

ศาสนาและวัฒนธรรม: การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากร การท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

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

ทวีศักดิ์ ทองทิพย์, เศรษฐพร หนูหนู, ปัญวาลี เสริมทรัพย์,
พระมหาโชตนิจพิณณ์ สุทธจิตโต (ผลเจริญ), ธนู ศรีทอง

Taweesak Tongtip, Setthaporn Nunchoo, Punvalee Sermsupt,
Phramaha Chotnivitphon Suttajitto (Phoncharoen), Thanoo Srithong

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์
Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Surin campus

E-mail: thaweesak.thong@mcu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ 2) เพื่อศึกษาการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ 3) เพื่อศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ และ 4) เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักมี 41 รูป/คน เครื่องมือการวิจัย คือ แบบบันทึกเอกสาร แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ แบบบันทึกสนทนากลุ่มย่อย วิเคราะห์ข้อมูลแบบพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า 1) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ คือ หมู่บ้านช้าง ผ้าไหม ประเพณี กลุ่มปราสาทขอม และแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา มีทรัพยากรการท่องเที่ยวสำคัญ คือ ลักษณะที่อยู่อาศัย อาหารพื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณี กิจกรรมท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ศาสนสถาน และศาสนวัตถุ 2) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ คือ การสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ จัดรูปแบบผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์มีคุณภาพ เตรียมความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน สร้างผลิตภัณฑ์ผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน หาช่องทางตลาดผลิตภัณฑ์ และอนุรักษ์เมนูอาหารท้องถิ่น 3) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ คือ ตอบสนองความต้องการลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดขาย วัตถุดิบ กระบวนการผลิต บรรจุภัณฑ์ ช่องทางจัดจำหน่าย การสร้างแบรนด์ และการเข้าถึงผู้บริโภค และ 4) การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์

ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ *ด้านเศรษฐกิจ* เป็นแหล่งรายได้เงินตราต่างประเทศ สร้างรายได้ เกิดการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี *ด้านการเมือง* สร้างภาพพจน์ที่ดีกับคนในชาติและต่างชาติ *ด้านสังคม* เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี เกิดการพัฒนาภูมิประเทศ สภาพแวดล้อมให้ดีและสวยงาม

คำสำคัญ: ศาสนาและวัฒนธรรม, การใช้ประโยชน์, อัตลักษณ์, ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว

Abstract

The objectives of this research were to study the identity, development, creating added value of tourism resources, and utilization of tourism resource identities in tourist villages in Surin Province. Method of research was to collect data from documents, observation, interview and small group discussion. There were 41 informants. The research instruments were document record, observation, interview, and group discussion. Data was done by descriptive Analysis. The findings were found that 1) Identity of tourism resources in the tourist villages of Surin province i.e. the villages of Elephant, silks, beads, Prasat Khmer group, and Buddhist temples had the significant tourism resources comprised of the housing characteristics, the local food, the local products, the local tradition, the tourism activities, the tourist attractions, the religious places, and the religious objects: 2) The development of tourism resources comprised of creation of uniqueness, interesting and attractive presentation, product quality packaging, preparation for getting standard accreditation, reproducible products of similar quantity and quality, finding out the marketing channels, and preserving local food menus: 3) Creating added values of tourism resources emphasized on response to customer needs, selling pointed products, raw material selection, process of production, packaging, selling channels, product branding, and consumers access: 4) Utilization of the tourism resources comprised of the following aspects; the economy aspect i.e. a source of foreign currency incomes, creating job and incomes, and bringing of conservation of arts, cultures, and traditions; the political aspect i.e. to create a good image for

people in the nation and abroad; the social aspect i.e. preserving culture and local traditions, and leading to landscape development and beautiful environment.

