



ศาสตราจารย์พระราชาสฤงคารพัฒนาอย่างยั่งยืน
OTOP นวัตกรรม ร่วมสุข ร่วมวิถี ร่วมสมัย

เมืองยั่งยืน (Sustainable City) เป็นเมืองที่ให้ความสำคัญในการสร้างคุณค่า
การรักษาระบบนิเวศ พัฒนาจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน



ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิต/ชุมชน

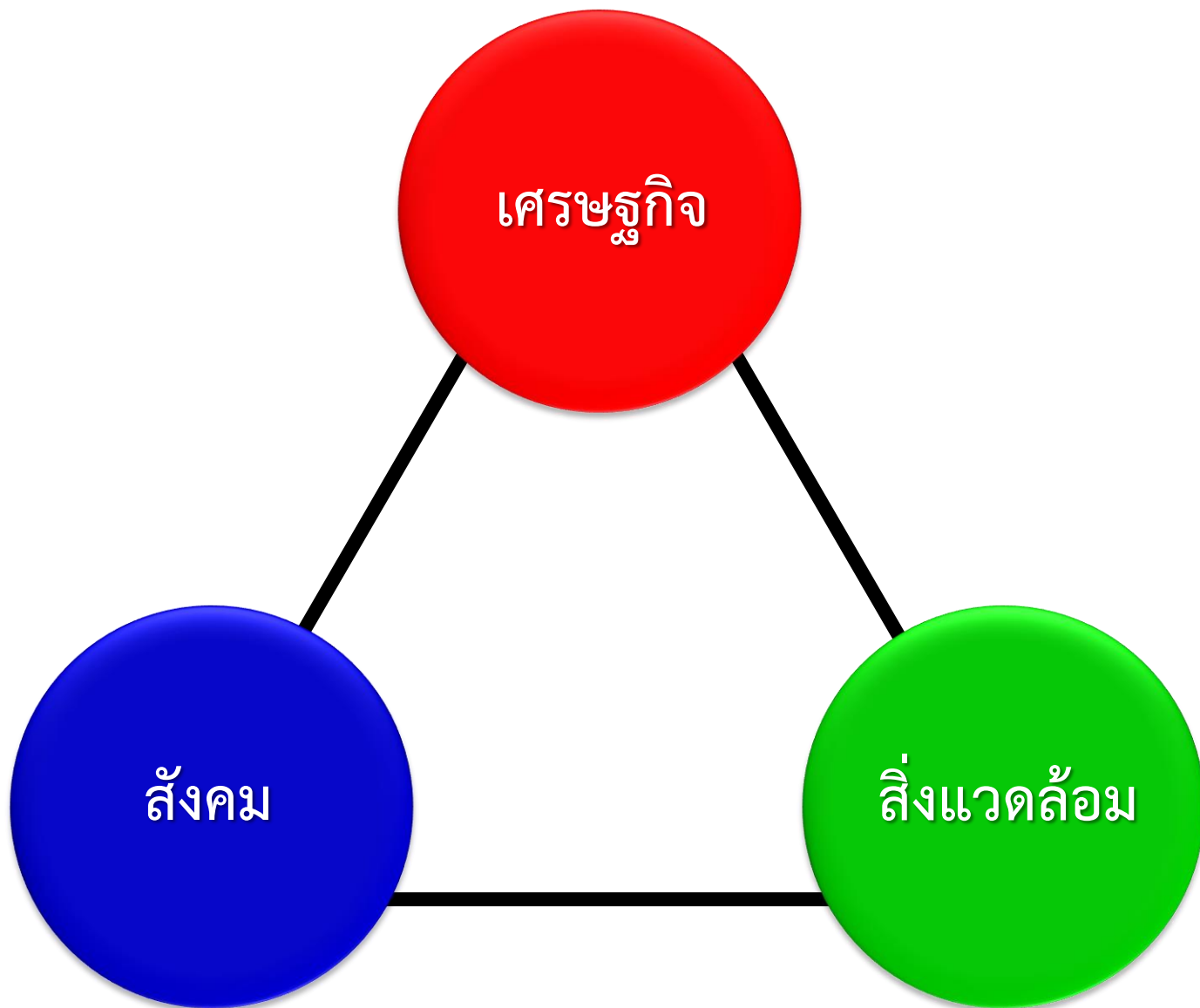


พัฒนาการมีส่วนร่วม ความร่วมมือ
การอนุรักษ์และการพัฒนาอย่างสมดุลและยั่งยืน



เป้าหมายของการพัฒนา มุ่งไปสู่ ความมั่นคง มากกว่าความมั่งคั่ง
มั่นคงในทางเศรษฐกิจ จิตใจ วัฒนธรรม การเมือง และระบบนิเวศ





รูปแบบของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ภูมิสังคม

“...การพัฒนาจะต้องเป็นไปตามภูมิประเทศทางภูมิศาสตร์ และภูมิประเทศทางสังคมศาสตร์ ในสังคมวิทยา ภูมิประเทศทางสังคมวิทยา คือ นิสัยใจคอของคนเรา จะไปบังคับ ให้คนคิดอย่างอื่นไม่ได้ เราต้องแนะนำ เราเข้าไป ไปช่วยโดยที่จะคิดให้เขาเข้ากับเราไม่ได้ แต่ถ้าเราเข้าไปแล้ว เราเข้าไปดูว่าเขาต้องการอะไรจริงๆ แล้วก็อธิบายให้เขาเข้าใจหลักการของการพัฒนานี้ ก็จะเกิดประโยชน์อย่างยิ่ง...”

พระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา

“...การแก้ปัญหาบางอย่างนั้น จะพระราชทานแนวความคิด "เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา" นั่นคือจะดำเนินการสิ่งใดต้องเข้าใจ เสียก่อน ต้องเข้าใจภูมิประเทศเข้าใจคนเข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้น