

แรงจูงใจทางการเงินเพื่อส่งเสริมโครงการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี พื้นที่อีสานตอนบน

อภิญา พันทะสา^{1*}

พิศมัย จารุจิตติพันธ์²

ณัฐภัสสร ธนาบวรพาณิชย์³

Received 28 November 2025

Revised 9 March 2026

Accepted 8 April 2026

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์นโยบายการสร้างแรงจูงใจทางการเงินเพื่อส่งเสริมโครงการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี พื้นที่อีสานตอนบน ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีทุนทางวัฒนธรรมอุดมสมบูรณ์และมีศักยภาพในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคง แต่การดำเนินโครงการให้ประสบความสำเร็จต้องอาศัยแรงจูงใจทางการเงิน ซึ่งเป็นเหตุผลเบื้องหลังและเป็นฟันเฟืองที่สำคัญอย่างมากในการกระตุ้นให้ชุมชนเกิดการมีส่วนร่วมแปลงทุนวัฒนธรรมให้กลายเป็นรายได้ โดยแรงจูงใจทางการเงินที่สามารถดำเนินการได้มีอย่างน้อย 5 ประเด็น คือ 1) การลดหย่อนหรือยกเว้นการจัดเก็บภาษีของท้องถิ่นหรือค่าธรรมเนียมบางประเภทสำหรับครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการ 2) การจัดหาหรือสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้กับครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการ 3) การเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามาลงทุนเพื่อสร้างงานใหม่ โดยภาคเอกชนจะได้รับเงินภาษีการค้าคืนเป็นจำนวนสัดส่วนที่เหมาะสมของเงินที่หน่วยงานได้ใช้จ่ายลงทุนในพื้นที่อีสานตอนบน 4) การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลธุรกิจเบ็ดเสร็จ เพื่อปรับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ อำนวยความสะดวก ประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อดึงดูดนักลงทุนจากภายในและภายนอกให้มาลงทุน และ 5) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่อีสานตอนบน ให้ความสำคัญกับองค์กรในพื้นที่จัดโครงการฝึกอบรมตามความต้องการของผู้ประกอบการ

คำสำคัญ: แรงจูงใจทางการเงิน OTOP นวัตวิถี อีสานตอนบน

^{1 2 3} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนวัตกรรมบูรณาการ เลขที่ 6/999 ซอยพหลโยธิน 52 แขวงคลองถนน เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร 10220

* Corresponding author email: apinyaphanthasa6@gmail.com

FINANCIALLY-BASED MOTIVATION TO PROMOTE THE OTOP NAWATWITHI COMMUNITY TOURISM PROJECT OF UPPER ISAAN

Apinya Phanthasa^{1*}

Pisamai Jarujittipant²

Nutpatsorn Tanaborworpanid³

Abstract

This article aims to policy synthesis for creating financially-based motivation to promote OTOP innovative tourism projects in Upper Northeastern Thailand. This region possesses rich cultural capital and the potential to drive a stable grassroots economy. However, successful project implementation depends on financial incentives, which are a crucial underlying factor and a driving force in encouraging community participation in transforming cultural capital into income. At least five possible financial incentives include: 1) Reductions or exemptions from local taxes or certain fees for participating households; 2) Providing or supporting access to funding sources for participating households; 3) Opening opportunities for private sector investment to create new jobs, with the private sector receiving a tax refund proportional to their investment in Upper Northeastern Thailand; 4) Establishing a comprehensive business information center to improve the business environment, facilitate coordination with relevant agencies, and attract domestic and international investors; and 5) Local administrative organizations in Upper Northeastern Thailand collaborating with local organizations to provide training programs tailored to the needs of entrepreneurs.

Keywords: Financially-Based Motivation, OTOP Nawatwithi, The Upper Isaan

^{1 2 3} Faculty of Business Administration, North Bangkok University, 6/999 Phahonyothin 52, Klongtanon, Sai Mai, Bangkok, Thailand 10220

* Corresponding author email: apinyaphanthasa6@gmail.com

บทนำ

โครงการ OTOP นวัตกรรม เป็นโครงการที่พัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์จากโครงการ OTOP โดยมุ่งนำเสนอชุมชนท่องเที่ยว การเพิ่มรายได้ชุมชน เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการขายสินค้า OTOP สนับสนุนให้ชุมชนปรับตัวจากการส่งสินค้าออกไปขายนอกชุมชนเพียงอย่างเดียว มาพัฒนาสินค้าให้มีนวัตกรรม มีความแตกต่าง การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศึกษาวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของคนในชุมชนควบคู่ไปกับการขายสินค้าและบริการจากผู้ประกอบการภายในชุมชน สนับสนุนการกระจายและการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิต ภาคบริการ และการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถควบคุมคุณภาพสินค้าได้มากขึ้น และสร้างช่องทางการตลาดให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวให้เป็นสถานที่ถ่ายภาพได้ (อุกฤษฏ์ ขาวแพรกน้อย, 2562) ดังที่ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (2567) ที่ได้นำเสนอว่า โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม เน้นการใช้เสน่ห์ภูมิปัญญาวิถีชีวิต วัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์แปลงเป็นรายได้ มุ่งเน้นชุมชนท่องเที่ยวให้เป็นเจ้าบ้านที่ดี ร่วมคิดและผลิตสินค้าและบริการ รวมถึงการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวระดับชุมชนที่มีเสน่ห์ดึงดูดและมีคุณค่าเพียงพอให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนและใช้จ่ายเงินในทุกกิจกรรมของชุมชน เพื่อให้รายได้กระจายอยู่กับคนในชุมชน การสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก (Local Economy) อย่างแท้จริง

จากการศึกษาผลงานวิชาการส่วนใหญ่มุ่งศึกษาปัญหาของ OTOP เช่น ผลงานของ โอบปริก ก้องภาณุรักษ์ (2563) และ คมสัน ดาวทอง (2564) โดยมุ่งเน้นไปที่การแก้ปัญหาพื้นฐานด้านการผลิต การตลาด หรือการประเมินผลสัมฤทธิ์ของโครงการในภาพรวมว่าสำเร็จหรือไม่ แต่ยังขาดการศึกษาเชิงลึกที่นำเสนอกลไกทางการเงิน (Financial Mechanisms) ที่เป็นรูปธรรมและหลากหลาย นอกเหนือจากการพึ่งพาเงินอุดหนุนให้เปล่าจากภาครัฐ อีกทั้งผลงานที่ผ่านมายังไม่ได้ระบุชัดเจนว่าเครื่องมือประเภทใด เช่น การลดหย่อนภาษีหรือการคืนภาษีการค้าให้แก่เอกชน ที่จะมีประสิทธิภาพในการกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากในบริบทของการท่องเที่ยวชุมชน บทความนี้จึงมุ่งแสวงหาคำตอบของช่องว่างด้วยการสังเคราะห์เครื่องมือทางการเงินที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในเชิงนโยบาย (Actionable Policy) นอกจากนั้นในมิติของแนวทางความร่วมมือ ผลงานวิชาการด้านการขับเคลื่อน OTOP นวัตกรรม ที่เสนอโดย กาญจนา เหล่าโชคชัยกุล (2564) มุ่งวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบแนวตั้ง (Top-down) ระหว่างรัฐในฐานะผู้ให้และชุมชนในฐานะผู้รับ ยังไม่ได้กล่าวถึงภาคเอกชนในฐานะหุ้นส่วนการพัฒนา (Public Private Partnership) โดยยังไม่มีการศึกษาว่ากลไกทางการเงินใดที่จะสามารถสร้างแรงจูงใจให้ภาคเอกชนภายนอกยอมนำเม็ดเงินเข้ามาลงทุนในพื้นที่ชุมชน บทความนี้จึงมุ่งนำเสนอมาตรการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษี (Tax Rebate) เพื่อดึงดูดภาคเอกชนให้เข้ามาสร้างงานและลงทุนในพื้นที่ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนผ่านจากการพัฒนาแบบพึ่งพารัฐสู่การพัฒนาที่ขับเคลื่อนด้วยกลไกตลาดร่วมกับชุมชน นอกจากนี้ในบริบทเชิงพื้นที่ผลงานส่วนใหญ่ทำในพื้นที่ภาพรวมระดับประเทศ ยังไม่พบงานเจาะจงในพื้นที่อีสานตอนบน ที่มีบริบทเฉพาะตัว ทั้งในมิติของภูมิศาสตร์ที่ติดพรมแดนประเทศเพื่อนบ้าน โครงสร้างประชากร และทุนทางวัฒนธรรม การใช้แรงจูงใจทางการเงินแบบเหมารวมจากส่วนกลางอาจขาดความยืดหยุ่นและไม่สอดคล้องกับศักยภาพที่แท้จริงของพื้นที่

