

การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว
ทางพระพุทธศาสนา จังหวัดสุรินทร์
Identity Utilization of Buddhist Tourism Resource Bases
in Surin Province

ธนู ศรีทอง

บรรจง โสดาดี, พระครูปัญญาสุธรรมนิเทศก์,

พระครูวิริยปัญญาภิวังษ์

Thanoo Srithong

Banchong Sodadee, Phrakhrupanyasudhammanit ,

Phrakhruwiriyaphanyaphiwat

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์

Mahachulalongkornrajavidyalaya University Surin Campus, Thailand

พิสุทธ์พงศ์ เอ็นดู

Pisitpong Endoo

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

Rajamangala University of Technology Isan, Surin Campus

Corresponding Author, Email: promise_guy@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว และ 3) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ เป็นการวิจัยเชิงเอกสารและเชิงคุณภาพ ดำเนินการวิจัยโดยการศึกษาเอกสาร การสังเกต การสัมภาษณ์ และการประชุมกลุ่มย่อย กลุ่มตัวอย่างการวิจัยมีจำนวน 24 รูป/คน ใช้วิธีวิเคราะห์แบบบรรยาย

ผลการวิจัย พบว่า 1) อัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ จำแนกได้ 7 ด้าน คือ (1) ด้านศาสนสถาน (2) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล (3) ด้านอาหารพื้นบ้าน (4) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (5) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น (6) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (7) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ มี 6 แนวทาง ได้แก่ (1) การสร้างความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว (2) การจัดทำบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (3) การเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน (4) การสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพ (5) การจัดหาช่องทางตลาด (6) การอนุรักษ์เมนูอาหารท้องถิ่น

3) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ มี 8 แนวทาง ได้แก่ (1) การตอบสนองรสนิยมของผู้บริโภค (2) การเน้นตัวผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น (3) การจัดการทุนทางวัตถุดิบ (4) กระบวนการผลิต (5) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ (6) การให้บริการ (7) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ (8) การเข้าถึงผู้บริโภค

คำสำคัญ: การใช้ประโยชน์, อัตลักษณ์ฐานทรัพยากร, การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา

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 documents studying and field studying from **three** temples in Surin Province. The research instruments used were observation, interview, and group discussion from 24 key informants. **The summaries or summaries** and analysis were done by description. The findings were as follows; 1) Identity of Buddhist tourism resource bases in Surin province was a peculiar community way of life linked to Buddhism and cultures. It was divided into **seven** aspects, namely (1) religious places (2) sacred objects (3) local food (4) Local products (5) Local culture and traditions (6) Tourism activities (7) Tourist attractions; 2) There were **six** methods to develop tourist resource bases of the Buddhist tourist village in Surin Province namely, (1) creating uniqueness and interesting creative presentations (2) creating product forms or quality packaging, (3) getting

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) The methods of creating added values to the products of Buddhist tourism resource bases in Surin province were eight methods i.e. (1) responding to the tastes of consumers (2) emphasizing the distinctive products, (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.

Keywords: Utilization, Identity of Resource Bases, Buddhist Tourism

บทนำ

อัตลักษณ์ เป็นเครื่องหมายที่บอกความแตกต่างสำหรับในความหมายที่ใช้กันอยู่ทั่วไปนั้น หมายถึง กลุ่มของลักษณะการ (Traits) ที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของบุคคลหนึ่งบุคคลใดกับบุคคลอื่นๆ ทั้งหมด ในความหมายที่กว้างที่สุดนั้น คำนี้มีความหมายที่ค่อนข้างจะเหมือนกับความเป็นปัจเจกชน (Individuality) แต่ในทางปฏิบัติที่มีผู้นิยมใช้อย่างแพร่หลายนั้น หมายถึง กลุ่มของลักษณะการซึ่งมีความสำคัญทางสังคมและมีคุณลักษณะทางศีลธรรมเป็นประเด็นสำคัญ บุคคลอาจจะแบ่งออกได้ ตามอัตลักษณ์เป็น 3 ประเภท ประเภทแรก ได้แก่ บุคคลที่มีอัตลักษณ์ที่มั่นคง (Stable character) บุคคลประเภทนี้มีคุณสมบัติทางจิตที่แสดงพฤติกรรมออกมา โดยยึดหลักหรือกฎหมายเป็นแนวทาง ประเภทที่สองได้แก่ บุคคลที่มีอัตลักษณ์ที่เข้มแข็ง (Strong character) บุคคลประเภทนี้มีพฤติกรรมที่มุ่งจะกระทำอะไรให้บรรลุเป้าหมายไม่ว่าการกระทำนั้นจะยากลำบากเพียงใดก็ตาม ประเภท สุดท้าย ได้แก่ บุคคลที่มีอัตลักษณ์ที่ดี (Good character) บุคคลประเภทนี้จะแสดงพฤติกรรม โดยอาศัยแนวทางจริยธรรมและสังคมที่สม่ำเสมอและคำนึงถึงผลการกระทำของตนที่จะมีต่อผู้อื่นอย่างไรก็ตาม พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา อังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถานดูเหมือนจะให้ ความหมายของอัตลักษณ์ที่ครอบคลุมมากที่สุด โดยกล่าวว่าอัตลักษณ์หรือลักษณะภาพ หมายถึง 1) คุณภาพ ลักษณะการ คุณสมบัติหรือลักษณะซึ่งเป็นเครื่องแสดงให้เห็นถึงลักษณะที่สำคัญของบุคคลหนึ่งหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง 2) ในด้านที่เป็นคุณสมบัติทางศีลธรรม หมายถึง การจัดระเบียบลักษณะการทัศนคติและนิสัยให้เป็นไปตามมาตรฐานความประพฤติที่มุ่งประสงค์ 3) ระบบชีวิตของบุคคลหนึ่งซึ่งประกอบด้วย เหตุจูงใจ ทัศนคติ นิสัย อารมณ์ สะเทือนใจ