ส่วน การเข้าถึง คือนอกจากที่จะเข้าใจแล้ว จะทำอย่างไรให้ประชาชน ที่ประสบปัญหาหรือต้องการการพัฒนานั้น เข้าใจสิ่งที่กำลัง ดำเนินการด้วย ดังนั้นเมื่อมีความเข้าใจและเข้าถึงแล้ว จะเป็นการ พัฒนาที่เกิดจากทุกฝ่ายร่วมมือกัน ต่างยอมรับให้เกิดการ พัฒนาขึ้น...”

ดร.สุเมธ ตันติเวชกุล

การปาฐกถา เรื่อง “หลักการทรงงานพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว” โดยสภาวิศวกร

ปรัชญา/หลักการ

หลักเศรษฐกิจพอเพียง

(Sufficiency Economy)

+

หลักการพัฒนาที่ยั่งยืน

(Sustainable Development)

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

- การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่น
- การท่องเที่ยวที่เคารพต่อเอกลักษณ์ของสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น
- กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น ช่วยสนับสนุนการอนุรักษ์มรดกทางธรรมชาติ มรดกทางวัฒนธรรม และประเพณีที่ดั่งามของชุมชน
- สร้างและกระจายรายได้ในชุมชน

เป้าหมาย (Goal)

พัฒนาชุมชนต้นแบบ CE + CI

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ Creative Economy (CE)

และอุตสาหกรรมวัฒนธรรม Cultural Industry (CI)



หลักการพัฒนาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ

1. ภูมิสังคม
2. เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา
3. หลักการพัฒนาที่ยั่งยืน
4. หลักเศรษฐกิจพอเพียง

