

## การพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีในจังหวัดเชียงราย Community Tourism Development of OTOP in Chiang Rai Province

วชิราภรณ์ ชมภูเมืองขึ้น<sup>1\*</sup> อารีย์ บินประธาน<sup>2</sup> และ เลห์ล่า ตรีเอกานุกูล<sup>3</sup>  
Wachiraporn Chompoomuangchuen<sup>1\*</sup> Aree Binprathan<sup>2</sup> Lelar Tree-akanukul<sup>3</sup>

### บทคัดย่อ

การส่งเสริมพัฒนาชุมชนเป็นภารกิจสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจมีความมั่นคงในการดำเนินงานทางนวัตวิถี เพื่อชุมชนมีศักยภาพในการส่งเสริมภาพลักษณ์และปัจจัยในการท่องเที่ยว ให้มีความสมบูรณ์แบบตามนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาให้ชุมชนสามารถยกระดับขึ้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน กระทรวงมหาดไทยได้มอบหมายให้กรมการพัฒนาชุมชน ส่งเสริมอาชีพโดยเน้นการผลิตสินค้า OTOP เป็นนโยบายเร่งด่วนที่สำคัญ เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ให้กับประชาชนในชุมชนท้องถิ่น เป็นการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้เป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐานเพื่อแก้ไขปัญหาการว่างงาน ทั้งในระดับบุคคล ครัวเรือน กลุ่ม หมู่บ้าน และชุมชน การดำเนินการรูปแบบดังกล่าวส่งผลให้มีผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวนมาก แต่ยังคงพบข้อจำกัดเกี่ยวกับช่องทางการจำหน่าย ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ของคนในชุมชน กรมการพัฒนาชุมชนจึงได้มีการดำเนินการโครงการ OTOP นวัตวิถี เพื่อเพิ่มช่องทางการขายสินค้า โดยเน้นการพัฒนาทักษะด้านการเป็นผู้ประกอบการที่สามารถขายผลิตภัณฑ์ของตนเองโดยใช้เสน่ห์ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ นำมาแปลงเป็นรายได้ เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวระดับชุมชนให้มีเสน่ห์ดึงดูด และมีคุณค่าเพียงพอให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมและใช้จ่ายเงินในกิจกรรมของชุมชน ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชน เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน และเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างแท้จริง

จะเห็นได้ว่า การพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เป็นแนวทางที่ทำให้ชุมชนได้แสดงถึงศักยภาพและขีดความสามารถในการพัฒนาตนเอง ให้มีความพร้อมสำหรับการรองรับ ระบบการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม ทั้งนี้การให้ความร่วมมือของประชาชนในจังหวัดเชียงรายเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาจังหวัด สร้างผู้นำทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และมีการพัฒนาระบบทางด้านเศรษฐกิจ สังคม เพื่อความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน

**คำสำคัญ:** การพัฒนา ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

<sup>1</sup> สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

<sup>2</sup> นักวิชาการอิสระ

<sup>3</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

\*Corresponding author: pooky.pc@gmail.com

## Abstract

Promoting community development is an important mission in developing an economic system with stability in innovative operations. For the community, it has the potential to promote its image and factors in tourism. To be perfect according to the policy, a strategic plan for developing the community to be a tourist destination with the community tourism system, which the Ministry of Interior has assigned to the Department of Community Development Promoting careers producing OTOP products is an urgent and important policy. To create careers and income for people in local communities. It is the management of local resources into quality products and services that meet standards to solve occupational problems at the individual level. Household, group, village, and community level The implementation of this model has resulted in a large number of products being produced in the community. However, the distribution channels are not enough to meet the demand for selling products. It has affected the income of the community people, so OTOP Nawatwithi has been implemented to increase product sales channels. Where people in the community can sell products in the community, using their charm, wisdom, way of life, culture, and creativity. converted to income Connect community-level tourism routes to make them attractive. and has sufficient value for tourists to visit and spend money on all community activities The income will be distributed among the people in the community, creating strength for the community and truly developing the grassroots economy.

It can be seen that the development of the OTOP Nawatwithi tourism community is an approach that allows the community to demonstrate its potential. and the ability to develop oneself to be ready to support the Community-participatory tourism system The cooperation of the people of Chiang Rai Province is part of the development of the country, becoming a leader in ecotourism and developing economic and social systems for stability, prosperity, and sustainability.