อุดมคติ และคุณค่าอันเป็นตัวกำหนดให้บุคคลเลือกทางปฏิบัติในสถานการณ์หนึ่งๆ ความหมายของลักษณะการ (Trait) คือ แบบอย่างพฤติกรรมหรือด้านอื่นของ บุคลิกภาพที่ค่อนข้างสม่ำเสมอและคงทนของบุคคล แบบอย่างพฤติกรรมนี้จะปรากฏให้เห็นได้ใน สถานการณ์ต่างๆ และอาจนำมาใช้เป็นเครื่องบอกความแตกต่างบุคลิกภาพหนึ่งจากบุคลิกภาพอื่น ตัวอย่างลักษณะการได้แก่ ความซื่อสัตย์สุจริต และความรุกราน เป็นต้น นอกจากนี้ Guildford ได้ แบ่งลักษณะการของบุคคลตามด้านต่างๆ ได้ 7 ด้านด้วยกัน กล่าวคือ ความสนใจ ความต้องการ ทักษะคติ ความถนัด อารมณ์นิสัย สรีระ และรูปร่างหรือโครงสร้างของร่างกาย (ตินปรัชญพุทธ, 2548: 389-390)

การจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมของภาคีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ทุกฝ่ายทั้งผู้ไปท่องเที่ยวและชุมชนที่ถูกรับรองท่องเที่ยว นอกจากนี้ การจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนยังเป็นการท่องเที่ยวในเชิงสร้างสรรค์ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และศิลปวัฒนธรรมของชุมชน แต่เป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนที่ถูกรับรองและผู้ไปท่องเที่ยวเอง ในด้านต่างๆ เช่น เศรษฐกิจ สุขภาพ ความรู้ และการมีส่วนร่วมเป็นต้น (พูนทรัพย์ สอนเมือง ตูลาพันธ์, 2546: 70) หลักการในการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ตามหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวโลก ไว้ดังนี้ 1) อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี หมายถึง มีวิธีการจัดการใช้ทรัพยากรทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ 2) ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นควบคู่กับการลดการก่อของเสียคือการร่วมกันวางแผนกับผู้ที่เกี่ยวข้อง 3) รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม 4) การประสานแผนการพัฒนากับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (องค์การบริหารส่วนตำบลหรือ เทศบาล) แผนพัฒนาของสำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาของกระทรวง ทบวง กรม ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ 5) นำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น โดยสรรหาความโดดเด่นของทรัพยากรในท้องถิ่น นำไปประชาสัมพันธ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเที่ยวเป็นการสร้างรายได้กระจายสู่ประชากรที่ประกอบการในท้องถิ่น 6) การมีส่วนร่วมการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท่องเที่ยวแบบองค์รวม โดยเข้าเป็นหน่วยงานร่วมจัดร่วมวิเคราะห์หรือร่วมแก้ปัญหา ร่วมส่งเสริมการขยายการท่องเที่ยว ร่วมประเมินผลการท่องเที่ยว 7) จัดประชุมและปรึกษาหารือกับผู้ที่เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกันเพื่อร่วมปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน 8) การพัฒนาบุคลากร คือ การให้ความรู้ การฝึกอบรม การส่งพนักงานดูงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดแนวคิดและวิธีการปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

9) การจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเพื่อเผยแพร่ซึ่งอาจจัดทำในรูปสื่อทัศนูปกรณ์รูปแบบต่าง ๆ 10) ประเมินผล ตรวจสอบ และวิจัยเพื่อนำมาปรับปรุงและแก้ไขการจัดการก่อให้เกิดการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ (จำไพพรรณ แก้วสุริยะ, 2557: 16)

ศาสนาเป็นเรื่องของความเชื่อความศรัทธา ศาสนาที่สำคัญของโลกส่วนใหญ่มักมีองค์ประกอบสำคัญ 6 ประการ คือ (1) ศาสดา คือ มีผู้ให้กำเนิดตั้งศาสนาขึ้นมา (2) ศาสนธรรม (3) ศาสนบุคคล (4) ศาสนสถาน (5) ศาสนพิธี (6) สิ่งศักดิ์สิทธิ์ (สุพัตรา สุภาพ, 2543: 107) การท่องเที่ยวในมิติทางด้านศาสนาของจังหวัดสุรินทร์ มีวัดสำคัญที่มีชื่อเสียงควรค่าแก่การท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) วัดบูรพาราม อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ 2) วัดศาลาลอย อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ 3) วัดเขาสวาย อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ 4) วัดเพชรบุรี ตำบลทุ่งมน อำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์ 5) วัดอินทราสุการาม (วัดหลวงปู่เจียม) ตำบลกระเทียม อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ 6) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร อำเภอบัวเขต จังหวัดสุรินทร์ 7) วัดพระพุทธบาทพนมดิน อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ 8) วัดโพธิ์ศรีธาตุ อำเภอรัตนบุรี จังหวัดสุรินทร์ 9) วัดป่าอานเจียง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ และ 10) วัดตะเคียน ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ด้วยเหตุนี้ กรมการศาสนาและสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์ กระทรวงวัฒนธรรม ตระหนักถึงภารกิจเร่งด่วนซึ่งเป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาลในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการโดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติศาสนาควบคู่ไปกับการสนับสนุนให้มีการพัฒนาจิตใจโดยผลักดันให้มีการนำทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยมาใช้ในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของประเทศบนฐานวัฒนธรรม ใช้ทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชน คือ ศาสนสถานของทุกศาสนา จึงได้กำหนดโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทางแสวงบุญในมิติทางศาสนา ปี 2558 ภายใต้โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันโดยมุ่งหวังให้เกิดการพัฒนาและจัดระบบการท่องเที่ยวภายในศาสนสถาน ให้เหมาะสมและมีการบริการที่มีประสิทธิภาพ สามารถสร้างความเชื่อมโยงศรัทธาให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ในฐานะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญของประเทศเป็นต้นแบบเส้นทางบุญที่มีชีวิต ที่เชื่อมโยงเส้นทางธรรมไปทุกภูมิภาคทั่วประเทศรองรับความต้องการของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่สามารถทำให้ประชาชนผู้ไปแสวงบุญได้น้อมระลึกถึงองค์พระศาสดาหรือพุทธานูภาพ ซึมซับถึงคุณค่าของศาสนาและน้อมนำหลักธรรมทางศาสนาไปปรับใช้ในชีวิตอันเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนาจิตใจให้ผ่องใสสงบสุข โดยผ่านการปฏิบัติบูชาอันเป็นการสืบทอดอายุของศาสนาให้ดำรงอยู่คู่สังคม

