



ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี TOURISM COMMUNITY OTOP NAWATWITHI

ปาริชาติ คุณปลื้ม*
Parichat Kunpluem

บทคัดย่อ

OTOP นวัตวิถี เป็นชื่อโครงการชุมชนท่องเที่ยวที่ถูกขับเคลื่อนพัฒนาประเทศตามโครงการไทยนิยมยั่งยืน เพื่อมุ่งสร้างรายได้ ความเจริญ และความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ โดยภาคเอกชนและภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินการ OTOP โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 โดยผู้รับผิดชอบหลักคือกรมพัฒนาชุมชน โครงการ OTOP นวัตวิถี จัดตั้งโดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดรายได้กับชุมชน เพื่อพัฒนาคุณภาพ ยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มพัฒนาและกลุ่มปรับตัวเข้าสู่การพัฒนา กลุ่ม D ให้พร้อมขายและสร้างรายได้ได้มากขึ้น เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางในการท่องเที่ยว กระแสหลัก เมืองรอง และชุมชน เพื่อพัฒนาบุคลากร ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ให้มีขีดความสามารถในการคิดเชิงสร้างสรรค์และนำมาต่อยอดบริหารจัดการชุมชนได้อย่างเหมาะสม โดยโครงการนี้จะเป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืนจากระบบโครงสร้างฐานรากของชุมชน สร้างการมีส่วนร่วม พัฒนาเศรษฐกิจให้ดีขึ้น โดยเน้นการท่องเที่ยวที่ยังคงอนุรักษ์ความเป็นไทย

คำสำคัญ: ชุมชนท่องเที่ยว, โอทอปนวัตวิถี

ABSTRACT

OTOP Nawatwathi is the name of the tourism community project. This program is driven by the development of the country according to the Thai Popular Sustainable Project in order to create income, prosperity, economic strength in the private sector, and the public sector to participate in the implementation of the OTOP project. Sub-district One product started in 2001 with one respectable person being the head of Department of Community Development. OTOP Nawatwathi project was

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
e-Mail: parichard53@gmail.com



established with the objective to develop economic foundations to generate income from the community to develop quality, upgrade standard OTOP products, and encourage group development and group adaptation to the development of group D. In consequence, it was supposed to be ready to sell, and generate more income to link the route of tourism in the mainstream, and to develop personnel, entrepreneurs, and those involved in the tourism community OTOP, to be able to think creatively and bring to the community management appropriate materials. This project will be a sustainable development from the foundation structure of the community. It is going to create participation, and improve the economy by focusing on tourism that still preserves Thai culture.

Keywords: tourism community, OTOP Nawatwithi.

บทนำ

วิวัฒนาการของ OTOP

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product) หรือเรียกย่อว่า โอทอป (OTOP) เป็นโครงการกระตุ้นธุรกิจประกอบการท้องถิ่น ซึ่งมีที่มาจากแนวคิด One Village One Product ของเมืองโออิตะ ประเทศญี่ปุ่น “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางหนึ่งที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ ไม่ต้องพึ่งพางบประมาณจากรัฐ (ปาริชาติ คุณปลื้ม, 2560)

