

ข้อเสนอแนวทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน เรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและการส่งเสริม การท่องเที่ยวชุมชน

ข้อมูลพื้นฐานภาคกลางตอนบน

กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน ประกอบด้วย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดชัยนาท จังหวัดลพบุรี จังหวัดสระบุรี จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดอ่างทอง ตั้งอยู่ในพื้นที่ราบลุ่มภาคกลางของประเทศไทย บริเวณลุ่มน้ำเจ้าพระยา และลุ่มน้ำป่าสัก มีพื้นที่รวม 16,593.43 ตารางกิโลเมตร หรือ 10,378,776.50 ไร่ ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยมีพื้นที่ทางการเกษตรรวมทั้งสิ้น 6,662,227 ไร่ โดยจังหวัดที่มีพื้นที่ทางการเกษตรมากที่สุดคือ จังหวัดลพบุรี 2,191,015 ไร่ รองลงมาจังหวัดชัยนาท จังหวัดสระบุรี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดอ่างทองตามลำดับ นอกจากนี้กลุ่มจังหวัด ภาคกลางตอนบน มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย และเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีลักษณะโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรมและวิถีชีวิต โดยเฉพาะเมืองมรดกโลกของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา หรือพระนารายณ์ราชนิเวศน์ของลพบุรี แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญของจังหวัดต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นพระนครศรีอยุธยา สระบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น สวนนกชัยนาท นอกจากนี้ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนที่หลากหลาย เช่น ทุ่งทานตะวันของจังหวัดสระบุรี พิพิธภัณฑสถานลาวเวียง บ้านหนองขามของจังหวัดชัยนาท หรือบ้านมิดอร์ญิกของ

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากในแต่ละปี โดยจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา รองลงมาคือจังหวัดสระบุรี ลพบุรี ชัยนาท อ่างทอง และสิงห์บุรี ตามลำดับ โดยจังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงสุด คือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 15,310,000 บาท รองลงมาคือจังหวัดสระบุรี ลพบุรี ชัยนาท อ่างทอง และสิงห์บุรี

ยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน

วิสัยทัศน์

“เมืองแห่งคุณภาพชีวิต ศูนย์กลางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม แหล่งการลงทุนอุตสาหกรรม นวัตกรรม ครีวสุขภาพไทย และการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำที่ยั่งยืน”

ประเด็นยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การตลาด โดยใช้นวัตกรรม ยกระดับ สินค้าเกษตร การแปรรูป อุตสาหกรรม และผู้ประกอบการ SME 4.0

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาและยกระดับแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ ชุมชนและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกความปลอดภัยให้ได้มาตรฐานสากลเพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

กลยุทธ์ :

1. พัฒนาส่งเสริมฟื้นฟูและเพิ่มศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด

2. การบริหารจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี และท่องเที่ยววิถีชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ

3. เพิ่มศักยภาพและยกระดับการตลาดและการประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวที่ทันสมัยทั่วถึง และกว้างขวาง

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 บริหารจัดการทรัพยากรน้ำ มลภาวะสิ่งแวดล้อมที่มีคุณภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มจากผักตบชวา โดยใช้นวัตกรรม

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาระบบโครงข่ายคมนาคม Logistic พัฒนาสภาพแวดล้อม ชะยะมูลฝอย และการจัดการเมือง และชุมชนให้น่าอยู่

กรอบแนวคิดจากการศึกษาดูงาน

สวนเกษตร Noumaru EngeiKib iji Noen, Okayama เป็นสถานที่รวบรวมผลผลิตทางการเกษตรหลากหลาย ดำเนินการโดยบริษัทเอกชนที่ให้ความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรกับลูกค้า โดยสร้างตลาดแบบขายตรง ไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง เน้นการสร้างความสัมพันธ์ให้ภาคเกษตร ซึ่งเป็นฐานสำคัญของของชุมชน รวมทั้งให้โอกาสเกษตรกรในการพัฒนาการผลิตและสามารถกำหนดราคาราคาสินค้าด้วยตนเอง

