



กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย



ทวีป บุตรโพธิ์
รองอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน

ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

ก้าวต่อไปของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : Look Forward OTOP Inno-life

ข้อสั่งการของผู้บริหารกระทรวงมหาดไทย ในการขับเคลื่อนโครงการ



“ขอให้อำเภอเป็นกลไกหลักในการประสานงานโครงการชุมชน
ท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เพื่อสื่อสารสร้างความเข้าใจต่อโครงการฯ
ที่ถูกต้อง โดยเฉพาะกับประชาชน ผู้นำ แกนนำ และกลุ่มอาชีพ
เจ้าของกิจการที่เกี่ยวข้องของชุมชนในพื้นที่เป้าหมาย และให้
ร่วมกันออกแบบเส้นทาง โปรแกรมการท่องเที่ยว เชื่อมโยงกับ
แหล่งท่องเที่ยวหลักในระยะยาว เพื่อการพัฒนา สร้างอาชีพ รายได้
ของชุมชน เน้นความต่อเนื่องและยั่งยืน โดยยึดมั่นในหลักความโปร่งใส
และมีธรรมาภิบาล เพื่อประโยชน์แก่พี่น้องประชาชนอย่างยั่งยืน”

นายสุธี มากบุญ

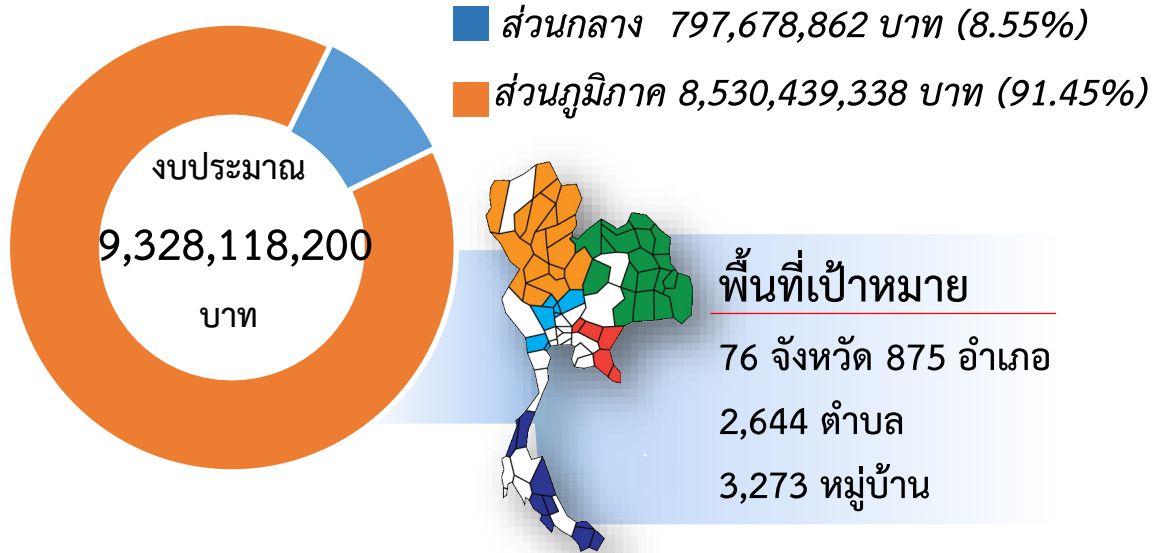
รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงมหาดไทย

กล่าวในโอกาสเดินทางไปตรวจราชการในพื้นที่อำเภอบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์ เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2561