OTOP เกิดขึ้นในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 ได้นำแนวความคิดนี้มาพัฒนาว่า ในแต่ละตำบลที่มีภูมิปัญญาท้องถิ่น เอกลักษณ์ความเป็นไทย สามารถนำมาผลิตเป็นสินค้าและเป็นแหล่งท่องเที่ยวให้กับผู้ที่สนใจได้ ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยกรมพัฒนาชุมชน ในแต่ละปีจะมีการแข่งขันกันในแต่ละจังหวัดเพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ดีที่สุดมาประกวดกัน โดยความร่วมมือของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละจังหวัดที่เรียกว่า KBO (knowledge based OTOP) เป็นการรวบรวมหน่วยงานภาครัฐ ภาคการศึกษา และองค์กรที่เกี่ยวข้องในจังหวัดเข้ามาช่วยกันระดมความรู้และพัฒนา OTOP ของแต่ละจังหวัด แล้วนำผลิตภัณฑ์ที่ได้มาแข่งขันกัน มีการประกวดการเขียนแผนธุรกิจเพื่อจะนำไปสู่การทำธุรกิจของแต่ละกลุ่ม OTOP มีการจัดระดับสินค้า OTOP โดยแบ่งเป็นการคัดสรรดาว จัด 2 ปี ต่อ 1 ครั้ง โดยมีดาวสูงสุดตั้งแต่ 5 ดาว 4 ดาว 3 ดาว 2 ดาว และ 1 ดาว ตามลำดับ เพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้ประกอบการ OTOP พัฒนาศักยภาพและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพสามารถนำไปจำหน่ายได้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งสามารถส่งออกไปขายยังต่างประเทศได้ ซึ่งจะนำมาซึ่งการพัฒนา



เศรษฐกิจในกลุ่ม ในตำบล และในจังหวัด จนถึงในระดับประเทศ ต่อมารัฐบาลได้มีโครงการสนับสนุนสินค้า OTOP หลายช่องทาง เช่น OTOP ขึ้นเครื่อง เป็นการให้สายการบินไทยเปิดโอกาสให้สินค้า OTOP ได้มีการแข่งขันและถูกนำไปใช้บนสายการบินเพื่อให้ลูกค้าทั่วโลกได้เห็นสินค้า OTOP ของประเทศไทย และเพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ มีการจัดมหกรรมสินค้า OTOP ประชาสัมพันธ์ไปยังประชาชน ให้มาช่วยอุดหนุนสินค้า OTOP ในบางปีมีการลดภาษีสำหรับผู้ซื้อสินค้า OTOP เป็นต้น ต่อมาในปี 2560 ประเทศไทยกำหนดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2560-2579 มีกรอบแนวคิดการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้ เกิดความยั่งยืน ประชาชนมีคุณภาพชีวิต มีรายได้ที่ดีขึ้น รวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 ได้กำหนดในยุทธศาสตร์ที่ 3 ข้อ 4 เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และเศรษฐกิจฐานราก โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ตลอดจนภารกิจเรื่องอำนาจหน้าที่ของกรมพัฒนาชุมชนในการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชน ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากให้มีความมั่นคงและมีเสถียรภาพ รวมทั้งเสริมสร้างความสามารถและความเข้มแข็งของชุมชน (กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2561) คณะรัฐมนตรีจึงมีมติเมื่อวันที่ 16 มกราคม พ.ศ. 2561 ให้ความเห็นชอบในการจัดทำงบประมาณ พ.ศ. 2561 จำนวน 150,000 ล้านบาท โดยมีแนวทางในการจัดทำ 3 แนวทาง ได้แก่ 1) พัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ยกกระดับสวัสดิการ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพ สร้างโอกาสในอาชีพและการจ้างงาน 2) พัฒนาเชิงพื้นที่ผ่านกระบวนการประชาคม การเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการพัฒนาอาชีพและสร้างรายได้ชุมชน สนับสนุนวิสาหกิจชุมชน และส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวในแต่ละท้องถิ่น 3) ปฏิรูปโครงสร้างการผลิตภาคเกษตรทั้งระบบควบคู่การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าทางเกษตรและส่งเสริมตลาดสมัยใหม่ โดยกรมพัฒนาชุมชนได้รับการจัดสรรงบประมาณรายจ่ายปี 2561 จำนวน 9,328,118,200 บาท เพื่อจัดทำโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เป็นการเตรียมความพร้อมของชุมชน สร้างความน่าสนใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม พัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีมาตรฐานและมีคุณภาพ สร้างรายได้ให้กระจายอยู่ในหมู่บ้านและชุมชน บนพื้นฐานของภูมิปัญญา วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ที่ดัดแปลงให้เกิดมูลค่าเพิ่ม