Keywords: Religion and Culture, Utilization, Identity, Tourist Resource Bases

1. บทนำ

อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์มีความโดดเด่นต่างจากจังหวัดอื่นๆ ในประเทศไทย ควรค่าแก่การศึกษาหลายด้าน เช่น การมีช้างเลี้ยงมากที่สุดในประเทศไทย ผ้าไหมมีชื่อเสียง มีกลุ่มปราสาทขอม มีข้าวหอมมะลิอินทรีย์ได้รับรองมาตรฐานส่งออกขายไปทั่วโลก มีจุดผ่านแดนถาวรช่องจอมเป็นประตูสู่แหล่งท่องเที่ยวระดับโลก อย่างปราสาทหินนครวัด นครธม ในกัมพูชา เหล่านี้ล้วนทำให้ชื่อเสียงจังหวัดสุรินทร์เป็นที่รู้จักในระดับโลก

ขอบเขตเรื่องที่น่าสนใจในบทความนี้เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยว และการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ปัจจุบันสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์มีการนำเสนอโปรแกรมของดีวิถีสุรินทร์ เน้นให้เห็นธรรมชาติของวิถีชีวิตคนในชุมชนโดยจัดให้มีการนำเสนอโปรแกรมของดีวิถีสุรินทร์อย่างต่อเนื่อง (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์, 2562: 1)

ปัญหาที่คณะผู้วิจัยหาคำตอบในงานวิจัยนี้คือประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์เป็นอย่างไร การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์เป็นอย่างไร การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์เป็นอย่างไร และการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์เป็นอย่างไร

ดังนั้น เพื่อให้ได้คำตอบปัญหาดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในจังหวัดสุรินทร์ที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยว และการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์นำคำตอบที่ได้รับเสนอผู้เกี่ยวข้องนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์และกรณีอื่นๆ คณะผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ที่จะได้รับดังกล่าวจึงได้ทำวิจัยในเรื่องนี้

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยนี้คณะผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อศึกษาการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
3. เพื่อศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์
4. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

3. วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

สำหรับวิธีดำเนินการวิจัยแสดงให้เห็นโดยสรุปได้ดังนี้

3.1 รูปแบบการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพภาคสนาม เก็บข้อมูลจากเอกสาร สังเกต สัมภาษณ์ และสนทนากลุ่มย่อย กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในหมู่บ้านช้าง หมู่บ้านผ้าไหมและประเพณี หมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอม และหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ในประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่มและการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

3.2 พื้นที่ในการวิจัย

เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย 1) หมู่บ้านช้าง จำนวน 1 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านตากกลาง ตำบลกระโพ อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดสุรินทร์ 2) หมู่บ้านผ้าไหมและประเพณี จำนวน 1 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านเขวาสินรินทร์ ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ 3) หมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอมจำนวน 4 ปราสาท ได้แก่ ปราสาทข่วงปี ปราสาทศีขรภูมิ ปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน 4) หมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จำนวน จำนวน 3 วัด ได้แก่ วัดป่าอภัยเจียง ตำบลกระโพ อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดสุรินทร์ วัดเขาสาลาอตุลฐานะจาวโร ตำบลจรัส อำเภอบัวเขต จ.สุรินทร์ และ วัดตะเคียน ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

3.3 กลุ่มเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูลหลัก

คณะวิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลกับหมู่บ้านเป้าหมาย จำนวน 4 กลุ่ม คือ กลุ่มหมู่บ้านช้าง กลุ่มหมู่บ้านผ้าไหมและประเพณี กลุ่มหมู่บ้านปราสาทขอม กลุ่มหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 41 รูป/คน โดยการเลือกแบบเจาะจงเพื่อให้ได้ผู้มีความรู้และสามารถให้ข้อมูลในประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการเพื่อนำมา

วิเคราะห์ตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อย่างน่าเชื่อถือ แสดงรายละเอียดในรูปแบบของตารางได้ดังนี้