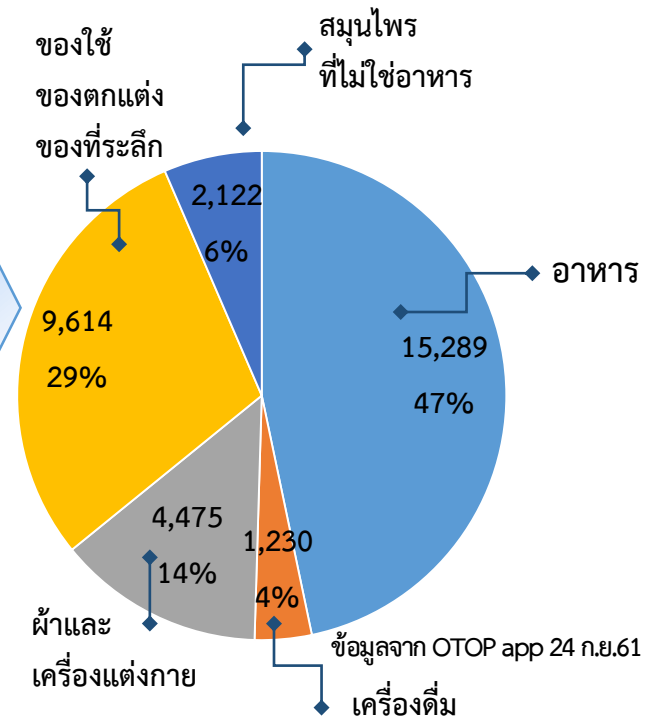
ความก้าวหน้าการดำเนินงานกิจกรรม
ตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี (ส่วนภูมิภาคและส่วนกลาง)



ข้อมูลพื้นฐาน โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี



- ส่งเสริมการผลิต พัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่ม D (58,330 ผลิตภัณฑ์)
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ในหมู่บ้านเป้าหมาย 32,730 ผลิตภัณฑ์
 - ยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ 20,000 ผลิตภัณฑ์ นอกพื้นที่
 - พัฒนาผลิตภัณฑ์โดยโรงเรียน OTOP 5,000 ผลิตภัณฑ์ ใน 20 จังหวัด
 - พัฒนาอาหารพื้นถิ่น 600 ราย



การขับเคลื่อนโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี 5 กระบวนการ (ส่วนภูมิภาค)



- ส่วนกลางโอนจัดสรรให้จังหวัด 227,026,900 บาท
- คืนส่วนกลาง 23,239,600 บาท

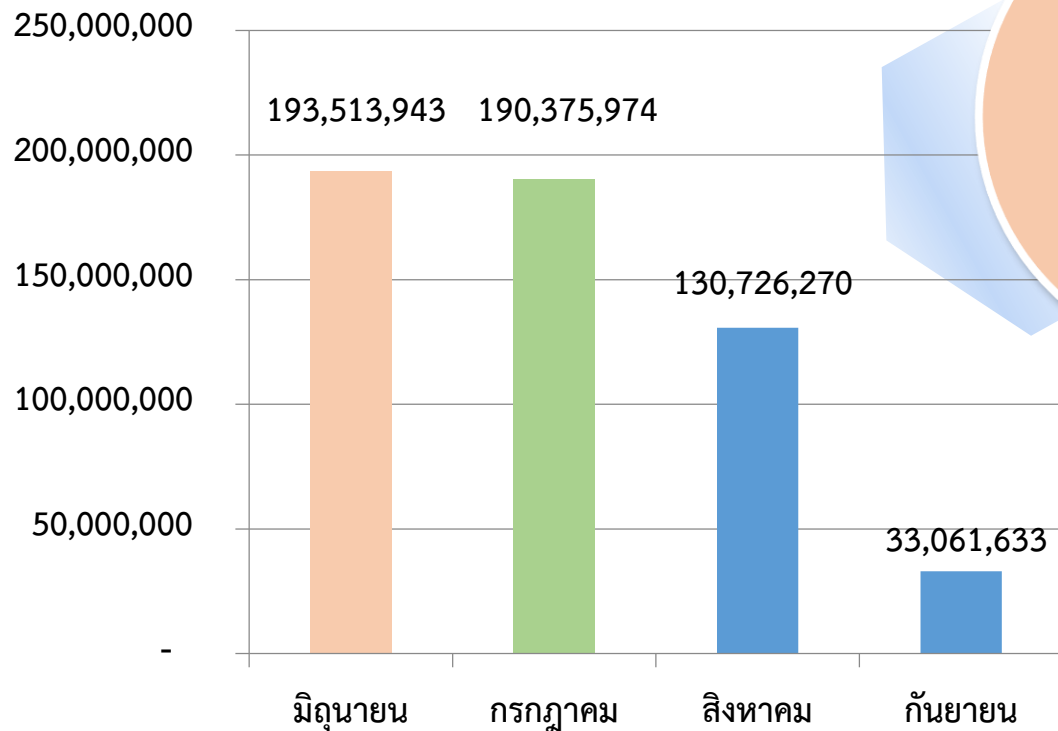
- ลดความเหลื่อมล้ำ
 - กระจายรายได้สู่เศรษฐกิจฐานราก
 - คุณภาพชีวิตดีขึ้น คนมีความสุข
 - ชุมชนเข้มแข็ง ยั่งยืน
- ตัวชี้วัดโครงการ (Project Indicators):**
- ชุมชน/หมู่บ้านได้รับการพัฒนาด้านการจัดการท่องเที่ยว จำนวน 3,273 หมู่บ้าน
 - รายได้จากการท่องเที่ยวของหมู่บ้านเฉลี่ยเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10