จากข้อมูลนี้ชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism - CBT) และโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นประเด็นที่มีความสำคัญและน่าสนใจศึกษา เนื่องจากเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม ซึ่งเป็นนโยบายที่มุ่งเน้นการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าสู่ชุมชนโดยตรง เพื่อสร้างสรรค์สินค้า บริการ และกิจกรรมการท่องเที่ยวบนฐานของอัตลักษณ์ ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่น อีกประเด็นหนึ่งที่มีความสำคัญมากคือด้านการเงินหรือรายได้ที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของชุมชน (สำนักงานส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น

และวิสาหกิจชุมชน, 2564) โดยเฉพาะพื้นที่อีสานตอนบน 8 จังหวัด ที่ประกอบด้วย จังหวัดอุดรธานี เลย หนองบัวลำภู หนองคาย บึงกาฬ นครพนม มุกดาหาร และสกลนคร ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและศักยภาพการท่องเที่ยวสูง บทความนี้จึงมีความมุ่งหมายในการสังเคราะห์นโยบายการสร้างแรงจูงใจทางการเงินเพื่อส่งเสริมโครงการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เพื่อใช้เป็นแนวคิดในการบูรณาการความต้องการของชุมชน ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจในพื้นที่อีสานตอนบน เพื่อเป็นแนวทางให้ชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ OTOP นวัตวิถี มีภาระทางภาษีท้องถิ่นลดลง และสามารถเข้าถึงแหล่งทุนที่ยืดหยุ่นได้มากขึ้น ลดความเสี่ยงด้านการขาดสภาพคล่องที่เคยเป็นอุปสรรคสำคัญ ซึ่งเมื่อแต่ละท้องถิ่นใช้แรงจูงใจทางการเงินในทิศทางเดียวกัน จะเกิดการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวในภาคอีสานตอนบนที่มีมาตรฐาน สร้างแรงจูงใจในการดึงดูดทุนที่นำไปสู่การกระจายรายได้สู่ฐานรากอย่างทั่วถึงและยั่งยืน

แนวคิดการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เป็นโครงการของภาครัฐมีขึ้นเพื่อการสนับสนุนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560 - 2579) ตามนโยบายรัฐบาลในการกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากในด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้ เกิดความยั่งยืน ประชาชนมีคุณภาพชีวิตและรายได้ที่ดีขึ้น ตามแผนและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2565-2569) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ.2561 ในลักษณะของการต่อยอดจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยมีกรมการพัฒนาชุมชนเป็นเจ้าภาพหลักของโครงการ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศ การพิจารณาพื้นที่โดดเด่นในศักยภาพและความพร้อมของหมู่บ้านตามหลักเกณฑ์การพิจารณาพื้นที่ดำเนินงานโครงการ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2561) มีลักษณะดังนี้

1. พิจารณาศักยภาพของชุมชน ได้แก่ ต้นทุนด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความสามารถในการต่อยอดหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว พิจารณาให้ผลิตภัณฑ์ OTOP เป็นผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว
2. หลักเกณฑ์ตรวจสอบความพร้อมของโครงการ ได้แก่ ความเหมาะสมของโครงการ ในลักษณะที่โครงการมีความชัดเจน สอดคล้องตามแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้จ่ายงบประมาณฯ สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาเชิงพื้นที่
3. โครงการสามารถดำเนินการได้ตามระยะเวลาที่กำหนด และมีการบูรณาการการทำงานหน่วยงานแต่ละภาคส่วน

เมื่อพิจารณาบทเรียนเชิงนโยบายของโครงการ OTOP นวัตวิถีในพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทย จากการศึกษาผลงานของ อุกฤษฏ์ ขาวแพรกน้อย (2562) ที่ได้ศึกษาการประเมินผลการดำเนินโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ในพื้นที่จังหวัดสมุทรสาคร และพบว่าผลการดำเนินโครงการในพื้นที่ประสบความสำเร็จในภาพรวม โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเศรษฐกิจ พบว่าเมื่อเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยโดยรวมหลังการเข้าร่วมโครงการ OTOP นวัตวิถีของผู้เข้าร่วมโครงการ ในชุมชนมีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการเดินทางเข้ามาชม ซื้อสินค้าและบริการภายในชุมชน 2) ด้านจิตใจ พบว่าผู้อาศัยในหมู่บ้านมีความภาคภูมิใจในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นของตนเองมากขึ้น 3) ด้านสังคมและวัฒนธรรม พบว่าคนในชุมชนมีการสื่อสารกัน เพื่อสร้างความเข้าใจและสร้างการมีส่วนร่วมในชุมชน มีความตระหนักถึงอัตลักษณ์ชุมชนเพิ่มมากขึ้น ขณะที่ด้านที่ 4) ด้านสิ่งแวดล้อม พบว่าได้รับผลกระทบมากสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชน

สอดคล้องกับผลงานของ ประภาพร แสนโคตร และพีรสิทธิ์ คำนวนศิลป์ (2563) ที่ได้ศึกษาผลการดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดมหาสารคาม ในประเด็นเกี่ยวกับความสามารถของชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ ที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ให้แก่ประชาชน และพบว่าชุมชนโดยรวมประสบความสำเร็จในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและเพิ่มรายได้ให้คนในชุมชนมากขึ้น และมีข้อเสนอแนะว่าการใช้ประโยชน์จากระบบสารสนเทศยังไม่เกิดประโยชน์เท่าที่ควร เนื่องจากผู้ที่ดูแลสัญญาณอินเทอร์เน็ตประจํารัฐส่วนใหญ่ ขาดความรู้และความเข้าใจ เนื่องจากเป็นผู้ที่มีอายุมากกว่า 50 ปี และศึกษาจบระดับประถมศึกษาเท่านั้น นอกจากนี้ประเด็นหนึ่งที่ถูกนำเสนอในงานชิ้นนี้น่าสนใจคือ โครงการมีลักษณะที่บังคับใช้แผนงานเดียวกันโดยไม่คำนึงถึงลักษณะที่มีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ เช่น บริบทพื้นที่ในบางชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสมแก่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่น่าจะมีการศึกษาต่อว่าในแต่ละพื้นที่ที่มีความแตกต่างกันเหมาะสมที่จะเป็นชุมชนท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ชุมชนผลิตสินค้าเพียงอย่างเดียว หรือมีความสามารถเป็นได้ทั้งสอง ลักษณะ เป็นต้น

