

ศักยภาพของสินค้า Otop ห้าดาวเด่น กับแหล่งท่องเที่ยวและร้านอาหารชุมชนใกล้เคียง จ.เชียงราย
Potential of Otop five stars local products and nearby tourist attractions and local
restaurants, Chiang Rai Province

งามนิจ แสนนำพล

Ngamnid Saennampol

สาขาวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

jolijung@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องศักยภาพของสินค้า Otop ห้าดาวเด่น กับแหล่งท่องเที่ยวและร้านอาหารชุมชนใกล้เคียง ร้านค้าโอท็อป จ.เชียงรายวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของสินค้า Otop ห้าดาวเด่น กับแหล่งท่องเที่ยวและร้านอาหารชุมชนใกล้เคียง จ.เชียงราย ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ 1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ(Key informant) จากกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ OTOP ห้าดาวเด่น 2. ผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงธุรกิจ OTOP ห้าดาวเด่น 3. ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเชื่อมโยงธุรกิจ OTOP ห้าดาวเด่น เครื่องมือที่ใช้วิจัยคือ แบบสัมภาษณ์ กึ่งโครงสร้าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา(Content analysis)โดยผลวิจัยพบว่า

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าศักยภาพการด้านเข้าถึงและที่พักอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมอยู่ในระดับดี ศักยภาพโดยรวมของ Otop ห้าดาวเด่น กับแหล่งท่องเที่ยวและร้านอาหารชุมชนใกล้เคียง จ.เชียงราย อยู่ในระดับดี โดยปัจจัยที่สร้างจุดเด่นของธุรกิจโดยรวมคือ สินค้าท้องถิ่นที่มีเรื่องราวประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน กิจกรรมทางการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่สร้างความแตกต่าง และจงใจให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วม และปัจจัยการแสดงวิถีชุมชนทำให้สร้างความแตกต่าง สำหรับความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาเส้นทาง ผู้ประกอบการท้องถิ่นต้องการช่วยให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว ยินดีให้ประชาสัมพันธ์ในเว็บ แต่มีส่วนน้อยที่ต้องการให้โปรโมชั่น/สิทธิพิเศษ

คำสำคัญ :สินค้าโอท็อปห้าดาวเด่น,แหล่งท่องเที่ยว,ร้านอาหารชุมชนใกล้เคียง,จ.เชียงราย

Abstract

For the study of the potential of Otop five stars local products and nearby tourist attractions and local restaurants, Chiang Rai Province. The objectives of this study were to study the potential of Potential of Otop five stars local products and nearby tourist attractions and local restaurants, Chiang Rai Province. Sample of key informants from 1.The business entrepreneurs of Otop five stars local products in Chiang Rai. 2. The business entrepreneurs of tourist attractions nearby Otop five stars shops in Chiang Rai. 3. The restaurant owners nearby Otop five stars shops in Chiang Rai.The research tool was a semi-structure interview form. The researcher analyzed the data via content analysis. The result revealed that;

The accessibility and accommodation potential are moderate. The potential for attraction facilities and the tourism activities were at a good level. The overall potential of the five-star Otop with the nearby tourist attractions and restaurants in Chiang Rai were good. The factor that created the overall business strength was local products with a long history telling,creative tourism activities

that made a difference and motivated customers to participate. And another important factor was the community's way of life that made the local businesses different from others. For opinions on participation in Otop 5 star route development, local operators wanted to help giving tourist information, were happy to publicize on the website. But there are few that wanted to offer promotions / special privileges to guests.

Keyword: Otop five stars local products, nearby tourist attractions, local restaurants, Chiang Rai Province

บทนำ

ในอดีต การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือของการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ในเชิงปริมาณและมักจะสร้างรายได้แก่ผู้ประกอบการรายใหญ่ จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวนานาชาติทั่วโลกที่เพิ่มสูงขึ้นถึง 3.3% ต่อปี ระหว่างปี ค.ศ.2010-2030 จำนวนเพิ่มสูงขึ้น 1.8 ล้านล้านคนในปี ค.ศ. 2030 (UNWTO, 2015)จำนวนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงและเอเชียแปซิฟิกมีการเติบโตถึง 6.5 % ระหว่างปี ค.ศ. 1995-2020 แต่ไม่สามารถกระจายรายได้สู่ธุรกิจรายย่อยในชุมชนให้มากขึ้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงปรับเปลี่ยนนโยบายผลักดันการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายมากระดับปานกลางถึงระดับสูงเพื่อเพิ่มรายได้ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวเหมาะสมไม่เกินขีดการรองรับของพื้นที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนซึ่งเน้นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจท้องถิ่น

