

ปัจจัยด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการ
การท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์

**Tourism Identity Factors Affecting the Success of Tourism Management
in Chang Ta Kang Village, Surin Province**

รพีพรรณ จันทับ¹ ลินจง โพชารี²
Rapeepan Chantub, Linjong Pocharee²

¹นิสิตปริญญาโท คณะการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

²อาจารย์คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

¹ Master degree student of Arts , Faculty of Tourism and Hotel Management, Mahasarakham University

² Lecturer, Faculty of Tourism and Hotel Management Mahasarakham University

E-mail: rapeepanchantub@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ และศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและ การวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน และแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จำนวน 20 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ t-test, F-test (ANOVA) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ มีทั้งหมด 6 ด้าน คือ 1) ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย 2) ด้านอาหารพื้นบ้าน 3) ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น 4) ด้านวัฒนธรรมและประเพณี 5) ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว 6) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยว โดยอัตลักษณ์ด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม ประเพณี และด้านอาหารพื้นบ้าน ตามลำดับ ส่วนด้านลักษณะที่อยู่อาศัย และด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ ความสำเร็จ การจัดการการท่องเที่ยว ทรัพยากรท่องเที่ยว สุรินทร์

Abstract

The research aims to identify the tourism resources identities of Chang Ta Kang Village in Surin Province and examine the relationship between tourism resources and the tourism management success. This research used the mixed methodology by utilizing the survey questionnaire to gather data from 400 Thai tourists and the structured interview selected from 20 Chang Ta Kang Village tourism stakeholders. The study used t-test, F-test (ANOVA), and Multiple Regression Analysis to analyze the data. The findings revealed six categories of Chang Ta Kang village identities, namely: 1) wooden house 2) local food 3) local products 4) tradition and culture 5) tourism activities, and 6) tourism attractions

The Chang Ta Kang Village tourism resources identity had a positive correlation with the success in tourism management. The tourist attraction aspect was found to be the most powerful factor affecting the success of the tourism management, followed by the aspects of tourism activities, tradition and culture, and local food respectively, whereas the aspects of wooden houses and local crafts were not found to be statistically significant at .05.

Keywords: Identity, Success, Tourism Management, Tourism Resources, Surin

Paper type: Research



1. บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเพิ่มถึงร้อยละ 21 และคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาตลอดทั้งปี สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยถึง 1.35 ล้านล้านบาท (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556) แม้ว่าจะมีปัจจัยกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ทั้งปัญหาภัยธรรมชาติ สถานการณ์ทางการเมืองในประเทศ รวมถึงการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556) แต่ภาคการท่องเที่ยวก็แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการปรับตัวและฟื้นฟูสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นผลมาจากการร่วมมือร่วมใจของทุกองค์กรด้วย ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวกลับมามีคึกคักได้อย่างเดิม ประกอบกับประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างสูง เป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ ทั้งทางด้านอาหารและทรัพยากรท่องเที่ยว อีกทั้งการเดินทางสะดวกสบาย นอกจากนี้ประเทศไทยยังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีคึกคักอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการผสมผสานด้านประเพณี ศิลปวัฒนธรรม และความเป็นไทย เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้จริง อีกทั้งยังเป็นการช่วยกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวกระจายไปยังภูมิภาคต่างๆ ของประเทศเพิ่มมากขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

จังหวัดสุรินทร์เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีจุดเด่นในเรื่องของศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวิถีชีวิตที่แตกต่างจากจังหวัดอื่นๆ ประกอบกับจังหวัดสุรินทร์เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงเกี่ยวกับข้าวหอมมะลิ ผ้าไหม และช้าง อาทิ การเป็นเมืองเกษตรอินทรีย์ การมีผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลินิเวียที่ได้รับรองมาตรฐานและส่งออกขายไปทั่วโลก การได้รับคัดเลือกให้ออกแบบและทอผ้าไหมสำหรับตัดเสื้อให้นางเซตความร่วมมือทางเศรษฐกิจในเอเชีย-แปซิฟิก หรือเอเปค (ASIA-PACIFIC Economic Cooperation: APEC) (มัลลิกา เจแคน, 2553 : 10) นอกจากนี้การเป็นจุดเชื่อมต่อของอารยธรรมขอมโบราณ การเป็นเมืองชายแดนที่ติดต่อกับประเทศกัมพูชา มีจุดผ่านแดนถาวรช่องจอมเป็นประตูสู่แหล่งท่องเที่ยวระดับโลก อย่างปราสาทหินนครวัด นครธม ในกัมพูชา เป็นสิ่งสำคัญที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักจังหวัดสุรินทร์มากที่สุด คือ การเป็นเมืองช้างเลี้ยงที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย (ศูนย์ข้อมูลจังหวัดสุรินทร์, 2555) ซึ่งหมู่บ้านที่ยังคงเลี้ยงช้างอยู่ก็คือ “หมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง”

หมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง ตั้งอยู่หมู่ที่ 9 และ 13 บ้านตากกลาง ตำบลกระโพ อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ ห่างจากตัวเมืองสุรินทร์ 58 กิโลเมตร ชนชาวกูยหรือชุมชนบ้านตากกลาง เป็น

ชุมชนชาวกูยที่เก่าแก่ตั้งแต่สมัยอยุธยาตอนปลาย มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน มีทำเลที่ตั้งที่มีความอุดมสมบูรณ์สำหรับการเพาะปลูก และเหมาะสำหรับการเลี้ยงช้าง มีป่าเขาบึงสองข้างและมีแม่น้ำสองสายไหลมาบรรจบกัน คือ แม่น้ำมูลและแม่น้ำชี เป็นพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการทำมาหากินและมีถิ่นฐานมากที่สุด (ตากกลางตำนานหมู่บ้านช้างแห่งลุ่มน้ำมูล, 2557)

หมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง เป็นหมู่บ้านที่มี อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านลักษณะที่อยู่อาศัย ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ด้านวัฒนธรรมและประเพณี ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว รวมไปถึงด้านสถานที่ท่องเที่ยว (ลินจง โพชารี, 2554 : 40) สิ่งที่น่าสนใจสำหรับหมู่บ้านช้างคือ ความเป็นชุมชนที่มีขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตที่โดดเด่นมีความเป็นอัตลักษณ์ คือการเลี้ยงช้างของชาวบ้านตากกลางจะไม่เหมือนการเลี้ยงช้างของชาวภาคเหนือที่เลี้ยงไว้ใช้งาน แต่ชาวบ้านตากกลางเลี้ยงช้างไว้เป็นเพื่อนนอนร่วมชายคาเดียวกับตน ทั้งคนและช้างมีวิถีชีวิตอยู่ร่วมกัน ฟังพาก่ออกเสียงและกันตลอด มีความผูกพันกับเจ้าของเสมือนหนึ่งในสมาชิกครอบครัว (มัลลิกา เจแคน, 2553 : 7) และเนื่องจากคนส่วนมากรู้จักบ้านตากกลางในนามของหมู่บ้านช้างเลี้ยงที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย (ศูนย์ข้อมูลจังหวัดสุรินทร์, 2555) ทำให้หลายคนเข้าใจผิดว่าหมู่บ้านตากกลางนั้นมีจุดเด่นอยู่ที่ช้างเพียงอย่างเดียว ไม่ทราบถึงอัตลักษณ์ทรัพยากรท่องเที่ยวในด้านอื่นๆ จึงเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวหลายคนลดความสนใจที่มีต่อหมู่บ้านช้างแห่งนี้ ผู้วิจัยจึงอยากทราบเกี่ยวกับความคิดเห็นของ

อัตลักษณ์ทรัพยากรท่องเที่ยวในด้านอื่นๆ ว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอย่างไร และต้องการนำเสนอข้อมูลเพิ่มเติมในด้านที่นักท่องเที่ยวยังไม่เคยทราบมาก่อน เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้สนใจและอยากเดินทางมาท่องเที่ยว

เพื่อให้อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง สามารถพัฒนาไปในทิศทางที่ถูกต้อง และเกิดประสิทธิผล จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทราบปัจจัยในการวัดความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริม และด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งองค์ประกอบทั้งหมดนี้จะดำเนินไปพร้อมกับการพัฒนาอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง หากอัตลักษณ์มีการพัฒนาให้เป็นรู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ก็จะส่งผลต่อความสำเร็จใน 4 ด้านดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นตามไปด้วย

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า หมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง เป็นชุมชนที่มีความโดดเด่นในเรื่องของอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าที่สามารถให้ความรู้และความบันเทิงได้อีกแห่งหนึ่งในประเทศไทย และเป็นสถานที่ที่สร้างชื่อเสียงและรายได้ให้แก่ชาวสุรินทร์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านอัตลักษณ์ที่มีผลต่อ

ความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยว และเป็นข้อมูลในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์แก่คนในชุมชนในโอกาสต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวในหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวในหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์
4. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ ของนักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน
5. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของปัจจัยด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์

3. การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิด

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับเอกลักษณ์และอัตลักษณ์

3.1.1 ความหมายของเอกลักษณ์และอัตลักษณ์

โดยทั่วไปแล้วคนส่วนมากยังคงมีข้อสงสัยว่า “เอกลักษณ์” และ “อัตลักษณ์” นั้นมีความแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งจริงๆ แล้วสองคำนี้มีการสะกดคล้ายคลึงกัน แต่มีความหมายไม่เหมือนกันเสียทีเดียว แถมยังมีความหมายบางส่วนทับซ้อนกันอยู่ (ทิตกร สอนภาษา : คม ชัด ลึก, 2551)

คำว่า “เอกลักษณ์” มีความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ว่า ลักษณะที่เหมือนกันหรือมีร่วมกัน เช่น ชุมชนนี้มีเอกลักษณ์อยู่ที่การทอผ้าจาก หมายความว่า คนในชุมชนนี้มีอาชีพทอผ้าจากเหมือนกัน ทั้งหมด (ทิตกร สอนภาษา : คม ชัด ลึก, 2551)

ส่วนคำว่า “อัตลักษณ์” ไม่มีบันทึกไว้ในพจนานุกรม แต่มีตำราหลายเล่มให้ความหมาย

คำว่า “อัตลักษณ์” ไว้ว่า คุณลักษณะเฉพาะตัวซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ของคุณลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศนั้นๆ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่น และศาสนา ฯลฯ ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไปหรือสากลกับสังคมอื่นๆ (โชติกา ศรีประเสริฐ, 2554)

โดยส่วนใหญ่คนไทยยังนิยมใช้คำว่า “เอกลักษณ์” ในความหมายว่าลักษณะเฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใครอย่างกว้างขวาง ส่วนคำว่า “อัตลักษณ์” นั้นมักจะใช้ในวงแคบๆ เช่น แวดวงวิชาการเท่านั้น และบางครั้งก็ใช้แบบมี

ความหมายโดยนัย (แฝง) เช่น “เอกลักษณ์” เป็นสิ่งตายตัวไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ส่วน “อัตลักษณ์” สามารถเปลี่ยนแปลงได้ มีหลายสิ่งตามความจริงที่ปรากฏ ต้องดูหลายๆ ด้านหลายๆ มิติของสิ่งนั้น (ครูไทยเพื่อศิษย์, 2554)

กล่าวโดยสรุป คำว่า เอกลักษณ์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัว หรือลักษณะที่แสดงความเป็นอยู่อย่างเดียวกันของคนในสังคมหนึ่งๆ ซึ่งแตกต่างจากลักษณะร่วมของคนในสังคมอื่น ส่วนคำว่า อัตลักษณ์ หมายถึง ความเป็นตัวตน ที่แตกต่างจากสิ่งอื่นใด สามารถบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศนั้นๆ ได้ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่น และศาสนา เป็นต้น และข้อแตกต่างที่เห็นได้ชัดจากสองคำนี้คือ “เอกลักษณ์” เป็นสิ่งตายตัวไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ส่วน “อัตลักษณ์” นั้นสามารถเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาให้ดีขึ้นได้

3.1.2 ประเภทของอัตลักษณ์

เออร์วิง กอฟมัน (Erving Goffman, 1963) นักสังคมวิทยา ได้แบ่งอัตลักษณ์ออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ อภิญา เพ็ญฟูสกุล (2546: 5- 6, 27-28) (อ้างถึงใน อาจารย์ชัชโรสุธ ถิ่นวไลสุกุล, 2554)

1. อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) คือ ภาพของปัจเจกในสายตาคนอื่น ในฐานะที่เป็นบุคคลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวโดยสังคมมีวิธีการระบุ อัตลักษณ์ส่วนบุคคลแตกต่างกันไป เช่น สังคมสมัยใหม่ใช้บัตรประชาชนหรือการพิมพ์ลายนิ้วมือระบุอัตลักษณ์บุคคล เป็นต้น

2. อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) คือ สถานภาพทางสังคม เช่น อาชีพ ชนชั้น เพศ ชาติพันธุ์ หรือศาสนาที่ปัจเจกบุคคลนั้นสังกัดอยู่ สังคมจะมีความคาดหวังหรือเรียกร้องว่าปัจเจกบุคคลในวัย เพศ ชนชั้นนั้นๆ ว่าควรวางตนอย่างไร

3.1.3 ความสำคัญของอัตลักษณ์

เป็นการสร้างอัตลักษณ์ของผู้คนมีความ สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะอัตลักษณ์เป็นลักษณะที่ช่วยเสริมสร้างการเป็นอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข หากสังคมมีความแตกต่างทางอัตลักษณ์อย่างมากจะเกิดความขัดแย้งและนำไปสู่ความรุนแรง จนถึง การฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ เพราะถือว่าเผ่าพันธุ์ของตนมีความเป็นอารยะมากกว่าเผ่าพันธุ์อื่นๆ (สุจรรยา โชติช่วง, 2554)

- 3.1.4 อัตลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์

ผู้วิจัยได้ศึกษาบริบท และสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง รวมทั้งศึกษาดำรงเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวในหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง สามารถแบ่งออกเป็น 6 รายการ ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะที่อยู่อาศัย ส่วนใหญ่เป็นบ้านไม้ชั้นเดียว บ้านที่มีช้างจะมีส่วนหน้าบ้านเป็นโรงช้างที่ยกหลังคาสูงราวๆ 4 เมตร ใต้ถุนบ้านใช้เป็นคอกสัตว์ ทอผ้า เลี้ยงไหม และเก็บอุปกรณ์ทำนา

2. อาหารพื้นบ้าน ชุมชนชาวทวายจะมีอาหารที่มีความเป็นอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น คือชันลอร์เจ็กจ์ หรือแกงกล้วย เป็นแกงชนิดหนึ่งที่มีลักษณะคล้ายแกงเผ็ด ประกอบไปด้วยกล้วยดิบที่หั่นเป็นชิ้นพอดีคำ และไก่บ้าน ตามด้วยเครื่องปรุงรสต่างๆ ได้แก่ ตะไคร้ ใบมะกรูด ข่า เกลือ กะปิ พริกแห้ง หอม กระเทียม กะทิ ขมิ้น ปลาร้า กระชาย และน้ำปลา นิยมทำในช่วงงานพิธี (นันทนา ปริมาศิษฐ์, 2556)

3. ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น สินค้าท้องถิ่นที่ผลิตในหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง ผสานด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น มีลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัวของหมู่บ้านช้างและแตกต่างจากที่อื่น เช่น

3.1 เครื่องประดับงาช้าง เป็นการนำงาช้างมาแกะสลักและออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ด้วยความประณีตละเอียดอ่อนช้อย เช่น การแกะสลักพระพุทธรูป แหวน กำไล สร้อยคอ เป็นต้น

3.2 เครื่องประดับหางช้าง เป็นเครื่องรางของขลังที่นำหางของช้างมาเป็นส่วนประกอบ นิยมนำมาทำเครื่องประดับ เช่น แหวน และกำไล เป็นต้น

3.3 ตะขอช้าง เป็นตะขอที่ควาญช้างใช้บังคับช้าง โดยด้ามทำจากเถาวัลย์ขนาดใหญ่ที่หายาก มีการลงอักขระ และปลุกเสกให้มีความศักดิ์สิทธิ์

4. วัฒนธรรมประเพณี หมู่บ้านช้างบ้านตากกลางมีการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมมาช้านาน และปฏิบัติสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน ได้แก่

4.1 วัฒนธรรมการเลี้ยงช้าง ที่นี้ช้างเปรียบเสมือนเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว ซึ่งเป็นวิถีชีวิต ความเชื่อ ประเพณีที่สืบทอดกันมาตั้งแต่สมัยโบราณ ของชาวส่วยหรือชาวกูย จนกลายมาเป็นหมู่บ้านช้างเลี้ยงขนาดใหญ่ที่สุดในโลก

4.2 ประเพณีเซ่นผีปะกา จะกระทำก็ต่อเมื่อมีการไปคล้องช้าง พิธีแต่งงาน หรือกิจกรรมอื่นๆ ที่คนในครอบครัวจัดให้มีขึ้น ด้วยมีความเชื่อว่า การได้เซ่นผีปะกาถูกต้องตามประเพณี จะทำให้ชีวิตมีแต่ความสงบสุข

4.3 ประเพณีบวชนาคช้าง จะถูกจัดขึ้นในช่วงวันขึ้น 13-15 ค่ำเดือน 6 ของทุกๆ ปี ประเพณีนี้เป็นประเพณีสำคัญของทุกๆ คนในหมู่บ้าน เป็นพิธีอุปสมบทหมู่ที่งดงามอย่างมีเอกลักษณ์

4.4 ประเพณีแต่งงานบนหลังช้างหรือที่ชาวกูยเรียกกันว่า “พิธีชัตเต” ในวันแต่งงาน เจ้าบ่าว เจ้าสาว จะสวมชุดชาวกูยพื้นเมือง เจ้าบ่าวจะเดินทาง (ถ้ามีช้างจะนั่งช้าง) จากบ้านตนเองไปบ้านเจ้าสาว จากนั้นพราหมณ์ผู้ประกอบพิธีจะพาเจ้าสาวลงมาจากบ้านไปยังกระท่อมเพื่อประกอบพิธีกรรม

5. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ภายในหมู่บ้านช้างบ้านตากกลางมีกิจกรรมที่เป็นอัตลักษณ์หลากหลายรูปแบบ ดังนี้ (โอมสเตย์ บ้านดาตีย์, สืบค้นวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2558)

5.1 การแสดงช้าง เป็นการแสดงของช้างที่ถูกฝึกมาเป็นอย่างดีโดยควาญช้างภายในศูนย์ศึกษา เพื่อแสดงโชว์แก่นักท่องเที่ยว เช่น โชว์เตะฟุตบอล โชว์วาดภาพ เป็นต้น

5.2 การนั่งช้าง เป็นการนั่งบนหลังช้างเพื่อชมวิถีชีวิตระหว่างคนกับช้างในชุมชน ชมวิถีทัศนียภาพบริเวณแม่น้ำมูลและแม่น้ำชีไหลมาบรรจบกัน ซึ่งเรียกว่า วังทะลุ พร้อมกับการอุ้มช้างอาบน้ำ

