

การสกัดข้อมูลเพื่อการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยว เศรษฐกิจชุมชน จังหวัดสุรินทร์

EXTRACT DATA FOR DESIGN AND DEVELOPMENT MOBILE PHONE APPLICATION COMMUNITY-BASED ECONOMIC TOURISM AND OTOP PRODUCTS IN SURIN PROVINCE

เที่ยงธรรม สิทธิจันทเสน¹, นิคม Lonkuntosh², อัษฎา วรณกายนต์^{1*},
สุรเชษฐ์ วงศ์ชัยประทุม², สุชาติ ดุมนิล², ชุตติมา มุลดบ³ และภัทรารัตน์ ชิดชอบ¹
Teangtum Sittichantasen¹, Nikom Lonkuntosh², Asada Wannakayont^{1*},
Surachet Vongchaipratoom², Suchat Dumnil², Chutima Mooldab³ and Pattrarut Chidchob¹

Received : 13 February 2019

Revised : 5 July 2019

Accepted : 25 July 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ สกัดข้อมูลเพื่อการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ได้แก่ กลุ่มชุมชนเป้าหมาย จำนวน 48 หมู่บ้าน ๆ ละ 50 คน รวมเป็น 2,400 คน โดยใช้การสำรวจสอบถาม การประชุมสนทนากลุ่มครอบคลุมเนื้อหาข้อมูลการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ ในแต่ละประเด็น จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูล แบบอุปนัย ผลการวิจัย พบว่า ข้อมูลด้านสินค้าโอท็อป ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ ผ้าไหม เครื่องเงิน ข้าวหอมมะลิ ผลิตภัณฑ์จักสาน ผลิตภัณฑ์แปรรูปสินค้าทางการเกษตร เป็นต้น ด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา ความเชื่อ และเป็นสิ่งที่ทำสืบทอดต่อ ๆ กันมา ได้แก่ วันวิสาขบูชา วันเข้าพรรษา วันออกพรรษา ไหว้ศาลปู่ตา บุญวันสารท เช่น ไหว้บูชาบรรพบุรุษ “แซนโถงตา” และประเพณีที่เกี่ยวกับการทำการเกษตร หรือสินค้าที่ชุมชนผลิตขึ้น เช่น ประเพณีแซนแซร ประเพณีบุญข้าวจี งานวันข้าวหอมมะลิ และมหรธรมผ้าไหมสุรินทร์ เป็นต้น ด้านการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น หมู่บ้านช้าง หมู่บ้านทอผ้าไหม แหล่งท่องเที่ยว

¹หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

²หลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีไฟฟ้า มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

³สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

¹Doctor of Philosophy Program in Industrial Technology. Surindra Rajabhat University

²Bachelor of Technology Program in Electrical Technology Surindra Rajabhat University

³President Office Surindra Rajabhat University

*ผู้นิพนธ์ประสานงาน E-mail: asada2518@hotmail.com

เชิงเกษตร แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น และด้านเศรษฐกิจชุมชน รายได้ของชุมชนเกิดจากการทำการเกษตร เลี้ยงสัตว์ งานหัตถกรรม งานฝีมือจากภูมิปัญญาชาวบ้าน

คำสำคัญ: การสกัดข้อมูล การออกแบบและพัฒนา แอปพลิเคชัน การท่องเที่ยว เศรษฐกิจชุมชน สินค้าโอท็อป

ABSTRACT

This research aimed to extract data for design and development mobile phone application community-based economic tourism and One Tambon One Product (OTOP) products in surin province. The sampling group was purposively sampled, i.e. the targeted communities as 48 villages, 50 people each, a total of 2,400 people. The research tools were investigation, questionnaire, designed, group discussion on tourism, economy, community-based economic tourism and OTOP products in surin province. On each issue. The data were analyzed using statistics as Induction. The results found that most of the OTOP products are silk products, silver wares and products, rice, weaving products, processed agricultural products, etc. Besides, most of cultures and traditions are related to Buddhism, faith and matters perceived from ancestors, e.g. Visakha Buja Day, Buddhist Lent Day, End of Buddhist Lent Day, Ancestor Shrine, Sart Merit Worship, and Ancestor Worship called "Sandontar". Furthermore, there are the traditions regarding agriculture and processed agricultural products, e.g. Sansare Tradition, Boon Kowjee Tradition, Jasmine Rice Day Event, Surin Silk Exhibition, etc. For tourism, most of the tourism areas are man-made, e.g. Elephant Village, Silk Weaving Village, Agro-tourism Areas, Cultural Tourism Areas, Historical Tourism Areas, etc. For community-based economy, the main community incomes are from agriculture, animal husbandry, handicraft, hand-made by folk wisdom.

Keywords: Extract Data, Design and Development, Mobile Phone Application, Tourism, Community-based economy, OTOP product

บทนำ

ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศเพื่อมุ่งสู่ “ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ด้วยการให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน โดยการขับเคลื่อนตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงผ่านกลไกประชารัฐ โมเดลประเทศไทย 4.0 นี้ เป็นแนวทางการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจเพื่อมุ่งไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม หรือ Value-Based Economy ใช้เทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม เป็นกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนประเทศ

นอกจากนั้น แนวทางที่สำคัญที่ต้องการเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น การท่องเที่ยวเป็นภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องเป็นอย่างมากต่อการขยายกรอบแนวคิดดังกล่าวเพื่อมาประยุกต์และพัฒนากองท่องเที่ยวไทย เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวยุค 4.0 ขึ้น ซึ่งเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนฐานนวัตกรรม การนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการการท่องเที่ยว รวมถึงบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น กรอบแนวคิดที่สำคัญของประเทศไทย 4.0 ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นมีภารกิจสำคัญ 2 ประการที่จะเป็นแนวทางหลักที่ทุกภาคส่วนต้องช่วยกันพัฒนา คือ การสร้างความเข้มแข็งจากภายใน และการเชื่อมโยงภายในสู่เศรษฐกิจโลก (กรมการท่องเที่ยว, 2560)