ค้นหาคุณค่าของชุมชน

1. ด้านประวัติศาสตร์
2. ด้านศิลปวัฒนธรรม/ประเพณี
3. ด้านสิ่งแวดล้อม



ยุทธศาสตร์การพัฒนา

- ระยะแรก อนุรักษ์ ปั่นฟู ชุมชน วัฒนธรรม เศรษฐกิจ
(พออยู่ พอกิน) OTOP
- ระยะที่ 2 สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการและชุมชน
(อยู่ดี กินดี) OTOP Village
- ระยะที่ 3 เมืองสร้างธุรกิจ ธุรกิจสร้างเมือง
(มั่งมี ศรีสุข) OTOP นวัตกรรม



ขั้นตอนดำเนินงาน

1. สำรวจบริบทชุมชน สัมภาษณ์และเก็บข้อมูล ทวนชุมชน
2. ออกแบบ/พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว สถานที่ รูปแบบและกิจกรรม
3. พัฒนาศินค้า/ผลิตภัณฑ์และบริการให้มีรูปแบบที่สอดคล้องกับชุมชน
4. ถ่ายทอดการพัฒนาสินค้า/ผลิตภัณฑ์และบริการสู่ชุมชน
5. ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว/เชื่อมโยงพื้นที่โดยรอบ
6. ติดตามประเมินผล/ปรับปรุงแก้ไข/พัฒนาอย่างต่อเนื่อง



1.สร้างจุดขายของชุมชนท่องเที่ยว

5 สถานที่ท่องเที่ยว/กิจกรรมเด่น



5 เมนูเด็ด



5 สุดยอดผลิตภัณฑ์

ชม



ชิม



ซื้อ

2. ค้นหาทุนของชุมชน (ทุนเดิม)

ทุนทางประวัติศาสตร์



ทุนทรัพยากรธรรมชาติ/สิ่งแวดล้อม



ทุนศิลปวัฒนธรรมประเพณี

ลึกซึ้ง



รักษา



สร้างสรรค์

2. ค้นหาทุนของชุมชน (ทุนใหม่)

ทุนความคิดสร้างสรรค์



ทุนนวัตกรรม (Frugal/ Integrate)