ข้อมูลรายได้จากการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน

จำนวนนักท่องเที่ยว

รวม 897,454 คน

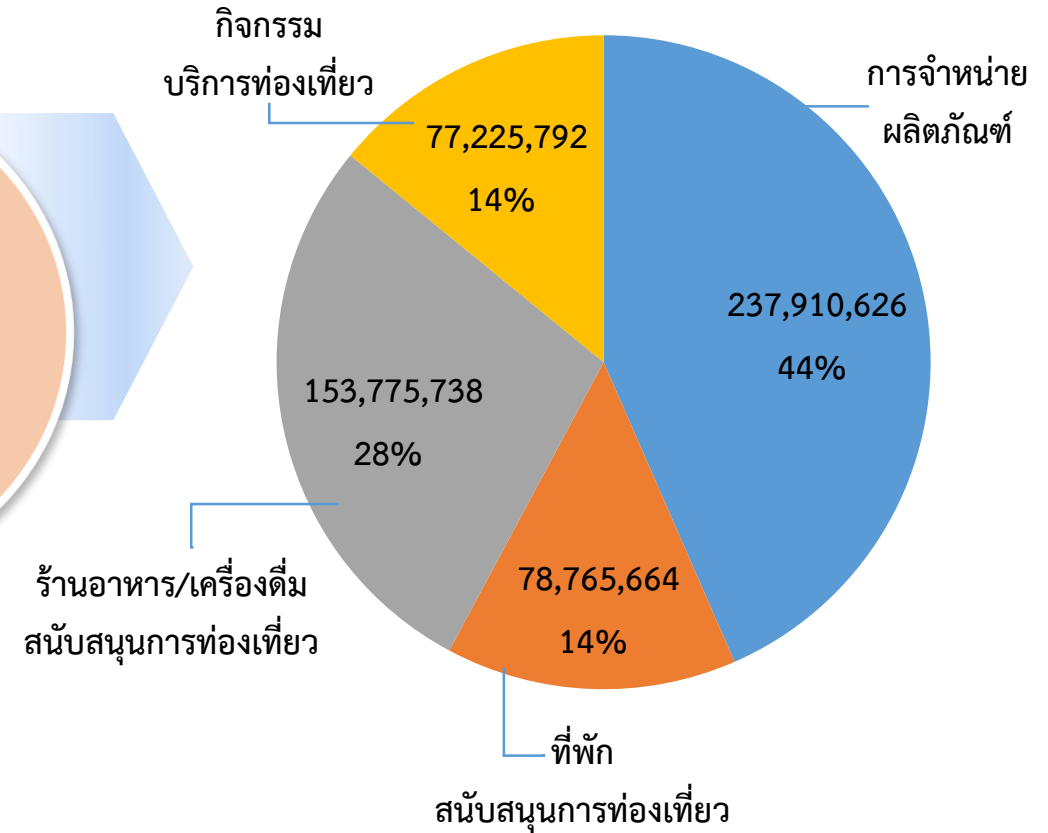
รายได้รวมจากการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน แยกรายเดือน