นโยบายของรัฐบาลด้านการท่องเที่ยว มีการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศในการส่งเสริมให้การท่องเที่ยวในประเทศสร้างแรงจูงใจและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกื้อกูลต่อบรรยากาศการท่องเที่ยวอันมีลักษณะโดดเด่นร่วมกันหรือจัดเป็นกลุ่มที่จะเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์สินค้าเพื่อยกระดับการพัฒนาจากวิถีชีวิตชุมชนรวมทั้งพัฒนาภาพรวมแหล่งท่องเที่ยวในประเทศ ทั้งนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเดิมและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ โดยเน้นการใช้ความรู้และเพิ่มพูนมาตรฐานความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การควบคุมสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ ราคาเป็นธรรมต่อผู้บริโภคและผู้รับบริการ ตลอดจนการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ กับนักท่องเที่ยว และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

ปัจจุบันรัฐบาลไทยได้มอบหมายให้กระทรวงมหาดไทยและกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง หรือกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรินทร์ ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ ได้ดำเนินการเรื่องของการจัดทำแผนงาน/โครงการบริการราชการ หรือเรื่องที่มีความจำเป็นต่อการพัฒนาให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มความเข้มแข็งให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชน ทั้งนี้มีความเห็นเพิ่มเติมว่า แผนพัฒนาจังหวัด และแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดนั้น ควรมีความสอดคล้องเชื่อมโยงกับวิสัยทัศน์ของประเทศ 2014 -2020 คือ “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” และยุทธศาสตร์การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ จังหวัดสุรินทร์เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยว ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรมตลอดจนสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนมากกว่า 1,367 ผลิตภัณฑ์ นำรายได้สู่ชุมชนเป็นจำนวนมาก และจากสถานการณ์ท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2560 ปัจจุบันมีแนวโน้มที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลสรุปสถานการณ์ จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนคนไทย และจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือน คนต่างชาติ ในเดือนธันวาคม 2560 พบว่า ในจังหวัดสุรินทร์ จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนคนไทย ประมาณ 105,260 คน จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนคนต่างชาติ 2,471 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) จากข้อมูลดังกล่าวมีแนวโน้มผู้เยี่ยมชมเยือนคนไทย ชาวต่างชาติ และผู้เยี่ยมชมเยือนอื่น ๆ เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากวิถีการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบัน ต้องการหาแหล่งท่องเที่ยวในการพักผ่อนหย่อนใจ และความสุขในชีวิตที่ต่างไปจากเดิมที่เคยท่องเที่ยว

สำหรับปี พ.ศ. 2561 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา คาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศ มีประมาณ 165.4 ล้านคน-ครั้ง ขณะที่รายได้จะอยู่ที่ประมาณ 9.9 แสนล้านบาท และภาครัฐยังมีมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัด

นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ค่าที่พักในโรงแรม หรือ โฮมสเตย์ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561) ดังนั้น การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือเรียกย่อว่า โอทอป (OTOP) เป็นโครงการกระตุ้นธุรกิจประกอบการท้องถิ่น โครงการดังกล่าวมีเป้าหมายจะสนับสนุนผลิตภัณฑ์ลักษณะเฉพาะที่ผลิตและจำหน่ายในท้องถิ่นแต่ละตำบล โดยได้รับแรงบันดาลใจมาจากโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OVOP) ที่ประสบความสำเร็จของญี่ปุ่น โครงการโอทอปกระตุ้นให้ชุมชนหมู่บ้านพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและการตลาด (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพิจิตร, 2560) เพื่อให้ชุมชนสามารถใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ กระตุ้นธุรกิจประกอบการในท้องถิ่น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารและการตลาดมากขึ้น และได้มีการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามยุทธศาสตร์ฟื้นฟูผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อยอดสู่สากลตามลำดับ โดยมีกลยุทธ์ที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยว เศรษฐกิจชุมชน พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีการบริการที่ปลอดภัยและได้มาตรฐาน ในการดำเนินงานที่จะนำไปสู่เป้าหมายดังกล่าวนั้น จำเป็นต้องมีการพัฒนาการท่องเที่ยว สร้างความสัมพันธ์ในความสัมพันธ์ของการมีส่วนร่วมของหน่วยงาน ภาคประชาชน ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา พร้อมการประชาสัมพันธ์ควบคู่กันไป จึงเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการบูรณาการปฏิบัติงานทุกภาคส่วนร่วมกันเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ที่สามารถต่อยอดเชื่อมโยงแบบองค์รวมของยุทธศาสตร์ในด้านต่าง ๆ ได้แบบครบวงจรตามแผนนโยบายของรัฐบาล ไทยแลนด์ 4.0 (Thailand 4.0) ที่เปลี่ยนเศรษฐกิจแบบเดิมไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมเปลี่ยนจากรูปแบบการบริการแบบเดิม ๆ ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำ ไปสู่การบริการที่มีมูลค่าสูงขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรม โดยเทคโนโลยี ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน คงหนีไม่พ้นโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นสิ่งที่คนส่วนใหญ่พกติดตัวไปด้วยเสมอ และนวัตกรรมโมบายแอปพลิเคชันที่สามารถนำมาเพิ่มประสิทธิภาพให้การเดินทางท่องเที่ยวง่ายขึ้น ไม่ว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหน เรียกได้ว่ามีประโยชน์ต่อนักเดินทางเป็นอย่างมาก เพราะแอปพลิเคชันจะเชื่อมโยงข้อมูลและรวบรวมข้อมูลข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว อาทิ ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร แหล่งช้อปปิ้ง กิจกรรมและงานประเพณี โปรโมชันท่องเที่ยว เป็นต้น ช่วยวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ สร้างเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตก้าวหน้าได้อย่างยั่งยืน