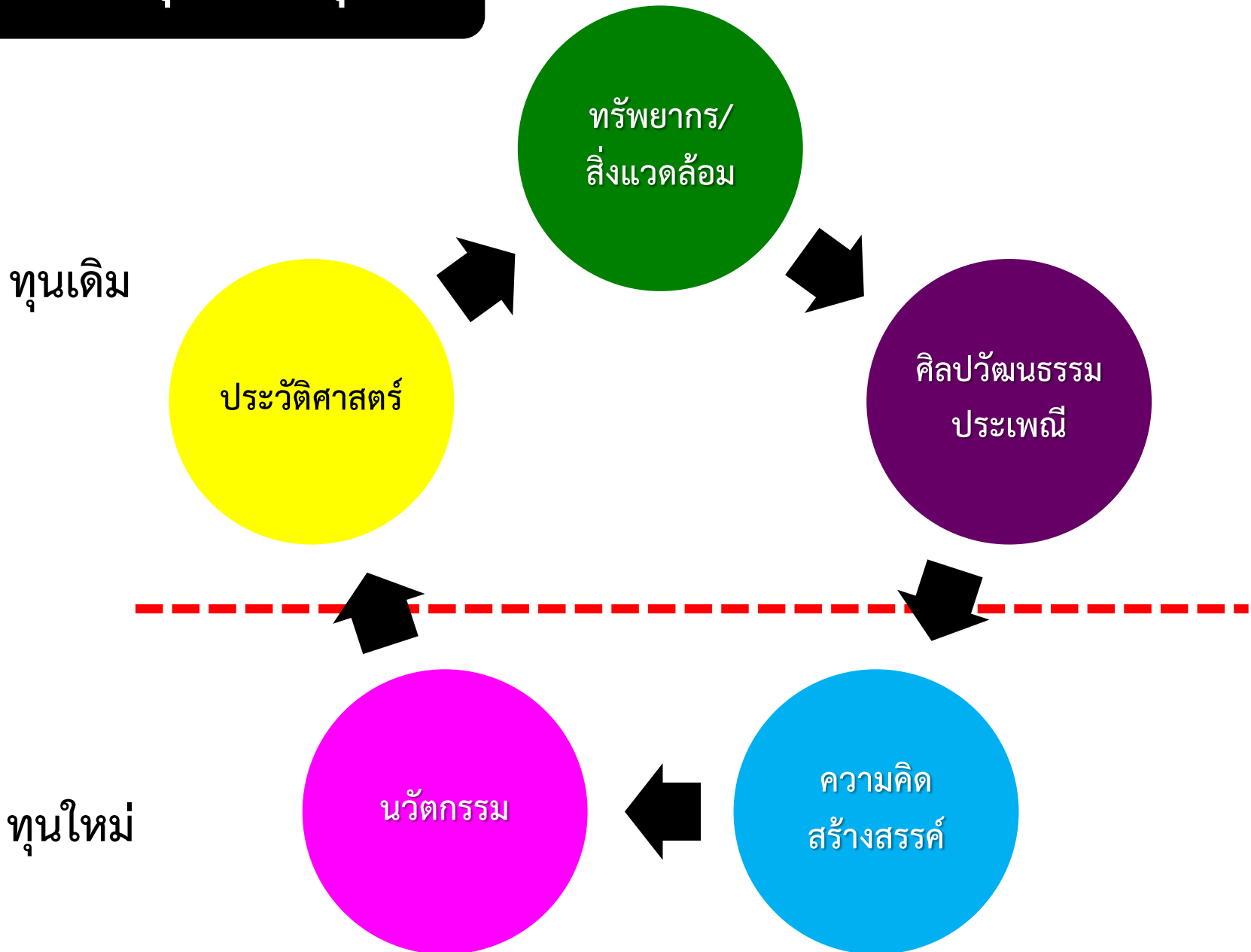
สร้างคุณค่า



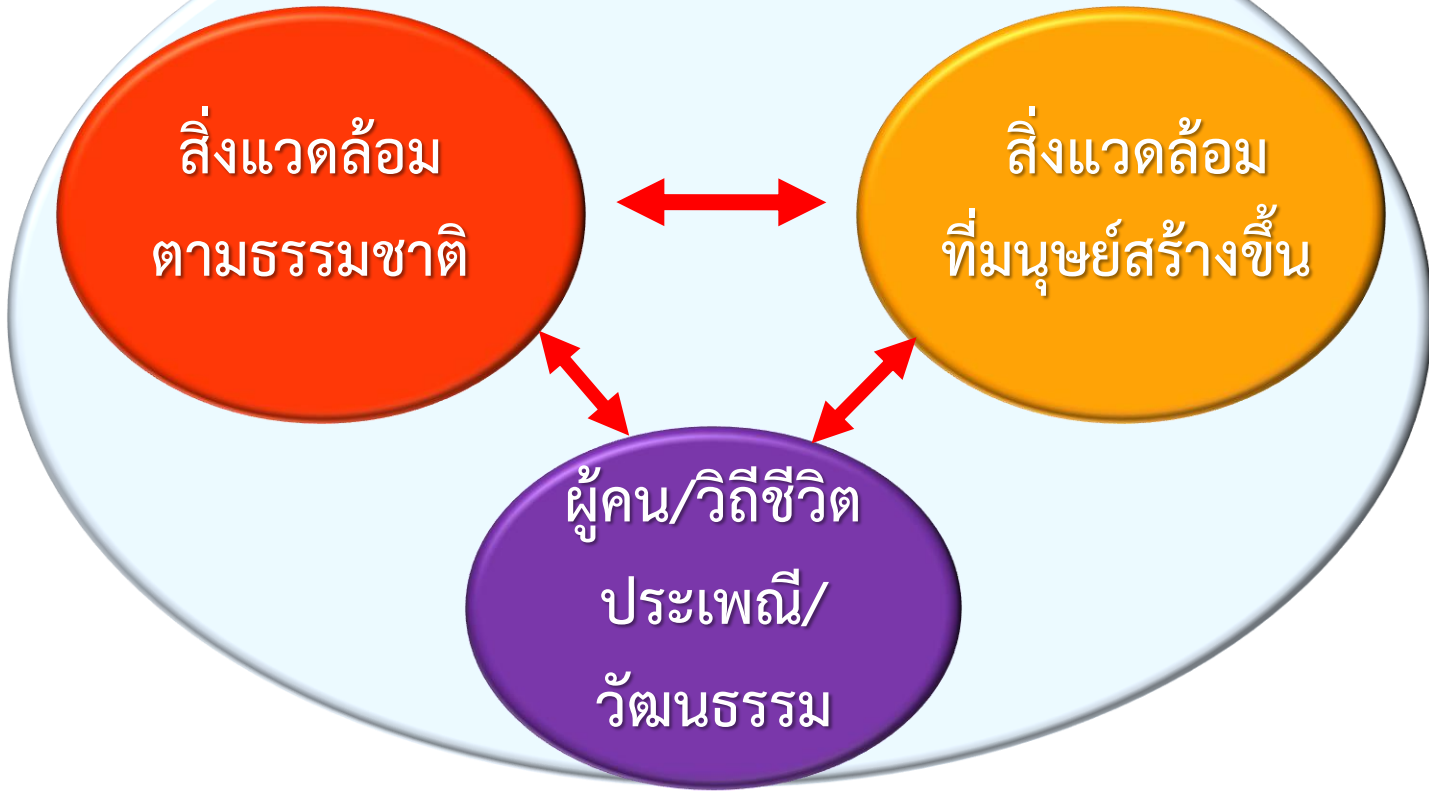
ยกระดับ



3.สร้างทุนของชุมชน



มรดกทางวัฒนธรรม



ตัวตน /อัตลักษณ์
ของพื้นที่/ชุมชน/ท้องถิ่น

1.Place

สถานที่ท่องเที่ยว

2.Preserve

