาทุกใบจะมีลักษณะของการตกแต่งที่เหมือนกัน นั่นคือ แกะสลักเป็นรูปหม้อน้ำ อยู่ตรงกลางใบทั้งสองด้าน ยอดเป็นกรวยแหลมบรรจบกับส่วนบนของใบเสมาพอดี ขอบใบเสมาแกะเป็นเส้นตรงโค้งไปตามขอบ ทำให้ดูเหมือนว่าผิวหน้าทั้งสองด้านของใบเสมายื่นออกมา ปัจจุบันทางวัดได้สร้างอาคารคลุมใบเสมาและเนินดินไว้ ชุมชนโบราณบ้านไพรขลา ตำบลไพรขลา อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ เป็นชุมชนที่มีคูน้ำคันดินล้อมรอบ พบใบเสมาที่โนนสิมมาใหญ่และโนนสิมมาน้อย โนนสิมมาใหญ่อยู่ภายในหมู่บ้านทางทิศใต้ มีกลุ่มใบเสมาจำนวนมากปักอยู่ในตำแหน่งทิศทั้งแปดบางส่วนถูกเคลื่อนย้ายมาเก็บรวมกันไว้ในอาคารขนาดเล็ก ใบเสมาทั้งหมดทำจากศิลาแลง เป็นแผ่นรูปกลีบบัว ตรงกลางใบเป็นรูปหม้อน้ำมียอดเป็นรูปกรวยแหลมหรือเป็นสันขึ้นมาทั้งสองด้าน ลักษณะการตกแต่งเหมือนกับใบเสมาที่บ้านตรึม โนนสิมมาน้อย อยู่ทางทิศตะวันตกภายในหมู่บ้าน บริเวณนี้พบใบเสมาจำนวนเล็กน้อยอยู่รวมกันเพียงจุดเดียว ใบเสมาบางใบน่าจะปักอยู่ในตำแหน่งเดิม โดยมีการย้ายใบเสมาใบอื่น ๆ มาวางรวมกันไว้ ลักษณะของใบเสมาเหมือนกับใบเสมาที่โนนสิมมาใหญ่เป็นใบเสมาแบบแผ่นรูปกลีบบัว ตรงกลางใบทำเป็นสันทั้งสองด้าน ทั้งหมดทำจากศิลาแลง ใบเสมาที่พบสันนิษฐานว่าปักไว้เพื่อกำหนดเขตศักดิ์สิทธิ์เพื่อประกอบพิธีกรรมทางศาสนาในสมัยนั้น

---

[๖๔] กรมศิลปากร, **ประวัติศาสตร์เมืองสุรินทร์,** (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม, ๒๕๔๓), หน้า ๑๑๔-๑๑๖.

วัฒนธรรมขอมโบราณ จังหวัดสุรินทร์ด้านทิศใต้ติดต่อกับประเทศกัมพูชา มีเทือกเขาพนมดงรักกั้นเขตแดน มีการเดินทางติดต่อกันมาแต่โบราณผ่านทางช่องเขา เช่น ช่องจอม อ.กาบเชิง ช่องตาเมือน อ.พนมดงรัก เป็นต้น ทำให้มีการติดต่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างกันมาตลอด โดยเฉพาะในระหว่างพุทธศตวรรษที่ ๑๒-๑๘ โดยศึกษาจากหลักฐานทางโบราณคดีที่พบ ดังนี้ ในราวปลายพุทธศตวรรษที่ ๑๒-๑๓ ตรงกับรัชกาลพระเจ้าชัยวรมันที่ ๑ แห่งอาณาจักรขอมโบราณ จังหวัดสุรินทร์มีการสร้างปราสาทภูมิโพนที่ ต.ดม อ.สังขะ เป็นศาสนสถานขนาดใหญ่ในศาสนาฮินดูศิลปะขอมโบราณสมัยไพรกเมง ประกอบด้วยปราสาทอิฐ ๓ หลัง และฐานอาคารก่อด้วยศิลาแลง ๑ หลัง พบชิ้นส่วนจารึกอักษรปัลลวะ ภาษาสันสกฤต ๑ ชิ้น ซึ่งมีใช้ราวพุทธศตวรรษที่ ๑๒-๑๓ ทับหลังรูปสัตว์ครึ่งสิงห์ครึ่งนกประกอบวงโค้งที่มีวงกลมรูปไข่ ศิลปะขอมโบราณแบบไพรกเมง จำนวน ๑ แผ่น บริเวณด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ห่างจากปราสาท ๕๐๐ เมตร มีหนองปรือซึ่งเป็นบารายขนาดใหญ่ แบบวัฒนธรรมขอมโบราณ รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาด ๓๐๐X๕๐๐ เมตร อยู่ ๑ แห่ง ราวกลางถึงปลายพุทธศตวรรษที่ ๑๕ (ประมาณ ๑,๑๐๐ ปีมาแล้ว) ในเขตจังหวัดสุรินทร์ มีชุมชนวัฒนธรรมเขมรโบราณที่สำคัญอีก ๒ แห่ง คือ ชุมชนปราสาทหมื่นชัย บ้านถนน และชุมชนปราสาทบ้านจารย์ ต.บ้านจารย์ อ.สังขะ ปราสาทหมื่นชัยเป็นปราสาทองค์เดียว ก่อด้วยอิฐ มีคูน้ำรูปตัวยูล้อมรอบ ปัจจุบันตัวปราสาทมีสภาพหักพังเหลือเพียงส่วนเรือนธาตุ ปราสาทตาเมือนธม บ้านหนองคันนา ต.ตาเมียง อ.พนมดงรัก จ.สุรินทร์ เป็นปราสาทขนาดใหญ่ก่อด้วยหินทราย และศิลาแลง ปราสาททนง บ้านปราสาท ต.ปราสาททนง อ.ปราสาท จ.สุรินทร์ เป็นปราสาทขนาดเล็ก ก่อด้วยอิฐ หินทราย และศิลาแลง ตั้งหันหน้าไปทางทิศตะวันออก ประกอบไปด้วยสองส่วน คือ พลับพลาและปราสาทประธาน ปราสาทบ้านไพล บ้านปราสาท ต.เชื้อเพลิง อ.ปราสาท จ.สุรินทร์ เป็นปราสาทอิฐ ๓ องค์ มีขนาดเท่ากันตั้งอยู่บนฐานศิลาแลงหันหน้าไปทางทิศตะวันออก มีคูน้ำรูปตัวยูล้อมรอบ ต่อมาในช่วงอารยธรรมขอมในประเทศกัมพูชาได้เจริญถึงขีดสุดราวพุทธศตวรรษที่ ๑๖-๑๘ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย พบปราสาทหินและเมืองโบราณรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าแบบขอม เป็นจำนวนมาก ได้แก่ เมืองพิมาย อันมีปราสาทพิมายเป็นศูนย์กลางของเมือง ตัวเมืองมีแผนผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดใหญ่ เป็นต้น ช่วงระยะเวลานี้มีหลักฐานว่าเมืองสุรินทร์ได้รับอิทธิพลอารยธรรมของขอมโบราณอย่างมากเช่นกัน มีการปรับแผนผังเมืองให้ใหญ่ขึ้นเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าแบบขอมโบราณมีคูน้ำ ๒ ชั้น คันดิน ๑ ชั้น ล้อมรอบ ขนาดกว้าง ๑,๕๐๐ เมตร ยาว ๒,๕๐๐ เมตร ล้อมรอบตัวเมืองเดิมรูปวงรีในสมัยก่อนหน้านั้นไว้ภายในอีกชั้นหนึ่ง ส่วนพื้นที่อำเภอต่างๆ พบปราสาทขอมโบราณอีกหลายแห่ง ในช่วงหลังของพุทธศตวรรษที่ ๑๘ อารยธรรมขอมโบราณเสื่อมลง เมืองสุรินทร์น่าจะเป็นบ้านเมืองสืบมาจนถึงในราวสมัยอยุธยาตอนปลายราวต้นพุทธศตวรรษที่ ๒๔ สมเด็จพระเจ้าเอกทัศน์พระมหากษัตริย์แห่งอาณาจักรกรุงศรีอยุธยา โปรดเกล้าให้ยกชุมชนหลายแห่งในจังหวัดสุรินทร์เป็นเมือง ตัวเมืองสุรินทร์ในขณะนั้นเรียกว่า “บ้านคูประทายสมัน” จึงโปรดให้ยกขึ้นเป็นเมืองคูประทายสมันมีพระสุรินทร์ภักดีเป็นเจ้าเมืองทำราชการขึ้นตรงต่อเมืองพิมาย

สมัยกรุงธนบุรี สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช โปรดเกล้ายกฐานะเจ้าเมืองคูประทายสมันขึ้นเป็นพระยา นามว่า พระยาสุรินทร์ภักดี ปกครองเมืองคูประทายสมัน ขึ้นตรงต่อเมืองพิมาย

สมัยรัตนโกสินทร์ พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก โปรดเกล้าให้เมืองในบริเวณนี้หลายเมือง ได้แก่ เมืองคูประทายสมัน เมืองขุขันธ์ และเมืองสังฆะ อันเป็นเมืองที่มีความชอบในราชการสงคราม ทำราชการขึ้นตรงต่อกรุงเทพมหานคร พร้อมกับโปรดเกล้าให้เปลี่ยนชื่อเมืองคูประทายสมัน

เป็นเมืองสุรินทร์ ตามชื่อเจ้าเมืองในคราวเดียวกัน ต่อมาเปลี่ยนเป็นผู้ว่าราชการจังหวัดปกครองสืบต่อมาถึงปัจจุบัน[๖๕]

จังหวัดสุรินทร์เป็นหนึ่งในจังหวัดชายแดนของภาคอีสานตอนล่าง หรือ “อีสานใต้” ที่นอกจากจะเต็มไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ อารยธรรม และศิลปวัฒนธรรมของหลากหลายชนชาติ โดยเฉพาะวัฒนธรรมขอมโบราณ ที่หล่อหลอมและผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรมไทยถิ่นอีสานจนมีความเป็นเอกลักษณ์และโดดเด่นแล้ว จังหวัดสุรินทร์มีเนื้อที่ประมาณ ๘,๑๒๔ ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ ๕ ล้านไร่ เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ ๒๔ ของประเทศ ลักษณะพื้นที่ทางตอนใต้บริเวณที่ติดต่อกับราชอาณาจักรกัมพูชา เป็นป่าทึบและภูเขาสูงสลับซับซ้อน ถัดมาเป็นที่ราบสูงลูกคลื่นลอนลาดตอนกลางของจังหวัดเป็นที่ราบลุ่มเป็นส่วนใหญ่ ทางตอนเหนือเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำ มีลำน้ำที่สำคัญ คือ แม่นำมูล ลำน้ำชี ห้วยเสนงสุรินทร์เป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนานจังหวัดหนึ่ง สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นเมื่อประมาณ ๒,๐๐๐ ปีก่อน ในยุคขอมเรืองอำนาจในภูมิภาคนี้ ต่อมาเมื่ออาณาจักรขอมเสื่อมอำนาจลง เมืองดังกล่าวก็ถูกทิ้งร้างไปเป็นเวลานานจนกระทั่งราวปี พ.ศ. ๒๒๖๐ ในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย ชาวพื้นเมืองของเมืองอัตปือแสนแป แคว้นจำปาศักดิ์ ซึ่งในขณะนั้นเป็นดินแดนของไทย ที่เรียกตัวเองว่า “ส่วย” หรือ “กูย” หรือ “กวย” ได้พากันอพยพข้ามลำน้ำโขงมาตั้งชุมชนที่เมืองต่างๆ ในแถบภูมิภาคนี้ ต่อมาในปี พ.ศ. ๒๓๐๖ หลวงสุรินทรภักดี (เชียงปุม) หัวหน้าหมู่บ้านเมืองที ได้ย้ายหมู่บ้านมาตั้งอยู่ที่บริเวณบ้านคูประทาย ซึ่งเป็นที่ตั้งเมืองสุรินทร์ในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นบริเวณที่มีชัยภูมิเหมาะสม มีกำแพงค่ายคูล้อมรอบ ๒ ชั้น และมีแหล่งน้ำอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การประกอบอาชีพและอยู่อาศัย ต่อมาพระเจ้าอยู่หัวพระที่นั่งสุริยามรินทร์โปรดเกล้าฯ ให้ยกฐานะขึ้นเป็น “เมืองประทายสมันต์” และหลวงสิรินทรภักดีได้เลื่อนบรรดาศักดิ์เป็นพระสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวางเป็นเจ้าเมืองปกครองเมืองประทายสมันต์ในปี พ.ศ. ๒๓๒๙ พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ ๑ ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้เปลี่ยนชื่อ “เมืองประทายสมันต์” เป็น “เมืองสุรินทร์” ตามสร้อยบรรดาศักดิ์ของเจ้าเมืองในขณะนั้น เมืองสุรินทร์มีเจ้าเมืองปกครองสืบเชื้อสายกันมารวม ๑๑ คน จนถึงปี พ.ศ. ๒๔๕๑ มีการเปลี่ยนแปลงระบบบริหารราชการแผ่นดินเป็นแบบมณฑลเทศาภิบาล “เมืองสุรินทร์” จึงเปลี่ยนเป็น “จังหวัดสุรินทร์” และทางกรุงเทพฯ ได้แต่งตั้งพระกรุงศรีบุรีรักษ์ (สุม สุมานนท์) มาดำรงตำแหน่งเป็นข้าหลวงประจำจังหวัดหรือผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นคนแรก ปัจจุบันจังหวัดสุรินทร์แบ่งเขตการปกครองออกเป็น ๑๓ อำเภอ ๔ กิ่งอำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองสุรินทร์ อำเภอชุมพลบุรี อำเภอท่าตูม อำเภอจอมพระ อำเภอปราสาท อำเภอกาบเชิง อำเภอรัตนบุรี อำเภอสนม อำเภอศีขรภูมิ อำเภอสังขะ อำเภอลำดวน อำเภอสำโรงทาบ อำเภอบัวเชด กิ่งอำเภอพนมดงรัก กิ่งอำเภอศรีณรงค์ กิ่งอำเภอเขวาสินรินทร์ และกิ่งอำเภอโนนนารายณ์ ปัจจุบันจังหวัดสุรินทร์ มีคำขวัญประจำจังหวัดที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดโดยรวม ว่า “สุรินทร์ถิ่นช้างใหญ่ ผ้าไหมงาม ประคำสวย รำรวย ปราสาท ผักกาดหวาน ข้าวสารหอม งามพร้อมวัฒนธรรม”[๖๖]

---

[๖๕] สุริยวุฒิ สุขสวัสดิ์, ศาสตราจารย์ ดร. ม.ร.ว., **"รูปทวารบาลสำริด : ประติมากรรมชิ้นเอกของปราสาทกำแพงใหญ่ = The bronze portal guardian masterpiece of Prasat Sa Khamphaeng Yai", วารสารเมืองโบราณ,** ปีที่ ๑๕ ฉบับที่ ๔ (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๓๒) : หน้า ๗๖-๘๑.

[๖๖]การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานใหญ่), “ข้อมูลทั่วไปจังหวัดสุรินทร์”, <http://thai.tourismthailand.org/>, กันยายน ๒๕๕๙.

๒.๙.๒ แหล่งท่องเที่ยวทั่วไปที่สำคัญในจังหวัดสุรินทร์

จังหวัดสุรินทร์ เป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่น่าสนใจของอีสานใต้ เพราะนอกจากจะเป็นทางผ่านเชื่อมไปยังประเทศกัมพูชาแล้ว ก็ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวสวย ๆ ที่มีคุณค่า ทั้งวัดวาอาราม ปราสาทหิน หมู่บ้านช้าง หมู่บ้านทอผ้าไหมระดับประเทศ จุดชมวิว ที่เที่ยวธรรมชาติ สวนน้ำ ถนนคนเดิน และอีกสารพัดรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยว ถือได้ว่ามีความน่าเที่ยวไม่น้อยไปกว่าจังหวัดไหนในเมืองไทย แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ มีดังนี้

๑. อนุสาวรีย์พระยาสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวาง (ปุม) อนุสาวรีย์พระยาสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวาง (ปุม) ตั้งอยู่บริเวณใจกลางเมืองของเมืองสุรินทร์ เป็นสถานที่ตั้งรูปหล่อของพระยาสุรินทร์ภักดีศรีณรงค์จางวาง (ปุม) ผู้วางรากฐานการก่อตั้งเมืองสุรินทร์ ด้านหน้าของรูปหล่อมีรูปปั้นงาช้างสีขาวขนาดใหญ่ขนาบทั้ง ๒ ข้าง เป็นสัญลักษณ์ที่สื่อว่าเมืองสุรินทร์เป็นเมืองช้างอย่างแท้จริง อนุสาวรีย์พระยาสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวาง (ปุม) เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าไหว้สักการะขอพรทุกวัน

๒. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสุรินทร์ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสุรินทร์ ตั้งอยู่ที่ ๒๑๔ หมู่ ๑๓ ตำบลเฉนียง อำเภอเมือง เป็นสถานที่รวบรวมโบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และจัดแสดงเรื่องราวของจังหวัดสุรินทร์ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน โดยมีการแบ่งการจัดแสดงออกเป็น ๕ เนื้อเรื่องด้วยกัน คือ ธรรมชาติวิทยา ประวัติศาสตร์โบราณคดี ประวัติศาสตร์เมืองสุรินทร์ ชาติพันธุ์วิทยา และมรดกดีเด่น พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสุรินทร์ เปิดให้เข้าชมวันพุธ-อาทิตย์ (ปิดวันจันทร์-อังคาร และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐-๑๖.๐๐ น. ไม่มีค่าเข้าชม ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ finearts.go.th หรือโทรศัพท์ ๐ ๔๔๑๕ ๓๐๕๔

๓. ซแรย์ อทิตยา ซแรย์ อทิตยา คือ ศูนย์เรียนรู้การเกษตรอทิตยาทร ก่อตั้งโดยพระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าอทิตยาทรกิติคุณ ตั้งอยู่ที่บริเวณอ่างเก็บน้ำอำปึล ตำบลเทนมีย์ อำเภอเมือง ภายในมีพื้นที่ของนาข้าว สวนพืชผักสวนครัว และสวนหย่อมให้ได้เดินเที่ยวชมพักผ่อนหย่อนใจ พร้อมทั้งยังจัดแสดงให้ความรู้เกี่ยวกับข้าว ประเพณีวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับข้าว และการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าว อีกทั้งยังจัดสรรพื้นที่อย่างสวยงาม เต็มไปด้วยต้นไม้ดอกไม้นานาพรรณ บรรยากาศผ่อนคลาย ที่นี่เปิดให้เข้าเที่ยวชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา ๐๘.๐๐-๑๘.๐๐ น.

๔. ปราสาทศีขรภูมิ ปราสาทศีขรภูมิ ตั้งอยู่ที่บ้านปราสาท ตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ เป็นปราสาทศิลปะขอมแบบบาปวน สร้างขึ้นตั้งแต่ในช่วงพุทธศตวรรษที่ ๑๗ มีลักษณะเป็นปรางค์หมู่ ๕ องค์ มีแผนผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส โดยมีปราสาทประธาน ๑ องค์อยู่ตรงกลาง และมีปราสาทบริวาร ๔ องค์ล้อมอยู่ทั้ง ๔ ทิศ ทั้งหมดตั้งอยู่บนฐานศิลาแลงเดียวกัน และมีสระน้ำล้อมรอบเว้นทางเข้าด้านหน้าด้านหลัง ปราสาทศีขรภูมิ เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าเที่ยวชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา ๐๘.๐๐-๑๘.๐๐ น.

๕. วนอุทยานแห่งชาติพนมสวายวนอุทยานแห่งชาติพนมสวาย ตั้งอยู่ที่ตำบลนาบัว อำเภอเมือง มีลักษณะเป็นภูเขาเตี้ย ๆ มียอดเขาอยู่ ๓ ยอด คือ ยอดเขาชาย (พนมเปราะ) ยอดเขาหญิง (พนมสรัย) และยอดเขาคอก (พนมกรอล) โดยแต่ละยอดจะมีวัดตั้งอยู่ ยอดเขาชายเป็นที่ตั้งของวัดพนมสวาย สูงประมาณ ๒๑๐ เมตร มีบันไดก่ออิฐถือปูนขึ้นไปจนถึงวัด และยังมีระฆังจำนวน ๑, ๐๘๐ ใบให้ตลอดเส้นทาง ยอดเขาหญิง เป็นที่ตั้งของวัดพนมศิลาราม สิ่งที่โดดเด่นคือ พระพุทธรูปองค์ขนาดกลางประดิษฐานบนยอดเขาสูงจากระดับน้ำทะเลราว ๆ ๒๒๘ เมตร ส่วนยอดเขาคอก เป็นที่ตั้งของศาลาอัฏฐะ

มุข ด้านในมีพระพุทธบาทจำลอง ใกล้กันนั้นมีสถูปที่เก็บอัฐิธาตุพระราชวุฒาจารย์ หรือหลวงปู่ดูลย์ อตุโล พระเกจิสายวิปัสสนา และศาลเจ้าแม่กวนอิม ให้ได้มากราบไหว้ขอพรกันด้วย

๖. ศูนย์คชศึกษา หมู่บ้านช้างบ้านตากลางหมู่บ้านช้างที่มีชื่อเสียงมากที่สุดแห่งหนึ่งของเมืองสุรินทร์ ตั้งอยู่ที่ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม โดยนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับวิถีความเป็นอยู่ ความผูกพันระหว่างคนในชุมชนกับช้าง รวมทั้งประเพณี และวัฒนธรรมของชาวบ้านที่มีช้างเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ชาวบ้านส่วนใหญ่เป็นชาวส่วย (กูย) หรือ กวย จะมีความชำนาญในการคล้องช้างป่า และมีวิธีการฝึกหัดช้างและเลี้ยงช้างที่เป็นเอกลักษณ์ เพราะฉะนั้นถ้านักท่องเที่ยวได้ไปเยือนที่นี่นอกจากจะได้เที่ยวชมช้างและชุมชนเพลิน ๆ แล้ว ก็ยังจะได้พูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้เชี่ยวชาญด้านช้าง พร้อมทั้งยังจะได้ทำกิจกรรมกับช้างด้วย

๗. ทะเลสาบทุ่งกุลา ทะเลสาบทุ่งกุลา ตั้งอยู่ที่ตำบลไพรขลา อำเภอชุมพลบุรี อดีตพื้นที่แห้งนี้ได้เคยเป็นส่วนหนึ่งของทุ่งกุลาร้องไห้ พื้นที่ที่แห้งแล้งแทบไม่มีน้ำเลยตลอดทั้งปี แต่เมื่อพ.ศ. ๒๕๕๐ ได้มีการขุดลอกพื้นที่ทำเป็นแก้มลิงกักเก็บน้ำไว้ ต่อมากรมชลประทานได้ทำการขุดพื้นที่กว่า ๗๕๐ ไร่ ให้เป็นหนองน้ำขนาดใหญ่ ก็ทำให้สามารถกักเก็บน้ำไว้ได้มากมาย กลายเป็นแหล่งน้ำสำคัญในการทำเกษตรกรรมพลิกฟื้นพื้นที่รอบด้านให้กลับมาอุดมสมบูรณ์อีกครั้ง และก็ได้เรียกหนองน้ำนี้ว่า ทะเลสาบทุ่งกุลา ปัจจุบันทะเลสาบทุ่งกุลา ได้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อนคลายร้อนยอดนิยมของชาวสุรินทร์และนักท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ โดยมีแพไม้ไผ่ให้นักท่องเที่ยวได้ไปนั่งชมวิวชิล ๆ ก็ใครอยากเล่นน้ำเย็นฉ่ำใสแจ๋วกลางทะเลสาบ เจ้าหน้าที่ก็ยินดีลากแพไปให้กระโดดน้ำกันอย่างเมามัน นอกจากนี้ยังมีห่วงยางเรือเป็ดให้บริการ พร้อมทั้งร้านค้า ร้านอาหารหลากหลายแบบให้ได้กินเพลิน ๆ กันด้วย ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ เฟซบุ๊ก ทะเลสาบทุ่งกุลา บ้านโพนม่วง - ม่วงสวรรค์ ต.ไพรขลา อ.ชุมพลบุรี จสุรินทร์

๘. อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง ตั้งอยู่ที่ตำบลเฉนียง อำเภอเมือง มีลักษณะเป็นอ่างเก็บน้ำขนาดกว้างใหญ่ บรรยากาศผ่อนคลาย ด้วยรอบ ๆ ของอ่างเก็บน้ำเต็มไปด้วยต้นไม้นานาพรรณ วิวทิวทัศน์สวยงาม มีสันเขื่อนให้ได้มาเดินเล่นชมวิวกันเพลิน ๆ โดยเฉพาะยามเย็นที่สามารถมาชมวิวพระอาทิตย์ตกดินได้ด้วย ลมพัดเย็น ๆ บรรยากาศดี พร้อมทั้งยังมีร้านอาหารให้บริการ สามารถมานั่งกินข้าวเย็นกับวิวสวย ๆ กันได้ทุกวัน

๙. หาดทรายแก้ว หาดทรายแก้ว ตั้งอยู่ที่ตำบลทับใหญ่ อำเภอรัตนบุรี มีลักษณะเป็นหาดทรายกว้างริมแม่น้ำมูล เม็ดทรายเนียนละเอียด เหมาะแก่การไปนั่งเล่นพักผ่อนริมแม่น้ำ และยังสามารถลงเล่นน้ำได้ในช่วงฤดูร้อน เพราะน้ำในแม่น้ำมูลจะตื้นเขิน ไม่อันตราย บางปีที่น้ำลดมาก หาดทรายก็กว้างมากพอให้ได้เล่นกีฬาชายหาดอย่างวอลเลย์บอลและฟุตบอลเลยทีเดียว นอกจากนี้ก็มีแพไม้ไผ่ให้ได้นั่งพักผ่อนระหว่างวัน ถ้าเป็นช่วงวันหยุดยาวก็จะมีร้านค้าร้านอาหารให้บริการ

๑๐. เขื่อนห้วยขนาดมอญ เขื่อนห้วยขนาดมอญ ตั้งอยู่ที่หมู่ที่ ๕ ตำบลตาตุม อำเภอสังขะ เป็นอ่างเก็บน้ำที่สำคัญของพื้นที่แถบนี้ ซึ่งนอกจากจะมีประโยชน์ในด้านเกษตรกรรมแล้ว ก็ยังเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจให้กับชาวสุรินทร์ได้ด้วย เพราะมีวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม สามารถมองเห็นทิวเขาสีเขียว และยังมีจุดให้นักท่องเที่ยวได้ลงเล่นน้ำคลายร้อนด้วย ถ้าใครมาเที่ยวชมหน้าหนาว ก็จะได้เห็นภาพของสายหมอกบางเบาลอยละล่องอยู่เหนือเขื่อน มีแสงแดดอ่อน ๆ ทอส่องผ่านสายหมอกลงมาสู่น้ำในเขื่อน เป็นภาพที่งดงามจริง ๆ

๑๑. น้ำตกถ้ำเสือ น้ำตกถ้ำเสือ ตั้งอยู่ที่ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด เป็นน้ำตกขนาดกลาง ตั้งอยู่กลางป่าอันอุดมสมบูรณ์ เกิดจากน้ำที่ไหลมาจากลำห้วยพยอม ไหลมาผ่านหน้าผาหินสูงราว ๆ ๑๐ เมตร พอไหลลงมายังแอ่งด้านล่างแล้ว น้ำก็จะหายไปในร่องหิน ก่อนที่น้ำจะโผล่ขึ้นมาอีกครั้งในลำห้วยที่ห่างออกไป สามารถเล่นน้ำได้บริเวณเหนือน้ำตก บรรยากาศโดยรอบก็สวยงาม ร่มรื่นไปด้วยต้นไม้น้อยใหญ่นยานาชนิด น่ามาเที่ยวพักผ่อนไม่น้อยเลยทีเดียว

๑๒. ปราสาทตาควาย ปราสาทตาควาย ตั้งอยู่ที่บ้านไทยนิยมพัฒนา หมู่ ๑๗ ตำบลบักได อำเภอพนมดงรัก มีลักษณะเป็นปราสาทหินขนาดไม่ใหญ่มากนัก สร้างจากหินศิลาแลง หันหน้าไปทางทิศตะวันออก เป็นปราสาทหลังเดียวไม่มีหมู่บริวาร ภายในปราสาทมีประติมากรรมลักษณะคล้ายกับศิวลึงค์ ๑ ชิ้น ทางขึ้นปราสาทจะเป็นบันได มีรูปปั้นพญานาคอยู่ทั้งสองด้าน โดยรอบปราสาทเป็นป่าไม้อุดมสมบูรณ์ บรรยากาศร่มรื่น สามารถเข้าเที่ยวชมได้ทุกวัน ตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐-๑๕.๐๐ น.

๑๓. ปราสาทบ้านพลวง ปราสาทบ้านพลวง ตั้งอยู่ที่ตำบลบ้านพลวง อำเภอปราสาท เป็นปราสาทศิลปะขอมแบบบาปวน สันนิษฐานว่าก่อสร้างขึ้นในช่วงราวศตวรรษที่ ๑๖ มีลักษณะเป็นปราสาทขนาดเล็ก ๑ องค์ ก่อสร้างด้วยหินทรายสีขาวบนฐานศิลาแลงรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้ากว้างประมาณ ๘ เมตร ยาวประมาณ ๒๓ เมตร มีประตูทางเข้า-ออกด้านทิศตะวันออก ส่วนอีก ๓ ด้านทำเป็นประตูหลอก มีสิ่งที่น่าสนใจทั้งทับหลังและหน้าบัน บริเวณรอบปราสาทมีสระน้ำล้อมรอบเว้นทางเข้าด้านหน้า เปิดให้เข้าเที่ยวชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา ๐๘.๐๐-๑๖.๐๐ น. ค่าเข้าชมคนไทย ๑๐ บาท ชาวต่างชาติ ๕๐ บาท

๑๔. กลุ่มปราสาทตาเหมือน กลุ่มปราสาทตาเหมือน ตั้งอยู่ที่บ้านหนองคันนาสามัคคี หมู่ ๘ ตำบลตาเมียง อำเภอพนมดงรัก ประกอบด้วยปราสาทหินสามหลังเรียงลำดับจากขนาดใหญ่ไปขนาดเล็ก คือ ปราสาทตาเหมือนธม ปราสาทตาเหมือนโต๊ด และปราสาทตาเหมือน ปราสาทตาเหมือนธมจะเป็นปราสาทที่มีขนาดใหญ่มากที่สุด หันหน้าไปทางทิศใต้ อยู่ใกล้กับชายแดนไทย-กัมพูชามากที่สุด ถัดมาเป็นปราสาทตาเหมือนโต๊ด อยู่ห่างจากปราสาทตาเหมือนธมราว ๆ ๗๕๐ เมตร ก่อด้วยศิลาแลง มีกำแพงล้อมรอบและมีสระน้ำอยู่ทางทิศเหนือ มีความเชื่อว่าปราสาทแห่งนี้เป็นสถานที่รักษาพยาบาล ต่อมาเป็นปราสาทตาเหมือน อยู่ห่างจากปราสาทตาเหมือนโต๊ดประมาณ ๓๙๐ เมตร ก่อด้วยศิลาแลงเช่นกัน เชื่อว่าเป็นที่พักของนักเดินทางในสมัยนั้น

๑๕. ปราสาทภูมิโปน ปราสาทภูมิโปน ตั้งอยู่ที่ตำบลดม อำเภอสังขะ สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นเมื่อพุทธศตวรรษที่ ๑๒-๑๓ เป็นปราสาทก่อด้วยอิฐ ๓ หลัง ฐานอาคารก่อด้วยศิลาแลง ๑ หลัง ปราสาทที่มีสภาพค่อนข้างสมบูรณ์ คือ ปราสาทอิฐหลังใหญ่ ก่อด้วยอิฐไม่สอปูนแบบศิลปะขอม มีประตูทางเข้า-ออกด้านเดียวทางทิศตะวันออก ส่วนยอดก่อเป็นหลังคาซ้อนลดหลั่นกันขึ้นไปเป็นชั้น ๆ บริเวณใต้หน้าบันของประตูทางเข้า-ออก สลักเป็นลายรูปใบไม้ม้วนแบบศิลปะอินเดีย มีการพบชิ้นส่วนศิลาจารึกอักษรปัลลวะ ภาษาสันสกฤต ๑ ชิ้น บริเวณปราสาทแห่งนี้ นอกจากนี้ก็ยังพบโบราณวัตถุที่สำคัญในจุดต่าง ๆ รอบปราสาทภูมิโปน ซึ่งควรค่าแก่การอนุรักษ์อย่างยิ่ง ที่นี่เปิดให้เข้าเที่ยวชมทุกวัน ไม่มีค่าเข้าชม

๑๖. ปราสาทบ้านไพล ปราสาทบ้านไพล ตั้งอยู่ที่ตำบลเชื้อเพลิง อำเภอปราสาท มีลักษณะเป็นปราสาท ๓ หลัง อยู่บนฐานศิลาแลง เรียงจากเหนือไปใต้ สร้างด้วยอิฐขัดเรียบ ปัจจุบันปราสาททางด้านทิศเหนือและปราสาทตรงกลางยังอยู่ในสภาพดี ซึ่งปราสาททางด้านทิศเหนือก็ยังปรากฏทับหลัง นอกจากนี้ก็ยังพบทับหลังวางอยู่ที่พื้นอีก ๒ ชิ้น สันนิษฐานว่าเป็นทับหลังของปราสาทหลังกลาง

และหลังทางทิศใต้ โดยแต่ละชิ้นสลักภาพที่สวยงามของเทวดานางฟ้า สามารถเที่ยวชมได้ทุกวัน ตั้งแต่เวลา ๐๘.๓๐-๑๖.๐๐ น.

๑๗. ปราสาทช่างปี่ ปราสาทช่างปี่ ตั้งอยู่ที่บ้านช่างปี่ ตำบลช่างปี่ อำเภอศีขรภูมิ มีอายุราว ๆ พุทธศตวรรษที่ ๑๘ มีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ก่อด้วยศิลาแลงและหินทราย สันนิษฐานว่าเป็น ๑ ในอโรคยศาล (อโรคยศาลา) หรือโรงพยาบาล ในสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ ๗ จากการสำรวจพบโบราณวัตถุหลายชิ้น ปัจจุบันอยู่ในระหว่างการบูรณะปฏิสังขร

๑๘. หมู่บ้านผ้าไหมยกทองโบราณบ้านท่าสว่าง หมู่บ้านผ้าไหมยกทองโบราณบ้านท่าสว่าง ตั้งอยู่ที่ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมือง เป็นชุมชนที่ทอผ้าไหมยกทองที่มีชื่อเสียงมากที่สุดในประเทศไทย โดยมีกลุ่มทอผ้ายกทอง จันทร์โสมา เป็นแกนนำสำคัญ โดยผ้าไหมยกทองของที่นี่จะโดดเด่นในเรื่องของวิธีการทอที่จะทอแบบราชสำนักโบราณ พร้อมทั้งมีลวดลายที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์ ต้องใช้ความประณีตในการทอ ผู้ทอจะต้องมีความชำนาญ ผ้าทอแต่ละผืนจึงต้องใช้เวลานานในการทอ ที่นี่จะมีพิพิธภัณฑ์ของอาจารย์วีรธรรม ตระกูลเงินไทย ซึ่งเป็นผู้นำในชุมชน จัดแสดงเกี่ยวกับกระบวนการทอผ้า และเก็บรักษาผ้าไหมไทยเก่าแก่และมีลวดลายสวย ๆ ไว้ให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชม ทั้งนี้ก็มีผลิตภัณฑ์ผ้าไหมและสินค้าพื้นเมืองจากชุมชนให้เลือกซื้อติดไม้ติดมือกลับบ้านด้วยเช่นกัน

๑๙. เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยทับทัน-ห้วยสำราญ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยทับทัน-ห้วยสำราญ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลกาบเชิง ตำบลโคกตะเคียน ตำบลตะเคียน ตำบลด่าน ตำบลแนงมุด ตำบลบักได ตำบลตาเมียง อำเภอกาบเชิง ตำบลตาตุม ตำบลเทพรักษา อำเภอสังขะ และตำบลอาโพน ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด มีพื้นที่ทั้งหมดราว ๆ ๓๑๓,๗๕๐ ไร่ มีลักษณะเป็นที่ราบและเทือกเขาสูงชัน ประกอบไปด้วยป่าไม้หลายแบบ ห้วยลำธาร พร้อมทั้งสัตว์ป่านานาชนิด ในช่วงปลายฝนต้นหนาว ดอกดุสิตาจะออกดอกบานสะพรั่ง เป็นหนึ่งในไฮไลต์สำคัญของการมาเที่ยวที่นี่ นอกจากนี้ก็ยังมีจุดกางเต็นท์และจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจอีกหลากหลายจุด ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ เฟซบุ๊ก เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยทับทัน-ห้วยสำราญ

๒๐. สะรัน วอเตอร์ปาร์ค สวนน้ำขนาดกลางของจังหวัดสุรินทร์ ตั้งอยู่ที่ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง เต็มไปด้วยเครื่องเล่นที่น่าสนใจมากมาย พร้อมด้วยสไลเดอร์หลากหลายแบบ มีสระว่ายน้ำกว้างให้ได้ผ่อนคลาย และยังเพียบพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทั้งห้องน้ำ ร้านค้า ร้านอาหาร สะรัน วอเตอร์ปาร์ค เปิดให้บริการทุกวัน วันจันทร์-ศุกร์ เวลา ๑๐.๐๐-๑๙.๐๐ น. และวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา ๑๐.๐๐-๒๐.๐๐ น.

๒๑. เขตอนุรักษ์พันธุ์ไม้สนสองใบ เขตอนุรักษ์พันธุ์ไม้สนสองใบ ตั้งอยู่ที่ตำบลทับทัน อำเภอสังขะ เป็นเขตอนุรักษ์พันธุ์ไม้สนสองใบที่ถือว่าเป็นพันธุ์ที่ดีที่สุดที่ขึ้นในที่ราบสูง มีเนื้อที่ประมาณ ๖๒๕ ไร่ ทั้งพื้นที่เต็มไปด้วยต้นสนสองใบ บรรยากาศร่มรื่น สวยงาม เหมาะแก่การมาเที่ยวพักผ่อน โดยเฉพาะช่วงฤดูฝนไปจนถึงหน้าหนาว อากาศจะเย็นสบาย มีสายหมอกบางเบาในบางวันคลอเคลียอยู่กับยอดสน เป็นบรรยากาศที่หาชมได้ยากทางฝั่งภาคอีสานใต้ นักท่องเที่ยวสามารถมากางเต็นท์พักผ่อนได้ด้วย

๒๒. วัดบูรพาราม วัดบูรพาราม ตั้งอยู่ที่ตำบลในเมือง อำเภอเมือง เป็นวัดเก่าแก่ของจังหวัดสุรินทร์ มีอายุมากกว่า ๒๐๐ ปีแล้ว สร้างโดยพระยาสุรินทร์ภักดีศรีณรงค์ จางวาง (ปุม) เจ้าเมืองสุรินทร์คนแรก ปัจจุบันมีฐานะเป็นพระอารามหลวงชั้นตรี ที่นี่เคยเป็นสถานที่จำพรรษาของพระราชวุฒา

จารย์ (หลวงปู่ดุลย์ อตุโล) พระเถระสายพระกัมมัฏฐานด้านการภาวนาจิต ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๔๗๗-๒๕๒๖ ภายในวัดบูรพารามมีสิ่งที่น่าสนใจมากมาย อาทิ พระอุโบสถหลังใหญ่, วิหารจตุรมุขแบบทรงไทย สถานที่ประดิษฐานพระคู่เมือง (หลวงพ่อพระชีว์), พระปฏิมากร หลวงพ่อพระชีว์, พระปฏิมากร พระพุทธชินราชจำลอง พระประธานประจำวัด พระปฏิมากร หลวงพ่อพระชีว์จำลอง องค์เล็ก ศาลาอตุลเถระพิพิธภัณฑสถาน อตุลเถระลักษณะทรงไทยประยุกต์ เป็นต้น

๒๓. วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ตั้งอยู่ที่ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด เป็นวัดป่าที่ตั้งอยู่บนเนินเขาสูง ซึ่งมีจุดชมวิวที่สามารถมองเห็นอ่างเก็บน้ำห้วยจรัสพัฒนาและเทือกเขาพนมดงเร็กได้อย่างสวยงามสุด ๆ ภายในวัดมีสิ่งที่น่าสนใจมากมาย อาทิ พระพุทธรูปนาคปรกองค์ใหญ่, รอยพระพุทธบาทจำลอง, ทางขึ้นเข้าปากพญานาค, อริยเจดีย์, ศาลเจ้าแม่เกษณี, น้ำตกไตรคีรี, พระทันใจ เป็นต้น นอกจากนี้ภายในวัดยังมีพระพุทธรูปรายล้อมอยู่ในจุดต่าง ๆ ของวัด บรรยากาศทั่วไปเงียบสงบ เต็มไปด้วยป่าไม้เขียวขจีอุดมสมบูรณ์ เหมาะแก่การมาเที่ยวพักผ่อน

๒๔. ถนนคนเดิน สะเร็น มาร์เก็ต ถนนคนเดิน สะเร็น มาร์เก็ต ตั้งอยู่ที่บ้านศรีณรงค์ ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง เป็นตลาดชุมชนที่ส่งเสริมให้คนท้องถิ่นสุนำสินค้าพื้นเมืองมาจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวและคนสุรินทร์ในราคาย่อมเยา ซึ่งมีทั้งผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน, พืชผักปลอดสารพิษ, ผลไม้สด ๆ ของท้องถิ่น, สินค้าแฮนด์เมด, งานศิลปะ, อาหารพื้นเมือง, ขนมพื้นบ้าน, เสื้อผ้าแฟชั่น และสินค้าตามสมัยนิยม ถนนคนเดิน สะเร็น มาร์เก็ต เปิดให้เข้าเที่ยวชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา ๑๖.๐๐-๒๑.๐๐ น.

๒๕. โครงการคชอาณาจักร จังหวัดสุรินทร์ โครงการคชอาณาจักร ตั้งอยู่ที่ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม เป็นสถานที่ดูแลช้างที่ดีที่สุดแห่งหนึ่งของเมืองไทย ที่นี่เกิดจากพระราชเสาวนีย์ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ปัจจุบันมีช้างมากกว่า ๑๗๐ เชือก โดยส่งเสริมให้ผู้เลี้ยงช้างได้นำช้างเข้ามาอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี และได้รับการดูแลอย่างดี เกิดเป็นหมู่บ้านช้างเล็ก ๆ ที่น่าไปสัมผัสนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมก็จะได้เยี่ยมชมช้างอย่างใกล้ชิด ถ้าโชคดีก็จะได้ทำกิจกรรมเลี้ยงดูช้างกับควาญช้างด้วย[๖๗]

๒.๙.๓ แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาที่สำคัญในจังหวัดสุรินทร์

การท่องเที่ยวในมิติทางด้านศาสนาของจังหวัดสุรินทร์ มีวัดสำคัญที่มีชื่อเสียงควรค่าแก่การท่องเที่ยว ประกอบด้วย ๑) วัดบูรพาราม อ.เมือง จ.สุรินทร์ ๒) วัดศาลาลอย อ.เมือง จ.สุรินทร์ ๓) วัดเขาสวาย อ.เมือง จ.สุรินทร์เคาะระฆัง ๑๐๘๐ ใบ นมัสการรอยพระพุทธบาท ๔) วัดเพชรบุรี ต.ทุ่งมน อ.ปราสาท จ.สุรินทร์ ๕) วัดอินทราสุการาม (วัดหลวงปู่เจียม) ต.กระเทียม อ.สังขะ จ.สุรินทร์ ๖) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร วัดชายแดนเขมร ทิวทัศน์สวยงาม นมัสการรอยพระพุทธบาท อ.บัวเชดจ.สุรินทร์ ๗) วัดพระพุทธบาทพนมดิน อ.ท่าตูม จ.สุรินทร์ ๘) วัดโพธิ์ศรีธาตุ พระราชวงศ์เสด็จบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ อ.รัตนบุรี จ.สุรินทร์ ด้วยเหตุนี้ กรมการศาสนาและสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ กระทรวงวัฒนธรรม ตระหนักถึงภารกิจเร่งด่วนซึ่งเป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาลในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการโดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติศาสนาควบคู่ไปกับการสนับสนุนให้มีการพัฒนาจิตใจ โดยผลักดันให้มีการนำทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา

---

[๖๗] สำนักงานท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์, **แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์**, <https://thai.tourismthailand.org,https://travel.kapook.com/view๑๙๖๓๔๗.html>, ๒๐ ธันวาคม ๒๕๖๑.