ไทย (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์, 2558: 25-26) นอกจากนั้น จังหวัดสุรินทร์ ยังมีวัดพระเกจิอาจารย์ชื่อเสียงเป็นจำนวนมาก โดยวัดพระเกจิที่สำคัญของจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย 1) วัดมงคลรัตน์ ตำบลคอโค อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ 2) วัดช้างหมอบหรือวัดมงคลคาราม ตำบลนางมุด อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ 3) วัดปทุมเมฆ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ 4) วัดโคกกรม ตำบลโคกกรม อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์ 5) วัดพัฒนารธรรม ตำบลบ้านด่านช่องจอม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ 6) วัดโพหนอง ตำบลบ้าน อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ 7) วัดบ้านขาม ตำบลบุแกรง อำเภอจอมพระ จังหวัดสุรินทร์ วัดพระ เกจิทั้งหลายดังกล่าว ได้มีบทบาทในด้านการอบรม สั่งสอน ชัดเกล้า และแนะแนวทางด้านวิถีชีวิตในทุกด้านให้ชาวจังหวัดสุรินทร์ได้แสดงออกถึงอัตลักษณ์ความเป็นพุทธศาสนิกชนจังหวัดสุรินทร์ที่มีความแตกต่างไปจากจังหวัดอื่น ๆ ของประเทศไทย (ผู้จัดการออนไลน์, 2561: 5)

จังหวัดสุรินทร์เป็นหนึ่งในจังหวัดชายแดนของภาคอีสานตอนล่าง หรือ “อีสานใต้” ที่นอกจากจะเต็มไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ อารยธรรม และศิลปวัฒนธรรมของหลากหลายชนชาติ โดยเฉพาะวัฒนธรรมขอมโบราณ ที่หล่อหลอมและผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรมไทยถิ่นอีสานจนมีความเป็นเอกลักษณ์และโดดเด่น มีเนื้อที่ประมาณ 8,124 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 5 ล้านไร่ เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 24 ของประเทศ ลักษณะพื้นที่ทางตอนใต้บริเวณที่ติดต่อกับราชอาณาจักรกัมพูชา เป็นป่าทึบและภูเขาสูงสลับซับซ้อน ถัดมาเป็นที่ราบสูงลูกคลื่นลอนลาด ตอนกลางของจังหวัดเป็นที่ราบลุ่มเป็นส่วนใหญ่ ทางตอนเหนือเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำ มีลำน้ำที่สำคัญ คือ แม่น้ำมูล ลำน้ำชี มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนาน จังหวัดหนึ่ง สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นเมื่อประมาณ 2,000 ปีก่อน ในยุคขอมเรืองอำนาจในภูมิภาคนี้ ต่อมาเมื่ออาณาจักรขอมเสื่อมอำนาจลง เมืองดังกล่าวก็ถูกทิ้งร้างไปเป็นเวลานานจนกระทั่งราวปี พ.ศ. 2260 ในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย ชาวพื้นเมืองของเมืองอัตปือแสนแป แคว้นจำปาศักดิ์ ซึ่งในขณะนั้นเป็นดินแดนของไทย ที่เรียกตัวเองว่า “ส่วย” หรือ “กวย” หรือ “กวย” ได้พากันอพยพข้ามลำน้ำโขงมาตั้งชุมชนที่เมืองต่างๆ ในแถบภูมิภาคนี้ ต่อมาในปี พ.ศ. 2306 หลวงสุรินทรภักดี (เสียงปุม) หัวหน้าหมู่บ้านเมืองที่ ได้ย้ายหมู่บ้านมาตั้งอยู่ที่บริเวณบ้านคูประทาย ซึ่งเป็นที่ตั้งเมืองสุรินทร์ในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นบริเวณที่มีชัยภูมิเหมาะสม มีกำแพงค่ายคูล้อมรอบ 2 ชั้น และมีแหล่งน้ำอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การประกอบอาชีพและอยู่อาศัย ต่อมาพระเจ้าอยู่หัวพระที่นั่งสุริยามรินทร์โปรดเกล้าฯ ให้ยกฐานะขึ้นเป็น “เมืองประทายสมันต์” และหลวงสุรินทรภักดีได้เลื่อนบรรดาศักดิ์เป็นพระสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวาง เป็นเจ้าเมืองปกครองเมืองประทายสมันต์ในปี พ.ศ. 2329 พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1 ได้

ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้เปลี่ยนชื่อ “เมืองประทายสมันต์” เป็น “เมืองสุรินทร์” ตามสร้อยบรรดาศักดิ์ของเจ้าเมืองในขณะนั้น เมืองสุรินทร์มีเจ้าเมืองปกครองสืบเชื้อสายกันมารวม 11 คน จนถึงปี พ.ศ. 2451 มีการเปลี่ยนแปลงระบบบริหารราชการแผ่นดินเป็นแบบมณฑลเทศาภิบาล “เมืองสุรินทร์” จึงเปลี่ยนเป็น “จังหวัดสุรินทร์” และมีการแต่งตั้งพระกรุงศรีบุรีรักษ์ (สุข สุมานนท์) มาดำรงตำแหน่งเป็นข้าหลวงประจำจังหวัดหรือผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นคนแรก ปัจจุบันจังหวัดสุรินทร์แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 18 อำเภอ มีคำขวัญประจำจังหวัดที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดโดยรวมว่า “สุรินทร์ถิ่นช้างใหญ่ ผ้าไหมงาม ประคำสวย ร่ำรวยปราสาท ผักกาดหวาน ข้าวสารหอม งามพร้อมวัฒนธรรม” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานใหญ่), 2561: 10)

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นที่ประชากรไทยจะต้องศึกษา ทำความเข้าใจเพื่อให้เห็นคุณค่าของการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ทั้งในแง่การศึกษาอัตลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ และการสร้างมูลค่าเพิ่มของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยววัดพระเกจิจังหวัดสุรินทร์ตั้งนั้น คณะผู้วิจัย จึงสนใจที่จะศึกษาวิจัย เรื่องการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์
- 2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์
- 3) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นรูปแบบการวิจัยเชิงเอกสาร และการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต แบบสัมภาษณ์ เก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 7 กลุ่ม ในจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ (1) กลุ่มนักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญด้านพระพุทธศาสนา (2) กลุ่มผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว (3) กลุ่มฝ่ายปกครองหรือผู้ดูแลชุมชน (4) กลุ่มประชาชน

ชุมชนหรือภูมิปัญญาชุมชน (5) กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้อำนวยการโรงเรียนหรือผู้แทน (6) กลุ่มนักการเมืองท้องถิ่นหรือผู้แทน (7) กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้บริหารการท่องเที่ยว รวมทั้งสิ้นจำนวน 24 รูป/คน ใน 3 พื้นที่ ได้แก่ วัดป่าอาเจียง อำเภอท่าตูม วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร อำเภอท่าตูม และ วัดตะเคียน อำเภอสำโรงทาบ ดังนี้