รายได้รวม
จากการท่องเที่ยว
547,677,820
บาท

รายได้รวมจากการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน

แยกตามประเภทกิจกรรม



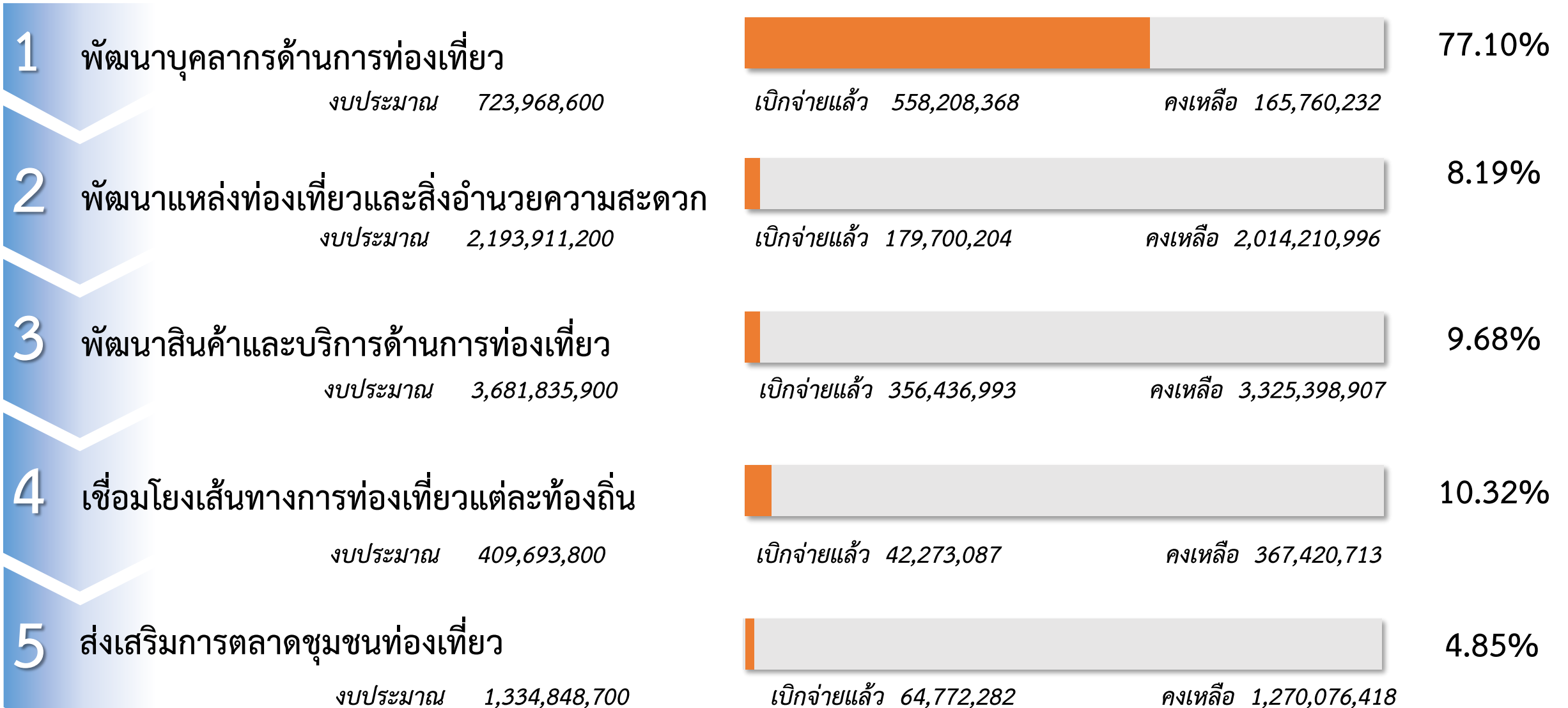
ข้อมูลสะสม ตั้งแต่เดือน มิถุนายน – กันยายน 2561