ไทยมาใช้ในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของประเทศบนฐานวัฒนธรรม ใช้ทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชน คือ ศาสนสถานของทุกศาสนา จึงได้กำหนดโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทางแสวงบุญในมิติทางศาสนาปี ๒๕๕๘ ภายใต้โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันโดยมุ่งหวังให้เกิดการพัฒนาและจัดระบบการท่องเที่ยวภายในศาสนสถาน ให้เหมาะสมและมีการบริการที่มีประสิทธิภาพ สามารถสร้างความเลื่อมใสศรัทธาให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ในฐานะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญของประเทศเป็นต้นแบบเส้นทางบุญที่มีชีวิต ที่เชื่อมโยงเส้นทางธรรมไปทุกภูมิภาคทั่วประเทศรองรับความต้องการของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ที่สามารถทำให้ประชาชนผู้ไปแสวงบุญได้น้อมระลึกถึงองค์พระศาสดาหรือพุทธานุภาพ ซึมซับถึงคุณค่าของศาสนาและน้อมนำหลักธรรมทางศาสนาไปปรับใช้ในชีวิตอันเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนาจิตใจให้ผ่องใสสงบสุข โดยผ่านการปฏิบัติบูชาอันเป็นการสืบต่ออายุของศาสนาให้ดำรงอยู่คู่สังคมไทย[๖๘]

นอกจากนั้น จังหวัดสุรินทร์ ยังมีวัดพระเกจิอาจารย์ชื่อเสียงเป็นจำนวนมาก โดยวัดพระเกจิที่สำคัญของจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย ๑) วัดมงคลรัตน์ ต.คอโค อ.เมือง จ. สุรินทร์ ๒) วัดช้างหมอบหรือวัดมงคลคชาราม ต.แนงมุด อ.กาบเชิง จ.สุรินทร์ ๓) วัดปทุมเมฆ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.สุรินทร์ ๔) วัดโคกกรม ต. โคกกรม อ.พนมดงรัก จ.สุรินทร์ ๕) วัดเขาศาลา ต.จรัส อ.บัวเชด จ.สุรินทร์อ ๖) วัดพัฒนาธรรม ต.บ้านด่านช่อง–จอม อ.กาบเชิง จ.สุรินทร์ ๗) วัดโพนทอง ต.ด่าน อ.กาบเชิง จ.สุรินทร์ ๘) วัดบ้านขาม ต.บุแกรง อ.จอมพระ จ.สุรินทร์ ๙) วัดตะเคียน ต.สำโรงทาบ อ.สำโรงทาบ จ.สุรินทร์[๖๙] วัดพระเกจิทั้งหลายดังกล่าว ได้มีบทบาทในด้านการอบรม สั่งสอน ขัดเกลา และแนะแนวทางด้านวิถีชีวิตในทุกด้านให้ชาวจังหวัดสุรินทร์ได้แสดงออกถึงอัตลักษณ์ความเป็นพุทธศาสนิกชนจังหวัดสุรินทร์ที่มีความแตกต่างไปจากจังหวัดอื่น ๆ ของประเทศไทย

๒.๑๐ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พระสุธีรัตนบัณฑิต (อาภากโร) และ พระใบฎีกาสัญญา อภิวณฺโณ (สดประเสริฐ) ได้ทำวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของไทยและอาเซียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอยุทธศาสตร์และนโยบายการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของไทยและอาเซียน ผลการวิจัย พบว่า ยุทธศาสตร์ที่สำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมนั้น มียุทธศาสตร์ที่สำคัญ ได้แก่การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมเชิงศาสนาและวัฒนธรรม การบริหารจัดการการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม การสร้างเครือข่ายภูมิศาสตร์วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียนยังมีแนวโน้มและการเติบโตและมีศักยภาพสูง มี

---

[๖๘] กลุ่มส่งเสริมศาสนาศิลปะและวัฒนธรรม สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์, **“สรุปโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทางแสวงบุญในมิติทางศาสนา จังหวัดสุรินทร์ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๘”**, <http://www.m-culture.go.th/surin/images/Book/Sawangboon.pdf>, ๒๕๖๑.

[๖๙] ผู้จัดการออนไลน์, “๘ พระเกจิดังจังหวัดสุรินทร์”,<http://www.manager.co.th/Local/ViewNews.aspx? NewsID=๙๕๘๐๐๐๐๐๖๒๘๗๗&Html=๑&#Vote>, ๓ มิถุนายน ๒๕๖๑.

แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์ มีวิถีชีวิตวิถีชุมชนและวัฒนธรรมที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว หากมีการส่งเสริมจากภาครัฐที่เหมาะสมจะทำให้มีแนวโน้มที่จะเกิดการพัฒนาและเป็นเครือข่ายท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวของประเทศและนำไปสู่การพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน[๗๐]

จุฑาภรณ์ หินซุย และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ ได้ทำวิจัยเรื่องแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธ กรณีศึกษาวัดประชาคมวนาราม อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) ศึกษาสภาพทั่วไปและการดำเนินงานของวัดประชาคมวนาราม อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด ๒) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธ วัดประชาคมวนารามอำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด ๓) ศึกษาแนวทางข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธ วัดประชาคมวนาราม ผลการวิจัย สรุปได้ว่า แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธ วัดประชาคมวนาราม อำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด ควรมีการประสานงานระหว่างหน่วยงานราชการ บ้าน วัด โรงเรียน ได้เข้ามามีส่วนร่วมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธโดยกำหนดกิจกรรมในวันสำคัญทางพุทธศาสนา เช่น การตักบาตร ฟังเทศน์เวียนเทียน จัดกิจกรรมปฏิบัติธรรมภาคฤดูร้อน โครงการสรงนำพระบรมสารีริกธาตุประจำปีโครงการกิจกรรมบวชภิกษุสามเณรภาคฤดูร้อน เป็นต้น เพื่อเป็นการสืบทอดพุทธศาสนาและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดร้อยเอ็ด หน่วยงานราชการควรมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้ทั้งทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ขอความร่วมมือจากหน่วยงานราชการตามเว็ปไซค์ต่าง ๆ ร่วมกันพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้สามารถสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และเป็นการชักนำนักท่องเที่ยวให้เข้าถึงพุทธศาสนาได้โดยง่ายอำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด[๗๑]

มาโนช พรหมปัญโญ และคณะ ได้กล่าวไว้ในบทความวิจัยเรื่องแนวทางการเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ความว่า การจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธถูกดำเนินตามภายใต้นโยบายระดับชาติ ระดับ จังหวัด และระดับองค์การ โดยได้ระบุปัญหาของการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนนั้นยังขาดการ บูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน แหล่งท่องเที่ยวขาดเสน่ห์ทั้งยังขาด การถ่ายทอดความรู้ทางศาสนาโดยมัคคุเทศก์ การสนองความต้องการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้น จำเป็นต้องพัฒนากระบวนการสื่อสารแหล่งท่องเที่ยวความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ซึ่งถือว่าอยู่ ในระดับสูงแต่การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยวถูกเรียกร้องอยู่ในระดับกลางศักยภาพของ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของจังหวัดอุบลราชธานีนั้น ไม่ว่าจะเป็นด้านอัต ลักษณ์ เอกลักษณ์ที่โดดเด่น และภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับบริการที่พัก และอื่น ๆส่วนหน่วยงานต่าง ๆ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนนั้น ควรส่งเสริมให้ มีส่วนร่วมในการวางแผนยุทธศาสตร์และกำหนดนโยบายต่าง ๆ โดยเน้นถึงสาระสำคัญของพุทธศาสนา มากกว่าการส่งเสริมการ

---

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

[๗๑] จุฑาภรณ์ หินซุย และ สถาพร มงคลศรีสวัสดิ์, “แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธ กรณีศึกษาวัดประชาคมวนารามอ้าเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด”, **วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ**, ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๑/ ๒๕๕๗ : หน้า ๕๐-๕๗.

ท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ส่วนการดำเนินนโยบายนั้นควรดำเนินตามตัวชี้วัด มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา[๗๒]

นุชนาฎ เชียงชัย ได้ทำวิจัยเรื่องการใช้อัตลักษณ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง ๒) ศึกษาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้เอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดลำปาง ๓) ศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดลำปาง ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดลำปาง พบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดลำปางเป็นครั้งแรก จำนวน ๒๖๘ คน คิดเป็นร้อย ละ ๖๗.๐๐ มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาจังหวัดลำปางเพื่อท่องเที่ยว จำนวน ๑๖๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๑.๒๕ เดินทางร่วมกับเพื่อนร่วมงาน จำนวน ๑๙๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๙.๐๐ เดินทางด้วยรถโดยสาร จำนวน ๑๒๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๒.๐๐ เดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ 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 มีกิจกรรมที่สนใจ คือ เดินเล่น ถนนคนเดินกาดกองต้า ตลาดจีนโบราณ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยว และส่วนใหญ่จะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดลำปางอีกแน่นอน จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควร ประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวจังหวัดลำปางอย่างต่อเนื่อง เช่น ส่งเสริมการตลาดแหล่งท่องเที่ยวอันซีน และสนับสนุนให้ เซรามิกเป็นสินค้าที่สร้างภาพลักษณ์ของลำปาง[๗๓]

สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และปิยวัน เพชรหมี ได้ทำวิจัยเรื่องการสร้งมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย : กรณีศึกษาผ้าทอลายโบราณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลายผ้าทอลายโบราณ และเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าทอลายโบราณสู่เชิงพาณิชย์ โดยทำการศึกษาเชิงคุณภาพโดยใช้กลุ่มประชากรกลุ่มทอล้าบ้านภูผักไช่ ตำบลหินฮาว อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน ๒๕ ครัวเรือน ผลการวิจัย พบว่า เอกลักษณ์ของบวดบายผ้าไทยโบราณของกลุ่มทอล้าบ้านภูผักไช่ เป็นผ้าชิ่นหัวแดงตีนก่าน 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 การปรับลดจำนวนลาวลายบนผืนผ้าลง การพัฒนาลายเดียวให้เป็นลายใหม่ จนได้พัฒนาเป็นลายกอกผักแว่นและลายหอปราสาทเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ลายภูผาไชย และลายดอกผักใช่ และได้ทดลองนำ

---

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

[๗๓] นุชนาฎ เชียงชัย, **“การใช้อัตลักษณ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง”,** รายงานการวิจัย, บัณฑิตวิทยาลัย, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๘), หน้า บทคัดย่อ.

ผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ลายผ้าที่ได้พัฒนาจากลายโบราณเดินพัฒนาเป็นหมอนอิง โซฟา ที่ใส่ไอแพท เป็นต้น และการสร้างโลโก้ให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอเพื่อสร้างการจดจำ[๗๔]

ณัฐภัณฑ์ พงษ์ณะเรศ นิภาพร กลิ่นระรื่น และ พิทักษ์ ศิริวงศ์[๗๕] ได้ทำวิจัยเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรสุมาลี ตำบลหนองหัวแรต อำเภอหนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรม และศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรสุมาลี จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัย พบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรมเป็นการเพิ่มมูลค่าจากสมุนไพรพื้นบ้านให้อยู่ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร โดยให้ความสำรัญกับกระบวนการผลิตที่ปราศจากสารเคมี เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร และช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการนำเสนอสิ้นค้าแก่ผู้บริโภคโดยใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายตรง คือการเป็นตัวแทนจำหน่ายด้วยตัวเอง และช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม คือ การมีตัวแทนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การฝากขายตามร้านขายสิ้นค้า การส่งผลิตภัณฑ์ทางไปรษณีย์ การกระจายผลิตภัณฑ์เข้าสู่โรงแรมและช่องทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพอย่างสูงสุด และให้เกิดการยอมรับจากผู้บริโภคซึ่งจะนำมาสู่การซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจกาสมนุไรพสุมาลีอย่างต่อเนื่อง

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 ศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นภาคกลาง ผลิตภณัฑ์ประเภทเครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผาและผ้าเป็นศิลปหตัถกรรมท้องถิ่นที่พบมากที่สุดเกือบทุกจังหวัด ส่วนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทการหล่อหลอมโลหะและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ พบการผลิตในบางชุมชนเท่านั้น ศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นภาคใต้ ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและ

---

[๗๔] สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และปิยวัน เพชรหมี, **“การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย : กรณีศึกษาผ้าทอลายโบราณ", Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)** ๒๐๑๗: ๑๐(๔).

[๗๕] ณัฐภัณฑ์ พงษ์ณะเรศ นิภาพร กลิ่นระรื่น และ พิทักษ์ ศิริวงศ์, **“การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรสุมาลี ตำบลหนองหัวแรต อำเภอหนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา”**, การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาครั้งที่ ๒ มหาวิทยาลยัราชภัฏมหาสารคาม ๒๕๖๐, หน้า ๓๔๒.

เครื่องจักสานเป็นศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นที่พบมากที่สุดเกือบทุกจังหวัด โดยแนวทางในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ต้องมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภณัฑ์ให้โดดเด่นเหมาะกับยุคสมัยในปัจจุบันสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลาย พยายามลดต้นทุนในการผลิตด้วยการเลือกใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ใสท้องถิ่นโดยไม่ทำให้คุณค่าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ลดลง มีการส่งเสริมอาชีพให้กับคนในท้องถิ่นเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาไม่ให้สูญหาย มีการสนับสนุให้มีการจัดตั้งศูนย์สาธินกระบวนการการผลิต การจัดนิทรรศการและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ ภายในท้องถิ่นเพื่อเป็นแรงจูงใจและอำนวยความนะดวกในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรให้กับผู้มาเยี่ยมชม ศิลปหตัถกรรมท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและภาใต้มีความเกี่ยวเนื่องด้วยวัฒนธรรมการดำรงชีวิตของผู้คนในชุมชน ซึ่งทำให้คุณค่าทางอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะโดยที่ศิลปหัตถกรรมเหล่านั้นได้สั่งสมคุณค่าความเป็นท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคไว้พร้อมที่จะได้รับการสืบทอดและประยุกต์ใช้ในวิถีการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืนแม้กระแสโลกาภิวัฒน์ ความหน้าทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีจะเข้ามามีบทบาทต่อชุมชนและท้องถิ่น[๗๖]

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 อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวโดยอัตลักษณ์ด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อความสำเร็จในการจัดาการท่องเที่ยวมากที่สุด รอลลงมาคือด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมประเพณี และด้านอาหารพื้นบ้าน ตามลำดับ ส่วนด้านลักษณะที่อยู่อาศัยและด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นไม่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .๐๕[๗๗]

วงศ์ระวิทย์ น้อมนำทรัพย์ และ พยอม ธรรมบตุร ได้ทำวิจัยเรื่องศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาพุทธศาสนาจังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในจังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า วัดส่วนใหญ่ในจังหวัดนครปฐมมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในด้านธรรมชาติที่มีภูมิทัศน์และบรรยากาศที่สงบและร่มรื่น เหมาะสำหรับการพักผ่อนทางกายและทางใจ ส่วนทรัพยากรทางวัฒนธรรมเป็นวัดที่มีพระพุทธรูปที่สำคัญและมีพุทธศิลป์แต่ละสมัย

---

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

[๗๗] รพีพรรณ จันทับ และ ลินจง โพชารี, “ปัจจัยด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง บ้านตากลาง จังหวัดสุรินทร์”, **WMS Journal of Management**, Walailak University Vol.๕ No.๑ (Jan – Apr ๒๐๑๖): หน้า ๔๘ – ๕๙.

เช่น พระพุทธศิลาขาว เป็นศิลปะทวารวดี พระร่วงโรจนฤทธิ์ เป็นพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองนครปฐม โดยมีพุทธลักษณะเป็นศิลปะสมัยสุโขทัย เป็นต้น ทรัพยากรประเพณี เทศกาลและงานสำคัญทางศาสนา วัดส่วนใหญ่ มีการจัดงานสำคัญทางพุทธศาสนาทุกวัด และมีกิจกรรมทางพุทธศาสนา เช่น การทำบุญ ตักบาตร รักษาศีล และเวียนเทียนในวันสำคัญทางพุทธศาสนา ส่วนทรัพยากรด้านบริการ วัดมีการจัดสถานที่จอดรถ และมีจำนวนห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว ศักยภาพของท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาอย่างยั่งยืนจังหวัดนครปฐม พบว่า ศักยภาพของ ทรัพยากรท่องเที่ยวในวัดซึ่งมีความเก่าแก่ มีประวัติความเป็นมา และมีบทบาทในประวัติศาสตร์ เนื่องจากวัดในจังหวัดนครปฐมสร้างขึ้นในสมัยทวารวดี เช่น วัดพระประโทณเจดีย์ วัดพระปฐมเจดีย์ เป็นต้น และยังมีการสร้างขึ้นตามสมัยต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก ซึ่งวัดมีโอกาสได้รับการสนับสนุน พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในระดับโลก และยังช่วยกระจายรายได้ทำให้วัด ชุมชน และผู้เกี่ยวข้องได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว ทั้งนี้วัดสามารถจัดกิจกรรมและพิธีกรรมทางพุทธศาสนา ที่ทำให้เกิดการพัฒนาจิตใจ และการปลูกจิตสำนึกเชิงอนุรักษ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาที่ยั่งยืน[๗๘]

[๗๘] วงศ์ระวิทย์ น้อมนำทรัพย์ และ พยอม ธรรมบตุร, “ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาพุทธศาสนาจังหวัดนครปฐม”, **Valaya Alongkorn Review** Vol. ๕ No. ๒ July-December ๒๐๑๕: หน้า ๑๕๑-๑๕๒.

บทที่ ๓
ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ และเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ดังนั้น เพื่อให้เห็นขั้นตอนและเกิดความเข้าใจเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัยได้ชัดเจนจึงได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น ๖ หัวข้อ คือ ๑) รูปแบบของการวิจัย ๒) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๓) เครื่องมือการวิจัย ๔) การเก็บรวบรวมข้อมูล ๕) การวิเคราะห์ข้อมูล และ ๖) สรุปกระบวนการวิจัย แต่ละหัวข้อจะนำเสนอตามลำดับดังนี้

๓.๑ รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นรูปแบบการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดังต่อไปนี้

๓.๑.๑ การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research)

การวิจัยเชิงเอกสารในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลในประเด็นที่มาของแนวคิด ความหมาย หลักการสำคัญ ประเภท วิธีการ และการประยุกต์ใช้จากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้อง หนังสือ บทความในวารสาร รายงานการวิจัย และสื่อจากอินเตอร์เน็ต โดยมีเนื้อหาที่ได้ศึกษาค้นคว้า ดังต่อไปนี้

๓.๑.๑.๑ อัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

๓.๑.๑.๒ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

๓.๑.๑.๓ การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

๓.๑.๒ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่และเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

๓.๑.๒.๑ การลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนามในวัดที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน ๓ วัด ได้แก่ ๑) วัดป่าอาเจียง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ๒) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ และ ๓) วัดตะเคียน ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ เพื่อสังเกต สัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลด้านอัต

ลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ และการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

๓.๑.๒.๒ การสังเกต (Observation) คณะผู้วิจัยลงพื้นที่สังเกตในประเด็นเกี่ยวกับสภาพทั่วไปด้านอัตลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาของในวัดที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน ๓ วัด ได้แก่ (๑) วัดป่าอาเจียง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ (๒) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ (๓) วัดตะเคียน ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

๓.๑.๒.๓ การสัมภาษณ์ (Interview) คณะผู้วิจัยลงพื้นที่สัมภาษณ์กับกลุ่มบุคคล ๘ กลุ่ม ได้แก่ (๑) กลุ่มนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้านพระพุทธศาสนา (๒) กลุ่มผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว (๓) กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้ดูแลชุมชน (๔) กลุ่มปราชญ์ชุมชน (๕) กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้อำนวยการโรงเรียน (๖) กลุ่มข้าราชการที่เป็นนายกองค์การบริหารส่วนตำบลหรือนายกเทศบาลตำบล (๗) กลุ่มข้าราชการที่เป็นสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลหรือสมาชิกเทศบาลตำบล (๘) กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้บริหารการท่องเที่ยว โดยสัมภาษณ์ในประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว และการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยว

๓.๑.๒.๔ การสนทนากลุ่ม (Group Discussion) คณะผู้วิจัย ได้ลงพื้นที่เพื่อจัดทำการสนทนากลุ่มในประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว และการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยได้จัดทำการสนทนากลุ่มกับตัวแทนของกลุ่มบุคคล ๘ กลุ่ม ณ วัดป่าอาเจียง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์

๓.๒ พื้นที่ในศึกษาการวิจัย

สำหรับพื้นที่การวิจัย เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย วัดที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน ๓ วัด ได้แก่

๑) วัดป่าอาเจียง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์

๒) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์

๓) วัดตะเคียน ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

๓.๓ ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้กำหนด ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection) ๗ กลุ่ม จำนวน ๒๔ รูป/คน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑) กลุ่มนักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญด้านพระพุทธศาสนา 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) กลุ่มผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ เจ้าอาวาสวัดที่เป็นสถานท่องเที่ยว จำนวน ๓ รูป (๑) พระครูสมุห์หาญ ปญฺญาธโร เจ้าอาวาสวัดป่าอาเจียง (๒) พระครูอุปกัมวรคุณ เจ้าอาวาสวัดตะเคียน (๓) พระสุรกาญจน์ สุทธิดี พระติดตาม พระราชวิสุทธิมุนี (เยื้อน ขนฺติพโล) เจ้าอาวาสวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร

๓) กลุ่มฝ่ายปกครองหรือผู้ดูแลชุมชน จำนวน ๓ คน ได้แก่ (๑) นายสุรพงษ์ สุขคุ้ม ผู้ใหญ่บ้านตะเคียน (๒) นายธวัชชัย ศาลางาม ผู้ใหญ่บ้านหนองบัว (๓) นายอำพร ทองภู ผู้ใหญ่บ้านตาทิตย์

๔) กลุ่มปราชญ์ชุมชนหรือภูมิปัญญาชุมชน จำนวน ๓ คน (๑) นายสายฟ้า ศาลางาม (๒) พ่อชื่น แสนดี (๓) นายสานิตย์ หาชา

๕) กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้อำนวยการโรงเรียนหรือผู้แทน จำนวน ๓ คน (๑) นางสาวศรีสุดา วรครุฑ (๒) นางวรรยา ยังมูล ผู้แทนครูโรงเรียนช้างบุญวิทยา (๓) นางสุรางค์ อยู่เพนียด ผู้แทน ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านตะเคียนกูยวิทยา

๖) กลุ่มนักการเมืองท้องถิ่นหรือผู้แทน จำนวน ๑ คน คือ นายศิริศักดิ์ ร่วมพัฒนา นายกองค์การบริหารส่วนตำบลกระโพ

๗) กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้บริหารการท่องเที่ยว จำนวน ๒ คน คือ (๑) นายอิสระ ศาตรา ตำแหน่ง รองผู้อานวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สานักงานสุรินทร์ ๓๕๕/๕-๖ ถนนเทศบาล ๑ ตาบลในเมือง อาเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ๓๒๐๐๐ (๒) นางณัฐกฤตา จันทร์กฤษ นักวิเคราะห์นโยบายและแผ่น ชานาญการ การท่องเที่ยว และกีฬา จังหวัดสุรินทร์ ตาบลในเมือง อาเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ๓๒๐๐๐

จากรายละเอียดที่กล่าวข้างต้น สามารถแสดงวิธีวิจัย ประชากร กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และการเก็บข้อมูล ในตาราง ดังนี้

ตารางที่ ๓.๑ แสดงประชากรและกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลหลัก วิธีการได้มากลุ่มตัวอย่าง และการเก็บข้อมูล

ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	วิธีเลือก กลุ่มตัวอย่าง	การเก็บข้อมูล
๑) กลุ่มนักวิชาการ/ ผู้เชี่ยวชาญด้าน พระพุทธศาสนา	นักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญด้านพระพุทธศาสนา จำนวน ๙ คน	เลือกแบบเจาะจง	แบบสัมภาษณ์/ การสนทนากลุ่ม
	รวม ๙ รูป/คน		
๒) กลุ่มผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว	เจ้าอาวาส ๓ รูป	เลือกแบบเจาะจง	แบบสัมภาษณ์/ การสนทนากลุ่ม
	รวม ๓ รูป		
๓) กลุ่มฝ่ายปกครองหรือผู้ดูแลชุมชน	ผู้ใหญ่บ้าน ๓ คน	เลือกแบบเจาะจง	แบบสัมภาษณ์/ การสนทนากลุ่ม
	รวม ๓ คน		

ตารางที่ ๓.๑ แสดงประชากรและกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลหลัก วิธีการได้มากลุ่มตัวอย่าง และการเก็บข้อมูล (ต่อ)

ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	วิธีเลือก กลุ่มตัวอย่าง	การเก็บข้อมูล
๔) กลุ่มปราชญ์ชุมชน	ปราชญ์ชุมชน ๓ คน	เลือกแบบเจาะจง	แบบสัมภาษณ์/ การสนทนากลุ่ม
	รวม ๓ คน		
๕. กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้อำนวยการโรงเรียน	ผู้อำนวยการโรงเรียน ๓ คน	เลือกแบบเจาะจง	แบบสัมภาษณ์/ การสนทนากลุ่ม
	รวม ๓ คน		
๖) กลุ่มนักการเมืองท้องถิ่นหรือผู้แทน	นายก อบต ๑ คน	เลือกแบบเจาะจง	แบบสัมภาษณ์/ การสนทนากลุ่ม
	รวม ๑ คน		
๗) กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้บริหารการท่องเที่ยว	ผู้บริหารการท่องเที่ยว ๒ คน	เลือกแบบเจาะจง	แบบสัมภาษณ์/ การสนทนากลุ่ม
	รวม ๒ คน		
รวมทุกกลุ่ม	**๒๔ รูป/คน**		

๓.๔ เครื่องมือการวิจัย

๓.๔.๑ การยกร่างเครื่องมือวิจัย

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างเครื่องมือวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วดำเนินการยกร่างเครื่องมือวิจัย จำนวน ๓ เครื่องมือ ได้แก่

๓.๔.๑.๑ แบบบันทึกเอกสาร (Recording form) จัดทำขึ้นเพื่อใช้บันทึกการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารในประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ และการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ เนื้อหาของแบบบันทึกประกอบด้วย

๑) ชื่อผู้อ่านและบันทึก เป็นส่วนที่ใส่ชื่อผู้อ่านและผู้บันทึกในกรณีที่มีผู้ช่วยนักวิจัยในการศึกษาค้นคว้าเอกสาร

๒) ชื่อเอกสารที่บันทึก เป็นส่วนที่ใช้บันทึกข้อมูลในรูปแบบของบรรณานุกรม

๓) เนื้อหาที่พบ เป็นส่วนที่ผู้อ่านและผู้บันทึกได้บันทึกใจความสำคัญหรือคัดย่อจากข้อความในเอกสารหรือตำราเพื่อนำไปสู่กระบวนการวิเคราะห์และตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยทุกข้อของการวิจัยนี้

๓.๔.๑.๒ แบบบันทึกการสังเกต (Observation Form) จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลจากสถานที่ท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ วัดที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน ๓ วัด ประกอบด้วย (๑) วัดป่าอาเจียง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ (๒) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ (๓) วัดตะเคียน ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ โดยมีเนื้อหาของแบบสังเกต มี ๓ ส่วน ประกอบด้วย

๑) ส่วนที่ ๑ เป็นข้อมูลเกี่ยวกับชื่อสถานที่สังเกต/บ้าน/หมู่ที่/ตำบล/อำเภอ จังหวัด

๒) ส่วนที่ ๒ เป็นประเด็นการสังเกตสภาพทั่วไปเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ซึ่งมีประเด็นการสังเกต ๗ ด้าน คือ ๑) ด้านศาสนสถาน ๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน ๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ ๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

๓) ส่วนที่ ๓ เป็นข้อสังเกตของผู้บันทึกเพิ่มจากประเด็นการสังเกต (ถ้ามี)

๓.๔.๑.๓ แบบสัมภาษณ์ (Interview Form) จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลจากสถานที่ท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ วัดที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน ๓ วัด ประกอบด้วย (๑) วัดป่าอาเจียง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ (๒) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ (๓) วัดตะเคียน ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ โดยสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน ๒๓ รูป/คน เนื้อหาของแบบสัมภาษณ์ มี ๒ ตอน ดังนี้

๑) ตอนที่ ๑ เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ ชื่อ-นามสกุล ผู้ให้สัมภาษณ์/ตำแหน่งหน้าที่/บ้าน/หมู่ที่/ตำบล/อำเภอ/จังหวัด

๒) ตอนที่ ๒ เป็นประเด็นการสัมภาษณ์ซึ่งแบ่งเป็นประเด็นหลัก ๓ ด้าน ประกอบด้วย

๒.๑) ด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว มีประเด็นในการสัมภาษณ์ ๗ ด้านย่อย ได้แก่ (๑) ด้านศาสนสถาน (๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล (๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน (๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น (๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ (๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

๒.๒) ด้านการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว มีประเด็นการสัมภาษณ์ ๖ ประเด็นย่อย ได้แก่ (๑) การพัฒนาเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์น่าสนใจ (๒) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (๓) การพัฒนาความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน (๔) การพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน (๕) การพัฒนาช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ (๖) การพัฒนาเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว

๒.๓) ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยว มีประเด็นการสัมภาษณ์ ๘ ประเด็นย่อย ได้แก่ ๑) การตอบสนองรสนิยมหรือความต้องการของผู้บริโภค ๒) การเน้นตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ๓) การจัดการทุนทางวัตถุดิบ ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕)

การบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ ๖) การให้บริการ ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ ๘) การเข้าถึงผู้บริโภค

๓.๔.๒ การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

คณะผู้วิจัยได้นำเสนอเครื่องมือวิจัยที่ได้ยกร่างแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจเครื่องมือในด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการวิจัย (Objective Consistency)

๓.๔.๓ การปรับปรุงเครื่องมือวิจัย

คณะผู้วิจัยได้นำเครื่องมือวิจัยที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิไปปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิแล้วจัดทำเป็นฉบับสมบูรณ์และนำไปใช้ในการวิจัย

๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือวิจัยที่ได้สร้างขึ้น ๓ แบบ คือ คือ ๑) แบบบันทึกเอกสาร ๒) แบบบันทึกการสังเกต ๓) แบบบันทึกการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๓.๕.๑ แบบบันทึกเอกสาร

ใช้แบบบันทึกเอกสารเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ และการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ โดยใช้วิธีบันทึกข้อมูลดังนี้ ชื่อผู้อ่าน ชื่อเอกสารที่ค้น และ เนื้อหาที่พบ โดยย่อความให้ได้ใจความตรงตามความหมายของข้อความเดิม บันทึกโดยถอดข้อความเป็นข้อความของผู้วิจัยเอง คัดลอกข้อความแล้วทำอัญประกาศ ซึ่งจะกระทำเมื่อข้อความนั้นอยู่ในเกณฑ์ดังต่อไปนี้ คือ เป็นข้อความสำคัญมาก เป็นข้อความที่จะมีการพิสูจน์หรือทดสอบข้อเท็จจริง เป็นข้อความที่ผู้วิจัยต้องการอ้างอิงสนับสนุนความคิดเห็นของตนเอง เป็นข้อความที่เขียนไว้ดีมาก ถ้อยคำสำนวนกะทัดรัดชัดเจนซึ่งจะถอดความเป็นภาษาของผู้วิจัยเองอาจทำได้ไม่ดีเท่าเดิม

๓.๕.๒ แบบบันทึกการสังเกต

ใช้แบบบันทึกการเกตบันทึกข้อมูลจากการสังเกตและเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากสถานที่ท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ วัดที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน ๓ วัด ประกอบด้วย (๑) วัดป่าอาเจียง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ (๒) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ (๓) วัดตะเคียน ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ โดยมีประเด็นการสังเกต ๗ ด้าน คือ ๑) ด้านศาสนสถาน ๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน ๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ ๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

๓.๕.๓ แบบสัมภาษณ์

ใช้แบบสัมภาษณ์บันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มย่อย จำนวน ๒๔ รูป/คน แบ่งเป็น ๗ กลุ่ม ประกอบด้วย (๑) กลุ่มนักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญด้านพระพุทธศาสนา จำนวน ๙ คน (๒) กลุ่มผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ เจ้าอาวาสวัดที่เป็นสถานท่องเที่ยว จำนวน ๓ รูป

(๓) กลุ่มฝ่ายปกครองหรือผู้ดูแลชุมชน ได้แก่ จำนวน ๓ คน (๔) กลุ่มปราชญ์ชุมชนหรือภูมิปัญญาชุมชน จำนวน ๓ คน (๕) กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้อำนวยการโรงเรียนหรือผู้แทน จำนวน ๓ คน (๖) กลุ่มนักการเมืองท้องถิ่นหรือผู้แทน จำนวน ๑ คน และ (๗) กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้บริหารการท่องเที่ยว จำนวน ๒ คน โดยเป็นการบันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มย่อย ใน ๓ ประเด็นหลัก ประกอบด้วย *๑) ด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว* มีประเด็นในการสัมภาษณ์ ๗ ด้านย่อย ได้แก่ (๑) ด้านศาสนสถาน (๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล (๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน (๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น (๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ (๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว *๒) ด้านการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว* มีประเด็นการสัมภาษณ์ ๖ ประเด็นย่อย ได้แก่ (๑) การพัฒนาเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ (๒) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (๓) การพัฒนาความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน (๔) การพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน (๕) การพัฒนาช่องทางตลาดข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ (๖) การพัฒนาเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว *๓) ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยว* มีประเด็นการสัมภาษณ์ ๘ ประเด็นย่อย ได้แก่ ๑) การตอบสนองรสนิยมหรือความต้องการของผู้บริโภค ๒) การเน้นตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ๓) การจัดการทุนทางวัตถุดิบ ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕) การบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ ๖) การให้บริการ ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ ๘) การเข้าถึงผู้บริโภค

๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นที่ได้กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ ด้านอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ และด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

๓.๖.๑ อัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

เป็นข้อมูลที่เก็บรวมมาได้จากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีวิเคราะห์แบบพรรณนา (Descriptive Analysis)

๓.๖.๒ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

เป็นข้อมูลที่เก็บรวมมาได้จากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีวิเคราะห์แบบพรรณนา (Descriptive Analysis)

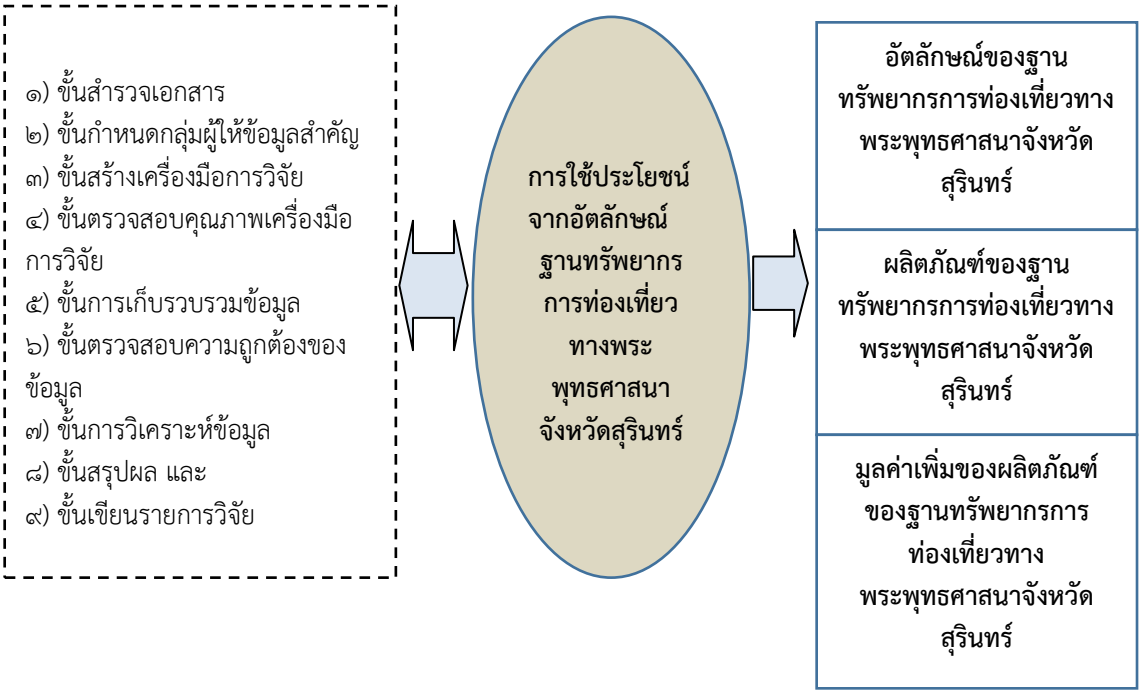
๓.๖.๓ ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

เป็นข้อมูลที่เก็บรวมมาได้จากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีวิเคราะห์แบบพรรณนา (Descriptive Analysis)

๓.๗ สรุปกระบวนการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยโดยได้แบ่งกระบวนการดำเนินการวิจัยออกเป็น ๙ ขั้น คือ ๑) ขั้นสำรวจเอกสาร ๒) ขั้นกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๓) ขั้นสร้างเครื่องมือการวิจัย ๔) ขั้นตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย ๕) ขั้นการเก็บรวบรวมข้อมูล ๖) ขั้นตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ๗) ขั้นการวิเคราะห์ข้อมูล และ ๘) ขั้นสรุปผล และ ๙) ขั้นเขียนรายการวิจัย

เพื่อให้เห็นความเชื่อมโยงขั้นตอนการวิจัยทั้งในระดับแผนงานวิจัยและโครงการวิจัยย่อย จึงได้นำเสนอผังกระบวนการวิจัย ได้ดังนี้



แผนภูมิที่ ๓.๑ แสดงผังกระบวนการวิจัย

บทที่ ๔

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยในบทนี้คณะผู้วิจัยได้แบ่งขอบข่ายของเนื้อหาที่จะนำเสนอออกเป็น ๓ หัวข้อ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ (๑) ศึกษาอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ (๒) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ (๓) การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่คณะผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการลงพื้นที่ภาคสนาม เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล คณะผู้วิจัยได้มาจากเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ๓ แบบ ประกอบด้วย (๑) ใช้แบบบันทึกเอกสารในการสืบค้นข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (๒) ใช้แบบบันทึกการสังเกตบันทึกข้อมูลจากการสังเกตพื้นที่ภาคสนาม (๓) ใช้แบบบันทึกการสัมภาษณ์เพื่อบันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการประชุมกลุ่มย่อยจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในภาคสนาม จำนวน ๘ กลุ่ม ประกอบด้วย (๑) กลุ่มนักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญด้านพระพุทธศาสนา (๒) กลุ่มผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว (๓) กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้ดูแลชุมชน (๔) กลุ่มปราชญ์ชุมชน (๕) กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้อำนวยการโรงเรียน (๖) กลุ่มข้าราชการที่เป็นนายกองค์การบริหารส่วนตำบล หรือนายกเทศบาลตำบล (๗) กลุ่มข้าราชการที่เป็นสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลหรือสมาชิกเทศบาลตำบล (๘) กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้บริหารการท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่จัดเก็บมาวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัย เมื่อนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากเครื่องมือวิจัยดังกล่าวนำมาวิเคราะห์เรียบร้อยแล้วจึงได้ผลการวิจัยดังต่อไปนี้

๔.๑ อัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

การวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ในแต่ละหัวข้อได้มาจากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ดังนี้

๔.๑.๑ ข้อมูลจากการสังเกต การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม มีประเด็นในการเก็บรวบรวมข้อมูล ๗ ด้าน คือ (๑) ด้านศาสนสถาน (๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล (๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน (๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น (๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ (๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว จากพื้นที่ ๓ วัด ใน ๓ หมู่บ้านด้วยกัน คือ (๑) วัดป่าอาเจียง บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ (๒) วัดตะเคียน (โพธิ์สิตาราม) บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ และ (๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัสพัฒนา หมู่ ๘ ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ ซึ่งจะได้ทำการวิเคราะห์ดังนี้

๔.๑.๑.๑ ด้านศาสนสถาน คือ ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ที่ได้จากพื้นที่ ๓ วัด ใน ๓ หมู่บ้าน ข้อมูลด้านศาสนสถานที่ได้จากแบบบันทึกการสังเกต การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม มีอัตลักษณ์ด้านศาสนสถานปรากฏ ดังต่อไปนี้

๑) วัดป่าอาเจียง บ้านหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบอัตลักษณ์ด้านศาสนสถาน ประกอบด้วย *(๑) สุสานช้างวัดป่าอาเจียง* ซึ่งได้รวบรวมเอากระดูกช้างที่ล้มตายลงจากสถานที่ต่าง ๆ นับร้อยเชือกมาฝังรวมกันไว้ในสุสานแห่งนี้นับว่าเป็นสุสานที่รวมเอากระดูกช้างมารวมกันไว้ในที่แห่งเดียวใหญ่ที่สุดในโลก ลักษณะการสร้างสุสานช้างแต่ละหลุมเป็นการออกแบบให้คล้ายกับหมวกนักรบทหารโบราณ ที่ปลายยอดของหมวกแหลมเป็นรูปดอกบัว แต่ละหลุมที่อยู่ภายในสุสานช้างได้บรรจุกระดูกของช้างไว้ภายในแล้วโปกปูนซีเมนต์ปิดครอบไว้ พร้อมเขียนระบุชื่อของช้างตัวที่ล้มตายไว้ในแต่ละหลุมด้วย สร้างเป็นแถวเรียงรายดูเป็นระเบียบสวยงาม รูปหมวกสื่อถึงนักรบทหารโบราณก็เพื่อเป็นกรยกย่องเชิดชูเกียรติให้ช้างที่เป็นสัตว์ใหญ่คู่บ้านคู่เมืองไทยมาตั้งแต่โบราณ แม่ทัพของไทยเมื่อนำทัพออกรบกับข้าศึกที่มารุกรานก็จะประทับบนหลังช้างออกรบกับข้าศึกที่มารุกรานบางครั้งมีการชนช้างในสนามรบด้วย ช้างจึงเปรียบได้กับนักรบที่กำลังสู้รบกับข้าศึกที่มารุกรานในขณะนั้นด้วย ดังนั้นเพื่อเป็นการยกย่องและเชิดชูเกียรติช้างไทย เมื่อช้างล้มตายลงจึงนำมาฝังไว้ที่สุสานช้างแห่งนี้พร้อมทำเป็นรูปของหมวกนักรบทหารโบราณเป็นสัญลักษณ์ให้ปรากฏไว้ในแต่ละหลุมด้วย *(๒) ศาลาเอราวัณวัดป่าอาเจียง* เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญเคียงคู่กับสุสานช้างวัดป่าอาเจียง กล่าวคือทางวัดได้สร้างศาลาเอราวัณนี้ขึ้นมาเพื่อเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้เรื่องราวของช้างที่มีอยู่ในหลักคำสอนของพระพุทธศาสนาและเรื่องราวของช้างในจังหวัดสุรินทร์ด้วย ให้ผู้สนใจได้เข้ามาศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาวกูยในการเลี้ยงช้าง วิถีชีวิตความผูกพันระหว่างคนกับช้าง โดยศาลาเอราวัณนี้มีประติมากรรมการออกแบบเป็นลายนูนปูนปั้นเป็นรูปช้างหลากหลายแบบ หลายขนาด และมีความสวยงาม ไว้รอบศาลาเอราวัณซึ่งมีความสูงกว่า ๓๐ เมตร ภายในของศาลาเอราวัณแห่งนี้มีการออกแบบให้เหมือนกับเข้าไปในถ้ำ โดยการออกแบให้มีช่องทางเดินเชื่อมดูในแต่ละห้องราวกับว่ากำลังเดินอยู่ภายในถ้ำ แต่ละห้องได้จัดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้ไปด้วย สิ่งปลูกสร้างที่เป็นสุสานช้างและศาลาเอราวัณทั้งสองสิ่งนี้มีอยู่แห่งเดียวในโลกคือที่วัดป่าอาเจียงแห่งนี้เท่านั้น ดังนั้นจึงเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ในแต่ละวันเป็นจำนวนมาก *(๓) ศาลปะกำ* ที่เป็นเสมือนเทวลัยซึ่งเป็นที่สิงสถิตวิญญาณบรรพบุรุษและผีปะกำ ตามความเชื่อของชาวกูย นิยมปลูกสร้างไว้ในชุมชน คุ้มบ้าน หรือบ้านของทายาทฝ่ายบิดา มีลักษณะเป็นเรือนไม้คล้ายหอสูง มีเสาสี่ต้น หันหน้าไปทางทิศเหนือ ณ ตำแหน่งที่เงาบ้านไม่ตกทับตัวศาลและเงาศาลไม่ตกทบตัวบ้าน ชาวกวยเลี้ยงช้างเชื่อว่าหากจะทำกิจการอันใด ต้องทำพิธีเส้นไหว้ เพื่อบอกล่าวและขอพรผีปะกำ เพื่อความเป็นสิริมงคล และเสี่ยงทายผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมนั้น ๆ *(๔) รูปปูนปั้นช้างเอราวัณสามเศียร (๕) ท้าวกำพร้ากอดควายตู้* โดยนอนกอดควายตู้ที่ล้มตายอยู่หน้าช้างสามเศียรนั้นด้วย *(๖) รูปปูนปั้นช้างหมอบ* โดยมีพระมอเฒ่าอยู่ในลักษณะนอนคว่ำหมดแรงอยู่บนคอช้าง *(๗) รูปปูนปั้นรอยเท้าช้าง (๘) รูปปั้นคนกำลังไล่ควายเทียมไถและคราด* นอกจากนั้น ยังมี