5.3 กิจกรรมฝึกหัดควาญช้าง เป็นการให้นักท่องเที่ยวฝึกใช้คำสั่งต่างๆ ในการควบคุมพฤติกรรมของช้าง โดยจะมีควาญช้างเป็นผู้ควบคุม ดูแลอย่างใกล้ชิด

5.4 ปันจักรยานชมวิว หมู่บ้านช้างบ้านตากกลางเป็นหมู่บ้านที่มีความน่าสนใจในเรื่องของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ นักท่องเที่ยวสามารถปั่นจักรยานเพื่อชมทัศนียภาพภายในบริเวณหมู่บ้านและชมวิถีความเป็นอยู่ระหว่างคนกับช้าง

6. สถานที่ท่องเที่ยว ภายในหมู่บ้านช้างบ้านตากกลางมีสถานที่ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมากมาย มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและโบราณสถาน เช่น

6.1 ศูนย์ศึกษา เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ระหว่างคนกับช้างที่มีความผูกพันกันตั้งแต่เกิดจนตายอันเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนที่มีเพียงแห่งเดียวในโลก

6.2 พิพิธภัณฑ์ช้าง เป็นสถานที่แสดงเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวกับช้าง อาทิ วิวัฒนาการของช้างในยุคต่างๆ เครื่องมือในการคล้องช้าง เป็นต้น

6.3 คชอาณาจักร เป็นโครงการภายใต้ต้องการสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์มีวัตถุประสงค์เพื่อนำช้างคืนถิ่น ซึ่งจัดสร้างขึ้นภายในวัดป่าอาเจียง

6.4 สุสานช้าง เป็นสถานที่เก็บรวบรวมกระดูกหรือประติมากรรมของช้างแต่ละเชือก ตลอดจนข้อมูลของช้าง อีกทั้งยังเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้สืบค้นข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นคนกับช้างที่มีเพียงแห่งเดียวประจำจังหวัดสุรินทร์ และประเทศไทย และแห่งเดียวในโลก

6.5 วัดป่าอาเจียง นับว่าเป็นศูนย์การเรียนรู้วงจรชีวิตของคนกับช้าง เดิมเคยเป็นป่าช้า แต่ปัจจุบันได้เป็นที่สาธารณะประโยชน์ เช่น เป็นสถานที่ในการจัดตั้งโครงการคชอาณาจักร และยังเป็นที่พักกระดูกของคนและช้างอีกด้วย

6.6 วังทะลุ เป็นบริเวณที่แม่น้ำชีและแม่น้ำมูลไหลมาบรรจบกันที่บ้านตากกลาง ตำบลกระโพ ก่อนไหลลงสู่แม่น้ำโขง ที่จังหวัดอุบลราชธานี เป็นที่อาบน้ำของช้างในหมู่บ้าน มีทัศนียภาพที่งดงามซึ่งหาชมได้ยาก

สรุปได้ว่า หมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง เป็นชุมชนที่มีความโดดเด่นในเรื่องของอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าที่สามารถให้ความรู้และความบันเทิงได้อีกแห่งหนึ่งในประเทศไทย

และเพื่อให้อัตลักษณ์ทรัพยากรท่องเที่ยวสามารถพัฒนาไปในทิศทางที่ถูกต้อง และเกิดประสิทธิผล จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทราบปัจจัยในการวัดความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ในการวัดความสำเร็จด้านการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ โดยแบ่งออกเป็น

4 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริม และด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งองค์ประกอบทั้งหมดนี้จะดำเนินไปพร้อมกับการพัฒนาอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวบ้านตากกลาง หากอัตลักษณ์มีการพัฒนาให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เยี่ยมมากเท่าไร ก็จะส่งผลต่อความสำเร็จใน 4 ด้านดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นตามไปด้วย

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว

3.2.1 ความหมายของการจัดการการท่องเที่ยว

การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การจัดให้บริการทางท่องเที่ยว เป็นกระบวนการของการ ทำงานและการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ภัทรพร จันตะนี, 2544) นอกจากนั้นยังมี (พระมหาบุญพิเชษฐ์ จันทรเมือง, 2553) ได้ให้ความหมาย การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎีและแนวคิดที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ของสังคมและ สภาพแวดล้อม

กล่าวโดยสรุป "การจัดการการท่องเที่ยว" หมายถึง กระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยคำนึงถึงข้อจำกัดต่างๆ ของสังคม และสภาพแวดล้อมเพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

3.2.2 องค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยว

การจัดการการท่องเที่ยวที่ผ่านมา พบว่ามีปัญหาอุปสรรค และข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้ไม่สามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งปัญหาในด้านพื้นที่ ซึ่งมีขีดความสามารถที่รองรับได้ในบางช่วง ปัญหาการได้เสียผลประโยชน์ของคนในพื้นที่ การกระจายผลประโยชน์ที่ไม่เหมาะสมทำให้เกิดความขัดแย้ง และความร่วมมือในการจัดการปัญหาของผู้ประกอบการ ซึ่งมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องหลายประเภท ทั้งธุรกิจบ้านพัก ร้านอาหาร นำเที่ยวขนส่งปัญหาด้านการประสานงานของหน่วยงานต่างๆ ในองค์กร

ชุมชนทั้งภายในและภายนอกต้องมีเป้าหมายร่วมกัน เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ดังนั้น องค์ประกอบต่างๆ ของการจัดการการท่องเที่ยวต้องมีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ เพราะต่างก็เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน แต่ละภาคส่วนต้องมีเป้าหมายเพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถดำเนินการไปได้อย่างต่อเนื่อง โดยสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำและบอกต่อๆ กันไป โดยทั่วไปการท่องเที่ยวนอกจากจะขึ้นอยู่กับความสวยงามสมบูรณ์ของพื้นที่แล้ว ยังมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องอีกหลายประเภททั้งด้านการขนส่ง การประชาสัมพันธ์ด้านโรงแรมที่พัก การจัดการธุรกิจนันทนาการ สิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งต้องมีความสัมพันธ์กันดังนี้