**Keywords:** development, tourism community, OTOP Nawatwithi

## บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยมีอัตราการขยายตัวค่อนข้างสูง ดังจะเห็นได้จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวกลายเป็นรายได้ที่สำคัญอันดับหนึ่ง สามารถดึงเม็ดเงินจากต่างชาติเข้าสู่ประเทศ ประกอบกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็น

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องธุรกิจหลายประเภท ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศ และถูกใช้เป็นเครื่องมือหนึ่งในการตอบสนองนโยบายและกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการขนาดใหญ่และมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับธุรกิจอื่นๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งล้วนเป็นการสร้างงานสร้างอาชีพให้กับคนที่มีส่วนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถกระจายรายได้ให้กับท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รายงานข้อมูล 7 เดือนของปี 2566 ไทยเที่ยวไทยและต่างชาติมาไทย จากรายงานการจัดอันดับศักยภาพในการแข่งขันด้านธุรกิจท่องเที่ยวของแต่ละประเทศทั่วโลกฉบับปี 2019 โดย World Economic Forum ประเทศไทยได้รับอันดับที่ 31 จากทั้งหมด 140 ประเทศ ซึ่งเพิ่มสูงขึ้นจากอันดับที่ 34 ในปี 2017 (National Innovation Agency, 2019) ในปี 2565 แม้จะได้ยังได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคโควิด -19 ประเทศไทยมีรายได้รวมจากการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามา และคนไทยเที่ยวในประเทศ รวม 1.23 ล้านล้านบาท กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รายงานข้อมูล 7 เดือนของปี 2566 คนไทยเที่ยวไทยและชาวต่างชาติที่มาเที่ยวในประเทศไทย สร้างรายได้เกิน 1 ล้านล้านบาท โดยจำนวนท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าไทยมีจำนวนประมาณ 15 ล้านคน (Thansettakij, 2023)

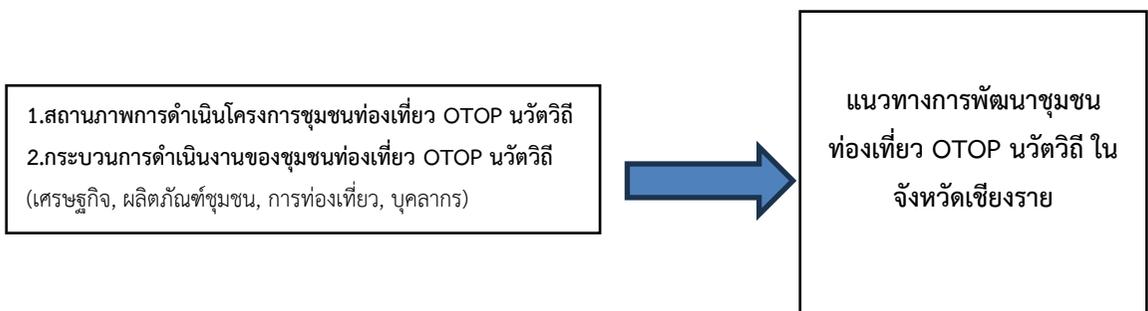
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในเครื่องยนต์สำคัญของเศรษฐกิจไทยที่ในช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด -19 เคยสร้างรายได้ให้กับประเทศสูงถึง 3 ล้านล้านบาท หรือประมาณ 18% ของ GDP โดยแบ่งเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 2 ใน 3 และนักท่องเที่ยวไทย 1 ใน 3 สามารถสร้างการจ้างงานกว่า 7 ล้านคน หรือ 20% ของการจ้างงานทั้งหมดในปี 2562 (Bank of Thailand, 2023) การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวจึงเป็นแรงขับเคลื่อนให้กับเศรษฐกิจไทยในระยะต่อไป ประเทศไทยก็ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะกลไกหลักในการช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ จึงได้กำหนดแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561-2580 ที่จะใช้การท่องเที่ยวเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ ดังนั้นประเทศไทยจึงต้องพัฒนาระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยมุ่งพัฒนาใน 5 เรื่อง ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวทางน้ำ และการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค (Office of the National Economic and Social Development Council, 2018) เพื่อให้ประเทศไทยมีทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ชัดเจนสอดคล้องกับสถานการณ์และบริบทที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว และตัวแปรที่สำคัญที่เป็นการนำเสนอศักยภาพเชิงพื้นที่ให้กับการท่องเที่ยวคือ โครงการ OTOP นวัตกรรมวิถี

โครงการ OTOP นวัตกรรมวิถี จึงเป็นการเปลี่ยนแปลง OTOP ในแบบดั้งเดิมที่แต่ละชุมชนผลิตสินค้าแล้วนำสินค้าออกมาหาตลาดเพื่อจำหน่าย เปลี่ยนไปสู่ยุคที่พัฒนาสินค้าให้อยู่ในชุมชนแล้วนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวในชุมชนและซื้อสินค้าในชุมชนนั้น โดยชุมชนต้องมีการพัฒนาโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเพื่อนำมาจำหน่าย ในขณะเดียวกัน ผู้นำของแต่ละท้องถิ่นก็จะสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวซึ่งก่อนหน้านี้จะมีแค่ 22 เมืองหลัก ตอนนี้เพิ่มขึ้นเป็น 55 เมืองรอง และมีแหล่งเล็กคือแหล่ง