พระพุทธรูปปูนปั้นประดิษฐานอยู่ตามสถานที่ต่าง ๆ มี กุฏิสงฆ์ ศาลาการเปรียญ ห้องน้ำหรือห้องสุขา ศาลาจัดเป็นนิทัศการทางศิลปวัฒนธรรมของวิถีอาเจียง (ช้าง) ไว้ให้นักท่องเที่ยวชมอีกด้วย[๑] เป็นต้น

๒) วัดตะเคียน บ้านตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ พบอัตลักษณ์ด้านศาสนสถาน ประกอบด้วย *(๑) ประตูโขงสวยงาม* มองผ่านประตูโขงเข้าไปภายในวัดก็เห็นอุโบสถที่มีความสวยงาม *(๒) พระองค์ใหญ่* ประดิษฐานอยู่ภายในบริเวณวัดและประดิษฐานอยู่กลางแจ้งให้คนในชุมชนสักการะบูชา *(๓) พิพิธภัณฑ์ชาวกูย* เป็นสถานที่จัดแสดงสิ่งของเครื่องใช้เครื่องแต่งกายของชาวกูย *(๔) เจดีย์ไม้โบราณ* มีอายุมากกว่า ๒๐๐ ปี ตัวเจดีย์มีลักษณะเหมือนต้นเสาที่ทำรั้วล้อมลวดหนาม ตรงตัวของเสาเจดีย์ไม้มีการเจาะเป็นโพรงเล็ก ๆ สมัยโบราณเมื่อมีบรรพบุรุษในชุมชนแห่งนี้เสียชีวิตลง เมื่อได้ทำฌาปนกิจหรือทำบุญอุทิศให้ผู้ตายเรียบร้อยแล้ว ญาติผู้ตายก็จะนำเอาอัฐิของผู้ตายมาบรรจุเก็บไว้ในโพรงเล็ก ๆ ในเสาของเจดีย์ไม้แห่งนี้ *(๕) ศาลปู่ตา “หลวงอุดม”* ศาลเจ้าปู่ตาเปรียบเสมือนศาลหลักบ้านประจำหมู่บ้าน เป็นที่เคารพสักการะนับถือของชาวบ้าน ตามความเชื่อที่มีมาแต่โบราณ[๒] เป็นต้น

๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัสพัฒนา อำเภอบัวเชด จังหวัดสุรินทร์ พบอัตลักษณ์ด้านศาสนสถาน ประกอบด้วย *(๑) ซุ้มประตูศักดิ์สิทธิ์ทางเข้าวัด* ออกแบบสร้างเป็นทางเข้าและออกสองเส้นทางตรงกลางมีป้ายชื่อว่า วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จังหวัดสุรินทร์ มีเสาขนาดใหญ่ของประตูทางเข้าสามเสา ด้านบนของประตูทำเป็นคานขนาดใหญ่มีพระพุทธรูปปางสมาธิองค์ใหญ่ตรงกลาง มีงูขนาดใหญ่สองตัวพันรอบคานแผ่แม่เบี้ยขนาดใหญ่อยู่ซ้ายและทางขวาของพระพุทธรูป ประตูทางเข้าถูกออกแบบดูสวยงามคล้ายเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ให้นักท่องเที่ยวได้ชมก่อนจะเข้าไปภายในวัด ช่องทางเดินภายในตัวพญานาค เป็นช่องทางให้นักท่องเที่ยวที่ชอบความตื่นเต้นเดินเข้าไปภายในตัวพญานาคขนาดใหญ่ภายในตัวพญานาคมีไฟประดับสวยงามให้แสงสว่างมองเห็นทางเดินตลอดเส้นทาง เมื่อเข้าไปสุดทางเดินในตัวพญานาคแล้วเดินทางต่อไปก็จะพบสิ่งปลูกสร้างอื่นภายในวัดตามเส้นทางดังนี้ กุฏิเจ้าอาวาส เจดีย์ และอุโบสถอยู่ทางซ้ายมือของทางเดินขึ้นวัด *(๒) รอยพระพุทธบาทจำลอง* อยู่ทางขวามือของทางเดินขึ้นวัด *(๓) หน้าผาพระหรือผาลานนาคปรก* ตรงนี้ถือเป็นจุดตำแหน่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวได้ขึ้นมาถึงแล้ว เพราะที่นี้มีพระพุทธรูปและเทวรูป ตลอดทั้งรูปเคารพต่าง ๆ ที่สร้างไว้ให้นักท่องเที่ยวได้กราบไหว้ขอพรจำนวนมาก มีสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้ชมวิวทิวทัศน์และภูเขาที่สวยงาม เมื่อเดินทางต่อไปก็จะพบกับเจดีย์น้ำซับซึ่งสร้างไว้ในป่าลึกภายในขุนเขาศาลา[๓] เป็นต้น

---

[๑] อาจารย์ธงไชย สีโสภณ. หัวหน้ากลุ่มวิชาประวัติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. สัมภาษณ์, ๒๖ มิถุนายน ๒๕๖๒.

[๒] ผศ.ดร. วีระชัย ยศโสธร. อาจารย์ประจำภาควิชาปรัชญาและศาสนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. สัมภาษณ์, ๒๖ มิถุนายน ๒๕๖๒.

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

ภาพที่ ๔.๑ ศาสนสถาน วัดป่าอาเจียง วัดตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๔.๑.๑.๒ ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ทั้ง ๓ วัด ใน ๓ หมู่บ้าน มีข้อมูลอัตลักษณ์ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ที่ได้จากแบบบันทึกการสังเกต การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม ดังต่อไปนี้

๑) วัดป่าอาเจียง บ้านหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบอัตลักษณ์ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ซึ่งส่วนใหญ่เป็นวัตถุมงคลมีความเป็นมาที่ยึดโยงกับเกี่ยวกับช้าง และอีกส่วนหนึ่งเป็นการผลิตขึ้นมาให้เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เช่าหรือซื้อเป็นของฝาก ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก[๔] พบอัตลักษณ์ที่เป็นวัตถุมงคล ประกอบด้วย *(๑) วัตถุมงคลประเภทงาช้าง กระดูกช้าง และฟันช้าง* 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[๕] *(๔) วัตถุมงคลประเภทของที่ระลึก* เช่น ของที่ระลึกตะขอช้าง ของระลึกพวงกุญแจตะขอช้าง ของที่ระลึกตุ๊กตาช้าง พระพุทธรูปแกะจากกระดูกสัตว์ มีดควาญช้าง เป็นต้น

๒) วัดตะเคียน บ้านตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ พบ อัตลักษณ์ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ประกอบด้วย *(๑) พระพุทธรูปสร้างจากไม้ตะเคียนโบราณ* ซึ่งพระครูอุปกัมวรคุณเจ้าอาวาสวัดตะเคียน เล่าให้ฟังเกี่ยวกับความศักดิ์ของพระพุทธรูปไม้ตะเคียนโบราณองค์นี้ว่า หลักจากนำไม้ตะเคียนโบราณมาแกะสลักเป็นพระพุทธรูปเสร็จได้ไม่นาน เจ้าอาวาสก็เกิดอาพาธหนัก รักษาเป็นเวลานานก็ไม่หายจากอาการอาพาธ ภายหลังได้มีเหตุการณ์ทำให้ทราบว่าเป็นเพราะเจ้าอาวาสได้แกะสลักไม้ตะเคียนโบราณจึงทำให้เจ้าแม่ตะเคียนที่สิงสถิตอยู่ในไม้ตะเคียน

---

[๔] ดร. มนูญ สอนโพนงาม. หัวหน้ากลุ่มวิชาปรัชญาและศาสนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. สัมภาษณ์, ๒๖ มิถุนายน ๒๕๖๒.

[๕] รศ.ดร.สุนันท์ เสนารัตน์. หัวหน้าภาควิชาปรัชญาและศาสนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. สัมภาษณ์, ๒๖ มิถุนายน ๒๕๖๒.

โบราณเจ็บปวดจึงเป็นสาเหตุทำให้เจ้าอาวาสอาพาธ จากนั้นจึงได้พาญาติโยมทำพิธีอัญเชิญเจ้าแม่ตะเคียนออกมาจากท่อนไม้ตะเคียนโบราณที่เหลือจากการแกะสะลักพระพุทธรูปให้มาสิงสถิตอยู่ในพระพุทธรูปไม้ตะเคียนโบราณที่สร้างเสร็จแล้ว ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาเจ้าอาวาสวัดตะเคียนก็มีอาการดีขึ้นและหายจากการอาพาธ ต่อมาจึงได้นำพระพุทธรูปไม้ตะเคียนโบราณองค์นี้ประดิษฐานไว้ภายในวัดให้พุทธศาสนิกชนที่เข้ามาวัดได้สักการะบูชา *(๒) พระพุทธรูปองค์ใหญ่* ประดิษฐานอยู่กลางแจ้งให้คนในชุมชนสักการะบูชา *(๓) เจดีย์ไม้โบราณกว่า ๒๐๐ ปี* สมัยโบราณเมื่อมีคนในชุมชนเสียชีวิต เมื่อทำฌาปนกิจหรือทำบุญอัฐิเรียบร้อยแล้วก็จะนำเอาอัฐิมาบรรจุไว้ในเจดีย์ไม้แห่งนี้ *(๔) พระผงหลวงพ่อตะเคียนทอง รุ่น ๑* เป็นพระผงที่ทำขึ้นมาเพื่อให้เป็นวัตถุมงคลของวัดตะเคียน ให้นักท่องเที่ยวได้เช่าหรือเป็นของฝากหรือของที่ระลึก *(๕) สายประคำ* เป็นประคำสีดำสวยงามซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนชาวกูยในชุมชนแห่งนี้[๖] เป็นต้น

๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร บ้านจรัสพัฒนา อำเภอบัวเชด จังหวัดสุรินทร์ พบอัตลักษณ์ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ประกอบด้วย *(๑) พระพุทธรูปปางสมาธิองค์ใหญ่* ซึ่งตั้งอยู่ซุ้ม ด้านบนของซุ้มประตูโดยตรงกลางมีงูขนาดใหญ่สองตัวพันรอบคานแผ่แม่เบี้ยอยู่ทางซ้ายและขวาของพระพุทธรูป ประตูทางเข้าถูกออกแบบดูสวยงามคล้ายเป็นสิ่งศักดิ์ให้นักท่องเที่ยวได้ชมก่อนจะเข้าไปภายในวัด *(๒) พญานาคขนาดใหญ่* ตรงปากของพญานาคทำเป็นช่องทางให้นักท่องเที่ยวที่ชอบความตื่นเต้นเดินเข้าไปภายในตัวพญานาค ซึ่งมีไฟประดับสวยงามให้แสงสว่างมองเห็นทางเดินตลอดเส้นทาง (๓) เจดีย์รอยพระพุทธบาทจำลอง *(๔) พระพุทธรูปนาคปรก (๕) พระพุทธรูปขนาดใหญ่อื่น ๆ อีกหลายองค์ (๖) รูปปั้นเจ้าแม่กวนอิมขนาดใหญ่ (๗) เจดีย์น้ำซับ (๘) รูปเหมือนหลวงปู่ดุลย์ อตุโล* วางไว้ในตู้กระจกให้นักท่องเที่ยวได้เช่าบูชา *(๙) พระพุทธรูปประจำวันเกิด* มีไว้บริการให้นักท่องเที่ยวตักบาตรพระประจำวันเกิด ศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคลที่จัดไว้บริการนักท่องเที่ยวดังที่กล่าวมานี้ถือว่าเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมที่เป็นจุดเด่นของวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร แห่งนี้[๗] เป็นต้น

ภาพที่ ๔.๒ ศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล วัดป่าอาเจียง วัดตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

---

[๖] นายเพทาย สดทรงศิลป์. ผู้อำนวยการสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์, ๒๐ มิถุนายน ๒๕๖๒.

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

๔.๑.๑.๓ ด้านอาหารพื้นบ้าน ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ทั้ง ๓ วัด ใน ๓ หมู่บ้าน มีข้อมูลด้านอาหารพื้นบ้านที่ได้จากแบบบันทึกการสังเกต การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม ดังต่อไปนี้ คือ

๑) บ้านหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบอัตลักษณ์ด้านอาหารพื้นบ้าน ประกอบด้วย *(๑) แกงไก่ใส่หยวกกล้วย (๒) ปลายอนทอดกรอบ (๓) ส้มตำ (๔) น้ำพริกปลาพื้นถิ่น (๕) ซันลอว์เจ๊กจ์หรือแกงกล้วย* เป็นแกงชนิดหนึ่งที่มีลักษณะคล้ายแกงเผ็ด ประกอบไปด้วยกล้วยดิบที่หั่นเป็นชิ้นพอดีคำ และ ไก่บ้าน ตามด้วยเครื่องปรุงรสต่าง ๆ ได้แก่ ตะไคร้ ใบมะกรูด ข่า เกลือ กะปิพริกแห้ง หอม กระเทียม กะทิ ขมิ้น ปลาร้า กระชาย และน้ำปลา นิยมทำในช่วงงานพิธี *(๖) ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน*[๓] เป็นต้น

๒) บ้านตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ พบอัตลักษณ์ที่เป็นอาหารพื้นบ้านที่สำคัญ ประกอบด้วย *(๑) ตำไก่ใส่ใบมะม่วง (๒) ยำดักแด้ (๓) น้ำพริกมะดัน (๔) แกงมะละกอใส่ปูนา (ละแวร์กะตาม) (๕) แกงปูใส่เผือก* เป็นต้น

๓) บ้านจรัสพัฒนา อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ พบอัตลักษณ์ที่เป็นอาหารพื้นบ้านที่สำคัญ ประกอบด้วย *(๑) ต้มยำไก่บ้าน น้ำ(๒) พริกปลาร้า (๓) แกงขี้เหล็ก (๔) ห่อหมกหน่อไม้สด (๕) อาหารป่าตามฤดูกาล* ส่วนขนมพื้นบ้าน ประกอบด้วย *(๑) กล้วยฉาบ (๒) ข้าวต้มมัด (๓) ขนมครก (๔) ขนมดอกบัว* เป็นต้น

๔.๑.๑.๔ ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ทั้ง ๓ วัด ใน ๓ หมู่บ้าน มีข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ ท้องถิ่นที่ได้จากแบบบันทึกการสังเกต การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม ดังต่อไปนี้ คือบ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ มี

๑) บ้านหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบอัตลักษณ์ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ที่สำคัญ ประกอบด้วย *(๑) กำไลฟันช้าง (๒) กำไลหางช้าง(๓) แหวนช้าง (๔) แหวนกระดูกฟันช้าง (๕) สร้อยกระดูกสัตว์ (๖) ภาพช้าง (๗) ตุ๊กตาช้าง (๘) กระดูกแกะสลัก (๙) กรอบรูปตะขอช้าง (๑๐) ตะขอช้าง (๑๑) พวงกุญแจตะขอช้าง (๑๒) พวงกุญแจหางช้าง (๑๓) มีดควาญช้าง (๑๔) เสื้อยืดสกรีนเกี่ยวกับรูปช้าง (๑๕) ผ้าแพรอัตลักษณ์หมู่บ้านช้าง (๑๖) หมอนอัตลักษณ์หมู่บ้านช้าง (๑๗) ผ้าพันคอไหมย้อมขี้ช้าง* เป็นต้น

๒) บ้านตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งเป็นชุมชนหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีอีกหนึ่งหมู่บ้านตามเส้นทางท่องเที่ยวชาติพันธ์ เขมร กูย และ ลาว จังหวัดสุรินทร์ พบอัตลักษณ์ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่สำคัญ ประกอบด้วย *(๑) ผ้าไหมลายลูกแก้วย้อมสีธรรมชาติสีดำจากผลมะเกลือ* ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของคนโบราณที่ทรงคุณค่ามาก *(๒) เสื้อแซว (๓) หัวซิ่น (๔) ตีนซิ่น (๕) แถบซิ่น (๖) ที่รองแก้วจากผ้าไหม (๗) กระเป๋าผ้าไหม (๘) ข้าวหอมมะลิอินทรีย์* ซึ่งมีคุณภาพดี *(๙) ข้าวเหนียวแปรรูปเป็นข้าวฮาง* มีคุณสมบัติ คือ หอม นุ่ม อร่อย รสชาติไม่เหมือนที่อื่น ๆ เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนแห่งนี้ที่มาตั้งแต่บรรพบุรุษดั้งเดิม *(๑๐) ผักปลอดสารพิษวิถีของคนกูย*

---

[๓] ผศ. สุดใจ สะอาดยิ่ง. ประธานสภาวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์, ๒๐ มิถุนายน ๒๕๖๒.

(๑๑) สมุนไพรไล่ยุงตะไคร้หอม (๑๒) ผ้าคลุมไหล่ย้อมสีธรรมชาติและผ้าไหมพื้นเมือง (๑๓) สร้อยว่านเปราะหอม (๑๔) ตุ๊กตาชาวกูย (๑๕) เข็มกลัดติดหน้าอก และ (๑๖) ที่มัดผมจากผ้าไหม เป็นต้น

๓) บ้านจรัสพัฒนา อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ พบอัตลักษณ์ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ที่สำคัญดังนี้ ประกอบด้วย *(๑) กระเป๋าไหมพรหมถัก (๒) สบู่หอมสมุนไพร (๓) ลูกประคบ* คือ สิ่งเกิดจากภูมิปัญญาของคนในชุมชนที่ใช้สมุนไพรซึ่งมีในท้องถิ่นมาใช้ในการรักษาเพื่อช่วยให้การไหลเวียนของโลหิต *(๔) ยาหม่อง (๕) พวงกุญแจผ้าไหม (๖) ผ้าฝ้ายทอมือ (๗) ข้าวหอมมะลิซ้อมมือ (๘) กล้วยฉาบ (๙) ปลาแดดเดียว* เป็นต้น

ภาพที่ ๔.๓ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๔.๑.๑.๕ ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ทั้ง ๓ วัด ใน ๓ หมู่บ้าน มีข้อมูลด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นที่ได้จากแบบบันทึกการสังเกต การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม ดังต่อไปนี้ คือ

๑) บ้านหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญ ประกอบด้วย *(๑) วัฒนธรรมการเลี้ยงช้าง* ที่นี่ช้างเปรียบเสมือน เป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวซึ่งเป็นวิถีชีวิตความเชื่อ ประเพณี ที่สืบต่อกันมาตั้งแต่สมัยโบราณ ของชาวส่วยหรือชาวกูย จนกลายมา เป็นหมู่บ้านช้างเลี้ยงขนาดใหญ่ที่สุดในโลก[๙] *(๒) ประเพณีเซ่นผีปะกำ* จะกระทำก็ต่อเมื่อมีพิธีแต่งงาน 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[๑๐] โดยนิยม

---

[๙] พระครูสมุห์หาญ ปญฺญาธโร. เจ้าอาวาสวัดป่าอาเจียง. สัมภาษณ์, ๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๒.

[๑๐] ผศ. อุทิศ ทาหอม. อาจารย์ประจำสาขาวิชาพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. สัมภาษณ์, ๒๖ มิถุนายน ๒๕๖๒.

เล่นในช่วงเดือนยี่และเดือนสาม (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 เมื่อเล่นพอสมควรแล้วก็จะถึงตอนวิญญาณออกโดยแสดงอาการประนมมือ ตัวสั่น ชูมือทั้งสองข้างสลัดไปมา เมื่อวิญญาณออกแล้วร่างทรงก็กลับเข้าสู่อาการปกติ

๒) บ้านตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งเป็นชุมชนดั้งเดิมของชาวกูยโบราณที่ยังคงรักษาภาษา ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม และประเพณีโบราณ ดั้งเดิมเอาไว้ได้เป็นอย่างดี เป็นชุมชนดั้งเดิมที่สืบเชื้อสายมาจากชาวกูยซึ่งเป็นชนพื้นเมืองที่อาศัยอยู่บริเวณนี้มายาวนานนับ ๑๐๐ ปีจนถึงปัจจุบัน ทั้งยังมีความศรัทธาในศาลปู่ตาซึ่งเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ประจำอยู่ในหมู่บ้านอย่างมาก พบอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญ ประกอบด้วย *(๑) การไหว้ศาลปู่ตา (๒) รำแกล-มอ-ออ (๓) การแต่งกายพื้นบ้าน* โดยการแต่งกายด้วยผ้าซิ่นไหมลายพื้นบ้าน เสื้อแขวนแขวนกระบอกแบบชาวกูย สไบ และ โสร่ง เป็นต้น

๓) บ้านจรัสพัฒนา อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ พบอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญดังนี้ ประกอบด้วย *(๑) ประเพณีการบายศรีสู่ขวัญ* เช่น การสู่ขวัญ ผูกข้อมือคู่บ่าวสาวในประเพณีแต่งงาน การบายศรีสู่ขวัญ ผูกข้อมือนาคในประเพณีบวชนาค เป็นต้น *(๒) ประเพณีรำมะม๊วดหรือรำแม่มด* ที่จัดทำขึ้นเพื่อการรักษาอาการเจ็บป่วยหรือปัดเป่าสิ่งชั่วร้ายออกไป โดยมีผู้ประกอบพิธีกรรมเรียกว่า “แม่มะม๊วดหรือครูมะม๊วด” เป็นร่างทรงมีหน้าที่ในการทำนายสาเหตุและรักษาอาการเจ็บป่วย นอกจากนี้ยังมีบุญประเพณีตามฤดูกาลและเทศกาลต่าง ๆ[๑๑] เป็นต้น

ภาพที่ ๔.๔ วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น บ้านหนองบัว วัดตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

[๑๑] ผศ.ดร. สรเชต วรคามวิชัย. นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม. อดีตประธานสภาวัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์ อาจารย์พิเศษ สาขาวิชาพระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์. สัมภาษณ์, ๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๒.

๔.๑.๑.๖ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ทั้ง ๓ วัด ใน ๓ หมู่บ้าน มีข้อมูลด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้จากแบบบันทึกการสังเกต การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม ดังต่อไปนี้

๑) บ้านหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบอัตลักษณ์ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญดังนี้ ประกอบด้วย *(๑) กิจกรรมการแสดงช้าง* เป็นการแสดงของช้างที่ถูกฝึกมาอย่างดีโดยควาญช้างภายในศูนย์คชศึกษา เพื่อแสดงโชว์แก่ นักท่องเที่ยว เช่น โชว์เตะฟุตบอล โชว์วาดภาพ เป็นต้น *(๒) กิจกรรมการนั่งช้างท่องเที่ยว* เป็นการนั่งบนหลังช้างเพื่อชมวิถีชีวิต ระหว่างคนกับช้างในชุมชน ชมวิวทิวทัศน์บริเวณแม่น้ำมูลและแม่น้ำชีซึ่งไหลมาบรรจบกัน ซึ่งเรียกว่า “วังทะลุ” พร้อมกับการอุ้มช้างอาบน้ำ *(๓) กิจกรรมฝึกหัดควาญช้าง* เป็นการให้นักท่องเที่ยว ฝึกใช้คำสั่งต่าง ๆ ในการควบคุมพฤติกรรมของช้าง โดยจะมีควาญ ช้างเป็นผู้ควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิด *(๔) กิจกรรมปั่นจักรยานชมทัศนียภาพหมู่บ้านช้าง* ซึ่งบ้านตากลางเป็นหมู่บ้านที่มีความน่าสนใจในเรื่องของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ นักท่องเที่ยวสามารถปั่นจักรยานเพื่อชมทัศนียภาพภายในบริเวณหมู่บ้านและชมวิถีความเป็นอยู่ระหว่างคนกับช้าง *(๕) กิจกรรมชมช้างอาบน้ำที่วังทะลุ* เป็นบริเวณที่แม่น้ำสองสายไหลมาบรรจบกันคือลำน้ำชีกับแม่น้ำมูล ในเขตพื้นที่ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ เป็นบริเวณที่ควาญช้างนำช้างไปเล่นน้ำเพื่อให้ช้างคลายร้อนให้นักท่องเที่ยวได้ชม

๒) บ้านตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ พบอัตลักษณ์ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว กูยตะเคียน ชุมชนต้องเที่ยว ที่สำคัญดัง ประกอบด้วย *(๑) โปรมแกรมการท่องเที่ยว ๒ วัน ๑ คืน* ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้ชมตลาดสายใยชุมชนวิถีคนกูย พิธีเส้นไหว้ศาลปู่ตา (หลวงอุดม) ดูเจเดีย์ไม้โบราณ ไหว้พระไม้ตะเคียนทองผ่องโชค ไหว้พระองค์ใหญ่เพื่อเป็นสิริมงคล ชมพิพิธภัณฑ์ศูนย์เรียนรู้ วิถีกูย ชมไม้กลายเป็นหิน ชมฐานบั้งไฟไม้โบราณ (จุดบั้งไฟ ๑ บั้ง) ชมฟาร์มจระเข้ เที่ยวชมจุดเรียนรู้ ๘ จุด ได้แก่ จุดเรียนรู้เลี้ยงน้อง (เลี้ยงไหม) จุดเรียนรู้คนย่ำโคลน (ดำนา) จุดเรียนรู้การทอผ้าไหม จุดเรียนรู้การแซวผ้า จุดการเรียนรู้ผ้าเปลี่ยนสีตามวิถีกูย (ย้อมมะเกลือ) จุดการเรียนรู้เกษตรยุคใหม่ตามศาสตร์พระราชา จุดการเรียนรู้ขนมไทย (ขนมเทียนใบตดหมา, ขนมขี้หมู, ขนมแป๊ะกลิ้, ลอดช่องใบเตย) และจุดเรียนรู้การทำบายศรี ร้อยมาลัย งานใบตอง *(๒) โปรแกรม ๑ วัน* ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้ชมตลาดสายใยชุมชนวิถีคนกูย พิธีเซ่นไหว้ศาลปู่ตา (หลวงอุดม) ดูเจดีย์ไม้โบราณอายุกว่า ๒๐๐ ปี ไหว้พระไม้ตะเคียนทองผ่องโชค ไหว้พระองค์ใหญ่เพื่อเป็นสิริมงคล ชมการรำแกลมอ (หมอรำกูย) นั่งซาเล้งชมพูมิทัศน์อากาศสดชื่นและเล่นตีโป่งในน้ำ เที่ยวชมจุดเรียนรู้ ๘ จุด ได้แก่ จุดเรียนรู้เลี้ยงน้อง (เลี้ยงไหม) จุดเรียนรู้คนย่ำโคลน (ดำนา) จุดเรียนรู้การทอผ้าไหม จุดเรียนรู้การแซวผ้า จุดการเรียนรู้ผ้าเปลี่ยนสีตามวิถีกูย (ย้อมมะเกลือ) จุดการเรียนรู้เกษตรยุคใหม่ตามศาสตร์พระราชา จุดการเรียนรู้ขนมไทย (ขนมเทียนใบตดหมา, ขนมขี้หมู, ขนมแป๊ะกลิ้, ลอดช่องใบเตย) และจุดเรียนรู้การทำบายศรี ร้อยมาลัย งานใบตอง

๓) บ้านจรัสพัฒนา อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ พบอัตลักษณ์ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญดังนี้ ประกอบด้วย *(๑) กิจกรรมเที่ยวชมอ่างเก็บน้ำบ้านจรัส (๒) เก็บดอกบัวหลวง (๓) เที่ยวชมน้ำตกไตรคีรี (๔) ไหว้พระที่วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร (๕) ปั่นจักรยานชมธรรมชาติรอบ*

หมู่บ้าน (๖) กิจกรรมชมศูนย์การเรียนรู้การทำกล้วยฉาบ เครื่องจักสานไม้ไผ่ และการถักกระเป๋าไหมพรหม[๑๒] เป็นต้น

๔.๑.๑.๗ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ทั้ง ๓ วัด ใน ๓ หมู่บ้าน มีข้อมูลอัตลักษณ์ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้จากแบบบันทึกการสังเกต การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม ดังต่อไปนี้ คือ

๑) บ้านหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบอัตลักษณ์ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ประกอบด้วย *(๑) ศูนย์คชศึกษา* เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ระหว่างคนกับช้างที่มีความผูกพันกันตั้งแต่เกิดจนตาย เป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชน ซึ่งมีเพียงแห่งเดียวในโลก *(๒) พิพิธภัณฑ์ช้าง* เป็นสถานที่แสดงเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับช้าง อาทิ วิวัฒนาการของช้างในยุคต่าง ๆ เครื่องมือในการคล้องช้าง เป็นต้น *(๓) คชอาณาจักร* เป็นโครงการภายใต้องค์การสวน สัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์มีวัตถุประสงค์เพื่อนำช้างคืนถิ่น ซึ่งจัดสร้างขึ้นภายในวัดป่าอาเจียง *(๔) สุสานช้าง* เป็นสถานที่เก็บรวบรวมกระดูกหรือ ประวัติของช้างแต่ละเชือก ตลอดทั้งข้อมูลของช้าง เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้สืบค้นข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นคนกับช้างที่มีเพียงหนึ่งเดียวประจำจังหวัดสุรินทร์ และประเทศไทย และแห่งเดียวในโลก *(๕) วังทะลุ* เป็นบริเวณที่แม่น้ำชีและแม่น้ำมูลไหลมา บรรจบกันที่บ้านตากลาง ตำบลกระโพ ก่อนไหลลงสู่แม่นำโขง ที่จังหวัดอุบลราชธานี เป็นที่อาบน้ำของช้างในหมู่บ้าน มีทัศนียภาพที่งดงามซึ่งหาชมได้ยาก

๒) บ้านตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ พบอัตลักษณ์ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ประกอบด้วย *(๑) ไม้ตะเคียนโบราณ (๒) พระองค์ใหญ่กลางแจ้ง* โดยจัดไว้ให้คนในชุมชนสักการบูชา *(๓) ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยกูย (๔) พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านชาวกูย* เป็นสถานที่จัดแสดงสิ่งของเครื่องใช้เครื่องแต่งกายของชาวกูย *(๕) เจดีย์ไม้โบราณ* ซึ่งเจดีย์ไม้โบราณมีอายุกว่า ๒๐๐ ปี สมัยโบราณมีบรรพบุรุษเสียชีวิต ก็จะนำเอาอัฐิมาบรรจุไว้ในเจดีย์ไม้แห่งนี้ *(๖) ศาลปู่ตา (๗) ฟาร์มจระเข้ (๘) ฐานเรียนรู้เปลี่ยนผ้าสีวิถีกูย* เป็นการย้อมผ้าไหมด้วยสีจากลูกมะเกลือ *(๙) ฐานเรียนรู้การเลี้ยงน้อง (เลี้ยงไหม) (๑๐) ฐานเรียนรู้การทำอาหารพื้นถิ่น (๑๑) ฐานเรียนรู้บั้งไฟโบราณ (๑๒) ฐานเรียนรู้การแซวผ้าไหม (การปักผ้า) (๑๓) ฐานเรียนรู้การรำแกลมอหรือแกลออ (๑๔) ฐานการเรียนรู้การทำบายศรีสู่ขวัญจากใบตอง (๑๕) ฐานเรียนรู้เกษตรยุคใหม่ตามศาสตร์พระราชา (๑๖) ฐานเรียนรู้การทำขนมพื้นบ้าน* เช่น ขนมเทียนใบตดหมา ขนมขี้หนู ขนมแป๊ะกลี้ ลอดช่องใบเตย เป็นต้น

๓) บ้านจรัสพัฒนา อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ พบอัตลักษณ์ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ประกอบด้วย *(๑) อ่างเก็บน้ำบ้านจรัส (๒) เก็บดอกบัวหลวง (๓) น้ำตกไตรคีรี (๔) ซุ้มประตูศักดิ์สิทธิ์* ทางเข้าวัดมีพระพุทธรูปปางสมาธิองค์ใหญ่ตรงกลาง มีงูขนาดใหญ่สองตัวพันรอบคานแผ่แม่เบี้ยอยู่ทางซ้ายและขวาของพระพุทธรูป มีพญานาคขนาดใหญ่ ตรงปากของพญานาคทำเป็นช่องทางให้นักท่องเที่ยวที่ชอบความตื่นเต้นเดินเข้าไปภายในตัวพญานาคซึ่งมีไฟประดับสวยงามให้แสงสว่างมองเห็นทางเดินตลอดเส้นทาง *(๕) เจดีย์รอยพระพุทธบาทจำลอง (๖) พระพุทธรูปนาคปรก*

---

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

และพระพุทธรูปขนาดใหญ่อื่น ๆ อีกหลายองค์ *(๗) รูปปั้นเจ้าแม่กวนอิมขนาดใหญ่ (๘) เจดีย์น้ำซับ (๙) รูปเหมือนหลวงปู่ดุลย์ อตุโล (๑๐) ป่าธรรมชาติรอบหมู่บ้าน (๑๑) ศูนย์การเรียนรู้การทำกล้วยฉาบ (๑๒) ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องจักสานไม้ไผ่* และ *(๑๓) ศูนย์การเรียนรู้การถักกระเป๋าไหมพรหม*[๑๓] เป็นต้น

ภาพที่ ๔.๕ กิจกรรมการท่องเที่ยว วัดป่าอาเจียง วัดตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๔.๒ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

การวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ในแต่ละหัวข้อได้มาจากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ดังนี้

๔.๒.๑ ข้อมูลจากแบบบันทึกการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว มีการสัมภาษณ์ใน ๖ ประเด็น คือ (๑) การสร้างหรือนำเสนอเอกลักษณ์เฉพาะตัว (๒) การจัดทำรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (๓) การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน (๔) การสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน (๕) การจัดหาช่องทางตลาดของผลิตภัณฑ์ (๖) การอนุรักษ์เมนูอาหารท้องถิ่น ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แต่ละประเด็น มีดังต่อไปนี้

๔.๒.๑.๑ สัมภาษณ์ประเด็นการสร้างหรือนำเสนอเอกลักษณ์เฉพาะตัว เมื่อสัมภาษณ์ว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ที่ท่านนำเสนอให้นักท่องเที่ยวที่นี่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว โดยนำเสนอเรื่องราวที่สร้างสรรค์และน่าสนใจอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

๑) บ้านหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบการสร้างหรือนำเสนอเอกลักษณ์เฉพาะตัว ประกอบด้วย *(๑) การนำเสนอภาษากูยและวิถีชีวิตของชุมชนชากูย* มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว คือ ชุมชนชาวกูยจะมีการแบ่งออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ กูยนา

---

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

(กลุ่มมีวิถีชีวิตอยู่กับนา) และ กูยอาเจียง (กลุ่มมีวิถีชีวิตอยู่กับช้าง) สำหรับชุมชนกูยนาจะมีศูนย์กลางกระจายอยู่อาณาบริเวณอำเภอศีขรภูมิและอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ส่วนสำหรับกูยอาเจียงจะมีศูนย์กลางกระจายอยู่ในหมู่บ้านต่าง ๆ ของ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ดังนั้นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนแห่งนี้จึงเป็นภาษากูยและวิถีชีวิตของชุมชนชากูย *(๒) การนำเสนอศูนย์คชศึกษา* เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตความ เป็นอยู่ระหว่างคนกับช้างที่มีความผูกพันกันตั้งแต่เกิดจนตาย เป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนมีเพียงแห่งเดียวในโลก *(๓) การนำเสนอพิพิธภัณฑ์ช้าง* เป็นสถานที่แสดงเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับช้าง อาทิ วิวัฒนาการของช้างในยุคต่าง ๆ เครื่องมือในการคล้องช้าง เป็นต้น *(๔) การนำเสนอคชอาณาจักร* เป็นโครงการภายใต้องค์การสวน สัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์มีวัตถุประสงค์เพื่อนำช้างคืนถิ่น ซึ่งจัดสร้างขึ้นภายในวัดป่าอาเจียง *(๕) การนำเสนอสุสานช้าง* เป็นสถานที่เก็บรวบรวมกระดูกหรือ ประวัติของช้างแต่ละเชือก ตลอดทั้งข้อมูลของช้าง เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้สืบค้นข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นคนกับช้างที่มีเพียงหนึ่งเดียวประจำจังหวัดสุรินทร์ และประเทศไทย และแห่งเดียวในโลก *(๖) การนำเสนอวังทะลุ* เป็นบริเวณที่แม่น้ำชีและแม่น้ำมูลไหลมา บรรจบกันที่บ้านตากลาง ตำบลกระโพ ก่อนไหลลงสู่แม่น้ำโขง ที่จังหวัดอุบลราชธานี เป็นที่อาบน้ำของช้าง มีดอนอยู่ในวังทะลุชาวชุมชนเรียกว่าดอนบวช มีทัศนียภาพที่งดงามซึ่งหาชมได้ยาก โดยสรุปทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวนำเสนอเรื่องราวสร้างสรรค์และน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวที่นี่ก็คือ ช้าง ส่วนผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลิตที่เกิดจากช้างเป็นสิ่งที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวรองลงมา

๒) บ้านตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ พบการสร้างหรือการนำเสนอเอกลักษณ์เฉพาะตัว ประกอบด้วย *(๑) การนำเสนอไม้ตะเคียนโบราณ* และมีพระองค์ใหญ่ประดิษฐานอยู่กลางแจ้งให้คนในชุมชนสักการบูชา *(๒) การสร้างฐานเรียนรู้เปลี่ยนผ้าสีวิถีกูย* เป็นการย้อมผ้าไหมด้วยสีจากลูกมะเกลือ *(๓) การสร้างฐานเรียนรู้การเลี้ยงน้อง (เลี้ยงไหม) (๔) การสร้างฐานเรียนรู้การทำอาหารพื้นถิ่น (๕) การสร้างฐานเรียนรู้บั้งไฟโบราณ (๖) การสร้างฐานเรียนรู้การแซวผ้าไหม (การปักผ้า) (๗) การสร้างศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยกูย (๘) การสร้างฐานเรียนรู้พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านชาวกูย* เป็นสะถานที่จัดแสดงสิ่งของเครื่องใช้เครื่องแต่งกายของชาวกูย *(๙) การนำเสนอเจดีย์ไม้โบราณ* ซึ่งเจดีย์ไม้โบราณมีอายุกว่า ๒๐๐ ปี สมัยโบราณมีบรรพบุรุษเสียชีวิต ก็จะนำเอาอัฐิมาบรรจุไว้ในเจดีย์ไม้แห่งนี้ *(๑๐) การสร้างศาลปู่ตา (๑๑) การสร้างฐานเรียนรู้การรำแกลมอหรือแกลออ (๑๒) การสร้างฐานการเรียนรู้การทำบายศรีสู่ขวัญจากใบตอง (๑๓) การสร้างฟาร์มจระเข้ (๑๔) การสร้างฐานเรียนรู้เกษตรยุคใหม่ตามศาสตร์พระราชา (๑๕) การสร้างฐานเรียนรู้การทำขนมพื้นบ้าน* เช่น ขนมเทียนใบตดหมา ขนมขี้หนู ขนมแป๊ะกลี๊ ลอดช่องใบเตย ผู้ให้สัมภาษณ์ได้แนะนำให้สืบค้นข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวที่ร้านค้าประชารัฐบ้านตะเคียน *(๑๖) การสร้างและนำเสนอคำขวัญชุมไว้ว่า "ผลิตภัณฑ์เลื่องชื่อ ฝีมือชาวกูย"* พร้อมทั้งมีการนำเสนอประวัติชาวกูยตำบลสำโรงทาบไว้ว่า ชุมชนชาวกูย (ชาวส่วย) เป็นชุมชนพื้นเมืองดั้งเดิมอาศัยอยู่ในตำบลสำโรงทาบ พูดภาษาท้องถิ่น คือ ภาษากูย มีภาษาพูดที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง มีความสามารถพิเศษและความเชี่ยวชาญในเรื่องของการทอผ้าไหม โดยเฉพาะผ้าไหมย้อมสีธรรมชาติ (มะเกลือ) *(๑๗) การนำเสนอประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์กูย* เช่น พิธีกรรมสำคัญที่เป็นความเชื่อ ได้แก่ แกลมอหรือแกลออ มีการดำเนินชีวิตที่น่าสนใจควรแก่การอนุรักษ์ไว้ จาก

ข้อมูลทางประวัติศาสตร์ ชาวกูยคือผู้สร้างเมืองสุรินทร์ โดยพระยาสุรินทร์ภักดีศรีณรงค์จางวาง (เชียง ปุม) เป็นผู้ก่อตั้งจังหวัดสุรินทร์ แม้ว่าปัจจุบันกระแสของการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์ จะทำให้วิถีชีวิตของชาวกูยได้เปลี่ยนแปลงไป แต่ชาวกูยก็ยังมีการดำเนินชีวิตและมีเอกลักษณ์ วัฒนธรรมดั้งเดิมไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก[๑๔] โดยสรุปทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวนำเสนอเรื่องราวสร้างสรรค์และน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวคือด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคลนั้นเอง

๓) บ้านจรัสพัฒนา อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ พบการสร้างหรือนำเสนอเอกลักษณ์เฉพาะตัว ประกอบด้วย *(๑) การนำเสนออ่างเก็บน้ำบ้านจรัส (๒) การนำเสนอกิจกรรมเก็บดอกบัวหลวง (๓) การนำเสนอน้ำตกไตรคีรี (๔) การนำเสนอซุ้มประตูศักดิ์สิทธิ์* ทางเข้าวัดมีพระพุทธรูปปางสมาธิองค์ใหญ่ตรงกลาง มีงูขนาดใหญ่สองตัวพันรอบคานแผ่แม่เบี้ยอยู่ทางซ้ายและขวาของพระพุทธรูป มีพญานาคขนาดใหญ่ ตรงปากของพญานาคทำเป็นช่องทางให้นักท่องเที่ยวที่ชอบความตื่นเต้นเดินเข้าไปภายในตัวพญานาคซึ่งมีไฟประดับสวยงามให้แสงสว่างมองเห็นทางเดินตลอดเส้นทาง *(๕) การนำเสนอรอยพระพุทธบาทจำลอง (๖) การนำเสนอพระพุทธรูปนาคปรก* และพระพุทธรูปขนาดใหญ่อื่น ๆ อีกหลายองค์ รูปปั้นเจ้าแม่กวนอิมขนาดใหญ่ (๗) การนำเสนอเจดีย์น้ำซับ *(๘) การนำเสนอรูปเหมือนหลวงปู่ดุลย์ อตุโล* เป็นต้น มีวัตถุมงคล วางไว้ในตู้กระจกให้นักท่องเที่ยวได้เช่าบูชา พระพุทธรูปประจำวันเกิดมีไว้บริการให้นักท่องเที่ยวตักบาตรพระประจำวันเกิด *(๙) การนำเสนอป่าธรรมชาติรอบหมู่บ้าน (๑๐) การนำเสนอศูนย์การเรียนรู้การทำกล้วยฉาบ (๑๑) การนำเสนอศูนย์การเรียนรู้กลุ่มเครื่องจักสานไม้ไผ่* และ *(๑๒) การนำเสนอศูนย์การเรียนรู้การถักกระเป๋าไหมพรหม*[๑๕]

ภาพที่ ๔.๖ เอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ วัดป่าอาเจียง วัดตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

---

[๑๔] องค์การบริหารส่วนตำบลสำโรงทาบ**, ข้อมูลจากกล่องบรรจุภัณฑ์ คองกูย**, ๔๓ หมู่ ๘ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์, ๒๕๖๒.