การท่องเที่ยวจึงควรเป็นเครื่องมือหนึ่งในการพัฒนาประเทศและฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืน โดยการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ได้ดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 แต่มีวัตถุประสงค์เพื่อนำมาพัฒนาสินค้าเท่านั้น มีการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์และเป็นสากล หรือการส่งเสริมการส่งออก อย่างไรก็ตาม ยังไม่สามารถกระจายรายได้สู่ชุมชนได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่ต้องเดินทางสู่ชุมชนเพื่อซื้อสินค้า แต่สามารถสั่งซื้อผ่านทางอื่นๆเช่น สั่งซื้อออนไลน์ ร้านสะดวกซื้อ ห้าง หรือศูนย์ OTOP ที่มักไม่ได้ตั้งในชุมชนหรือแหล่งผลิตสินค้า แต่ตั้งอยู่ริมทางหรือใกล้เมือง สถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนจึงยังไม่เป็นที่รู้จัก ทั้งยังไม่มีเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงสินค้า OTOP กับแหล่งท่องเที่ยวและร้านอาหารชุมชน ทำให้แหล่งท่องเที่ยวและร้านอาหารชุมชน ยังไม่เป็นที่รู้จักหรือไม่สามารถสร้างคุณค่าเพียงพอในสายตานักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว ดังนั้นเพื่อลดปัญหาการกระจายรายได้แก่ชุมชน ควรมีการพัฒนาโดยมีการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงร้านค้าโอท็อป 5 ดาวเด่น แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหารชุมชน ของเมืองรองหรืออำเภอเล็กๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพให้ใช้จ่ายมากขึ้นและมีความพึงพอใจ มีประสบการณ์ที่ดีจากการท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนที่สามารถพบแหล่งวัตถุดิบสินค้า แหล่งผลิตสินค้า แหล่งแปรรูปสินค้าและแหล่งจัดจำหน่ายสินค้า หรือสถานที่อื่นๆที่มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน สร้างงานและเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน เสริมสร้างความเข้มแข็งในชุมชนในมิติเศรษฐกิจฐานราก

นอกจากนี้ในประเทศไทยนั้นได้มี สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน และ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นองค์กรริเริ่มในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนพร้อมกิจกรรมที่สร้างคุณค่าและความภูมิใจของชุมชน สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่วิวัฒนาการมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวหรือนักเดินทางได้พัฒนาศักยภาพทางความคิดสร้างสรรค์ ผ่านประสบการณ์การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับชุมชน ในรูปแบบ

เฉพาะของพื้นที่เป้าหมายในการท่องเที่ยวเน้นสร้างความผูกพันในรูปแบบเจ้าบ้านและผู้มาเยือน เพื่อให้เกิดความจดจำและประทับใจซึ่งกันและกัน ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน

จากเหตุผลดังที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการศึกษาศักยภาพของโอท็อป 5 ดาวเด่น แหล่งท่องเที่ยวและร้านอาหารชุมชนใกล้เคียง เพื่อพัฒนาสู่เส้นทางทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 5 ดาวเด่น otop จังหวัดเชียงราย ผสมผสานกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเสริมสร้างคุณค่าให้เส้นทางทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงสินค้าดาวเด่น OTOP กับแหล่งท่องเที่ยวและร้านอาหารชุมชนใกล้เคียง โดยเลือกพื้นที่ จ. เชียงราย เนื่องจากเป็นจังหวัดที่สามารถเชื่อมโยงเส้นทางในการท่องเที่ยว (กระแสน้ำหลัก เมืองรอง ชุมชน) ให้มีความโดดเด่น และมีความพร้อมบนอัตลักษณ์ของชุมชนท่องเที่ยว OTOP เพื่อช่วยเสริมสร้างคุณค่าให้กับสินค้า OTOP ดาวเด่น จังหวัดเชียงรายให้กับนักท่องเที่ยวได้รู้จักมากขึ้น ก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