1. การวิจัยเชิงเอกสาร เป็นการศึกษาและรวบรวมข้อมูลในประเด็นที่มาจากแนวคิด

ความหมาย หลักการสำคัญ ประเภท วิธีการ และการประยุกต์ใช้จากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้อง หนังสือ บทความในวารสาร รายงานการวิจัย และสื่อจากอินเทอร์เน็ต

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการลงพื้นที่และเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม เพื่อสังเกต สัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม มีขั้นตอน ดังนี้

2.1 การสังเกต (Observation) คณะผู้วิจัยลงพื้นที่สังเกตในประเด็นเกี่ยวกับสภาพทั่วไปด้านอัตลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาของในวัดที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน 3 วัด ได้แก่ (1) วัดป่าอาเจียง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ (2) วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ตำบลจรัส อำเภอบัวเชด จ.สุรินทร์ (3) วัดตะเคียน ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

2.2 การสัมภาษณ์ (Interview) คณะผู้วิจัยลงพื้นที่สัมภาษณ์กับกลุ่มบุคคล 7 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มนักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญด้านพระพุทธศาสนา (2) กลุ่มผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว (3) กลุ่มฝ่ายปกครองหรือผู้ดูแลชุมชน (4) กลุ่มปราชญ์ชุมชนหรือภูมิปัญญาชุมชน (5) กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้อำนวยการโรงเรียนหรือผู้แทน (6) กลุ่มนักการเมืองท้องถิ่นหรือผู้แทน (7) กลุ่มข้าราชการที่เป็นผู้บริหารการท่องเที่ยว รวมทั้งสิ้นจำนวน 24 รูป/คน โดยสัมภาษณ์ในประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว และการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยว

2.3 การสนทนากลุ่ม (Group Discussion) คณะผู้วิจัย ได้ลงพื้นที่เพื่อจัดทำกรสนทนากลุ่มในประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว และการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยได้จัดทำกรสนทนากลุ่มกับตัวแทนของกลุ่มบุคคล 7 กลุ่ม ซึ่งจัดขึ้น ณ วัดป่าอาเจียง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จังหวัดสุรินทร์” สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1) อัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ มีความเป็นลักษณะเฉพาะแสดงถึงวิถีชีวิตที่มีความเชื่อมโยงกับพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม สรุปผลการวิจัยได้ 7 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านศาสนสถาน 2) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล 3) ด้านอาหารพื้นบ้าน 4) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น 5) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น 6) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ 7) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ดังนี้

1.1 ด้านศาสนสถาน ประกอบด้วย (1) สุสานช้าง เป็นที่รวบรวมกระดูกช้างที่ล้มตายลงจากสถานที่ต่าง ๆ ฝังไว้เป็นหลุม ๆ ในสุสานแห่งนี้เพื่อเป็นการยกย่องและเชิดชูเกียรติช้างไทย ลักษณะการสร้างสุสานช้างแต่ละหลุมเป็นการออกแบบให้คล้ายกับหมวกนักรบทหารโบราณ ที่ปลายยอดของหมวกแหลมเป็นรูปดอกบัว พร้อมเขียนระบุชื่อของช้างตัวที่ล้มตายไว้ในแต่ละหลุม โดยวางเป็นแถวเรียงรายดูเป็นระเบียบสวยงาม เป็นสุสานช้างที่ใหญ่ที่สุดในโลก (2) ศาลาเอราวัณ จัดสร้างขึ้นที่วัดป่าอาเจียงโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้เรื่องราวของช้างที่มีอยู่ในหลักคำสอนของพระพุทธศาสนาและเรื่องราวของช้างในจังหวัดสุรินทร์ (3) ศาลปะกำ เป็นเสมือนทิวาลัยซึ่งเป็นที่สังคีตวิญญานบรรพบุรุษและผีปะกำตามความเชื่อของชาวกูย (4) ศาลานิทศการทางศิลปวัฒนธรรมของวัดอาเจียง (5) ประตู่โขงวัดตะเคียน (6) พระองค์ใหญ่ประดิษฐานอยู่ภายในบริเวณวัดอยู่กลางแจ้งให้คนในชุมชนสักการบูชา (7) พิพิธภัณฑชาวกูย เป็นสถานที่จัดแสดงสิ่งของเครื่องใช้ เครื่องแต่งกายของชาวกูย (8) เจดีย์ไม้โบราณ มีอายุมากกว่า 200 ปี ตัวเจดีย์มีลักษณะเหมือนต้นเสาที่ทำรั้วล้อมวัดหนาม ตรงตัวของเสาเจดีย์ไม้มีการเจาะเป็นโพรงเพื่อเก็บอัฐิของผู้ตาย (9) ศาลปู่ตา “หลวงอุดม” เป็นศาลประจำหมู่บ้านเพื่อการสักการะของชาวบ้านตามความเชื่อที่มีมาแต่โบราณ (10) พระสิวลีทำจากไม้กลายเป็นหิน (11) ซุ้มประตูทางเข้าวัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร ด้านบนของประตูทำเป็นคานขนาดใหญ่มีพระพุทธรูปปางสมาธิองค์ใหญ่ตรงกลาง มีพยานาคขนาดใหญ่สองตัวพันรอบคานแผ่แม่เบี้ยขนาดใหญ่อยู่ซ้ายและทางขวาของพระพุทธรูป ช่องทางเดินภายในตัวพยานาคให้นักท่องเที่ยวเดินเข้าไปภายในมีไฟประดับสวยงามให้แสงสว่างมองเห็นทางเดินตลอดเส้นทาง (12) รอยพระพุทธบาทจำลอง (13) หน้าผาพระหรือผาลานนาคปรก มีพระพุทธรูปและเทวรูปตลอดทั้งรูปเคารพต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้กราบไหว้ขอพรและชมวิวทิวทัศน์ของภูเขาที่สวยงาม (14) เจดีย์น้ำซับ สร้างไว้ในป่าลึกภายในขุนเขาศาลา