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการสกัดข้อมูลการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอทอป ของกลุ่มเป้าหมายชุมชน ที่เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวชุมชน และหมู่บ้านใกล้เคียงในจังหวัดสุรินทร์ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชน ของจังหวัดสุรินทร์เพื่อการก้าวไปสู่การบริการที่ดี ตอบสนองกับสังคมยุคใหม่ ที่ขับเคลื่อนไปด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรม และสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปวางแผน เพื่อใช้กำหนดนโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอทอป ของจังหวัดสุรินทร์ ที่ต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่า สร้างรายได้และความเข้มแข็งให้กับชุมชนในจังหวัดสุรินทร์ ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อสกัดข้อมูลในการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอทอป จังหวัดสุรินทร์

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ หมู่บ้านในกลุ่มเป้าหมายการท่องเที่ยว เศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป ในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน 1,556 หมู่บ้าน (ศูนย์ข้อมูลประเทศไทย, 2561)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มที่ใช้ในการศึกษาสกัดข้อมูลการท่องเที่ยว เศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ และประชุมสนทนากลุ่ม คณะผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มเป้าหมายชุมชนที่เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวชุมชน เศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป และหมู่บ้านใกล้เคียง ในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน 48 หมู่บ้าน ๆ ละ 50 คน รวมเป็นจำนวน 2,400 คน ได้แก่ หมู่บ้านอาลี หมู่บ้านท่าสว่าง หมู่บ้านโพธิ์ทอง หมู่บ้านหมอนไหมพัฒนา หมู่บ้านประทุน หมู่บ้านนาตัง หมู่บ้านระกาไกรสร หมู่บ้านสะอาด หมู่บ้านหัวแรด หมู่บ้านวังศิลา หมู่บ้านสำโรง หมู่บ้านกุดหลวง หมู่บ้านโนนทอง หมู่บ้านเกาะแก้ว หมู่บ้านไผ่ หมู่บ้านโบก หมู่บ้านศรีสุข หมู่บ้านหนองเรือ หมู่บ้านอ้อมแก้ว หมู่บ้านหอก หมู่บ้านโนง หมู่บ้านกล้วย หมู่บ้านโคกอำนาจ หมู่บ้านพระจันทร์ หมู่บ้านลูกควาย หมู่บ้านท่าพระ หมู่บ้านขยงทอง หมู่บ้านหนองกลิ่น หมู่บ้านแสงทรัพย์ หมู่บ้านโนนจิก หมู่บ้านตาอ้อ หมู่บ้านเมืองสิงห์ หมู่บ้านสวยจูง หมู่บ้านเขาน้อย หมู่บ้านตาเตาะ หมู่บ้านเทนมีย์ หมู่บ้านโคกสะอาด หมู่บ้านโจรง หมู่บ้านโคกตะเคียน หมู่บ้านเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยทับทันห้วยสำราญ หมู่บ้านโนนคูณ หมู่บ้านไพร หมู่บ้านตาพรหม หมู่บ้านช่างปี หมู่บ้านโคกอาโพน หมู่บ้านชำ หมู่บ้านหนองบัว หมู่บ้านตาพิพย์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามข้อมูลการท่องเที่ยว เศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ และแบบสรุปการประชุมสนทนากลุ่มในการสกัดข้อมูลการท่องเที่ยว เศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์

การสร้างเครื่องมือวิจัย

ในการวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยได้ข้อสรุปแนวทางในการสร้างแบบสกัดข้อมูลการท่องเที่ยว เศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ และแบบสรุปการประชุมสนทนากลุ่มในการสกัดข้อมูลการท่องเที่ยว เศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ มีขั้นตอนในการสร้างตามลำดับต่อไปนี้

1. แบบสอบถามข้อมูลการท่องเที่ยว เศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์
การสร้างแบบสอบถามข้อมูลการท่องเที่ยว เศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ มีขั้นตอนในการสร้างตามลำดับต่อไปนี้
 - 1.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบ หลักการสร้างแบบสอบถาม การเก็บข้อมูลการท่องเที่ยว เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการสร้างและศึกษารูปแบบเครื่องมือที่เหมาะสมกับลักษณะของการวิจัยครั้งนี้

1.2 สร้างแบบสอบถามข้อมูลการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ ฉบับร่าง ให้ครอบคลุมประเด็นสาระสำคัญของเนื้อหา ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสินค้าโอท็อป ด้านวัฒนธรรม ด้านการท่องเที่ยว และด้านเศรษฐกิจชุมชน

1.3 นำแบบสอบถามข้อมูลการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ เสนอต่อที่ปรึกษางานวิจัยพิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหา สาระสำคัญ ประเด็นในเรื่องที่ต้องการศึกษาและให้ข้อเสนอแนะเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข

1.4 นำแบบสอบถามข้อมูลการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ปรับปรุงแก้ไขนำไปจัดพิมพ์เป็นฉบับสมบูรณ์ เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์

2. แบบสรุปการประชุมสนทนากลุ่ม

การสร้างแบบสรุปการประชุมสนทนากลุ่มในการสกัดข้อมูลการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ มีขั้นตอนในการสร้างตามลำดับต่อไปนี้

2.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบ หลักการการประชุมสนทนากลุ่มเพื่อนำมาเก็บข้อมูลการท่องเที่ยว และนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการสร้างและศึกษารูปแบบเครื่องมือที่เหมาะสมกับลักษณะของการวิจัยครั้งนี้