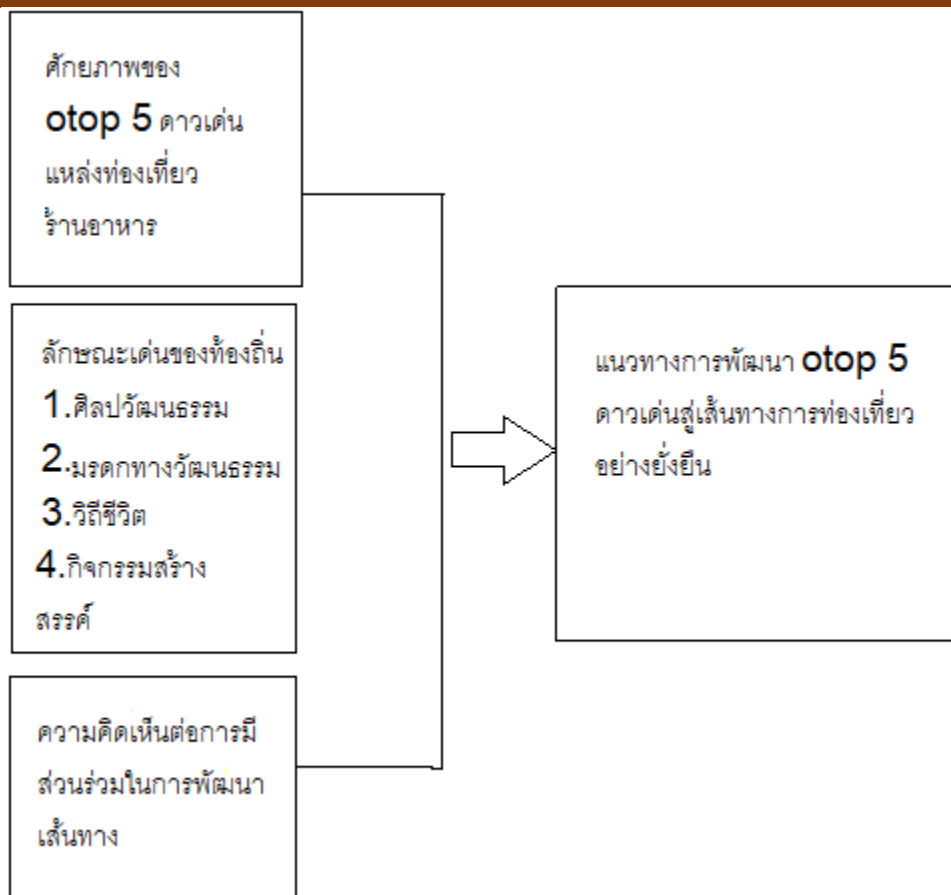
จุดประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาศักยภาพของสินค้า Otop ห้าดาวเด่น แหล่งท่องเที่ยวและร้านอาหารใกล้เคียง Otop ห้าดาวเด่น จ. เชียงราย

กรอบแนวความคิดงานวิจัย

จากฐานแนวคิดปรากฏการณ์นิยมและการทบทวนทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง งานศึกษาวิจัยนี้ มีแนวความคิดว่า การพัฒนาศักยภาพของร้าน otop แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหารชุมชน โดยใช้ลักษณะเด่นของท้องถิ่น ที่มีความสัมพันธ์กับมรดกวัฒนธรรม ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของท้องถิ่น ตลอดจนกิจกรรมสร้างสรรค์ที่สนองความต้องการที่แตกต่าง เช่น ฝึกสมาธิ เรียนทำอาหารไทย เรียนมวย เป็นต้น

ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ของปัจจัยในท้องถิ่นจะส่งผลต่อพัฒนาศักยภาพของร้าน otop แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหารชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวและมีประสบการณ์ที่ดีโดยรวมตลอดเส้นทางทางการท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจชุมชนและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูเอกลักษณ์และศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบเหล่านี้ได้แสดงในกรอบแนวความคิดงานวิจัยดัง ภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ OTOp หัวดาวเด่น จังหวัดเชียงราย ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกแบบเจาะจง โดยกำหนดผู้ประกอบการ OTOp หัวดาวเด่นทั้งหมดที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาสินค้า OTOp หัวดาวเด่น จังหวัดเชียงรายกับคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และคัดเลือกผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเป็นคนในท้องถิ่น ที่มีที่ตั้งร้านใกล้เคียงกับร้านค้า OTOp หัวดาวเด่น และเป็นร้านที่ผู้ประกอบการ OTOp หัวดาวเด่นแนะนำ ส่วนนักวิชาการคัดเลือกจากผู้ที่มีความชำนาญด้านการท่องเที่ยวและมีประสบการณ์การทำงานอย่างน้อย 3 ปี

การสัมภาษณ์เชิงลึกนี้มีการขออนุญาตใช้อุปกรณ์ประกอบ คือ แบบสัมภาษณ์ เทปบันทึกเสียง กระดาษปากกา เป็นต้น ในการสัมภาษณ์ทุกครั้งมีการขออนุญาตจากผู้ให้ข้อมูลในการบันทึกเสียงระหว่างสัมภาษณ์ เพื่อใช้ในการถอดเทป และเปิดฟังซ้ำในระหว่างการวิเคราะห์ข้อมูล

ลักษณะของแบบสัมภาษณ์เป็นแบบกึ่งมีโครงสร้าง (semi-structured interview) ซึ่งมีประเด็นคำถามครอบคลุมเนื้อหาโดยสรุปได้ ดังนี้

1. จุดเด่นของร้าน/กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ให้คุณค่ามีส่วนร่วม