ท่องเที่ยวในจุดย่อย ๆ ที่เมื่อก่อนนี้นักท่องเที่ยวเข้าไปไม่ถึง จะมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยว ได้รับทราบ และเมื่อนักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมก็จะต้องมีการจัดเตรียมทั้งอาหารพื้นถิ่น ที่พัก วัฒนธรรม สินค้าที่ได้รับการพัฒนา ตลอดจนสิ่งที่น่าสนใจซึ่งจะมีความแตกต่างกันในแต่ละชุมชน รัฐบาลกำหนดให้ 76 จังหวัด คัดเลือกอำเภอที่มีศักยภาพ รวมทั้งประเทศไทย 878 อำเภอแต่ละอำเภอจะเลือกชุมชนนวัตกรรม 3-5 แห่ง รวมทั้งหมด 3,273 หมู่บ้าน และ ระดมสรรพกำลังพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยว จะเห็นได้ว่าถ้าแต่ละชุมชนมีนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวและซื้อสินค้า OTOP ก็จะส่งผลให้ลูกหลานของแต่ละชุมชนสามารถทำงานในท้องถิ่นที่ตัวเองอยู่ได้ไม่ต้องเข้าไปหางานในเมือง ชีวิตก็จะอบอุ่นเข้มแข็ง ตลอดจนยังเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมที่ดีให้คงอยู่สืบต่อไป

### กรอบแนวคิดในการพัฒนา

โดยจะวิเคราะห์สถานภาพการดำเนินโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ตามแนวคิดสภาพแวดล้อมด้านการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ Accessibility (การเข้าถึง) Activity (กิจกรรมการท่องเที่ยว) Amenity (สิ่งอำนวยความสะดวก) Attraction (สิ่งดึงดูดใจ) Accommodation (ที่พักอาศัย) ประกอบกับกระบวนการดำเนินงานของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่เน้นในสี่ประเด็นหลัก คือ เศรษฐกิจ ผลิตภัณฑ์ชุมชน การท่องเที่ยวและ บุคลากร



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการพัฒนา

### การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

จังหวัดเชียงราย เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับ 4 ของภาคเหนือ รองมาจากเชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน และลำปาง มีประชากรทั้งหมดประมาณ 1,311,100 คน เป็นอันดับที่ 2 ของภาคเหนือ และเป็นศูนย์กลางทางสังคม ศิลปะ และวัฒนธรรมล้านนา รวมทั้งเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ การค้า การคมนาคมและการท่องเที่ยวแห่งอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงระหว่าง พม่า จีน และลาว ทำให้จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ในด้านความเจริญมากขึ้นเป็นอันดับที่ 2 รองมาจากจังหวัดเชียงใหม่ จากข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) รายงานเบื้องต้นเดือนมกราคม - เดือนกันยายน ปี 2566 พบว่าจังหวัดเชียงรายมีจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นอันดับ

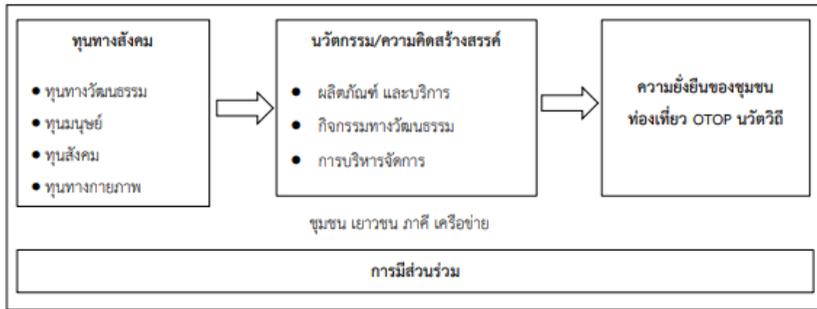
ที่ 2 ของภาคเหนือ นอกจากนี้มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 6 ของประเทศ มีรายได้ประมาณ 32,753 ล้านบาท (Ministry of Tourism and Sports, 2023)