2.2 สร้างแบบสรุปการประชุมสนทนากลุ่มในการสกัดข้อมูลการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ ให้ครอบคลุมผลลัพธ์จากการประชุมสนทนากลุ่ม ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านสินค้าโอท็อป ด้านวัฒนธรรม ด้านการท่องเที่ยว ด้านเศรษฐกิจชุมชน รายชื่อผู้เข้าร่วมการประชุมสนทนากลุ่ม และภาพบรรยากาศการประชุมกลุ่ม

2.3 นำแบบสรุปการประชุมสนทนากลุ่มในการสกัดข้อมูลการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ เสนอต่อที่ปรึกษางานวิจัยพิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหา สาระสำคัญ ประเด็นในเรื่องที่ต้องการศึกษาและให้ข้อเสนอแนะเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข

2.4 นำแบบสรุปการประชุมสนทนากลุ่มในการสกัดข้อมูลการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ มาปรับปรุงแก้ไขไปจัดพิมพ์เป็นแบบสรุปการประชุมสนทนากลุ่มฉบับสมบูรณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งมีรายละเอียดของการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับขั้นตอนสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ติดต่อประสานงาน ผู้นำชุมชนหรือผู้ใหญ่บ้าน นัดวัน เวลา และสถานที่เพื่อขอความร่วมมือในการสกัดข้อมูลการท่องเที่ยว และการประชุมสนทนากลุ่มเพื่อสกัดข้อมูลการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์

2. จัดเตรียมอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการสกัดข้อมูลการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชน และการประชุมสนทนากลุ่ม ได้แก่ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องขยายเสียง กระดาษแข็ง ปากกา

เมจิก เป็นต้น ให้ครบถ้วน และแจ้งกำหนดการประชุมสนทนากลุ่มกับผู้นำชุมชนหรือผู้ใหญ่บ้านหรือผู้ประสานงานทราบ

3. คณะผู้วิจัยลงพื้นที่ชุมชนหมู่บ้านกลุ่มตัวอย่าง จัดเตรียมสถานที่ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้เรียบร้อย

4. คณะผู้วิจัยดำเนินการสกัดข้อมูลการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ กับกลุ่มเป้าหมาย และชุมชนที่เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวชุมชน และหมู่บ้านใกล้เคียง ในจังหวัดสุรินทร์ ทั้ง 48 หมู่บ้าน ๆ ละ 50 คน รวมเป็นจำนวน 2,400 คน โดยดำเนินการที่ละชุมชนหมู่บ้าน เพื่อสกัดข้อมูลการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ ให้ครอบคลุมเนื้อหาทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสินค้าโอท็อป ด้านวัฒนธรรม ด้านการท่องเที่ยว ด้านเศรษฐกิจชุมชน จากนั้นอธิบายวัตถุประสงค์ของการทำกิจกรรมในครั้งนี้ อธิบายวิธีการ และรายละเอียดการสกัดข้อมูล จากนั้นให้ชาวบ้านแบ่งกลุ่มเป็น 4 กลุ่มย่อยและให้ดำเนินการเขียนข้อมูลเนื้อหาในแต่ละด้านทั้ง 4 ด้าน ของชุมชนหมู่บ้านลงในกระดาษแข็งด้วยปากกาเมจิก รวมทั้งรับฟังข้อเสนอแนะอื่น ๆ



ภาพที่ 1 ตัวอย่างการอธิบายรายละเอียดการสกัดข้อมูลการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป ในแต่ละชุมชนหมู่บ้าน



ภาพที่ 2 ตัวอย่างการสกัดข้อมูลเนื้อหาในแต่ละด้าน ของชุมชนหมู่บ้าน

5. คณะผู้วิจัยเขียนสรุปข้อมูลที่ได้ลงในแบบสกัดข้อมูลการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์

6. คณะผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสกัดข้อมูลการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ ของชุมชนหมู่บ้านที่ได้มาทำการประชุมสนทนากลุ่ม โดยคณะผู้วิจัยได้แบ่งหน้าที่การทำงาน เช่น การถามคำถามเพื่อกำหนดลำดับความสำคัญของข้อมูลในแต่ละด้านการพูดคุย ควบคุมการสนทนาให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ครอบคลุมเนื้อหา ในแต่ละประเด็น และกระตุ้นให้ชาวบ้านได้แสดงความคิดเห็นหรือตอบคำถาม อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน ถ่ายภาพ รวมทั้งจัดบันทึกการประชุมสนทนากลุ่มตลอดการประชุม



ภาพที่ 3 ตัวอย่างภาพการประชุมสนทนากลุ่ม

7. คณะผู้วิจัยนำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการประชุมสนทนากลุ่ม จัดบันทึกลงในแบบสรุปการประชุมสนทนากลุ่มในการสกัดข้อมูลการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ เพื่อนำมาสรุปประเด็นต่าง ๆ ในผลการประชุมสนทนากลุ่ม จากผู้เข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่มในแต่ละชุมชนหมู่บ้านกลุ่มตัวอย่าง เพื่อสรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย การสกัดข้อมูลการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Analytic Induction) (เอื้อมพร หลินเจริญ, 2555) การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ การสอบถาม และการประชุมสนทนากลุ่ม ได้แก่ ด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ด้านการท่องเที่ยว ด้านเศรษฐกิจชุมชน รวมถึงข้อมูลด้านสินค้าโอท็อป ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างชื่อของจังหวัด จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาสรุปโดยพิจารณาลักษณะร่วมกันของข้อมูลในส่วนย่อย จำแนกและจัดกลุ่มในด้านต่าง ๆ