กลุ่มเป้าหมาย	กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	วิธีการได้มากลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	การเก็บข้อมูล
1. กลุ่มหมู่บ้านข้าง จำนวน 1 หมู่บ้าน	- นักวิชาการ (ใช้ร่วมทุกกลุ่ม) 9 คน - ผู้บริหารภาครัฐ 11 คน - ตัวแทนกลุ่มผู้เลี้ยงช้าง 5 คน - ชาวบ้านและพ่อค้า 5 คน	เลือกแบบเจาะจง	แบบสัมภาษณ์/การสนทนากลุ่ม
	รวม 30 รูป/คน		
2. กลุ่มหมู่บ้านผ้าไหมและประเพณี จำนวน 1 หมู่บ้าน	- นักวิชาการ(ใช้ร่วมหมู่บ้านข้าง) 4 คน - ผู้ผลิตผ้าไหมและประเพณี 8 คน - ผู้จำหน่ายผ้าไหมและประเพณี 8 คน	เลือกแบบเจาะจง	แบบสัมภาษณ์/การสนทนากลุ่ม
	รวม 20 คน		
3. กลุ่มหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอม จำนวน 4 หมู่บ้าน	- นักวิชาการ(ใช้ร่วมหมู่บ้านข้าง) 5 รูป/คน - ผู้นำชุมชน/นักท่องเที่ยว 10 รูป/คน	เลือกแบบเจาะจง	แบบสัมภาษณ์/การสนทนากลุ่ม
	รวม 15 รูป/คน		
4. กลุ่มหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จำนวน 3 หมู่บ้าน	- นักวิชาการ(ใช้ร่วมหมู่บ้านข้าง) 9 คน - เจ้าอาวาส 3 รูป - ผู้ใหญ่บ้าน 3 คน - ประชาชนชุมชน 3 คน - ผอ.โรงเรียน 3 คน - นายก อบต. หรือ ทต. 3 คน - สมาชิก อบต. หรือ ทต 6 คน - ผู้บริหารการท่องเที่ยว 1 คน	เลือกแบบเจาะจง	แบบสัมภาษณ์/การสนทนากลุ่ม
	รวม 24 รูป/คน		

ตารางที่ 1 กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก วิธีการได้มากลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก และการเก็บ ข้อมูล

3.4 เครื่องมือการวิจัย

สำหรับเครื่องมือที่นำมาใช้ในการวิจัย มี 3 แบบ คือ แบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ แสดงให้เห็นโดยสรุปได้ดังนี้

3.4.1 แบบบันทึกเอกสาร ใช้บันทึกการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

3.4.2 แบบบันทึกการสังเกต ใช้บันทึกการสังเกตเก็บข้อมูลอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมู่บ้านช้าง หมู่บ้านผ้าไหมและประเพณี หมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอม และหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา

3.4.3 การสัมภาษณ์ (Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในหมู่บ้านช้าง จำนวน 30 คน หมู่บ้านผ้าไหมและประเพณี จำนวน 20 คน หมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอม จำนวน 15 รูป/คน และหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา จำนวน 24 รูป/คน

3.4.4 การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย เครื่องมือวิจัยทั้ง 3 แบบ คือ แบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง และส่งให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 รูป/คน เป็นผู้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือขึ้นมา 3 แบบ คือ แบบบันทึกเอกสาร แบบบันทึกการสังเกต และแบบสัมภาษณ์ เพื่อนำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบบันทึกเอกสาร ใช้วิธีบันทึกข้อมูลดังนี้ ชื่อผู้อ่าน ชื่อเอกสารที่ค้น และ เนื้อหาที่พบ โดยย่อความให้ได้ใจความตรงตามความหมายของข้อความเดิม บันทึกโดยถอดข้อความเป็นข้อความของผู้วิจัยเอง คัดลอกข้อความแล้วทำอัญประกาศ ซึ่งจะกระทำเมื่อข้อความนั้นอยู่ในเกณฑ์ดังต่อไปนี้ คือ เป็นข้อความสำคัญมาก เป็นข้อความที่จะมีการพิสูจน์หรือทดสอบข้อเท็จจริง เป็นข้อความที่ผู้วิจัยต้องการอ้างอิงสนับสนุนความคิดเห็นของตนเอง เป็นข้อความที่เขียนไว้ดีมาก ถ้อยคำกะทัดรัดชัดเจนซึ่งจะถอดความเป็นภาษาของผู้วิจัยเองอาจทำได้ไม่ดีเท่าเดิม

3.5.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ ใช้แบบสัมภาษณ์บันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มย่อย คือ สัมภาษณ์นักวิชาการ กลุ่มหมู่บ้านช้าง กลุ่มหมู่บ้านผ้าไหมและประเพณี กลุ่มหมู่บ้านกลุ่มปราสาทขอม และ กลุ่มหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ ดังนี้ คือ ข้อมูลที่เก็บรวมมาได้จากแบบบันทึกเอกสาร ข้อมูลที่ได้จากการสังเกต ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม ใช้วิธีวิเคราะห์แบบพรรณนา (Descriptive Analysis)