โครงการ OTOP นวัตวิถี จึงเป็นการเปลี่ยนแปลง OTOP ในแบบดั้งเดิมที่แต่ละชุมชนผลิตสินค้าแล้วนำสินค้าออกมาหาตลาดเพื่อจำหน่าย เปลี่ยนไปสู่ยุคที่พัฒนาสินค้าให้อยู่ในชุมชน แล้วนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวในชุมชนและซื้อสินค้าในชุมชนนั้น โดยชุมชนต้องมีการพัฒนาโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเพื่อนำมาจำหน่าย ในขณะเดียวกัน ผู้นำของแต่ละท้องถิ่นก็จะสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวซึ่งก่อนหน้านี้จะมีแค่ 22 เมืองหลัก ตอนนี้เพิ่มขึ้นเป็น 55 เมืองรอง และมีแหล่งเล็กคือแหล่งท่องเที่ยวในจุดย่อย ๆ ที่เมื่อก่อนนี้นักท่องเที่ยวเข้าไปไม่ถึง จะมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยว



ได้รับทราบ และเมื่อนักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมก็จะต้องมีการจัดเตรียมทั้งอาหารพื้นถิ่น ที่พัก วัฒนธรรม สินค้าที่ได้รับการพัฒนา ตลอดจนสิ่งที่น่าสนใจซึ่งจะมีความแตกต่างกันในแต่ละชุมชน รัฐบาลกำหนดให้ 76 จังหวัด คัดเลือกอำเภอที่มีศักยภาพ รวมทั้งประเทศไทย 878 อำเภอ แต่ละอำเภอจะเลือกชุมชนนวัตวิถี 3-5 แห่ง รวมทั้งหมด 3,273 หมู่บ้าน แล้วระดมสรรพกำลังพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยว จะเห็นได้ว่าถ้าแต่ละชุมชนมีนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยว และซื้อสินค้า OTOP ก็ส่งผลให้ลูกหลานของแต่ละชุมชนสามารถทำงานในท้องถิ่นที่ตัวเองอยู่ได้ ไม่ต้องเข้าไปหางานในเมือง ชีวิตก็จะอบอุ่นเข้มแข็ง ตลอดจนยังเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมที่ดีให้คงอยู่สืบต่อไป

วัตถุประสงค์ของโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

1. เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดรายได้กับชุมชน โดยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างทั่วถึง กระตุ้นเศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศให้มีความเข้มแข็ง
2. เพื่อพัฒนาคุณภาพ ยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มพัฒนาและกลุ่มปรับตัวเข้าสู่การพัฒนา กลุ่ม D ให้พร้อมขายและสร้างรายได้มากขึ้น
3. เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางในการท่องเที่ยวกระแสหลัก เมืองรอง ชุมชน ให้มีความโดดเด่น มีความพร้อมบนอัตลักษณ์ของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี
4. เพื่อสร้างและพัฒนาบุคลากร ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ให้มีขีดความสามารถในการคิดเชิงสร้างสรรค์ และนำมาต่อยอดบริหารจัดการชุมชนได้อย่างเหมาะสม (กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2561)

กระบวนการขับเคลื่อนโครงการชุมชน OTOP ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

ประกอบด้วย 5 กระบวนการคือ

1. พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี พัฒนาและบริหารจัดการข้อมูลชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และจัดทำแผนธุรกิจชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี
2. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเป็นการพัฒนาศักยภาพด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว มีการส่งเสริมพัฒนาประเพณี วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของชุมชน
3. พัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว โดยพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน พัฒนาสินค้าและบริการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ออกแบบตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี



4. เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวแต่ละท้องถิ่น จะมีการออกแบบและเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านเป้าหมาย ทั้งเมืองหลัก เมืองรอง