ดังนั้นจังหวัดเชียงรายจึงได้เป็นจังหวัดที่มีการกำหนดเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งมีด้วยกัน 3 อำเภอ คือ อำเภอแม่สาย อำเภอเชียงแสน และอำเภอเชียงของ โดยต่อมาคณะกรรมการนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) มีมติเห็นชอบการพัฒนาพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษระยะที่ 2 อีก 4 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย นครพนม นครราชสีมา และกาญจนบุรี (Office of the National Economic and Social Development Council, 2015) รัฐบาลเล็งเห็นโอกาสจึงได้มีนโยบายจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษตามแนวชายแดน มีแนวทางการบูรณาการการทำงานกับหน่วยงานในพื้นที่ ในการนี้จังหวัดเชียงราย ได้แบ่งกลุ่มพื้นที่การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ ออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้กลุ่มที่ 1 กลุ่มอำเภอชายแดน กลุ่มที่ 2 อำเภอติดชายแดน กลุ่มที่ 3 เมืองศูนย์กลาง กลุ่มที่ 4 กลุ่มอำเภอเกษตรกรรมด้านเหนือและกลุ่มที่ 5 กลุ่มอำเภอเกษตรกรรมด้านใต้ และองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงรายมีการ เรือง ประกาศแผนแม่บทพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย พ.ศ.2561 – 2565 ซึ่งมีแนวทางการพัฒนาจังหวัดที่สำคัญเมืองเกษตรกรรมสีเขียวและอาหารปลอดภัย เมืองการค้าการลงทุนระหว่างประเทศ และเมืองท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาเชื่อมโยงสู่ GMS และ AEC เน้นในเรื่องการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ และสปา การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เช่น หมู่บ้านท่องเที่ยวชุมชน และหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP (Chiang Rai Provincial Administrative Organization, 2019)

### การพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

โครงการ OTOP นวัตวิถี มีการดำเนินการในช่วงปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มช่องทางการขายสินค้า โดยที่คนในชุมชนสามารถขายสินค้าอยู่ในชุมชน ใช้เสน่ห์ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ แปลงเป็นรายได้ เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวระดับชุมชนให้มีเสน่ห์ดึงดูด และมีคุณค่าเพียงพอให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมและใช้จ่ายเงินในทุกกิจกรรมของชุมชน เป็นการพัฒนาเชิงพื้นที่ผ่านกระบวนการประชาคม สร้างโอกาสการเข้าถึงแหล่งทุนหมุนเวียนสำหรับประชาชนในการพัฒนาอาชีพและสร้างอาชีพในชุมชน ใช้กระบวนการ 5 ขั้นตอน เริ่มจากการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก พัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว แต่ละท้องถิ่น และการส่งเสริมการตลาดชุมชนท่องเที่ยว ก่อให้เกิดเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน (Department of Community Development, 2018)

รากฐานสำคัญในการขับเคลื่อนชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี คือ ทุนทางสังคม ซึ่งประกอบด้วยทุนทางวัฒนธรรม ทุนมนุษย์ ทุนสังคม และ ทุนทางกายภาพ ผ่านความคิดที่สร้างสรรค์สู่นวัตกรรมทั้งในเรื่องของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการของชุมชน ตลอดจนการประยุกต์กิจกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมของชุมชน และภาคีเครือข่ายที่นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Kritsana Dararuang, 2021)



ภาพที่ 2 การขับเคลื่อนชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

ชุมชนท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาเกิดจากการมีนวัตกรรมชุมชน ซึ่งผู้นำชุมชนมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเรื่องการส่งเสริมการเรียนรู้และสนับสนุนให้สมาชิกในการกระตุ้นความคิดและค้นหา พัฒนาแนวทางการดำเนินงานที่แตกต่างไปจากเดิม เพื่อสร้างความโดดเด่นและเสน่ห์ของชุมชน ผู้นำชุมชนที่มีความสามารถในการดึงความร่วมมือจากเครือข่ายภายนอกซึ่งมีความรู้และความเชี่ยวชาญในประเด็นที่ชุมชนท่องเที่ยวต้องการพัฒนา เช่น สถาบันการศึกษา ช่องทางการตลาด ฯลฯ มาใช้จะส่งเสริมให้เกิดตระกะเชิงสถาบันแบบพหุและได้รับความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากสมาชิกชุมชนได้มากยิ่งขึ้น (Phonphan Hemaphan, 2022)

ผลการพัฒนาแผนการตลาดควรมุ่งให้จังหวัดเชียงรายเป็นจุดเชื่อมโยงประสบการณ์การท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาและประเทศเพื่อนบ้าน เป็นแผนการตลาดที่ใช้ฐานคิดการเชื่อมต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ให้ จังหวัดเชียงรายคือจุดหมายแห่งการสัมผัสประสบการณ์อารยธรรมล้านนาแบบหลากหลาย (Chiang Rai: Variety of Lanna Experience Destination) เกิดการเชื่อมต่อกันของประสบการณ์การบอกต่อถึงเรื่องราวที่เกี่ยวกับประสบการณ์ใน 6 มิติ คือ 1) มิติทางกายภาพ 2) มิติด้านการสื่อความหมาย 3) มิติการคมนาคม 5) มิติข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว และ 6) มิติด้านประชาสัมพันธ์และเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวซึ่งความประทับใจทางการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญเป็นอันดับแรกต่อการพัฒนาแผนการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย (Thongchai Phuwanatwijit et al., 2019)