3.7 สรุปขั้นตอนดำเนินการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยแบ่งดำเนินการวิจัยออกเป็น 9 ขั้นตอน คือ สืบหาเอกสาร กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ออกแบบและสร้างเครื่องมือวิจัย ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย เก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผล และเขียนรายงานการวิจัย ตามลำดับ

4. สรุปผลการวิจัย (Research Results)

ผลของการวิจัยเรื่องศาสนาและวัฒนธรรม: การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

4.1 อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่น คือ “ช้าง” ของหมู่บ้านช้าง เมื่อใดก็ตามที่คนทั่วไปเห็นช้างก็ทำให้นึกถึงจังหวัดสุรินทร์ อัตลักษณ์อื่นอีกคือผ้าไหมและประเพณีหมี่ กลุ่มปราสาทขอม และแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ผลการวิจัยได้พบว่า มีความเป็นลักษณะเฉพาะของวิถีชีวิตชุมชนที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมของชุมชน เช่น ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย อาหารพื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ศาสนสถาน ด้านศาสนวัตถุหรือวัตถุมงคล พระสมุห์หาญ ปณฺญาโร เจ้าอาวาสวัดป่าอากี และคณะ สรุปได้ว่า สำหรับในชุมชนหมู่บ้านช้างนี้ บ้านที่มีช้างส่วนใหญ่เป็นบ้านไม้ชั้นเดียว ด้านข้างของบ้านเป็นโรงช้างยกหลังคาสูงราว ๆ 4 เมตร บางหลังใช้ถุนบ้านเป็น ทอผ้า เก็บอุปกรณ์การเกษตร มีการทำผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมีการทำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่นำวัตถุดิบมาจากช้าง เช่น เครื่องประดับกระดุกช้าง ฟันช้าง หางช้าง มีประเพณีประเพณีที่เกี่ยวกับช้าง เช่น ประเพณีเซ่นผีปะกำ ประเพณีแห่นาคบนหลังช้าง ประเพณีแต่งงานบนหลังช้างหรือ “พิธีชัตเต” ประเพณีแกลมอ กิจกรรมการแสดงช้าง กิจกรรมการนั่งช้างท่องเที่ยว มีการสร้างแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับช้าง เช่น วัดป่าอากี (สุสานช้าง) เป็นศูนย์เรียนรู้และพิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนที่มีความเชื่อมโยงกับช้าง เป็นต้น (พระสมุห์หาญ ปณฺญาโร และคณะ, สัมภาษณ์ 17 มีนาคม 2562) นอกจากนี้จังหวัดสุรินทร์ยังมีหมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมที่มีชื่อเสียง หมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่ม

ปราสาทขอม และหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาที่มีความโดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นต้น

4.2 การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านหมู่บ้านท่องเที่ยวสุรินทร์ ผลการวิจัยได้พบว่า มีพัฒนาในหลายในด้าน จากการสัมภาษณ์ นายสายฟ้า ศาลางาม, และคณะสรุปได้ดังนี้ เช่น การสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวและการนำเสนอสร้างสรรค์น่าสนใจ การจัดทำรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ การเตรียมความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน การสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน การจัดหาช่องทางตลาดของผลิตภัณฑ์ทั้งในและนอกชุมชนหรือออนไลน์ และการอนุรักษ์เมนูอาหารท้องถิ่น เช่น ประเภทเครื่องประดับงาช้าง กระดุกช้าง ฟันช้าง หางช้าง เครื่องมือควาญช้าง ของประดับตกแต่งรถและบ้าน ของที่ระลึก ของชำร่วย เครื่องนอน และเครื่องนุ่งห่ม (นายสายฟ้า ศาลางาม, และคณะ 10 ธันวาคม 2562, สัมภาษณ์)