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

๔.๒.๑.๒ สัมภาษณ์ประเด็นการจัดทำรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีรูปแบบการจัดทำรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ สรุปได้ดังนี้

๑) บ้านหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบการจัดทำรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ กล่าวคือ “ช้าง” มิได้มีรูปแบบผลิตภัณฑ์เหมือนสินค้าอื่นแต่เพราะว่าที่นี่เป็นหมู่บ้านช้างมีชื่อเสียงจึงเป็นรูปแบบของผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพอยู่ในตัวเอง เมื่อมีการประชาสัมพันธ์โดยใช้ช่องทางผ่านสื่อต่าง ๆ จึงทำให้คนทั่วไปเข้าใจได้ทันที แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่จัดทำขึ้นจากส่วนต่าง ๆ ของช้างและสิ่งที่เกี่ยวข้องกับช้าง ประกอบด้วย *(๑) ผลิตภัณฑ์งาช้าง (๒) ผลิตภัณฑ์กระดูกช้าง (๓) ผลิตภัณฑ์ฟันช้าง (๔) ผลิตภัณฑ์หางช้าง (๕) ผลิตภัณฑ์เครื่องมือควาญช้าง (๖) ผลิตภัณฑ์ของชำร่วยที่เกี่ยวกับช้าง* เช่น พวงกุญแจหางช้าง ตุ๊กตาช้าง เป็นต้น *(๗) ผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มที่เกี่ยวกับช้าง* เช่น เสื้อยืดที่มีภาพช้าง ผ้าแพรที่มีภาพช้าง หมอนที่มีภาพช้าง เป็นต้น *(๘) ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอุปกรณ์ช้าง* เช่น กรอบรูปตะขอช้าง ไม้แก่นขาม และชุดเครื่องประดับจากกระดูกสัตว์ เป็นต้น ซึ่งการจัดทำรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ทำให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว

๒) บ้านตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ พบการจัดทำรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ บ้านตะเคียน เป็นชุมชนที่มีความโดดเด่น “ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น” และ “ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล” ชาวบ้านตะเคียน จึงได้จัดทำและนำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความเชื่อมโยงกับความมีชื่อเสียงทั้งด้านวัฒนธรรมและวัตถุมงคล ประกอบด้วย *(๑) ผ้าไหมลายลูกแก้ว* ซึ่งย้อมสีธรรมชาติสีดำจากผลมะเกลือ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของคนโบราณที่ทรงคุณค่ามาก *(๒) เสื้อแซว* ซึ่งเป็นเสื้อที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวกูย *(๓) หัวซิ่น ตีนซิ่น และแถบซิ่น (๔) ที่รองแก้วจากผ้าไหม (๕) กระเป๋าผ้าไหม (๖) ข้าวหอมมะลิอินทรีย์คุณภาพดี (๗) ข้าวเหนียวแปรรูปเป็นข้าวฮาง* มีคุณสมบัติ คือ หอม นุ่ม อร่อย รสชาติไม่เหมือนที่อื่น ๆ เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนแห่งนี้ที่มาตั้งแต่บรรพบุรุษดั้งเดิม *(๘) ผักปลอดสารพิษวิถีของคนกูย (๙) สมุนไพรไล่ยุงตะไคร้หอม (๑๐) ผ้าคลุมไหล่ย้อมสีธรรมชาติและผ้าไหมพื้นเมือง (๑๑) สร้อยว่านเปราะหอม (๑๒) ตุ๊กตาชาวกูย (๑๓) เข็มกลัดติดหน้าอกและที่มัดผมจากผ้าไหม (๑๒) กล่องบรรจุภัณฑ์ที่ชื่อว่า “คองกูย ผลิตภัณฑ์เลื่องชื่อ ฝีมือชาวกูย หรือ KONGKUIW สำโรงทาบ เมืองราบลุ่ม ชุ่มชื้นผืนนากว้างใหญ่ ภาคภูมิใจผ้าไหมย้อมมะเกลือ งดงามเหลือรำแกลมอ”* เป็นกล่องบรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบสวยงามพัฒนาขึ้นจากแนวคิดและการออกแบบของคนในชุมชนเอง เป็นต้น

๓) บ้านจรัสพัฒนา อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ ชุมชนบ้านจรัสพัฒนา เป็นชุมชนที่มีชื่อเสียงทางวัฒนธรรมและบริบทความเป็นธรรมชาติ กล่าวคือ “วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร” มีรูปแบบผลิตภัณฑ์เหมือนสินค้าที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมกูยที่มีชื่อเสียง จึงเป็นรูปแบบของผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพอยู่ในตัวเอง เมื่อมีการประชาสัมพันธ์โดยใช้ช่องทางผ่านสื่อต่าง ๆ จึงทำให้คนทั่วไปเข้าใจได้ทันที พบการจัดทำรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เช่น *(๑) กระเป๋าไหมพรหมถัก (๒) สบู่หอมสมุนไพร (๓) ลูกประคบ* คือสิ่งเกิดจากภูมิปัญญาของคนในชุมชนที่ใช้สมุนไพรซึ่งมีในท้องถิ่นมาใช้ในการรักษาเพื่อช่วยให้การไหลเวียนของโลหิต *(๔) ยาหม่อง (๕) พวงกุญแจผ้าไหม (๖) ผ้าฝ้ายทอมือ (๗) ข้าวหอมมะลิซ้อมมือ (๘) อาหารแปรรูป* เช่น กล้วยฉาบ

ปลาแดดเดียว เป็นต้น ซึ่งรูปแบบและบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวพัฒนาขึ้นโดยความคิดริเริ่มของคนในชุมชน ทำให้มีคุณภาพที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

ภาพที่ ๔.๗ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๔.๒.๑.๓ สัมภาษณ์ประเด็นการเตรียมความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐานอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์ สรุปได้ดังนี้

๑) บ้านหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์ พบการเตรียมความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ประกอบด้วย *(๑) “ช้าง” เป็นสัตว์ป่าคุ้มครอง* ได้รับการรับรองว่าเป็นสัตว์สงวน จึงมีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐานในระดับประเทศ นานาชาติ หรือระดับโลก *(๒) หมู่บ้านช้าง สุสานช้าง คชอาณาจักร และศูนย์คชศึกษา ได้รับการรับรองจากหน่วยงานของรัฐ* จึงมีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐานเนื่องจากเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวตั้งแต่ระดับชาติ นานาชาติ จนถึงระดับโลก *(๓) ผลิตภัณฑ์อื่นที่เกี่ยวข้องกับช้าง* เช่น กรอบรูปตะขอช้างไม้แก่นขาม ของนายสายฟ้า ศาลางาม ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ระดับสี่ดาว ประเภทของใช้ของตกแต่ง ของที่ระลึก ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ให้ไว้ ณ วันที่ ๑๕ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๒ และ *(๔) ชุดเครื่องประดับจากกระดูกสัตว์* ของนายสายฟ้า ศาลางาม ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ระดับสามดาว ประเภทผ้าเครื่องแต่งกาย หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ให้ไว้ ณ วันที่ ๑๕ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๒[๑๖] โดยได้รับใบประประกาศนียบัตร ซึ่งลงนามโดย นายฉัตรชัย พรหมเลิศ ปลัดกระทรวงมหาดไทย และ นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายยกรัฐมนตรี เมื่อ วันที่ ๑๕ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๒ เป็นต้น

๒) บ้านตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ ชุมชนบ้านตะเคียน มีความโดดเด่น “ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล” มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐานในระดับจังหวัด เนื่องจากจังหวัดสุรินทร์มีชาติพันธุ์อยู่รวมกันสามกลุ่ม คือ เขมร กูย และลาว แต่ละกลุ่มได้มีวัฒนธรรมเป็นของ

---

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

ตนเอง จากการสัมภาษณ์ พบว่าการเตรียมความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน *ประกอบด้วย (๑) เสื้อแขว (๒) ผ้าสิ้นมัดหมี่ (๓) ตีนสิ้น (๔) ผ้าหางกระรอก (๕) กระเป๋า* โดยชุมชนได้พยายามพัฒนาชิ้นงานที่ได้กล่าวมานี้เพื่อให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ประเภท ผ้า เครื่องแต่งกาย และประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย[๑๗] เป็นต้น

๓) บ้านจรัสพัฒนา อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ ชุมชนวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร มีความพร้อมสามารถเข้าสู่การรับรองมาตรฐานให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมในระดับจังหวัดหรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในระดับจังหวัดได้ เนื่องจากเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ จากการสัมภาษณ์ พบว่าการเตรียมความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ประกอบด้วย *(๑) ความเป็นธรรมชาติของพื้นที่* เช่น อ่างเก็บน้ำบ้านจรัส น้ำตกไตรคีรี เจดีย์น้ำซับ ป่าธรรมชาติรอบหมู่บ้าน เป็นต้น *(๒) ศาสนสถาน* เช่น เจดีย์รอยพระพุทธบาทจำลอง เป็นต้น (๓) วัตถุมงคล เช่น รูปเหมือนหลวงปู่ดุลย์อตุโล เป็นต้น

ภาพที่ ๔.๘ ความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๔.๒.๑.๔ สัมภาษณ์ประเด็นการสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน เมื่อสัมภาษณ์ว่าผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกันอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์ สรุปได้ดังนี้

๑) บ้านหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์ พบการสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกันซึ่งเป็นผลผลิตที่เกี่ยวข้องกับช้าง ประกอบด้วย *(๑) ผลิตภัณฑ์ประเภทหางช้าง* เป็นเครื่องรางของขลังที่นำหางของช้างมาเป็นส่วนประกอบ นิยมนำมาทำเครื่องประดับ เช่น แหวน และ กำไล เป็นต้น *(๒) ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องมือควาญช้าง* เช่น ตะขอช้าง เป็นตะขอที่ควาญช้างใช้บังคับช้าง โดย ด้ามทำจากเถาวัลย์ขนาดใหญ่ที่หายาก มีดควาญช้างมีปลายแหลมมีด้ามและฝักมีด มีการลงอักขระ และปลุกเสกให้มีความศักดิ์สิทธิ์ *(๓) ผลิตภัณฑ์ประเภทของชำร่วย* ของประดับตกแต่งรถและบ้าน เช่น ของ

---

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

ระลึกตะขอช้าง ของระลึกพวงกุญแจตะขอช้าง ของที่ระลึกตุ๊กตาช้าง พระพุทธรูปแกะจากกระดูกสัตว์มีควาญช้าง เป็นต้น *(๔) ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องนุ่งห่ม* เช่น เสื้อยืด ผ้าแพร หมอน ของใช้อื่น ๆ เป็นต้น แต่ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับงาช้าง ในปัจจุบันไม่สามารถนำมาผลิตซ้ำได้ เนื่องปัจจุบันมีกฎหมายว่าด้ายการค้าระหว่างประเทศซึ่งมีข้อห้ามเกี่ยวกับการค้าชนิดสัตว์ป่าและพืชป่าที่ใกล้สูญพันธ์ (CITES) ซึ่งการค้างาช้างก็ได้จัดอยู่ในกฎหมายนี้ด้วย ดังนั้นผลิตภัณฑ์ซึ่งมีวัตถุดิบเป็นงาช้างจึงไม่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณเท่าเดิมเนื่องจากขาดแคลนวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตและหายากขึ้นเรื่อย ๆ ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกระดูกช้างและฟันช้างก็เริ่มขาดแคลนและหายากขึ้นเรื่อย ๆ เหมือนกัน ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากงาช้าง กระดูกช้าง และฟันช้าง จึงไม่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณเท่าเดิม เพราะมีข้อจำกัดในด้านการขาดแคลนแหล่งวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตดังที่ได้กล่าวมาแล้ว เป็นต้น

๒) บ้านตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์ พบการสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ประกอบด้วย *(๑) ศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคลประเภทพระเครื่อง (๒) ผ้าไหมลายลูกแก้ว* ย้อมสีธรรมชาติสีดำจากผลมะเกลือ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของคนโบราณที่ทรงคุณค่ามาก *(๓) เสื้อแซว (๔) หัวซิ่น ตีนซิ่น และแถบซิ่น (๕) ที่รองแก้วจากผ้าไหม (๖) กระเป๋าผ้าไหม (๗) ข้าวหอมมะลิอินทรีย์คุณภาพดี (๘) ข้าวเหนียวแปรรูปเป็นข้าวฮาง* มีคุณสมบัติ คือ หอม นุ่ม อร่อย รสชาติไม่เหมือนที่อื่น *(๙) ผักปลอดสารพิษวิถีของคนกูย (๑๐) สมุนไพรไล่ยุงตะไคร้หอม (๑๑) ผ้าคลุมไหล่ย้อมสีธรรมชาติและผ้าไหมพื้นเมือง (๑๒) สร้อยว่านเปราะหอม (๑๓) ตุ๊กตาชาวกูย (๑๔) เข็มกลัดติดหน้าอกและที่มัดผมจากผ้าไหม* เป็นต้น เนื่องจากมีแหล่งวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตหาได้จากชุมชน กระบวนการผลิตและแรงงานที่ใช้ในการผลิตสามารถพัฒนาขึ้นได้จากคนที่มีอยู่ในชุนชนเช่นกัน ด้วยมีปัจจัยสนับสนุนดังกล่าวจึงทำให้ผลิตภัณฑ์หลายอย่างสามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน เป็นต้น

๓) บ้านจรัสพัฒนา อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์ พบการสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ประกอบด้วย (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 ศาสนวัตถุหรือวัตถุ

มงคลที่จัดไว้บริการนักท่องเที่ยวดังที่กล่าวมานี้ถือว่าเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมที่เป็นจุดเด่นของวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร[๑๘] แห่งนี้ เป็นต้น

ภาพที่ ๔.๙ ผลิตภัณฑ์สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน
บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๔.๒.๑.๕ สัมภาษณ์ประเด็นการจัดหาช่องทางตลาดของผลิตภัณฑ์ เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีช่องทางการตลาด พร้อมข้อมูลของสินค้า ผลิตภัณฑ์ ที่จำหน่ายในชุมชน นอกชุมชน หรือออนไลน์อย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์ สรุปได้ดังนี้

๑) บ้านหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์ พบการจัดหาช่องทางตลาดของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย *(๑) การนำเสนอโดยใช้คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ เส้นทางวิถีสายคนกับช้าง*[๑๙] *(๒) การนำเสนอโดยใช้สื่อแผ่นพับ (๓) การนำเสนอในสื่อออนไลน์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ (๔) การออกร้าน (๕) จัดนิทัศการในงานสำคัญ ๆ* เช่น งานแสดงช้างประจำปีของจังหวัดสุรินทร์ งานเทศกาลของดีอำเภอปราสาทและงานกาชาติของอำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์เทศกาลปลาไหล ข้างใหม่หอมมะลิและงานกาชาติ อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น *(๖) จัดให้มีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น* มีการนำสินค้าจำนวนมากหลายรายการออกมาแสดงและจัดจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวเหล่านี้ล้วนเป็นช่องทางการตลาดเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ของชุมชนทั้งสิ้น[๒๐] เป็นต้น

๒) บ้านตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์ พบการจัดหาช่องทางตลาดของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย *(๑) การเผยแพร่ตามสิ่งพิมพ์ (๒) การออกร้านในงานต่างๆ* เพื่อเป็นช่องทางการตลาดในด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสน

---

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

[๑๙] สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์, **คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ๘๕ แอ่งเล็ก เช็คอิน**, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท ลีโอ แลนเซ็ท จำกัด, ม.ป.ป.), หน้า ๓๒-๔๑.

[๒๐] บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์, **แผ่นพับแนะนำการท่องเที่ยว**, ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒.

วัตถุหรือวัตถุมงคล ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร เครื่องนุ่งห่ม สิ่งสำหรับใช้สอยในที่อยู่อาศัย หรือ ยาสมุนไพรเพื่อใช้รักษาโรค เป็นต้น เหล่านี้ชุมชนจำเป็นต้องมีองค์ความรู้เรื่องช่องทางการตลาด มีคนหรือองค์กรให้การส่งเสริม สนับสนุน (Promote) ให้ความรู้เข้าใจในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับช่องทางการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ชุมชนสามารถใช้ช่องทางการตลาดในการเคลื่อนย้ายสินค้าจากชุมชนไปยังผู้บริโภคกลุ่มต่าง ๆ ได้ ถ้าสามารถทำสิ่งนี้ให้เกิดขึ้นได้ก็จะพัฒนาให้ชุมชนใช้เทคโนโลยีนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างหนึ่งออกไปยังลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น[๒๑]

๓) บ้านจรัสพัฒนา อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์ พบการจัดหาช่องทางตลาดของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านหนองบัวมีช่องทางการตลาดมีหลากหลาย ประกอบด้วย *(๑) การนำเสนอโดยใช้คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ เส้นทางวิถีสายคนกับช้าง*[๒๒] *(๒) การนำเสนอในสื่อวิทยุ โทรทัศน์ (๓) การนำเสนอในสื่อออนไลน์* เช่น ยูทูป เฟซบุค ไลน์ เป็นต้น

ภาพที่ ๔.๑๐ ช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชน
บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๔.๒.๑.๖ สัมภาษณ์ประเด็นการอนุรักษ์เมนูอาหารท้องถิ่น เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยวอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

๑) บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์ พบการอนุรักษ์เมนูอาหารท้องถิ่น ซึ่งชุมชนชาวกวยจะมีอาหารที่มีความเป็นอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น ประกอบด้วย *(๑) แกงไก่ใส่หยวกกล้วย (๒) ปลายอนทอดกรอบ (๓) พริกป่นหรือน้ำพริก (๔) ซันลอว์เจ๊กจ์หรือแกงกล้วย* เป็นแกงชนิดหนึ่งที่มีลักษณะคล้ายแกงเผ็ด ประกอบไปด้วยกล้วยดิบที่หั่นเป็นชิ้นพอดีคำ และ ไก่บ้าน ตามด้วยเครื่องปรุงรสต่าง ๆ

---

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

[๒๒] สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์, **คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ๘๕ แอ่งเล็กเช็คอิน**, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท ลีโอ แลนเซ็ท จำกัด, ม.ป.ป.), หน้า ๓๒-๔๑.

ได้แก่ ตะไคร้ ใบมะกรูด ข่า เกลือ กะปิพริกแห้ง หอม กระเทียม กะทิ ขมิ้น ปลาร้า กระชาย และน้ำปลา นิยมทำในช่วงงานพิธี *(๕) น้ำพริกปลาพื้นถิ่นจากแหล่งน้ำธรรมชาติ* จิ้มผักสดที่หาได้ตามท้องถิ่น ส่วนประเภทที่เป็นของหวาน ได้แก่ *(๖) ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน* วัตถุดิบที่นำมาใช้ปรุงเป็นเมนูอาหารเหล่านี้เป็นสิ่งที่หาได้และผลิตขึ้นภายในชุมชนเอง เป็นต้น[๒๓]

ภาพที่ ๔.๑๑ เมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว บ้านหนองบัว หมู่ ๑๔
ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์

๒) บ้านตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ พบการอนุรักษ์เมนูอาหารท้องถิ่นที่สำคัญ ประกอบด้วย *(๑) ตำไกใส่ใบมะม่วง (๒) ยำดักแด้ (๓) น้ำพริกมะดัน (๔) แกงมะละกอใส่ปูนา (ละแวร์กะตาม) (๕) แกงปูใส่เผือกใส่ผักกะแยงหรือผักอีออม (๖) ห่อหมกปลาใส่ใบมะขามอ่อน* ประเภทของหวาน ได้แก่ *(๗) ขนมเปียกปูนใบเตย (๘) ขนมเทียนทำจากรากเถาตดหมา* วัตถุดิบที่นำมาปรุงเป็นเมนูอาหารเป็นสิ่งที่หาได้และผลิตขึ้นภายในชุมชนเอง เป็นต้น[๒๔]

ภาพที่ ๔.๑๒ เมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว บ้านตะเคียน หมู่ ๙
ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

---

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

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

๓) บ้านจรัสพัฒนา อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ พบการอนุรักษ์เมนูอาหารท้องถิ่น ที่สำคัญ ประกอบด้วย *(๑) ต้มยำไก่บ้าน (๒) น้ำพริกปลาร้า (๓) แกงขี้เหล็ก (๔) ห่อหมกหน่อไม้สด* ซึ่งเป็นอาหารป่าตามฤดูกาล *(๕) กล้วยฉาบ ข้าวต้มมัด (๖) ขนมครก (๗) ขนมดอกบัว* วัตถุดิบที่นำมาปรุงเป็นเมนูอาหารเป็นสิ่งที่หาได้และผลิตขึ้นภายในชุมชนเอง เป็นต้น

๔.๓ การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

การวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ที่ได้จากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัย ได้ทำการวิเคราะห์ใน ๒ ประเด็นหลัก ได้แก่ (๑) ประเด็นคุณค่าฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา และ (๒) ประเด็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ เหตุผลที่แยกวิเคราะห์ประเด็นคุณค่าของผลิตภัณฑ์ก่อนก็เพราะว่าการที่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชนิดใด ๆ จะมีมูลค่าเพิ่มมากน้อยเพียงใดย่อมขึ้นอยู่กับคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชนิดนั้น ๆ เป็นองค์ประกอบสำคัญ ดังมีรายละเอียดการวิเคราะห์ ตามลำดับต่อไปนี้

๔.๓.๑ คุณค่าฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา

คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์คุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาที่มีต่อนักท่องเที่ยว โดยแบ่งการวิเคราะห์คุณค่าออกเป็น ๔ ด้าน ประกอบด้วย (๑) คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (๒) คุณค่าด้านการบริการ (๓) คุณค่าด้านผู้ผลิต และ (๔) คุณค่าด้านภาพลักษณ์ ซึ่งคุณค่าดังกล่าวทั้งหมดสามารถสรุปได้เป็นคุณค่าภายใน และคุณค่าภายนอก โดยมีรายละเอียดการวิเคราห์ดังต่อไปนี้

๔.๓.๑.๑ คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ ผลการวิเคราะห์ด้านคุณค่าด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า ๒ ประการ ประกอบด้วย (๑) การนำไปใช้ประโยชน์ทางด้านจิตใจ และ (๒) การนำไปใช้ประโยชน์ทางปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต ดังนี้

๑) การนำไปใช้ประโยชน์ทางด้านจิตใจ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวได้ความสุข และความเพลิดเพลินในการเยี่ยมชมศาสนสถานอันเป็นที่พึ่งทางใจ เช่น ความสวยงามของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ได้สักการะพระพุทธรูปไม้ตะเคียน เจดีย์ไม้โบราณ ศาลปู่ตา รอยพระพุทธบาทจำลอง วัตถุมงคลหลวงปู่ดุล วัตถุมงคลที่ทำจากงาช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง และหางช้าง เป็นต้นได้รับความรู้และความเป็นมาเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ เช่น ศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คช อาณาจักร สุสานช้าง ศาลาเอราวัณ พิพิธภัณฑ์ชาวกูย วังทะลุ เป็นต้น การเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เช่น วัฒนธรรมการแต่งกายของชาวกูย วัฒนธรรมภาษากูย ประเพณีการเลี้ยงช้างวิถีช้าง ประเพณีการไหว้ศาลปู่ตา พิธีกรรมผีปะกำ พิธีกรรมแกลมอ เป็นต้น

๒) การนำไปใช้ประโยชน์ทางปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่ซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากแหล่งท่องเที่ยวแล้ว สามารถนำผลิตภัณฑ์เหล่านั้นไปใช้ในฐานะเป็นคุณค่าส่วนหนึ่งของปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตได้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเครื่องนุ่งห่ม เช่น เสื้อยืดรูปช้าง ผ้าไหมลายลูกแก้วย้อมสีธรรมชาติ เสื้อแขว หัวซิ่น ตีนซิ่น แถบซิ่น เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอาหารและยา เช่น ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ข้าวเหนียวแปรรูปเป็นข้าวฮาง ผักปลอดสารพิษวิถีชาวกูย แกงไก่ใส่หยวกกล้วย ปลายอนทอดกรอบ น้ำพริกปลาพื้นถิ่น ซันลอว์เจ็กจ์หรือแกงกล้วย ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน ขนมดอกบัว น้ำพริกมะดัน แกงมะละกอใส่ปูนา (ละแวร์กะตาม) แกงปูใส่เผือก สมุนไพรไล่ยุงตะไคร้หอม ลูกประคบ ยาหม่อง เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ที่เป็นของที่ระลึกหรือของชำร่วย เช่น พวงกุญแจรูปช้าง ตุ๊กตาชาวกูย เข็มกลัดติดหน้าอก ที่มัดผมจากผ้าไหม กระเป๋าไหมพรหมถัก เป็นต้น

๔.๓.๑.๒ คุณค่าด้านการบริการ ผลการวิเคราะห์ด้านคุณค่าด้านการบริการ ๓ ประการ ประกอบด้วย (๑) การตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (๒) การติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และ (๓) ความสามารถในการให้บริการนักท่องเที่ยว ดังนี้

๑) การตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยวได้คำนึงถึงความต้องการหรือรสนิยมของนักท่องเที่ยวที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น จึงได้นำเสนอและจัดให้มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการหรือรสนิยมของนักท่องเที่ยว เช่น การมีช้างจำนวนมากในหมู่บ้านช้าง จัดให้มีอาหารพื้นบ้าน จัดให้มีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น มีวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น มีกิจกรรมการท่องเที่ยว มีสถานที่ท่องเที่ยว มีศาสนสถาน มีศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล การนำเสนอความเป็นธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ เช่น ภูเขา โขดหิน ป่าไม้ และแหล่งน้ำ เป็นต้น การนำเสนอศาสนสถานที่มีความสวยงาม เช่น ประตูโขงของวัดพญานาค จัดให้มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เช่น ตีนซิ่น ผ้าไหมลายลูกแก้ว เสื้อแขว ผ้าซิ่นระวี กระเป๋าผ้าไหมตีนซิ่นและแถบซิ่น ที่รองแก้วทำจากผ้าไหม

๒) การติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยวจัดให้มีการติดต่อสื่อสารที่หลากหลายช่องทางกับนักท่องเที่ยวทั้งก่อนและหลังการท่องเที่ยว เช่น ทางยูทูป ทางไลน์ ทางเฟสบุค ทางโทรศัพท์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือโดยฝ่ายภรรยาซึ่งมีคู่สมรสที่เป็นชาวต่างชาติ

๓) ความสามารถในการให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น มีการบริหารช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคซื้อได้ง่าย การจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวกูยตะเคียนชุมชนต้องเที่ยว การนำทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ชุมไปออกร้านตามงานประเพณีต่าง ๆ ทำให้เกิดความสะดวกในการเข้าถึงสินค้าผลิตภัณฑ์ของนักท่องเที่ยว

๔.๓.๑.๓ คุณค่าด้านผู้ผลิต คุณค่าด้านนี้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเองเป็นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว และมีผลส่งต่อคุณค่าดังกล่าวให้แก่นักท่องเที่ยว กล่าวคือ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้ทำการผลิตสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาด้วยความเอาใจใส่ในกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพ โดยอาศัยความรู้ความสามารถ ความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น ความรู้ความสามารถและความชำนาญในการผลิตกำไรงาช้าง วัตถุมงคลที่ทำจากงาช้าง แหวนหางช้าง เป็นต้น ความรู้ความสามารถและความชำนาญในด้าน

การผลิตอาหารท้องถิ่น เช่น น้ำพริกปลาพื้นถิ่น ซันลอว์เจ็กจ์หรือแกงกล้วย ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน ขนมดอกบัว น้ำพริกมะดัน แกงมะละกอใส่ปูนา (ละแวร์กะตาม) แกงปูใส่เผือก แกงไกใส่หยวกกล้วย เป็นต้น และความรู้ความสามารถความชำนาญในด้านวิถีการเลี้ยงช้าง การเป็นควาญช้าง ซึ่งได้มีการถ่ายทอดให้แก่บุคคลในครอบครัวหรือเครือญาติจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งกระบวนการผลิตดังกล่าวสร้างความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวที่ได้รับบริการ การซื้อ และการจับจ่ายใช้สอย

๔.๓.๑.๔ คุณค่าด้านภาพลักษณ์ เป็นคุณค่าด้านความรู้สึกที่ดี ความประทับใจและความชอบใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในการได้รับการบริการอย่างดีและการจับจ่ายใช้สอย เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และได้รับการบริการด้วยความจริงใจ ก็จะเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวและต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ทำให้สถานที่และผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ เช่น ศูนย์คชศึกษาหมู่บ้านแสดงช้าง พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร สุสานช้าง ศาลาเอราวัณ พิพิธภัณฑ์ชาวกูย วังทะลุ ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากงาช้าง ผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มของชาวกูย และอาหารพื้นบ้าน เป็นต้น

๔.๓.๒ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

ข้อมูลการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ที่ได้จากการวิเคราะห์คุณค่าฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ๔ ด้าน ได้แก่ (๑) คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (๒) คุณค่าด้านการบริการ (๓) คุณค่าด้านผู้ผลิต (๔) คุณค่าด้านภาพลักษณ์ และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว ๘ ประเด็น คือ (๑) การตอบสนองความต้องการหรือรสนิยมของผู้บริโภค (๒) การเน้นตัวผลิตภัณฑ์หรือสิ่งที่โดดเด่น (๓) การจัดการทุนทางวัตถุดิบ (๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต (๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ (๖) การให้บริการ (๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ (๘) การเข้าถึงผู้บริโภค ดังต่อไปนี้

๔.๓.๒.๑ การตอบสนองความต้องการหรือรสนิยมของผู้บริโภค เมื่อสัมภาษณ์ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการหรือรสนิยมของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชนิดใด ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์ สรุปได้ดังนี้

๑) บ้านหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบการตอบสนองความต้องการหรือรสนิยมของผู้บริโภค นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาเที่ยวที่ชุมชนบ้านหนองบัวอยากเห็นสิ่งซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ชาวบ้านหนองบัวจึงจัดให้มีการตอบสนองความต้องการหรือรสนิยมของผู้บริโภค ประกอบด้วย *(๑) การมีช้างจำนวนมากในหมู่บ้านช้างแห่งนี้ (๒) จัดให้มีอาหารพื้นบ้าน (๓) จัดให้มีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (๔) มีวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น (๕) มีกิจกรรมการท่องเที่ยว (๖) มีสถานที่ท่องเที่ยว (๗) มีศาสนสถาน (๘) มีศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล* ซึ่งมีความยึดโยงเกี่ยวกับความเป็นช้าง เพราะที่นี่คือชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง ดังนั้นทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นตัวใดที่มีความยึดโยงกับช้างจึงเป็นที่นิยมของลูกค้า[๒๕]

---

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

๒) บ้านตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ พบการตอบสนองความต้องการหรือรสนิยมของผู้บริโภค โดยชุมชนบ้านตะเคียนได้ดำเนินการขับเคลื่อนให้สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอสำโรงทาบ ได้สนับสนุนกิจกรรมของชุมชนโดยนำทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชนออกพิมพ์เผยแพร่ทางสื่อสิ่งพิมพ์แผ่นพับบ้านตะเคียน[๒๖] และสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์ได้สนับสนุนกิจกรรมของชุมชนโดยนำทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชนออกพิมพ์เผยแพร่ทางสื่อสิ่งพิมพ์คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ๘๕ แอ่งเล็กเช็คอิน[๒๗] ตลอดทั้งชุมชนได้นำทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ชุมไปออกร้านตามงานประเพณีต่าง ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและแวะมาเยี่ยมเยียน สำหรับผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองรสนิยมหรือความต้องการของผู้บริโภค ประกอบด้วย *(๑) ตีนซิ่น* เนื่องจากมีราคาไม่สูงมากนัก คือ ขายเพียงชิ้นละ ๔๐๐ บาท ตีนสิ้นชิ้นหนึ่งคนในชุมชนต้องใช้เวลาในการผลิตประมาณ ๔ วัน เพราะต้องตั้งใจทำสุดฝีมือ มีความละเอียดลออ ประณีตเป็นอย่างมาก การขายในราคานี้จึงมีความเหมาะสม *(๒) ผ้าไหมลายลูกแก้ว (๓) เสื้อแซว (๔) ผ้าซิ่นระวี (๕) กระเป๋าผ้าไหมตีนซิ่นและแถบซิ่น (๖) ที่รองแก้วทำจากผ้าไหม* เป็นต้น[๒๘]

๓) บ้านจรัสพัฒนา อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ พบการตอบสนองความต้องการหรือรสนิยมของผู้บริโภค นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากเห็นสิ่งซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เนื่องจากวัดเขาศาลาอตุลฐานจาโรเป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ มีภูเขา มีโขดหิน มีป่าไม้ มีแหล่งน้ำ มีศาสนสถานซึ่งมีความสวยงาม ดังนั้น ชาวบ้านจรัสพัฒนาจึงได้จัดให้มีการตอบสนองความต้องการหรือรสนิยมของผู้บริโภค ประกอบด้วย *(๑) นำเสนอความเป็นธรรมชาติอุดมสมบูรณ์* เช่น ภูเขา โขดหิน ป่าไม้ และแหล่งน้ำ เป็นต้น *(๒) นำเสนอศาสนสถานที่มีความสวยงาม* เช่น ประตูโขงของวัด พญานาคซึ่งภายในลำตัวเป็นทางเดินขึ้นสู่วัด และ *(๓) จัดให้มีการจำหน่ายศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล* เช่น มีรูปเหมือนของพระสุปฏิบัติและมีวัตถุมงคลให้นักท่องเที่ยวได้เช่าไว้บูชาด้วย[๒๙] เป็นต้น

---

[๒๖] บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์, **แผ่นพับแนะนำการท่องเที่ยว**, ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒.

[๒๗] สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์, **คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ๘๕ แอ่งเล็กเช็คอิน**, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท ลีโอ แลนเซ็ท จำกัด, ม.ป.ป.), หน้า ๑๙๒-๑๙๓.

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

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

ภาพที่ ๔.๑๓ การตอบสนองความต้องการหรือรสนิยมผู้บริโภค บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๔.๓.๒.๒ การเน้นตัวผลิตภัณฑ์หรือสิ่งที่โดดเด่น เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีผลิตภัณฑ์ตัวไหนบ้างที่เป็นจุดขายให้กับนักท่องเที่ยว ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์ สรุปได้ดังนี้

๑) บ้านหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบการตอบสนองความต้องการหรือรสนิยมของผู้บริโภค โดยมี “ช้าง” เป็นอัตลักษณ์สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนหมู่บ้านช้างแห่งนี้ ดังนั้น ชุมชนบ้านหนองบัวจึงเน้นตัวผลิตภัณฑ์หรือสิ่งที่โดดเด่นที่ยึดโยงกับความเป็นช้าง ประกอบด้วย *(๑) ศูนย์คชศึกษา* เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ระหว่างคนกับช้างที่มีความผูกพันกันตั้งแต่เกิดจนตาย พิพิธภัณฑ์ช้าง เป็นสถานที่แสดงเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับช้าง *(๒) คชอาณาจักร* เป็นโครงการภายใต้องค์การสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์มีวัตถุประสงค์เพื่อนำช้างคืนถิ่น *(๓) สุสานช้าง* เป็นสถานที่เก็บรวบรวมกระดูกหรือ ประวัติของช้างแต่ละเชือก ตลอดทั้งข้อมูลของช้าง และ *(๔) วังทะลุ* เป็นบริเวณที่แม่น้ำชีและแม่น้ำมูลไหลมาบรรจบกันที่บ้านตากลาง ตำบลกระโพ ก่อนไหลลงสู่แม่น้ำโขง ที่จังหวัดอุบลราชธานี เป็นที่อาบน้ำของช้างในหมู่บ้าน มีทัศนียภาพงดงาม ล้วนเป็นสิ่งที่มีความยึดโยงช้างและเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายที่แสดงถึงตัวผลิตภัณฑ์หรือสิ่งที่โดดเด่น ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น[๓๐]

๒) บ้านตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ พบการตอบสนองความต้องการหรือรสนิยมของผู้บริโภค โดยมีจุดเน้นของชุมชนแห่งนี้ ประกอบด้วย *(๑) วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น* เช่น ประเพณีการไหว้ศาลปู่ตา การละเล่นคือรำแกลมอหรือแกลมอ ประเพณีแห่ดอกไม้ ประเพณีสรงน้ำพระพุทธรูป ประเพณีขนทรายเข้าวัด ประเพณีการก่อเจดีย์ทราย ประเพณีไหว้พระธาตุ ประเพณีการแต่งกายแบบชาวกูย ภาษาถิ่นกูย เป็นต้น *(๒) ศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล* เช่น พระพุทธรูปไม้ตะเคียนโบราณ เป็นต้น ดังนั้น ชุมชนบ้านตะเคียนจึงเน้นตัวผลิตภัณฑ์หรือ

---

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

สิ่งที่โดดเด่นเพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม ที่กล่าวมานี้ถือว่าเป็นจุดขายสร้างมูลค่าเพิ่มที่สำคัญให้กับนักท่องเที่ยวในชุมชนแห่งนี้[๓๑]

๓) บ้านจรัสพัฒนา อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ พบการตอบสนองความต้องการหรือรสนิยมของผู้บริโภค โดยมีจุดเน้นตัวผลิตภัณฑ์หรือสิ่งที่โดดเด่นของชุมชนประกอบด้วย *(๑) ความเป็นธรรมชาติที่มีความงดงาม* เนื่องจากมีภูเขา มีโขดหิน มีป่าไม้ มีแหล่งน้ำ *(๒) มีศาสนสถานที่งดงาม* เช่น ประตูโขงของวัด พญานาคซึ่งภายในลำตัวเป็นทางเดินขึ้นสู่วัด และมีศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เช่น มีรูปเหมือนของพระสุปฏิบัติและมีวัตถุมงคลให้นักท่องเที่ยวได้เช่าไว้บูชาด้วย จึงเป็นจุดขายสำคัญทำให้นักท่องเที่ยวมาที่แห่งนี้[๓๒]

ภาพที่ ๔.๑๔ การเน้นตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๔.๓.๒.๓ การจัดการทุนทางวัตถุดิบ เมื่อสัมภาษณ์ว่าผลิตภัณฑ์เป็นจุดขายที่ว่าทำขึ้นจากอะไรบ้าง ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์ สรุปได้ดังนี้

๑) บ้านหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบการจัดการทุนทางวัตถุดิบของชุมชนบ้านหนองบัว โดยมีการจัดการทางวัตถุดิบที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ๖ ด้าน ประกอบด้วย *(๑) ทุนมนุษย์* ได้แก่ คนในชุมชนหมู่บ้านช้าง มีความรู้ ความสามารถ ตลอดจนทักษะหรือความชำนาญ รวมถึงประสบการณ์เกี่ยวกับช้างในหลายมิติ และสามารถจะนำสิ่งเหล่านี้มารวมเข้าด้วยกันจนเกิดเป็นศักยภาพของชุมชน หรือเป็นทรัพยากรที่สำคัญและมีคุณค่า ซึ่งจะทำให้ชุมชนหมู่บ้านช้างมีความสามารถสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งขันซึ่งมีทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทเดียวกันนี้ *(๒) ทุนทางสังคม* ได้แก่ ชุมชนหมู่บ้านช้างมีความสัมพันธ์ทางสังคมหรือโครงสร้างทางสังคมที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และช่วยเหลือกันด้านวัฒนธรรมการเลี้ยงช้างจนทำให้เกิดการพัฒนาวิถีการเลี้ยงช้างได้อย่างดีท่ามกลางกระแสสังคมโลกที่เปลี่ยนไป *(๓) ทุนกายภาพ* ได้แก่ สินทรัพย์ที่ไม่ใช่

---

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

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

มนุษย์ของชุมชนหมู่บ้านช้าง เช่น ช้าง วัตถุดิบที่เกิดจากช้าง พืช สัตว์ และสิ่ง อื่น ๆ ที่ช่วยในกระบวนการผลิต ในชุมชนหมู่บ้านช้างที่สามารถเรียกเอาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ *(๔) ทุนทางธรรมชาติ* ได้แก่ สินทรัพย์ทางธรรมชาติในบริเวณชุมชนหมู่บ้านช้าง เช่น วังทะลุ ธรรมชาติริมสองฝั่งลำน้ำชี ซึ่งนำมาเป็นวัตถุดิบในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถเรียกเอาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้ *(๕) ทุนการเงิน* ได้แก่ เงินที่ชุมชนหมู่บ้านช้างจัดหามาผลิตสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน เช่น ได้รับสนับสนุนเงินจากงบประมาณแผ่นดินในโครงการคชอาณาจักร และศูนย์คชศึกษา ได้รับเงินงบประมาณสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์[๓๓] เป็นต้น และ *(๖) ทุนทางวัฒนธรรม* เช่น อาหาร การแต่งกาย ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภาษา อาชีพ ความเชื่อ ศิลปะพื้นถิ่น เป็นต้น วัตถุดิบที่เป็นทุนชุมชนและทุนทางวัฒนธรรมดังกล่าวมานี้เป็นวัตถุดิบที่นำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์จุดขายซึ่งมีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ของชุมชนท่องเที่ยวหมูบ้านช้าง เช่น ด้านศาสนสถาน ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ด้านอาหารพื้นบ้าน ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น[๓๔]

๒) บ้านตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ พบการจัดการทุนทางวัตถุดิบด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชนบ้านตะเคียน ประกอบด้วย *(๑) ทุนทางวัฒนธรรม* เช่น ประเพณีการไหว้ศาลปู่ตา การแต่งกายแบบชาวกูยด้วยผ้าไหมลายพื้นบ้านและเสื้อแขวแขนกระบอก สตรีมีสไบเฉียงบ่า บุรุษนุ่งผ้าโสร่ง ภาษาถิ่นใช้สื่อสารกันเป็นภาษากวยหรือกูย การละเล่นคือรำแกลมอหรือแกลออ เป็นต้น เหล่านี้คือวัตถุดิบที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ชุมชนบ้านดะเคียนได้ช่วยกันอนุรักษ์ สืบสาน สร้างเสริม พัฒนา ปฏิบัติ เผยแพร่ต่อ ๆ กันจากรุ่นสู่รุ่นเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน *(๒) ทุนทางความเชื่อ* กล่าวคือชุมชนบ้านตะเคียนมีความเชื่อและศรัทธาต่อพระพุทธรูปสร้างจากไม้ตะเคียนโบราณ ซึ่งเป็นไม้ตะเคียนได้มาจากญาติโยมอยู่ที่จังหวัดตากบริจาคท่อนไม้ตะเคียนที่ตายมานานแล้วหนึ่งท่อน จึงใส่รถขนมาที่วัดบ้านตะเคียนแล้วนำมาสร้างเป็นพระพุทธรูปไม้ตะเคียนโบราณ ซึ่งต่อมาก็เกิดเหตุการณ์ที่ทำให้เจ้าอาวาสรูปปัจจุบันคือพระครูอุปกัมวรคุณเกิดอาพาธ เป็นเวลานานรักษาไม่หาย จึงได้ทำพิธีเชิญเจ้าแม่ตะเคียนจากท่อนไม้ตะเคียนที่เหลือจากการสร้างพระพุทธรูปให้ออกมาสถิตอยู่กับพระพุทธรูปไม้ตะเคียนโบราณ จากนั้นเจ้าอาวาสก็หายจากอาการอาพาธ เหตุการณ์นี้เป็นที่ทราบกันทั่วไปของชุมชนเห็นว่าพระพุทธรูปไม้ตะเคียนโบราณเป็นศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคลที่มีความขลังและศักดิ์สิทธิ์ประจำวัดตะเคียน จึงให้ความเคารพศรัทธา นับถือกราบไว้บูชาเรื่อยมา เป็นต้น[๓๕]

๓) บ้านจรัสพัฒนา อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ พบการจัดการทุนทางวัตถุดิบ ประกอบด้วย *(๑) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดจากธรรมชาติ* วัตถุดิบที่นำมาใช้ในการจัดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวล้วนเป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วในธรรมชาติ เช่น ภูเขา โขดหิน ป่าไม้ น้ำตกไตรคีรี เป็น

---

[๓๓] ดร. สถาพร วิชัยรัมย์. อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. สัมภาษณ์, ๒๗ มิถุนายน ๒๕๖๒.