จากการรายงานสรุปผลโครงการ ผ่าน Google Sheet ณ วันที่ 24 ก.ย. 61



การดำเนินงานกิจกรรมตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ส่วนภูมิภาค

ข้อมูล จาก โปรแกรมรายงานการเงินและงบประมาณ (BPM) ณ วันที่ 17 กันยายน 2561



แผนปฏิบัติการขับเคลื่อนโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี (ส่วนกลาง : 17 กิจกรรม)

ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว / ระหว่างดำเนินการ และคาดว่าจะแล้วเสร็จภายใน ก.ย.61 จำนวน 9 กิจกรรม

กิจกรรมที่ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว/ระหว่างดำเนินการ และ คาดว่าแล้วเสร็จภายใน เดือนกันยายน 2561			มิ.ย.61	ก.ค. 61	ส.ค. 61	ก.ย. 61
1	การดำเนินงานศูนย์กลางการจัดการและประเมินผล	●	สปช. 4,292,000			
2	การบริหารงานโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี	●	กผ. 7,109,000			
3	สนับสนุนคณะกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับจังหวัด	✓	สภว. 3,040,000			
4	สนับสนุนคณะกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับอำเภอ	✓	สภว. 13,170,000			
5	จัดงาน kick off โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี	✓	สปช. 400,000			
6	สัมมนาการขับเคลื่อนชุมชนท่องเที่ยว ภายใต้โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี	✓	สปช. 17,180,000			
7	สัมนาย่อยการขับเคลื่อนชุมชนท่องเที่ยวภายใต้โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี	✓	สปช. 4,863,000			
8	การประกวดชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี	✓	สสช. 86,000,000			
9	ส่งเสริมทุนชุมชนเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน	✓	สทอ. 16,000,000			

แผนปฏิบัติการขับเคลื่อนโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี (ส่วนกลาง : 17 กิจกรรม)

ระหว่างดำเนินการ และ คาดว่าแล้วเสร็จหลังจาก เดือนกันยายน 2561 จำนวน 8 กิจกรรม

ระหว่างดำเนินการ และ คาดว่าแล้วเสร็จหลังจาก เดือนกันยายน 2561			ก.ย.61	ต.ค. 61	พ.ย. 61	ธ.ค. 61	ม.ค.62	ก.พ.62
1	อาหารถิ่นรสไทยแท้ (OTOP Authentic Thai Taste)	●	สภว. 50,000,000					
2	ยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (กลุ่ม D)	●	สภว. 300,000,000					
3	การประชาสัมพันธ์และตลาดออนไลน์		ศสท. : 3 กิจกรรม รวม 197,000,000					
	- การประชาสัมพันธ์ Offline	●	Offline. 72,364,000					
	- การประชาสัมพันธ์ Online	●	Online. 44,636,000					
	- จัดทำฐานข้อมูลเพื่อสร้างการรับรู้สู่การบริการนักท่องเที่ยว	●	ฐานข้อมูล 80,000,000					
4	กระตุ้นแรงจูงใจกลุ่มเป้าหมายเดินทางท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี	●	สสช. 49,360,000					
5	การจัดแสดงผลงานความสำเร็จของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี	●	สสช. 88,000,000					
6	เสวนาการพัฒนาเส้นทางชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีสู่ความยั่งยืน และเผยแพร่ผลการประเมินโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี	●	สพช. 2,530,000					
7	การประเมินผลสำเร็จโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี	●	สพช. 13,176,000					
8	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ในชุมชนท่องเที่ยว โดยโรงเรียน OTOP		สภว. : 7 กิจกรรม รวม 131,740,000					
	- ส่วนกลาง ดำเนินการ (3 กิจกรรม)	●	สภว. 2,284,300					
	- โอนงบประมาณให้ 20 จังหวัด ดำเนินการ (4 กิจกรรม)	●	จ. 129,455,700					