4.3 การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยได้พบว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มมีการอิงอาศัยปัจจัยด้านคุณค่ารวมสำหรับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว 4 ด้าน ได้แก่ 1) คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) 2) คุณค่าด้านบริการ (Service Value) 3) คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel Value) และ 4) คุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) ปัจจัยด้านคุณค่ารวม 4 ด้าน มีส่วนสำคัญทำให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ สำนักงานสถิติจังหวัดสุรินทร์บันทึกข้อมูลปี พ.ศ. 2557 ไว้ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เฉพาะประเภทผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีการแปรรูป เช่น ผ้าฝืน ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ กระเป๋า เสื้อผ้าชุดสำเร็จรูป รายได้จากการจำหน่ายรวมทุกประเภท ในปี พ.ศ. 2557 รวม จำนวน 518,517,864 ล้านบาท 2) ด้านบริการ คือ มีนักท่องเที่ยวมาเยือน จำนวน 2,045.55 80 คน รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 1,988 ล้านบาท รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 58 ล้านบาท 3) ด้านบุคลากร มีจำนวนมัคคุเทศก์ท้องถิ่น จำนวน 90 คน ผู้นำเที่ยวที่มีการขึ้นทะเบียนมัคคุเทศก์ จำนวน 17 ราย และ 4) ด้านภาพลักษณ์ มีความสงบเรียบร้อย มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น (สำนักงานสถิติจังหวัดสุรินทร์)

4.4 การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

ผลจากการวิจัยประเด็นการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ คือ ด้านเศรษฐกิจ เป็นแหล่งรายได้เงินตราต่างประเทศ สร้างงาน สร้างรายได้ กระจายรายได้ นำความเจริญสู่ภูมิภาค สร้างสัมพันธ์อันดีระหว่างคนในชาติและต่างชาติ เกิดการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณีด้านการเมือง เป็นสื่อสร้างความเข้าใจที่ดีทางการเมือง สร้างภาพพจน์ที่ดีกับคนในชาติและต่างชาติ เป็นเครื่องมือพัฒนาท้องถิ่นที่ดี ด้านสังคม สร้างความรู้เข้าใจที่ดีระหว่างคนในท้องถิ่น สร้างเสริมสุขภาพกายและจิตที่ดี เกิดการแลกเปลี่ยนอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี กระตุ้นให้นักวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นออกเผยแพร่ สร้างความภูมิใจในศิลปวัฒนธรรม เกิดการพัฒนาภูมิประเทศ สภาพแวดล้อมให้ดีและสวยงาม

5. อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

เพื่อให้เกิดความชัดเจนทำความเข้าใจได้ง่ายคณะผู้วิจัยจึงได้อภิปรายผลการวิจัยจัดเรียงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยซึ่งมีข้อค้นพบที่น่าสนใจนำมาอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

5.1. อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นจังหวัดสุรินทร์ คือ “ช้าง” ของหมู่บ้านช้าง หมู่บ้านผ้าไหมและประเพณีจังหวัดสุรินทร์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวดังกล่าวมีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยว มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น ซึ่งหาได้ยากในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่าชุมชนหมู่บ้านช้างมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น มีการเลี้ยงช้างไว้จำนวนมากจนกลายมาเป็นวิถีชีวิตของคนกับช้างซึ่งเป็นสิ่งหาได้ สอดคล้องกับ จีรนนท์ ทองสมักร ได้เขียนบทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนประกอบด้วย เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย หากมีการพัฒนาที่เหมาะสมก็จะเอื้อต่อกระบวนการปลูกจิตสำนึกให้ผู้มีส่วนได้เสียในชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้ทำธุรกิจการท่องเที่ยว ร่วมกันรักษาสมดุลของทรัพยากรการท่องเที่ยว เกิดการเรียนรู้และเผยแพร่เอกลักษณ์ของท้องถิ่น สร้างงาน สร้างรายได้ ให้ชุมชน สนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยว ไม่ทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคต (จีรนนท์ ทองสมักร, 2556: 91-104)

อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอมและหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาจังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า ด้านวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น มีประเพณีสืบสานตำนานปราสาท แชนโฌนตา ฮีตสิบสอง ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีนาเที่ยวปราสาทภูมิโปน กลุ่มปราสาทตาเมือน ปราสาทข่างปี ปราสาทศิขรมุมิ

ที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่าปราสาทขอมเป็นหนึ่งในอัตลักษณ์ของจังหวัดสุรินทร์ซึ่งเป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่ในคำขวัญของจังหวัดสุรินทร์ ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวจึงมักนำภาพของปราสาทขอมมาใช้เป็นเครื่องหมายของผลิตภัณฑ์อยู่เสมอและการพัฒนางานก็มุ่งเน้นให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนที่มีมาแต่เดิมเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมที่บรรพบุรุษสร้างขึ้นมาในอดีตมิให้เกิดการเสื่อมสูญหายไปกับกาลเวลา สอดคล้องกับสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์ที่นำเสนอไว้ในหนังสือของดีวิถีสุรินทร์ที่ว่า ประเทศที่พัฒนาแล้วหลายประเทศ วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมหายไปอย่างรวดเร็ว เพราะฉะนั้นเราอยากเห็นคนในและนอกชุมชนเรียนรู้วิถีชีวิตแบบดั้งเดิม วัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาที่กำลังจะหายไปนี้ร่วมกัน และพัฒนาสิ่งเหล่านี้กลับคืนสู่วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมได้อย่างยั่งยืน (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์, 2562: 1)