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

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

ต้น *(๒) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น* เช่น ประตูโขงของวัด พญานาคซึ่งภายในลำตัวเป็นทางเดินขึ้นสู่วัด รูปเคารพต่าง ๆ รูปเหมือนของพระสุปฏิบัติ และ วัตถุมงคล ซึ่งทางวัดจัดไว้บริการให้นักท่องเที่ยวได้เช่าไว้บูชา วัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต เช่น ปูน เหล็ก ทราย หิน เป็นต้น หาซื้อได้จากร้านขายวัสดก่อสร้างทั่วไป จุดขายสำคัญคือหลักคิดที่นำมาออกแบบให้เป็นอัตลักษณ์ของที่นี่ซึ่งมีความแตกต่างไปจากที่อื่น ๆ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาที่แห่งนี้ ประตูโขงของวัด พญานาคซึ่งภายในลำตัวเป็นทางเดินขึ้นสู่วัดมีความยาวถึง ๒๓๐ เป็นต้น[๓๖]

ภาพที่ ๔.๑๕ การจัดการทุนทางวัตถุดิบ บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา
(เรียงจากซ้ายไปขวา)

๔.๓.๒.๔ กระบวนการหรือวิธีการผลิต เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีกระบวนการหรือวิธีการทำอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

๑) บ้านหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบกระบวนการหรือวิธีการผลิต ได้แก่ *(๑) การนำช้างมาเป็นสัตว์เลี้ยงไว้ในครอบครัว (๒) การให้ความรักแก่ช้าง (๓) การให้อาหารแก่ช้าง (๔) การให้ความห่วงใยเอื้ออาทรแก่ช้าง* ราวกับว่าเป็นสมาชิกหนึ่งในครอบครัว สำหรับในครอบครัวหนึ่ง ๆ อาจมีช้างตั้งแต่หนึ่งหรือมากกว่าหนึ่งเชือก *(๕) การตกลูกออกของช้าง* การเลี้ยงช้างให้มีการตกลูกออกมาโดยธรรมชาตินี้เองคือกระบวนการหรือวิธีการผลิตช้างซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวของของหมู่บ้านช้างแห่งนี้

๒) บ้านตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ พบกระบวนการหรือวิธีการผลิต ประกอบด้วย *(๑) ด้านวัฒนธรรม* ชุมชนมิได้สร้างวัฒนธรรมหรือประเพณีเหล่านี้ขึ้นมาใหม่ เพียงแต่มีกระบวนหรือวิธีการเสริมสิ่งใหม่ ๆ บางอย่างเข้ามาในประเพณีวัฒนธรรมที่มีอยู่เหล่านั้นให้มีความโดดเด่น ร่วมสมัยมากขึ้น แต่ยังคงมีการสืบสาน อนุรักษ์ พัฒนา ปฏิบัติ เผยแพร่ สิ่งที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมซึ่งบรรพบุรุษได้รับสืบต่อกันเรื่อยมาจากรุ่นสู่รุ่น ให้คงอยู่มิให้สูญหายไปชุมชน *(๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล* พระพุทธรูปไม้ตะเคียนโบราณ มีกระบวนการหรือวิธีการผลิต คือ เมื่อได้ไม้ตะเคียนโบราณที่มีญาติโยมบริจาคมาแล้วก็นำมาไว้ที่วัด ต่อมาก็ได้ช่างที่มีความชำนาญมาแกะสลักไม้ตะเคียนส่วนหนึ่งให้เป็นพระพุทธรูปจากไม้ตะเคียนโบราณผ่าน

---

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

กระบวนการประกอบพิธีปลุกเสกและพิธีกรรมทางศาสนาอื่น ๆ ตามความเชื่อของชุมชน แล้วนำมาประดิษฐานไว้ที่วัดตะเคียนเพื่อเป็นศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคลให้พุทธศาสนิกชนในชุชนหรือจากที่อื่นเคารพนับถือกราบไว้บูชาเรื่อยมา เป็นต้น

๓) บ้านจรัสพัฒนา อำเภอบัวเชด จังหวัดสุรินทร์ พบกระบวนการหรือวิธีการผลิต คือ กระบวนการได้มาซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวคือวัดเขาศาลาอตุลฐานจาโร พระอาจารย์เยื้อน ขนฺติพโล (ปัจจุบัน คือ พระราชวิสุทธิมุนี) ในปี ๒๕๓๑ – ๒๕๓๒ ได้เข้ามาตั้งเป็นสำนักสงฆ์ในที่แห่งนี้ และในปีดังกล่าวก็ได้เสนอโครงการขอจัดตั้งพุทธอุทธยานเขาศาลาต่อกรมการศาสนา วันที่ ๕ พฤศจิกายน ๒๕๓๖ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรฯ สมัยนั้นได้ลงนามอนุมัติให้กรมการศาสนาเข้าทำประโยชน์ในเขตป่าที่คณะรัฐมนตรีมีมติให้รักษาไว้เป็นสมบัติของชาติ คือ ป่าห้วยสำราญ ท้องที่ตำบลจรัสและตำบลอาโพน อำเภอบัวเชด จังหวัดสุรินทร์ เนื้อที่ ๑๐,๘๖๕ ไร่ เพื่อจัดตั้งพุทธอุทธยานในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และปลูกเสริมป่า จากนั้นก็ได้มีพัฒนาการเรื่อยมาจนเป็นวัดเขาศาลาอตุลฐานจาโรในปัจจุบัน กระบวนการได้มาซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวคือวัดเขาศาลาอตุลฐานจาโร มีดังที่กล่าวมานี้

ภาพที่ ๔.๑๖ กระบวนการหรือวิธีการผลิต บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๔.๓.๒.๕ การบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีการบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนออย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

๑) บ้านหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบการบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ ได้แก่ *(๑) การนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ* เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ การทำเป็นภาพโปสเตอร์หรือหุ่นจำลองของช้างติดตั้งไว้ตามเส้นทาง สวนสาธารณะ โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐหรือเอกชน *(๒) การนำออกจัดแสดงตามงานเทศกาลต่าง ๆ* เหล่านี้ได้สร้างความสนใจให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก การนำเสนอเกี่ยวกับช้างผ่านสื่อต่าง ๆ ดังกล่าวจึงสามารถนำมาใช้แทนสิ่งที่เป็นบรรจุภัณฑ์ได้

๒) บ้านตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ พบการบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ ได้แก่ *(๑) จัดทำกล่องและหีบห่อที่มีตราสัญลักษณ์ของชุมชน* ซึ่งได้มาโดยการระดมความเห็น เป็นบรรจุภัณฑ์เกี่ยวกับ ผ้าไหมลายลูกแก้วย้อมสีธรรมชาติสีดำจากผลมะเกลือ เสื้อแขว หัวซิ่น ที่รองแก้วจากผ้าไหม กระเป๋าผ้าไหม ตีนซิ่นและแถบซิ่น ข้าวหอมมะลิอินทรีย์คุณภาพดี

ข้าวเหนียวแปรรูปเป็นข้าวฮาง สมุนไพรไล่ยุงตะไคร้หอม ผ้าไหมพื้นเมือง สร้อยว่านเปราะหอม เป็นต้น *(๒) การนำเสนอวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นผ่านสื่อต่าง ๆ* เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ตลอดทั้งนำออกจัดแสดงตามงานเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น เหล่านี้ได้สร้างความสนใจให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก การนำเสนอเกี่ยวกับช้างผ่านสื่อต่าง ๆ ดังกล่าวจึงสามารถนำมาใช้แทนสิ่งที่เป็นบรรจุภัณฑ์ได้

๓) บ้านจรัสพัฒนา อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ พบการบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ ได้แก่ การนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ หรือสื่อออนไลน์เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมที่มีป่าและภูเขาล้อมรอบ สมุนไพรหายาก สัตว์ป่านานาชนิด แหล่งกำเนิดต้นน้ำ ลำธาร พระสถูปเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ รอยพระพุทธบาทบนหิน รูปหล่อพระพุทธรูปปางต่าง ๆ มีรูปหล่อพระสุปฏิบัติที่มีชื่อเสียงหลายรูป มีพระพุทธบารมีสยามบุรีพิทักษ์ ซึ่งการนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ หรือสื่อออนไลน์[๓๗] เป็นต้น เหล่านี้ได้สร้างความสนใจให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก การนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ ดังกล่าวจึงสามารถนำมาใช้แทนสิ่งที่เป็นบรรจุภัณฑ์ได้

ภาพที่ ๔.๑๗ การบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ตั้งแต่มองเห็นครั้งแรก บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๔.๓.๒.๖ การให้บริการ เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีการบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืนอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ คือ

๑) บ้านหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบการให้บริการประกอบด้วย (๑) มีการบริหารช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคซื้อได้ง่าย (๒) การให้บริการให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อมีคำถาม (๓) มีช่องทางติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เช่น ทางยูทูบ ทางไลน์ ทางเฟสบุค หรือ อาจจะมีของฝากบ้างตามสมควรก็ได้ เหล่านี้เป็นช่องทางของการให้บริการกับนักท่องเที่ยวขณะขายและหลังการขายได้เป็นอย่างดี[๓๘]

---

[๓๗] สำนักงานจังหวัดสุรินทร์, **มหัศจรรย์เมืองสุรินทร์**, (สุรินทร์: โรงพิมพ์รุ่งธนเกียรติออฟเซ็ท, ๒๕๕๔), หน้า ๕๕.

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

๒) บ้านตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ พบการให้บริการ ประกอบด้วย (๑) มีการบริหารช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่ายโดยผ่านช่องทางของสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ๘๕ แอ่งเล็ก เช็คอิน (๒) จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยว กูยตะเคียน ชุมชนต้องเที่ยว ออกเผยแพร่ทางสื่อสิ่งพิมพ์แผ่นพับบ้านตะเคียน หรือสื่อออนไลน์ เช่น ทางยูทูบ ทางไลน์ ทางเฟสบุค[๓๙] (๓) นำทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ชุมไปออกร้านตามงานประเพณีต่าง ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและแวะมาเยี่ยมเยียน (๔) มีช่องทางติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้อีกโดยใช้การสื่อสารผ่าน ทางยูทูบ ทางไลน์ หรือทางเฟสบุค[๔๐] หรือโดยฝ่ายภรรยาซึ่งมีคู่สมรสที่เป็นชาวต่างชาติ โดยเฉพาะในชุมชนตำบลสำโรงทาบแห่งนี้มีเขยฝรั่งเป็นจำนวนมาก เมื่อมีเทศกาลงานประเพณีต่าง ๆ ก็จะเข้าร่วมกับชุมชนอยู่เสมอ เหล่านี้เป็นช่องทางของการให้บริการกับนักท่องเที่ยวขณะขายและหลังการขายที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าเป็นอย่างดี[๔๑]

๓) บ้านจรัสพัฒนา อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ พบการให้บริการได้แก่ การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าประทับใจ เช่น การจัดให้มีทางเข้าสู่วัดซึ่งมีประตูโขงของวัดที่ออกแบบงดงาม เข้ากับบริบทของแหล่งท่องเที่ยวที่มีภูเขา ป่าไม้ และธรรมชาติอีกมากมาย เมื่อเข้าสู่ภายในวัดก็เห็นรูปปั้นเศียรพญานาคขนาดใหญ่อ้าปากกว้างซึ่งที่ตรงนี้เองเป็นทางขึ้นไปสู่วัดเขาศาลาที่สร้างความตื่นตาตื่นใจให้กับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมากเนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องเดินผ่านเข้าไปในปากของพญานาคแล้วพบว่าภายในลำตัวของพญานาคได้สร้างอุโมงค์เป็นทางเดินระยะทางยาวไปตามลำตัวพญานาค ภายในอุโมงค์มีการประดับไฟให้แสงสว่างงดงามเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินขึ้นไปชมจุดท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีอยู่ในวัดเขาศาลาต่อไป การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ เหล่านี้นับว่าเป็นสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงบริการให้กับทรัพยากรท่องเที่ยว คือ ลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวจะได้รับบริการที่ดี ทำให้เกิดความประทับใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งสิ่งที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ เหล่านี้เป็นช่องทางของการให้บริการกับนักท่องเที่ยวขณะขายและหลังการขายที่สร้างความประทับใจให้ลูกค้าเป็นอย่างดี[๔๒]

---

[๓๙] สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์, **คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ๘๕ แอ่งเล็ก เช็คอิน**, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท ลีโอ แลนเซ็ท จำกัด, ม.ป.ป., หน้า ๑๙๒-๑๙๓.

[๔๐] บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์, **แผ่นพับแนะนำการท่องเที่ยว**, ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒.

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

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

ภาพที่ ๔.๑๘ การบริการ ให้ความรู้ จัดส่ง รับคืน บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๔.๓.๒.๗ การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีกระบวนการหรือวิธีการทำอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้

๑) บ้านหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบการสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การจัดทำแบรนด์ที่เกี่ยวกับช้างหรือผลผลิตที่เชื่อมโยงเกี่ยวกับความเป็นช้าง ควบคู่กับการสื่อสารแบรนด์เพื่อเสริมสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ๆ ยิ่งบวกกับแบรนด์ซึ่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกว้างขวางก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้เร็วขึ้น เช่น ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง และฟันช้าง ประเภทเครื่องประดับหางช้าง ประเภทเครื่องมือควาญช้าง ประเภทของชำร่วย และประเภทเครื่องนุ่งห่ม และอื่น ๆ นับเป็นแบรนด์ที่คนทั่วไปรู้จักมีคุณค่าที่ลูกค้าสัมผัสได้ทันที เป็นต้น[๔๓]

๒) บ้านตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ พบการสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การจัดทำข้อมูลเกี่ยวโปรแกรมการท่องเที่ยว กูยตะเคียน ชุมชนต้องเที่ยวขึ้นมาโดยเฉพาะ ซึ่งโปรแกมการท่องเที่ยวดังกล่าวได้มีความเชื่อโยงกับแบรนด์ที่เกี่ยวกับด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เช่น เริ่มที่ตลาดสายใยชุมชนวิถีคนกูย พิธีเส้นไหว้ศาลปู่ตา (หลวงอุดม) ดูเจเดีย์ไม้โบราณ ไหว้พระไม้ตะเคียนทองผ่องโชค ชมพิพิธภัณฑ์ศูนย์เรียนรู้ วิถีกูย ไม้กลายเป็นหิน ชมฐานบั้งไฟไม้โบราณ เที่ยวชมจุดเรียนรู้ ๘ จุด ชมการรำแกลมอ (หมอรำกูย) บายศรีสู่ขวัญ ผูกข้อต่อแขน และร่วมทำบุญตักบาตรยามเช้า เป็นต้น[๔๔]

---

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

[๔๔] บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์, **แผ่นพับแนะนำการท่องเที่ยว**, ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒.

๓) บ้านจรัสพัฒนา อำเภอบัวเชด จังหวัดสุรินทร์ พบการสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (๑) ความเป็นธรรมชาติที่สวยงาม ตลอดทั้งมีศาสนสถานและศาสนวัตถุที่มีคุณค่าในทางจิตใจ (๒) การเขียนเล่าเรื่องเกี่ยวกับวนอุทยานเขาศาลา ผานางคอย และน้ำตกไตรคีรี[๔๕]

ภาพที่ ๔.๑๙ การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ บ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

๔.๓.๒.๘ การเข้าถึงผู้บริโภค เมื่อสัมภาษณ์ว่ามีกระบวนการหือวิธีการทำอย่างไร ข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์ สรุปได้ดังนี้

๑) บ้านหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบวิธีการเข้าถึงผู้บริโภค ประกอบด้วย (๑) การนำเสนอผ่านช่องทางงานบุญประเพณีต่าง ๆ เช่น ประเพณีงานแต่งงานและจดทะเบียนสมรสบนหลังช้าง ประเพณีแห่นาคช้าง ประเพณีแห่เทียนพรรษาและตักบาตรพระบนหลังช้าง ประเพณีงานช้างจังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น (๒) การนำเสนอผ่านช่องทางการออกร้านในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ เช่น งานช้างแฟร์จังหวัดสุรินทร์ งานเกษตรอินทรีข้าวหอมมะลิจังหวัดสุรินทร์ งานเทศกาลปลาไหลและงานกาชาดอำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ (๓) การนำเสนอผ่านช่องทางพิพิธภัณฑ์ ศูนย์การเรียนรู้ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสุรินทร์ ศูนย์คชศึกษา คชอาณาจักร ศาลลาเอราวัณ สุสานช้าง ในชุมชนหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ (๔) นำเสนอผ่านช่องทางสื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ เช่น คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ “เส้นทางวิถีสายคนกับช้าง”[๔๖] แผ่นพับบ้านตาทิตย์ (๕) นำเสนอผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ โทรทัศน์ และสื่อวิทยุ เช่น สื่อโทรทัศน์ ช่อง MCOT ในรายการพบค่ำ สื่อสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุรินทร์ สื่อสถานีวิทยุกรจายเสียง อสมท. FM ๑๐๐.๕ รายการก้าวทันข่าว (๖) นำเสนอผ่านหน่วยงานของรัฐ เช่น สำนักงานพัฒนา

---

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

[๔๖] สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์, **คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ๘๕ แอ่งเล็กเช็คอิน**, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท ลีโอ แลนเซ็ท จำกัด, ม.ป.ป., หน้า ๓๒-๔๑.

ชุมชนจังหวัดสุรินทร์ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์ สำนักงานเลขานุการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น[๔๗]

๒) บ้านตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ พบวิธีการเข้าถึงผู้บริโภค ประกอบด้วย (๑) การนำเสนอโดยใช้สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ เช่น คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ “เส้นทางวิถีสายชาติพันธุ์ เขมร ลาว กูย”[๔๘] แผ่นพับแนะนำการท่องเที่ยว (๒) การนำเสนอผ่านช่องทางการออกร้านในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ เช่น งานช้างแฟร์จังหวัดสุรินทร์ (๓) นำเสนอผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ เช่น ทางยูทูบ ทางไลน์ ทางเฟสบุค (๔) นำเสนอผ่านหน่วยงานของรัฐ เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์ สำนักงานเลขานุการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น[๔๙]

๓) บ้านจรัสพัฒนา อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ พบวิธีการเข้าถึงผู้บริโภค ประกอบด้วย (๑) การนำเสนอทางสื่อต่าง ๆ ทั้งที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นตามรอยอารยธรรมไผทสมันเมืองสุรินทร์[๕๐] มหัศจรรย์เมืองสุรินทร์ คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ “เส้นทางวิถีสายคนกับช้าง”[๕๑] (๒) นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุรินทร์ และสื่อออนไลน์ เช่น ยูทูปในรายการคนค้นคน เฟสบุค และ ไลน์ เป็นต้น ซึ่งเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้เข้าถึงผู้บริโภคหรือลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว[๕๒] เป็นต้น

ภาพที่ ๔.๒๐ การเข้าถึงผู้บริโภคบ้านหนองบัว บ้านตะเคียน และวัดเขาศาลา (เรียงจากซ้ายไปขวา)

---

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

[๔๘] สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์, **คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ๘๕ แอ่งเล็กเช็คอิน**, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท ลีโอ แลนเซ็ท จำกัด, ม.ป.ป., หน้า ๓๒-๔๑.

[๔๙] บ้านตะเคียน หมู่ ๙ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์, **แผ่นพับแนะนำการท่องเที่ยว**, ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒.

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

[๕๑] สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์, **คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ๘๕ แอ่งเล็กเช็คอิน**, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท ลีโอ แลนเซ็ท จำกัด, ม.ป.ป.), หน้า ๓๒-๔๑.

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

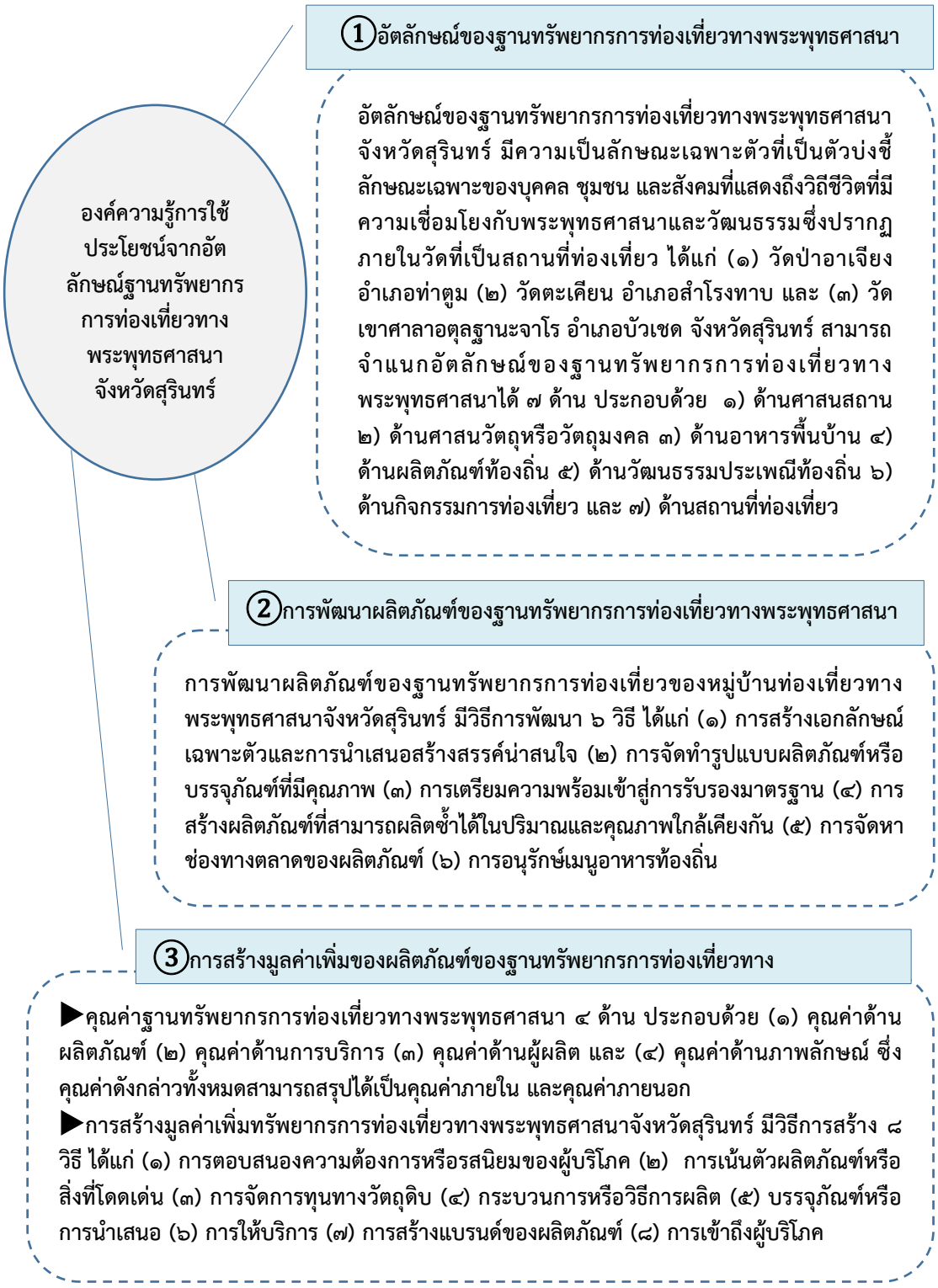
๔.๔ สรุปองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัย

จากการวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ คณะผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัย ดังนี้

๔.๔.๑) อัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ มีความเป็นลักษณะเฉพาะของวิถีชีวิตชุมชนที่เชื่อมโยงพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ อัตลักษณ์ดังกล่าวจำแนกได้ ๗ ด้าน ประกอบด้วย (๑) ด้านศาสนสถาน เช่น สุสานช้าง เจดีย์ไม้โบราณ ศาลปะกำ และศาลาเอราวัณวัดป่าอาเจียง (๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เช่น ตะขอช้าง มีดควาญช้าง รูปเหมือนหลวงปู่ดุลย์ (๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน เช่น ซันลอว์เจ๊กจ์หรือแกงกล้วย ละแวร์กะตามหรือแกงมะละกอใส่ปูนา (๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น กำไลฟันช้าง ตะขอช้าง เสื้อแซว หัวชิ่น ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ลูกประคบ (๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ได้แก่ วัฒนธรรมการเลี้ยงช้าง ประเพณีรำมะม๊วดหรือรำแม่มด (๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการแสดงช้าง การรำแกลมอ (๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้างคชอาณาจักร สุสานช้าง วังทะลุ ไม้ตะเคียนโบราณ ฐานเรียนรู้เกษตรยุคใหม่ตามศาสตร์พระราชา

๔.๔.๒) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ สามารถจัดแนวทางการพัฒนาได้ ๖ ประเด็น ได้แก่ (๑) การสร้างความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและการนำเสนอสร้างสรรค์น่าสนใจ (๒) การจัดทำรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (๓) การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน (๔) การสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน (๕) การจัดหาช่องทางตลาดของผลิตภัณฑ์ (๖) การอนุรักษ์เมนูอาหารท้องถิ่น

๔.๔.๓) การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ 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 ดังได้แสดงเป็นแผนภูมิองค์ความรู้ ดังนี้



แผนภูมิที่ ๔.๑ สรุปองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัย

บทที่ ๕

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ และเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ วิธีดำเนินการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการลงพื้นที่ภาคสนาม เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลประกอบด้วย แบบบันทึกเอกสารในการสืบค้นข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบบันทึกการสังเกต แบบสัมภาษณ์ และแบบบันทึกการสัมภาษณ์จากการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อบันทึกข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในภาคสนาม โดยสามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามลำดับดังต่อไปนี้

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

เพื่อให้เกิดความเข้าใจง่ายในข้อค้นพบที่ได้รับจากการทำวิจัยคณะผู้วิจัยได้ใช้วิธีสรุปผลการวิจัยโดยเรียงตามลำดับของวัตถุประสงค์การวิจัย คือ อัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ และการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ดังต่อไปนี้

๕.๑.๑ อัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

อัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัวที่เป็นตัวบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของบุคคล ชุมชน และสังคมที่แสดงถึงวิถีชีวิตที่มีความเชื่อมโยงกับพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ซึ่งถูกพัฒนาขึ้นโดยอาศัยการสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในจังหวัดสุรินทร์ โดยอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ที่ปรากฏภายในวัดที่เป็นกลุ่มตัวอย่างการวิจัย กล่าวคือ (๑) วัดป่าอาเจียง อำเภอท่าตูม (๒) วัดตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ และ (๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร อำเภอบัวเชด จังหวัดสุรินทร์ สามารถจำแนกอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาได้ ๗ ด้าน ประกอบด้วย ๑) ด้านศาสนสถาน ๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน ๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ ๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

๕.๑.๑.๑ ด้านศาสนสถาน ได้แก่ สิ่งปลูกสร้างสำคัญที่ปรากฏภายในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นศาสนสถาน ประกอบด้วย ๑) วัดป่าอาเจียง มีศาสนสถานที่สำคัญๆ ได้แก่ (๑) สุสานช้าง ซึ่งได้รวบรวมเอากระดูกช้างที่ล้มตายลงจากสถานที่ต่าง ๆ มาฝังรวมกันไว้ในสุสานแห่งนี้เพื่อเป็นการยกย่องและเชิดชูเกียรติช้างไทย นับว่าเป็นสุสานที่รวมเอากระดูกช้างมารวมกันไว้ในที่แห่งเดียวใหญ่ที่สุดในโลก ลักษณะการสร้างสุสานช้างแต่ละหลุมเป็นการออกแบบให้คล้ายกับหมวกนักรบทหารโบราณ ที่ปลายยอดของหมวกแหลมเป็นรูปดอกบัว แต่ละหลุมที่อยู่ภายในสุสานช้างได้บรรจุกระดูกของช้างไว้ภายในแล้วโปกปูนซีเมนต์ปิดครอบไว้ พร้อมเขียนระบุชื่อของช้างตัวที่ล้มตายไว้ในแต่ละหลุมด้วย โดยวางเป็นแถวเรียงรายดูเป็นระเบียบสวยงาม (๒) ศาลาเอราวัณวัดป่าอาเจียง เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญเคียงคู่กับสุสานช้างวัดป่าอาเจียงโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้เรื่องราวของช้างที่มีอยู่ในหลักคำสอนของพระพุทธศาสนาและเรื่องราวของช้างในจังหวัดสุรินทร์ด้วย (๓) ศาลปะกำ เป็นเสมือนเทวลัยซึ่งเป็นที่สิงสถิตวิญญาณบรรพบุรุษและผีปะกำ ตามความเชื่อของชาวกูยนิยมปลูกสร้างไว้ในชุมชน คุ้มบ้าน หรือบ้านของทายาทฝ่ายบิดา มีลักษณะเป็นเรือนไม้คล้ายหอสูง มีเสาสี่ต้น หันหน้าไปทางทิศเหนือ ณ ตำแหน่งที่เงาบ้านไม่ตกทับตัวศาลและเงาศาลไม่ตกทบตัวบ้าน ชาวกวยเลี้ยงช้างเชื่อว่าหากจะทำกิจการอันใดต้องทำพิธีเส้นไหว้บอกกล่าวและขอพรผีปะกำเพื่อความเป็นสิริมงคล และเสี่ยงทายผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมนั้นๆ (๔) รูปปูนปั้นต่าง ๆ เช่น ช้างเอราวัณสามเศียรและท้าวกำพร้ากอดควายตู้ที่ล้มตายอยู่หน้าช้างสามเศียรนั้น ช้างมอบมีพระมอเฒ่าอยู่ในลักษณะนอนคว่ำหมดแรงอยู่บนคอช้าง รอยเท้าช้าง คนกำลังไล่ควายเทียมไถและคราดพระพุทธรูป (๕) ศาลานิทัศการทางศิลปวัฒนธรรมของวิถีอาเจียง มีข้อสังเกตเกี่ยวกับวัดป่าอาเจียงว่าโครงสร้างทางกายภาพของวัดป่าอาเจียง เป็นวัดที่แฝงอยู่ในป่าชุมชนล้อมรอบด้วยหมู่บ้านคนเลี้ยงช้าง มีความคิดริเริ่มบริหารจัดการวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรมวิถีชีวิตคนเลี้ยงช้าง บูรณาการทั้งสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทางพุทธศาสนา ความเชื่อของชุมชนชาวอาเจียง ป่าธรรมชาติเข้าด้วยกัน โดยมีจุดมุ่งหมายที่เน้นอัตลักษณ์ของกลุ่มคนเลี้ยงช้างเป็นหลัก ๒) วัดตะเคียน มีศาสนสถานที่สำคัญๆ ได้แก่ (๑) ประตูโขง ภายในวัดตรงประตูทางเข้ามีการสร้างประตูโขงสวยงาม มองผ่านประตูโขงเข้าไปภายในวัดก็เห็นอุโบสถที่มีความสวยงาม (๒) พระพุทธรูป พระองค์ใหญ่ประดิษฐานอยู่ภายในบริเวณวัดและประดิษฐานอยู่กลางแจ้งให้คนในชุมชนสักการะบูชา ๘) พิพิธภัณฑ์ชาวกูย เป็นสะถานที่จัดแสดงสิ่งของเครื่องใช้ เครื่องแต่งกายของชาวกูย (๓) เจดีย์ไม้โบราณ มีอายุมากกว่า ๒๐๐ ปี ตัวเจดีย์มีลักษณะเหมือนต้นเสาที่ทำรั้วล้อมลวดหนาม ตรงตัวของเสาเจดีย์ไม้มีการเจาะเป็นโพรงเล็ก ๆ สมัยโบราณเมื่อมีบรรพบุรุษในชุมชนแห่งนี้เสียชีวิตลง เมื่อได้ทำฌาปนกิจหรือทำบุญอุทิศให้ผู้ตายเรียบร้อยแล้วญาติผู้ตายก็จะนำเอาอัฐิของผู้ตายมาบรรจุเก็บไว้ในโพรงเล็ก ๆ ในเสาของเจดีย์ไม้แห่งนี้ (๔) ศาลปู่ตา “หลวงอุดม” ซึ่งเปรียบเสมือนศาลหลักบ้านประจำหมู่บ้าน เป็นที่เคารพสักการะนับถือของชาวบ้าน ตามความเชื่อที่มีมาแต่โบราณเป็นต้น (๕) พระสิวลีทำจากไม้กลายเป็นหิน มีข้อสังเกตเกี่ยวกับวัดตะเคียนว่าวัดตะเคียนเป็นวัดตั้งอยู่ท่ามกลางหมู่บ้าน มีการบริหารจัดการวัดที่สะท้อนอัตลักษณ์วิถีชุมชนชาวกูยที่โดดเด่น เน้นการอนุรักษ์ระเบียบแบบแผนคติความเชื่อดั้งเดิมของชุมชนเข้ากับวัฒนธรรมพุทธศาสนาได้อย่างกลมกลืน ๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร มีศาสนสถานที่สำคัญๆ ได้แก่ (๑) ซุ้มประตูทางเข้าจาโร ออกแบบสร้างเป็นทางเข้าและออกสองเส้นทางตรงกลางมีป้ายชื่อว่าวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร มีเสาขนาดใหญ่ของประตูทางเข้าสามเสา ด้านบนของประตูทำเป็นคาน

ขนาดใหญ่มีพระพุทธรูปปางสมาธิองค์ใหญ่ตรงกลาง มีพยานาคขนาดใหญ่สองตัวพันรอบคานแผ่แม่เบี้ยขนาดใหญ่อยู่ซ้ายและทางขวาของพระพุทธรูป ประตูทางเข้าถูกออกแบบดูสวยงามคล้ายเป็นสิ่งศักดิ์ให้นักท่องเที่ยวได้ชมก่อนจะเข้าไปภายในวัด ช่องทางเดินภายในตัวพญานาค เป็นช่องทางให้นักท่องเที่ยวที่ชอบความตื่นเต้นเดินเข้าไปภายในตัวพญานาคขาดใหญ่ภายในตัวพญานาคมีไฟประดับสวยงามให้แสงสว่างมองเห็นทางเดินตลอดเส้นทาง เมื่อเข้าไปสุดทางเดินในตัวพญานาคแล้วเดินทางต่อไปก็จะพบสิ่งปลูกสร้างอื่นภายในวัดตามเส้นทางดังนี้ กุฏิเจ้าอาวาส เจดีย์ และอุโบสถอยู่ทางซ้ายมือของทางเดินขึ้นวัด (๒) รอยพระพุทธบาทจำลอง อยู่ทางขวามือของทางเดินขึ้นวัด (๓) หน้าผาพระหรือผาลานนาคปรก ตรงนี้ถือเป็นจุดตำแหน่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวชอบขึ้นมาเพราะที่นี้มีพระพุทธรูปและเทวรูป ตลอดทั้งรูปเคารพต่าง ๆ ที่สร้างไว้ให้นักท่องเที่ยวได้กราบไหว้ขอพรจำนวนมาก มีสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้ชมวิวทิวทัศน์และภูเขาที่สวยงาม (๔) เจดีย์น้ำซับซึ่งสร้างไว้ในป่าลึกภายในขุนเขาศาลา มีข้อสังเกตเกี่ยวกับวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ว่าเป็นที่สังเกตว่าโครงสร้างทางกายภาพของวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร เป็นวัดป่าบนภูเขา มีทัศนียภาพที่สวยงาม มีความพยายามที่จะบริหารจัดการวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่บูรณาการทั้งสิ่งศักดิ์ทางศาสนาและป่าธรรมชาติเข้าด้วยกัน ตลอดถึงจัดโครงสร้างทางกายภาพวัดให้มีความเป็นรัมนียสถานเหมาะแก่การบำเพ็ญภาวนาอีกด้วย

๕.๑.๑.๒ ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นวัตถุมีความเชื่อมโยงกับความเชื่อทางศาสนาซึ่งมีผลต่อด้านจิตใจ ประกอบด้วย ๑) วัดป่าอาเจียง มีวัตถุมงคลที่สำคัญๆ ได้แก่ (๑) ประเภทงาช้าง กระดูกช้าง และฟันช้าง นำมาแกะสลักและออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ด้วยความประณีต ละเอียดอ่อนช้อย เช่น การแกะสลักพระพุทธรูป แหวน กำไล สร้อยคอ เป็นต้น (๒) วัตถุมงคลประเภทหางช้าง เป็นเครื่องรางของขลังที่นำหางของช้างมาเป็นส่วนประกอบ นิยมนำมาทำเครื่องประดับ เช่น แหวน และกำไล เป็นต้น (๓) วัตถุมงคลประเภทเครื่องมือควาญช้าง เช่น ตะขอช้าง เป็นตะขอที่ควาญช้างใช้บังคับช้างโดยด้ามทำจากไม้หรือเถาวัลย์ขนาดใหญ่ที่หายาก มีดควาญช้าง มีปลายแหลม มีด้ามมีดและฝักมีด มีการลงอักขระ และปลุกเสกให้มีความศักดิ์สิทธิ์ (๔) วัตถุมงคลประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก เช่น ของระลึกตะขอช้าง ของระลึกพวงกุญแจตะขอช้าง ของที่ระลึกตุ๊กตาช้าง พระพุทธรูปแกะจากกระดูกสัตว์ มีดควาญช้าง ๒) วัดตะเคียน มีวัตถุมงคลที่สำคัญๆ ได้แก่ (๑) วัตถุมงคลประเภทสร้างติดไว้กับศาสนสถาน เช่น พระพุทธรูปสร้างจากไม้ตะเคียนโบราณซุ้มประตูทางเข้าวัด ด้านบนของซุ้มประตูมีพระพุทธรูปปางสมาธิองค์ใหญ่ตรงกลาง (๒) วัตถุมงคลประเภทมิได้สร้างติดไว้กับศาสนสถาน เช่น พระผงหลวงพ่อตะเคียนทอง รุ่น ๑ เป็นพระผงที่ทำขึ้นมาเพื่อให้เป็นวัตถุมงคลของวัดตะเคียน ให้นักท่องเที่ยวได้เช่าหรือเป็นของฝากหรือของที่ระลึก พร้อมด้วยสายประคำสีดำสวยงาม ๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร มีวัตถุมงคลที่สำคัญๆ ได้แก่ รูปเหมือนพระสงฆ์สุปฏิบัติ มีหลวงปู่ดุลย์ อตุโล วัตถุมงคลวางไว้ในตู้กระจกให้นักท่องเที่ยวได้เช่าบูชาพระพุทธรูปประจำวันเกิดมีไว้บริการให้นักท่องเที่ยวตักบาตรพระประจำวันเกิด

๕.๑.๑.๓ ด้านอาหารพื้นบ้าน มีอาหารที่เป็นเอกลักษณ์พื้นบ้านที่สำคัญ ได้แก่ แกงไก่ใส่หยวกกล้วย ปลายอนทอดกรอบ ส้มตำ น้ำพริกปลาพื้นถิ่น จิ้มผักสดที่หาได้ตามท้องถิ่น ซันลอว์เจ๊กจ์ หรือแกงกล้วย เป็นแกงชนิดหนึ่งที่มีลักษณะคล้ายแกงเผ็ดประกอบไปด้วยกล้วยดิบที่หั่นเป็นชิ้นพอดีคำและไก่บ้าน ตามด้วยเครื่องปรุงรสต่าง ๆ ได้แก่ ตะไคร้ ใบมะกรูด ข่า เกลือ กะปิพริกแห้ง หอม

กระเทียม กะทิ ขมิ้น ปลาร้า กระชาย และน้ำปลา นิยมทำในช่วงงานพิธี ตำไก่ใส่ใบมะม่วง ยำดักแด้ น้ำพริกมะดัน แกงมะละกอใส่ปูนา (ละแวร์กะตาม) แกงปูใส่เผือก ต้มยำไก่บ้าน น้ำพริกปลาร้า แกงขี้เหล็ก ห่อหมกหน่อไม้สด หรืออาหารป่าตามฤดูกาล กล้วยฉาบ ข้าวต้มมัด ขนมครก ขนมดอกบัว ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน

๕.๑.๑.๔ ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ได้แก่ สินค้าประจำท้องถิ่นหลากหลายประเภท ประกอบด้วย ๑) วัดป่าอาเจียง มีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่สำคัญๆ ได้แก่ (๑) ประเภทเครื่องประดับ เช่น กำไลฟันช้าง กำไลหางช้าง แหวนช้าง แหวนกระดูกฟันช้าง สร้อยกระดูกสัตว์ ตุ๊กตาชาวกูย เข็มกลัดติดหน้าอก ที่มัดผมจากผ้าไหม สร้อยว่านเปราะหอม (๒) ประเภทของของที่ระลึก เช่น ตะขอช้าง พวงกุญแจตะขอช้าง พวงกุญแจหางช้าง พวงกุญแจผ้าไหม มีควาญช้าง ภาพช้าง ตุ๊กตาช้าง กระดูกแกะสลัก กรอบรูปตะขอช้าง (๓) ประเภทเครื่องนุ่งห่ม เช่น เสื้อยืดสกรีนเกี่ยวกับรูปช้าง ผ้าแพรอัตลักษณ์หมู่บ้านช้าง ผ้าคลุมไหล่ย้อมสีธรรมชาติ ผ้าไหมพื้นเมือง ผ้าฝ้ายทอมือ หมอนอัตลักษณ์หมู่บ้านช้าง ผ้าพันคอไหมย้อมขี้ช้าง ๒) วัดตะเคียนมีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่สำคัญๆ ได้แก่ (๑) ผ้าไหมลายลูกแก้วย้อมสีธรรมชาติจากผลมะเกลือ เสื้อแซว หัวซิ่น ตีนซิ่นและแถบซิ่น ที่รองแก้วจากผ้าไหม กระเป๋าผ้าไหม กระเป๋าไหมพรหมถัก (๒) ประเภทอาหารและยาสมุนไพร เช่น ข้าวหอมมะลิอินทรีย์คุณภาพดี ข้าวเหนียวแปรรูปเป็นข้าวฮางมีคุณสมบัติ คือ หอม นุ่ม อร่อย รสชาติไม่เหมือนที่อื่น ๆ ผักปลอดสารพิษวิถีของคนกูย กล้วยฉาบ ปลาแดดเดียว ๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร มีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่สำคัญๆ ได้แก่ สมุนไพรไล่ยุงตะไคร้หอม สบู่หอมสมุนไพร ลูกประคบซึ่งเกิดจากภูมิปัญญาของคนในชุมชนที่ใช้สมุนไพรที่มีในท้องถิ่นมาใช้ในการรักษาเพื่อช่วยให้การไหลเวียนของโลหิต ยาหม่อง