ขณะที่ อัจฉิมา บุตรซารี และกฤษฎวรรณ โลว์ชรินทร์ (2564) ได้ศึกษาผลการดำเนินงานของโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ในพื้นที่จังหวัดสกลนคร ตามรูปแบบของ CIPP Model พบว่าด้านบริบท (Context) ภาครัฐให้การสนับสนุนอย่างดี ทำให้ชุมชนเข้มแข็ง สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับวิถีชีวิตจนเกิดรายได้ และพร้อมพัฒนาเป็นชุมชนต้นแบบ ด้านปัจจัยนำเข้า (Input) โครงการมีความพร้อมทั้งงบประมาณ ระยะเวลา และสถานที่ โดยมีเจ้าหน้าที่คอยให้ความรู้และอำนวยความสะดวกเพื่อเป้าหมายการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ด้านกระบวนการ (Process) เจ้าหน้าที่ลงพื้นที่ให้ความรู้เรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลักดันการพัฒนาชุมชน และมีการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงการทำงาน และด้านผลผลิต (Product) มีการสร้างรายได้ให้ชุมชนเพิ่มขึ้น ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (เช่น ผ้าไหมคราม โคขุน) ได้มาตรฐาน ชาวบ้านรู้จักประยุกต์ใช้ความรู้ด้านธุรกิจและการขายออนไลน์ รวมถึงร่วมกันดูแลทรัพยากรเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

ดังนั้นกล่าวได้ว่า การศึกษาผลงานที่ผ่านมาสามารถสรุปได้ว่า โครงการ OTOP นวัตวิถี ที่ผ่านมามีความสำเร็จและผลกระทบเชิงบวกในแต่ละประเด็น ดังนี้

1. ด้านเศรษฐกิจและรายได้ พบว่าชุมชนที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยเกิดจากการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชม ซื้อสินค้าหรือบริการในท้องถิ่น ผู้ประกอบการมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานและใช้ความรู้ด้านการตลาดออนไลน์ในการสร้างรายได้
2. สังคมและวัฒนธรรม พบว่าเกิดความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์และแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นเพิ่มขึ้น มีการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมในชุมชนมากขึ้น และตระหนักถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร
3. การบริหารจัดการ พบว่าโครงการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างเหมาะสม ทั้งด้านงบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ และการให้ความรู้แก่ชาวบ้านเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และแหล่งท่องเที่ยว มีการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

ขณะเดียวกันการดำเนินงานที่ผ่านมายังข้อจำกัดและความท้าทายที่สำคัญ อย่างน้อย 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านสิ่งแวดล้อม สืบเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความสำเร็จด้านเศรษฐกิจ ส่งผลให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมในชุมชนอย่างมาก
2. ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่พบว่าการใช้ประโยชน์จากระบบสารสนเทศ (อินเทอร์เน็ตประจํารัฐ) ยังไม่เกิดประโยชน์เท่าที่ควร เนื่องจากผู้ดูแลส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ และขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้งาน
- 3) ด้านความไม่ยืดหยุ่นของนโยบาย ซึ่งนโยบายมีลักษณะบังคับใช้แผนงานเดียวกัน โดยไม่ได้คำนึงถึงความแตกต่างของบริบทพื้นที่ทำให้เกิดปัญหา เช่น บางชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสมต่อ

การเป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่ควรพิจารณาปรับใช้ให้เหมาะสมกับศักยภาพที่แตกต่างกันของแต่ละท้องถิ่น

กล่าวโดยสรุป โครงการ OTOP นวัตกรรม ประสบความสำเร็จในการยกระดับรายได้ชุมชน แต่การดำเนินงานในอนาคตควรปรับปรุงกลไกสนับสนุนด้านรายได้ เทคโนโลยี การจัดการ สิ่งแวดล้อม และเพิ่มความยืดหยุ่นเชิงนโยบายให้สอดคล้องกับศักยภาพเฉพาะของแต่ละพื้นที่

โอกาสและความท้าทายในบริบทเชิงพื้นที่ของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม อีสานตอนบน

โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม เป็นกลไกสำคัญภายใต้แนวคิด “ไทยนิยมยั่งยืน” ที่มุ่งเน้นการพลิกโฉม OTOP จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นอกชุมชน สู่การดึงนักท่องเที่ยวเข้าสู่ชุมชนเพื่อสัมผัสเสน่ห์วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่น สำหรับพื้นที่อีสานตอนบน มีความโดดเด่นในด้านทุนทางวัฒนธรรมและธรรมชาติอันหลากหลาย ถือเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามการขับเคลื่อนโครงการในระดับพื้นที่ยังมีโอกาสและความท้าทายต่าง ๆ ดังนี้

จากการศึกษาผลงานของ โอบปริก ก้องภาณุรักษ์ (2563) ที่ได้ศึกษาปัจจัยความสำเร็จและอุปสรรคของการดำเนินโครงการ OTOP นวัตกรรมในพื้นที่ที่เป็นเมืองทางผ่าน อย่างอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี และพบว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จเกิดจากการบูรณาการเครือข่าย (Collaborative Governance) ระหว่างชุมชน ภาครัฐ และสถาบันการศึกษา และการรู้จักสร้าง Business Model Canvas (BMC) ที่ชัดเจนโดยการเปลี่ยนศูนย์เรียนรู้ให้เป็นหลักสูตรเก็บเงิน หรือทำเป็นคาเฟ่ ซึ่งงานวิจัยชี้ให้เห็นว่าแรงจูงใจทางการเงินคือฟันเฟืองที่ขาดไม่ได้ พิสูจน์ผ่าน Business Model Canvas (BMC) โดยในงานวิจัยให้รายละเอียดว่า ชุมชนที่อยู่รอดคือชุมชนที่แปลงกิจกรรมให้เป็นเงินได้จริง เพราะเงินเป็นน้ำหล่อเลี้ยงให้ระบบเดินต่อไปได้ ซึ่งการแก้ปัญหาการขาดการมีส่วนร่วม เนื่องจากชาวบ้านไม่มีเวลาเพราะต้องไปทำงานหาเงินจะถูกแก้ได้ด้วยแรงจูงใจทางการเงิน หากการเข้าร่วม OTOP นวัตกรรม สามารถหารายได้เสริมที่ชัดเจน เช่น ค่าแรงวิทยากรชุมชน ส่วนแบ่งยอดขายสินค้า ชาวบ้านจะยินดีจัดสรรเวลามามีส่วนร่วม โดยเสนอให้โครงการ OTOP นวัตกรรมมีกลไกการจ่ายค่าตอบแทนระหว่างทาง เช่น มีเบี้ยเลี้ยงให้ผู้เฒ่าผู้แก่ที่มาทอดผ้าให้นักท่องเที่ยวดู หรือให้ค่าตอบแทนเยาวชนที่มาเป็นนักร้องเล่นเครื่องดนตรี การมีแรงจูงใจทางการเงินระยะสั้นควบคู่ระยะยาว จะช่วยหลายอุปสรรคเรื่องการขาดความร่วมมือได้เป็นอย่างดี