1.2 ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล ประกอบด้วย (1) วัตถุมงคลประเภทหิ้งข้าง กระดุกข้าง และพินข้าง (2) วัตถุมงคลประเภทหิ้งข้าง (3) วัตถุมงคลประเภทเครื่องมือควาญข้าง เช่น ตะขอข้าง มีดควาญข้าง (4) วัตถุมงคลประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก เช่น ตุ๊กตาข้าง มีดควาญข้าง (5) วัตถุมงคลประเภทสร้างติดไว้กับศาสนสถาน เช่น พระพุทธรูปสร้างจากไม้ตะเคียนโบราณ (6) วัตถุมงคลประเภทมิได้สร้างติดไว้กับศาสนสถาน เช่น พระผางหลวงพ่อตะเคียนทอง ประคำ (7) รูปเหมือนหลวงปู่ดูลย์ อตุโล

1.3 ด้านอาหารพื้นบ้าน มีอาหารที่เป็นเอกลักษณ์พื้นบ้านที่สำคัญ ประกอบด้วย (1) ซันลอร์แจ็กหรือแกงกล้วย (2) ปลาหยอนทอดกรอบ (3) แกงไก่ใส่หยวกกล้วย (4) น้ำพริกมะดัน (5) ละแวร้กะตมหรือแกงมะละกอใส่ปูนา (6) แกงปูใส่เผือก

1.4 ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ประกอบด้วย (1) ประเภทเครื่องประดับ เช่น กำไลพินข้าง กำไลหิ้งข้าง แหวนข้าง แหวนกระดุกพินข้าง สร้อยกระดุกสัตว์ ตุ๊กตาขาวกวย เข็มกลัดติดหน้าอก ที่มีดคมจากผ้าไหม สร้อยวั้นเปราะหอม (2) ประเภทของของที่ระลึก เช่น ตะขอข้าง พวงกุญแจหิ้งข้าง กรอบรูปตะขอข้าง (3) ประเภทเครื่องนุ่งห่ม เช่น เสื้อยืดสกรีนเกี่ยวกับรูปข้าง ผ้าแพรอัตลักษณ์หมู่บ้านข้าง ผ้าไหมพื้นเมือง เสื้อแขวน หัวซิ่น ตีนซิ่นและแถบซิ่น (4) ประเภทอาหารและยาสมุนไพร เช่น ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ข้าวเหนียวแปรรูปเป็นข้าวฮางสมุนไพรไล่ยุงตะไคร้หอม สบู่หอมสมุนไพร ลูกประคบทำจากสมุนไพรในท้องถิ่น

1.5 ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ประกอบด้วย (1) วัฒนธรรมการเลี้ยงช้าง (2) ประเพณีเช่นผีปะกำ (3) ประเพณีแห่นาคบนหลังช้าง (4) ประเพณีแกลมอ (5) การแต่งกายด้วยผ้าซิ่นไหมลายพื้นบ้าน เสื้อแขวนกระบอกแบบขาวกวย (6) ประเพณีการบายศรีสู่ขวัญ (7) ประเพณีรำมะมวด

1.6 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย (1) กิจกรรมการแสดงข้าง (2) กิจกรรมการนั่งข้างท่องเที่ยว (3) กิจกรรมฝึกหัดควาญข้าง (4) กิจกรรมปั่นจักรยานชมวิวน้ำบ้านข้าง (5) กิจกรรมชมข้างอาบน้ำที่ “วังทะเล” (6) ชมตลาดสายใยชุมชนวิถีคนกวย (7) พิธีเส้นไหว้ศาลปู่ตา (8) ดูเจดีย์ไม้โบราณ อายุกว่า 200 ปี (9) ไหว้พระไม้ตะเคียนทองผ่องโชค (10) ชมพิพิธภัณฑ์ศูนย์เรียนรู้ วิถีกวย (11) ชมฐานบั้งไฟไม้โบราณ (12) ชมการรำแกลมอ (หมอรำกวย) (13) กิจกรรมนั่งชาเล้งชมภูมิทัศน์อากาศสดชื่นและเล่นตีโป่งในน้ำ (14) กิจกรรมเที่ยวชมอ่างเก็บน้ำบ้านจรัส (15) เที่ยวชมน้ำตกไตรคีรี (16) ไหว้พระที่วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร (17) ปั่นจักรยานชมธรรมชาติรอบหมู่บ้าน (18) กิจกรรมชมศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิต

1.7 ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วย (1) ศูนย์ศึกษา (2) พิพิธภัณฑ์ข้าง (3) คชอาณาจักร (4) สุสานข้าง (5) วังทะเล (6) ไม้ตะเคียนโบราณ (7) ฐานการเรียนรู้เกี่ยว

กับวิถีชีวิตที่หลากหลาย (8) อ่างเก็บน้ำบ้านจรัส (9) น้ำตกไตรศิริที่วัดเขาศาลาอตุลฐานะจาโร (10) ชุมประตู่ทางพญานาควัดเขาศาลา (11) เจดีย์รอยพระพุทธรูปจำลอง (12) รูปปั้นหลวงปู่ดูลย์ อตุโล (13) เจดีย์น้ำซับ (14) ฐานเรียนรู้เกษตรยุคใหม่ตามศาสตร์พระราชา

2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธ

ศาสนาจังหวัดสุรินทร์ สรุปผลการวิจัยได้ 6 ประเด็น ได้แก่ 1) การสร้างหรือนำเสนอเอกลักษณ์เฉพาะตัว 2) การจัดทำรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ 3) การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน 4) การสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน 5) การจัดหาช่องทางตลาดของผลิตภัณฑ์ 6) การอนุรักษ์เมนูอาหารท้องถิ่น ดังนี้

2.1 การสร้างหรือนำเสนอเอกลักษณ์เฉพาะตัว ประกอบด้วย (1) ภาษาถ้อยและวิถีชีวิตของชุมชนชาวกูย (2) การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเรื่องราวของ “ข้าง” เช่น ศูนย์ศึกษา พิพิธภัณฑสถาน ข้าราชการ สุสานข้าง วังทะเล (3) การสร้างคำขวัญ “ผลิตภัณฑ์เครื่องชื่อ ฝีมือชาวกูย” (4) นำเสนอชุมชนชาวกูย (ชาวส่วย) (5) เรื่องราวเกี่ยวกับอ่างเก็บน้ำบ้านจรัส (6) เรื่องราวเกี่ยวกับเจดีย์ รอยพระพุทธรูปจำลอง รูปเหมือนหลวงปู่ดูลย์ อตุโล