5. ส่งเสริมการตลาดชุมชนท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์ทั้งออนไลน์และออฟไลน์เปิดตัวชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จับคู่ธุรกิจให้ผู้ซื้อกับผู้ขายได้พบกันจากกิจกรรมจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าและบริการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ในทุกระบวนกรจะก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน เพื่อให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งต่อไป

การเลือกพื้นที่เป้าหมายของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จำนวน 3,273 หมู่บ้าน เกิดจากการค้นหาใน 76 จังหวัด จังหวัดเลือกอำเภอที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้นำเสนอมา 878 อำเภอ ในแต่ละอำเภอเลือกหมู่บ้านที่สามารถพัฒนาได้อำเภอละ 3-5 แห่ง ใช้เกณฑ์ในการพัฒนาหมู่บ้านโดยพิจารณาจากศักยภาพของชุมชน มีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวอย่างน้อยเพียงใด ต้นทุนทางด้านธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญา พิจารณาความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรอง แหล่งท่องเที่ยวหลักซึ่งหมายถึงพื้นที่ในจังหวัด 22 เมืองหลัก และแหล่งท่องเที่ยวรองซึ่งหมายถึงพื้นที่ในจังหวัด 55 เมืองรอง รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวเล็กซึ่งหมายถึงชุมชนท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวที่ส่งเสริมเกื้อกูลเป็นเส้นทางท่องเที่ยว ทั้งนี้หากนักท่องเที่ยวมีจุดสนใจในการท่องเที่ยวหลายจุดอย่างต่อเนื่อง ก็จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในชุมชนนั้น ๆ สามารถพิจารณาโดยไม่ต้องเริ่มต้นจากศูนย์ คือหมู่บ้านโอท็อปนั้นได้รับการพัฒนาในเบื้องต้นเพื่อการท่องเที่ยวอยู่แล้วโดยมีกิจกรรมก่อนหน้านี้ ซึ่งในแต่ละหมู่บ้านจะมีการพัฒนาสินค้ากลุ่ม D หมู่บ้านละ 10 ผลิตภัณฑ์ จากการจัดประเภทชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี แบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่ม A เป็นชุมชนท่องเที่ยวดาวเด่นพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว กลุ่ม B เป็นชุมชนท่องเที่ยวดาวรุ่งมีอนาคตในการพัฒนาต่อยอด กลุ่ม C เป็นชุมชนโดดเด่นเฉพาะด้าน และกลุ่ม D เป็นชุมชนสินค้า OTOP ที่มีสินค้าออกจำหน่าย โดยทั้ง 4 กลุ่มนั้น กลุ่ม D จะเป็นกลุ่มที่มีความจำเป็นต้องพัฒนามากที่สุด (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชลบุรี, 2562) นอกจากสินค้า OTOP แล้ว เสน่ห์ของหมู่บ้านไม่ว่าจะเป็นลักษณะทางธรรมชาติ ความสวยงามของธรรมชาติ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนประวัติศาสตร์ของหมู่บ้านก็สามารถสร้างความน่าสนใจและเป็นจุดขายได้ การมีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง มีกลุ่มคนที่พร้อมสนับสนุนให้โครงการนี้ดำเนินไปได้ ต้องมีการจัดทำแผนธุรกิจและแผนการสร้างรายได้ รวมทั้งปฏิทินท่องเที่ยวของชุมชนหากไม่มีก็ต้องทำให้มี จะเห็นว่าในหมู่บ้านที่ถูกคัดเลือกให้เป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี 3,273 หมู่บ้าน จะได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์รวมเป็น 32,730 ผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังมีโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์นอกหมู่บ้านอีก 20,000 ผลิตภัณฑ์ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางโรงเรียน OTOP 5 แห่ง จำนวน 5,000 ผลิตภัณฑ์ และยังพัฒนาเพิ่มเติมอีก 6,840 ผลิตภัณฑ์ รวมเป้าหมายการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่ม D ทั้งหมด 64,570 ผลิตภัณฑ์