ผลการวิจัย

การวิจัย การสกัดข้อมูลการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ด้านสินค้าโอท็อป

1.1 สินค้าของชุมชนและผลิตภัณฑ์ในชุมชนของจังหวัดสุรินทร์ส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์ ผ้าไหม เครื่องเงิน และข้าวหอมมะลิ ผลิตภัณฑ์จักสาน ผลิตภัณฑ์แปรรูปสินค้าทางการเกษตร ซึ่งเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดต่อกันมาเป็นระยะเวลาหนึ่ง มีหลากหลายรูปแบบลวดลายและสีสันแตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสินค้าทางการเกษตร สามารถเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร

1.2 ความเข้มแข็งของชุมชน เป็นปัจจัยที่สำคัญ ซึ่งชุมชนบางกลุ่มมีการผลิตผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีความโดดเด่น มีหลากหลาย มีอัตลักษณ์ของชุมชน และสามารถสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกจนมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งการที่มีผู้นำที่ดี มีการส่งเสริมชาวบ้าน มีประสบการณ์เชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าเรียกได้ว่ามีส่วนช่วยให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชนขึ้นอย่างแท้จริง

1.3 การบริหารจัดการกลุ่ม สินค้าประเภทผ้าไหม เครื่องเงินและสินค้าทางการเกษตร ได้มีการดำเนินงานมาเป็นระยะเวลาหนึ่ง จนกระทั่งกลุ่มมีความเข้มแข็งโดยมีการวางแผนการทำงานทั้งในระยะสั้นและในระยะยาว ด้วยการบริหารจัดการ โดยแบ่งงานออกตามหน้าที่อย่างชัดเจน มีการให้ผลตอบแทนตามผลการทำงานของสมาชิกแต่ละคน

1.4 การตลาด การดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มมีการวางแผนการตลาดไว้ล่วงหน้า และมีตลาดประจำในพื้นที่และมีช่องทางจัดจำหน่ายหลายช่องทาง การจำหน่ายให้แก่ลูกค้าโดยตรงที่ศูนย์จำหน่ายของกลุ่มที่ผลิตสินค้า การจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางติดต่อรับซื้อไปจำหน่ายต่อและจากการที่กลุ่มมีโอกาสได้ออกแสดงสินค้าของทางราชการอยู่เสมอ กิจกรรมเหล่านี้เป็นการช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าทางอ้อมที่มีประโยชน์ต่อกลุ่มมากที่สุดโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ และการนำสินค้าออกแสดงที่ทางราชการได้จัดงานแสดงสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ทำให้มีลูกค้าติดต่อเข้ามาซื้อขายเพิ่มเติม กรณีการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มจึงประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป

1.5 การสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ กลุ่มผลิตผ้าไหม กลุ่มผลิตเครื่องเงิน และกลุ่มผลิตสินค้าทางการเกษตร ได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือจากภาครัฐและภาคเอกชนทั้งเป็นที่ปรึกษาในการบริหารจัดการโครงสร้างองค์กร การช่วยเหลือทางการเงิน เครื่องมือ อุปกรณ์ การผลิตและส่งเสริมการตลาดในการจัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ การสนับสนุนจากภาครัฐเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้สินค้าของกลุ่มได้รับความนิยม

2. ด้านวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี

2.1 วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนต่าง ๆ ส่วนใหญ่ จะเกี่ยวข้องกับวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา ความเชื่อ และทำสืบทอดต่อกันมา ได้แก่ วันวิสาขบูชา วันเข้าพรรษา วันออกพรรษา ศาลปู้ตา ประเพณีบุญวันสารท เช่นไหว้บูชาบรรพบุรุษ “แฉนโดนตา” ซึ่งทุกหมู่บ้านได้กระทำเป็นพิธีสืบทอดกันมา และประเพณีที่เกี่ยวกับการทำการเกษตร หรือผลผลิตทางการเกษตร

ผลิตภัณฑ์สินค้าที่ชุมชนสร้างขึ้น เช่น ประเพณีแซนแซร ประเพณีบุญข้าวจี งานวันข้าวหอมมะลิ และ มหกรรมผ้าไหมสุรินทร์ เป็นต้น

2.2 ชนบธรรมนิยมประเพณีและวัฒนธรรมพื้นถิ่น มีพิธีกรรม ความเชื่อของ ชาวสุรินทร์หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าชาวกุย การประกอบพิธีเลี้ยงปู่ตาหรือแซนยะ อันเป็นพิธีกรรม ความเชื่อที่ชาวกุยประกอบขึ้นเพื่อเป็นการบวงสรวงผีปู่ตา ที่เป็นบรรพบุรุษผู้คอยปกป้องคุ้มครอง ดูแลชุมชน และเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ชุมชนถือปฏิบัติสืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน พิธีแซนยะ จะจัดขึ้นเป็นประจำทุก ๆ ปีปีละ 2 ครั้งในช่วงเดือน 3 และเดือน 6 ทางจันทรคติ บริเวณศาลปู่ตา ประจำหมู่บ้าน เมื่อกำหนดวันเวลาได้แล้วชุมชนจะมาพร้อมกันในวันทำพิธีแซนยะ และต่างคน นำเครื่องเซ่นไหว้ของตนเองมา หลังการประกอบพิธีผู้เข้าร่วมพิธีจะเสี่ยงทายจากไข่มต้มและคางไก่ที่ นำไปเซ่นไหว้ จากนั้นจะมีการพบปะสังสรรค์จัดงานรื่นเริงในบริเวณยะจ๊ะ การแซนยะนี้เป็น ประเพณีพิธีกรรมที่ชุมชนยึดถือปฏิบัติสืบทอดกันมาเป็นระยะเวลายาวนาน