5.2 การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า มีการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว นำเสนอสร้างสรรค์ น่าสนใจ จัดรูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์มีคุณภาพ เตรียมความพร้อมเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน สร้างผลิตภัณฑ์ผลิตซ้ำได้ในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงกัน หาช่องทางตลาดผลิตภัณฑ์ และอนุรักษ์เมนูอาหารท้องถิ่น เป็นต้น เป็นการปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่แต่เดิมให้ดียิ่งขึ้นและผลิตสิ่งใหม่ที่ยังไม่มีให้มากขึ้นมาอีก ผลการวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ สุดาพร กุณฑลบุตร ได้ให้ทัศนะว่า ส่วนหนึ่งของความสำเร็จทางการตลาดได้แก่การที่กิจการมีผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากคู่แข่งสู่การตลาด ดังนั้นที่มาของแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรหรือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวว่าจะเกิดจากความต้องการเป็นผู้บุกเบิกในตลาดธุรกิจ ความต้องการที่จะปรับปรุงสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดทั้งมีสินค้าจำหน่ายอย่างหลากหลายครอบคลุมทุกชนิด เพื่อให้ต่อสู้กับคู่แข่งได้ ซึ่งน่าจะเป็นที่ของแนวคิดนี้ (สุดาพร กุณฑลบุตร, 2557: 156)

5.3 การสร้างมูลค่าเพิ่มของทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า ให้ความสำคัญด้านตอบสนองความต้องการลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดขาย การคัดเลือกวัตถุดิบ กระบวนการผลิต บรรจุภัณฑ์ บริการและช่องทางจัดจำหน่าย การสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ และการเข้าถึงผู้บริโภค เป็นต้นผลการวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับ พูลลาภ ทิพชาติโยธิน ได้ให้ทัศนะว่า ปัจจุบันผู้บริโภคสินค้ามีทางเลือกมากขึ้น มีอีกสิ่งหนึ่งที่ปัจจุบันก้าวขึ้นมามีความสำคัญที่ช่วยดึงดูดผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ๆ เข้ามา และรักษาผู้บริโภครายเดิมให้อยู่ไปนาน ๆ คือเรื่องของการสร้างมูลค่าเพิ่มที่ติดมากับตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลัก

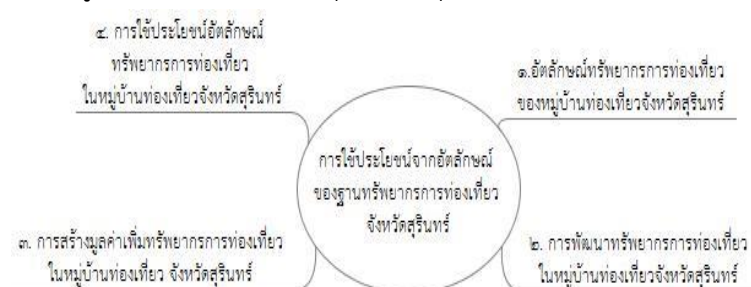
นั้น ๆ มูลค่าเพิ่มจะเป็นตัวดึงดูดผู้บริโภคนำให้หันมามอง หรือตัดสินใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลัก ดังนั้นธุรกิจในปัจจุบันเราจะเห็นว่าไม่ใช่เป็นการขายเพียงตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักอย่างเดียว แต่จะต้องเพิ่มมูลค่าที่จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้ประโยชน์มากขึ้นด้วย (พูนลาภ ทิพชาติโยธิน, 2553: 87-88)