ประเด็นเน้นย้ำการดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี



1 การสื่อสารสร้างความเข้าใจต่อโครงการฯ ที่ถูกต้อง เพียงพอ

- ❖ มีการสื่อสารสร้างความเข้าใจต่อโครงการฯ ที่ถูกต้อง เพียงพอ ต่อหน่วยงาน ภาครัฐ ผู้เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะกับประชาชน ผู้นำ แกนนำ และกลุ่มอาชีพ เจ้าของกิจการที่เกี่ยวข้องของชุมชนในพื้นที่เป้าหมาย รวมถึงองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อการรับรู้ ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

2 ส่งเสริมการออกแบบเส้นทาง โปรแกรมการท่องเที่ยว เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลัก

- ❖ ส่งเสริมการออกแบบเส้นทาง โปรแกรมการท่องเที่ยว ทั้งในระดับชุมชน
- ❖ เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลักที่เป็นไปได้โดยคำนึงถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ เสน่ห์ชุมชน
- ❖ สื่อสาร ประชาสัมพันธ์โครงการเพื่อเชื่อมโยงการตลาด การสร้างรายได้ ในหลายรูปแบบทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์

3

ส่งเสริมการขับเคลื่อนในระยะยาว

- ❖ คำนึงถึงผลลัพธ์/ผลกระทบระยะยาว (Impacts) ต่อประชาชนและหมู่บ้าน/ชุมชน โดยบริหารโครงการให้เกิดประโยชน์แท้จริง
- ❖ เน้นการพัฒนา สร้างอาชีพ รายได้ ที่หลากหลายของชุมชน และมีความต่อเนื่องยั่งยืน

4

ยึดมั่นความโปร่งใสและธรรมาภิบาลภาครัฐ

- ❖ ยึดมั่นความโปร่งใสและธรรมาภิบาลภาครัฐ ในการดำเนินการจัดซื้อ-จัดจ้าง ที่เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบ อย่างเข้าใจ ถูกต้อง รวมทั้งผู้แทนชุมชนได้ร่วมตรวจสอบวัสดุหรืองานจ้าง (ที่ปฏิบัติได้สอดคล้องกับระเบียบฯ)

การบริหารและการใช้จ่ายงบประมาณ

- ❖ การจัดซื้อจัดจ้างในวงเงินจำนวนมาก และสภาพพื้นที่ หรือ ผลิตภัณฑ์ฯ ที่จะพัฒนา มีความหลากหลาย มีศักยภาพพื้นฐานที่จะพัฒนาไม่เหมือนกัน การระบุงานเพื่อกำหนดร่าง TOR และจัดทำข้อมูลราคากลางการจัดซื้อ จัดจ้าง จึงต้องใช้เวลา
- ❖ โครงการระดับจังหวัด มีการมอบอำนาจให้อำเภอดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธีประกวดราคา ซึ่งอำเภอไม่มีเจ้าหน้าที่การเงินโดยตรง ขาดทักษะ ความเข้าใจ ความชำนาญ ต่อการปฏิบัติตาม พรบ.การจัดซื้อ จัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560 กับระเบียบที่เกี่ยวข้อง เป็นเหตุให้การบริหารและการใช้จ่ายงบประมาณ ใช้เวลามากกว่าที่คาดหมาย
- ❖ ในขั้นการประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ บางกิจกรรม ไม่มีผู้ยื่นเสนอราคา ด้วยเหตุลักษณะงานและระยะเวลาสั้น เพื่อเบิกจ่ายให้ทันในปีงบประมาณ เป็นเหตุให้ไม่มีผู้ยื่นเสนอราคา ต้องเริ่มกระบวนการใหม่
- ❖ จากการติดตามความก้าวหน้าการดำเนินงานโครงการ แนวโน้มจะมีกิจกรรมที่ไม่สามารถเบิกจ่ายได้ภายในปีงบประมาณ
- ❖ ในช่วง 2 เดือนที่ผ่านมา มีฝนตกหนัก กระจายทุกภาค เป็นอุปสรรคในการดำเนินงานในพื้นที่