1) ข้าราชการและการบริการข้อมูลต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวควรรู้ก่อนเดินทางควรจัดการให้พร้อมแจ้งราคาค่าบริการให้ชัดเจน อาจทำเป็นใบปลิวเอกสารพับแคตตาล็อก (ตามแต่งบประมาณดำเนินการ) เผยแพร่ให้กว้างขวาง ตลอดจนการตอบข้อมูลทางโทรศัพท์ โทรสาร และอีเมล ต้องมีความชัดเจนและรวดเร็ว

2) การขนส่งการสื่อสารและการบริการการเดินทางเข้าสู่หมู่บ้านนั้น หากมีรถโดยสารประจำทางบริการ ควรแจ้งกำหนดการเดินทางและค่าบริการให้ชัดเจน หากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงสถานที่จอดรถต้องมีความสะดวก และแจ้งค่าบริการให้ชัดเจน

กล่าวโดยสรุป องค์ประกอบที่นำมาพิจารณาในการจัดการท่องเที่ยว เพื่อให้บรรลุความสำเร็จมี 4 องค์ประกอบ ร่วมกับการประชาสัมพันธ์และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งในและนอกพื้นที่ ดังนี้ 1) องค์ประกอบด้านพื้นที่ 2) องค์ประกอบด้านการจัดการ 3) องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ 4) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม

3.2.3 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว

Adhikary (1995 : 31-33) ได้เสนอรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว (7-SModel) ไว้ดังนี้

1) Strategy หมายถึงกลยุทธ์ที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความผสมกลมกลืนระหว่างวัตถุประสงค์การจัดลำดับความสำคัญ การควบคุม และขอบเขตของกิจกรรมต่างๆ ของการท่องเที่ยวโดยการเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุด

2) Structure หมายถึงโครงสร้างในองค์การซึ่งควรจะเกี่ยวข้องกับการจัดลำดับขั้นและการแบ่งหน้าที่ให้เหมาะสม เพราะโครงสร้างที่ดีจะเป็นกุญแจที่สำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยว 3) System หมายถึงระบบในการจัดการการท่องเที่ยวซึ่งมีความหมายที่ครอบคลุมไปถึงระบบการจัดการข้อมูลระบบการดำเนินงาน การปฏิบัติการการเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตลาดและระบบอื่นๆ ด้วย โดยทุกระบบต้องมีการประสานความร่วมมือกันและมีความสัมพันธ์กันในทุกขั้นตอน

4) Staff บุคลากรนับเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้การดำเนินการต่างๆ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีโดยเฉพาะบุคคลที่ทำหน้าที่บริการนักท่องเที่ยวจะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบโดยคัดเลือกบุคคลที่มีความรับผิดชอบ มีความจริงใจซื่อสัตย์ทำงานดี ประสิทธิภาพสำเร็จและสามารถทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจเป็นสำคัญ

5) Skill ในการทำงานทุกอย่างจะต้องอาศัยความชำนาญงาน จึงจะดีและมีประสิทธิภาพ โดยขึ้น อยู่กับปัจจัย 3 อย่าง คือ ความรู้ ทักษะ และทัศนคติที่ดีต่องาน ดังนั้นผู้ที่ทำงานด้านการท่องเที่ยวควรจะมีทั้งความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องเฉพาะสาขาด้วย

6) Style หมายถึงการรวมกันระหว่าง Staff หรือ Skill แต่ละคนจะมีรูปแบบในการ ดำเนินงานที่แตกต่างกัน โดยปกติแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ

6.1) Autocratic Style หรือ Top Down Style หมายถึง การสั่งการจากส่วนบนลงสู่ส่วนล่าง หรือจากผู้บังคับบัญชาลงสู่ผู้ใต้บังคับบัญชา รูปแบบนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่พอใจ เพราะไม่ชอบถูกสั่งให้ทำตาม แต่มักจะชอบมีเหตุผลที่มีส่วนร่วมพูดคุยให้คำแนะนำมากกว่า

6.2) Democratic Style หรือ Bottom-up ซึ่งตรงกันข้ามกับรูปแบบแรก รูปแบบนี้ จะเป็นการร่วมกันในการวางแผนการ

จัดการ ได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายจึงมักประสบความสำเร็จในการจัดการ

7) Share หมายถึง การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความคิดเห็น ความรู้ ซึ่งนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวได้ดีที่สุด โครงการศึกษาวิจัยมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมและสถาบันดำรงราชานุภาพ ได้เสนอถึงหลักการ บริการและการจัดการการท่องเที่ยวว่าประกอบด้วย

1. ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการกำหนดศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน โดยพิจารณาจากที่ตั้งกิจกรรม ความพร้อมและความต้องการของ ชุมชนรวมทั้งมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในรูปแบบของการเป็นคณะกรรมการรับผิดชอบการดำเนินการ การสนับสนุนภาครัฐ เป็นต้น

2. องค์กรต่างๆ ในพื้นที่ เช่น สมาคมผู้ประกอบการบริหารส่วนตำบล กำนันผู้ใหญ่บ้านและผู้นำท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการสนับสนุนแผนงานโครงการและกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมทั้งการ สนับสนุนการดำเนินการ องค์กรประชาชนอื่นๆ

3. ภาครัฐกิจการท่องเที่ยว องค์กรท้องถิ่น องค์กรด้านสิ่งแวดล้อม และรัฐมีหน้าที่จะต้องทำงานร่วมกันอย่างเสมอภาค

4. ประชาชนในท้องถิ่นจะต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจโครงการต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตคนส่วนใหญ่ในพื้นที่

3.2.4 ความสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยว

การวางแผนและการจัดการเป็นสิ่งสำคัญ ถ้าหากหมู่บ้านตากกลางต้องการที่จะประสบความสำเร็จ การขาดการวางแผนที่ดีในการก่อสร้าง การโฆษณา การลงทุน ก็จะไม่สามารถนำไปสู่ผลประโยชน์ได้ การขาดการบริหารที่มีประสิทธิภาพก่อให้เกิดปัญหาต่อภาวการณ์ควบคุมในอนาคต ไม่ใช่แต่เพียงการวางแผน และการจัดการอย่างเดียวนั้นที่สำคัญ แต่การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการต่างๆ เหล่านี้ก็มีความสำคัญเช่นกัน ชุมชนบ้านตากกลางจะต้องได้รับรู้ในรายละเอียด และได้รับโอกาสเพื่อร่วมกันวางแผนและร่วมกันดำเนินการจัดการเพื่อให้เกิดความสำเร็จ

จากการศึกษาข้อมูลและเอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยมีเกณฑ์การวัดความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง ทั้งหมด 4 ด้าน ดังต่อไปนี้ (จริยาวัฒน์ โลหะพุนตระกูล, 2553 : 13)