สอดคล้องกับผลงานของ คมสัน ดาวทอง (2564) ศึกษาผลลัพธ์ ปัญหา และอุปสรรคของการนำโครงการ OTOP นวัตกรรมไปปฏิบัติในพื้นที่ภาคกลาง พบว่า ผลลัพธ์ระยะสั้นคือโครงการทำให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นในช่วงที่มีการจัดงานเปิดตลาด มีนักท่องเที่ยวเข้ามา มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามขึ้น แต่ความล้มเหลวระยะยาวคือ เมื่อจบโครงการ หรือหมดงบประมาณ กิจกรรมทุกอย่างจะหยุดชะงัก ทรัพยากรที่รัฐให้มา เช่น รถจักรยาน จะถูกปล่อยทิ้งร้างหรือถูกผู้นำชุมชนบางกลุ่มนำไปใช้ประโยชน์ส่วนตัว ไม่เกิดตลาดชุมชนที่ยั่งยืนตามเป้าหมายของรัฐ งานวิจัยชิ้นนี้สะท้อนให้เห็นถึงด้านมืดของการขาดแรงจูงใจทางการเงิน โดยงานวิจัยระบุชัดเจนว่า ชาวบ้านมีงานประจำ การมารับหน้าที่ในโครงการคือการเพิ่มภาระ หากไม่มีการจ้างหรือกระตุ้นด้วยรายได้ ชาวบ้านก็ไม่เข้าร่วม จึงสามารถสรุปได้ว่าแรงจูงใจทางการเงิน ไม่ใช่ความโลภแต่เป็นค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) ที่รัฐหรือโครงการพึงให้ความสำคัญ

นอกจากนั้นผลงานของ วลลภ วรรณโสม และสันติธร ภูริภักดี (2567) ที่มุ่งศึกษาอิทธิพลของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน พบว่าสามารถถอดรหัสองค์ประกอบเรื่องทุนวัฒนธรรม พบว่าเชื่อมโยงกับบริบทของพื้นที่ อีสานตอนบน อย่างแนบแน่น ทั้งในความโดดเด่นของทุนวัฒนธรรมและกลุ่มเกษตรกร ซึ่งตรงกับโครงสร้างประชากรหลักของอีสานตอนบน การเปลี่ยนจากการทำ

เกษตรเพียงอย่างเดียว มาเป็นการนำวิถีชีวิตมาทำเป็น OTOP นวัตกรรม จึงเป็นการยกระดับเศรษฐกิจฐานรากที่ตรงจุดที่สุดในพื้นที่นี้ และเมื่อวิเคราะห์ถึงถึงแก่นของโมเดลความสำเร็จพบว่า แรงจูงใจทางการเงินคือเครื่องมือในการขับเคลื่อนระบบ เช่น ประเด็น เงินทุนคือทรัพยากรตั้งต้น ที่ระบุว่าด้านเงินทุนสนับสนุนทั้งจากภาครัฐและเอกชน คือทุนทางทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวที่จำเป็น รายได้คือตัวกระตุ้นการมีส่วนร่วม การจะดึงชาวบ้านให้ทำงานในไร่นามาร่วมคิด ร่วมทำได้นั้นต้องมีผลตอบแทนทางการเงินที่จับต้องได้เป็นแรงจูงใจ

จากข้อมูลสามารถสรุปโอกาสในบริบทเชิงพื้นที่ของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม อีสานตอนบนได้ดังนี้

1. ด้านทุนทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่โดดเด่น โดยพื้นที่ภาคอีสานตอนบน ถือเป็นแหล่งรวมของกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย เช่น ไทย-ลาว ภูไท หรือไททรงดำ ซึ่งแต่ละกลุ่มมีอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน สามารถนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว
2. ด้านหัตถกรรมและสิ่งทอ ภูมิปัญญาการทอผ้า เช่น ผ้ากาบบัวอุบลราชธานี ผ้าย้อมครามสกลนคร หรือผ้าไหมมัดหมี่ สามารถพัฒนาเป็นสินค้า OTOP ระดับพรีเมียม และมอบประสบการณ์การเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างดียิ่ง
3. ด้านวิถีชีวิตและประเพณี ประเพณีท้องถิ่น ศาสนสถาน และการต้อนรับแบบ “บายศรีสู่ขวัญ” เป็นเสน่ห์ดึงดูดที่นักท่องเที่ยวแสวงหาประสบการณ์เชิงลึก ช่วยให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของตนมากขึ้น
4. ด้านการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานและการเชื่อมโยง พื้นที่อีสานตอนบนหลายจังหวัดเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจและการคมนาคมในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง โดยเฉพาะจังหวัดหลัก เช่น ขอนแก่น หรืออุดรธานี มีสนามบินนานาชาติและเครือข่ายถนนที่เชื่อมโยงกับประเทศลาว โอกาสนี้ช่วยขยายฐานนักท่องเที่ยว เปิดโอกาสในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านและภูมิภาคอื่น ๆ ในประเทศ และช่วยการกระจายสินค้าสนับสนุนการขนส่งผลิตภัณฑ์ OTOP เข้าสู่ตลาดภูมิภาคได้เป็นอย่างดี
5. ด้านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและการพึ่งพาตนเอง แนวคิด OTOP นวัตกรรมสอดคล้องกับแนวคิดการพึ่งพาตนเอง การสร้างความเข้มแข็งจากภายใน และการพัฒนาอย่างยั่งยืน ชุมชนที่มีทุนทางสังคมที่เข้มแข็งจะสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างยั่งยืน

ด้านความท้าทายเชิงพื้นที่ในการขับเคลื่อนโครงการ OTOP นวัตกรรม พบว่าแม้จะมีโอกาสสูง แต่การพัฒนาในพื้นที่อีสานตอนบนก็ต้องเผชิญกับความท้าทายหลายด้านที่ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเป็นระบบดังนี้

1. ข้อจำกัดด้านทุนมนุษย์และทักษะทางธุรกิจ ทั้งในด้านการตลาดดิจิทัลและสารสนเทศ ที่พบว่าผู้ประกอบการและผู้ดูแลระบบสารสนเทศในชุมชนจำนวนมากเป็นผู้สูงอายุขาดความรู้และความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และระบบอินเทอร์เน็ตประชารัฐ ทำให้ไม่สามารถใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์และการจำหน่ายได้อย่างเต็มที่ รวมถึงด้านการบริหารจัดการเงินทุน ที่บางชุมชนยังคงมีปัญหาในการบริหารจัดการทางการเงินและการลงทุน ทำให้รายได้ไม่มั่นคง และเกิดปัญหาในการลงทุนซ้ำเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ

2. ความไม่สอดคล้องเชิงนโยบายกับบริบทท้องถิ่น ปัญหาสำคัญที่ถูกหยิบยกขึ้นมาคือ โครงการมีลักษณะบังคับใช้แผนงานเดียวกันในทุกพื้นที่ โดยไม่คำนึงถึงบริบทและความแตกต่างเฉพาะของแต่ละชุมชน เนื่องจากความไม่เหมาะสมของพื้นที่ บางชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสมแก่การเป็นแหล่งท่องเที่ยว การบังคับให้ชุมชนเหล่านี้เป็นชุมชนท่องเที่ยวจึงไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร หรือในด้านความต่อเนื่องของโครงการ การเปลี่ยนแปลงนโยบายหรือการขาดความต่อเนื่องของงบประมาณและเจ้าหน้าที่สนับสนุนจากภาครัฐ เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของชุมชน

3. ผลกระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการเป็นสินค้า การพัฒนาการท่องเที่ยวอาจทำให้เกิดผลกระทบด้านลบ ทั้งในด้านการบริโภคทางวัฒนธรรม มีความเสี่ยงที่มรดกทางวัฒนธรรมจะถูกมองเป็นเพียงสินค้าเพื่อขายให้นักท่องเที่ยว โดยละเลยมิติของการอนุรักษ์และความยั่งยืน ผลกระทบสิ่งแวดล้อม ที่มาจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวส่งผลกระทบโดยตรงต่อสิ่งแวดล้อมและโครงสร้างพื้นฐานของชุมชน ซึ่งต้องการการวางแผนด้านการจัดการทรัพยากรอย่างจริงจัง

จากข้อมูลนี้กล่าวได้ว่าพื้นที่อีสานตอนบนมีทุนทางวัฒนธรรมที่อุดมสมบูรณ์ และศักยภาพทางภูมิศาสตร์ ที่เป็นโอกาสทองในการยกระดับโครงการ OTOP นวัตกรรมให้เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคง แต่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนนั้นขึ้นอยู่กับ การเอาชนะความท้าทายเชิงโครงสร้างและนโยบาย การเปลี่ยนผ่านจากนโยบายแบบรวมศูนย์ไปสู่ การบริหารจัดการที่เน้นบริบทเชิงพื้นที่ และการลงทุนในทุนมนุษย์ดิจิทัล จะเป็นปัจจัยสำคัญในการเปลี่ยนเส้นทางวิถีชีวิตของอีสานตอนบนให้กลายเป็นรายได้ที่ยั่งยืน ซึ่งการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จต้องอาศัยแรงจูงใจทางการเงิน เพราะคือค่าเสียโอกาสที่ชดเชยเวลาจากการทำงานประจำของชุมชน การการันตีรายได้และค่าตอบแทนที่จับต้องได้ทั้งระยะสั้นและระยะยาว จะเป็นฟันเฟืองสำคัญในการกระตุ้นให้ชุมชนเกิดการมีส่วนร่วม หากปราศจากตัวเงินที่ใช้เป็นน้ำหล่อเลี้ยงโครงการอาจล้มเหลวและหยุดชะงักทันทีเมื่อหมดงบประมาณได้ การแปลงทุนวัฒนธรรมให้กลายเป็นรายได้จริงจึงเป็นหัวใจหลักของความยั่งยืน

แนวคิดแรงจูงใจทางการเงิน

แรงจูงใจทางการเงิน (Financially-Based Motivation) เป็นความต้องการผลักดันหรือความปรารถนาทางการเงิน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายด้านรายได้ของตนเอง (บุญรุ่ง จันทน์นาค, 2554) สอดคล้องกับ พะเยาว์ สุวรรณธาร (2550) ที่ให้ความเห็นว่าแรงจูงใจนั้นมีความสำคัญในการกระตุ้นทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาเพื่อการดำรงชีวิต ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้บุคคลแสดงถึงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ขณะที่ พอพันธ์ อูยานนท์ (2553) ได้สรุปแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ว่าแรงจูงใจในการออมเงินส่วนใหญ่ประกอบด้วย การวางแผนการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน การออมเงินเพื่อบุตรหลาน การออมเพื่อความชอบ ค่านิยม ความต้องการในสินค้าอุปโภคบริโภค รวมถึงการออมเนื่องมาจากความไม่แน่นอนของชีวิต ซึ่งแนวคิดดังกล่าวนี้ได้มีการนำมาศึกษาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ Carroll (2001) ได้สรุปว่าปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการออมตามแรงจูงใจ และตั้งสมมติฐานว่ารายได้จะเป็นตัวกำหนดเงื่อนไขระยะเวลาในการออมและความเสี่ยง เนื่องจากความคาดหวังของรายได้และความเสี่ยงเกิดขึ้นอาจก่อให้เกิดการวางแผนการเงินที่ต้องการจะใช้จ่ายเงินในอนาคต

ทั้งนี้แรงจูงใจทางการเงินเป็นกลยุทธิ์หนึ่งที่ใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยแนวคิดนี้มีความหลากหลายและมีต้นกำเนิดมาจากประเทศที่มีรายได้สูงหรือประเทศที่พัฒนาแล้ว (Swinburn et al., 2006) ซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่นมีวัตถุประสงค์สำคัญอย่างน้อย 4 ประการ ได้แก่ 1) การเสริมสร้างความสามารถหรือศักยภาพทางเศรษฐกิจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2) การสร้างงานที่ดีและเพิ่มขึ้นเพื่อนำไปสู่การจ้างงานที่มากขึ้นและผลผลิตที่สูงขึ้น 3) การเพิ่มความสามารถในการขยายฐานภาษีให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และ 4) การพัฒนาบริเวณต่าง ๆ ในชุมชน โดยเฉพาะแหล่งเสื่อมโทรมและบริเวณที่เก่าแก่ (Morgan et al., 2007) ซึ่งสอดคล้องกับ Bartik (2005) ที่ได้กล่าวว่าแรงจูงใจทางการเงินเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนของภาคธุรกิจ แรงจูงใจลักษณะนี้ถือเป็นต้นทุนของภาครัฐและต้นทุนอาจมากกว่าประโยชน์ที่ได้รับ ดังที่ ศิกันต์ อิสสระชัยยศ (2559) ได้กล่าวว่า การพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่นโดยการสร้างแรงจูงใจทางการเงิน นอกจากจะช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ท้องถิ่นในลักษณะทวีคูณแล้ว

ยังช่วยเพิ่มศักยภาพในการจัดหาและการบริหารจัดการบริการสาธารณะ รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาความสามารถในการจัดการด้านการเงินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอีกด้วย

เมื่อทำการศึกษาเชิงลึกของวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจทางการเงิน พบจุดร่วมทางความคิดที่สำคัญใน 3 ประเด็น ดังนี้

1. บทบาทของการเป็นแรงขับเคลื่อนพฤติกรรม (บุญรุ่ง จันทน์นาค, 2554; พะเยาว์ สุวรรณธาร, 2550; Bartik, 2005) สรุปว่าแรงจูงใจทางการเงินคือตัวกระตุ้นที่ทรงพลังในการผลักดันให้มนุษย์หรือองค์กรแสดงพฤติกรรมบางอย่างเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายที่ตั้งไว้