5.4 การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์

ประเด็นการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่าการใช้ประโยชน์ใน 3 ด้านหลัก คือ 1) ด้านเศรษฐกิจ 1) ด้านการเมือง และ 3) ด้านสังคม ของประเทศ สอดคล้องกับ สอดคล้องกับ วรรณาวงษ์วานิช ที่ให้ทัศนะไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้เงินตราต่างประเทศ ดุลการชำระเงิน การเจริญเติบโตและการขยายตัวของการลงทุน การสร้างงานและกระจายรายได้ การกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีของของประเทศไทย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นสื่อที่เกี่ยวข้องกับความเข้าใจอันดี ต่อกันทางการเมือง เช่น ถ้าสถานการณ์ภายในประเทศสงบเรียบร้อย ก็จะทำให้อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเจริญก้าวหน้า ช่วยอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมอันดีงามของท้องถิ่น เพื่อดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นในท้องถิ่น ช่วยสร้างความรู้สึภาคภูมิใจในและหวงแหนในมรดกและศิลปวัฒนธรรมของตน ส่งผลให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงภูมิประเทศ และสภาพแวดล้อม ของตัวเมืองให้ดีและสวยงาม (วรรณาวงษ์วานิช, 2546: 20-22)

6. สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องศาสนาและวัฒนธรรม: การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐาน ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ คณะผู้วิจัยสรุปผลที่ได้จากงานวิจัยเป็น 4 ประเด็น คือ 1) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ 2) การพัฒนา ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ 3) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากร การท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์ 4) การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากร การท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ สรุปเป็นผังได้ดังนี้



ตารางที่ 3. แสดงผังการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

7. ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยเรื่องศาสนาและวัฒนธรรม: การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

7.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผลการวิจัยได้พบว่า จังหวัดสุรินทร์มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นอยู่ในชุมชนต่าง ๆ มากมาย เช่น หมู่บ้านช้าง หมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหมและประเพณี หมู่บ้านท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทขอม และหมู่บ้านท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา เป็นต้น ดังนั้นจึงมีข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายว่า ลำดับแรกชุมชนหมู่บ้านท่องเที่ยวมีการจัดทำแผนงานด้านบริหารและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ต่อมาให้มีการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานการท่องเที่ยว เช่น ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านการตลาดการท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการนักท่องเที่ยว เป็นต้น พร้อมบริการกับนักท่องเที่ยวมาเยือนให้เกิดความประทับใจอยากแวะเวียนมาเที่ยวครั้งต่อไปอีก

7.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการวิจัยได้พบว่า จังหวัดสุรินทร์มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นมีอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น จึงมีข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ดังต่อไปนี้

1. หน่วยงานระดับตำบลหรือชุมชนที่เกี่ยวข้องควรมีการศึกษาและจัดเก็บข้อมูลอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน และ การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบเพื่อใช้ในการจัดทำแผนและเส้นทางการท่องเที่ยวภายในชุมชน

2. หน่วยงานระดับตำบลหรือชุมชนที่เกี่ยวข้องควรจัดทำศูนย์และฐานการเรียนรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน และ การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้ชุมชนได้เข้ามาใช้เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่นของตนเอง และสร้างเครือข่ายการเรียนรู้และเครือข่ายความร่วมมือของคนในท้องถิ่น ภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา และภาคประชาสังคม เพื่อสร้างพื้นที่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน การสร้าง

มูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน และการใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในแต่ละชุมชน

7.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

หากจะมีการทำวิจัยครั้งต่อไปมีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยดังนี้

1. การวิจัยในระดับพื้นที่จังหวัดสุรินทร์มีข้อเสนอแนะดังนี้ ควรมีการศึกษา เรื่อง แนวทางอนุรักษ์สืบสานศิลปวัฒนธรรมและประเพณีอันมีรากฐานมาจากโบราณสถาน กลุ่มปราสาทขอมในเขตจังหวัดสุรินทร์ ควรมีการศึกษา เรื่อง บทบาทขององค์กรในชุมชนกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สืบสานศิลปวัฒนธรรมและประเพณีอันมีรากฐานมาจากโบราณสถานกลุ่มปราสาทขอมในเขตจังหวัดสุรินทร์ ควรมีการศึกษา เรื่อง ตำแหน่งของโบราณสถานกลุ่มปราสาทขอมในท้องถิ่นจังหวัดสุรินทร์ และควรมีการศึกษา เรื่อง การตีความเชิงสัญลักษณ์ของบุคคลและเทพที่ปรากฏในโบราณสถานกลุ่มปราสาทขอมในเขตจังหวัดสุรินทร์