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพโอท็อป แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหารเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว 5 ดาวเด่น otop จ.เชียงราย
3. ความต้องการมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล/มีโปรแกรมชั้น สิทธิพิเศษแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเส้นทางท่องเที่ยว 5 ดาวเด่น otop จ.เชียงราย
4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค ผลกระทบของการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว 5 ดาวเด่น otop จ.เชียงราย
5. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพโอท็อป แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหารเส้นทางท่องเที่ยว Otop 5 ดาวเด่น จังหวัดเชียงราย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย อาศัยข้อมูลหลัก 2 ประเภท ดังนี้ คือ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) หมายถึง การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร สิ่งพิมพ์ของทางราชการ ตลอดจนงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพโอท็อป แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหารเส้นทางท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย รวมถึงวิถีชีวิต และมรดกวัฒนธรรม ศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมสร้างสรรค์ที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะด้านของชุมชนในจังหวัดเชียงราย
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) หมายถึงข้อมูลที่ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาภาคสนาม โดยใช้แบบสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยเป็นผู้รวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

การกำหนดขนาดและตัวอย่างประชากร (ผู้ให้ข้อมูล)

การวิจัยเชิงคุณภาพจะเก็บข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อความรู้และความเข้าใจในปรากฏการณ์จริงแนวทางการพัฒนาสินค้า 5 ดาวเด่น Otop เส้นทางท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จังหวัดเชียงราย ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาจำนวนประชากรจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่อปรากฏการณ์ที่ศึกษาโดยใช้ฐานจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถกำหนดขนาดของผู้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกในเบื้องต้น 4 ภาศึ 23 คน ดังนี้

1. กลุ่มธุรกิจ otop จำนวน 11 คน
2. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว/ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 5 คน
3. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร จำนวน 5 คน
4. กลุ่มนักวิชาการ จำนวน 2 คน

ทั้งนี้รายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลโดยภาพรวมแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ประชากร (ผู้ให้ข้อมูล)

กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์	ผู้ให้สัมภาษณ์	จำนวน (คน)
กลุ่มธุรกิจ otop 5 ดาวเด่น	ตัวแทนธุรกิจ otop 5 (อ.เวียงป่าเป้า)	3
	ตัวแทนธุรกิจ otop 5 (อ.แม่สรวย)	2
	ตัวแทนธุรกิจ otop 5 (อ.แม่จัน)	2
	ตัวแทนธุรกิจ otop 5 (อ.แม่สาย)	1
	ตัวแทนธุรกิจ otop 5 (อ.เชียงของ)	1
	ตัวแทนธุรกิจ otop 5 (อ.แม่ฟ้าหลวง)	1
	ตัวแทนธุรกิจ otop 5 (อ.แม่สาย)	1
	รวม	11

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 7 “วิถีพุทธ วิถีชุมชน รากฐานชีวิตต้นเชิงสังคมล้านนาในสังคมวิถีใหม่”

วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 ณ วิทยาลัยสงฆ์ลำพูน มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่ง	ผู้ประกอบการ (อ.แม่สรวย)	1
ท่องเที่ยว/ผู้ดูแลแหล่ง	ผู้ประกอบการ (อ.เมือง)	1
ท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการ (อ.แม่สาย)	1
	ผู้ประกอบการ (อ.แม่ฟ้าหลวง)	1
	ผู้ประกอบการ (อ.แม่ลาว)	1
	รวม	5
ผู้ประกอบการธุรกิจ	ผู้ประกอบการ(อ. แม่สรวย)	1
ร้านอาหาร	ผู้ประกอบการ(อ. เมือง)	1
	ผู้ประกอบการ(อ. แม่สาย)	1
	ผู้ประกอบการ(อ. แม่ฟ้าหลวง)	1
	ผู้ประกอบการ(อ. แม่ลาว)	1
	รวม	5
นักวิชาการ	อาจารย์คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	2
	รวม	23

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (content analysis) จัดแยกประเภทข้อมูลเป็นแฟ้มข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และสร้างข้อสรุปหรือการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) ที่ได้จากการสังเกต แล้วจัดบันทึก

ผลการศึกษา

ผลศึกษาศักยภาพของสินค้า 5 ดาวเด่น Otop แหล่งท่องเที่ยวและร้านอาหารใกล้เคียง Otop ห้าดาวเด่น จ. เชียงราย นำไปสู่แนวทางการพัฒนา 5 ดาวเด่น Otop สู่มหาวิทยาลัยการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จังหวัดเชียงราย

ข้อมูลเชิงวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

เพื่อเพิ่มพูนความเข้าใจเกี่ยวกับฐานแนวคิดของผู้ให้ข้อมูลต่อศักยภาพ otop แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร ผู้วิจัยตั้งคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล โดยถามเกี่ยวกับอาชีพและตำแหน่งของแต่ละคน ซึ่งสามารถสรุปเป็นหมวดหมู่ได้ 4 กลุ่มดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

ภาคี	ธุรกิจ Otop	ธุรกิจแหล่ง ท่องเที่ยว	ธุรกิจร้านอาหาร (5)	นักวิชาการ	รวม
ประเด็น	(11)	(5)		(2)	(23)
เจ้าของกิจการและระดับ บริหาร	11	3	4		18
ระดับปฏิบัติ	0	2	1	2	5
รวม	7	5	5	2	23