ความสำเร็จที่เกิดขึ้นของการขับเคลื่อนชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีที่เกิดขึ้นเกิดจากทุนทางสังคมซึ่งประกอบด้วย ทุนทางวัฒนธรรม ทุนมนุษย์ ทุนสังคม และ ทุนทางกายภาพ ของชุมชน พัฒนาผ่านความคิดที่สร้างสรรค์สู่การสร้างเป็นนวัตกรรมทั้งในเรื่องของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการของชุมชน ซึ่งมีจุดเน้นคือผู้นำชุมชนที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว และการจัดทำแผนการตลาดควรมุ่งให้จังหวัดเชียงราย เป็นจุดเชื่อมโยงประสบการณ์การท่องเที่ยว โดยชูอารยธรรมล้านนาและการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านเป็นจุดขายของชุมชนท่องเที่ยว

## ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีในจังหวัดเชียงราย

จังหวัดเชียงรายอยู่ในกลุ่มจังหวัดเมืองรองในภาคเหนือมีรายได้ไทยเที่ยวไทยฟื้นตัวเร็วจากกระแสท่องเที่ยวเมืองรอง เนื่องจากจังหวัดยังคงเสน่ห์ของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติไว้ได้ดี (Bank of Thailand, 2022) เนื่องจากพฤติกรรมกรหลีกเลี่ยงความหนาแน่นของผู้คนในช่วงที่มีการระบาดของโรคโควิด-19 นอกจากนั้นจังหวัดยังสามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคลุ่มน้ำโขง เป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ที่สำคัญ ถูกกำหนดจัดตั้งเป็นพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเป็น “เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเชียงราย” เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2558 (Office of the National Economic and Social Development Board, 2015) สามารถดึงดูดนักลงทุนเข้ามาลงทุนในพื้นที่ (Thotsapon Phongta, 2019) เชื่อมเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำซึ่งเป็นโครงการความร่วมมือทางการค้า การลงทุนของ 4 ประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ได้แก่ จีน เมียนมา ลาว และไทย

จังหวัดเชียงรายมีการดำเนินการโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี 2561 ทั้งหมด 70 ชุมชน จาก 18 อำเภอ (Planning Division, Community Development Department, 2018) ดังนี้

ที่	อำเภอ	จำนวนหมู่บ้าน	จำนวนครัวเรือน
1	เมืองเชียงราย	5	937
2	เวียงชัย	2	331
3	เชียงของ	7	1308
4	เทิง	3	154
5	พาน	5	774
6	ป่าแดด	5	776
7	แม่จัน	3	894
8	เชียงแสน	4	882
9	แม่สาย	4	561
10	แม่สรวย	5	490
11	เวียงป่าเป้า	3	748
12	พญาเม็งราย	3	290
13	เวียงแก่น	5	384
14	ขุนตาล	3	505
15	แม่ฟ้าหลวง	3	693

ที่	อำเภอ	จำนวนหมู่บ้าน	จำนวนครัวเรือน
16	แม่ลาว	3	375
17	เวียงเชียงรุ้ง	5	937
18	ดอยหลวง	2	331

(Planning Division, Community Development Department, 2018)

ในปี พ.ศ.2561 กรมการพัฒนาชุมชน ได้ดำเนินกิจกรรมประกวดชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม โดยคณะกรรมการประกวดชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมระดับจังหวัด ดำเนินการคัดเลือกชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม จำนวน 3,273 ชุมชน เพื่อให้เป็น ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม ระดับจังหวัด จำนวน 160 ชุมชน จังหวัดเชียงรายมีชุมชนท่องเที่ยวที่ได้รับคัดเลือกเป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมระดับจังหวัด จำนวน 4 ชุมชน ได้แก่ 1) บ้านหาดบาย หมู่ 1 ตำบลริมโขง อำเภอเชียงของ

- 2) บ้านใหม่แสงแก้ว หมู่ 11 ตำบลเจดีย์หลวง อำเภอแม่สรวย
- 3) บ้านแสนสุข หมู่ 9 ตำบลศรีคำ อำเภอแม่จัน
- 4) บ้านเมืองรวง หมู่ที่ 5 ตำบลแม่กรณ์ อำเภอเมืองเชียงราย