๕.๑.๑.๕ ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ได้แก่ วิถีชีวิตและแนวปฏิบัติของกลุ่มชนที่สืบต่อกันมา ประกอบด้วย ๑) วัดป่าอาเจียง มีวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญๆ ได้แก่ (๑) วัฒนธรรมการเลี้ยงช้าง ชาวกูยถือว่าช้างเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว ซึ่งเป็นวิถีชีวิต ความเชื่อประเพณีที่สืบต่อกันมาตั้งแต่สมัยโบราณของชาวส่วยหรือชาวกูยจนกลายมาเป็นหมู่บ้านช้างเลี้ยงขนาดใหญ่ที่สุดในโลก (๒) ประเพณีเซ่นผีปะกำ จัดขึ้นเมื่อมีพิธีแต่งงาน หรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่คนในครอบครัวจัดให้มีขึ้นด้วยมีความเชื่อว่าการได้เซ่นผีปะกำถูกต้องตามประเพณีจะทำให้ชีวิตมีแต่ความสงบสุข (๓) ประเพณีแห่นาคบนหลังช้าง จัดขึ้นในช่วงวันขึ้น ๑๓-๑๕ ค่ำ เดือน ๖ ของทุกปี เป็นประเพณีสำคัญของทุกคนในหมู่บ้าน เป็นพิธีอุปสมบทหมู่ที่งดงามอย่างมีอัตลักษณ์ (๔) ประเพณีแกลมอ แม่มอหรือแม่ออ พิธีกรรมนี้เป็นการฟ้อนรำประกอบดนตรีซึ่งทำขึ้นใน ๓ โอกาส คือ เพื่อรักษาอาการเจ็บป่วยและเรียกขวัญคนป่วย เพื่อเข้าทรงเสี่ยงทายปลอบขวัญให้คลายทุกข์ และเพื่อบูชาครูก่อให้เกิดความสนุกสนาน โดยนิยมเล่นในช่วงเดือนยี่และเดือนสาม (มกราคมและกุมภาพันธ์) วิธีเล่นผู้เล่นจะนั่งเป็นวงล้อมบายศรีทำจากต้นกล้วย ๔ ต้น สูงประมาณ ๑๕๐ เซนติเมตร ซึ่งอาจมี ๕ ชั้น ๗ ชั้น หรือ ๙ ชั้น มีเครื่องบูชาครู ซึ่งประกอบด้วย ขนม ข้าวต้มมัด ผ้าซิ่น ผ้าสไบ กระจก หวี แป้ง กรวยใบตองกรวยห้าหรือแปดกรวย ธูป เทียน ไข่ไก่ เหล้า และเงิน ๒๔ บาท เมื่อวิญญาณเข้าร่างทรงก็จะฟ้อนรำ เมื่อเล่นพอสมควรแล้วก็จะถึงตอนวิญญาณออกโดยแสดงอาการประนมมือ ตัวสั่น ชูมือทั้งสองข้างสลัดไปมา เมื่อวิญญาณออกแล้วร่างทรงก็กลับเข้าสู่อาการปกติ ๒) วัดตะเคียน มีวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญๆ ได้แก่ (๑) การแต่งกายด้วยผ้าซิ่นไหมลายพื้นบ้าน เสื้อแซวแขนกระบอก

แบบชาวกูย สไบ และ โสร่ง (๒) ประเพณีการบายศรีสู่ขวัญ ผูกข้อมือในการสู่ขวัญ ผูกข้อมือคู่บ่าวสาว ในประเพณีแต่งงาน ผูกข้อมือนาคในประเพณีบวชนาค ๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร มีวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญๆ ได้แก่ (๑) ประเพณีรำมะม๊วด หรือรำแม่มด ที่จัดทำขึ้นเพื่อการรักษาอาการเจ็บป่วยหรือปัดเป่าสิ่งชั่วร้ายออกไป โดยมีผู้ประกอบพิธีกรรมเรียกว่า “แม่มะม๊วดหรือครูมะม๊วด” เป็นร่างทรงมีหน้าที่ในการทำนายสาเหตุและรักษาอาการเจ็บป่วย (๒) บุญประเพณีตามฤดูกาลและเทศกาลต่าง ๆ

๕.๑.๑.๖ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อมุ่งพักผ่อนหย่อนใจสนุกสนานหรือเพื่อวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ประกอบด้วย ๑) วัดป่าอาเจียงมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ประกอบด้วย (๑) กิจกรรมการแสดงช้าง เป็นการแสดงของช้างที่ถูกฝึกมา อย่างดีโดยควาญช้างภายในศูนย์คชศึกษา เพื่อแสดงโชว์แก่ นักท่องเที่ยว เช่น โชว์เตะฟุตบอล โชว์วาดภาพ (๒) กิจกรรมการนั่งช้างท่องเที่ยว เป็นการนั่งบนหลังช้างเพื่อชมวิถีชีวิต ระหว่างคนกับช้างในชุมชน ชมวิวทิวทัศน์บริเวณแม่น้ำมูล และ แม่น้ำชี ไหลมาบรรจบกัน ซึ่งเรียกว่า วังทะลุ พร้อมกับการอุ้มช้างอาบน้ำ (๓) กิจกรรมฝึกหัดควาญช้าง เป็นการให้นักท่องเที่ยว ฝึกใช้คำสั่งต่าง ๆ ในการควบคุมพฤติกรรมของช้าง โดยจะมีควาญ ช้างเป็นผู้ควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิด (๔) กิจกรรมปั่นจักรยานชมวิวหมู่บ้านช้าง บ้านตากลางเป็น หมู่บ้านที่มีความน่าสนใจในเรื่องของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ นักท่องเที่ยวสามารถปั่น จักรยานเพื่อชมทัศนียภาพภายในบริเวณ หมู่บ้านและชมวิถีความเป็นอยู่ระหว่างคนกับช้าง (๕) กิจกรรมชมช้างอาบน้ำที่วังทะลุ เป็นบริเวณที่แม่น้ำสองสายไหลมาบรรจบกันคือลำน้ำชีกับแม่น้ำมูล ในเขตพื้นที่ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ เป็นบริเวณที่ควาญช้างนำช้างไปเล่นน้ำเพื่อให้ช้างคลายร้อนให้นักท่องเที่ยวได้ชม ๒) วัดตะเคียน มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ประกอบด้วย (๑) ชมตลาดสายใยชุมชนวิถีคนกูย (๒) พิธีเส้นไหว้ศาลปู่ตา (หลวงอุดม) (๓) ดูเจดีย์ไม้โบราณ อายุกว่า ๒๐๐ ปี (๔) ไหว้พระไม้ตะเคียนทองผ่องโชค ไหว้พระองค์ใหญ่เพื่อเป็นสิริมงคล (๕) ชมพิพิธภัณฑ์ศูนย์เรียนรู้ วิถีกูย ไม้กลายเป็นหิน (๖) ชมฐานบั้งไฟไม้โบราณ (จุดบั้งไฟ ๑ บั้ง) ๑๒) ชมฟาร์มจระเข้ (๗) เที่ยวชมจุดเรียนรู้ ๘ จุด ได้แก่ จุดเรียนรู้เลี้ยงน้อง (เลี้ยงไหม)/คนย่ำโคลน (ดำนา) จุดเรียนรู้การทอผ้าไหม จุดเรียนรู้การแซวผ้า ผ้าเปลี่ยนสีตามวิถีกูย (ย้อมมะเกลือ) เกษตรยุคใหม่ตามศาสตร์พระราชา ขนมไทย (ขนมเทียนใบตดหมา ขนมขี้หมู ขนมแป๊ะกลิ้ ลอดช่องใบเตย) จุดเรียนรู้การทำบายศรี, ร้อยมาลัย, งานใบตอง (๘) ชมการรำแกลมอ (หมอรำกูย) บายศรีสู่ขวัญ ผูกข้อต่อแขน (๙) ทำบุญตักบาตรยามเช้า รับอากาศดี ๆ ที่ตลาดชุมชน (๑๐) กิจกรรมพิเศษ นั่งซาเล้ง ชมพูมิทัศน์อากาศสดชื่นและเล่นตีโป่งในน้ำ ๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ประกอบด้วย (๑) กิจกรรมเที่ยวชมอ่างเก็บน้ำบ้านจรัส (๒) เก็บดอกบัวหลวง (๓) เที่ยวชมน้ำตกไตรคีรี (๔) ไหว้พระที่วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร (๕) ปั่นจักรยานชมธรรมชาติรอบหมู่บ้าน (๖) กิจกรรมชมศูนย์การเรียนรู้การทำกล้วยฉาบ เครื่องจักสานไม้ไผ่ และการถักกระเป๋าไหมพรหม

๕.๑.๑.๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่ที่ถูกจัดขึ้นทั้งโดยมนุษย์หรือโดยธรรมชาติที่มีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งแก่นักท่องเที่ยว ๑) วัดป่าอาเจียงมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ประกอบด้วย (๑) ศูนย์คชศึกษา เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ระหว่างคนกับช้างที่มีความผูกพันกันตั้งแต่เกิดจนตาย เป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนมีเพียงแห่งเดียวในโลก (๒) พิพิธภัณฑ์ช้าง เป็นสถานที่แสดงเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับช้าง อาทิ วิวัฒนาการของช้างในยุคต่าง ๆ

เครื่องมือในการคล้องช้าง (๓) คชอาณาจักร เป็นโครงการภายใต้องค์การสวน สัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์มีวัตถุประสงค์เพื่อนำช้างคืนถิ่น ซึ่งจัดสร้างขึ้นภายในวัดป่าอาเจียง (๔) สุสานช้าง เป็นสถานที่เก็บรวบรวมกระดูกหรือ ประวัติของช้างแต่ละเชือก ตลอดทั้งข้อมูลของช้าง เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้สืบค้นข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นคนกับช้างที่มีเพียงหนึ่งเดียวประจำจังหวัดสุรินทร์ และประเทศไทย และแห่งเดียวในโลก (๕) วังทะลุ เป็นบริเวณที่แม่น้ำชีและแม่น้ำมูลไหลมา บรรจบกันที่บ้านตากลาง ตำบลกระโพ ก่อนไหลลงสู่แม่นำโขง ที่จังหวัดอุบลราชธานี เป็นที่อาบน้ำของช้างในหมู่บ้าน มีทัศนียภาพ ที่งดงามซึ่งหาชมได้ยาก ๒) วัดตะเคียน มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ประกอบด้วย (๑) ไม้ตะเคียนโบราณและพระองค์ใหญ่ประดิษฐานอยู่กลางแจ้งให้คนในชุมชนสักการบูชา (๒) ฐานการเรียนรู้ที่หลากหลาย เช่น ฐานเรียนรู้เปลี่ยนผ้าสีวิถีกูย ฐานเรียนรู้การเลี้ยงน้อง (เลี้ยงไหม) ฐานเรียนรู้การทำอาหารพื้นถิ่น ฐานเรียนรู้บั้งไฟโบราณ ฐานเรียนรู้การแซวผ้าไหม (การปักผ้า) ฐานเรียนรู้พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านชาวกูย ฐานเรียนรู้เจดีย์ไม้โบราณและเซ่นปู่ตา ซึ่งเจดีย์ไม้โบราณมีอายุกว่า ๒๐๐ ปี สมัยโบราณมีบรรพบุรุษเสียชีวิตก็จะนำเอาอัฐิมาบรรจุไว้ในเจดีย์ไม้แห่งนี้ ฐานเรียนรู้การรำแกลมอหรือแกลออ ฐานการเรียนรู้การทำบายศรีสู่ขวัญจากใบตอง ๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ประกอบด้วย (๑) อ่างเก็บน้ำบ้านจรัส เก็บดอกบัวหลวง (๒) น้ำตกไตรคีรี วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร (๓) ซุ้มประตูทางเข้าวัดมีพระพุทธรูปปางสมาธิองค์ใหญ่ตรงกลางซึ่งมีพยานาคใหญ่สองตัวพันรอบคานแผ่แม่เบี้ยอยู่ทางซ้ายและขวาของพระพุทธรูป มีพญานาคขนาดใหญ่ ตรงปากของพญานาคทำเป็นช่องทางให้นักท่องเที่ยวที่ชอบความตื่นเต้นเดินเข้าไปภายในตัวพญานาค ซึ่งมีไฟประดับสวยงามให้แสงสว่างมองเห็นทางเดินตลอดเส้นทาง (๔) เจดีย์รอยพระพุทธบาทจำลอง พระพุทธรูปนาคปรก และพระพุทธรูปขนาดใหญ่อื่น ๆ อีกหลายองค์ (๕) รูปปั้นต่าง ๆ เช่น รูปปั้นเจ้าแม่กวนอิมขนาดใหญ่ รูปเหมือนพระสงฆ์สุปฏิบัติ มีหลวงปู่ดุลย์ อตุโล เป็นต้น (๖) เจดีย์น้ำซับ (๗) ฐานเรียนรู้เกษตรยุคใหม่ตามศาสตร์พระราชา และฐานเรียนรู้การทำขนมไทย กล้วยฉาบ ขนมเทียนใบตดหมา ขนมขี้หนู ขนมแป๊ะกลี๊ ลอดช่อง ฐานการเรียนรู้เครื่องจักสานไม้ไผ่ และการถักกระเป๋าไหมพรหม

๕.๑.๒ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างการวิจัย กล่าวคือ (๑) วัดป่าอาเจียง อำเภอท่าตูม (๒) วัดตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ และ (๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร อำเภอบัวเชด จังหวัดสุรินทร์ สรุปผลการวิจัยเป็น ๖ ประเด็น ได้แก่ ๑) การสร้างหรือนำเสนอเอกลักษณ์เฉพาะตัว ๒) การจัดทำรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ๓) การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ๔) การสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ๕) การจัดหาช่องทางตลาดของผลิตภัณฑ์ ๖) การอนุรักษ์เมนูอาหารท้องถิ่น ดังต่อไปนี้

๕.๑.๒.๑ การสร้างหรือนำเสนอเอกลักษณ์เฉพาะตัว ได้แก่ ๑) วัดป่าอาเจียง มีการพัฒนาเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว ประกอบด้วย (๑) ภาษากูยและวิถีชีวิตของชุมชนชากูย มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว คือ ชุมชนชาวกูยจะมีการแบ่งออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ กูยนา (กลุ่มมีวิถีชีวิตอยู่กับนา) และ กูยอาเจียง (กลุ่มมีวิถีชีวิตอยู่กับช้าง) สำหรับชุมชนกูยนาจะมีศูนย์กลางกระจายอยู่อาณา

บริเวณอำเภอศีขรภูมิและอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ส่วนสำหรับกูยอาเจียงจะมีศูนย์กลางกระจายอยู่ในหมู่บ้านต่าง ๆ ของ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ดังนั้นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนแห่งนี้จึงเป็นภาษากูยและวิถีชีวิตของชุมชนชากูย (๒) ศูนย์คชศึกษา เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ระหว่างคนกับช้างที่มีความผูกพันกันตั้งแต่เกิดจนตาย 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 ๒) วัดตะเคียน มีการนำเสนอสร้างสรรค์น่าสนใจ ประกอบด้วย (๑) การนำเสนอเรื่องราวที่สร้างสรรค์และน่าสนใจโดยมีการนำเสนอไว้ในบรรจุภัณฑ์ของชุมชน คือ มีการนำเสนอคำขวัญชุมชนไว้ว่า “*ผลิตภัณฑ์เลื่องชื่อ ฝีมือชาวกูย*” (๒) การนำเสนอประวัติชาวกูยตำบลสำโรงทาบไว้ว่า 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 ๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร มีการนำเสนอสร้างสรรค์น่าสนใจ ประกอบด้วย (๑) การนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับอ่างเก็บน้ำบ้านจรัส ดอกบัวหลวง น้ำตกไตรคีรี ซุ้มประตูทางเข้าวัดมีพระพุทธรูปปางสมาธิองค์ใหญ่ตรงกลาง มีงูขนาดใหญ่สองตัวพันรอบคานแผ่แม่เบี้ยอยู่ทางซ้ายและขวาของพระพุทธรูป มีพญานาคขนาดใหญ่ ตรงปากของพญานาคทำเป็นช่องทางให้นักท่องเที่ยวที่ชอบความตื่นเต้นเดินเข้าไปภายในตัวพญานาค ซึ่งมีไฟประดับสวยงามให้แสงสว่างมองเห็นทางเดินตลอดเส้นทาง (๒) การนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับเจดีย์ รอยพระพุทธบาทจำลอง พระพุทธรูปนาคปรก และพระพุทธรูปขนาดใหญ่อื่น ๆ อีกหลายองค์ รูปปั้นเจ้าแม่กวนอิมขนาดใหญ่ เจดีย์น้ำซับ รูปเหมือนพระสงฆ์สุปฏิบัติ มีหลวงปู่ดุลย์ อตุโล เป็นต้น (๓) การจัดเก็บวัตถุมงคล วางไว้ในตู้กระจกให้นักท่องเที่ยวได้เช่าบูชาพระพุทธรูปประจำวันเกิดมีไว้บริการให้นักท่องเที่ยวตักบาตรพระประจำวันเกิด (๔) การนำเสนอธรรมชาติรอบหมู่บ้าน ศูนย์การเรียนรู้การทำกล้วยฉาบ กลุ่มเครื่องจักสานไม้ไผ่ และการถักกระเป๋าไหมพรหม

๕.๑.๒.๒ การจัดทำรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ได้แก่ ๑) วัดป่าอาเจียง มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ประกอบด้วย (๑) การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเรื่องราวของ “ช้าง” โดยใช้ช่องทางผ่านสื่อต่าง ๆ จึงทำให้คนทั่วไปเข้าใจและสนใจผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น เครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง เครื่องประดับหางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ของชำร่วย เครื่องนุ่งห่ม เช่น เสื้อยืด ผ้าแพร หมอน ของใช้อื่น ๆ เป็นต้น การประชาสัมพันธ์ “วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล” ซึ่งเป็นวัฒนธรรมกวยหรือกูยที่มีคุณภาพอยู่ในตัวเองทำให้เป็นที่รู้จักเป็นที่ต้องการในหมู่นักท่องเที่ยว (๒) การสร้างรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายรูปแบบซึ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่นการทำกรอบรูปตะขอช้างไม้แก่นขาม และชุดเครื่องประดับจากกระดูกสัตว์ซึ่งมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว (๓) การออกร้านในการนำเสนอสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนทำให้ลูกค้ามองเห็นได้ชัดเจน ลูกค้าสามารถเดินชมและเลือกซื้อได้สะดวก ผลิตภัณฑ์ของชุมชนหมู่บ้านช้างสามารถเป็นของฝากของที่ระลึกได้ เป็นต้น ๒) วัดตะเคียน มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ประกอบด้วย (๑) การจัดตั้งร้านค้าหรือศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน เช่น ผ้าไหมลายลูกแก้วย้อมสีธรรมชาติสีดำจากผลมะเกลือ เสื้อแขว หัวชิ่น ที่รองแก้วจากผ้าไหม กระเป๋าผ้าไหม ตีนชิ่นและแถบชิ่น ข้าวหอมมะลิอินทรีย์คุณภาพดี ข้าวเหนียวแปรรูปเป็นข้าวฮาง ผักปลอดสารพิษวิถีของคนกูย สมุนไพรไล่ยุงตะไคร้หอม ผ้าคลุมไหล่ย้อมสีธรรมชาติและผ้าไหมพื้นเมือง สร้อยว่านเปราะหอม ตุ๊กตาชาวกูย เข็มกลัดติดหน้าอก และที่มัดผมจากผ้าไหม (๒) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพและสวยงาม เช่น กล่องบรรจุภัณฑ์ที่ชื่อว่า *“คองกูย ผลิตภัณฑ์เลื่องชื่อ ฝีมือชาวกูย หรือ KONGKUIW สำโรงทาบ เมืองราบลุ่ม ชุ่มชื้นฝืนนากว้างใหญ่ ภาคภูมิใจผ้าไหมย้อมมะเกลืองดงามเหลือรำแกลมอ”* เป็นกล่องบรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบสวยงามพัฒนาขึ้นจากแนวคิดและการออกแบบของคนในชุมชนเอง ๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ประกอบด้วย กล่องบรรจุภัณฑ์เกี่ยวกับกระเป๋าไหมพรหมถัก สบู่หอมสมุนไพร ลูกประคบ ยาหม่อง พวงกุญแจ ผ้าไหม ผ้าฝ้ายทอมือ ข้าวหอมมะลิซ้อมมือ และอาหารแปรรูป เช่น กล้วยฉาบ ปลาแดดเดียว เป็นต้น

๕.๑.๒.๓ การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ได้แก่ ๑) วัดป่าอาเจียง มีการพัฒนาความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ประกอบด้วย (๑) ความพร้อมของ “ช้างหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดจากช้าง” เช่น ชื่อของหมู่บ้านช้าง สุสานช้าง คชอาณาจักร และศูนย์คชศึกษา เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวตั้งแต่ระดับชาติ นานาชาติ จนถึงระดับโลก (๒) ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ได้รับรางวัลในระดับต่าง ๆ เช่น กรอบรูปตะขอช้างไม้แก่นขาม ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ระดับสี่ดาว ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ชุดเครื่องประดับจากกระดูกสัตว์ ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ระดับสามดาว และได้รับใบประประกาศนียบัตรประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. ๒๕๖๒ เป็นต้น ๒) วัดตะเคียน มีการพัฒนาความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ประกอบด้วย (๑) “วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล” ของกลุ่มชาติพันธุ์เขมร กูย และลาว มีความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐานในระดับจังหวัด เนื่องจากจังหวัดสุรินทร์ มีชาติพันธุ์อยู่รวมกันสามกลุ่ม คือ เขมร กูย และลาว แต่ละกลุ่มได้มีวัฒนธรรมเป็นของตนเอง สำหรับวัฒนธรรมกูยที่มีความโดดเด่นในกลุ่มกูยนา

เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปในจังหวัดสุรินทร์ก็คือด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นตะเคียนนี้เองซึ่งสามารถมีความพร้อมนำเข้าสู่การรับรองมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวในระดับจังหวัดได้ (๒) ผลิตภัณฑ์ของชุมชนประเภทอื่น ๆ ของบ้านตะเคียนที่ความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐานได้มีอยู่อย่างน้อยจำนวน ๕ ชนิด คือ เสื้อแซว ผ้าสิ้นมัดหมี่ ตีนสิ้น ผ้าหางกระรอก กระเป๋า เป็นต้น โดยชุมชนได้พยายามพัฒนาชิ้นงานที่ได้กล่าวมานี้เพื่อให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ประเภท ผ้า เครื่องแต่งกาย และประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย เป็นต้น ๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร มีการพัฒนาความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน กล่าวคือ “วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร” มีความพร้อมสามารถเข้าสู่การรับรองมาตรฐานให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมในระดับจังหวัดหรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในระดับจังหวัดได้ เนื่องจากเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปเนื่องจากมีธรรมชาติ ศาสนสถาน และศาสนวัตถุที่ที่มีความสวยงาม

๕.๑.๒.๔ การสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ได้แก่ ๑) วัดป่าอาเจียง มีผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นผลผลิตที่เกิดจากช้างบางอย่างสามารถนำมาผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกันได้ ประกอบด้วย (๑) ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับหางช้าง เป็นเครื่องรางของขลังที่นำหางของช้างมาเป็นส่วนประกอบ นิยมนำมาทำเครื่องประดับ เช่น แหวน และกำไล เป็นต้น (๒) ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องมือควาญช้าง เช่น ตะขอช้าง เป็นตะขอที่ควาญช้างใช้บังคับช้าง โดย ด้ามทำจากเถาวัลย์ขนาดใหญ่ที่หายาก มีดควาญช้าง มีปลายแหลม มีด้ามมีและฝักมีด มีการลงอักขระ และปลุกเสกให้มีความศักดิ์สิทธิ์ (๓) ผลิตภัณฑ์ประเภทของชำร่วย ของประดับตกแต่งรถและบ้าน เช่น ของระลึกตะขอช้าง ของระลึกพวงกุญแจตะขอช้าง ของที่ระลึกตุ๊กตาช้าง พระพุทธรูปแกะจากกระดูกสัตว์ มีควาญช้าง เป็นต้น ส่วนผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง และฟันช้าง แม้จะนำมาแกะสลักและออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ด้วยความประณีตละเอียดอ่อนช้อย เช่น การแกะสลักพระพุทธรูป แหวน กำไล สร้อยคอ เป็นต้น ไม่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณเท่าเดิมได้เนื่องปัจจุบันมีกฎหมายว่าด้วยการค้าระหว่างประเทศซึ่งมีข้อห้ามเกี่ยวกับการค้าชนิดสัตว์ป่าและพืชป่าที่ใกล้สูญพันธ์ (CITES) ซึ่งการค้างาช้างก็ได้จัดอยู่ในกฎหมายนี้ด้วย จึงทำให้เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบประเภทงาช้างและหายากขึ้นเรื่อย ๆ ในปัจจุบัน ๒) วัดตะเคียน มีผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นผลผลิตที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกันได้ ประกอบด้วย (๑) ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องนุ่งห่ม เช่น เสื้อยืด ผ้าแพร หมอน ผ้าไหมลายลูกแก้วย้อมสีธรรมชาติสีดำจากผลมะเกลือ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของคนโบราณที่ทรงคุณค่ามาก เสื้อแซว หัวซิ่น และของใช้อื่น ๆ เป็นต้น (๒) ผลิตภัณฑ์ประเภทศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคลประเภทพระเครื่อง (๓) ผลิตภัณฑ์ในแง่วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นผลิตซ้ำไม่ได้ แต่สามารถเสริมสิ่งใหม่เข้ามาเป็นการผสมผสานระหว่างของใหม่และของเก่าซึ่งมีมาแต่เดิมเพื่อให้เกิดความดึงดูดความสนใจกับผู้คนสมัยปัจจุบันได้ ๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร มีผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นผลผลิตที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกันได้ คือ วัตถุมงคลรูปเหมือนหลวงปู่ดุลย์ อตุโล

๕.๑.๒.๕ การจัดหาช่องทางตลาดของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ๑) วัดป่าอาเจียง ๒) วัดตะเคียน และ ๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร มีการพัฒนาช่องทางตลาดของผลิตภัณฑ์ ในรูปแบบที่คล้ายกัน ประกอบด้วย (๑) การนำเสนอโดยใช้สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ในคู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัต

วิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ เส้นทางวิถีสายคนกับช้าง (๒) การนำเสนอโดยใช้สื่อแผ่นพับ บ้านหนองบัว รวมทั้งมีการนำเสนอในสื่อออนไลน์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ (๓) การออกร้าน (๔) การจัดนิทัศการในงานสำคัญต่าง ๆ เช่น งานแสดงช้างประจำปีของจังหวัดสุรินทร์ งานเทศกาลของดีอำเภอปราสาท และงานกาชาติอำเภอปราสาท งานเทศกาลปลาไหลข้าวใหม่หอมมะลิ และงานกาชาติอำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น (๕) การจัดตั้งสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น มีการนำสินค้าจำนวนมากหลายรายการออกมาแสดงและจัดจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว (๖) การส่งเสริม สนับสนุน ให้ความรู้เข้าใจในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับช่องทางการตลาดอย่างเต็มที่และต่อเนื่องจากหน่วยงานของรัฐหรือแหล่งทุนที่มาจากภายนอกชุมชน (๗) การนำเสนอในสื่อวิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ เช่น ยูทูป เฟซบุค ไลน์ เป็นต้น

๕.๑.๒.๖ การอนุรักษ์เมนูอาหารท้องถิ่น ได้แก่ ๑) วัดป่าอาเจียง มีการพัฒนาเมนูอาหารท้องถิ่น กล่าวคือ การรักษามาตรฐานทั้งในด้านรสชาติและสุขอนามัยของชุมชนชาวกวยเกี่ยวกับอาหารที่มีความเป็นอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น คือ แกงไก่ใส่หยวกกล้วย ปลายอนทอดกรอบพริกป่นหรือน้ำพริก 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 ประเภทที่เป็นของหวาน ได้แก่ขนมเทียนไส้มะพร้าวอ่อน วัตถุดิบที่นำมาใช้ปรุงเป็นเมนูอาหารเหล่านี้เป็นสิ่งที่หาได้และผลิตขึ้นภายในชุมชนเอง ๒) วัดตะเคียน มีการพัฒนาเมนูอาหารท้องถิ่น กล่าวคือ การรักษามาตรฐานทั้งในด้านรสชาติและสุขอนามัยของชุมชนบ้านตะเคียนเกี่ยวกับอาหารพื้นบ้านที่สำคัญ ได้แก่ ตำไก่ใส่ใบมะม่วง ยำดักแด้ น้ำพริกมะดัน แกงมะละกอใส่ปูนา (ละแวร์กะตาม) แกงปูใส่เผือก ใส่ผักกะแยงหรือผักอีออม ห่อหมกปลาใส่ใบมะขามอ่อน ประเภทของหวานได้แก่ ขนมเปียกปูนใบเตย ขนมเทียนทำจากรากเถาตดหมา วัตถุดิบที่นำมาปรุงเป็นเมนูอาหารเป็นสิ่งที่หาได้และผลิตขึ้นภายในชุมชนเอง ๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร มีการพัฒนาเมนูอาหารท้องถิ่น กล่าวคือ การรักษามาตรฐานทั้งในด้านรสชาติและสุขอนามัยของชุมชนบ้านจรัสพัฒนา เกี่ยวกับอาหารพื้นบ้านที่สำคัญ ได้แก่ ต้มยำไก่บ้าน น้ำพริกปลาร้า แกงขี้เหล็ก ห่อหมกหน่อไม้สด หรืออาหารป่าตามฤดูกาล กล้วยฉาบ ข้าวต้มมัด ขนมครก ขนมดอกบัว วัตถุดิบที่นำมาปรุงเป็นเมนูอาหารเป็นสิ่งที่หาได้และผลิตขึ้นภายในชุมชนเอง

๕.๑.๓ การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

การสร้างมูลค่าเพิ่มฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ที่ได้จากแบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัย ได้ทำการวิเคราะห์ใน ๒ ประเด็นหลัก ได้แก่ (๑) ประเด็นคุณค่าฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา และ (๒) ประเด็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ เหตุผลที่แยกวิเคราะห์ประเด็นคุณค่าของผลิตภัณฑ์ก่อนก็เพราะว่าการที่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชนิดใด ๆ จะมีมูลค่าเพิ่มมากน้อยเพียงใดย่อมขึ้นอยู่กับคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชนิดนั้น ๆ เป็นองค์ประกอบสำคัญ ดังมีรายละเอียดการวิเคราะห์ ตามลำดับต่อไปนี้

๕.๑.๓.๑ คุณค่าฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ๔ ด้าน ได้แก่ (๑) คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (๒) คุณค่าด้านการบริการ (๓) คุณค่าด้านผู้ผลิต และ (๔) คุณค่าด้านภาพลักษณ์ ซึ่งคุณค่าดังกล่าวทั้งหมดสามารถสรุปได้เป็นคุณค่าภายใน และคุณค่าภายนอก โดยมีข้อสรุปดังต่อไปนี้

๑) คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ สรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า ๒ ประการ ได้แก่ (๑) การนำไปใช้ประโยชน์ทางด้านจิตใจ และ (๒) การนำไปใช้ประโยชน์ทางปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต ดังนี้

๑.๑) การนำไปใช้ประโยชน์ทางด้านจิตใจ นักท่องเที่ยวได้ความสุขและความเพลิดเพลินในการเยี่ยมชมศาสนสถานอันเป็นที่พึ่งทางใจ เช่น ความสวยงามของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ได้สักการะพระพุทธรูปไม้ตะเคียน เจดีย์ไม้โบราณ ศาลปู่ตา รอยพระพุทธบาทจำลอง วัตถุมงคลหลวงปู่ดุล วัตถุมงคลที่ทำจากงาช้าง กระดูกช้าง ฟันช้าง และหางช้าง เป็นต้นได้รับความรู้และความเป็นมาเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ เช่น ศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร สุสานช้าง ศาลาเอราวัณ พิพิธภัณฑ์ชาวกูย วังทะลุ เป็นต้น การเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เช่น วัฒนธรรมการแต่งกายของชาวกูย วัฒนธรรมภาษากูย ประเพณีการเลี้ยงช้างวิถีช้าง ประเพณีการไหว้ศาลปู่ตา พิธีกรรมผีปะกำ พิธีกรรมแกลมอ เป็นต้น

๑.๒) การนำไปใช้ประโยชน์ทางปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต นักท่องเที่ยวที่ซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากแหล่งท่องเที่ยวแล้ว สามารถนำผลิตภัณฑ์เหล่านั้นไปใช้ในฐานะเป็นคุณค่าส่วนหนึ่งของปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตได้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเครื่องนุ่งห่ม ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอาหารและยา ผลิตภัณฑ์ที่เป็นของที่ระลึกหรือของชำร่วย

๒) คุณค่าด้านการบริการ สรุปได้ว่า คุณค่าด้านการบริการมี ๓ ประการ ได้แก่ (๑) การตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (๒) การติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และ (๓) ความสามารถในการให้บริการนักท่องเที่ยว ดังนี้

๒.๑) การตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยวได้คำนึงถึงความต้องการหรือรสนิยมของนักท่องเที่ยวที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น จึงได้นำเสนอและจัดให้มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการหรือรสนิยมของนักท่องเที่ยว เช่น การมีช้างจำนวนมากในหมู่บ้านช้าง จัดให้มีอาหารพื้นบ้าน จัดให้มีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น มีวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น มีกิจกรรมการท่องเที่ยว มีสถานที่ท่องเที่ยว มีศาสนสถาน มีศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล การนำเสนอความเป็นธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ เช่น ภูเขา โขดหิน ป่าไม้ และแหล่งน้ำ เป็นต้น การนำเสนอศาสนสถานที่มีความสวยงาม เช่น ประตูโขงของวัดพญานาค จัดให้มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เช่น ตีนซิ่น ผ้าไหมลายลูกแก้ว เสื้อแซว ผ้าซิ่นระวี กระเป๋าผ้าไหมตีนซิ่นและแถบซิ่น ที่รองแก้วทำจากผ้าไหม

๒.๒) การติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยวจัดให้มีการติดต่อสื่อสารที่หลากหลายช่องทางกับนักท่องเที่ยวทั้งก่อนและหลังการท่องเที่ยว เช่น ทางยูทูป ทางไลน์ ทางเฟสบุค ทางโทรศัพท์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือโดยฝ่ายภรรยาซึ่งมีคู่สมรสที่เป็นชาวต่างชาติ

๒.๓) ความสามารถในการให้บริการนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยว จัดให้มีการบริหารช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคซื้อได้ง่าย การจัดทำโปรแกรม

การท่องเที่ยวกูยตะเคียนชุมชนต้องเที่ยว การนำทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ชุมไปออกร้านตามงานประเพณีต่าง ๆ ทำให้เกิดความสะดวกในการเข้าถึงสินค้าผลิตภัณฑ์ของนักท่องเที่ยว

๓) คุณค่าด้านผู้ผลิต คุณค่าด้านนี้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเองเป็นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว และมีผลส่งต่อคุณค่าดังกล่าวให้แก่นักท่องเที่ยว กล่าวคือ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้ทำการผลิตสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาด้วยความเอาใจใส่ในกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพ โดยอาศัยความรู้ความสามารถ ความชำนาญเฉพาะด้านในการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ที่ทำจากงาช้าง ฟันช้าง และหางช้าง เป็นต้น การผลิตอาหารท้องถิ่น เช่น ซันลอว์เจ็กจ์หรือแกงกล้วย แกงมะละกอใส่ปูนา (ละแวร์กะตาม) แกงปูใส่เผือก แกงไก่ใส่หยวกกล้วย เป็นต้น และความรู้ความสามารถความชำนาญในด้านวิถีการเลี้ยงช้าง การเป็นควาญช้าง ซึ่งได้มีการถ่ายทอดให้แก่ครอบครัวหรือเครือญาติจากรุ่นสู่รุ่น

๔) คุณค่าด้านภาพลักษณ์ เป็นคุณค่าด้านความรู้สึกที่ดี ความประทับใจและความชอบใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในการได้รับการบริการอย่างดีและการจับจ่ายใช้สอย เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และได้รับการบริการด้วยความจริงใจ ก็จะเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวและต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ทำให้สถานที่และผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ เช่น ศูนย์คชศึกษาหมู่บ้านแสดงช้าง พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร สุสานช้าง ศาลาเอราวัณ พิพิธภัณฑ์ชาวกูย วังทะลุ ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากงาช้าง ผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มของชาวกูย และอาหารพื้นบ้าน เป็นต้น

๕.๑.๓.๒ การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ มีผลสรุปแนวทางการสร้าง ๘ แนวทาง ประกอบด้วย (๑) การตอบสนองความต้องการหรือรสนิยมของผู้บริโภค (๒) การเน้นตัวผลิตภัณฑ์หรือสิ่งที่โดดเด่น (๓) การจัดการทุนทางวัตถุดิบ (๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต (๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ (๖) การให้บริการ (๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ (๘) การเข้าถึงผู้บริโภค ดังต่อไปนี้

๑) การตอบสนองความต้องการหรือรสนิยมของผู้บริโภค ได้แก่ (๑) วัดป่าอาเจียง มีการตอบสนองรสนิยมหรือความต้องการของผู้บริโภค กล่าวคือ ความยึดโยงผลิตภัณฑ์เข้ากับความเป็นอัตลักษณ์ของวิถีชุมชนที่เกี่ยวข้องกับความเป็นช้างซึ่งเป็นรสนิยมและความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การมีช้างจำนวนมากในหมู่บ้านช้าง การมีอาหารพื้นบ้าน การมีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การมีวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น การมีกิจกรรมการท่องเที่ยว การมีสถานที่ท่องเที่ยว การมีศาสนสถาน การมีศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล เพราะที่นี่คือชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง (๒) วัดตะเคียน มีการตอบสนองรสนิยมหรือความต้องการของผู้บริโภค กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ตัวที่เป็นตัวรสนิยมและความต้องการของนักท่องเที่ยว คือ ตีนซิ่น ผ้าไหมลายลูกแก้ว เสื้อแขว ผ้าซิ่นระวี และกระเป๋าผ้าไหม เนื่องจากมีราคาไม่สูงมากนักและมีความละเอียดลออประณีตเป็นอย่างมาก (๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร มีการตอบสนองรสนิยมหรือความต้องการของผู้บริโภค กล่าวคือ แหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ มีภูเขา มีโขดหิน มีป่าไม้ มีแหล่งน้ำ มีศาสนสถานซึ่งมีความสวยงามที่เป็นตัวรสนิยมและความต้องการของนักท่องเที่ยว

๒) การเน้นตัวผลิตภัณฑ์หรือสิ่งที่โดดเด่น ได้แก่ (๑) วัดป่าอาเจียง มีการเน้นตัวผลิตภัณฑ์หรือสิ่งที่โดดเด่น กล่าวคือ (๑.๑) ผลิตภัณฑ์จากงาช้าง (๑.๒) ผลิตภัณฑ์จากกระดูกช้าง และ (๑.๓) ผลิตภัณฑ์จากฟันช้าง ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับ “ความเป็นช้าง” ที่เป็นจุดขายของวัดป่าอาเจียง เพราะช้างคืออัตลักษณ์สำคัญเป็นปัจจัยขับเคลื่อนให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม ส่วนทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นตัวอื่นๆ ล้วนเป็นผลผลิตที่เกิดจากช้างและเป็นจุดขายรองลงมา เช่น ศูนย์คชศึกษา พิพิธภัณฑ์ช้าง คชอาณาจักร (๒) วัดตะเคียน มีการเน้นตัวผลิตภัณฑ์หรือสิ่งที่โดดเด่น กล่าวคือ การมี “วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล” ที่เป็นลักษณะเฉพาะของบ้านตะเคียนเป็นจุดขายโดดเด่น ได้แก่ (๒.๑) การแต่งกายด้วยผ้าไหมลายพื้นบ้านเสื้อแขวแขนกระบอกแบบชาวกูย (๒.๒) พระพุทธรูปสร้างจากไม้ตะเคียนโบราณ (๒.๓) การละเล่นรำแกลมอหรือแกลออ (๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร มีการเน้นตัวผลิตภัณฑ์หรือสิ่งที่โดดเด่น กล่าวคือ การมี “ความเป็นธรรมชาติที่มีความงดงาม” ภายในบริเวณรอบวัดเขาศาลาอตุลฐานจาโร เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นตัวที่เป็นจุดขายให้กับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ เช่น ภูเขา ป่าไม้ แหล่งน้ำ และวัตถุมงคลรูปเหมือนหลวงปู่ดุลย์อตุโล

๓) การจัดการทุนทางวัตถุดิบ ได้แก่ (๑) วัดป่าอาเจียง มีการจัดการทุนทางวัตถุดิบ กล่าวคือ (๑.๑) ทุนมนุษย์ หมายถึง คนในชุมชนหมู่บ้านช้าง มีความรู้ ความสามารถตลอดจนทักษะหรือความชำนาญ รวมถึงประสบการณ์เกี่ยวกับช้างในหลายมิติ และสามารถจะนำสิ่งเหล่านี้มารวมเข้าด้วยกันจนเกิดเป็นศักยภาพของชุมชน หรือเป็นทรัพยากรที่สำคัญและมีคุณค่าทำให้ชุมชนหมู่บ้านช้างมีความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (๑.๒) ทุนทางสังคม หมายถึง ชุมชนหมู่บ้านช้างมีความสัมพันธ์ทางสังคมหรือโครงสร้างทางสังคมที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และช่วยเหลือกันด้านวัฒนธรรมการเลี้ยงช้างจนทำให้เกิดการพัฒนาวิถีการเลี้ยงช้างได้อย่างดีท่ามกลางกระแสสังคมโลกที่เปลี่ยนไป (๑.๓) ทุนกายภาพ หมายถึง สินทรัพย์ของชุมชนหมู่บ้านช้าง เช่น ช้าง วัตถุดิบที่เกิดจากช้าง พืช สัตว์ และสิ่ง อื่น ๆ ที่ช่วยในกระบวนการผลิต ในชุมชนหมู่บ้านช้างที่สามารถเรียกเอาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้ (๑.๔) ทุนทางธรรมชาติ หมายถึง สินทรัพย์ทางธรรมชาติในบริเวณชุมชนหมู่บ้านช้าง เช่น วังทะลุ ธรรมชาติริมสองฝั่งลำน้ำชี ซึ่งนำมาเป็นวัตถุดิบในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถเรียกเอาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้ (๑.๕) ทุนการเงิน หมายถึง เงินที่ชุมชนหมู่บ้านช้างจัดหามาผลิตสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน เช่น ได้รับสนับสนุนเงินจากงบประมาณแผ่นดินในโครงการคชอาณาจักร และศูนย์คชศึกษา ได้รับเงินงบประมาณสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ (๑.๖) ทุนทางวัฒนธรรม ได้แก่ อาหาร การแต่งกาย ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภาษา อาชีพ ความเชื่อ และศิลปะพื้นถิ่น เป็นต้น วัตถุดิบที่เป็นทุนของชุมชนดังกล่าวมานี้เป็นวัตถุดิบที่นำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์เป็นจุดขายซึ่งมีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีชิต วัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยวหมูบ้านช้าง เช่น ด้านศาสนสถาน ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ด้านอาหารพื้นบ้าน ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านสถานที่ท่องเที่ยว (๒) วัดตะเคียน มีการจัดการทุนทางวัตถุดิบ กล่าวคือ วัตถุดิบซึ่งเป็นทุนชุมชนบ้านตะเคียน ได้แก่ (๒.๑) วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เช่น การแต่งกายด้วยผ้าไหมลายพื้นบ้านและเสื้อแขวแขนกระบอก สตรีมีสไบเฉียงบ่า บุรุษนุ่งผ้าโสร่ง แบบชาวกูย ภาษาถิ่นใช้สื่อสารกันเป็นภาษากวยหรือกูย การละเล่นคือรำแกลมอหรือแกลออ ประเพณีการไหว้ศาลปู่ตา พระเพณีแห่ดอกไม้ ประเพณี