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 7 “วิถีพุทธ วิถีชุมชน รากฐานชีวิตถิ่นเชิงสังคมล้านนาในสังคมวิถีใหม่”

วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 ณ วิทยาลัยสงฆ์ล้านนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาพบว่าจำนวนผู้ให้ข้อมูลประกอบอาชีพใน 4 ภาคี โดยเป็น 1) เจ้าของกิจการ และระดับบริหาร จำนวน 16 คน 2) ระดับปฏิบัติ จำนวน 7 คน

ผู้ให้ข้อมูลแสดงความคิดเห็นต่อกิจกรรมของสถานที่ต่างๆ โดยสามารถสรุปในภาพรวมในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพธุรกิจ otop แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร

ภาคี	ธุรกิจ Otop	แหล่ง ท่องเที่ยว	ธุรกิจ ร้านอาหาร	นักวิชาการ	รวม
ประเด็น	(11)	(5)	(5)	(2)	(23)
การเข้าถึง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
สิ่งดึงดูดใจ	ดีมาก	ดี	ดี	ดี	ดี
สิ่งอำนวยความสะดวก	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี
สะดวก					
กิจกรรม	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ดี	ดี
ที่พัก	ดี	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
รวม	ดี	ดี	ปานกลาง	ดี	ดี

ผลการศึกษาพบว่าผู้ให้ข้อมูลหน่วยงานจาก 4 ภาคี แบ่งกลุ่มแนวคิดศักยภาพเป็น 4 ประเด็น ประกอบด้วย 1) การเข้าถึง 2) สิ่งดึงดูดใจ 3) สิ่งอำนวยความสะดวก และ 4) กิจกรรม 5) ที่พัก สำหรับศักยภาพการเข้าถึงระดับปานกลาง ผู้ให้ข้อมูลจะกล่าวถึงเส้นทางการเดินทางลำบากเนื่องจากมีการทำถนนเชียงใหม่-เชียงราย และไม่มีพิกัด gps บอกเส้นทางเข้าถึง ไม่มีป้ายบอกทางชัดเจน และการเดินทางขึ้นดอยช้าง อำเภอแม่สรวย ดอยแม่สลอง อำเภอแม่ฟ้าหลวงควรพักค้างคืน เนื่องจากระยะค่อนข้างไกลและยังมีสถานที่ท่องเที่ยวอีกมากมายที่ไม่สามารถไปเที่ยวแบบไปกลับวันเดียวได้ ดังนั้นผู้ประกอบการแนะนำว่าควรมีการปิดกั้นพิกัดทุกสถานที่ ร้านค้าชุมชน ที่พักชุมชนในแผนที่ google map เพื่อความปลอดภัยและความสะดวกของนักท่องเที่ยว

โดยรวม สำหรับศักยภาพสิ่งดึงดูดใจระดับดี คือวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สร้างความแตกต่างให้กับชุมชน ศักยภาพสิ่งดึงดูดใจระดับดีมากสำหรับร้าน otop 5 ดาวเด่น โดยเฉพาะชุมชนวิถีชา อำเภอแม่ฟ้าหลวง จะเห็นได้ว่ามีเอกลักษณ์การตีหม่ารวมทั้งสายพันธ์ชาดั้งเดิมไม่เหมือนใคร และสร้างการรับรู้และจดจำว่าคนที่ชอบชิมชา ต้องมาที่อำเภอแม่ฟ้าหลวง และนักท่องเที่ยวที่ชอบชิมกาแฟ สามารถมาอบรมการเก็บกาแฟ คั่ว ทำกาแฟ ต้องมาที่ดอยช้าง อำเภอแม่สรวย สถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนและสถานที่ใกล้เคียงมากมายใกล้กำแพงดอยเมียร์ ดอยช้าง ยกตัวอย่างเช่น แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เช่น ต้นชาพันธ์ปี พิกัด 19.8674/99.5785 และพุทธรูทยาน/ศูนย์วิจัยดอยช้าง พิกัด 19.8125/99.5689 ใกล้วิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยเมียร์ ดอยช้าง ซึ่งสามารถติดต่อสอบถามข้อมูลที่ศูนย์วิจัยพืชสวน ดอยช้าง

ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนป่าก้อยแนะนำว่าจุดดึงดูดของพื้นที่ใกล้อำเภอแม่สายคือ ถ้ำหลวง ดอยนางนอน แหล่งเศรษฐกิจพิเศษ ด่านแม่สาย สามเหลี่ยมทองคำ แม้ว่าสิ่งดึงดูดใจมีความโดดเด่นและหลากหลาย แต่ไม่มีป้ายบอกทางชัดเจนในแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ทราบเส้นทาง ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวใกล้เคียง