3. ด้านการท่องเที่ยว

3.1 ปัญหาการตลาด มีการโฆษณาเกินจริงในช่วงมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งปัจจุบันมีการทำกลยุทธ์ทางการตลาด การประชาสัมพันธ์น้อย ของทางในการจำหน่ายสินค้า ทางการท่องเที่ยวก็มีน้อย ประกอบกับกลยุทธ์ทางด้านต่าง ๆ ที่ควรต้องนำมาใช้เพื่อกิจกรรม การท่องเที่ยวก็ไม่ได้นำมาใช้ จึงทำให้การท่องเที่ยวประสบปัญหาไม่มีนักท่องเที่ยวหรือมีนักท่องเที่ยว น้อย

3.2 การขัดแย้งกันระหว่างคนในหมู่บ้านด้วยตนเอง ทั้งในเรื่องผลประโยชน์และ การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในหมู่บ้าน

3.3 ขาดเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในเส้นทางเดียวกัน มีระยะแหล่ง ท่องเที่ยวไม่ห่างกันมาก เพราะปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้การจัดการการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จนั่นก็ คือเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในเส้นทางเดียวกัน มีระยะทางไม่ไกลกันมาก

3.4 ขาดการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นระบบ หลากหลายและให้มีความน่าสนใจ

4. ด้านเศรษฐกิจชุมชน

ผลการศึกษาถึงปัญหา และผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ พบว่า การท่องเที่ยวทำให้คน ในหมู่บ้านหันมาประกอบอาชีพที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับปานกลาง เพราะ การท่องเที่ยวนั้นไม่มีมากจึงไม่ก่อให้เกิดอาชีพอื่น ๆ ที่จะเป็นทางเลือกให้ชาวบ้านและก็มีน้อยคนที่ ได้รับโอกาสนี้ไป การท่องเที่ยวทำให้ประชากรในพื้นที่เพิ่มขึ้นจึงทำให้ต้องเพิ่มสาธารณูปโภคและ สาธารณูปการเพื่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ชาวบ้านให้ชาวบ้านให้เหตุผลว่าประชากร ในหมู่บ้านไม่เพิ่มเท่าไรนัก จำนวนนักท่องเที่ยวก็ไม่มาก จึงไม่มีเหตุผลที่ต้องการสร้างสิ่งเหล่านี้เพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวทำให้คนในหมู่บ้านประกอบอาชีพเกษตรกรรมลดลงอยู่ในระดับปานกลาง เพราะ ชาวบ้านก็ยังประกอบอาชีพทางด้านเกษตรกรรมอยู่ดังเดิมไม่เปลี่ยนแปลง จะมีผลบ้างในเรื่องวิธีการ จัดการทางด้านเกษตรดังที่กล่าวไว้แล้วข้างต้น

การท่องเที่ยวทำให้เกิดการกระจายตัวเป็นอาชีพต่าง ๆ ของคนในหมู่บ้าน อยู่ในระดับ ปานกลาง การท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์นั้นไม่ได้ทำให้เกิดอาชีพอื่น ๆ เท่าไรนัก ไม่เหมือนการ ท่องเที่ยวที่อื่นที่ทำให้เกิดอาชีพต่าง ๆ เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวในหมู่บ้านหรือ

ชุมชนยังไม่ประสบความสำเร็จถึงระดับนั้น ทั้งนี้มีหลายสาเหตุด้วยกัน ทั้งด้านการตลาด การจัดการท่องเที่ยวยังไม่เป็นระบบที่ครบวงจร ความร่วมมือกัน เส้นทางการท่องเที่ยวที่ยังไม่เชื่อมกันเท่าไรนัก หมู่บ้านแห่งนี้ไม่ใช่เส้นทางหลักที่บริษัททัวร์จะนำทัวร์มาลง เป็นเพียงแคจุดแวะตามเส้นทางอีสานตอนใต้เท่านั้น การท่องเที่ยวทำให้มีการจ้างงานเพื่อการท่องเที่ยวที่จะสามารถขับเคลื่อนไปได้ อยู่ในระดับปานกลาง ชาวบ้านให้เหตุผลว่าการท่องเที่ยว อาหารที่ขายยังไม่มีคุณภาพ ไม่สะอาดหรือราคาสูงอยู่ในระดับปานกลาง การท่องเที่ยวทำให้มีผลกระทบต่อการใช้บริการในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพอยู่ในระดับปานกลาง การท่องเที่ยวไม่ได้ทำให้เกิดการบริโภคเพิ่มขึ้น มากกว่าเดิมเท่าไรนัก และคุณภาพของสินค้าที่บริโภคก็เหมือนเดิมไม่เปลี่ยนแปลง การท่องเที่ยวทำให้รายได้เข้ามาสู่หมู่บ้านเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับปานกลาง

การวิจัย การสกัดข้อมูลการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ คณะผู้วิจัยได้นำผลที่ได้มาใช้ในการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชน จังหวัดสุรินทร์ ดังนี้

1. ด้านผู้ใช้ (User) ในการออกแบบแอปพลิเคชันนั้น คณะผู้วิจัยได้ออกแบบโดยคำนึงถึงผู้ใช้ที่ต้องใช้งานง่าย ให้ในสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการจริง ๆ คือ แต่เมื่อผู้ใช้ได้ใช้งานในครั้งแรก ก็ควรที่จะต้องเข้าใจได้ในเวลาไม่นาน ผู้ใช้สามารถที่จะทำอะไรได้กับแอปพลิเคชันนี้บ้าง เช่น ในสถานะชาวบ้านหรือชุมชน สามารถเพิ่ม/แก้ไข/ลบ ข้อมูลต่าง ๆ ของชาวบ้านหรือชุมชนนั้นได้ ในสถานะนักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาดู/แสดงความคิดเห็น/แชร์ข้อมูลของตนเองสนใจ/ถูกใจได้ เป็นต้น