2.2 การจัดทำรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ประกอบด้วย (1) การสร้างรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายรูปแบบ (2) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพและสวยงาม เช่น กล่องบรรจุภัณฑ์ที่ชื่อว่า “คองกูย ผลิตภัณฑ์เครื่องชื่อ ฝีมือชาวกูย หรือ KONGKUIW สำโรงทาบ เมืองราบลุ่ม ชุมขึ้นผืนนากว้างใหญ่ ภาคภูมิใจผ้าไหมย้อมมะเกลือ งดงามเหลือรำแกลมอ” (3) กล่องบรรจุภัณฑ์เกี่ยวกับกระเป๋าไหมพรหมถัก สบู่หอมสมุนไพร ลูกประคบ ยาหม่อง พวงกุญแจ ผ้าไหม ผ้าฝ้ายทอมือ ข้าวหอมมะลิซ้อมมือ และอาหารแปรรูป เช่น ก๋วยเตี๋ยว ปลาแดดเดียว

2.3 การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ประกอบด้วย (1) ความพร้อมของ “ข้างหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดจากข้าง” เช่น ชื่อของหมู่บ้านข้าง สุสานข้าง ข้าราชการ และศูนย์ศึกษา เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวตั้งแต่ระดับชาติ นานาชาติ จนถึงระดับโลก (2) การได้รับรางวัลในระดับต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น กรอบรูปตะขอข้างไม้แก่นขาม ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ระดับสี่ดาวประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2562 ชุดเครื่องประดับจากกระดุกสัตว์ ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ระดับสามดาว และได้รับใบประกาศนียบัตรประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2562 2) วัดตะเคียน

มีการพัฒนาความร่วมมือเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ประกอบด้วย (3) ความร่วมมือเข้าสู่การรับรองมาตรฐานในระดับจังหวัดเกี่ยวกับ “วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล” ของกลุ่มชาติพันธุ์เขมร กูย และลาว (4) ความพร้อมด้านผลิตภัณฑ์ของชุมชนประเภทอื่น ๆ จำนวน 5 ชนิด คือ เสื้อแขว ผ้าเส้นมัดหมี่ ดินสั่น ผ้าทางกระรอก กระเป่า (5) ความร่วมมือเข้าสู่การรับรองมาตรฐานเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของวัดเขาศาลาในระดับจังหวัด

2.4 การสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน ประกอบด้วย (1) ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับทางช้าง (2) ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องมือควายช้าง (3) ผลิตภัณฑ์ประเภทของชำร่วย ของประดับตกแต่งรถและบ้าน ส่วนผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดุกช้าง และพินช้าง ไม่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณเท่าเดิมได้เนื่องจากปัจจุบันมีกฎหมายว่าด้วยการค้าระหว่างประเทศซึ่งมีข้อห้ามเกี่ยวกับการค้าชนิดสัตว์ป่าและพืชป่าที่ใกล้สูญพันธุ์ (CITES) (4) ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องนุ่งห่ม (5) ผลิตภัณฑ์ประเภทศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคลประเภทพระเครื่อง

2.5 การจัดหาช่องทางตลาดของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย (1) การนำเสนอโดยใช้สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ในคู่มือชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สุรินทร์ ในหัวข้อ เส้นทางวิถีสายคนกับช้าง (2) การนำเสนอโดยใช้สื่อแผ่นพับ บ้านหนองบัว รวมทั้งมีการนำเสนอในสื่อออนไลน์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ (3) การออกร้าน (4) การจัดนิทรรศการในงานเทศกาลประจำปี (5) การจัดตั้งสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (6) การนำเสนอผ่านยูทูบ

2.6 การอนุรักษ์เมนูอาหารท้องถิ่น (1) การรักษามาตรฐานทั้งในด้านรสชาติและสุขอนามัย (2) การรักษาความเป็นอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น (3) การพัฒนาเมนูอาหารท้องถิ่น

3) การสร้างมูลค่าเพิ่มฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ มีผลการวิเคราะห์สรุปได้ 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ (1) ประเด็นคุณค่าฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา และ (2) ประเด็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ดังนี้

3.1 คุณค่าฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา มี 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การนำไปใช้ประโยชน์ทางด้านจิตใจ และการนำไปใช้ประโยชน์ทางปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต 2) คุณค่าด้านการบริการ ได้แก่ การตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว การติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และความสามารถในการให้บริการนักท่องเที่ยว 3) คุณค่าด้านผู้ผลิต เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว

เที่ยวเองซึ่งเกิดจากการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว 4) คุณค่าด้านภาพลักษณ์ เป็นคุณค่าด้านความรู้สึกที่ดี ความประทับใจ และความชอบใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

3.2 การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ มีผลสรุปแนวทางการสร้าง 8 แนวทาง ประกอบด้วย (1) การตอบสนองความต้องการหรือรสนิยมของผู้บริโภค (2) การเน้นตัวผลิตภัณฑ์หรือสิ่งที่เป็นที่โดดเด่น (3) การจัดการทุนทางวัฒนธรรม (4) กระบวนการหรือวิธีการผลิต (5) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ (6) การให้บริการ (7) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ (8) การเข้าถึงผู้บริโภค