1. ด้านเศรษฐกิจ (Economy) คือ ได้ก่อให้เกิดการส่งเสริมอาชีพและรายได้ มีการจ้างงานมากขึ้น มีกองทุนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และการยอมรับของชุมชนมีจำนวนมากขึ้น

2. ด้านสังคม (Social) คือ ได้ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ในครอบครัวดีขึ้น สมาชิกในครอบครัวมาช่วยกันขายสินค้า มีการสร้างสำนึกในการดูแลผู้สูงอายุในครอบครัว มีการดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และบริการสาธารณะแก่ชุมชน เช่น ไฟฟ้า ประปา และโทรศัพท์ เป็นต้น

3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริม (Conservation and Promote) คือ ได้ก่อให้เกิดการรื้อฟื้นประเพณีท้องถิ่น และประเพณีในเทศกาลต่างๆ ทั้งด้านภูมิปัญญาในการทำอาหารและขนม การทำเครื่องสานจากวัสดุธรรมชาติที่มีในท้องถิ่น การคิดค้นต่อยอดภูมิปัญญาในการผลิตสินค้า OTOP เป็นต้น

4. ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) หมายถึง การประสบความสำเร็จในเรื่องของการดูแลอาคาร สถานที่ ในภาพรวมที่ดี เช่น มีการจัดตกแต่งสถานที่ท่องเที่ยวอย่างสวยงามเป็นระเบียบ มีสถานที่จอดรถที่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป ความสำเร็จในการจัดการหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง หมายถึง การบรรลุเป้าหมายทั้ง 4 ด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริม และด้านสิ่งแวดล้อม หากทุกคนช่วยกันดูแลและรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ ก็จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่างๆ แก่คนในชุมชนตามไปด้วย

3.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ คือ อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource Identity) โดยประยุกต์จากแนวคิดการค้นหาลักษณะทางด้านการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนเชียงคาน จังหวัดเลยของลินจง โพชาริ (2554: 40) ประกอบด้วย 6 ด้าน ดังนี้

- 1) ลักษณะที่อยู่อาศัย (Wooden House)
- 2) อาหารพื้นบ้าน (Local Food)
- 3) ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (Local Products)
- 4) วัฒนธรรมและประเพณี (Tradition and Culture)
- 5) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Tourism Activities)
- 6) สถานที่ท่องเที่ยว (Tourism Attractions)

ตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยว (Success of Tourism Management) โดยประยุกต์จากแนวคิดการศึกษาการพัฒนาและแก้ไขปัญหาชุมชนด้วยการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ ของจริยาวัฒน์ โลหะพุนตระกูล (2553 : 13) ประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านเศรษฐกิจ (Economy)
- 2) ด้านสังคม (Social)
- 3) ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริม (Conservation and Promote)
- 4) ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)

4. วิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

1.1) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการตอบแบบสอบถาม คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตาก

กลาง จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling Random) (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

1.2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จำนวน 20 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์, 2538)

2. เครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย 2 ชนิด ได้แก่

2.1 แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะแบบตัวเลือก จำนวน 7 ข้อ ลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวของหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด

2.2 แบบสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) ประกอบด้วยประเด็นการสัมภาษณ์ 8 ข้อคำถาม ได้แก่

1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้สัมภาษณ์
2. อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวด้านลักษณะที่อยู่อาศัย
3. อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวด้านอาหารพื้นบ้าน
4. อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น
5. อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและประเพณี
6. อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว
7. อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวด้านสถานที่ท่องเที่ยว
8. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง

3. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการดำเนินการวิจัย ซึ่งได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 99-100)

เห็นด้วยมากที่สุด	ให้	5 คะแนน
เห็นด้วยมาก	ให้	4 คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	ให้	3 คะแนน
เห็นด้วยน้อย	ให้	2 คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	ให้	1 คะแนน

จากนั้นดำเนินการหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 99-100)

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

3.2 วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์ จำนวน 20 ชุด โดยวิธีการเขียนพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ t-test, F-test (ANOVA), Multiple Correlation Analysis, Multiple Regression Analysis

5. สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการสัมภาษณ์อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง สามารถแบ่งออกเป็น 6 รายการ ได้แก่ ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย ด้านอาหารพื้นบ้าน ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ด้านวัฒนธรรมและประเพณี ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และด้านสถานที่ท่องเที่ยว

2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงาน/นิสิต/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีรูปแบบการเดินทางโดยรถส่วนตัว และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3. นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าทุกปัจจัยด้านอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ โดยรวมและรายด้าน มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและประเพณี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย ด้านสถานที่ท่องเที่ยว และด้านอาหารพื้นบ้าน ตามลำดับ ดังตาราง 1

4. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าทุกปัจจัยของความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยว มีความสำเร็จทั้งโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ซึ่งรายด้านที่มีความสำเร็จมากที่สุดคือด้านการอนุรักษ์และส่งเสริม รองลงมาเป็นด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และด้านสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ ดังตาราง 2

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ โดยรวมและรายด้าน

อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านวัฒนธรรมและประเพณี	4.25	0.63	มาก
2. ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	3.10	0.72	มาก
3. ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว	4.07	0.61	มาก
4. ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย	4.01	0.67	มาก
5. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	3.99	0.64	มาก
6. ด้านอาหารพื้นบ้าน	3.74	0.70	มาก
โดยรวม	4.02	0.54	มาก

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ โดยรวมและรายด้าน

ความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมด้านเศรษฐกิจ	4.20	0.67	มาก
2. ด้านสังคม	4.02	0.61	มาก
3. ด้านเศรษฐกิจ	4.00	0.67	มาก
4. ด้านสิ่งแวดล้อม	3.85	0.63	มาก
โดยรวม	4.01	0.54	มาก

4. นักท่องเที่ยวที่มีเพศ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ ไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวในส่วนของด้านลักษณะที่อยู่อาศัย และด้านอาหารพื้นบ้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ .05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ด้านวัฒนธรรมและประเพณี ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และด้านสถานที่ท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 3-4

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ ของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน เป็นรายด้าน (One-way ANOVA)

อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยว	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50ปี		51 ปีขึ้นไป		F	p
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย	4.04	0.64	3.89	0.77	4.17	0.64	3.52	0.85	3.42	0.02*
2. ด้านอาหารพื้นบ้าน	3.80	0.67	3.51	0.65	3.68	0.87	3.42	0.87	3.76	0.01*
3. ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	4.07	0.71	4.16	0.76	4.27	0.66	4.09	0.97	0.77	0.51
4. ด้านวัฒนธรรมและประเพณี	4.22	0.62	4.31	0.65	4.50	0.48	4.23	0.88	1.78	0.15
5. ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว	4.08	0.61	4.05	0.62	4.14	0.60	3.66	0.58	1.83	0.14
6. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	4.02	0.63	3.93	0.69	3.92	0.52	3.55	0.79	2.27	0.08

ระดับมาก ($\bar{X}$ =3.51-4.50) ระดับปานกลาง ($\bar{X}$ =2.51-3.50)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบอายุของนักท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ เป็นรายคู่ (Post Hoc Multiple Comparisons-Scheffe)

อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยว	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปีขึ้นไป
ที่อยู่อาศัยเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของชุมชน	4.17	3.91	4.32	3.64
ที่อยู่อาศัยมีการออกแบบให้สวยงามและหลากหลาย	3.96	3.74	3.88	3.36
อาหารมีความโดดเด่นและเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป	3.82	3.43	3.60	3.45
สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลายและน่าสนใจ	4.01	3.91	4.00	3.36
สถานที่ท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	3.90	3.74	3.68	3.36

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยว โดยตัวแปรอิสระ คือ อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยว ประกอบด้วย 6 ด้าน คือ ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย ด้านอาหารพื้นบ้าน ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ด้านวัฒนธรรมและประเพณี ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และด้านสถานที่ท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าความสัมพันธ์ระหว่าง .566 - .808 ดังตาราง 5

ผลกระทบระหว่างปัจจัยด้านอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้าน

ช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ พบว่า อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ มีผลกระทบกับความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยว โดยตัวแปรอิสระ คือ อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยว ประกอบด้วย 6 ด้าน คือ ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย ด้านอาหารพื้นบ้าน ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ด้านวัฒนธรรมและประเพณี ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และด้านสถานที่ท่องเที่ยว ร่วมกันพยากรณ์ผลที่มีต่อปัจจัยด้าน อัตลักษณ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ มีอำนาจพยากรณ์ร้อยละ 73.3 ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ของอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวกับความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยว (Correlation Matrices)

ตัวแปร	ความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยว	ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย	ด้านอาหารพื้นบ้าน	ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	ด้านวัฒนธรรมและประเพณี	ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว	ด้านสถานที่ท่องเที่ยว
ความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยว	1.00	.622**	.566**	.653**	.693**	.755**	.808**
ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย	.622** (Sig.=0.00)	1.00	.504**	.664**	.618**	.572**	.619**
ด้านอาหารพื้นบ้าน	.566** (Sig.=0.00)	.504**	1.00	.468**	.383**	.500**	.538**
ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	.653** (Sig.=0.00)	.664**	.468**	1.00	.732**	.631**	.650**
ด้านวัฒนธรรมและประเพณี	.693** (Sig.=0.00)	.618**	.383**	.732**	1.00	.695**	.671**
ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว	.755** (Sig.=0.00)	.572**	.500**	.631**	.695**	1.00	.743**

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	.808** (Sig.=0.00)	.619**	.538**	.650**	.671**	.743**	1.00
-----------------------	-----------------------	--------	--------	--------	--------	--------	------

Note : Two-Tail Probability p < .05

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: Stepwise)

ตัวแปรอิสระ (อัตลักษณ์ทรัพยากรท่องเที่ยว)	ตัวแปรตาม (ความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยว)					Collinearity Statistics	
	B	SE.B	Beta	t	p	Tolerance	VIF
Constant	.608	.108	.00	5.628	.00*		
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	.366	.036	.432	10.165	.00*	.370	2.704
ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว	.204	.038	.230	5.379	.00*	.366	2.732
ด้านวัฒนธรรมและประเพณี	.162	.033	.187	4.931	.00*	.463	2.158
ด้านอาหารพื้นบ้าน	.114	.024	.147	4.704	.00*	.687	1.456

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 , F=274.917 , Adjusted R Square=.733, Durbin-Watson=2.04

6. อภิปรายผล

ผู้วิจัยพบประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านวัฒนธรรมและประเพณี ซึ่งนักท่องเที่ยวมองว่า หมู่บ้านช้างบ้านตากกลางมีการจัดแสดงวัฒนธรรมและประเพณีที่มีความน่าสนใจ เช่น ประเพณีเช่นเผ่าป่า และวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย เช่น ประเพณีบวชนาคช้าง มีการอนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม และยังมีหลากหลายทางภาษา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ มัลลิกา เจแคน (2553) พบว่า สภาพปัจจัยภายในของแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างสุรินทร์ ในด้านจุดแข็ง มีการสืบทอดประเพณีและวัฒนธรรมเก่าแก่ของชาวบ้านหมู่บ้านช้างสุรินทร์ อยู่ในระดับมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าหมู่บ้านช้างบ้านตากกลางนั้นมีวัฒนธรรมและประเพณีที่มีความโดดเด่น สามารถส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนได้

2. นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการอนุรักษ์และส่งเสริมว่าเป็นด้านที่มีความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง มากที่สุด เนื่องจากมีการนำวัฒนธรรมและประเพณีของชุมชนมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น ประเพณีบวชนาคช้าง เป็นต้น มีการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น และมีการคิดต่อยอดภูมิปัญญาในการผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กาญจนา แสงลิ้มสุวรรณ และ ศรีญา แสงลิ้มสุวรรณ (2555) พบว่า หัวใจสำคัญของการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืน คือการรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม และการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งจะสำเร็จลุล่วงไปได้จะต้อง

อาศัยความร่วมมือกันจากทุกฝ่าย ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรอิสระ และชุมชน

3. นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ในด้านลักษณะที่อยู่อาศัยและอาหารพื้นบ้าน

เนื่องจากอายุเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวแต่ละช่วงอายุมีความชอบและประทับใจในการท่องเที่ยวแต่ละด้านแตกต่างกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิชาญ จินาภักดิ์ (2555) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุแตกต่างกันให้ความสำคัญกับความสวยงามของสถานที่ต่างๆ ภายในอุทยาน แตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวที่มีเพศ และระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่าง

4. จากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามีความคิดเห็นว่าอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวด้านลักษณะที่อยู่อาศัย ด้านอาหารพื้นบ้าน ด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ด้านวัฒนธรรมและประเพณี ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และด้านสถานที่ท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวในทุกๆ ด้าน ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวกับความสำเร็จด้านการจัดการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงบวก ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมอาชีพ และก่อให้เกิดรายได้ที่เพิ่มขึ้น มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานบริการแก่สาธารณะชุมชนมากขึ้น เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ และสัญญาณอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ทั้งนี้เป็นผลมาจากอัตลักษณ์ภายในชุมชน การสร้างจุดขายให้แก่แหล่ง

ท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐพล มีแก้ว (2555) พบว่า การทำวัฒนธรรมเป็นสินค้าในพื้นที่จะประกอบด้วย ขั้นตอนการผลิต สินค้า ขั้นตอนการกระจายสินค้า และขั้นตอนการบริโภคสินค้า ซึ่งการทำวัฒนธรรมเป็นสินค้าดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อชุมชนเชิงบวก โดยผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชุมชน สามารถแบ่งได้เป็นผลกระทบเชิงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องศักยภาพของท้องถิ่น ของ สุทัศน์ ละงู (2551) ซึ่งได้กล่าวว่า ศักยภาพทางด้านทักษะปฏิบัติ ศักยภาพด้านประเพณีวัฒนธรรม และศักยภาพด้านทรัพยากรธรรมชาติ สามารถนำมาพัฒนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจของบุคคลทั้งภายในและภายนอกประเทศให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยว

7. ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 จากการศึกษาด้านอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยว พบว่า ด้านอาหารพื้นบ้าน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด จากทั้งหมด 6 ด้าน ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง ควรให้ความสำคัญกับด้านอาหารพื้นบ้านให้มากขึ้น โดยการปรุงอาหารให้มีรสชาติที่ดี และถูกสุขอนามัย และเพิ่มการนำเสนออัตลักษณ์ในด้านนี้ให้นักท่องเที่ยวรู้จักมากขึ้น โดยการนำอาหารพื้นบ้านมาจัดแสดงในช่วงเทศกาลต่างๆ เป็นต้น

1.2 จากการศึกษาด้านความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยว พบว่า ด้านสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด จากทั้งหมด 4 ด้าน ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมโดยรวมของแหล่งท่องเที่ยวที่ยังมีการจัดการไม่ดีพอ ดังนั้นเจ้าหน้าที่ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง ควรช่วยกันรักษาสภาพแวดล้อม โดยการดูแลความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะห้องสุขา ควรจะมีความสะอาดและเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว การจัดตกแต่งสถานที่ไม่เพียงแต่ให้สวยงามเท่านั้น ยังต้องคำนึงถึงผลกระทบของแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย

1.3 จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวกับความความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยว พบว่า อัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวมากที่สุด ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง ควรให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยมีการจัดสถานที่จอดรถให้มีระเบียบและเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว ควรแบ่งพื้นที่ในการขายสินค้าที่ระลึกอย่างมีระเบียบเรียบร้อย รวมไปถึงการจัดตกแต่งสถานที่ต้องคำนึงถึงผลกระทบของแหล่งท่องเที่ยวด้วย และที่สำคัญที่สุดต้องมีการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบและถูกสุขอนามัย

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง โดยเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวเป็นคนในชุมชน

2.2 ควรจะศึกษาอัตลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวที่อื่นๆ ในจังหวัดสุรินทร์ เช่น ปราสาทศรีขรภูมิ และอ่างเก็บน้ำห้วยเสนา เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาให้เกิดความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยว

8. เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แสงลัมสุวรรณ และศรัณยา แสงลัมสุวรรณ. (2555). การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม ยั่งยืน. วารสารนักบริหาร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- จริยาวัฒน์ โลหะพูนตระกูล. (2553). การพัฒนาและแก้ไขปัญหาชุมชน ด้านการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ. วารสาร มจร.วิชาการ, 14.
- ณัฐพล มีแก้ว. (2555). ถนนสายโขงเมืองเชียงคาน: การทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 13. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ทิตกร สอนภาษา. (2551). ภาษาไทยชัดใหญ่ เอกลักษ์-อัตลักษณ์. คม ชัด ลึก City life. คมชัดลึก, 445.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- พระมหาบุญพิเศษฐ์ จันเมือง. (2553). การจัดการการท่องเที่ยวในพระอารามหลวงชั้นเอก ในเกาะรัตนโกสินทร์. ปรินญาณพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เยาวภา เจริญรื่น. (2549). การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- รัตนา อัตภูมิสุวรรณ. (2547). องค์การและการจัดการ (Organization&Management). (พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพฯ: วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรม, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). พจนานุกรมฉบับ

ราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. (พิมพ์ครั้งที่ 6).

กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์. รัชมี.

ลินจง โพธารี. (2554). การค้นหาอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว

อย่างมีส่วนร่วมของชุมชนเชียงคาน.

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

วิธาน จินากักต์. (2555). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติเอราวัณ จังหวัด

กาญจนบุรี. ปรียาณานิพนธ์. สาขาการจัดการ

นันทนาการ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์. (2538). ทฤษฎีและเทคนิคการ

สัมภาษณ์. ภาควิชาคณิตศาสตร์.

คณะวิทยาศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหิดล.

สุขใจ สมพงษ์พันธุ์. (2548). ช่างสุรินทร์: เส้นทางวิจัยเพื่อการ

สร้างบทเรียนวิทยาศาสตร์ท้องถิ่น. (พิมพ์ครั้งที่ 1).

เครือข่ายงานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ

สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา

กระทรวงศึกษาธิการ.

สุรยา ไซติช่วง. (2554). การศึกษาสภาพการพัฒนาอัต

ลักษณ์และเอกลักษณ์ของสถานศึกษาสังกัด

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา

พิษณุโลก เขต1. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง.

สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยนเรศวร.

สุทัศน์ ละงู. (2551). วิถีชีวิตและศักยภาพที่เอื้อต่อการ

ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โฮมสเตย์ กรณีศึกษาชุมชน

ชาวเลบ้านส้างกา อำเภอกะลันตา จังหวัดกระบี่.

วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

อภิญา เฟื่องฟูสกุล. (2546). อัตลักษณ์ (Identity) การทบทวน

ทฤษฎีและกรอบแนวคิด. กรุงเทพฯ: สำนักงาน

คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.