2. การมุ่งเน้นการบริหารจัดการและความเสี่ยง ทั้งมุมมองทางเศรษฐศาสตร์ (พอพันธ์ อูยานนท์, 2553; Carroll, 2001) และการพัฒนาท้องถิ่น มุ่งเน้นไปที่การใช้แรงจูงใจทางการเงินเพื่อสร้างความมั่นคงในอนาคต เช่น การออมเพื่อลดความไม่แน่นอนของชีวิต และการลงทุนเพื่อขยายฐานภาษีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

3. การเป็นเครื่องมือในการยกระดับศักยภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจ (Morgan et al., 2007; ศิกานต์ อัสสระชัยยศ, 2559) ได้กล่าวว่าแรงจูงใจทางการเงินไม่ได้สร้างแค่ผลสัมฤทธิ์ทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่ยังนำไปสู่การยกระดับศักยภาพในมิติอื่น ๆ เช่น การสร้างงาน การพัฒนาพื้นที่ และการเพิ่มขีดความสามารถในการจัดบริการสาธารณะ

สำหรับจุดต่างของผลงานวิชาการที่ได้มีการศึกษา พบว่าทิศทางของผลงานมีความแตกต่างกันใน 2 มิติหลัก ดังนี้

1. ระดับของการวิเคราะห์ พบว่ามีการศึกษาระดับบุคคล (บุญรุ่ง จันทน์นาค, 2554; พะเยาว์ สุวรรณธาร, 2550; พอพันธ์ อูยานนท์, 2553; Carroll, 2001) ซึ่งมุ่งเน้นที่พฤติกรรมส่วนบุคคล การออม การใช้จ่าย และจิตวิทยาความต้องการของมนุษย์ ขณะที่กลุ่มการศึกษาระดับองค์กร (Swinburn et al., 2006; Morgan et al., 2007; ศิกานต์ อัสสระชัยยศ, 2559) มุ่งเน้นที่กลยุทธ์ของภาครัฐ การพัฒนาเชิงพื้นที่ และการดึงดูดการลงทุนของภาครัฐ

2. มิติความคุ้มค่าและผลกระทบ โดยมุมมองเชิงบวก (ศิกานต์ อัสสระชัยยศ, 2559; Morgan et al., 2007) มองผลลัพธ์ว่าแรงจูงใจทางการเงินจะสร้างผลกระทบที่ดีให้กับท้องถิ่น ขณะที่มุมมองเชิงวิพากษ์ (Bartik, 2005) ตั้งข้อสังเกตที่ชี้ให้เห็นถึงต้นทุนค่าเสียโอกาสของภาครัฐ ซึ่งการใช้แรงจูงใจทางการเงินอาจเป็นต้นทุนที่สูงกว่าผลประโยชน์ที่ได้รับจริง

ซึ่งข้อจำกัดของงานเดิมที่ถือเป็นช่องว่างสำคัญที่ของการนำเสนอบทความวิชาการนี้อาจแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

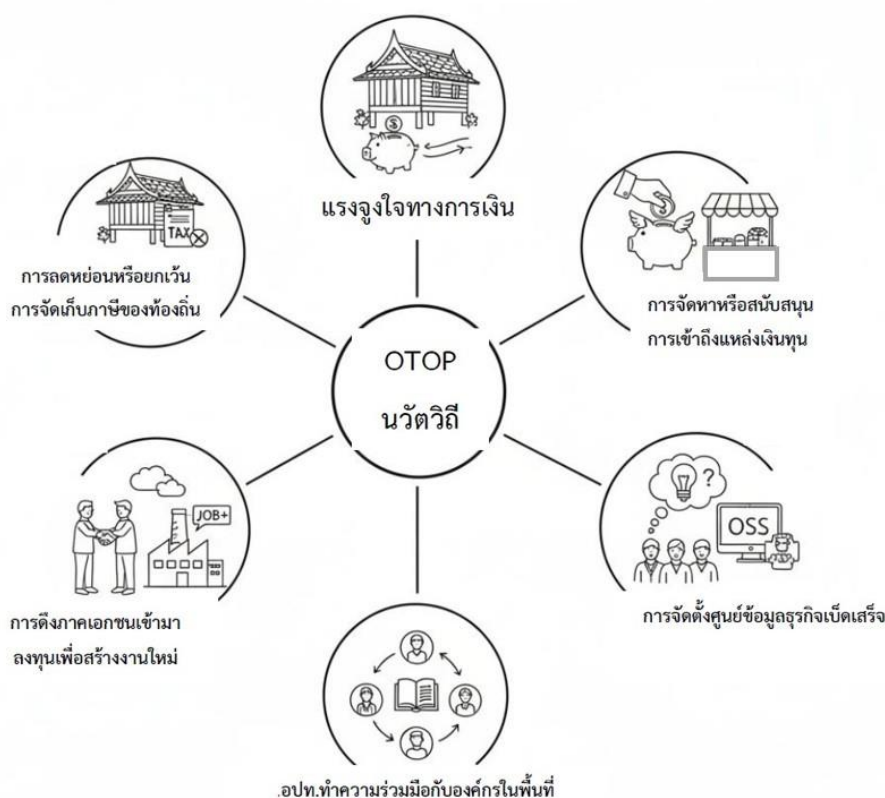
1. ความแตกต่างของบริบทเชิงพื้นที่ ดังที่ Swinburn et al., (2006) ได้ระบุว่าแนวคิดนี้มีต้นกำเนิดจากประเทศที่พัฒนาแล้ว ข้อจำกัดของงานเดิมคือการนำแนวคิดระดับสากลมาใช้บริบทของท้องถิ่นไทย หรือชุมชนรากหญ้า อาจมีปัจจัยแวดล้อมที่ต่างกัน เช่น ข้อจำกัดทางกฎหมาย ความพร้อมของงบประมาณ หรือโครงสร้างทางสังคม ซึ่งงานเดิมยังไม่ได้อธิบายกลไกการปรับใช้ในบริบทของประเทศกำลังพัฒนาอย่างชัดเจน

2. การขาดการประเมินผลกระทบเชิงลบหรือความคุ้มค่า ดังที่ Bartik (2005) ได้ทำการเตือนเรื่องต้นทุนที่อาจสูงกว่าประโยชน์ที่ได้รับ แต่ผลงานในบริบทของไทย เช่น ผลงานของ ศิกานต์ อัสสระชัยยศ (2559) ยังคงเน้นไปที่ผลเชิงบวกเป็นหลัก จึงยังขาดการวิเคราะห์ความเสี่ยงหรือข้อควรระวังในการใช้กลยุทธ์แรงจูงใจทางการเงินอย่างรอบด้าน

ดังนั้นกล่าวได้ว่า แรงจูงใจทางการเงินเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ที่เกิดจากความปรารถนาตามธรรมชาติ หรือจากการเรียนรู้ โดยมีความพยายามให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ด้านการเงินเพื่อนำมาใช้จ่าย ด้านต่างๆ ซึ่งแนวทางการสร้างแรงจูงใจทางการเงินจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น จะส่งเสริมให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาใช้ในการสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนรวมถึงองค์กร เอกชนมาเข้าร่วมโครงการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อันจะนำมาซึ่งรายได้ของท้องถิ่น แต่ยังคงขาดการศึกษา ความแตกต่างของบริบทเชิงพื้นที่ ซึ่งอาจมีปัจจัยแวดล้อมที่ต่างกัน ดังนั้นการใช้กลยุทธ์แรงจูงใจทางการเงิน เพื่อส่งเสริมโครงการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ในบริบทพื้นที่อีสานตอนบน ซึ่งมีลักษณะเฉพาะของชุมชนไทย อีสานจึงมีความน่าสนใจศึกษาอย่างยิ่ง