2. ด้านการออกแบบ (Design) ในการออกแบบแอปพลิเคชันนั้น คณะผู้วิจัยได้ออกแบบควรมีหน้าตาที่เรียบง่ายสื่อถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนต่าง ๆ สามารถดึงดูดให้เข้ามาใช้งาน ไม่ซับซ้อน สื่อความหมายด้วยรูปภาพที่ตรงกับวัตถุประสงค์

3. ด้านการทำงาน (Functional) ในการออกแบบแอปพลิเคชันนั้น คณะผู้วิจัยได้ออกแบบการทำงาน ไม่ให้มีลักษณะ/รายละเอียด ที่เยอะจนเกินไป และในแต่ละลักษณะ/รายละเอียดต้องสำคัญต่อผู้ใช้ รวมถึงสามารถทำงานได้อย่างสมบูรณ์แบบด้วย เช่น เน้นรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวหลัก ๆ ที่ได้รับความนิยม แหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่เกิดขึ้น เน้นรายละเอียดสินค้าโอท็อปที่มีคุณภาพสินค้าโอท็อปใหม่ หรือสินค้าโอท็อปที่ขายดี เป็นต้น

4. ด้านการใช้ข้อมูลมือถือ (Mobile Data Usage) ในการออกแบบแอปพลิเคชันนั้น คณะผู้วิจัยได้ออกแบบให้ใช้มีการใช้ข้อมูลเมื่อจำเป็น และคุ่มค่าที่สุดสำหรับผู้ใช้เท่านั้น ถึงแม้ว่าปัจจุบันค่าใช้จ่ายบริการอินเทอร์เน็ตจะมีราคาไม่แพงมาก และมีความเร็วในการเข้าถึงข้อมูลที่มากขึ้น แต่มันก็คือเงินที่ผู้ใช้จะต้องจ่ายเพิ่มเพื่อใช้งานแอปพลิเคชันนี้ หรือทำให้เสียเวลาในการเข้าถึงข้อมูล ดังนั้น ข้อมูลที่ใส่ลงไปต้องมีการสรุปใจความสำคัญ และมีความจำเป็น ภาพที่แสดงในช่วงแรกใช้ภาพที่มีความละเอียดไม่สูงมาก ถ้าต้องการดูรายละเอียดของภาพสามารถซึ่งโหลดภาพมาดูได้ในภายหลัง จะทำให้สามารถช่วยลดการโหลดข้อมูลต่าง ๆ ได้ ใช้เวลาไม่นาน

5. ด้านความปลอดภัย (Security) ในการออกแบบแอปพลิเคชันนั้น คณะผู้วิจัยได้ออกแบบ การจัดเก็บข้อมูลไม่ควรที่จะเก็บข้อมูลที่มีความอ่อนไหวของผู้ใช้ไว้ในตัวแอปพลิเคชัน แต่ถ้ามีความจำเป็นที่จะต้องจัดเก็บข้อมูลให้มีการเก็บข้อมูลแบบเข้ารหัสไว้ด้วย ส่วนการติดต่อกับ

server นอกจากจะต้องใช้ HTTPS แล้ว ก็ควรจะมีการใช้ Public Key และ Private Key ให้ถูกต้อง และควรจะมีการทำ SSL Pinning และ String Obfuscation ให้กับแอปพลิเคชันด้วย ถ้าใช้เป็นระบบ Android ก็ต้องทำ ProGuard ให้เรียบร้อย

6. ด้านขนาดของแอปพลิเคชัน (App Size) ในการออกแบบแอปพลิเคชันนั้น คณะผู้วิจัยได้ออกแบบให้แอปพลิเคชันมีขนาดเล็กที่สุดเท่าที่จะทำได้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้โหลดและอัปเดตแอปพลิเคชันบ่อยขึ้น รวมถึงลด Cost Internet ของผู้ใช้ด้วย พวกรูปภาพต่าง ๆ ที่พอจะโหลดจาก Server ได้ก็โหลด เป็นต้น

อภิปรายผลการวิจัย

การสกัดข้อมูลการท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ ด้านสินค้าโอท็อป ส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ซึ่งนับเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดต่อกันมาเป็นระยะเวลา ยาวนาน มีความหลากหลายทั้งรูปแบบ ลวดลาย และสีสันแตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น ตามความเชื่อและประเพณีวัฒนธรรมในพื้นที่นั้น มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสินค้าทางการเกษตร สามารถเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร เนื่องจากสามารถเอาผลผลิตทางการเกษตรมาแปรรูปได้อีกทางหนึ่งเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน สอดคล้องกับปรัชญาของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ว่า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางประการหนึ่ง ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่ สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองศรีสะเกษ, 2560)

ด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนต่าง ๆ เป็นพิธีสำคัญทางพุทธศาสนา และสืบทอดกันมาทุกหมู่บ้าน ประเพณีแห่นางแมว บุญบั้งไฟ ซึ่งเป็นความเชื่อเพื่อขอคล้อยกับความ ต้องการของชุมชนหรือทำให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์ ดังที่ Greg (2003) เห็นว่าการท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ เกิดการหลอมรวมระหว่างวัฒนธรรมชั้นสูงกับต่ำ ระหว่างศิลปะกับชีวิต อีกทั้งคนและวัตถุเคลื่อนย้ายง่ายขึ้น