และได้คัดเลือกชุมชนท่องเที่ยว นวัตกรรม จำนวน 50 ชุมชน โดยจังหวัดเชียงรายมีชุมชนที่ได้รับคัดเลือก จำนวน 1 ชุมชน คือ บ้านเมืองรวง หมู่ที่ 5 ตำบลแม่กรณ์ อำเภอเมืองเชียงราย

จากการดำเนินการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมพบว่าหน่วยงานราชการในจังหวัดได้ให้การสนับสนุนการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนฐานรากโดยมีการบรรจุโครงการงบประมาณในการพัฒนา นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมาท่องเที่ยวและชมวิถีชุมชนที่คงเอกลักษณ์ของประเพณี วัฒนธรรม และการอนุรักษ์ วิถีชีวิต และประเพณีท้องถิ่นส่งผลให้ชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น ผลลัพธ์ที่ได้รับค่านิยมจากนักท่องเที่ยวก็มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น บางชุมชนมีการดำเนินการจัดตลาดนัดในพื้นที่ชุมชน เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดให้กับคนในชุมชนได้จำหน่ายสินค้าให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยว

### สินค้าและบริการของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมในจังหวัดเชียงราย

สินค้าและบริการของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมในจังหวัดเชียงราย มีจำนวน 7 ประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ผลิตภัณฑ์ประเภทของที่ระลึก เพื่อการท่องเที่ยวและที่พัก ดังนี้

ที่	อำเภอ	อาหาร	เครื่องดื่ม	ผ้าและ เครื่อง แต่งกาย	ของใช้ ของ ตกแต่งของที่ ระลึก	สมุนไพร ที่ไม่ใช่ อาหาร	ของที่ระลึก เพื่อการ ท่องเที่ยว	ที่พัก
1	เมือง เชียงราย	17	5	10	14	4	19	48
2	เวียงชัย	10	0	0	7	3	2	24
3	เชียง ของ	20	0	7	41	2	8	112
4	เทิง	9	2	3	16	0	36	82
5	พาน	14	0	7	27	2	7	25
6	ป่าแดด	26	3	5	15	1	5	40
7	แม่จัน	11	1	3	14	1	3	63
8	เชียง แสน	14	4	5	14	3	4	78
9	แม่สาย	10	1	4	23	2	12	27
10	แม่สรวย	24	2	4	13	7	5	58
11	เวียงป่า เป้า	6	13	0	9	2	3	32
12	พญาเม็ง ราย	3	0	11	16	0	4	15
13	เวียง แก่น	16	10	2	21	1	17	79
14	ขุนตาล	12	4	2	9	3	9	78
15	แม่ฟ้า หลวง	12	2	9	7	0	4	15
16	แม่ลาว	15	0	0	15	0	3	36
17	เวียง เชียงรุ่ง	14	3	9	19	5	19	106
18	ดอย หลวง	5	0	0	15	0	0	44

## แนวทางการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีในจังหวัดเชียงราย

การดำเนินการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีในจังหวัดเชียงราย อยู่ในระดับค่อนข้างดี จากการดำเนินงานคัดเลือกชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จำนวน 3,2773 ชุมชน จังหวัดเชียงรายได้รับคัดเลือกเป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ระดับจังหวัด ถึง 4 ชุมชน จากทั้งหมด จำนวน 160 ชุมชน นอกจากนี้ยังมีปัจจัยสนับสนุนจากการที่จังหวัดเชียงรายจึงได้เป็นจังหวัดที่มีการกำหนดเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งมีด้วยกัน 3 อำเภอ คือ อำเภอแม่สาย อำเภอเชียงแสน และอำเภอเชียงของ โดยต่อมาคณะกรรมการนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) มีมติเห็นชอบเป็นเป้าหมายในการพัฒนาพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษระยะที่ 2 อีก จากปัจจัยสนับสนุนเหล่านี้ทำให้ได้เปรียบเรื่องการต่อยอดการดำเนินโครงการฯ เพิ่มเติม เพื่อความต่อเนื่องในการดำเนินงาน ซึ่งแนวทางการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีในจังหวัดเชียงรายควรดำเนินการดังนี้