คณะผู้จัดทำได้ค้นพบแนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการที่หลากหลายผ่านแหล่งท่องเที่ยวชุมชน การจัดระบบกระบวนการบริหารด้านการจัดการผลผลิต ตลอดจนการทำงานเป็นทีม จากการศึกษาดูงาน กล่าวคือ การให้ความสำคัญกับการสร้างเข้มแข็งของชุมชน เน้นรวมกลุ่มส่งเสริมให้เกษตรกรเป็นเกษตรกรมืออาชีพ การผลิตสินค้าเกษตรที่ได้มาตรฐาน สามารถกำหนดราคาผลผลิตได้เอง สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม (value Added) ของสินค้าเกษตร หรือการสร้างเรื่องราว (Story) ให้กับตัวสินค้าเกษตร เช่น สตรอเบอรี่ ฝรั่ง และพืชขาว เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้สึกถึงความพิเศษเฉพาะตัวของสินค้าชนิดนั้น ๆ รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ เช่น การติดตั้ง QR Code เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบสินค้าได้จากแหล่งผลิตโดยตรง การสร้างความเชื่อมโยงภาคการเกษตรและภาคการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้เกษตรกร รวมทั้งการสร้างเครือข่ายและตลาดแบบขายตรงที่ติดต่อซื้อขายกันโดยตรงระหว่างเกษตรกรกับลูกค้า ผ่านสหกรณ์ซึ่งเป็นผู้บริหารผลผลิต

จัดระบบกระบวนการบริหารจัดการ

สิ่งสำคัญที่ทำให้สวนผลไม้ Noumaru ประสบความสำเร็จคือ การกำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายที่ชัดเจนในการเชื่อมโยงภาคเกษตรและการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน และบริหารจัดการด้วยความซื่อสัตย์และโปร่งใส ตลอดจนสร้างแหล่งกระจายสินค้า และจัดระเบียบสินค้าได้อย่างลงตัวผ่านเครือข่ายชุมชนที่หลากหลาย นอกจากนี้ สามารถบริหารจัดการพื้นที่ให้เกิดความคุ้มค่าและจัดวางโซนต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างครบวงจร ทั้งในด้านการท่องเที่ยว การพักผ่อน

รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการผลิต การขาย การขนส่ง และกิจกรรมที่ สนุกสนานให้กับลูกค้า ด้วยการหาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ รวมทั้งเป็นผู้ประสานในการเชื่อมโยงผู้ผลิตกับลูกค้าที่ดี

การทำงานเป็นทีม (Teamwork)

แม้จะมีระบบการบริหารจัดการที่ดี แต่ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ การขับเคลื่อนของสวนผลไม้ Noumaru เป็นไปอย่างมีระบบคือบุคลากร กล่าวคือ มีการจัดโครงสร้างในการทำงานเป็นทีม กระชับ และใช้งานได้ง่าย มีการวางแผนโดยการสร้างวัตถุประสงค์ร่วมกัน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการ ปฏิบัติงานให้บรรลุความสำเร็จตามภารกิจ ซึ่งการทำงานเป็นทีมดังกล่าว อาศัยการกำหนดขอบเขต อำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละคนอย่าง ชัดเจน แต่โฟกัสในเป้าหมายเดียวกัน

สร้างเครือข่ายสินค้าและบริการ

แนวทางการบริหารในการกระจายผลผลิตของสวนผลไม้ Noumaru เมื่อผลผลิตของเกษตรกรมีมากเกินความต้องการ ได้มีการขยายเครือข่าย สวนเกษตรกรในลักษณะเดียวกันเพิ่มขึ้น โดยให้แต่ละแห่งสามารถบริหาร จัดการพื้นที่ได้ตามเหมาะสม แต่ต้องมีการเชื่อมโยงกัน และสามารถพึ่งพา กันได้ รวมทั้งยังคงเป้าหมายในการทำงานเหมือนกัน เพื่อประโยชน์สูงสุด ในการพัฒนาและการสร้างความเชื่อมั่นให้กับเกษตรกรและนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะและแนวทางการประยุกต์ใช้

การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน

แนวคิดในการนำผลการศึกษามาประยุกต์ใช้กับภาคราชการนั้น ขอเรียนว่าจังหวัดในพื้นที่ภาคกลางตอนบน มีบริบทของพื้นที่ที่แตกต่างกัน และทรัพยากรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน แหล่งท่องเที่ยว ก็มีความแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง การจะบูรณาการจากหลายจังหวัดเข้าด้วยกันเพื่อเป้าหมายเดียวกัน เหมือนกับสวนผลไม้ Noumaru จึงเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากยังมีข้อจำกัดในหลาย ๆ ด้าน ทั้งในด้านข้อมูล ภูมิศาสตร์แต่ละจังหวัด แต่สิ่งหนึ่งที่สามารถนำเอารอบแนวคิดในการบริหารของสวนเกษตร Noumaru มาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของแต่ละจังหวัดก็ยังคงเป็นไปได้ โดยเฉพาะการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนต่าง ๆ ในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน ซึ่งเป็นเรื่องของการบริหารจัดการ และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน และการสร้างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนให้มีอัตลักษณ์ ทั้งในด้านอารยธรรมโบราณ ศิลปวัฒนธรรม และเมืองมรดกโลก ซึ่งในกรณีนี้จะเป็นการนำเอารูปแบบการบริหารจัดการที่ได้ศึกษาดูงาน มาปรับใช้กับแหล่งท่องเที่ยวชุมชน “มีดอรัญญิก” ดังนี้

การสร้างเรื่องราว (Story) ของชุมชน

การสร้างเรื่องราวของชุมชนให้โดดเด่น ถือเป็นสิ่งสำคัญที่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนควรต้องดำเนินการ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการกำหนดบทบาทหน้าที่ของการพัฒนาของแต่ละพื้นที่ให้มีความชัดเจน และ

มีความเชื่อมโยงกันในภาพรวม โดยอาจใช้เรื่องราวในอดีตร่วมกันเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่อง หรือใช้ความเป็นศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิม ที่หาได้ยาก และเป็นพื้นที่เฉพาะในการสร้างเรื่องราว เช่น

1. เรื่องราวของ**หมู่บ้านอรัญญิก** ตำบลท่าช้าง อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นแหล่งผลิตมิดที่ใหญ่แห่งหนึ่งของประเทศ **ชุมชนลาวเวียงบ้านหนองขาม** จังหวัดชัยนาท ซึ่งมีการทอผ้ายกดอก สีคราม ราคาผืนละ 100,000 บาท **ศูนย์ตุ๊กตาชาววังบ้านบางเสด็จ** อำเภอบางบาล จังหวัดอ่างทอง ซึ่งเป็นโครงการที่สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ทรงมีพระราชดำริให้จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2519 เพื่อเป็นอาชีพเสริมเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ราษฎร ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา

2. เรื่องราวของ**ท่องเที่ยววิถีชุมชน** บ้านมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ไหว้พระทำบุญที่**วัดมหาสอน** ที่มีพระนาครปรกที่ใหญ่ที่สุด เรื่องราวของ**วิถีไท - ยวน บ้านโหนด** วิถีความสุขแบบล้านนา บ้านโหนด ตำบลดาวเรือง อำเภอเมือง **จังหวัดสระบุรี** หรือ **ชุมชนลาวแก้ว** บ้านทองเอน อำเภออินทร์บุรี **จังหวัดสิงห์บุรี**

การสร้างอัตลักษณ์ของชุมชน

การส่งเสริมให้ชุมชนปรับเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าสู่ภาคการให้บริการ และการสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่ หรือสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้นักท่องเที่ยวสนใจมากยิ่งขึ้น หรือแม้กระทั่งการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เช่น การสร้าง QR code ของ

ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ทราบแหล่งที่มาและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผลิตภัณฑ์ หรือการจัดทำระบบ Application ด้านการท่องเที่ยวชุมชน เช่น

1. การสร้างเครือข่ายในลักษณะการรวมกลุ่มเป็น Cluster (คล้าย กับสวนเกษตร Noumaru) โดยให้ทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และ ชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดจุดการพัฒนาชุมชนเพื่อสร้างความ เป็นอัตลักษณ์ และร่วมกันพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. การสร้างจุดเด่น (Landmark) ของชุมชนให้ชัดเจน

3. การสร้างมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งทางด้านโครงสร้าง พื้นฐาน คุณภาพของสินค้าและบริการ ให้เป็นที่ยอมรับ

สร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน

ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวชุมชนไม่ประสบผลสำเร็จคือ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (หรือการมีส่วนร่วมของเกษตรกร) ดังนั้น การแก้ไขปัญหาในชุมชนหรือเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนให้ดีขึ้น จะต้องเกิดจากคน (เกษตรกร) ในชุมชนเอง โดยภาครัฐเข้าไปมีบทบาทใน การช่วยเหลือ ชี้แนะด้านวิชาการ หรือให้ความรู้ใหม่ ๆ ซึ่งกระบวนการมี ส่วนร่วมไม่ได้เริ่มที่การวางแผน แต่เป็นการพูดคุยและทบทวนถึงปัญหาใน ชุมชน โดยใช้กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันทั้งชุมชน เช่น

1. การรับฟังความคิดเห็นของชุมชนเป็นการเปิดโอกาสให้ชุมชนมี ส่วนร่วมในการให้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง ทราบถึงปัญหาที่แท้จริงของ ชุมชน

2. ร่วมกันคิด ร่วมกันทำในการแก้ไขปัญหา มีอิสระในการคิด ซึ่งอาจจะเรียกว่ามีการวางแผนร่วมกันก็ได้

3. มีเป้าหมายเดียวกันในการร่วมกันแก้ไขปัญหา
4. มีการปฏิบัติตามแนวทางที่ร่วมกันคิดในชุมชนนั้น ๆ ไปในแนวทางเดียวกัน
5. นำสิ่งที่ได้ทำหรือปัญหาที่เกิดขึ้นมาพูดคุยและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นร่วมกัน เพื่อให้ได้ในสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับการปฏิบัติของชุมชน

ช่องทางการตลาด (Market Chanel)

1. การสร้างตราสินค้า (Branding) ให้เป็นที่โดดเด่นน่าสนใจ
2. การนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เช่น QR code ของผลิตภัณฑ์หรือระบบ Application ท่องเที่ยว เป็นต้น
3. การพัฒนาด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ เป็นการเพิ่มช่องทางการรับรู้ของนักท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย และน่าสนใจ ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือปฏิบัติการท่องเที่ยว หรือการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น Application/Line /Facebook เป็นต้น

พัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่า (Value Added)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่า (การผลิตผลผลิตทางการเกษตร Noumaru) เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของตัวผลิตภัณฑ์ และการสร้างรายได้ให้กับชุมชน สิ่งสำคัญคือเป็นการลดต้นทุนในการผลิต และสร้างจุดขายให้กับผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการพัฒนากระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐาน ซึ่งก่อนจะมีการพัฒนาต้องศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย

และตลาดให้ชัดเจน นอกจากนี้ การพัฒนาบุคลากรในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ฯ เป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการควบคู่กันไป ทั้งในการพัฒนาองค์ความรู้เฉพาะด้าน การนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการประกวดผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ และสุดท้ายของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน ให้ประสบผลสำเร็จต้องอาศัย หลักการกระตุ้นให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน และใช้กลุ่มที่ ประสบความสำเร็จเป็นต้นแบบในการพัฒนา เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มอย่าง แท้จริง

โดย

1. นายพงศ์จิตต์ รวีกิจสัมฤทธิ์ ผู้อำนวยการกลุ่มงานยุทธศาสตร์และ ข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. นายสุรศักดิ์ สุขสมบูรณ์ นักวิชาการป่าไม้ชำนาญการ สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. นางสาวชวนชม ดีรัมย์มี นักวิชาการเกษตรชำนาญการพิเศษ ศูนย์วิจัยข้าวชัยนาท