2. การวิจัยในระดับพื้นที่อีสานใต้มีข้อเสนอแนะดังนี้ ควรมีการวิจัย เพื่อสร้างชุดความรู้และสร้างนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในอีสานใต้ในรูปแบบอื่นอีก เช่น ศึกษาเส้นทางอาเจียงเรื่องเล่าจากคนเลี้ยงช้างในอีสานใต้ สืบค้นร่องรอยชุมชนโบราณจากปราสาทขอมแต่ละแห่งตามเส้นทางราชมรรคาในอีสานใต้ วิถีชุมชนที่ได้รับอิทธิพลจากปราสาทขอมแต่ละแห่งในหมู่บ้านอีสานใต้ เก็บตำนานปราสาทขอมแต่ละแห่งในอีสานใต้ ศึกษาประวัติศาสตร์ศิลป์ที่ปรากฏบนปราสาทขอมแต่ละแห่งในอีสานใต้ การศึกษาเส้นทางชุมชนท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ในหมู่บ้านอีสานใต้ของแต่ละจังหวัด เช่น เส้นทางท่องเที่ยวสายอารยธรรมขอม เส้นทางท่องเที่ยววิถีคนกับช้าง เส้นทางท่องเที่ยววิถีธรรมชาติ เส้นทางท่องเที่ยวสายหัตถกรรมจักสาน การท่องเที่ยวเส้นทางสายไหม เส้นทางท่องเที่ยววิถีเกษตร เส้นทางท่องเที่ยวสายชาติพันธุ์ เขมร กูย ลาว เป็นต้น

3. การวิจัยในระดับพื้นที่ประเทศมีข้อเสนอแนะดังนี้ ควรมีการศึกษาวิจัย เรื่อง ภูมิศาสตร์วัฒนธรรมกลุ่มปราสาทขอมในประเทศไทย ด้านประวัติศาสตร์ อาณาเขต การตีความเชิงสัญลักษณ์และจารึกที่ปรากฏในตัวปราสาท อิทธิพลต่อวัฒนธรรมประเพณีไทยสมัยต่าง ๆ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- วรรณ วลัยวานิช. (2546). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2554). **หลักการตลาด, หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: อีระฟิล์มและโซลท์.
- สุดาพร กุลชลบุตร. (2557). **หลักการตลาดสมัยใหม่**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์. (2562). **ของดีวิถีสุรินทร์ โครงการเพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการชุมชน**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ทหารอากาศ.
- สำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน กรมพัฒนาชุมชน. (2561). **เกณฑ์การประกวดชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม**. กรุงเทพฯ: บริษัท บีทีเอส เพรส จำกัด.
- อภิญา เพื่องฟูสกุล. (2546). **อัตลักษณ์ Identity การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด**. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ.
- จิรนนท์ ทองสมัคร. (2556). “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน”. **วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย**, 8(2), 91-104.
- นายป่วน เจียวทอง. (18 ธันวาคม 2562). **ครูภูมิปัญญาไทยรุ่นที่ 6 สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา**. บ้านเลขที่ 63 หมู่ที่ 3 บ้านโชค ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอสองสี จังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์.
- พระสมุทรหาญ ปญญาธโร และคณะ. (10 ธันวาคม 2562). **เจ้าอาวาสวัดป่าอากะเจียง (สุสานช้าง) บ้านหนองบัว หมู่ 14 ตำบลกระโพ อำเภอนาหว้า จังหวัดสุรินทร์**. สัมภาษณ์.
- นายสายฟ้า ศาลางามและคณะ. (10 ธันวาคม 2562). **เจ้าของร้าน OTOP, บ้านหนองบัว หมู่ 14 ตำบลกระโพ อำเภอนาหว้า จังหวัดสุรินทร์**. สัมภาษณ์.
- พูนลาภ ทิพาติโยธิน, (2553). **Value-Added Activities เพิ่มมูลค่าด้วยกิจกรรมเพิ่มมูลค่า**. http://202.183.190.2/FTPiWebAdmin/knw_pworld/image_content/85/87-89.pdf, March 2018.
- สำนักงานสถิติสุรินทร์, **VC 5. การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์**. http://surin.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=511:mindmap-otop-&catid=114&Itemid=557 June 2020.