1) จัดตั้งเครือข่ายดำเนินการในระดับจังหวัด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแลกเปลี่ยน ภูมิปัญญาและองค์ความรู้ของเครือข่าย ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างสมาชิกเครือข่าย เป็นช่องทางให้สมาชิกได้มีเวทีสำหรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสามารถดำเนินการได้อย่างสะดวก ทำให้ชุมชนท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์จากชุมชนอื่น ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจกรรมของชุมชนได้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Obprik Kongphanurak (2020) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยสู่ความสำเร็จโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยพบว่าการมีภาคีเครือข่ายจากหน่วยงานราชการและเอกชนและภาคีเครือข่ายสนับสนุนเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่จะส่งผลต่อความสำเร็จของโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Wallop Wannasoeth (2021) ที่ศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน OTOP นวัตวิถีเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่าการทำงานแบบเชื่อมประสาน ที่ชุมชนมีขั้นตอนของการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวและชุมชนท่องเที่ยวมีการสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชน และมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างชุมชนเพื่อการพัฒนาชุมชนเป็นหนึ่งในห้าองค์ประกอบสำคัญสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน OTOP นวัตวิถีเพื่อการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน

2) พัฒนาการประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน/ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ให้ทำอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Phatra Chaengjaicharoen (2015) ที่ศึกษาเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา ชุมชนโองหิมaji หมู่บ้านชิราคาวาโกะ จังหวัดกัมพู ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งพบว่ากรอบรูปแบบในการจัดการการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญมาก การคิดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยกิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวโดยการนำเสนอมรดกวัฒนธรรมชุมชนอย่างสร้างสรรค์จะช่วยเพิ่มมูลค่าและเป็นอีกแนวทางในการกระจายผลประโยชน์สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน และการศึกษาเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน โดยวิสาหกิจเพื่อสังคม กรณีศึกษาชุมชนท่าฉลอม ของ Nitchaporn Saengsukiam (2022) พบว่ากลยุทธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว และกลยุทธ์ด้านการตลาด โดยการส่งเสริมการตลาดด้วยสื่อต่างๆ นอกเหนือจากการสื่อสารผ่านบุคคล การสื่อสารประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆ ที่

ครอบคลุม โดยเฉพาะสื่อจากภายนอกเช่น รายการทีวี สื่อออนไลน์ต่างๆ มีส่วนช่วยในการสื่อสารการตลาดเป็นอย่างมาก ทำให้คนทั่วไปและผู้ที่มีสนใจสามารถรับรู้ รับทราบความเคลื่อนไหวของชุมชน ซึ่งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

## บทสรุป

จากแนวโน้มการพัฒนาจะเห็นได้ว่าการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่การดำเนินการมาตั้งแต่พ.ศ.2561 และมีการพัฒนาส่งเสริมอย่างต่อเนื่องนั้น โดยปัจจุบันได้มีการเพิ่มจำนวนสินค้าและบริการในชุมชนท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในหลายชุมชนของจังหวัดเชียงราย หลายชุมชนมีชื่อเสียงในกลุ่มของนักท่องเที่ยวและเป็นปลายทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวอยากมาเยี่ยมชม ชุมชนที่มีการพัฒนาสภาพแวดล้อมตามหลักการด้านการท่องเที่ยว 5 ด้าน Accessibility (การเข้าถึง) Activity (กิจกรรมการท่องเที่ยว) Amenity (สิ่งอำนวยความสะดวก) Attraction (สิ่งดึงดูดใจ) Accommodation (ที่พักอาศัย) จะทำให้ชุมชนมีความน่าสนใจ และชุมชนมีความพร้อมที่จะให้บริการการท่องเที่ยว

การพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวนั้นก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอย่างมากในชุมชน ทั้งการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ทำให้เกิดการพัฒนาคูณภาพชีวิตของคนในชุมชน เกิดการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชน ซึ่งแตกต่างจากการพัฒนาอื่นๆ ส่งจะทำให้เกิดการกระจุกตัวของรายได้เฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่เท่านั้น นอกจากนั้นยังส่งผลให้มีการถ่ายทอดทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นจากคนรุ่นก่อนสู่คนรุ่นใหม่ เป็นการอนุรักษ์ให้ความรู้ทางภูมิปัญญาท้องถิ่นคงอยู่คู่ไปกับชุมชนต่อไปด้วย นอกจากนั้นการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวยังส่งผลให้คนในชุมชนมีการรวมกลุ่มกัน ทำให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง การบริหารงานในชุมชนทำให้ผู้นำมีศักยภาพในการบริหารชุมชน ในส่วนของคนในชุมชนเองก็ได้รับประโยชน์เป็นการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาความรู้และทักษะใหม่ๆ เพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยว ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมานั้นจะส่งผลต่อชุมชนที่สามารถพัฒนาตัวเองจนเป็นเป้าหมายในการเดินทางมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีสภาพเศรษฐกิจที่ดีขึ้น จากการมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ลูกหลานของคนในชุมชนมีงานมีอาชีพ มีการศึกษาสูงขึ้น ภาพรวมคุณภาพชีวิตก็จะดีขึ้นตามไปด้วย สุดท้ายแล้วการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีจะทำให้ชุมชนยืนได้ด้วยตนเองอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. นำผลการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนหรือประกอบแนวทางการจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในพื้นที่จังหวัดเชียงราย
2. นำผลการศึกษาไปใช้ในการจัดทำแผนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับแผนจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นจังหวัดที่อยู่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษระยะที่ 2