กิจกรรมย่อยโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

มีทั้งสิ้น 18 กิจกรรม ประกอบด้วย

กิจกรรมที่ 1 การจัดตั้งศูนย์กลางการจัดการและประเมินผล เพื่อติดตาม สนับสนุนและให้ข้อเสนอแนะการดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และทีมปฏิบัติการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เนื่องจากโครงการนี้เป็นโครงการใหม่ หลายจังหวัดไม่คุ้นชินในการดำเนินงานจึงต้องจัดทีมที่ปรึกษา ในขณะเดียวกันก็จะมีผู้ติดตามการดำเนินงานเพื่อเข้าไปประเมินผลงานของแต่ละท้องถิ่นด้วย โดยผู้ติดตามจะต้องรายงานความก้าวหน้าการติดตามประเมินผลโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เป็นระยะ ๆ

กิจกรรมที่ 2 เป็นการประเมินผลสำเร็จโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เพื่อประเมินผลสำเร็จ และเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา

กิจกรรมที่ 3 เป็นการสนับสนุนคณะกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัด เพื่อติดตาม สนับสนุนและประเมินผลการดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จะเห็นว่าทุกจังหวัดจะมีอำเภอที่ถูกคัดเลือกและหมู่บ้านในอำเภอที่ได้ถูกคัดเลือกเป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี วิธีการนี้เป็นประโยชน์ต่อคณะกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัดให้ทำหน้าที่ติดตามและสนับสนุนโครงการได้ง่ายขึ้น

กิจกรรมที่ 4 เป็นการสนับสนุนอนุกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับอำเภอ เพื่อสนับสนุนและประเมินผลโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ซึ่งเป็นความเชื่อมโยงจากกิจกรรมที่ 3

กิจกรรมที่ 5 จัดงาน Kick Off โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และความเข้าใจในแนวทางสร้างความสำเร็จของโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

กิจกรรมที่ 6 สัมมนาการขับเคลื่อนชุมชนท่องเที่ยวภายใต้โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เป็นการสร้างการรับรู้การดำเนินงานของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สร้างความเข้าใจในแนวทางความสำเร็จ จัดทำองค์ความรู้และคู่มือการขับเคลื่อนการดำเนินงานของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

กิจกรรมที่ 7 สัมมนาย่อยขับเคลื่อนชุมชนท่องเที่ยวภายใต้โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เพื่อติดตามความก้าวหน้าการขับเคลื่อนชุมชนท่องเที่ยวตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี พร้อมทั้งให้คำแนะนำปรึกษาด้านการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว

กิจกรรมที่ 8 เสวนาการพัฒนาเส้นทางชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สู่อความยั่งยืน และเผยแพร่ผลการประเมินโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เพื่อประเมินผลสำเร็จและนำผลสำเร็จที่ได้ไปเผยแพร่



กิจกรรมที่ 9 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ในชุมชนท่องเที่ยวโดยโรงเรียน OTOP ซึ่งโรงเรียน OTOP ทั่วประเทศจะถูกคัดสรรมา 5 แห่ง โดยมีกิจกรรมย่อยคือ การปรับปรุงศักยภาพของโรงเรียน OTOP ด้วยการประชุมเชิงปฏิบัติการ มีคณะทำงานผลิตสื่อสำหรับโรงเรียน อบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับผู้ผลิตและผู้ประกอบการ OTOP ในกลุ่ม D (กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา) พัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ ติดตามสนับสนุนและจัดทำเอกสารสรุป โรงเรียน OTOP ทั้ง 5 แห่ง ประกอบด้วย (1) ศูนย์ OTOP คอมเพล็กซ์พุดแค จังหวัดสระบุรี (2) กลุ่มจักสานบางเจ้าฉ่า จังหวัดอ่างทอง (3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากลาง จังหวัดพัทลุง (4) กลุ่มหัตถกรรมคุ้มสุขโข อำเภอนบพ จังหวัดขอนแก่น และ (5) ศูนย์ OTOP ช่วงสั้นกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

กิจกรรมที่ 10 การยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่ม D (กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา) ให้เพิ่มมูลค่าและมีความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความมั่นใจและแรงดึงดูดให้กับลูกค้า และสามารถเพิ่มช่องทางจัดจำหน่ายได้หลายช่องทาง การยกระดับมาตรฐาน OTOP กลุ่ม D จะแตกต่างกันไปตามประเภทผลิตภัณฑ์ของ OTOP ที่แบ่งไว้ 5 ประเภท ได้แก่ ประเภทอาหาร ประเภทเครื่องดื่ม ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย และประเภทของใช้ ของฝาก ของที่ระลึก

กิจกรรมที่ 11 ยกระดับมาตรฐานสินค้าอาหาร OTOP รสไทยแท้ คงปฏิเสธไม่ได้ว่าประเทศไทยมีชื่อเสียงในเรื่องอาหาร ดังนั้นมาตรฐานสินค้าทางด้านอาหารรสไทยแท้จึงเป็นสิ่งจำเป็นต้องจัดทำมาตรฐานสำหรับการตรวจรับรอง ส่งเสริมผู้ประกอบการให้ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นที่มีคุณภาพ มาผลิตเป็นอาหารถิ่นรสไทยแท้เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการตระหนักและมีจิตสำนึกในการบริการอาหารรสไทยแท้ที่มีคุณภาพ รสชาติสม่ำเสมอ และใส่ใจความปลอดภัยของอาหาร เพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ OTOP ในการผลิตสินค้าอาหารรสไทยแท้ เพื่อเผยแพร่การตลาดทางภูมิปัญญาไทยสู่กลุ่มผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

กิจกรรมที่ 12 ประชาสัมพันธ์และเพิ่มช่องทางตลาดออนไลน์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของชุมชน OTOP นวัตวิถี ในปัจจุบันคงไม่มีใครปฏิเสธในเรื่องของตลาดออนไลน์ว่าเป็นช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าที่ดีอีกช่องทางหนึ่ง ดังนั้นกิจกรรมนี้จึงจัดขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรู้จักชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ได้ง่ายขึ้น

กิจกรรมที่ 13 หลังจากที่แต่ละชุมชนได้พัฒนาชุมชนของตนเองแล้ว จะมีการประกวดชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เพื่อพัฒนาต่อยอด ยกย่องเชิดชูชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีต้นแบบ เพื่อสร้างและพัฒนาข้อมูลชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ให้เข้าสู่กระบวนการประชาสัมพันธ์

กิจกรรมที่ 14 จัดแสดงผลงานความสำเร็จของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เพื่อประชาสัมพันธ์เชิญชวนนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวในรายการจัดแสดงผลงาน จุดจำหน่ายอาหารถิ่นรสไทยแท้ที่หารับประทานได้เฉพาะในชุมชนและมีความเป็นเอกลักษณ์



กิจกรรมที่ 15 การกระตุ้นบรรณรักษ์กลุ่มเป้าหมายให้เดินทางมาชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จากกิจกรรมก่อนหน้านี้จะเห็นว่าชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ได้มีการพัฒนาปรับปรุง จนเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดีแล้ว ก็มาถึงกิจกรรมที่จะกระตุ้นนักท่องเที่ยวให้มองเห็นเสน่ห์ของชุมชน ประชาสัมพันธ์ขยายผลแหล่งท่องเที่ยว บรรณรักษ์ให้เกิดการท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ในทุกภูมิภาค โดยคาดว่าจะมีเส้นทางชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีต้นแบบ 50 เส้นทาง

กิจกรรมที่ 16 ส่งเสริมทุนชุมชนเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน สร้างการมีส่วนร่วมโดยให้ทุนชุมชนในการดำเนินงาน เพื่อการสร้างงาน ก่อให้เกิดรายได้กับชุมชน กิจกรรมนี้จะเป็นการสร้างระบบบริหารจัดการชุมชน เป็นการขับเคลื่อนธุรกิจชุมชน

กิจกรรมที่ 17 การเสวนาการพัฒนาเส้นทางชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สู่วิถีความยั่งยืน และเผยแพร่การประเมินผลโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

กิจกรรมที่ 18 กิจกรรมการดำเนินงานในส่วนภูมิภาค 3,273 หมู่บ้าน ประกอบด้วย 5 กระบวนการ ดังนี้

1. พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การเตรียมความพร้อมด้านคณะกรรมการชุมชน การบริหารจัดการข้อมูลการท่องเที่ยวในชุมชน การจัดทำแผนชุมชนท่องเที่ยว การสร้างนักเล่าเรื่องชุมชน และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เป็นต้น

2. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ป้ายข้อมูล ป้ายบอกทาง จุดถ่ายภาพ การออกแบบตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

3. พัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวโดยรวม ทั้งพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน พัฒนาสินค้าและบริการ โดยการยกระดับสินค้าให้มีคุณภาพ มีมาตรฐานรองรับ

4. เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวแต่ละท้องถิ่น ทั้งเส้นทางท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรอง

5. ส่งเสริมการตลาดชุมชนท่องเที่ยว โดยการประชาสัมพันธ์ จับคู่ธุรกิจ จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าและบริการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

ทั้ง 18 กิจกรรม มีการมอบหมายให้ส่วนกลางและส่วนภูมิภาครับผิดชอบงานอย่างชัดเจน เพื่อช่วยกันผลักดันให้โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

สรุป

ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เป็นโครงการที่ต้องการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศชาติ โดยให้เริ่มตั้งแต่ระดับชุมชน ตำบล อำเภอ จังหวัด จนถึงระดับประเทศ จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีรายได้ประชาชาติส่วนหนึ่งมาจากการท่องเที่ยว ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ดังนั้นการสร้างชุมชนท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัส



ปีที่ 16 ฉบับที่ 1 เดือนกรกฎาคม-กันยายน 2562

กับธรรมชาติ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีสินค้าที่เป็นของฝาก ของที่ระลึก และอาหารเฉพาะถิ่น ที่เป็นรสชาติไทยแท้ การยอมรับและการบอกต่อจะเพิ่มช่องทางการตลาดไปทั่วโลก เศรษฐกิจของชุมชนนั้น ๆ จะดีขึ้น ลูกหลานของชุมชนไม่ต้องไปหางานทำนอกชุมชน แต่จะกลับมาช่วยครอบครัวผลิตงานสร้างสรรค์ที่อนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่และภูมิใจในความเป็นคนไทย

ข้อเสนอแนะ

1. OTOP นวัตกรรมดี ยังเป็นเรื่องใหม่สำหรับชุมชน ควรทำความเข้าใจกับชุมชนและสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน
2. กระบวนการต่าง ๆ มีเวลาทำกิจกรรมค่อนข้างจำกัด ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องเร่งรีบดำเนินการ อาจขาดความพร้อม ผลลัพธ์ที่ได้จึงยังไม่เกิดอรรถประโยชน์สูงสุด

บรรณานุกรม

- กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2561). *คู่มือบริหารโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมดี*. กรุงเทพฯ: กองแผนงาน กรมการพัฒนาชุมชน.
- ปาริชาติ คุณปลื้ม. (2560). *การพัฒนากระบวนการจัดการความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น: กรณีศึกษา กลุ่มโอท็อป ภาคตะวันออก*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชลบุรี. (2562). *โครงการสนับสนุนการดำเนินงานยุทธศาสตร์ส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมดี และการจัดประเภทชุมชนท่องเที่ยวระดับจังหวัด*. ชลบุรี: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชลบุรี.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2562). *ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมดี* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.thaipost.net/main/detail/27014> [2562, 20 มกราคม].