OTOP
ประเทศไทย

แนวทางการดำเนินงานระยะต่อไป ตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี





แนวทางการดำเนินงานระยะต่อไป

กระตุ้น และ หา Model พัฒนาต่อยอดให้ยั่งยืน

- ❖ พัฒนาผลิตภัณฑ์ เสริมสร้างเสน่ห์ชุมชน สร้างตลาดภายใน 3,273 หมู่บ้าน/ชุมชน
- ❖ พัฒนาต่อยอด ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ต้นแบบ 50 หมู่บ้าน/ชุมชน

ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ใหม่ เข้าใจถูกต้อง กระจายข้อมูล เชื่อมโยงการตลาด

- ❖ Off line / On line / Platform บริการข้อมูลเชื่อมโยงการตลาด

กระตุ้นองค์กรกลุ่มเป้าหมายเดินทางท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

- ❖ Rally OTOP ชุมชน 160 หมู่บ้าน/ชุมชน
- ❖ Blogger ท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี 160 หมู่บ้าน/ชุมชน

การจัดแสดงผลงานความสำเร็จของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

SUPPLY SIDE

ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

- 1. จัดทำแผนธุรกิจชุมชนท่องเที่ยว
- 2. สร้างเครือข่ายชุมชนท่องเที่ยว
- 3. แสวงหาความร่วมมือ
- 4. พัฒนาเสน่ห์ – อัตลักษณ์
จาก จุดเด่น → จุดขาย
- 5. จัดการเรียนรู้และสร้างบรรยากาศ
“การเป็นเจ้าบ้านที่ดี”
- 6. ออกแบบเส้นทาง/โปรแกรมการท่องเที่ยว
- 7. พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ในประเด็น
 - กายภาพ/โครงสร้าง
 - ผลิตภัณฑ์ บริการ กิจกรรม
 - การดูแลความปลอดภัย
 - ความสะอาด ความสะดวก
 - ประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้

Big Data

- ✓ ข้อมูลชุมชนท่องเที่ยว (จำแนกตาม
อัตลักษณ์/ประเภทแหล่งท่องเที่ยว)
- ✓ ข้อมูลผลิตภัณฑ์เด่น/อาหารท้องถิ่น
- ✓ โปรแกรมท่องเที่ยว
- ✓ ปักหมุด GPS

ภาคี/เครือข่าย

- พัฒนา Platform เป็นตัวกลางส่ง - ค้นหาข้อมูล
- ปรับข้อมูลเป็นปัจจุบัน
- ร่วมสนับสนุนการพัฒนาพื้นที่ – ผลิตภัณฑ์
และกิจกรรมท่องเที่ยว อย่างต่อเนื่อง

DEMAND SIDE

ผู้บริโภค/นักท่องเที่ยว

- 1. รวมกลุ่มสร้างเครือข่ายในลักษณะ
เกื้อกูล
- 2. พัฒนาโดยคำนึงถึงกลุ่มนักท่องเที่ยว
 - กลุ่มผู้สูงอายุ / วัยรุ่น /
 - รักสุขภาพ / ชอบท้าทาย ฯลฯ
- 3. สื่อสารโดนใจ ใช้ช่องทาง
ตามลักษณะของนักท่องเที่ยว
- 4. เน้นจุดขายของชุมชนท่องเที่ยว
โดยใช้เสน่ห์ อัตลักษณ์ชุมชน
(8 เสน่ห์วัฒนธรรม) และธรรมชาติเด่น
 - บริการเหมาะสม
 - ผลิตภัณฑ์เด่น
 - กิจกรรมที่น่าสนใจ
 - นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม