

**เครือข่ายความร่วมมือการผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)
เพื่อการจัดการท่องเที่ยวตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
OTOP Networking Cooperation for Tourism Management through
Sufficiency Economy Philosophy in Northern, Thailand.**

วีระพล ทองมา¹ วินิตรา ลีละพัฒน์¹ และรดาพร ทองมา¹
Weerapon Thongma¹, Winitra Leelapattana¹, Radaporn Thongma¹

คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้

¹ Associate Professor and Dean, School of Tourism Development, Maejo University

² Lecturer, School of Tourism Development, Maejo University

³ Secretary of Dean office, School of Tourism Development, Maejo University

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์หลักคือการสร้างและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือของผู้ประกอบการธุรกิจ OTOP เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้วยการใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ OTOP ผู้ที่ให้ข้อมูลในครั้งนี้ ได้ส่งตัวอย่างแบบง่ายจากสมาชิกกลุ่ม OTOP เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย จำนวนทั้ง 320 ราย (8 จังหวัด) เพื่อรวบรวมข้อมูลลักษณะทั่วไปของธุรกิจ OTOP นอกจากนี้ ยังได้ส่งตัวอย่างในลักษณะแบบหลายขั้นตอนจนได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 จังหวัด โดยมีชุมชนที่ถูกเลือกให้เป็นตัวแทนของแต่ละจังหวัด ๆ ละ 1 ชุมชน คือ 1) จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ชุมชนชาวจีนยูนาน บ้านยาง 2) จังหวัดลำพูน ได้แก่ ชุมชนปากเกอญอ หรือกะเหรี่ยงบ้านพระบาทห้วยต้ม 3) จังหวัดลำปาง ได้แก่ ชุมชนชาวไทยลัณนาบ้านสามขา และ 4) จังหวัดแม่ฮ่องสอน ได้แก่ชุมชนลาหู่หรือมุเซอบ้านบ่อไคร้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจ OTOP และสมาชิก ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการสร้างและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือธุรกิจ OTOP เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จำนวนทั้งสิ้น 255 ราย สำหรับการประเมินผลเครือข่ายความร่วมมือนั้น ได้ประเมินผลตามเกณฑ์ตัวชี้วัด 6 ประเด็น คือ 1) ความเหมาะสม 2) ความมีเหตุผล 3) ประสิทธิภาพ 4) ประสิทธิภาพ 5) ความต่อเนื่อง และ 6) ความยืดหยุ่น จากผู้ให้ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลที่มาจากหลายวิธี เช่น 1) การสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง 2) การอภิปรายกลุ่ม 3) การสังเกตจากคณะผู้วิจัย 4) การจัดสัมมนากลุ่มย่อย และ 5) การสอบถามด้วยการสอบถามเป็นต้น จากนั้นได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติบรรยายและสถิติอนุมาน

ผลการวิจัยเกี่ยวกับการสร้างและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือของธุรกิจ OTOP เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ได้นำเอาแนวคิดของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยเน้นต้นทุนที่มีอยู่

ภายในชุมชนของตนเองทั้ง 3 ด้าน คือ 1) ทูทางสังคม 2) ทูทางทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม และ 3) ทูทางเศรษฐกิจด้วยอาศัยหลักการจากการพึ่งพาตนเองของคนภายในชุมชน โดยที่การท่องเที่ยวเป็นเพียงอาชีพเสริมเท่านั้น ไม่ได้มองกำไรจากการท่องเที่ยวเป็นหลัก แต่เป็นกำไรจากการพัฒนาความรู้ ความสามารถหรือประสบการณ์ การสร้างความสามัคคี รู้จักแบ่งปันหรือบริการและให้บุคคลอื่นแต่อยู่ในขอบข่ายวัฒนธรรม หรืออัตลักษณ์ของชุมชนและสามารถเรียนรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงจากกระแสของโลกภายนอกนั้นเอง นอกจากนี้การจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ของชุมชนให้เป็นผลผลิต OTOP เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน นั้นไม่สามารถจะดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ถ้าขาดซึ่งความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกระดับทั้งภายในและภายนอกชุมชน ดังนั้น จึงควรที่จะมีการพัฒนาและสร้างเครือข่ายความร่วมมือธุรกิจ OTOP เพื่อการท่องเที่ยวในลักษณะแบบวงล้อ (wheel networking structure) ด้วยการเปิดโอกาสให้สมาชิกกลุ่มในระดับชุมชน ตำบล อำเภอ รวมทั้งจังหวัดได้มีอิสระในการตัดสินใจและดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายใต้บทบาทและภาระหน้าที่ของตนเองหรือหน่วยงาน แต่ประสานสัมพันธ์เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน โดยมีผู้ประสานงานเครือข่ายในแต่ละพหุภาคีมาประชุม พูดคุยและปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งในการแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรคชุมชนได้พัฒนาร่วมกันด้วยอาศัยหลักการของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการตัดสินใจ

การวิจัยครั้งนี้ ก่อให้เกิดความตระหนักและระลึกถึงคุณค่ารวมทั้งศักดิ์ศรีในวัฒนธรรมหรืออัตลักษณ์ของคนภายในชุมชนภาคเหนือตอนบน ชาวบ้านเริ่มถกเถียงกันเกี่ยวกับความเป็น “ตัวตน” ของชาติพันธุ์ พร้อมทั้งรวบรวมและเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของชุมชนที่เป็นเสน่ห์ช่วยดึงดูดใจมาผลิตเป็นสินค้า OTOP เพื่อให้นักท่องเที่ยว ได้เข้ามาศึกษาและเรียนรู้และซื้อเป็นของที่ระลึก แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการสินค้า OTOP หรือองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งนักท่องเที่ยวก็ควรตระหนักถึงคุณค่าความมีศักดิ์ศรีและสิทธิต่าง ๆ ของกลุ่มชาติพันธุ์ มีความเคารพและเข้าใจในวัฒนธรรมที่แตกต่างเพื่อสร้างความสมานฉันท์และความสามัคคีของประชาชนในสังคมและประเทศชาติ ต่อไป

คำสำคัญ: หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เครือข่ายความร่วมมือ การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน
ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

Abstract

The main purpose of this research is to describe how to built and develop networking cooperation for tourism management among OTOP producers through achieve Sufficiency Economy Philosophy objectives. The respondents of this research as a simple random sampling techniques from group leaders or managers and members of OTOP as tourism villages or community based tourism (CBT) in the upper northern part of Thailand (8 provinces) totally 320 by questionnaire for OTOP characteristics survey. Four provinces were selected by multistage random sampling as follows: 1) Chiang Mai (Chinese Baan Yang Community) 2) Lamphun (Paka-keuayor or Karen Prabhat Huaytm Community) 3) Lampang (Thai Lanna Baan Samkha Community) and 4) Mae Hong Son (Lahu or Mooser Baan Borkai Community) provinces. Data collection from leaders or managers and members of OTOP for tourism management by simple random sampling totally 255 for answering how to built or develop linkages networking cooperation among all of OTOP enterprises for tourism management through Sufficiency Economy Philosophy in upper northern part of Thailand.

Moreover, this research was evaluated networking cooperation as follow six indicators were 1) suitability 2) legitimacy 3) effectiveness 4) efficiency 5) continuity and 6) flexibility. All of representative members and stakeholders totally 60 were using the following methods: 1) structure interview, 2) group discussion, 3) observation by researcher, 4) group forum, and 5) questionnaire. Data collection was analyzed by descriptive and inferential statistics.

Results of the study showed that all of the OTOP producers were developed networking cooperation among them and also with all of stakeholders. They applied the concept of Sufficiency Economy Philosophy by emphasizing on the available resources in the community in three aspects as follows: 1) social resources, 2) natural and environmental resources and 3) economic resources by relying on the principle of self-sufficiency of the people in the community whereby tourism is just a supplementary livelihood only and not eyeing on the projects from tourism as a main goal, but a profit as development of knowledge, capabilities, experiences, building unity, sharing or service giving but are within the scope of culture or identity of the community. Besides, this OTOP products for community based tourism management cannot be implemented effectively and sustainably without the cooperation of multilateral collaboration of the stakeholders at all levels inside and outside the community. Therefore, there is a need for developing and building a

network by applying wheel networking structure by opening opportunities for all members of all groups at the community, sub-district, district, including province levels where there is a freedom in decision making and running their businesses under the roles and duties or responsibilities that have public relations convenient for the benefit or the whole/ one another. There is a network coordinator in multicultural collaboration that comes to meetings, discussions, and counseling regularly. Since in solving problems there were consider together and rely upon the Sufficiency Economy Philosophy as the guideline in decision-making.

This research should affirm and consider the value of sacredness of the cultures of the ethnic groups in the community in upper northern part of Thailand. The local people should started to dispute about uniqueness of the ethnic group including collecting and presenting the business about identity of tribes or the charm to be OTOP products that attracts tourists to visit, study, learn and also buy for a souvenir. Nevertheless, the OTOP entrepreneur in public and private sector including the tourists should also learn the value of the sacredness and various rights of the ethnic groups should be respected and understood in the diverse cultures in order to build identical views and unity of the people in the society and the country onwards.

Keywords: One Tumbon One Product (OTOP), Networking Cooperation, Community-based Tourism Management, Sufficiency Economy Philosophy