โดยรวม ศักยภาพสิ่งอำนวยความสะดวกระดับดี โดยเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบริการธุรกิจขายของที่ระลึก เนื่องจากร้าน Otop 5 ดาวเด่นพยายามยกระดับเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้า otop ที่มีแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร เครื่องดื่ม ศูนย์การเรียนรู้ภายในสถานที่เดียวกัน เช่น ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนป่าก้อย อำเภอแม่สาย ที่มีร้านบ้านผิงคอฟฟี่และเรสเตอรองก์ ฟาร์มสิทธิชัยที่เป็นสถานที่เลี้ยงผึ้งตามธรรมชาติในบริเวณใกล้เคียง

และมีรีสอร์ตไว้บริการนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อน ร้านอาหารใกล้เคียงที่ไม่ห่างมาจากวิสาหกิจชุมชนป่าก้อย อำเภอแม่สาย เช่น ร้านจันทกะผัก ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินเล่นชมดอกไม้ อ่านหนังสือ ให้อาหารปลา หรือแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงอื่นๆที่เป็นแหล่งเรียนรู้ เช่น ศูนย์วิจัยและพัฒนาชา น้ำมันและพืชน้ำมัน ซึ่ง มีร้านค้าให้เลือกซื้อชา น้ำมันหรือสินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม ขณะที่ได้เรียนรู้จากศูนย์วิจัย ชมการผลิต แปรรูปผลิตภัณฑ์จากชา น้ำมัน มีร้านอาหารเพื่อสุขภาพให้บริการ

และร้าน otop ชลุ่มไม้หรือสวน ต.ตระกุลก็ต้องการพัฒนาร้านของตนเองให้สามารถบริการและอำนวยความสะดวกให้ลูกค้ามากขึ้น โดยเพิ่มศักยภาพของร้านโดยการมีแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร เครื่องดื่ม ศูนย์การเรียนรู้ในสถานที่เดียวกันหรือบริเวณใกล้เคียง ดังเช่นวิสาหกิจชุมชนป่าก้อย นอกจากนี้ ศูนย์วิจัยร้านผ้าปักบ้านสันกอง อำเภอแม่จัน มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอและเหมาะสมกับนักท่องเที่ยว เช่น ทารถสายตอยตุ่ง รถกรีนบัส อีเตอร์เน็ต ร้านสะดวกซื้อ ปั้มน้ำมัน

สำหรับศักยภาพด้านกิจกรรมระดับดี เนื่องจากร้าน otop ส่วนใหญ่จะมีบริการการสาธิต หรือให้ลูกค้าชิมหรือลองสินค้าระหว่างทำให้ความรู้อะบบการผลิตสินค้าหรืออธิบายประวัติความเป็นมา แหล่งที่มาของสินค้านั้นแสดงถึงคุณค่าของวัฒนธรรมและวิถีชุมชน เช่น ชุมชนวิศิชา อำเภอแม่ฟ้าหลวง ชุมชนวิศิชา อำเภอแม่ฟ้าหลวง ร้านชลุ่มไม้ อำเภอแม่ลาว โดยเจ้าของคือผู้ผลิตชลุ่ม จะสอนลูกค้าเลือกชลุ่ม อธิบายประเภทของไม้ที่ราคาดีกับไม้ธรรมดา ระหว่างนั้นมีการเล่าเรื่องราวความเป็นมาของชลุ่มและเป่าชลุ่มให้ลูกค้าฟัง ส่วนกลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัยมีช่วงวัฒนธรรม เอือนค่าแพ่งที่สามารถจัดการแสดงและจัดเลี้ยงทั้งยังมีการสาธิตการทอผ้าที่คงไว้ซึ่งวัฒนธรรมไทลื้อ กลุ่มปักผ้าด้วยมือมีกิจกรรมสอนปักผ้า วิสาหกิจชุมชนป่าก้อยมีอบรมเรื่องการเลี้ยงผึ้ง กลุ่มกาแพดูเมียร์มีอบรมเชิงปฏิบัติการสอนเก็บกาแพ บดกาแพ ทำกาแพ ชิมกาแพ

สำหรับศักยภาพด้านที่พักของชุมชนระดับปานกลางเนื่องจากที่พักส่วนใหญ่เป็นของเอกชน โสมเสถียรของชุมชนที่มีมาตรฐานมีน้อย ไม่เพียงพอต่อการรองรับลูกค้ากลุ่มใหญ่ ลูกค้ามักเลือกพักในเมืองเนื่องมีกิจกรรมหรือสถานที่น่าสนใจมากกว่าและมีความปลอดภัย

ความคิดเห็นต่อจุดเด่นของธุรกิจ

ผลการศึกษาพบว่าผู้ให้ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดเด่นของธุรกิจสามารถแบ่งได้เป็น 4 แนวคิด คือ 1) มรดกทางวัฒนธรรม 2) วิถีชีวิต 3) ศิลปะวัฒนธรรม 4) กิจกรรมสร้างสรรค์ที่สร้างความแตกต่าง ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นต่อจุดเด่นของธุรกิจ