### ข้อเสนอแนะเชิงวิจัยและพัฒนา

1. ศึกษาความเชื่อมโยงของการบูรณาการความร่วมมือกับเครือข่ายอื่นและจัดทำเป็นแนวทางการบูรณาการการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย
2. ศึกษาเปรียบเทียบการพัฒนาของชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดหรือภูมิภาคอื่นๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันเพื่อกำหนดรูปแบบการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี
3. ควรพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลครอบคลุมชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

### เอกสารอ้างอิง

- Chaengjaicharoen, P. (2015). *Cultural tourism management: Case study of Ogimachi Community, Shirakawago Village, Gifu Prefecture, Japan* [Master's thesis, Thammasat University]. Department of Japanese Language, Faculty of Liberal Arts. (in Thai)
- Department of Community Development. (2018). *OTOP Nawatwithi Tourism Community Project Management Manual*. Retrieved November 5, 2023, from <https://phitsanulok.cdd.go.th/wp-content/uploads/sites/38/2022/07/22.pdf>. (in Thai)
- Hemaphan, P. (2022). The success of the OTOP Nawatwithi tourism community: Process and institutional entrepreneurship. *Journal of Community Development and Quality of Life*, 10(1), 22–34. (in Thai)
- Kongphanurak, O. (2020). *Factors for the success of the OTOP Nawatwithi Tourism Community Project, Khlong Luang District, Pathum Thani Province* [Independent study, Thammasat University]. Master of Political Science in Politics and Governance for Executives. (in Thai)
- Mahawanakul, W., & Prasongsak, N. (2023). How does Thai tourism recover spatially? Retrieved November 5, 2023, from <https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/article/chaengsibia/article-2023jun13.html>. (in Thai)
- Ministry of Tourism and Sports. (2023). *Tourism statistics 2023*. Retrieved November 5, 2023, from <https://www.mots.go.th/news/category/704>. (in Thai)
- National Innovation Agency (Public Organization). (2019). *Where does Thai tourism rank on the world tourism stage?* Retrieved November 5, 2023, from <https://www.nia.or.th/WEF2019>. (in Thai)

- Nitchaporn, S. (2022). *Promotion of community tourism by social enterprises: A case study of Tha Chalom community* [Master's thesis, Thammasat University]. Department of Social Policy, Faculty of Social Work. (in Thai)
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2018). *National strategy*. Retrieved November 5, 2023, from <http://nscr.nesdc.go.th/ns/>. (in Thai)
- Phonpan, H. (2022). The success of the OTOP Nawatwithi tourism community: Process and institutional entrepreneurship. *Journal of Community Development and Quality of Life*, 10(1), 22–34. (Duplicate entry removed; already listed above)
- Phongta, T. (2019). Creating an image for being a tourist city of the Chiang Khong Special Economic Zone of Chiang Rai Province under the 1 city 2 model system. *Governance Journal*, 8(2), 52–78. (in Thai)
- Planning Division, Department of Community Development. (2018). *Summary form of the operation of the OTOP Nawatwithi tourism community project*. Retrieved November 5, 2023, from [https://plan.cdd.go.th/onw\\_report](https://plan.cdd.go.th/onw_report). (in Thai)
- Phuwanatwichit, T., et al. (2019). Development of an integrated tourism marketing plan to create Chiang Rai Province as a tourism connection point for the Lanna civilization through tourist behavior and perception of tourism public relations media. *Journal of Humanities*, 20(2), 11–39. (in Thai)
- Saengsukiam, N. (2022). *Promotion of community tourism by social enterprises: A case study of Tha Chalom community* [Master's thesis, Thammasat University]. Department of Social Policy, Faculty of Social Work. (Duplicate entry removed; already listed above)
- Thansettakij. (2023). Thai tourism income for 7 months exceeded 1 trillion, but the entire year missed the target. Retrieved November 5, 2023, from <https://www.thansettakij.com/business/economy/572493>. (in Thai)
- Thongchai, P., et al. (2019). Development of an integrated tourism marketing plan to create Chiang Rai Province as a tourism connection point for the Lanna civilization. *Journal of Humanities*, 20(2), 11–39. (Duplicate entry removed; already listed above)
- Wanlop, W. (2021). *OTOP innovative community tourism management model for sustainable community development* [Doctoral dissertation, Silpakorn University]. Graduate School. (in Thai)