อนุรักษ์/พัฒนา

3.People

คน/ชุมชน

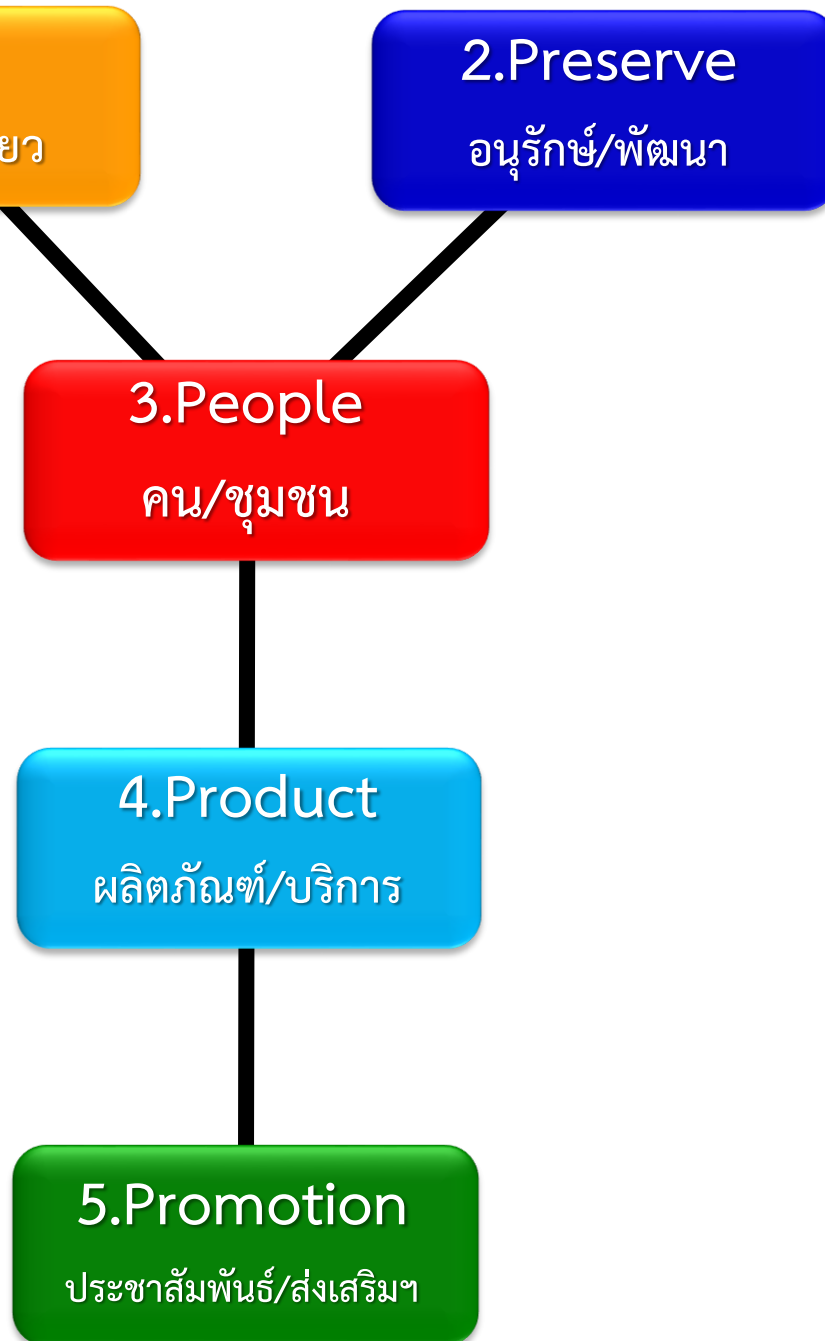
4.จัดทำแผนงานพัฒนา

4.Product

ผลิตภัณฑ์/บริการ

5.Promotion

ประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมฯ

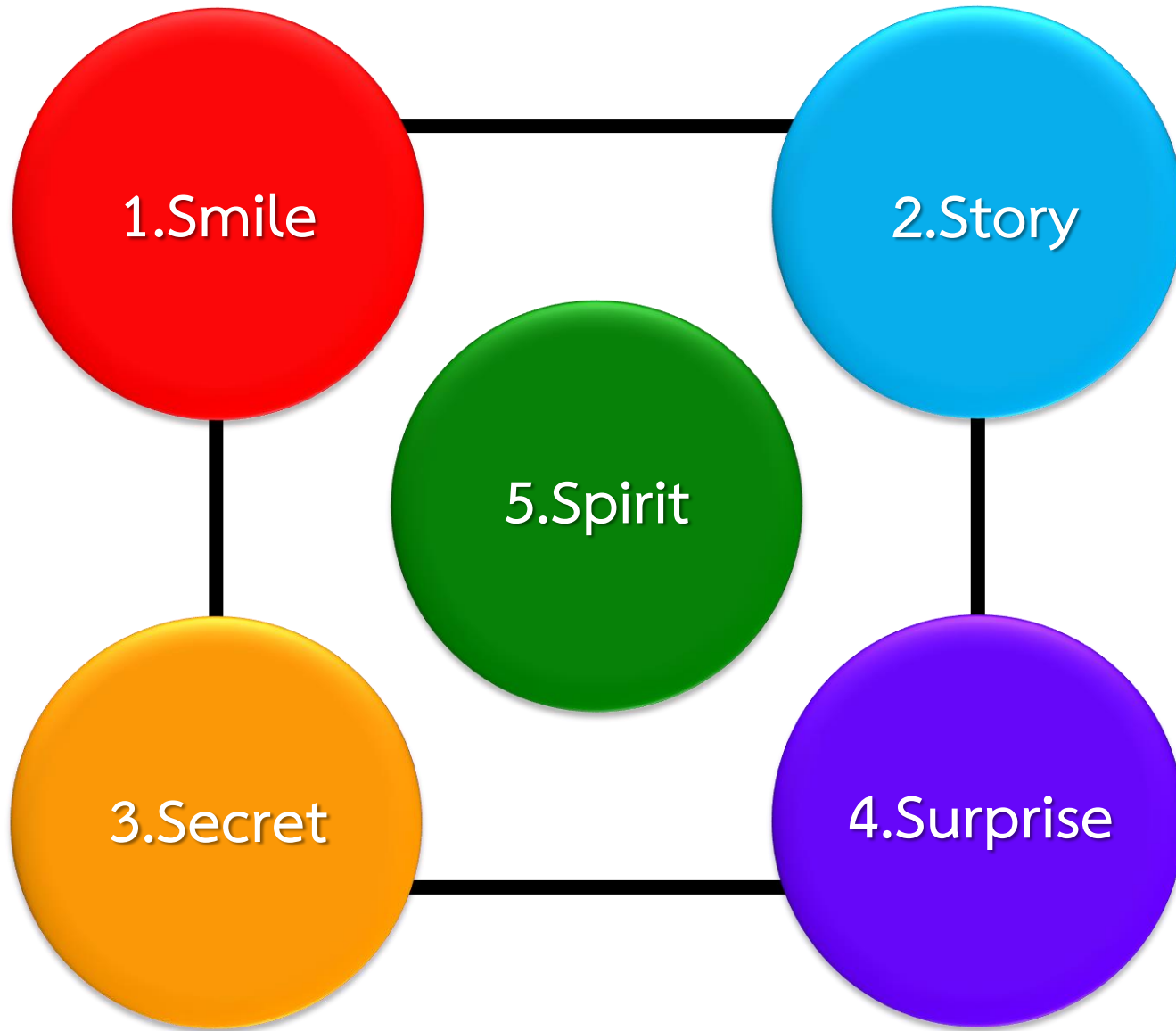




การพัฒนา 5 มิติ

1. Place (ด้านการท่องเที่ยว) พัฒนาศักยภาพ/สร้าง แหล่งท่องเที่ยว/สถานที่ท่องเที่ยว
2. Preserve (ด้านอนุรักษ์) สร้าง/รักษา อัตลักษณ์ของท้องถิ่น ชุมชนและสิ่งแวดล้อม
3. People (ด้านชุมชน) พัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชน สร้างคุณค่า/ความเข้มแข็ง/ยั่งยืน
4. Product (ด้านผลิตภัณฑ์) พัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการให้มีความโดดเด่น
5. Promotion (ด้านการส่งเสริม) ประชาสัมพันธ์ส่งเสริม/สนับสนุนการท่องเที่ยว/กิจกรรม