ภาคี	ธุรกิจ Otop (11)	แหล่ง ท่องเที่ยว (5)	ธุรกิจร้านอาหาร (5)	รวม (คน) (23)
ประเด็น				
มรดกทางวัฒนธรรม	1	0	0	1
วิถีชีวิต	3	3	3	9
ศิลปะวัฒนธรรม	0	0	0	0
สินค้า กิจกรรมสร้างสรรค์ที่ สร้างความแตกต่าง	7	2	2	11

จากตารางที่ 4 จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่สร้างจุดเด่นของธุรกิจอันดับหนึ่ง คือสินค้า กิจกรรมทางการท่องเที่ยว สร้างสรรค์ที่สร้างความแตกต่าง และจงใจให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วม เช่น การสาธิตการชงชา ชงกาแพของชนเผ่า การทดลองทอผ้าลวดลายน้ำไหลของวิถีไทลื้อ จุดเด่นของธุรกิจอันดับสองคือวิถีชีวิตชุมชน เพราะจังหวัดเชียงรายมีหลายชนเผ่าที่มีเสน่ห์ของวิถีชุมชนซึ่งมีประเพณี ภาษาพูดและภาษาเขียน อาหารท้องถิ่น เครื่องแต่งกายของตนเอง

ผู้ประกอบการธุรกิจมีความสุขที่ได้บอกเล่าแลกเปลี่ยนวิถีชีวิตดั้งเดิมกับลูกค้า คงความเป็นท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์สินค้าท้องถิ่นที่มีเรื่องราวประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครและได้เรียนรู้วิถีชีวิตที่แตกต่าง จึงควรคงไว้ซึ่งธุรกิจชุมชนที่มีสินค้า กิจกรรมทางการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่สร้างความแตกต่าง และวิถีชีวิตชุมชน

และมรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งคือ โบราณวัตถุ โบราณสถานทางประวัติศาสตร์ อาทิ ร้านโอท็อปเครื่องเคลือบเวียงกาหลง ซึ่งเป็นชุมชนโบราณ ส่วนศิลปวัฒนธรรม เช่น จิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม ภาพพิมพ์วรรณกรรม ยังไม่ใช่จุดเด่นของร้านแต่สามารถนำมาตกแต่งร้านค้าเพื่อเสริมเอกลักษณ์ได้ จึงควรพัฒนาธุรกิจชุมชนที่แสดงถึงมรดกทางวัฒนธรรมและศิลปวัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

การมีส่วนร่วมในการพัฒนาเส้นทาง

ผลการวิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 ภาคี แสดงความคิดเห็นแตกต่างกันไป โดยสามารถแบ่งเป็น 2 แนวคิด ดังนี้ คือ 1) ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว 2) ยินดีให้ประชาสัมพันธ์ในเว็บ 3) ให้โปรโมชั่น/สิทธิพิเศษ ตารางที่ 5 ความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาเส้นทาง

ภาคี ประเด็น	ธุรกิจ Otop	แหล่ง ท่องเที่ยว	ธุรกิจ ร้านอาหาร	รวม
	(11)	(5)	(5)	(21)
ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว	11	5	5	21
ยินดีให้ประชาสัมพันธ์ในเว็บ	11	5	5	21
ให้โปรโมชั่น/สิทธิพิเศษ	10	1	0	11

ผู้ประกอบการได้แสดงความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันคือ สามารถช่วยให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับร้าน OTOP หาดดาวเด่นที่ร่วมในโครงการการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว 5 ดาวเด่นของมหาวิทยาลัยรวมทั้งช่วยแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหารเชื่อมโยงกับร้าน OTOP แต่บางผู้ประกอบการยังไม่มีแผนให้โปรโมชั่น/สิทธิพิเศษแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางในเส้นทางท่องเที่ยว otop 5 ดาวเด่น หรือบางร้าน OTOP หาดดาวเด่นมีข้อเสนอแนะให้โปรโมชั่น/สิทธิพิเศษแก่ผู้ที่แจ้งว่ารู้จักร้านค้าจากเว็บไซต์ otop 5 ดาวเด่น เช่น ฝากักด้วยมีลดราคา 5 % แถมการดูแล ซ่อมแซมหลังการขาย