ด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ ส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยว ไปยังแหล่งประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวที่ผลิต และจำหน่ายสินค้าโอท็อป เช่น ผ้าไหม เครื่องเงิน เพื่อจับจ่ายเป็นของฝาก และเพื่อเก็บไว้เป็นที่ระลึก แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การเรียนรู้เช่น หมู่บ้านช่างแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ศูนย์การเรียนรู้การเกษตร ชนเร่ย์อิตยาทรร และการท่องเที่ยวทางอารยธรรมในแต่ละภูมิภาคเช่น ปราสาทหินทรายและศิลาแลง เป็นรูปแบบศิลปะขอม สอดคล้องกับวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยว ที่กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น (2560) ได้กล่าวถึง การเดินทางท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์อื่นใดก็ได้ ที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลาย ๆ อย่างเช่น เพื่อพักผ่อนในวันหยุด เพื่อศึกษาวัฒนธรรมหรือศาสนา เพื่อการศึกษา เพื่อการกีฬาและบันเทิง เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ เพื่องานอดิเรก เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร และเพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา เป็นต้น

ด้านเศรษฐกิจชุมชน รายได้ของชุมชนเกิดจากเกษตรกรรม ภูมิปัญญาชาวบ้านที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษและการเรียนรู้เพิ่มเติมในส่วนของเยาวชนรุ่นใหม่ที่น่ากลับไปพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน สร้างรายได้ให้กับครอบครัวและสร้างรายได้ให้กับชุมชน ภูมิปัญญาที่เด่นคือ ในส่วนความรู้ด้านการทอผ้า ด้านการทำเครื่องเงิน ทำเครื่องประดับ การแปรรูปจากผลิตภัณฑ์การเกษตร ผ้าไหม เป็นของฝาก ของใช้ต่าง ๆ ภูมิปัญญาด้านการจักสานอุปกรณ์การเลี้ยงชีพและใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น การสานแหส้อม การทำไม้กวาด นอกจากนี้แล้วเกษตรกรในหมู่บ้านยังสร้างเศรษฐกิจด้วยมือของพวกเขาเองในการใช้ชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยการปลูกผัก เลี้ยงสัตว์ การอยู่อย่างพอประมาณในการแบ่งปันกัน ใช้ทรัพยากรร่วมกันในชุมชน ให้เกิดประโยชน์สูงสุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อให้ชุมชนอยู่อย่างมีความสุข สอดคล้องกับคำกล่าวของ ประทีป วีรพัฒนนิรันดร์ (2560) ว่าการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน คือ เพื่อพัฒนาศักยภาพตั้งแต่ระดับบุคคล ครอบครัว และชุมชน โดยใช้กิจกรรมเศรษฐกิจสร้าง “กระบวนการเรียนรู้” ซึ่งจะทำให้ชุมชนพึ่งตนเองได้ ในขณะเดียวกันยังมุ่งพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม พื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ฯลฯ หรืออีกนัยหนึ่ง เพื่อพัฒนาชุมชนท้องถิ่นอย่างบูรณาการ ยึดปรัชญาการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามแนวพระราชดำรัส “การพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง” ตามขั้นตอนของ “ทฤษฎีใหม่”

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ภาครัฐ และภาคเอกชนสามารถนำข้อมูลไปกำหนดนโยบายวางแผนพัฒนา ประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเศรษฐกิจชุมชนและสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่า สร้างรายได้และความเข้มแข็งให้กับชุมชนในจังหวัดสุรินทร์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการเพิ่มเติมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชน สินค้าโอท็อปใหม่ ๆ หรือที่กำลังจะมีการพัฒนาขึ้น เพื่อเป็นการส่งเสริม ประชาสัมพันธ์ ยกระดับการท่องเที่ยว เศรษฐกิจชุมชน ให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยว การขายสินค้าและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน
2. ควรมีการพัฒนาเทคโนโลยีขึ้นมาใช้กับการท่องเที่ยวในยุค Thailand 4.0 เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน เป็นต้น การตอบสนองความต้องการข้อมูลการท่องเที่ยว เศรษฐกิจชุมชน และสินค้าโอท็อป จังหวัดสุรินทร์ของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. (2560). **แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศ**

พ.ศ. 2560-2564. กรุงเทพฯ: ดับบลิว ปรี้นติ้ง.

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2560). **มาตรฐานการส่งเสริมการท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ:

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย.

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). สรุปสถานการณ์พักรม จำนวนผู้เยี่ยมชม และ รายได้จากผู้เยี่ยมชม เดือนธันวาคม 2560. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=10097. (2561, 1 กรกฎาคม).
- ประทีป วีรพัฒนนิรันดร์. (2560). เศรษฐกิจชุมชน. ออนไลน์ [เข้าถึงได้จาก] http://www.banrainarao.com/column/commu_econ_02. (2560, 15 กรกฎาคม).
- ศูนย์ข้อมูลประเทศไทย. (2561). [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <http://surin.kapook.com>. (2560, 7 กรกฎาคม).
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). แนวโน้มเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวปี 2561. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <http://ttaa.or.th/wp-content/uploads/2017/09/เศรษฐกิจและการท่องเที่ยว1801256.pdf>. (2561, 2 กรกฎาคม).
- สำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอเมืองศรีสะเกษ. (2560). ความเป็นมาของ OTOP. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <https://goo.gl/zsbqvU>. (2560, 7 กรกฎาคม).
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพิจิตร. (2561). OTOP คืออะไร. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <https://qrqo.page.link/nZfUW>. (2560, 10 กรกฎาคม).
- เอี่ยมพร หลินเจริญ. (2555). เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ. วารสารการวัดผลการศึกษา ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. 17(1 กรกฎาคม 2555).
- Greg, R. G. (2003). What is Cultural Tourism. In Van Maaren, A (ed) Erfgoed voor Toerisme. [Online], Available: http://www.academia.edu/1869136/what_is_Cultural_Tourism.