เป้าหมายของการพัฒนา...4. สร้างเสน่ห์ของชุมชน



ความมั่นคงอย่างยั่งยืน

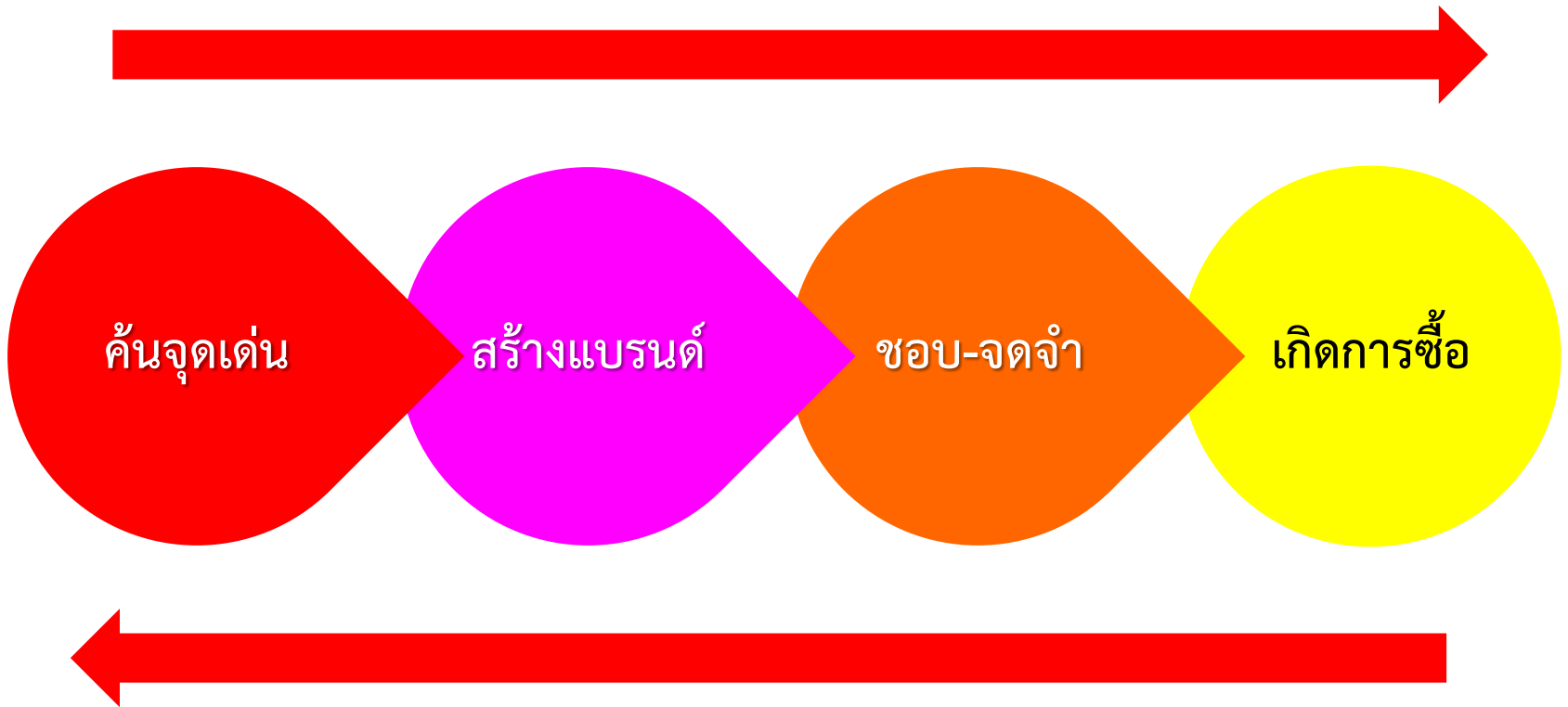


จากการศึกษา (Stephan Deisenhofer) พบว่ามีสิ่งเร้าที่กระตุ้น
ความสนใจของมนุษย์มากที่สุด 4ประการ ได้แก่

- 1.ความใหม่ (New)
- 2.แตกต่าง (Different)
- 3.สนุกสนาน (Fun)
- 4.เซ็กซี่เร้าใจ (Sexy)



ห่วงโซ่การซื้อของลูกค้า



เกิดการซื้อซ้ำครั้งต่อไป

หัวใจของการสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนให้โดดเด่น

- ต้องแตกต่าง
- ต้องดีกว่า
- ต้องโดนใจ
- ต้องชัดเจน



วันนี้ผลิตภัณฑ์ชุมชนของคุณเป็นแบบไหน...???

เฉิม หรือ เฉียบ



Thank you & Sawasdee

พีรวงศ์ จาตุรงค์กุล (อ.โจ้)

โทร. (085) 444-4625

ผู้อำนวยการสถาบันอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และนวัตกรรม

Email: peerawong@hotmail.com

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์



<https://www.facebook.com/peerawong>