วิสาหกิจชุมชนปากอ้อย ลดราคาสินค้า 5 % หากซื้อครบ 500 บาท เฉพาะลูกค้าหน้าร้าน ส่วนหจก.แม่คำขามีโปรโมชั่นลดราคาขึ้นอยู่กับสินค้าแต่ละประเภท สำหรับเครื่องเคลือบดินเผาเวียงกาหลง มีโปรโมชั่นลด 10% สร้างกิจกรรมให้ทำเวิร์คชอปแต่ต้องแจ้งก่อนล่วงหน้าเพื่อการเตรียมความพร้อมโดยจะคิดราคาต่อหัว คนไทย 700 บาท ต่างชาติ 1,000 บาท และราคานี้รวมค่าจัดส่งฟรี สำหรับบริษัทตงเซินแอนนันทภัทรวดี มีโปรโมชั่นซื้อ 2แถม1 สำหรับเชี่ยนแม่สรวยมีโปรโมชั่นให้นักท่องเที่ยวมาเล่นน้ำในช่วง เทศกาลวันแม่วันพ้อมีการลดค่าตัวกิจกรรมเล่นน้ำ สำหรับกาแพตอຍหมอก มีโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลตรุษจีนจะได้กินสุราชุมชนฟรีและได้ทำกิจกรรมทางวัฒนธรรมร่วมกับชาวบ้านหลายอย่าง ดังนั้นผู้ประกอบการเส้นทาง 5 ดาวเด่น OTOP ควรมีแผนให้โปรโมชั่น/สิทธิพิเศษเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เป็นไปในทิศทางเดียว

สรุป แนวทางในการพัฒนา Otop หาดดาวเด่นสู่เส้นทางท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ควรคงไว้ซึ่งจุดเด่นด้านสินค้าท้องถิ่น กิจกรรมทางการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่สร้างความแตกต่าง ปรับปรุงสินค้าให้มีการแสดงถึงศิลปวัฒนธรรมและมรดกทางวัฒนธรรม

แก้ปัญหาในด้านการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยวลำบากเพราะมีการทำถนนเป็นระยะทางยาวทำให้การจราจรติดขัด ต้องการให้มีการปิดกั้นพิกัดร้านค้าทุกร้าน มีแอปพลิเคชันเส้นทางท่องเที่ยว otop 5 ดาวเด่น เพื่อการประชาสัมพันธ์รณรงค์ให้ชัดเจนและทั่วถึงทำให้การเข้าถึงร้านค้าได้ง่ายขึ้นเพราะร้านค้าของชุมชนตั้งอยู่ในซอยสถานที่ท่องเที่ยวหรือร้านอาหารบางแห่งไม่มีที่พัก ทำให้นักท่องเที่ยวพักในเมือง

อุปสรรคคือเศรษฐกิจทำให้นักท่องเที่ยวที่เคยมีมาเริ่มเบาบางและเริ่มเปลี่ยนไปท่องเที่ยวในประเทศอื่น ผลกระทบจากสื่อโซเชียลเพราะผู้คนสมัยนี้สามารถไปเที่ยวได้ทำให้เกิดในบริษัทขาดรายได้ในส่วนนี้ แนะนำส่งออกผลิตภัณฑ์ Otop แทนการรอลูกค้าจากบริษัททัวร์อย่างเดียว

ส่วนมากกล่าวว่าอุปสรรคคือฤดูกาล นักท่องเที่ยวชอบมาในฤดูหนาวเท่านั้น นักท่องเที่ยวลดลงในฤดูฝน ฤดูฝนไม่ใช่ฤดูเก็บเกี่ยวของผลกาแฟ ทำให้ไม่มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวการเก็บกาแฟ เป็นต้น ร้านค้า OTOP แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหารในเส้นทางใกล้เคียง จึงควรมีการร่วมเครือข่ายกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์แสดงวิถีชุมชน เช่น จัดงานอีเวนท์ Otop หรือการประชาสัมพันธ์โปรโมชันในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ควรเสนอแนะโปรโมชัน/สิทธิพิเศษร่วมกับร้านค้าอื่น ทั้งช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวและนอกฤดูกาลท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อไป

อภิปราย ธุรกิจสามารถเพิ่มศักยภาพโดยมีการตรวจสอบความพึงพอใจของผู้มาเยือนและความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หากมีปัญหาหรืออุปสรรคใดที่ควรแก้ไข ควรทำทันทีเพื่อเกิดความพึงพอใจสูงสุด สอดคล้องกับแนวคิด Global Sustainable Tourism Council (2019) เช่น การแก้ปัญหาด้านการเข้าถึง ที่พัก กิจกรรมนอกฤดูกาลท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์และโปรโมชันร่วมกัน ช่องทางการขายที่หลากหลายนอกเหนือจากการขายหน้าร้าน เช่น การส่งออก การขายออนไลน์

ข้อแนะนำ ผลวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ OTOPห้าดาวเด่น ธุรกิจของแหล่งท่องเที่ยวและร้านอาหารใกล้เคียง จังหวัดเชียงราย โดยเน้นฟื้นฟูกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่แสดงวิถีชีวิตชุมชน นำไปเป็นกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างเพื่อสามารถดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและแข่งขันธุรกิจอื่นได้

เอกสารอ้างอิง

สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. คู่มือเกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน. สืบค้นจาก <http://www.gspa.buu.ac.th/roc/images/stories/food/up2/1.pdf>

Global Sustainable Tourism Council.(2019). GSTC Criteria overview. Retrieved on 1 April 2019,from <https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/>

UNWTO. (2015). UNWTO annual report 2015. Retrieved on 1 December 2019, from http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/annual_report_2015_lr.pdf