สรงน้ำพระพุทธรูป ประเพณีขนทรายเข้าวัด ประเพณีการก่อเจดีย์ทราย ประเพณีไหว้พระธาตุ สวดสะเดาะเคราะห์ ในเทศกาลสงกรานต์ ประเพณีการทำบุญอุทิศให้ญาติในวันสารท เป็นต้น เหล่านี้คือวัตถุดิบที่เป็นทุนชุมชนบ้านดะเคียน เป็นสิ่งที่คนในชุมชนได้ช่วยกันสร้างเสริม สืบสาน อนุรักษ์ พัฒนา ปฏิบัติ เผยแพร่ต่อ ๆ กันจากรุ่นสู่รุ่นเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน (๒.๒) ศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ที่เป็นวัตถุดิบสำคัญ ได้แก่ พระพุทธรูปสร้างจากไม้ตะเคียนโบราณ ซึ่งเป็นพระพุทธรูปไม้ตะเคียนโบราณเป็นศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคลที่มีความขลังและศักดิ์สิทธิ์ประจำวัดตะเคียน จึงให้ความเคารพศรัทธานับถือกราบไว้บูชามาจนถึงปัจจุบัน (๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร มีการจัดการทุนทางวัตถุดิบกล่าวคือ (๓.๑) ความเป็นธรรมชาติ ซึ่งมีอยู่แล้วในธรรมชาติ เช่น ภูเขา โขดหิน ป่าไม้ น้ำตกไตรคีรี ซึ่งชุมชนได้มีการจัดบริบทให้สวยงามสอดคล้องกับความเป็นธรรมชาติอย่างกลมกลืน (๓.๒) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ประตูโขงของวัด พญานาคซึ่งภายในลำตัวเป็นทางเดินขึ้นสู่วัด รูปเคารพต่าง ๆ รูปเหมือนของพระสุปฏิบัติ และวัตถุมงคลหลวงปู่ดุลย์ อตุโล ซึ่งทางวัดจัดไว้บริการให้นักท่องเที่ยวได้เช่าไว้บูชาอย่างเป็นระบบและง่ายต่อการเข้าถึงของนักท่องเที่ยว

๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต ได้แก่ (๑) วัดป่าอาเจียง มีกระบวนการหรือวิธีการผลิต กล่าวคือ นำช้างมาเป็นสัตว์เลี้ยงไว้ในครอบครัว ให้ความรัก ให้อาหาร ให้ความห่วงใยเอื้ออาทร ราวกับว่าเป็นสมาชิกหนึ่งในครอบครัว สำหรับในครอบครัวหนึ่ง ๆ อาจมีช้างตั้งแต่หนึ่งหรือมากกว่าหนึ่งเชือก เมื่อเลี้ยงไว้นานมีการตกลูกออกมาเรื่อยๆ จนมีช้างเกิดขึ้นมากมาย จึงนำไปสู่การนำเอางาช้างที่ตายแล้วมาขัดและใช้เครื่องจักรเพื่อจัดทำเป็นวัตถุมงคล กำไล สร้อย เป็นต้น นำหางช้างมาจักรสานเป็นแหวนหรือกำไลซึ่งเป็นการทำด้วยมือทุกขั้นตอน และจัดทำอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับช้างมาเป็นของที่ระลึก โดยผ่านกระบวนการผลิตอย่างปราณีตของชุมชน (๒) วัดตะเคียน มีกระบวนการหรือวิธีการผลิต กล่าวคือ (๒.๑) วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและ ศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญของตะเคียน ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ ชุมชนมิได้สร้างวัฒนธรรมหรือประเพณีเหล่านี้ขึ้นมาใหม่ เพียงแต่มีกระบวนหรือวิธีการเสริมสิ่งใหม่ ๆ บางอย่างเข้ามาในประเพณีวัฒนธรรมที่มีอยู่เหล่านั้นให้มีความโดดเด่น ร่วมสมัยมากขึ้น นั่นคือ การสืบสาน อนุรักษ์ พัฒนา ปฏิบัติ เผยแพร่สิ่งที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมซึ่งบรรพบุรุษได้รับสืบต่อกันเรื่อยมาจากรุ่นสู่รุ่น ให้คงอยู่มิให้สูญหายไปจากชุมชน (๒.๒) ศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคลพระพุทธรูปไม้ตะเคียนโบราณ มีกระบวนการหรือวิธีการผลิต คือ วัตถุดิบซึ่งเป็นไม้ตะเคียนได้มาจากญาติโยมอยู่ที่จังหวัดตากบริจาคท่อนไม้ตะเคียนที่ตายมานานแล้วหนึ่งท่อน เมื่อได้ไม้ตะเคียนโบราณที่มีญาติโยมบริจาคมาแล้วก็นำมาสร้างเป็นพระพุทธรูปไม้ตะเคียนโบราณโดยช่างที่มีความชำนาญมาแกะสลักไม้ตะเคียนส่วนหนึ่งให้เป็นพระพุทธรูปจากไม้ตะเคียนโบราณผ่านกระบวนการประกอบพิธีปลุกเสกและพิธีกรรมทางศาสนาอื่น ๆ ตามความเชื่อของชุมชน (๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร มีกระบวนการหรือวิธีการผลิต กล่าวคือ พุทธอุทยานเขาศาลา ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดจากแนวคิดของพระอาจารย์เยื้อน ขนฺติพโล (ปัจจุบัน คือ พระราชวิสุทธิมุนี) ในปี ๒๕๓๑ – ๒๕๓๒ ได้เข้ามาตั้งเป็นสำนักสงฆ์ในที่แห่งนี้ และในปีดังกล่าวก็ได้เสนอโครงการขอจัดตั้งพุทธอุทยานเขาศาลาต่อกรมการศาสนา วันที่ ๕ พฤศจิกายน ๒๕๓๖ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรฯ สมัยนั้นได้ลงนามอนุมัติให้กรมการศาสนาเข้าทำประโยชน์ในเขตป่าที่คณะรัฐมนตรีมีมติให้รักษาไว้เป็นสมบัติของชาติ คือ ป่าห้วยสำราญ ท้องที่ตำบลจรัสและตำบลอาโพน อำเภอบัวเชด จังหวัดสุรินทร์ เนื้อที่ ๑๐,๘๖๕ ไร่ เพื่อจัดตั้งพุทธ

อุทธยานในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และปลูกเสริมป่า จากนั้นก็ได้มีพัฒนาการเรื่อยมาจนเป็นวัดเขาศาลาอตุลฐานจาโรในปัจจุบัน

๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ ได้แก่ (๑) วัดป่าอาเจียง มีการนำเสนอกล่าวคือ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับช้างซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญของบ้านหนองบัว ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม สามารถทำได้โดยวิธีการสร้างสิ่งดึงดูดใจให้กับผู้บริโภคหรือลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ได้รับรู้ กล่าวคือ การนำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชนซึ่งมีความยึดโยงกับช้าง โดยวิธีการนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ การทำเป็นภาพโปสเตอร์หรือหุ่นจำลองของช้างติดตั้งไว้ตามเส้นทาง สวนสาธารณะ โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐหรือเอกชน ตลอดทั้งนำออกจัดแสดงตามงานเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น (๒) วัดตะเคียน มีการนำเสนอกล่าวคือ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ “วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล” ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญของบ้านตะเคียน ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ สามารถทำได้โดยอาศัยการจัดกิจกรรมและการเข้าร่วมกิจกรรมในโอกาสต่าง ๆ วิธีเพิ่มมูลค่าเพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจให้กับผู้บริโภคหรือลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ได้รับรู้ คือ การนำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชนซึ่งมีความยึดโยงกับด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคลมานำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ตลอดทั้งนำออกจัดแสดงตามงานเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น (๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร มีบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ กล่าวคือ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้วัดเขาศาลาหรือพุทธอุทยานเขาศาลา อตุลฐานะจาโร ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญ สามารถทำได้โดยการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ หรือสื่อออนไลน์ เป็นต้น

๖) การให้บริการ ได้แก่ (๑) วัดป่าอาเจียง มีการให้บริการ กล่าวคือ “ช้าง” ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญของวัดป่าอาเจียง บ้านหนองบัว ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม มีการพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงการให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยให้ผู้บริโภคได้รับทั้งสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เช่น มีการบริการช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคซื้อได้ง่าย การให้บริการให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อมีคำถาม การต้อนรับผู้มาเยือนในฐานะเจ้าบ้าน เจ้าของช้างหรือผู้ขายสินค้ามีการปรับตัวให้เข้ากับฝ่ายบ้านเมืองหรือราชการการหรือลูกค้าผู้มาเยี่ยมเยียน การพูดจาปราศรัยให้ข้อมูลหรือข้อเสนอแนะแก่นักท่องเที่ยวอย่างมีน้ำใจเหมือนกับญาติ การมีช่องทางติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เช่น ทางยูทูป ทางไลน์ ทางเฟสบุค หรือ อาจจะมีของฝากบ้างตามสมควร (๒) วัดตะเคียน มีการให้บริการ กล่าวคือ “วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล” ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญของบ้านตะเคียน ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ ได้มีการพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงบริการให้กับทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน กล่าวคือ ผู้บริโภคจะได้รับทั้งสิ่งที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ เช่น มีการบริหารช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่ายโดยผ่านช่องทางของสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ๘๕ แอ่งเล็ก เช็คอิน จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยว “กูยตะเคียน ชุมชนต้องเที่ยว” แผ่นพับบ้านตะเคียน หรือสื่อออนไลน์ เช่น ทางยูทูป ทางไลน์ ทางเฟสบุค ตลอดกระทั่งนำทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนไปออกร้านตามงานประเพณีต่าง ๆ หรือโดยฝ่ายภรรยาซึ่งมีคู่สมรสที่เป็นชาวต่างชาติ โดยเฉพาะในชุมชนตำบลสำโรงทาบแห่งนี้มีเขยฝรั่งเป็นจำนวนมาก เมื่อมีเทศกาล

งานประเพณีต่าง ๆ ก็จะเข้าร่วมกับชุมชนอยู่เสมอ (๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร มีการให้บริการ กล่าวคือ บ้านจรัสพัฒนา ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด มีการให้บริการโดยออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว วัดเขาศาลาหรือพุทธอุทยานเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเสน่ห์และคุณค่าในตัวเอง เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยียนทำให้เกิดความประทับใจเริ่มต้นตั้งแต่ทางเข้าสู่วัดซึ่งมีประตูโขงของวัดที่ออกแบบงดงาม เข้ากับบริบทของแหล่งท่องเที่ยวที่มีภูเขา ป่าไม้ และธรรมชาติอีกมากมาย รวมถึงการเปิดช่องทางของการให้บริการกับนักท่องเที่ยวขณะจำหน่ายและหลังการจำหน่าย เช่น ทางยูทูป ทางไลน์ ทางเฟสบุคซึ่งสร้างความประทับใจให้ลูกค้าเป็นอย่างดี

๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (๑) วัดป่าอาเจียง มีการสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ วัดป่าอาเจียง บ้านหนองบัว ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม ซึ่งมี “ช้าง” เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญ เป็นแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของชุมชนเป็นสิ่งที่มีความเชื่อมโยงกับช้าง ประเด็นที่สำคัญในการเสริมสร้างคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์คือการสร้างแบรนด์ ซึ่งต้องดำเนินควบคู่กับการสื่อสารแบรนด์ เพื่อเสริมสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ๆ ยิ่งบวกกับแบรนด์ซึ่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกว้างขวางก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและตันสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้เร็วขึ้น โดยเฉพาะแบรนด์ที่เกี่ยวกับช้างหรือผลผลิตที่เชื่อมโยงเกี่ยวกับความเป็นช้าง เช่น ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดูกช้าง และฟันช้าง ประเภทเครื่องประดับหางช้าง ประเภทเครื่องมือควาญช้าง ประเภทของชำร่วย และประเภทเครื่องนุ่งห่ม และอื่น ๆ นับเป็นแบรนด์ที่คนทั่วไปรู้จักมีคุณค่าที่ลูกค้าสัมผัสได้ทันที (๒) วัดตะเคียน มีการสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ ชุมชนบ้านตะเคียน ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ ได้จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยว “กูยตะเคียนชุมชนต้องเที่ยว” ซึ่งโปรแกมการท่องเที่ยวดังกล่าวได้มีความเชื่อโยงกับแบรนด์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคลที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญ เป็นแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของชุมชน โปรแกรมดังกล่าวเริ่มที่ตลาดสายใยชุมชนวิถีคนกูย พิธีเส้นไหว้ศาลปู่ตา (หลวงอุดม) ดูเจเดีย์ไม้โบราณ อายุกว่า ๒๐๐ ปี ไหว้พระไม้ตะเคียนทองผ่องโชค ไหว้พระองค์ใหญ่เพื่อเป็นสิริมงคล ชมพิพิธภัณฑ์ศูนย์เรียนรู้ วิถีกูย ไม้กลายเป็นหิน ชมฐานบั้งไฟไม้โบราณ เที่ยวชมจุดเรียนรู้ ๘ จุด ชมการรำแกลมอ (หมอรำกูย) บายศรีสู่ขวัญ ผูกข้อต่อแขน และร่วมทำบุญตักบาตรยามเช้า (๓) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร มีการสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ แบรนด์ผลิตภัณฑ์ของบ้านจรัสพัฒนา ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด ได้แก่ ความเป็นธรรมชาติที่สวยงาม ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญของวัดเขาศาลาหรือพุทธอุทยานเขาศาลา อตุลฐานะจาโร ตลอดทั้งมีศาสนสถานและศาสนวัตถุที่มีคุณค่าในทางจิตใจ วนอุทยานเขาศาลาเป็นที่ประดิษฐานพระนาคปรก มีผานางคอยหน้าผาสูง มีบรรยากาศเหมาะแก่การชมวิว ทิวเขา ป่าไม้ บริเวณด้านล่างเป็นอ่างเก็บน้ำจรัส ห่างไปไม่ไกลนักมีน้ำตกไตรคีรี เป็นน้ำตกที่อยู่ในลำห้วยรุน แบรนด์ของแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้มีทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมา

๘) การเข้าถึงผู้บริโภค ได้แก่ (๑) วัดป่าอาเจียง มีการเข้าถึงผู้บริโภค กล่าวคือ มีการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการเข้าถึงผู้บริโภคซึ่งมีการดำเนินการในหลายช่องทาง ได้แก่ (๑.๑) การนำเสนอผ่านช่องทางงานบุญประเพณีต่าง ๆ เช่น ประเพณีงานแต่งงานและจดทะเบียนสมรสบนหลังช้าง ซึ่งมีหนึ่งเดียวในโลก จัดขึ้นในวันที่ ๑๔ กุมภาพันธ์ของแต่ละปี ในระยะเริ่มแรกโดยองค์การ

บริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์เป็นเจ้าภาพ แต่ปัจจุบันมีการจัดออกไปนอกพื้นที่ในต่างจังหวัดดังเช่นในกรณีของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ก็ได้นำประเพณีนี้ไปจัดให้มีประเพณีงานแต่งงานและจดทะเบียนสมรสบนหลังช้างที่นั้นด้วย ประเพณีแห่นาคช้าง จัดขึ้นประมาณเดือนเมษายนถึงกรกฎาคมของกแต่ละปีในชุมชนหมู่บ้านช้าง ประเพณีแห่เทียนพรรษาและตักบาตรพระบนหลังช้าง ซึ่งจัดขึ้นในวันขึ้น ๑๕ เดือน ๘ หรือ ในเดือนกรกฎาคมของแต่ละปี มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเข้าร่วมในกิจกรรมนี้ ประเพณีงานช้างจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งจัดขึ้นในช่วง วันที่ ๑๐ ถึง ๑๘ เดือนพฤศจิกายนของแต่ละปี (๑.๒) การนำเสนอผ่านช่องทางการออกร้านในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ เช่น งานช้างแฟร์จังหวัดสุรินทร์ งานเกษตรอินทรีข้าวหอมมะลิจังหวัดสุรินทร์ งานเทศกาลปลาไหลและงานกาชาดอำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งจัดขึ้นในช่วง วันที่ ๑๓ ถึง ๑๗ เดือน ธันวาคม ของแต่ละปี (๑.๓) การนำเสนอผ่านช่องทางพิพิธภัณฑ์ ศูนย์การเรียนรู้ และแหล่งท่องเที่ยว เช่น พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสุรินทร์ ศูนย์คชศึกษา คชศึกษา ศาลลาเอราวัณ สุสานช้าง ในชุมชนหมูบ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ (๑.๔) นำเสนอผ่านช่องทางสื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ เช่น คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ “เส้นทางวิถีสายคนกับช้าง” แผ่นพับ บ้านตาทิตย์ เป็นต้น (๑.๕) นำเสนอผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ โทรทัศน์ และสื่อวิทยุ เช่น สื่อโทรทัศน์ ช่อง MCOT ในรายการพบค่ำ สื่อสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุรินทร์ สื่อสถานีวิทยุกรจายเสียง อสมท. FM ๑๐๐.๕ รายการก้าวทันข่าว ออกอากาศช่วง เวลา ๐๗.๓๐ น.-๐๘.๐๐ น. เป็นต้น (๑.๖) นำเสนอผ่านหน่วยงานของรัฐ เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์ สำนักงานเลขานุการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ (๒) วัดตะเคียน มีการเข้าถึงผู้บริโภค กล่าวคือ มีการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการเข้าถึงผู้บริโภคซึ่งมีการดำเนินการในหลายช่องทาง ได้แก่ (๒.๑) *นำเสนอโดยใช้สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์* เช่น คู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ “เส้นทางวิถีสายชาติพันธุ์ เขมร ลาว กูย” แผ่นพับแนะนำการท่องเที่ยว (๒.๒) *นำเสนอผ่านช่องทางการออกร้านในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ* เช่น งานช้างแฟร์จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งจัดขึ้นในช่วงประมาณ วันที่ ๑๐ ถึง ๑๘ เดือนพฤศจิกายน ของแต่ละปี *(๒.๓) นำเสนอผ่านช่องทางสื่อออนไลน์* เช่น ทางยูทูบ ทางไลน์ ทางเฟสบุค เป็นต้น *(๒.๔) นำเสนอผ่านหน่วยงานของรัฐ* เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์ สำนักงานเลขานุการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น (๓) เขาศาลาอตุลฐานะจาโร มีการเข้าถึงผู้บริโภค กล่าวคือ มีการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการเข้าถึงผู้บริโภคด้วยการนำเสนอวัดเขาศาลาหรือพุทธอุทยานเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายสำคัญ เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคทางสื่อต่าง ๆ ได้แก่ (๓.๑) นำเสนอผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ตามรอยอารยธรรมไผทสมันเมืองสุรินทร์มหัศจรรย์เมืองสุรินทร์ (๓.๒) นำเสนอคู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ “เส้นทางวิถีสายคนกับช้าง” (๓.๓) นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุรินทร์ และสื่อออนไลน์ เช่น ยูทูป ในรายการคนค้นคน เฟสบุค และ ไลน์ เป็นต้น ซึ่งเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคหรือลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

๕.๒ อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่ อัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ และการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ จากนั้น ผู้วิจัยได้นำประเด็นข้อค้นพบจากผลการวิจัยที่น่าสนใจมาอภิปราย ตามลำดับดังต่อไปนี้

๕.๒.๑ ด้านอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

ผลการวิจัยประเด็นด้านอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ สรุปได้ ๗ ด้าน คือ ๑) ด้านศาสนสถาน ๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน ๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ ๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เดวิด ฮาเวย์ (David Harvey) ว่า อัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นมาได้อย่างไร มันถูกก่อตัวขึ้นมาโดยผ่านการปฏิสังสรรค์ระหว่างบุคคล ในบุคคลหนึ่งๆ ก็จะมีอัตลักษณ์ที่หลากหลาย และเมื่อบุคคลยอมรับในอัตลักษณ์ใดอัตลักษณ์หนึ่งในขณะเวลานั้นมันมีกระบวนการที่แตกต่างกันในการแทนที่ ในขณะที่บุคคลทำการกำหนดตำแหน่งของตนเอง และถูกกำหนดตำแหน่งในทางสังคม กระบวนการที่เกิดขึ้นนี้ได้ คำนึงถึงจุดเน้นที่ความแตกต่าง ความหลากหลายหลายในการสร้างอัตลักษณ์ที่เท่าเทียมกับการตั้งคำถามว่าอัตลักษณ์ทั้งหลายนี้ได้เชื่องโยงกับสังคมได้อย่างไร การมุ่งเป้าหมายไปที่ความสำคัญต่อมุมมองทางสังคมของอัตลักษณ์จะนำเราไปสำรวจ โครงสร้างต่างๆ โดยผ่านชีวิตของเราที่ถูกจัดการอัตลักษณ์ต่างๆ ของเราที่ถูกจัดเก็บไว้เข้าที่ด้วยโครงสร้างต่างๆ ทางสังคมและเราก็มีส่วนร่วมในการก่อตัวของอัตลักษณ์ของตัวเราเองด้วยเช่นกัน การเปลี่ยนแปลงความหมายของอัตลักษณ์ที่ปรากฏขึ้นมามันมีความสัมพันธ์อย่างมากกับการทำความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในปัจจุบันในบริบทของโลกาภิวัฒน์ มิติเวลาที่เร่งเร็วขึ้นและมิติพื้นที่ที่ดูหดแคบเข้ามาเพราะการปฏิวัติเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้ การเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรมเป็นไปอย่างหลากหลายและซับซ้อนและรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์เกี่ยงกับเวลา พื้นที่และแบบแผนการให้คุณค่า การใช้ชีวิตประจำวันมีผลอย่างยิ่งต่อความรู้สึกที่เรามีเกี่ยวกับตนเอง สิ่งที่เคยเป็นมาตรฐานของระบบคุณค่าและการนิยามอัตลักษณ์ ไม่ว่าจะเป็นคุณค่าทางศาสนา ค่านิยมเรื่องเพศ คุณค่าประเพณีวัฒนธรรมเก่าๆ หรือค่านิยมของกลุ่มชาติพันธุ์ ล้วนแล้วกระทบกระทั่งในรูปแบบต่างๆ จากพลังของโลกาภิวัฒน์ การปรับเปลี่ยนนี้แสดงออกได้หลายลักษณะทั้งในระดับจุลภาคในแง่แบบแผนชีวิตประจำวันของปัจเจกชน ในแง่การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น จนถึงระดับที่กลายไปเป็นขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม เราจะเห็นได้จากขบวนการทางศาสนา ชาติพันธุ์และวัฒนธรรมใหม่ได้เกินขึ้นมาราวกับดอกเห็ดในประเทศต่างๆ มันเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่ทำให้ต้องมีการทบทวนคำว่า "วัฒนธรรม" หรือ "ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม" กันใหม่ขบวนการเหล่านี้ต้องการเสนอความหมายและทิศทางใหม่ในเชิงสังคมวัฒนธรรม กระบวนการสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ของกลุ่มเกิดจากการผสมผสานองค์ประกอบทางวัฒธรรมที่ซับซ้อน[๑] และสอดคล้องกับแนวคิด

---

[๑] David Harvey, Globalization in Question, https://www.tandfonline.com/doi/abs/

ของ อภิญญา เฟื่องฟูสกุล ที่กล่าวว่า ทฤษฎีอัตลักษณ์ (identity theory) เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม (social psychological theory) ที่มุ่งอธิบายพฤติกรรมตามบทบาทของบุคคล (Stryker, ๑๙๘๙:๓๖) ทฤษฎีอัตลักษณ์มีความเป็นมาและมีหลักการของทฤษฎี ดังนี้ เชลดอน สไตรเกอร (Sheldon Stryker) ศาสตราจารย์ประจำภาควิชาสังคมวิทยา 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) ตามกรอบแนวคิดปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์นิยม 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 ศาสนาหรืออื่นๆ ขอบเขตของสังคมจึงมีลักษณะหลากหลายและเกี่ยวโยงซ้อนกันทั้งในเชิงปฏิสัมพันธ (interactional) หน้าที่ (functionally) และ ลำดับความสำคัญ (hierarchically) ซึ่งบางครั้งส่วนต่างๆ เหล่านี้อาจมีทั้งการพึ่งพิงกันหรือขัดแย้งกัน ส่วนต่างๆ ที่แตกต่างกันของสังคมจึงมีผลกระทบต่อบุคคลโดยทำให้เกิดตัวตนแบบต่างๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับคนหรือกลุ่มต่างๆที่มาปฏิสัมพันธ์กับบุคคลนั้นๆ[๒]

๕.๒.๒ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

ผลการวิจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ สรุปผลการวิจัยเป็น ๖ ประเด็น ได้แก่ ๑) การพัฒนาเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ ๒) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ๓) การพัฒนาความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ๔) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ๕) การพัฒนาช่องทางตลาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายในและนอกชุมชนหรืออนไลน์ ๖) การพัฒนาเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว ซึ่ง

๑๐.๑๐๘๐/, Pages ๓-๙ | Published online: ๐๕ Jan ๒๐๐๙.

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

สอดคล้องกับแนวคิดของ เทิดชาย ช่วยบำรุง ที่ว่า หลักการสำคัญเกี่ยวกับแนวคิดการสร้างแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม สรุปไว้ดังได้ว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมีองค์ประกอบสำคัญ ๕ ประการ (๕A Model) คือ ๑) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ๒) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ๓) การเข้าถึง (Accessibility) ๔) กิจกรรม (Activity) ๕) การบริการเสริมทางการท่องเที่ยว (Ancillary Services) กล่าวคือ (๑) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) แหล่งท่องเที่ยวควรมีสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวหรือมีลักษณะชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว เช่น แหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต โดยส่วนใหญ่การนำเสนอประวัติศาสตร์ในรูปของทรัพยากรการท่องเที่ยวจะอยู่ในรูปของโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ (๒) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) มีสิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว 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 มีสานการบินเข้าออกมาก ระเบียบการให้บริการเข้าออกสะดวกสบาย ไม่เป็นอุปสรรคกับการเดินทางท่องเที่ยวและมีความยืดหยุ่นมากขึ้น (๔) กิจกรรม (Activity) สถานที่ท่องเที่ยวมีกิจกรรมท่องเที่ยวหลากหลายและกิจกรรมเหล่านั้นสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ในระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นสามารถเข้าร่วมในกิจกรรมเหล่านั้นได้อย่างสะดวกสบาย เช่น งานประเพณี วิถีชีวิตความของคนในชุมชน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า เป็นต้น (๕) การบริการเสริมทางการท่องเที่ยว (Ancillary Services) เป็นบริการเพิ่มเติมให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ เช่น อินเตอร์เนต สถานที่ให้บริการโทรศัพท์ โรงพยาบาล ธนาคาร ไปรษณีย์ ห้องน้ำสาธารณะในสถานที่ท่องเที่ยว รถรับส่ง เป็นต้น หน่วยงานที่รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยวต้องดำเนินการจัดให้มีสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวให้ได้รับบริการเสริมทางการท่องเที่ยวที่ดีซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ[๓] และสอดคล้องกับแนวคิดของ มนัส สุวรรณ และคณะที่ว่า หลักการในการจัดการการท่องเที่ยวโดยพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายจะต้องพิจารณาระบบย่อยและองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบและความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวไปด้วย ได้แก่ ๑) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว (Tourism Resource) ซึ่งประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ๒) การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Services) อันได้แก่ การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยว

---

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

ที่มีพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ ๓) การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) โดยเป็นส่วนของความต้องการในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและประชาชนในพื้นที่ ซึ่งหมายรวมถึงกิจกรรม รูปแบบหรือกระบวนการท่องเที่ยว นอกจากหลักการในการจัดการท่องเที่ยวซึ่งกล่าวในเบื้องต้นแล้วแนวทางการบริหารและจัดการท่องเที่ยวยังสามารถนำมาวิเคราะห์การจัดการท่องเที่ยวได้ ประกอบไปด้วย (๑) แนวทางการบริหารและจัดการ (๒) แนวทางการจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (๓) แนวทางการบริหารและจัดการด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย ๔) แนวทางการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น (๕) แนวทางการให้ประชาชนกลุ่มและองค์กรอื่นๆ มีส่วนร่วม[๔]

๕.๒.๓ การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

ผลการวิจัยด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ สรุปผลการวิจัยใน ๘ ประเด็น คือ ๑) รสนิยมหรือความต้องการของผู้บริโภค ๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ ๖) การให้บริการ ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ ๘) การเข้าถึงผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พูนลาภ ทิพชาติโยธิน ที่ว่า เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคนั้นมีทางเลือกมากขึ้นซึ่งมีอีกสิ่งหนึ่งที่เมื่อก่อนอาจเล่นบทเป็นแค่ตัวประกอบเท่านั้น แต่ปัจจุบันก้าวขึ้นมามีความสำคัญไม่แพ้กันเลยทีเดียวที่จะมีส่วนช่วยทั้งดึงผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ๆ เข้ามารวมถึงรักษาผู้บริโภครายเดิมให้อยู่ไปนาน ๆ ก็คือเรื่องของการสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยในอดีตนั้น หากผลิตภัณฑ์ หรือบริการหนึ่งจะประสบความสำเร็จได้ในท้องตลาดสิ่งที่สำคัญที่สุดก็คงจะเป็นตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการหลักนั่นเองที่ต้องมีคุณภาพที่เยี่ยมยอดกว่าคู่แข่ง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่า อย่างไรก็ดีในปัจจุบันจะพบว่า จริงอยู่ที่บ่อยครั้งคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือ บริการหลักอาจจะยังเป็นเรื่องสำคัญมาก แต่อีกสิ่งหนึ่งที่ก้าวขึ้นมามีส่วนสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ ก็คือเรื่องของ “มูลค่าเพิ่ม” ที่ติดมากับตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักนั้น ๆ ในบางกรณีส่วนของมูลค่าเพิ่มก็จะเป็นตัวดึงดูดผู้บริโภคให้หันมามอง หรือตัดสินใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลัก ดังนั้นธุรกิจในปัจจุบันเราจะ เห็นว่า ไม่ใช่เป็นการขายเพียงตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักอย่างเดียว แต่จะต้องมีส่วนเพิ่มมูลค่าที่จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้ประโยชน์มากขึ้นด้วย[๕] สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ที่ได้กล่าวไว้ว่า ในตลาดที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง และอุตสาหกรรมอยู่ในภาวะอิ่มตัว ซึ่งจะเห็นว่าผลิตภัณฑ์หลักจะไม่ค่อยมีความแตกต่างกันเท่าใดนัก ดังนั้นธุรกิจแต่ละรายจึงพยายามหาโอกาสพัฒนาและยกระดับคุณลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์เสนอแก่ลูกค้า เครื่องมือที่จะช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโต โดยสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าเหนือคู่แข่งในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้นั่นก็คือการดึงดูดด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มที่มอบให้แก่ผู้บริโภคซึ่งเป็นมูลค่าเพิ่มที่

---

[๔] มนัส สุวรรณ และคณะ. **โครงการศึกษาแนวทางและการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล และสภาตำบล**. (กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๔๑), หน้า ๑๖.

[๕] พูนลาภ ทิพชาติโยธิน, **Value-Added Activities เพิ่มลูกค้าด้วยกิจกรรมเพิ่มมูลค่า**, ๒๕๕๓, หน้า ๘๗-๘๘, <http://๒๐๒.๑๘๓.๑๙๐.๒/FTPiWebAdmin/knw_pworld/image_content/๘๕/๘๗-๘๙.pdf.>, ๒๔ มีนาคม ๒๕๖๑.

ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมากกว่าความพอใจ การสร้างมูลค่าเพิ่มนั้น ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้าทั้ง ๔ ด้าน ซึ่งคุณค่าทั้ง ๔ ด้านนี้เรียกว่าคุณค่ารวมสำหรับลูกค้า กล่าวคือ ๑) คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) เป็นคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ๒) คุณค่าด้านบริการ (Service Value) เป็นคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากคุณภาพในการ ให้บริการ (Service Quality) ได้แก่ (๑) การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้า ต้องอ านวยความสะดวกใน ด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือไม่ให้ลูกค้าคอยนาน ท าเลที่ตั้งเหมาะสมเพื่อแสดงถึงความสามารถในการ เข้าถึงลูกค้า (๒) การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษที่ ลูกค้าเข้าใจง่าย (๓) ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการ ต้องมีความช านาญ และ ความรู้ความสามารถในงาน (๔) ความมีน้ าใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และวิจารณญาณ (๕) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัท และบุคลากร ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า (๖) ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้า ต้องมีความสม่ำเสมอ และถูกต้อง (๗) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการ และแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ (๘) ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและ ปัญหาต่าง ๆ (๙) การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้ลูกค้า สามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าว (๑๐) การเข้าใจ และรู้จักลูกค้า (Understand Knowing Customer) พนักงานต้อง พยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว ๓) คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel Value) เป็นคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากคุณภาพของพนักงาน ได้แก่ (๑) ความสามารถ (Competence) พนักงานต้องอาศัยความช านาญ และมีความรู้ (๒) ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์มีความเป็นกันเอง (๓) ความเชื่อถือได้ (Credibility) พนักงานของบริษัทต้องมีความน่าเชื่อถือ (๔) ความไว้วางใจได้ (Reliability) พนักงานต้องทำงานด้านการบริการด้วยความ สม่ำเสมอและถูกต้อง สามารถสร้างความไว้วางใจให้ลูกค้า (๕) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness)จะต้องให้บริการ และแก้ปัญหาแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ (๖) การติดต่อสื่อสาร (Communication) พนักงานต้องใช้ความพยายามที่จะทำความเข้าใจกับลูกค้าด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย ๔) คุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) เป็นคุณค่าด้านความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์หรือบริการ[๖] และสอดคล้องกับแนวคิดวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่ม กล่าวคือ วิธีสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการให้เหนือกว่าด้วยนวัตกรรม ในยุคนี้ภาคธุรกิจที่ทำหน้าที่ผลิตสินค้าหรือให้บริการนั้น จะคิดเพียงแต่ว่าจะต้องผลิตสินค้าให้ได้ปริมาณเยอะ ๆ ควบคู่ไปกับเรื่องของคุณภาพ หรือภาคธุรกิจบริการจะมุ่งเน้นแต่การให้บริการที่ดี สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าเพียงอย่างเดียว ก็เห็นทีว่าจะไม่เพียงพอกับตลาดการแข่งขันที่มีความดุเดือดมากขึ้น การนำเอานวัตกรรมเข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อให้สินค้าและบริการมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นจึงเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะทำให้ธุรกิจพัฒนาเติบโตก้าวหน้า พร้อมสำหรับการแข่งขันในตลาดปัจจุบัน และพร้อมที่จะรองรับการต่อยอดพัฒนา

---

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

ธุรกิจให้เดินหน้าต่อไปในอนาคตได้ ซึ่งเครื่องมือที่จะช่วยปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการเดิมให้ดีขึ้น ไปจนถึงการสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ได้เป็นอย่างดีในยุคนี้ก็คือ การนำเอาเทคโนโลยีมามีส่วนร่วมและปรับใช้ในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น การสร้างมูลค่าให้กับการบริการ โดยการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าสามารถโอน จ่าย ชำระค่าสินค้าและค่าบริการผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งถือเป็นการอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้บริการด้านการเงินของธนาคารได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ผ่านเทคโนโลยีอินเตอร์เน็ตหรือผ่านทางสมาร์ทโฟนโดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปยังสาขาของศูนย์บริการแต่อย่างใด การสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสารให้มีความสวยงามและพัฒนาประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถจัดเก็บและยืดอายุของข้าวสารได้นานยิ่งขึ้น โดยใช้ถุงพลาสติกแบบสุญญากาศที่ทั้งสวยงาม และสามารถรักษาสินค้าให้มีอายุและระยะเวลาการจำหน่ายได้นานยิ่งขึ้น หรืออีกหนึ่งตัวอย่างที่เห็นได้ชัดก็คือ การเพิ่มมูลค่าให้กับหนังสือพิมพ์โดยนำเอานวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเปลี่ยนข้อมูลรูปแบบกระดาษให้อยู่ในรูปแบบเนื้อหาในหน้าเว็บไซต์ หรือแม้กระทั่งแอพพลิเคชั่นในโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนรูปแบบของผลิตภัณฑ์เดิมไปอย่างสิ้นเชิง โดยผู้ใช้สามารถเรียกดูหรือเปิดอ่านหนังสือผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เมื่อไหร่ก็ได้ตามที่ต้องการ ปัจจุบันทุกองค์กรและภาคธุรกิจต้องให้ความสำคัญกับการนำเอานวัตกรรมมาช่วยสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์และบริการเกิดการพัฒนาทั้งในด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ ตอบโจทย์การใช้งาน และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจได้มากที่สุด ซึ่งเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้นวัตกรรมสามารถเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว ก็คือการนำเอาเทคโนโลยี และเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเป็นองค์ประกอบนั่นเอง[๗]

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ มีประเด็นที่นำมาเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปปฏิบัติ ดังต่อไปนี้

๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

๕.๓.๑.๑ จากผลการวิจัยประเด็นอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ รัฐบาล คณะสงฆ์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรกำหนดนโยบายเพื่อเข้าไปส่งเสริมและสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมในเขตอีสานใต้ ด้วยวิธีการที่หลากหลายเพื่อให้เกิดการสร้างอัตลักษ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย ๑) ด้านศาสนสถาน ๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน ๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ ๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

๕.๓.๑.๒ จากผลการวิจัยประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ รัฐบาล คณะสงฆ์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรกำหนดนโยบายเพื่อเข้าไปส่งเสริมและสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมในเขตอีสานใต้ ด้วยวิธีการที่หลากหลายเพื่อให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐาน

---

[๗] https://www.tris.co.th/articles-and-knowledge/๑๒๔๑/, สืบค้นเมื่อ ธันวาคม ๒๕๖๑.

ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ในด้าน ๑) การสร้างเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว ๒) การสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ๓) การสร้างความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ๔) การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้มีปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ๕) การหาช่องทางตลาดที่หลากหลายเพื่อเผยแพร่ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายทั้งในและนอกชุมชน ๖) การประชาสัมพันธ์อาหารพื้นบ้านของท้องถิ่น

๕.๓.๑.๓ จากผลการวิจัยประเด็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ รัฐบาล คณะสงฆ์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรกำหนดนโยบายเพื่อเข้าไปส่งเสริมและสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม โดยอาจวางมาตรการและวิธีการให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ในประเด็นดังต่อไปนี้ กล่าวคือ ๑) การรสนิยมหรือความต้องการของผู้บริโภค ๒) การสร้างตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ ๔) การสร้างกระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕) การบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ ๖) การให้บริการ ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และบริการ ๘) การเข้าถึงผู้บริโภค

๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปปฏิบัติ

๕.๓.๒.๑ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวประจำจังหวัด สำนักงานพระพุทธศาสนาประจำจังหวัด วัฒนธรรมจังหวัด องค์การปกครองจังหวัด ควรนำผลการวิจัยไปเป็นเครื่องมือในการกำหนดแนวนโยบาย กลยุทธ์ และมาตรการ ในการให้การส่งเสริมสนับสนุนแก่แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ในประเด็นการสร้างอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ๗ ด้าน ประกอบด้วย ๑) ด้านศาสนสถาน ๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน ๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ ๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ในประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ๖ ด้าน ประกอบด้วย ๑) การพัฒนาเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวและการนำเสนอสร้างสรรค์น่าสนใจ ๒) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ๓) การพัฒนาความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ๔) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ๕) การพัฒนาช่องทางตลาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายในและนอกชุมชน ๖) การพัฒนาเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว และในประเด็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ๘ ด้าน ประกอบด้วย ๑) การตอบสนองรสนิยมหรือความต้องการของผู้บริโภค ๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ ๖) การให้บริการ ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ ๘) การเข้าถึงผู้บริโภค

๕.๓.๒.๒ คณะสงฆ์ และวัด ควรนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะกับบริบทของวัดและชุมชน ในประเด็นการสร้างอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ๗ ด้าน ประกอบด้วย ๑) ด้านศาสนสถาน ๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน ๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ ๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ในประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ๖ ด้าน ประกอบด้วย ๑) การพัฒนาเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวและการนำเสนอสร้างสรรค์น่าสนใจ

๒) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ๓) การพัฒนาความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ๔) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ๕) การพัฒนาช่องทางตลาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายในและนอกชุมชน ๖) การพัฒนาเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว และในประเด็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ๘ ด้าน ประกอบด้วย ๑) การตอบสนองรสนิยมหรือความต้องการของผู้บริโภค ๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ ๖) การให้บริการ ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ ๘) การเข้าถึงผู้บริโภค

๕.๓.๒.๓ มหาวิทยาลัยและสถานศึกษาในระดับขั้นพื้นฐาน ควรนำองค์ความรู้เกี่ยวกับฐานข้อมูลด้านอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา และด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ไปกำหนดเป็นหลักสูตรท้องถิ่นเพื่อให้การศึกษาการปฏิบัติ และการสืบทอดฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา

๕.๓.๒.๔ หน่วยงานภาคเอกชน ควรนำผลการวิจัยไปส่งเสริมและสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นวัดและชุมชน ในประเด็นการสร้างอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ๗ ด้าน ประกอบด้วย ๑) ด้านศาสนสถาน ๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน ๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ ๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ในประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ๖ ด้าน ประกอบด้วย ๑) การพัฒนาเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวและการนำเสนอสร้างสรรค์น่าสนใจ ๒) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ๓) การพัฒนาความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ๔) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ๕) การพัฒนาช่องทางตลาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายในและนอกชุมชน ๖) การพัฒนาเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว และในประเด็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ๘ ด้าน ประกอบด้วย ๑) การตอบสนองรสนิยมหรือความต้องการของผู้บริโภค ๒) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ๓) การคัดเลือกวัตถุดิบ ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ ๖) การให้บริการ ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ ๘) การเข้าถึงผู้บริโภค

๕.๓.๓ ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับผู้สนใจจะทำวิจัยครั้งต่อไปคณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

๕.๓.๓.๑ ควรมีการวิจัยในประเด็นการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

๕.๓.๓.๒ ควรมีการวิจัยประสิทธิภาพการดำเนินด้านการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

บรรณานุกรม

๑. หนังสือ

กรมการท่องเที่ยว. **แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๔ ของกรมการท่องเที่ยว.** กรุงเทพมหานคร: กรมการท่องเที่ยว, ๒๕๖๑.

กรมศิลปกร. **ประวัติศาสตร์เมืองสุรินทร์**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ กรมศิลปกร กระทรวงวัฒนธรรม, ๒๕๕๐.

กมล รัตนวิระกุล. **การจัดการยุคใหม่ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม.** พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพมหานคร: แอดวานซ์ ฮอสปิตาลิตี้ คอนซัลแตนท์, ๒๕๕๔.

กาญจนา แสงลิ้มสุวรรณ และศรินยา แสงลิ้มสุวรรณ. **การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน.** กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๕๕.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. **การส่งเสริมสินค้าการท่องเที่ยวความสนใจพิเศษ.** กรุงเทพมหานคร: มปท., ๒๕๔๙.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. **สรุปคู่มือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางกายภาพ.** กรุงเทพมหานคร: กองวางแผนโครงการ ททท. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๔๐.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว.** กรุงเทพมหานคร: กองวิชาการและคณะฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๔๗.

กุลธิดา สามะพุทธิ. **การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : ทางเลือกใหม่ของการเดินทาง.** กรุงเทพมหานคร: มปพ.

จิตตินันท์ เดชะคุปต์. **จิตวิทยาการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๓.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว.** กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๕๔.

ฉันทัช วรรณถนอม. **หลักการมัคคุเทศก์**. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ๒๕๕๑.

ดนัย จันทร์ฉาย. **เจาะลึกการตลาดจาก A ถึง Z: แนวคิดที่ผู้จัดการทุกคนต้องรู้ซึ้ง.** กรุงเทพมหานคร: ดีเอ็มจี, ๒๕๕๓.

ติน ปรัชญพฤทธิ์. **ทฤษฎีองค์การ.** พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๓๘.

ตุ้ย ชุมสายม, ม.ล. และ ญิบพันธ์ พรหมโยธี. **ปฐมบทวิชาการท่องเที่ยว.** กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๔๗.

ทวีป ศิริรัศมี. **การท่องเที่ยว.** กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๔๗.

เทิดชาย ช่วยบำรุง. **การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ ปี พ.ศ. ๒๕๕๑.** กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ๒๕๕๑.

นิคม จารุมณี. **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.** กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๕๖.

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์. **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๔๗.

นำชัย ทนุผล. **แนวคิดและวิธีการจัดการทองเที่ยวเชิงนิเวศ เอกสารประกอบการสอนคณะธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยแมโจ**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแมโจ, ๒๕๔๕.

บริบาลบุรีภัณฑ์,หลวง. **ชุมนุมโบราณคดี.** กรุงเทพมหานคร: เขษมบรรณกิจ, ๒๕๐๓.

บุญขาน โทขันธ์, **ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ตามรอยอารยธรรมไผทสมันเมืองสุรินทร์**, สุรินทร์: โรงพิมพ์ ส.พันธุ์เพ็ญ, ๒๕๕๒.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.** เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๒.

_____. **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด, ๒๕๔๘.

ปฐม หงส์สุวรรณ. **กาลครั้งหนึ่ง : ว่าด้วยตำนานกับวัฒนธรรม**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๐.

ปณิศา ลัญชานนท์. **หลักการตลาด.** กรุงเทพมหานคร: บิสิเนสเวิร์ส, ๒๕๕๕.

ประชิด สกุณะพัฒน์. **วัฒนธรรมพื้นบ้านและประเพณีไทย**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ภูมิปัญญา, ๒๕๔๖.

ผจงจิตต์ อธิคมนันทะ. **การเปลี่ยนแปลงสังคมและวัฒนธรรม.** พิมพ์ครั้งที่ ๑๐. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๔๓.

_____. **สังคมและวัฒนธรรมไทย**. พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๔๓.

พระเทพเวที (ประยุทธ์.ปยุตฺโต). **วัฒนธรรมกับการพัฒนา**. พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพมหานคร: บริษัทอมรินทร์ พริ้นติ้งกรุ๊พ จำกัด, ๒๕๓๒.

พระธรรมปิฎก (ปอ.ปยุตฺโต). **ภาษา วรรณกรรม และวัฒนธรรมไทย**. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร: บริษัท สหธรรมิก จำกัด, ๒๕๓๘

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต). **เรื่องเหนือสามัญวิสัย: อิทธิปฏิหาริย์-เทวดา.** พิมพ์ครั้ง ๕. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พิมพ์สวย จำกัด, ๒๕๕๐.

พระไพศาล วิสาโล. **พุทธศาสนาไทยในอนาคต แนวโน้มและทางออกจากวิกฤต**. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิสดศรี-สฤษดิ์วงศ์, ๒๕๔๖.

พลอยศรี โปราณานนท์. **การท่องเที่ยวเบื้องต้น.** เชียงใหม่: มิ่งเมือง, ๒๕๔๔.

พินพัสนีย์ พรหมศิริ. **กลยุทธ์การตลาดสำหรับยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง.** ประชาชาติธุรกิจ, ๑ มกราคม ๒๕๔๗.

พินิจ จันทร และคณะ. **เปิดประตูท่องเที่ยวอาเซียนเชื่อมโยง ๑๐ ประเทศเป็นหนึ่งเดียว**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ปัญญาชน, ๒๕๕๖.

พิมพรรณ สุจารินพงศ์. **มัคคุเทศก์.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๙.

พิริยะ ไกรฤกษ์. **ประวัติศาสตร์ศิลปะและโบราณคดีในประเทศไทย**. กรุงเทพมหานคร : บริษัท อมรินทร์ พริ้นติ้ง กรุ๊ฟ จำกัด, ๒๕๓๓.

มนัส สุวรรณ และคณะ. **โครงการศึกษาแนวทางและการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล และสภาตำบล.** กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๔๑.

มูลนิธิหลวงปู่สรวง วัดไพรพัฒนาราม. **๑๐ ปี ๑๐ ดี ใต้ร่มบารมีหลวงปู่สรวง เทวดาเดินดิน ครบรอบ ๑ ทศวรรษ แห่งการละสังขาร ๘ กันยายน ๒๕๕๓**. พิมพ์ครั้งที่ ๓. ม.ป.ท.: ๒๕๕๙.

ยศ สัตสมบัติ. **มนุษย์กับวัฒนธรรม.** กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๐.

ราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๓๕ ตอนที่ ๘๒ ก ๑๓ ตุลาคม ๒๕๖๑, ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐).

รัชนีกร เศรษโฐ. **โครงสร้างสังคมและวัฒนธรรมไทย**. กรุงเทพมหานคร: บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, ๒๕๓๒.

วรรณา วงษ์วานิช. **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๖.

ศรัญยา วรากุลวิทย์. **ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.** กรุงเทพมหานคร: เฟื่องฟ้าพริ้นติ้ง, ๒๕๔๖.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. **หลักการตลาด.** กรุงเทพมหานคร: ธีระฟิล์มและไซแท็กซ์, ๒๕๕๔.

ศุภลักษณ์ อัครางกูร. **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.** ขอนแก่น: คลังนานาวิทยา, ๒๕๕๑.

สภาวัฒนธรรมอำเภอสำโรงทาบ. **การศึกษาประวัติศาสตร์ภูมิปัญญาท้องถิ่นอำเภอสำโรงทาบ**. ๒๕๔๘.

สมชัย ใจดี และยรรยง ศรีวิริยาภรณ์. **ประเพณีและวัฒนธรรมไทย**. พิมพ์ครั้งที่ ๗. กรุงเทพมหานคร: บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, ๒๕๓๖.

สานิตย์ บุญชู. **ความรู้ทั่วไปในการพัฒนาชุมชน เอกสารทางวิชาการ หมายเลข ๑ สาขาพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพมหานคร: กรุงสยามการพิมพ์, ๒๕๔๕.

สัญญา สัญญาวิวัฒน์. **การพัฒนาชุมชน.** กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๔๓.

สุดาพร กุณฑลบุตร. **หลักการตลาดสมัยใหม่.** พิมพ์ครั้งที่ ๕. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๗.

สุพัตรา สุภาพ. **สังคมและวัฒนธรรมไทย ค่านิยม ครอบครัว ศาสนา ประเพณี**. พิมพ์ครั้งที่ ๖. กรุงเทพมหานคร: บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, ๒๕๓๑.

สุวิทย์ ธีรศาศวัต. **ประวัติศาสตร์เศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านอีสาน ๒๔๘๘-๒๕๔๔**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สร้างสรรค์ จำกัด, ๒๕๔๖.

สำนักงานจังหวัดสุรินทร์. **มหัศจรรย์เมืองสุรินทร์**. สุรินทร์: โรงพิมพ์รุ่งธนเกียรติออฟเซ็ท, ๒๕๕๔.

อภิญญา เฟื่องฟูสกุล. **อัตลักษณ์ Identity การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด**. กรุงเทพมหานคร: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ, ๒๕๔๖.

อารีย์ นัยพินิจ และฐิรชญา มณีเนตร. **การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวหมู่บ้านบุไทรโฮมสเตย์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา.** ขอนแก่น : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ๒๕๔๕.

๒. บทความ

จักรกฤษณ์ เรืองเวช. “พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในศูนย์ศึกษาธรรมชาติและอนุรักษ์ป่าชายเลนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (จังหวัดชลบุรี)”, **วารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคม,** ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๑ (๒๕๕๐).

จุฑาภรณ์ หินซุย และ สถาพร มงคลศรีสวัสดิ์. “แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธ กรณีศึกษาวัดประชาคมวนารามอำเภอศรีสมเด็จ จังหวัดร้อยเอ็ด”, **วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ**. ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๑/๒๕๕๗.

จีรนันท์ ทองสมัคร. “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน”, **วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย**. ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๒ กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๕๖.

ณัฐภัณฑ์ พงษ์ณะเรศ นิภาพร กลิ่นระรื่น และ พิทักษ์ ศิริวงศ์. **“การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรสุมาลี ตำบลหนองหัวแรต อำเภอหนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา”,** สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจดัการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี, การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาครั้งที่ ๒ มหาวิทยาลยัราชภัฏมหาสารคาม ๒๕๖๐.

ดำเกิง โถทอง. “**กูยบ้านตรึมอัตลักษณ์และการดำรงอยู่ภายใต้กระแสโลกาภิวัฒน์**”, **สุรินทร์สโมสร.** ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๗ (ตุลาคม-ธันวาคม ๒๕๕๑).

พระสุธีรัตนบัณฑิต (อาภากโร) และ พระใบฎีกาสัญญา อภิวณฺโณ (สดประเสริฐ). “ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมของไทยและอาเซียน”, **วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์.** ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๕๙).

มาโนช พรหมปัญโญ และคณะ. “แนวทางการเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน”, **วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย**. ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๕๖).

รพีพรรณ จันทับ และ ลินจง โพชารี. “ปัจจัยด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง บ้านตากลาง จังหวัดสุรินทร์”, **WMS Journal of Management**. Walailak University Vol.๕ No.๑ (Jan – Apr ๒๐๑๖).

วงศ์ระวิทย์ น้อมนำทรัพย์ และ พยอม ธรรมบตุร. “ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาพุทธศาสนาจังหวัดนครปฐม”, **Valaya Alongkorn Review.** Vol. ๕ No. ๒ July-December ๒๐๑๕.

สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และปิยวัน เพชรหมี. “การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย : กรณีศึกษาผ้าทอลายโบราณ", **Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences).** ๒๐๑๗: ๑๐(๔).

สุริยวุฒิ สุขสวัสดิ์, ศาสตราจารย์ ดร. ม.ร.ว. "รูปทวารบาลสำริด : ประติมากรรมชิ้นเอกของปราสาทกำแพงใหญ่ = The bronze portal guardian masterpiece of Prasat Sa Khamphaeng Yai", **วารสารเมืองโบราณ.** ปีที่ ๑๕ ฉบับที่ ๔ (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๓๒).

๓. รายงานการวิจัย

กมลทิพย์ ประสิทธิ์นราพันธุ์. **“พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอุทยานแห่งชาติเอราวัณของนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดกาญจนบุรี”.** ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันราชภัฏสวนดุสิต, ๒๕๔๗.

กาญจนา เตรียมธนาโชค. “**การท่องเที่ยวสู่แดนพุทธภูมิตามหลักบุญกิริยาวัตถุ**”. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๐**.**

ทรงคุณ จันทจร พิสฏฐ์ บุญไชย และ ไพรัช ถิตย์ผาด. **คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้.** สถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ๒๕๕๒.

นุชนาฎ เชียงชัย. **“การใช้อัตลักษณ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง”.** หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๘.

ปวีณา ผาแสง และคณะ. **“การศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผ้าทอพื้นเมืองน่าน กรณีศึกษา : กลุ่มวิสาหกิจชมุชนบ้านเฮี้ย ตำบลศิลาแลง อำเภอปัว จังหวัดน่าน”.** วิทยาลัยชุมชนน่าน สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, ๒๕๖๐.

พระมหาสุทิตย์ อาภากโร และคณะ. **“รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดในกรุงเทพมหานคร”**. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๕๒.

พระสมุห์อนุรักษ์ ธีรสกฺโก (ช้างเมือง). **“การพัฒนาวัดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดสมุทรสาคร”.** ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงพุทธ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๔.

เพทาย บำรุงจิตต์ และคณะ. **“ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนาศิลปะและวัฒนธรรม จ.เชียงราย”.** สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) สำนักงานภาค, ๒๕๔๙.

พูนทรัพย์ สวนเมือง ตุลาพันธ์ และคณะ. **“รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์และร้อยเอ็ด”.** สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๔๔.

ศรัณยศ บุญไข่. **“พฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการบนเกาะช้าง จังหวัดตราด”.** สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๔๕.

สุจรรยา โชติ**ช่วง. “การศึกษาสภาพการพัฒนาอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิษณุโลก เขต ๑.** การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง”. สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยนเรศวร, ๒๕๕๔.

อภิรักษ์ ไพบูลย์. **“แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทวัด : กรณีศึกษา วัดใหม่ทุ่งคา ต. กำแพงเพชร อ.รัตภูมิ จ.สงขลา”.** มหาวิทยาลัยรังสิต, ๒๕๕๑.

อำคา แสงงาม. **“การศึกษาศักยภาพทรัพยากรและการจัดการทองเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยชุมชนเพื่อสงเสริมการทองเที่ยวในเขตทุ่งกุลาร้องไห้”.** ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ๒๕๕๓.

๔. สารนิเทศจากเวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web)

ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, < http://tourism-dan๑.blogspot.com/>, July ๒๐๑๘.

กลุ่มส่งเสริมศาสนาศิลปะและวัฒนธรรม สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์, “สรุปโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทางแสวงบุญในมิติทางศาสนา จังหวัดสุรินทร์ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๘”, <http://www.m-culture.go.th/surin/images/Book/Sawangboon. pdf>, สืบค้นเมื่อ ๖ ตุลาคม ๒๕๖๑.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานใหญ่), “ข้อมูลทั่วไปจังหวัดสุรินทร์”, <http://thai.tourismthailand.org/>, สืบค้นเมื่อ กันยายน ๒๕๖๑.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานใหญ่), **ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ (ข้อมูลและวีดีโอท่องเที่ยว),** <http://thai.tourismthailand.org/>

กิเรวดี ไวยวาสนา, **แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและกระบวนการทางการตลาด**, <http://www.elfms.ssru.ac.th/rewadeewa/file.php/๑/Media_IMC_๑-๖๐/Ch๑_marketing_concept.pdf >, July ๒๐๑๘.

นัทธนัย ประสานนาม, **เพศ ชาติพันธ์ และปัญหาเกียวกับอัตลักษณ์ในภาพยนตร์เรื่อง Touch of Pink,** ออนไลน์, ๒๕๕๐, http:// www.midnigthuniv.org. สืบค้นเมื่อ สิงหาคม ๒๕๖๑.

นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย, **กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**, บทความนำเสนอในการประชุมวิชาการระดับชาติ “มนุษยศาสตร์ในทศวรรษใหม่: พลวัตแห่งองค์ความรู้กับพหุลักษณ์ทางวัฒนธรรม” วันที่ ๑๘-๑๙ สิงหาคม ๒๕๕๔ ณ อาคารวชิรานุสรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, อ้างใน, <https://www.tci- thaijo.org/index.php/abc/article/download/๕๔๑๙๗/๔๔๙๘๗>,July>, ๒๐๑๘.

ผู้จัดการออนไลน์, “๘ พระเกจิดังจังหวัดสุรินทร์”, <http://www.manager.co.th/Local/ViewNews.aspx? NewsID=๙๕๘๐๐๐๐๐๖๒๘๗๗&Html=๑&#Vote>, สืบค้นเมื่อ ๓ มิถุนายน ๒๕๖๑.

พูนลาภ ทิพชาติโยธิน. **Value-Added Activities เพิ่มลูกค้าด้วยกิจกรรมเพิ่มมูลค่า,** ๒๕๕๓, หน้า ๘๗-๘๘, <http://๒๐๒.๑๘๓.๑๙๐.๒FTPiWebAdmin/knw_pworld/image_content/๘๕/๘๗-๘๙.pdf.>, สืบค้นเมื่อ มีนาคม ๒๕๖๑.

รำไพพรรณ แก้วสุริยะ, **หลักการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน,** ออนไลน์, เข้าถึงจาก <http://lib.ac.th./Article/tourism/๐๐๐๗.pdf.>, มิถุนายน ๒๐/๒๕๖๑.

๕. ภาษาอังกฤษ

Cohen, E. **Towards a sociology of International tourism**. Social research ๑๙ (๑), ๑๙๗๒.

David Harvey, **Globalization in Question**, <https://www.tandfonline.com/doi/abs/๑๐.๑๐๘๐/>, Pages ๓-๙ | Published online: ๐๕ Jan ๒๐๐๙.

Plog, Stanley. **Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity.** The cornell Hotel and Restaurant Administration. Vol.๑๔,๔: ๑๙๗๔.

S. Hall & P. du Gay, **The Turkish Online Journal of Educational Technology – TOJET January ๒๐๐๖ ISSN: ๑๓๐๓-๖๕๒๑ volume ๕ Issue ๑ Article ๕,** “Cultural Identity Crisis in the Age of Globalization and Technology”.

Simon Cooper, **Cases and Materials on Evidence**, Paperback – ๑ Jun ๑๙๙๔ : ๙๖ – ๙๘, <https://www.amazon.co.uk/Cases-Material/dp/๑๘๕๔๓๑๒๗๙๐/>.

Stuart Hall, **Culture, community, nation**, “Cultural studies”, Pages ๓๔๙-๓๖๓ | Published online: ๒๓ Aug ๒๐๐๖, <https://www.tandfonline.com/doi/abs/๑๐.๑๐๘๐/>.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก : เครื่องมือวิจัย
ภาคผนวก ข : หนังสือเชิญ/บันทึกข้อความ/รายชื่อผู้ให้ข้อมูล
ภาคผนวก ค : ภาพถ่ายการลงพื้นที่ดำเนินการวิจัย
ภาคผนวก ง : การรับรองการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์
ภาคผนวก จ : ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบจากงานวิจัย
(Output/Outcome/Impact)

ภาคผนวก ก
เครื่องมือวิจัย

แบบบันทึกเอกสาร

ชื่อผู้อ่านและ
บันทึก.....

เพื่อการวิจัย เรื่อง การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว ทางพระพุทธศาสนา จังหวัดสุรินทร์
(สำหรับบันทึกการค้นคว้าจากเอกสารและข้อมูลในพื้นที่ภาคสนาม)

ชื่อเอกสารที่บันทึก (ใส่บรรณานุกรม)

.....

.....

.....

เนื้อหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

(.....)

...../...../.....

แบบบันทึกการสังเกต

การวิจัย เรื่อง “การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว ทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์”

<u>ส่วนที่ ๑</u>

ชื่อสถานที่สังเกต.....

บ้าน.....หมู่ที่..... ตำบล.....

อำเภอ.....จังหวัด .....

<u>ส่วนที่ ๒</u> : การสังเกตสภาพทั่วไปเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา

ประเด็นการสังเกต ๗ ด้าน คือ ๑) ด้านศาสนสถาน ๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน ๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ ๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

รายการสังเกต	บันทึกการสังเกตเก็บข้อมูลภาคสนาม
๑) ด้านศาสนสถาน	
๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล	
๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน	

รายการสังเกต	บันทึกการสังเกตเก็บข้อมูลภาคสนาม
๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	
๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น	
๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	
๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	

ส่วนที่ ๓ : ข้อสังเกตของผู้บันทึกการสังเกตเพิ่มจากประเด็นการสังเกต (ถ้ามี).....
.....
.....

ชื่อผู้สังเกตและบันทึก.....วัน/เดือน/ปี...../...../.....

แบบสัมภาษณ์

การวิจัย เรื่อง “การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว ทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์”

(ใช้ในการบันทึกการสัมภาษณ์ และการบันทึกการสนทนากลุ่ม)

(**สัมภาษณ์กลุ่ม**: กลุ่มนักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญด้านพระพุทธศาสนา กลุ่มผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว กลุ่มฝ่ายปกครองหรือผู้ดูแลชุมชน กลุ่มปราชญ์ชุมชนหรือภูมิปัญญาชุมชน กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้อำนวยการโรงเรียนหรือผู้แทน กลุ่มนักการเมืองท้องถิ่นหรือผู้แทน กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้บริหารการท่องเที่ยว)

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ/นามสกุล ผู้ให้สัมภาษณ์.....ตำแหน่งหน้าที่.....

บ้าน.....หมู่ที่..... ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....

ตอนที่ ๒ ประเด็นการสัมภาษณ์

๒.๑ ด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ประเด็นในการสัมภาษณ์ ๗ ด้าน คือ ๑) ด้านศาสนสถาน ๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน ๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ ๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ดังนี้

๑) ด้านศาสนสถาน

.....

.....

๒) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล

.....

.....

๓) ด้านอาหารพื้นบ้าน

.....

.....

๔) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

.....

.....

๕) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น

.....

.....

๖) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

.....

.....

๗) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

.....

.....

๒.๒ ด้านการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว

ประเด็นการสัมภาษณ์ ๖ ประเด็น คือ ๑) การพัฒนาเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ ๒) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ๓) การพัฒนาความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ๔) การพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ๕) การพัฒนาช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรือออนไลน์ ๖) การพัฒนาเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว ดังนี้

๑) การพัฒนาเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ

.....

.....

๒) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

.....

.....

๓) การพัฒนาความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน

.....

.....

๔) การพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน

.....

.....

๕) การพัฒนาช่องทางตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในและนอกชุมชนหรือออนไลน์

.....

.....

๖) การพัฒนาเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว

.....

.....

๒.๓ ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยว

ประเด็นการสัมภาษณ์ ๘ ประเด็น คือ ๑) การตอบสนองรสนิยมหรือความต้องการของผู้บริโภค ๒) การเน้นตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ ๓) การจัดการทุนทางวัตถุดิบ ๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต ๕) การบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ ๖) การให้บริการ ๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ ๘) การเข้าถึงผู้บริโภค ดังนี้

๑) การตอบสนองรสนิยมหรือความต้องการของผู้บริโภค

.....

.....

๒) การเน้นตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ

.....

.....

๓) การจัดการทุนทางวัตถุดิบ

.....

.....

๔) กระบวนการหรือวิธีการผลิต

.....

.....

๕) การบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ

.....

.....

๖) การให้บริการ

.....

.....

๗) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์

.....

.....

๘) การเข้าถึงผู้บริโภค

.....

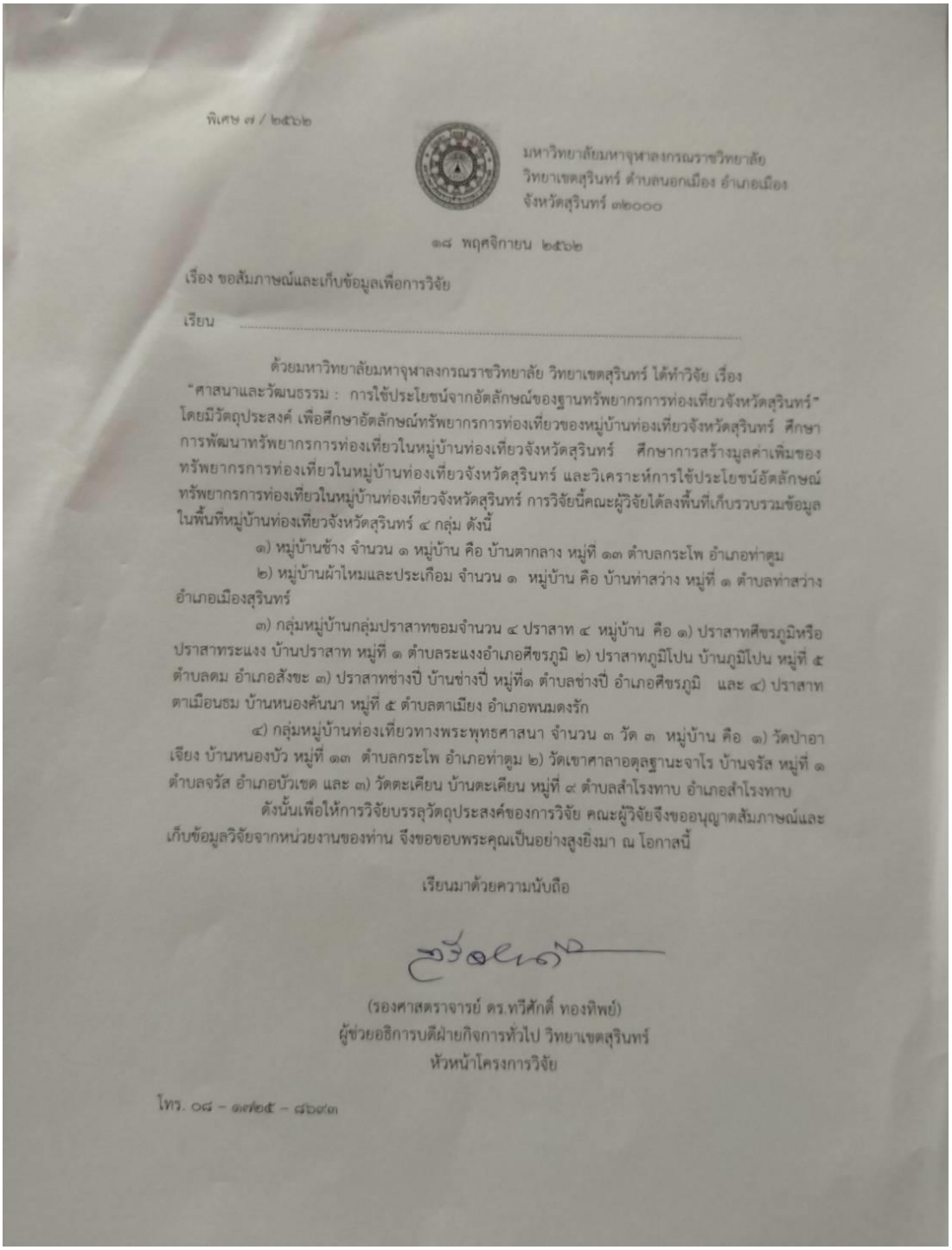
.....

(.....)

ผู้สัมภาษณ์

...../...../.....

ภาคผนวก ข
หนังสือเชิญ/บันทึกข้อความ/รายชื่อผู้ให้ข้อมูล



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 และวิเคราะห์การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ การวิจัยนี้คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่หมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ๔ กลุ่ม ดังนี้

๑) หมู่บ้านช้าง จำนวน ๑ หมู่บ้าน คือ บ้านตากลาง หมู่ที่ ๑๓ ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม

๒) หมู่บ้านผ้าไหมและประเกือม จำนวน ๑ หมู่บ้าน คือ บ้านท่าสว่าง หมู่ที่ ๑ ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์

๓) กลุ่มหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอมจำนวน ๔ ปราสาท ๔ หมู่บ้าน คือ ๑) ปราสาทศีขรภูมิหรือปราสาทระแงง บ้านปราสาท หมู่ที่ ๑ ตำบลระแงงอำเภอศีขรภูมิ ๒) ปราสาทภูมิโปน บ้านภูมิโปน หมู่ที่ ๕ ตำบลตม 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 - ๘๖๗๓

รายชื่อผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๗ กลุ่ม จำนวน ๒๔ รูป/คน ประกอบด้วย

๑) กลุ่มนักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญด้านพระพุทธศาสนา จำนวน ๙ คน ได้แก่ (๑) อาจารย์

ธงไชย 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 เจ้าอาวาสวัดที่เป็นสถานท่องเที่ยว จำนวน ๓ รูป

(๑) พระครูสมุห์หาญ ปญฺญาธโร เจ้าอาวาสวัดป่าอาเจียง (๒) พระครูอุปกัมวรคุณ เจ้าอาวาสวัดตะเคียน (๓) พระสุรกาญจน์ สุทธิดี พระติดตาม พระราชวิสุทธิมุนี (เยื้อน ขนฺติพโล) เจ้าอาวาสวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร

๓) กลุ่มฝ่ายปกครองหรือผู้ดูแลชุมชน จำนวน ๓ คน ได้แก่ (๑) นายสุรพงษ์ สุขคุ้ม ผู้ใหญ่บ้านตะเคียน (๒) นายธวัชชัย ศาลางาม ผู้ใหญ่บ้านหนองบัว (๓) นายอำพร ทองภู ผู้ใหญ่บ้านตาทิตย์

๔) กลุ่มปราชญ์ชุมชนหรือภูมิปัญญาชุมชน จำนวน ๓ คน (๑) นายสายฟ้า ศาลางาม

(๒) พ่อชื่น แสนดี (๓) นายสานิตย์ หาชา

๕) กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้อำนวยการโรงเรียนหรือผู้แทน จำนวน ๓ คน (๑) นางสาว

ศรีสุดา วรครุฑ (๒) นางวรรยา ยังมูล ผู้แทนครูโรงเรียนช้างบุญวิทยา (๓) นางสุรางค์ อยู่เพนียด ผู้แทน ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านตะเคียนกูยวิทยา

๖) กลุ่มนักการเมืองท้องถิ่นหรือผู้แทน จำนวน ๑ คน คือ นายศิริศักดิ์ ร่วมพัฒนา นายกองค์การบริหารส่วนตำบลกระโพ

๗) กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้บริหารการท่องเที่ยว จำนวน ๒ คน คือ (๑) นายอิสระ ศาตรา ตำแหน่ง รองผู้อานวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สานักงานสุรินทร์ ๓๕๕/๕-๖ ถนนเทศบาล ๑ ตาบลในเมือง อาเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ๓๒๐๐๐ (๒) นางณัฐกฤตา จันทร์กฤษ นักวิเคราะห์นโยบายและแผน ชานาญการ การท่องเที่ยว และกีฬา จังหวัดสุรินทร์ ตาบลในเมือง อาเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ๓๒๐๐๐

ภาคผนวก ค
ภาพถ่ายการลงพื้นที่ดำเนินการวิจัย

เต้าะแหลว
โชะขีล

พระกลางแจ้งองค์สูงใหญ่
พระไม่จำตะเคียนทองคำน้ำโชค
ต้นไม้ใบตกปากคลุมซุ่มเย็น
เจดีย์บรรจุอัฐิองค์เจ้าอาวาสองค์แต่ง
เป็นสถานที่บำเพ็ญบุญกุศลความดี
เจดีย์ใบสีบรรจุอัฐิโบราณมาศึกษา ๑๐๐ ปี
เป็นสถานที่ศึกษาเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น
อนุรักษ์นาฏศิลป์สืบสานพิธีกรรมท้องถิ่น

ภาคผนวก ง
การรับรองการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

๑. จัดโครงการ **“กิจกรรมเสริมหลักสูตรสิกขาจากริก”** นำนิสิตที่ศึกษาอยู่ในหลักสูตรระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และ คณาจารย์ในสาขาวิชาพระพุทธศาสนาสิกขาจาริกแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมในอีสานใต้

๒. ใช้จัดการเรียนการสอนรายวิชา ประวัติพระพุทธศาสนา พระพุทธศาสนาเถรวาท และพระพุทธศาสนามหายาน และวิชาที่สัมพันธ์ หลักสูตรปริญญาตรีและปริญญาโท ที่เปิดสอนใน มจร. วิทยาเขตสุรินทร์

ภาคผนวก จ
ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบจากงานวิจัย
(Output/Outcome/Impact)

ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบจากงานวิจัย (Output/Outcome/Impact)		
ผลผลิต (Output)	**ผลลัพธ์ (Outcome)**	**ผลกระทบ (Impact)**
●อัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์	●องค์ความรู้เกี่ยวกับฐานข้อมูลด้านอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรทางการท่องเที่ยววัดพระเกจิจังหวัดสุรินทร์	๑) สถาบันอุดมศึกษามหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ข้อมูลสารสนเทศในด้านชุดองค์ความรู้ อัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ เพื่อให้บริการวิชาการแก่สังคม ๒) คณะสงฆ์จังหวัดสุรินทร์ ได้ข้อมูลสารสนเทศในด้านชุดองค์ความรู้ อัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนวัดท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ ๓) วัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ องค์การปกครองจังหวัดสุรินทร์ และหน่วยงานภาคเอกชนในจังหวัดสุรินทร์ ได้ข้อมูลสารสนเทศในด้านชุดองค์ความรู้ อัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์เพื่อกำหนดนโยบายส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
●การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์	●องค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์	๑) สถาบันอุดมศึกษามหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ข้อมูลสารสนเทศในด้านชุดองค์ความรู้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ เพื่อให้บริการวิชาการแก่สังคม ๒) คณะสงฆ์จังหวัดสุรินทร์ ได้ข้อมูลสารสนเทศในด้านชุดองค์ความรู้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนวัดท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ ๓) วัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ องค์การปกครองจังหวัดสุรินทร์ และหน่วยงานภาคเอกชนในจังหวัดสุรินทร์ ได้ข้อมูลสารสนเทศในด้านชุดองค์ความรู้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ เพื่อกำหนดนโยบายส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบจากงานวิจัย (Output/Outcome/Impact)		
ผลผลิต (Output)	**ผลลัพธ์ (Outcome)**	**ผลกระทบ (Impact)**
●การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์	●องค์ความรู้ด้านวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์	๑) สถาบันอุดมศึกษามหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้ข้อมูลสารสนเทศในด้านชุดองค์ความรู้ด้านวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ เพื่อให้บริการวิชาการแก่สังคม ๒) คณะสงฆ์จังหวัดสุรินทร์ ได้ข้อมูลสารสนเทศในด้านชุดองค์ความรู้ด้านวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนวัดท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ ๓) วัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ องค์การปกครองจังหวัดสุรินทร์ และหน่วยงานภาคเอกชนในจังหวัดสุรินทร์ ได้ข้อมูลสารสนเทศในด้านชุดองค์ความรู้ด้านวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ เพื่อกำหนดนโยบายส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

ประวัติคณะผู้วิจัย

1. หัวหน้าโครงการวิจัย

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนู ศรีทอง, อาจารย์ประจำ
   ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Assistant Professor Dr.Thanoo Srithong, University Lecturer
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3 6003 00590 422
3. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำ
4. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์ หมู่ 8 (ห้วยเสนง) ตำบลนอกเมือง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 32000 โทรศัพท์ 044 142106 โทรสาร 044 142106 โทรศัพท์มือถือ 0899478822
   E-mail srithong_thanoo@yahoo.co.th
5. ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2531	ป.ธ. 5 สำนักเรียนวัดดาวดึงษาราม กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2535	พธ.บ.(อังกฤษ) มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยในพระบรมราชูปถัมภ์ วัดมหาธาตุ ท่าพระจันทร์ พระนคร กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2541	M.A. (English) Kurukshetra, India
พ.ศ. 2541	Post-Graduate Diploma (Journalism)
พ.ศ. 2545	ประกาศนียบัตรวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราช วิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์
พ.ศ. 2559	ปร.ด. (การบริหารการศึกษา)

6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ(แตกต่างจากวุฒิการศึกษา)ระบุสาขาวิชาการ
   -ไม่มี-

7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือ ผู้ร่วมวิจัยในแต่ละผลงานวิจัย

7.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย :

7.1.1 การท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมของอีสานใต้: ประวัติศาสตร์เส้นทาง และการเสริมสร้างเครือข่ายในประชาคมอาเซียน, ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย : ชื่อโครงการวิจัย

7.2.1 การศึกษาแนวทางพัฒนาสำนักพระปริยัติธรรมแผนกธรรมและแผนกบาลี ในเขตการปกครองคณะสงฆ์ภาค 11, ปีงบประมาณ พ.ศ. 2549

7.2.2 การศึกษาสภาพและเนื้อหาการเรียนการสอนพระปริยัติธรรมแผนกธรรม ในเขตการปกครองคณะสงฆ์ภาค 11, ปีงบประมาณ พ.ศ. 2551

7.2.3 รูปแบบการจัดการศึกษาเพื่อรองรับประชาคมอาเซียนของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ปีงบประมาณ พ.ศ. 2558

7.2.4 ภูมิศาสตร์วัฒนธรรม: ประวัติศาสตร์ เส้นทางการเผยแผ่พระพุทธศาสนา และหลักพุทธธรรมในสมัยอยุธยา, ปีงบประมาณ พ.ศ. 2559

7.2.5 การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จังหวัดสุรินทร์, ปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

7.3 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว : ชื่อผลงานวิจัย ปีที่พิมพ์ การเผยแพร่ และแหล่งทุน

7.3.1 ชื่อผลงานวิจัย: การศึกษาแนวทางพัฒนาสำนักพระปริยัติธรรมแผนกธรรมและแผนกบาลี ในเขตการปกครองคณะสงฆ์ภาค 11, ปีที่พิมพ์: พ.ศ. 2550, แหล่งทุน: สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

7.3.2 ชื่อผลงานวิจัย: การศึกษาสภาพและเนื้อหาการเรียนการสอนพระปริยัติธรรมแผนกธรรม ในเขตการปกครองคณะสงฆ์ภาค 11, ปีที่พิมพ์: พ.ศ. 2552, แหล่งทุน: สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

7.3.3 ชื่อผลงานวิจัย: รูปแบบการจัดการศึกษาเพื่อรองรับประชาคมอาเซียนของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ปีที่พิมพ์: พ.ศ. 2559, แหล่งทุน: สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

7.3.4 ชื่อผลงานวิจัย: ภูมิศาสตร์วัฒนธรรม: ประวัติศาสตร์ เส้นทางการเผยแผ่พระพุทธศาสนา และหลักพุทธธรรมในสมัยอยุธยา, ปีที่พิมพ์: พ.ศ. 2561, การเผยแพร่: Proceedings, the 1st National and International Symposium on Humanities and Social Sciences 2018, Buriram Rajabhat University, Thailand. แหล่งทุน: สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

7.4 งานวิจัยที่กำลังทำ : -ไม่มี-

7.5 ผู้ร่วมวิจัย

- พ.ศ. 2546 งานวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบการจัดระเบียบสังคมตามแนวพุทธศาสตร์
- พ.ศ. 2547 งานวิจัยเรื่อง การศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการขาดแคลนพระสงฆ์ในเขตชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์และบุรีรัมย์
- พ.ศ. 2549 งานวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางพัฒนาโรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา ในเขตการปกครองคณะสงฆ์ภาค 11
- พ.ศ. 2549 งานวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางพัฒนาสำนักปฏิบัติธรรมในเขตการปกครองคณะสงฆ์ภาค 11
- พ.ศ. 2550 งานวิจัยเรื่อง การฆ่าตัวตายในทัศนะพระพุทธศาสนา
- พ.ศ. 2551 งานวิจัยเรื่อง การใช้หลักพุทธศาสนาในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนพึ่งตนเองลุ่มแม่น้ำมูล อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์

2. ประวัติผู้ร่วมวิจัย

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บรรจง โสดาดี
(ภาษาอังกฤษ): Assistant Professor Banchong Sodadee

2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3 4601 01092 21 1

3. ตำแหน่งปัจจุบัน : อาจารย์ประจำสาขาวิชาพระพุทธศาสนาวิทยาเขตสุรินทร์

4. หน่วยงานที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์ ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ 32000, โทรศัพท์ 044142107, 08- 33748741, โทรสาร 0 –3351– 3604,
E-mail : banchongmcu_surin@hotmail.com

5. ประวัติการศึกษา

- พ.ศ. 2521 น.ธ. เอก สำนักเรียนวัดกลางกาฬสินธุ์
- พ.ศ.2527 โรงเรียนพุทธศาสตร์วิทยา วัดสุทธาวาส เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร
- พ.ศ. 2532 พธ.บ. (ปรัชญา) มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในพระบรมราชูปถัมภ์ กรุงเทพฯ
- พ.ศ. 2546 ศศ.ม. (ปรัชญา) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

6. วิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ

สาขาวิชาพระพุทธศาสนา

7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย

- พ.ศ. 2546 เป็นผู้ร่วมโครงการวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบการจัดระเบียบสังคมตามแนวพุทธศาสตร์
- พ.ศ. 2547 เป็นผู้ร่วมโครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการขาดแคลนพระสงฆ์ในเขตชายแดนไทย – กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์และบุรีรัมย์
- พ.ศ. 2549 เป็นหัวหน้าโครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางพัฒนาสำนักปฏิบัติธรรมในเขตการปกครองคณะสงฆ์ ภาค 11
- พ.ศ. 2549 เป็นผู้ร่วมโครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางพัฒนาโรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา ในเขตการปกครองคณะสงฆ์ ภาค 11
- พ.ศ. 2549 เป็นผู้ร่วมโครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางพัฒนาสำนักเรียนพระปริยัติธรรมแผนกธรรมและแผนกบาลี ในเขตการปกครองคณะสงฆ์ ภาค 11
- พ.ศ. 2550 เป็นผู้ร่วมโครงการวิจัยเรื่อง การฆ่าตัวตายในทัศนะของพระพุทธศาสนา
- พ.ศ. 2551 เป็นผู้ร่วมโครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาสภาพและเนื้อหาการเรียนการสอนพระปริยัติธรรมแผนกธรรมในเขตการปกครองคณะสงฆ์ ภาค 11
- พ.ศ. 2552 เป็นผู้ร่วมโครงการวิจัยเรื่อง การใช้หลักพระพุทธศาสนาในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนพึ่งตนเองลุ่มแม่น้ำมูล อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์
- พ.ศ. 2554 เป็นผู้ร่วมโครงการวิจัย เรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของชุมชนที่มีต่อโครงการพระสอนศีลธรรมในโรงเรียน จังหวัดสุรินทร์และบุรีรัมย์

- พ.ศ. 2555 เป็นผู้ร่วมโครงการวิจัย คุณค่าและอิทธิพลของกลุ่มปราสาทขอมที่มีต่อวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นจังหวัดสุรินทร์
- พ.ศ. 2555 เป็นหัวหน้าโครงการวิจัย เรื่อง การศึกษารูปแบบและคุณค่าของเหตุผลในการสอนธรรมของพระสงฆ์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีอิทธิพลต่อศรัทธาของประชาชน

3. ประวัติผู้ร่วมวิจัย

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) : พระครูปัญญาสุธรรมนิเทศก์
   (ภาษาอังกฤษ): PHRAKHRUPANYASUDHAMMANITED
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน ๓๔๐๑๕๐๐๓๓๙๙๕๕
3. ตำแหน่งปัจจุบัน : อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐศาสตรบัณฑิต วิทยาเขตสุรินทร์
4. หน่วยงานที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์ ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ 32000, โทรศัพท์ 044142107, 08- 33748741, โทรสาร 0 –3351– 3604, E-mail
5. **ประวัติการศึกษา**

- พ.ศ. 2541 พุทธศาสตรบัณฑิต (ครุศาสตร์ เอกการสอนสังคมศึกษา)
- พ.ศ. 2551 ศิปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

6. วิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ

สาขาวิชารัฐศาสตร์

6. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย -ไม่มี-

4. ประวัติผู้ร่วมวิจัย

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) พระครูวิริยปัญญาภิวัฒน์,ดร. อาจารย์ประจำ
   ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) DR. PHRAKRUWIRIYAPHANYAPHIWAT, University Lecturer
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3 3201 00879 54 5
3. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำ
4. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์ 305 หมู่ 8 บ้านโคกกระเพอ ตำบลนอกเมือง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 32000 โทรศัพท์ 044 142106 โทรสาร 044 142106 โทรศัพท์มือถือ 0819774952 E-mail tezer_129@hotmail.com
5. ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2530	น.ธ. เอก สำนักเรียนคณะจังหวัด จังหวัดสุรินทร์
พ.ศ. 2530	ประโยค ๑-๒ สำนักเรียน คณะจังหวัด จังหวัด สุรินทร์
พ.ศ. 2538	พธ.บ. สาขาวิชาการสอนสังคมศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
พ.ศ. 2548	กศ.ม. สาขาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
พ.ศ. 2558	ค.ด. สาขาหลักสูตรและการเรียนการสอน คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ(แตกต่างจากวุฒิการศึกษา)ระบุสาขาวิชาการ
   -ไม่มี-

7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือ ผู้ร่วมวิจัยในแต่ละผลงานวิจัย

7.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย :
-ไม่มี-

7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย : ชื่อโครงการวิจัย : -ไม่มี-

7.3 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว : ชื่อผลงานวิจัย ปีที่พิมพ์ การเผยแพร่ และแหล่งทุน

7.3.1 ชื่อผลงานวิจัย: ภูมิปัญญาท้องถิ่นในพิธีกรรมปันโจลมะม็วด อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ , ปีที่พิมพ์: พ.ศ.2561, แหล่งทุน: สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

7.4 งานวิจัยที่กำลังทำ : -ไม่มี-

7.5 ผู้ร่วมวิจัย : -ไม่มี-