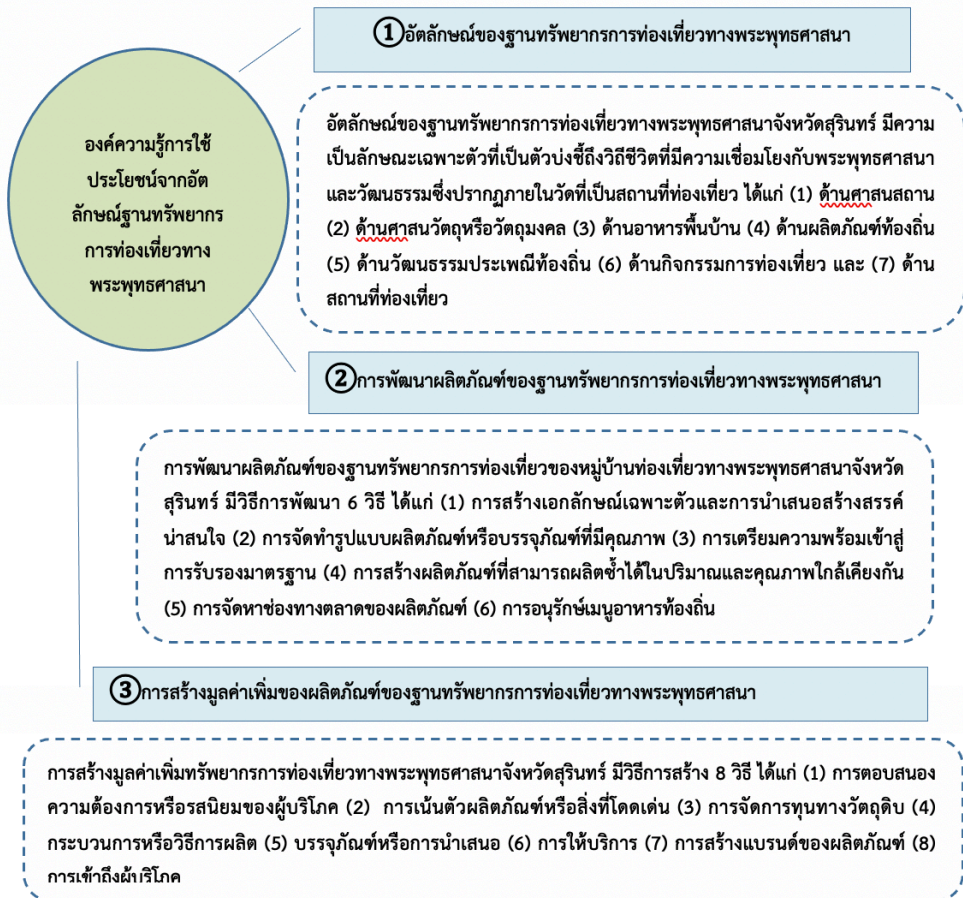
อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จังหวัดสุรินทร์ คณะผู้วิจัยสามารถอภิปรายผล ได้ว่า ประเด็นด้านอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งสรุปได้ 7 ด้าน กล่าวคือ (1) ด้านศาสนสถาน (2) ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล (3) ด้านอาหารพื้นบ้าน (4) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (5) ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น (6) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ (7) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ อภิญญา เฟื่องฟูสกุล ที่กล่าวว่า ทฤษฎีอัตลักษณ์ เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคมที่มุ่งอธิบายพฤติกรรมตามบทบาทของบุคคล ทฤษฎีอัตลักษณ์มีความเป็นมาและมีหลักการของทฤษฎี โดยอาศัยกรอบแนวคิดตามบริบททางสังคมวิทยายบนพื้นฐานทัศนภาพโครงสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์นิยม มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายพฤติกรรมทางเลือกแสดงบทบาทซึ่งเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ระหว่าง “สังคม” และ “ตัวตน” ของบุคคลโดยมี “โครงสร้างทางสังคม” และ “การปฏิสัมพันธ์ ทางสังคม” เป็นตัวกำหนดหรือควบคุมการแสดงพฤติกรรมของบุคคล ทฤษฎีนี้อาศัยข้อตกลงเบื้องต้นตามกรอบแนวคิดปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์นิยม 4 ประการ ดังนี้ (1) มนุษย์เป็นทั้งผู้กระทำและผู้ตอบสนองต่อการกระทำ (2) การกระทำและการตอบสนองขึ้นอยู่กับ การให้ความหมายหรือตีความสถานการณ์นั้นๆ (3) ความหมายที่บุคคลสร้างมโนภาพแห่งตน เป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเป็นผู้กระทำหรือผู้ตอบสนองการกระทำ (4) มโนภาพแห่งตนขึ้นอยู่กับ การมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ และการตอบสนองการกระทำที่คนอื่นมีต่อตน (อภิญญา เฟื่องฟูสกุล, 2546: 64-67) ในประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งผล

การวิจัยสรุปเป็น 6 วิธีการ กล่าวคือ (1) การพัฒนาเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ (2) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (3) การพัฒนาความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน (4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน (5) การพัฒนาช่องทางตลาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายในและนอกชุมชนหรือออนไลน์ (6) การพัฒนาเมนูอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ เต็ดชาย ช่วยบำรุง ที่ว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม มีองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ (1) สิ่งดึงดูดใจ แหล่งท่องเที่ยวควรมีสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวหรือมีลักษณะชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว (2) สิ่งอำนวยความสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว (3) การเข้าถึง มีเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกสบาย เนื่องการคมนาคมขนส่งที่สะดวกสบายเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการเลือกสถานที่เที่ยวของนักท่องเที่ยว เพราะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยววันนั้น ๆ ได้อย่างสะดวก ปลอดภัย และรวดเร็ว ไม่ว่าจะเดินทางโดยเส้นทางบกด้วยรถยนต์มีสถานีขนส่งผู้โดยสารหรือรถไฟ ทางน้ำ มีเรือ มีท่าเทียบเรือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ หรือทางอากาศ มีท่าอากาศยานที่ทันสมัย มีสนามบินเข้าออกมาก ระเบียบการให้บริการเข้าออกสะดวกสบาย ไม่เป็นอุปสรรคกับการเดินทางท่องเที่ยวและมีความยืดหยุ่นมากขึ้น (4) กิจกรรม สถานที่ท่องเที่ยวมีกิจกรรมท่องเที่ยวหลากหลายและกิจกรรมเหล่านั้นสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ในระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นสามารถเข้าร่วมในกิจกรรมเหล่านั้นได้อย่างสะดวกสบาย (5) การบริการเสริมทางการท่องเที่ยว เป็นบริการเพิ่มเติมให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ โดยอาศัยอินเทอร์เน็ต สถานที่ให้บริการโทรศัพท์ โรงพยาบาล ธนาคาร ไปรษณีย์ ห้องน้ำสาธารณะในสถานที่ท่องเที่ยว รถรับส่ง เป็นต้น หน่วยงานที่รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยวต้องดำเนินการจัดให้มีสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวให้ได้รับบริการเสริมทางการท่องเที่ยวที่ดีซึ่งจะทำให้เกิดความรู้สึกประทับใจ (เต็ดชาย ช่วยบำรุง, 2551: 11) และสอดคล้องกับแนวคิดของ มนัส สุวรรณ และคณะ ที่ว่า หลักการในการจัดการการท่องเที่ยวโดยพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายจะต้องพิจารณาระบบย่อยและองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบและความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวไปด้วย ได้แก่ 1) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว 2) การบริการการท่องเที่ยว ได้แก่ การให้บริการเพื่อ