ข้อเสนอเชิงนโยบายในการสร้างแรงจูงใจทางการเงิน

จากการสังเคราะห์ข้อมูลสามารถนำเสนอแนวทางการสร้างแรงจูงใจทางการเงินเพื่อส่งเสริม โครงการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ทั้งในระดับบุคคลและชุมชน เพื่อสร้างพลังการมีส่วนร่วมที่เป็นกลไกสำคัญ ในการดำเนินงานสามารถนำเสนอได้ ดังนี้



ภาพที่ 1 การสังเคราะห์นโยบายแรงจูงใจทางการเงินเพื่อส่งเสริมโครงการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

จากภาพอธิบายได้ว่าการส่งเสริมโครงการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีพื้นที่อีสานตอนบนโดยใช้แนวคิด แรงจูงใจทางการเงิน หน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถดำเนินการได้อย่างน้อย 5 ประเด็น ประกอบด้วย

1. การลดหย่อนหรือยกเว้นการจัดเก็บภาษีของท้องถิ่น การลดต้นทุนทางการเงินและเพิ่ม รายได้สุทธิให้กับผู้ประกอบการและครัวเรือนในชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ โดยครอบคลุมภาษีและค่าธรรมเนียม ได้หลายประเภท เช่น ภาษีโรงเรือนและที่ดิน การพิจารณาลดหย่อนหรือยกเว้น การจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่ง ปลุกสร้างบางส่วนหรือทั้งหมด สำหรับครัวเรือนหรือสถานประกอบการขนาดเล็กที่ใช้พื้นที่เพื่อกิจการ

ที่เกี่ยวข้องกับ OTOP นวัตกรรม เช่น ที่พัก โฮมสเตย์, สถานที่ผลิต จำหน่ายสินค้าชุมชน แหล่งท่องเที่ยว หรือ ค่าธรรมเนียมและค่าใบอนุญาต หรือการจัดเก็บค่าธรรมเนียมบางประเภท การยกเว้นหรือลดหย่อน ค่าธรรมเนียมหรือค่าใบอนุญาต ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เช่น ค่าธรรมเนียมการประกอบกิจการ ค่าธรรมเนียมเก็บขยะ ให้แก่ผู้ประกอบการ OTOP และภาคธุรกิจในพื้นที่ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของ โครงการ จะเป็นการสนับสนุนนโยบายได้อย่างดียิ่ง

2. การจัดหาหรือสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ซึ่งสามารถดำเนินการเพื่อจูงใจและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในพื้นที่ ทั้งในด้านการตั้งกองทุนท้องถิ่น จัดตั้งกองทุนเพื่อปล่อยกู้ให้แก่ภาคธุรกิจในท้องถิ่นที่เข้าร่วมโครงการ โดยมีเงื่อนไขอัตราดอกเบี้ยต่ำและยืดหยุ่นกว่าสถาบันการเงินทั่วไป การแนะนำแหล่งเงินทุนภายนอก เช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ หรือภาคเอกชน เพื่อให้ผู้ประกอบการและครัวเรือนในโครงการเข้าถึงสินเชื่อเพื่อการลงทุนและหมุนเวียนได้ง่ายขึ้น หรือการจัดตั้งกองทุนหรือจัดสรรวงเงินสินเชื่อเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการที่สามารถสร้างประโยชน์ต่อการขับเคลื่อนหรือเป็นกลไกสำคัญในโครงการ OTOP นวัตกรรม เช่น การพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐาน การลงทุนในนวัตกรรม หรือการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว

3. การเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามาลงทุนเพื่อสร้างงานใหม่ ซึ่งจะช่วยกระจายรายได้และสร้างงานที่มีคุณภาพให้กับคนในชุมชน โดยรัฐสนับสนุนทั้งในด้านแรงงานและการจ้างงาน เงินช่วยเหลือด้านค่าจ้าง โดยจัดสรรเงินช่วยเหลือให้แก่ภาคเอกชนที่จ้างงาน ประชาชนในพื้นที่อีสานตอนบน โดยเฉพาะอย่างยิ่งแรงงานที่ด้อยโอกาสหรือต้องการทำงานในบ้านเกิด การพัฒนาทุนมนุษย์ร่วมกับท้องถิ่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรทำความร่วมมือกับองค์กรในพื้นที่เพื่อจัด โครงการฝึกอบรมตามความต้องการของผู้ประกอบการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเตรียมความพร้อมด้านกำลังคนให้สอดคล้องกับธุรกิจภาคบริการและการผลิตที่เกี่ยวข้องกับ OTOP นวัตกรรม การสนับสนุนนี้ช่วยลดต้นทุนการสรรหาและฝึกอบรมของเอกชน เนื่องจากการจ้างงานคนในพื้นที่ถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ เนื่องจากแรงงานเหล่านี้มีความรักในพื้นที่ เข้าใจวิถีชีวิต และสามารถนำเสนอเสน่ห์ของชุมชนได้ดีกว่า ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของ OTOP นวัตกรรมในการ พัฒนาทุนมนุษย์ และสร้างเอกลักษณ์อย่างยั่งยืน

4. การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลธุรกิจเบ็ดเสร็จ เพื่อปรับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ อำนวยความสะดวกประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อดึงดูดนักลงทุนจากภายในและภายนอกประเทศให้มาลงทุนในพื้นที่อีสานตอนบน รวมถึงการจัดสรรกองทุนและวงเงินสินเชื่อเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการที่สามารถสร้างประโยชน์ต่อการขับเคลื่อนหรือเป็นกลไกในโครงการ OTOP นวัตกรรม พื้นที่อีสานตอนบนได้

5. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทำความร่วมมือกับองค์กรในพื้นที่ จัดโครงการฝึกอบรมตามความต้องการของผู้ประกอบการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเตรียมพร้อมด้านกำลังคนเพื่อดึงดูดให้อุตสาหกรรมหรือธุรกิจย้ายฐานการผลิตเข้ามาในพื้นที่อีสานตอนบนโดยเฉพาะธุรกิจภาคบริการ ซึ่งส่วนท้องถิ่นมีพลังในการสรรหาแรงงานที่ด้อยโอกาสหรือต้องการทำงานในพื้นที่บ้านเกิด ซึ่งตามเป้าหมายของโครงการ OTOP นวัตกรรม ถือว่าแรงงานเหล่านี้มีคุณค่าอย่างมาก เนื่องจากเป็นผู้ที่อยู่ในท้องถิ่นแต่กำเนิด จะมีความรักในพื้นที่ เข้าใจวิถีชีวิต และแสดงออกได้อย่างเป็นธรรมชาติ ถือเป็นการพัฒนาทุนมนุษย์ที่ช่วยสร้างศักยภาพสำคัญให้แก่ท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี

สรุป

กล่าวโดยสรุปได้ว่าการสร้างแรงจูงใจทางการเงินเพื่อส่งเสริมโครงการท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมในพื้นที่อีสานตอนบน ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนผ่านกรอบแนวคิดการพัฒนาโดยการขยายมุมมองการศึกษา

OTOP จากเดิมที่มุ่งเน้นเพียงปัญหาการผลิตและการตลาด ไปสู่การศึกษาในมิติกลไกทางการเงิน และการเปลี่ยนบทบาทจากการพึ่งพาภาครัฐ ไปสู่ความร่วมมือระหว่างรัฐ ชุมชน และเอกชน นอกจากนี้ในบริบทเชิงพื้นที่พบว่าแนวคิดแรงจูงใจทางการเงินที่มาจากประเทศพัฒนาแล้ว อาจไม่สามารถนำมาใช้แบบเหมารวมกับบริบทประเทศกำลังพัฒนาได้ งานวิชาการจึงต้องให้ความสำคัญกับบริบทเชิงพื้นที่ที่อีสานตอนบน ที่มีจุดเด่นด้านภูมิศาสตร์ติดชายแดน และมีทุนทางวัฒนธรรมเฉพาะตัว และมีข้อเสนอแนะให้เพิ่มการศึกษาวิชาการด้านการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบเชิงลบของการใช้แรงจูงใจทางการเงิน เช่น ต้นทุนค่าเสียโอกาสของรัฐ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยว และความเสี่ยงที่วัฒนธรรมจะถูกทำให้เป็นเพียงสินค้าเชิงพาณิชย์ที่มากเกินไป

นอกจากนี้ยังเสนอแนะนโยบาย ได้เสนอไว้คือ 1) การปรับนโยบายให้มีความยืดหยุ่น ภาครัฐส่วนกลางควรยกเลิกการบังคับใช้แผนงานเดียวกันทั่วประเทศ และมอบอำนาจให้ท้องถิ่นออกแบบนโยบายที่สอดคล้องกับศักยภาพและความพร้อมของพื้นที่ 2) การใช้มาตรการทางภาษีเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีนโยบายลดหย่อนหรือยกเว้นภาษีและค่าธรรมเนียมท้องถิ่น เช่น ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ค่าธรรมเนียมขยะ ให้กับครัวเรือนโฮมสเตย์ หรือธุรกิจที่เข้าร่วมโครงการ OTOP นวัตกรรม เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มสภาพคล่อง 3) การสร้างกลไกการเข้าถึงแหล่งทุน ควรมีการจัดตั้งกองทุนท้องถิ่นหรือประสานงานสถาบันการเงิน เพื่อปล่อยสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำและเงื่อนไขยืดหยุ่น สำหรับให้ชุมชนนำไปหมุนเวียนและพัฒนานวัตกรรมสินค้า 4) การอุดหนุนเพื่อดึงดูดภาคเอกชนและการจ้างงาน รัฐควรมีนโยบาย สนับสนุนเงินอุดหนุนค่าจ้างให้กับภาคเอกชนที่เข้ามาลงทุนและจ้างงานคนในพื้นที่ โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบาง เพื่อสร้างงานใหม่และกระจายรายได้ และ 5) การยกระดับโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลและทุนมนุษย์ โดยการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลธุรกิจเบ็ดเสร็จ (One-Stop Service) เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ลงทุน และ 6) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ในการจัดฝึกอบรมทักษะเฉพาะด้าน โดยเฉพาะทักษะดิจิทัลและการบริหารจัดการเงิน เพื่อเตรียมกำลังคนให้พร้อมรองรับภาคบริการและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2561). **คู่มือบริหารโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี**. กองแผนงาน กรมการพัฒนาชุมชน. <https://koratoldcdd.emskynet.com/wp-content/uploads/sites/22/2018/05/คู่มือ-OTOP-นวัตวิถี-17.05.61.pdf>
- กาญจนา เหล่าโชคชัยกุล. (2564). จาก OTOP ถึง OTOP นวัตวิถี: นโยบายการพัฒนาที่มีชุมชนเป็นฐาน?. **วารสารไทยคดีศึกษา**, 18(2), 114-146.
- คมสัน ดาวทอง. (2564). **การนำนโยบายชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ไปปฏิบัติ กรณีศึกษาตำบลคลองพระอุดม อำเภอตลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี** [สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. Chulalongkorn University Theses and Dissertations. <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/8003/>
- บุญรุ่ง จันทรรณนาค. (2554). **การออมวิชาการเงินส่วนบุคคล**. <https://www.sites.google.com/site/boonrung02/home/hnwy-thi-3-kar-xxm>
- ประภาพร แสนโคตร และพีรสิทธิ์ คำนวนศิลป์. (2563). ผลการดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดมหาสารคาม. **วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาราชองแก่น**, 7(4), 299-310.
- พอพันธ์ อูยานนท์. (2553). การเป็นสมัยใหม่กับแนวคิดชุมชน. **วารสารเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ**, 1(2), 131-137.

- พะเยาว์ สุวรรณธาร. (2550). **การศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากร โรงพยาบาลอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว** [ภาคนิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- วัลลภ วรรณโสด และ สันติธร ภูริภักดี. (2567). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน OTOP นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน. **วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์**, 9(1), 217-231.
- ศิกานต์ อัสสระชัยยศ. (2559). การพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่น: ประสบการณ์จากนานาชาติและทางเลือกเพื่อพัฒนาท้องถิ่นไทย. **วารสารสถาบันพระปกเกล้า**, 14(1), 72-98.
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2567). **แนวทางการส่งเสริมสินค้าโอท็อป (OTOP)**.
<https://www.tpsso.go.th/document/2404-0000000002>
- สำนักงานส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน. (2564). **โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ One Tambon One Product (OTOP)**. <https://cep.cdd.go.th/th/content/page/index/id/1332>
- อัจฉิมา บุตรชารี และ กฤษวรรณ โลว์ชรินทร์. (2564). การประเมินโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีในพื้นที่จังหวัดสกลนคร. **วารสารมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตร้อยเอ็ด**, 10(1), 449-461.
- อุกฤษฏ์ ขาวแพรกน้อย. (2562). การประเมินผลการดำเนินโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีในพื้นที่จังหวัดสมุทรสาคร. **วารสารบัณฑิตศึกษา**, 16(75), 157-168.
- โอบปริก ก้องภาณุรักษ์. (2563). **ปัจจัยสู่ความสำเร็จโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอลอง หลวง จังหวัดปทุมธานี** [การค้นคว้าอิสระปริญญาามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Bartik, T. J. (2007). Solving the Problems of Economic Development Incentives. In **Reining in the Competition for Capital**, Ann Markusen, ed. Kalamazoo, MI: W.E. Upjohn Institute for Employment Research, pp.103-140. <https://doi.org/10.17848/9781429492065.ch5>
- Carroll, S. E. (2001). **Input and Evidence: The Raw Material of Second Language Acquisition**. John Benjamins.
- Morgan, D. R., England, R. E., & Pelissero, D. (2007). **Managing urban America** (6th ed.). CQ Press.
- Swinburn, G., Goga, S., & Murphy, F. (2006). **Local Economic Development: A Primer Developing and Implementing Local Economic Development Strategies and Action Plans**. The World Bank.