การท่องเที่ยวที่มีพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ 3) การตลาดท่องเที่ยว โดยเป็นส่วนหนึ่งของความต้องการในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ ซึ่งหมายรวมถึงกิจกรรม รูปแบบหรือกระบวนการท่องเที่ยว นอกจากนี้หลักการในการจัดการท่องเที่ยวซึ่งกล่าวในเบื้องต้นแล้วแนวทางการบริหารและจัดการท่องเที่ยวยังสามารถนำมาวิเคราะห์การจัดการท่องเที่ยวได้ ประกอบไปด้วย (1) แนวทางการบริหารและจัดการ (2) แนวทางการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว (3) แนวทางการบริหารและจัดการด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย (4) แนวทางการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น (5) แนวทางการให้ประชาชนกลุ่มและองค์กรอื่น ๆ มีส่วนร่วม (มนัส สุวรรณ และคณะ, 2551: 16) ส่วนประเด็นวิจัยด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ผลการวิจัยสรุปได้ 8 ประเด็น คือ 1) รสนิยมหรือความต้องการของผู้บริโภค 2) ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ 3) การคัดเลือกวัตถุดิบ 4) กระบวนการหรือวิธีการผลิต 5) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ 6) การให้บริการ 7) การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ 8) การเข้าถึงผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พูนลาภ ทิพชาติโยธิน ที่ว่า เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคนั้นมีทางเลือกมากขึ้นซึ่งมีอีกสิ่งหนึ่งที่มีมาก่อนอาจเล่นบทเป็นแค่ตัวประกอบเท่านั้น แต่ปัจจุบันก้าวขึ้นมามีความสำคัญไม่แพ้กันเลยทีเดียวที่จะมีส่วนช่วยทั้งดึงผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ๆ เข้ามา รวมถึงรักษาผู้บริโภครายเดิมให้อยู่ไปนาน ๆ ก็คือเรื่องของการสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยในอดีตนั้น หากผลิตภัณฑ์ หรือบริการหนึ่งจะประสบความสำเร็จได้ในท้องตลาดสิ่งที่สำคัญที่สุดก็คงจะเป็นตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการหลักนั่นเองที่ต้องมีคุณภาพที่เยี่ยมยอดกว่าคู่แข่ง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่า อย่างไรก็ตามในปัจจุบันจะพบว่า จริงอยู่ที่บ่อยครั้งคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือ บริการหลักอาจจะยังเป็นเรื่องสำคัญมาก แต่อีกสิ่งหนึ่งที่ก้าวขึ้นมามีส่วนสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ ก็คือเรื่องของ “มูลค่าเพิ่ม” ที่ติดมากับตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการหลักนั้น ๆ ในบางกรณีส่วนของมูลค่าเพิ่มก็จะเป็นตัวดึงดูดผู้บริโภคให้หันมาชมหรือตัดสินใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลัก ดังนั้นธุรกิจในปัจจุบันเราจะ เห็นว่า ไม่ใช่เป็นการขายเพียงตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักอย่างเดียว แต่จะต้องมีส่วนเพิ่มมูลค่าที่จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้ประโยชน์มากขึ้นด้วย (พูนลาภ ทิพชาติโยธิน, 2561: 87-88)

องค์ความรู้จากงานวิจัย



แผนภูมิที่ 1 สรุปองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัย

สรุป

จากการวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ คณะผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นองค์ความรู้ที่ได้ว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ มีอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความเป็นลักษณะเฉพาะของวิถีชีวิตชุมชนที่เชื่อมโยงพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรม ประเด็นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ได้ ผู้ประกอบการควรมีการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่น

เด่น มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ มีการเตรียมความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์สินค้าการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพใกล้เคียงกัน จัดหาช่องทางตลาดของผลิตภัณฑ์ และอนุรักษ์เมนูอาหารท้องถิ่น ส่วนในประเด็นแนวทางการสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ควรมีการตอบสนองรสนิยมหรือความต้องการของผู้บริโภค การเน้นตัวผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น การจัดการทุนทางวัตถุดิบ กระบวนการผลิต บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ การให้บริการ การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ การเข้าถึงผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ รัฐบาล คณะสงฆ์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรนำผลการวิจัย ไปกำหนดเป็นนโยบายเพื่อเข้าไปส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมในเขตอีสานใต้ ด้วยวิธีการที่หลากหลายเพื่อให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว สนับสนุนการพัฒนาและการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ส่วนข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัย ควรมีการวิจัยในประเด็นการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียนและควรมีการวิจัยประสิทธิภาพการดำเนินด้านการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมในประชาคมอาเซียน

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานใหญ่). (2561). “ข้อมูลทั่วไปจังหวัดสุรินทร์”. สืบค้น 15 กันยายน 2561 จาก <http://thai.tourismthailand.org/>.
- ติน ปรัชญพฤทธิ์. (2548). **ทฤษฎีองค์การ**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2551). **การท่องเที่ยวไทยนานาชาติปี พ.ศ. 2551**. กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2561) “8 พระเกจิดังจังหวัดสุรินทร์”. สืบค้น 3 มิถุนายน 2561. จาก <http://www.manager.co.th/Local/ViewNews.aspx?NewsID=9580000062877&Html=1&#Vote>.
- พูนทรัพย์ สวนเมือง ตูลาพันธ์. (2546). **รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์และร้อยเอ็ด**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พูนลาภ ทิพชาติโยธิน. (2553). **Value-Added Activities เพิ่มมูลค่าด้วยกิจกรรมเพิ่มมูลค่า**. สืบค้น 20 มีนาคม 2561. จาก http://202.183.190.2/FTPIWebAdmin/knw_pworld/image_content/
- มนัส สุวรรณ และคณะ. (2551). **โครงการศึกษาแนวทางและการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล และสภาตำบล**. กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2557). **หลักการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน**. สืบค้น 20 มิถุนายน 2560 จาก <http://lib.ac.th./Article/tourism/0007.pdf>.
- สุพัทธรา สุภาพ. (2543). **สังคมและวัฒนธรรมไทย ค่านิยม ครอบครัว ศาสนา ประเพณี**. (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์. (2561). “สรุปโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทางแสวงบุญในมิติทางศาสนา จังหวัดสุรินทร์ ประจำปีงบประมาณ 2561”. สืบค้น 18 ธันวาคม 2561 จาก <http://www.m-culture.go.th/surin/images/Book/Sawangboon.pdf>.
- อภิัญญา เพ็ญพสุกุล. (2546). **อัตลักษณ์ Identity การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด**. กรุงเทพมหานคร : คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ.