

การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กาแฟดอยช้าง
อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

Developing a strategy on a cultural basis of the Doi Chang coffee
community enterprises in Mae Suai district, Chiang Rai.

พระอักษรภิกษุทธิ์ สิริวฑฒโน,ดร., Phraakkharaphisut,Dr.,

พระครูศรีรัตนกร,ผศ.ดร., Phrakrusrirattanakorn,Dr.

พณนต พลเยี่ยม Pattanadon polyaim

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

thanit_loonlawan@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย 2) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย 3) เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Reserch) เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Document) และจากการสัมภาษณ์ ผลการวิจัยพบว่า

1) การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย พบว่า การนำระบบเทคโนโลยีสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ตามแนวคิดทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงโดยประกอบไปด้วย ดังนี้คือ กลยุทธ์ที่ 1 : การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ กลยุทธ์ที่ 2 : การวางแผนการให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะอย่างยิ่งคนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในชุมชนมีอำนาจในการตัดสินใจ กลยุทธ์ที่ 3 : การกำหนดเครื่องมือเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย พบว่า การส่งเสริมกลยุทธ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างในด้าน

การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และ การวางแผน ตลอดจนถึงการกำหนดเครื่องมือเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการวางแผน ดำเนินงานตามแผน

3) การยกระดับการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอมะสอย จังหวัดเชียงราย พบว่า การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างโดยใช้การมีส่วนร่วมของชุมชนและการมีจิตสำนึกรักบ้านเกิดแก่เยาวชนในท้องถิ่น ตลอดจนใช้การพัฒนาคุณภาพสินค้าและการบริการอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวรองรับที่เป็นระบบรวมทั้งผู้บริหารท้องถิ่น ผู้นำชุมชน

คำสำคัญ : การพัฒนา; กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม; กลุ่มวิสาหกิจชุมชน; กาแฟดอยช้าง

Abstract

This article has objectives to 1) develop cultural tourism strategies of Doi Chang Coffee Community Enterprise Group, Mae Suai District, Chiang Rai province, 2) promote cultural tourism of Doi Chang Coffee Community Enterprise Group, Mae Suai District, Chiang Rai province and 3) to enhance the cultural tourism of Doi Chang Coffee Community Enterprise Group, Mae Suai District, Chiang Rai province. This is the qualitative research and data was collected through tools called document and interviewing. The result of the research was found that;

1) the developing of cultural tourism strategies of Doi Chang Coffee Community Enterprise Group, Mae Suai District, Chiang Rai province through technology system using to promote tourism, with participation in Doi Chang Coffee Community Enterprise Group according to the concept of sufficiency economy theory which consisted of the following: strategy 1 : building of cooperation network, strategy 2: planning to empower stakeholders, especially local residents in the community, to have decision power and strategy 3: determining tools to develop cultural tourism and stakeholder.

2) The promotion of cultural tourism of Doi Chang Coffee Community Enterprise Group, Mae Suai District, Chiang Rai province was done in terms of networking, cooperation and planning, as well as the formulation of tools to develop cultural tourism with the involvement of all stakeholders in planning to carry out the plan. And

3) enhance the cultural tourism of Doi Chang Coffee Community Enterprise Group, Mae Suai District, Chiang Rai province by upgrading cultural tourism in Doi Chang Coffee Community Enterprise through community participation and awareness of hometown among local youths as well as continually improving the quality of products and services systematic tourism development, including local administrators and community leaders.

Key Words: Development, Cultural Tourism Strategy, Community Enterprise Group, Doi Chang Coffee.

บทนำ

การท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพและมีการเติบโตสูงเป็นอันดับสองสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างมหาศาลทั้งทางตรงและทางอ้อม และมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ จากรายงานประจำปีของ WTTC พบว่า ในปี พ.ศ.2559 การท่องเที่ยวและการเดินทางสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ถึงร้อยละ 10.20 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของเศรษฐกิจโลก และคาดการณ์ว่าจะมีส่วนถึงร้อยละ 11.40 ของผลิตภัณฑ์มวลรวม ของเศรษฐกิจโลกในปี พ.ศ. 2570 ศักยภาพและความสำคัญของการท่องเที่ยวนี้ สามารถสะท้อนให้เห็นได้จากการจ้างงาน ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีมากถึงร้อยละ 9.60 ของการจ้างงานทั้งหมด (โกวิทย์ พวงงาม. 2555 : 4)

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ ของประเทศไทยเป็นอย่างมาก และยังคงมีศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวมากมาย เช่น ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ โดยในปี 2562 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจำนวนทั้งสิ้น 166.84 ล้านคน /ครั้ง

มีรายได้จากการท่องเที่ยว 1.08 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 1.18 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา ปัจจุบันสนับสนุนให้การท่องเที่ยวเจริญเติบโตเนื่องมาจากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว การยกเว้นค่าธรรมเนียฯ VOA ส่งผลต่อการขยายตัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในภูมิภาคเอเชีย และความร่วมมือของภาครัฐและภาคเอกชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบสอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวในปี 2563 ซึ่งการท่องเที่ยวที่เป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อมมีโอกาสได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น (นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์. 2559 : 6)

ในปี 2563 ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งมีรายได้หลักมาจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทำให้ภาครัฐและภาคเอกชนตื่นตัวเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวและวางยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้น การสร้างความตระหนักถึงความสำคัญในการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายเพื่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) ร่วมมือกับภาคเอกชนในการลดการใช้พลาสติกในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ลดลงร้อยละ 50 ภายในปี 2563 ลดขยะพลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use plastics) อาทิเช่น หลอด ฝาครอบแก้ว ถัง กล่องอาหาร ทดแทนการใช้พลาสติกด้วยภาชนะที่สามารถใช้ซ้ำได้ เช่น การใช้ถุงผ้า กระบอกน้ำ กล่องข้าวพกพา หลอดดูดน้ำจากวัสดุธรรมชาติ การใช้ผ้าเช็ดหน้า เพื่อลดภาระในการกำจัดให้กับแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนช่วยรักษาความสวยงามให้คงอยู่อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับบริษัทผู้ให้บริการสำรองห้องพักผ่านทางออนไลน์โอโกต้า (Agoda) คาดการณ์ว่านักท่องเที่ยวต้องการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น นอกจากนี้พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว ที่เปลี่ยนแปลงไปและชัดเจนมากขึ้น คือ การหันมาวางแผนการท่องเที่ยวและเดินทางด้วยตนเอง ในกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบอิสระ (FIT-Foreign Individual Tourism) อันเนื่องมาจากความสามารถ ในการเข้าถึงบริการและข้อมูลเพื่อใช้วางแผนการท่องเที่ยวสามารถกระทำได้ด้วยตนเอง ส่งผลให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวต้องมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง (บัณฑิต อ่อนดา. 2557 : 12)

จังหวัดเชียงใหม่ที่ตั้งภูมิประเทศ และภูมิอากาศที่น่าอยู่และมีทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียง ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและสปา เช่น น้ำพุร้อน ในพื้นที่อำเภอแม่จัน อำเภอเมือง อำเภอเวียงป่าเป้า แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ เช่น โบราณสถานอำเภอเชียงแสน วัดพระแก้ว หมู่บ้านศิลปิน บ้านด้า

วัดพระธาตุดอยตุง วัดร่องขุน หมู่บ้านชนเผ่าซึ่งอาศัยอยู่แบบดั้งเดิม และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เช่น หมู่บ้านท่องเที่ยวชุมชน และหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP ที่หลากหลาย การล่องแพ อุทยานแห่งชาติภูชี้ฟ้า ดอยแม่สลอง ดอยตุง ล่องเรือในลำน้ำกก แหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ เช่น สนามกอล์ฟ นอกจากนี้ยังสามารถเชื่อมโยงไปยังกลุ่มท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง เช่น การท่องเที่ยวตามเส้นทาง R3A, R3B และการท่องเที่ยวลำนํ้าโขง เป็นต้น จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมผ่านกระบวนการรับฟังความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนแบบมีส่วนร่วม จังหวัดเชียงรายได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเชียงราย (พ.ศ.2561-2564) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงนิเวศ และเชิงสุขภาพ คือการพัฒนากระบวนการจัดการท่องเที่ยว พัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์และบุคลากรพัฒนาปัจจัยด้านพื้นฐานท่องเที่ยวและทรัพยากร พัฒนาแหล่งและกิจกรรมท่องเที่ยว พัฒนาธุรกิจบริการการท่องเที่ยว และพัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยเน้นการเพิ่มขีดความสามารถด้านแข่งขันการท่องเที่ยว สร้างสมดุลของระบบนิเวศและพัฒนาเมืองให้น่าอยู่เพื่อให้ประชาชนอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดีและมีคุณภาพ และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น (บารุง สุขพรรณ. 2559 : 32)

จะเห็นได้ว่า การพัฒนากลยุทธ์เชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอมะสอย จังหวัดเชียงราย เป็นการนำระบบเทคโนโลยีสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ตามแนวคิดทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงโดยประกอบไปด้วย ดังนี้คือ กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ โดยสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างองค์กรและกลุ่มคนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ การกำหนดนโยบาย การวางแผน และการตลาดองค์กรและกลุ่มคนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เจ้าหน้าที่ ของรัฐที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว นักการเมืองท้องถิ่น นักการศึกษา คนท้องถิ่นที่พำนักอาศัยในชุมชน ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร ธุรกิจจัดนำเที่ยว สมาคมการท่องเที่ยว หอการค้า เจ้าของร้านค้าที่เกี่ยวข้อง นักอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น นักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผู้จัดการขนส่งท้องถิ่นทั้งที่เป็นของภาครัฐและ เอกชน เกษตรกร ผู้จัดการประชุมและสัมมนาและผู้บริหารหรือผู้ประกอบการท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยว และ กลยุทธ์ที่ 2 การวางแผนการให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะอย่างยิ่งคนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในชุมชนมีอำนาจในการตัดสินใจและมีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผน จะช่วยลดการต่อต้านการพัฒนาการท่องเที่ยวที่หน่วยงานและกลุ่มคนภายนอกพื้นที่ได้เข้ามาบีบบังคับ รวมทั้งเพิ่มความต้านทานต่อแรง

กตตันหรือปัญหาที่เกิดขึ้น เพราะการวางแผนเป็น กระบวนการในการสรรหาและกำหนดแนวทาง
รวมทั้งวิธีการที่จะควบคุมและพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละชุมชนให้ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน และ
การที่ทุกฝ่ายร่วมกันคิดและวิเคราะห์อย่างเป็นระบบว่าจะทำอะไร ทำเพื่ออะไร ทำอย่างไร ทำเมื่อใด
และใช้งบประมาณเท่าไร จะช่วยทำให้ทุกฝ่ายตระหนักถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้นและมีทิศทางที่ชัดเจน
และตรงกันในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนั้น การวางแผนโดยชุมชนมีส่วน
ร่วมจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน กลยุทธ์ที่ 3 การกำหนดเครื่องมือเพื่อ
พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการวางแผน ดำเนินงาน
ตามแผน และติดตามผลการดำเนินงานโดยตลอด ความชัดเจน หลากหลาย และสามารถดำเนินงาน
ได้อย่างเป็นรูปธรรมก็จะก่อให้เกิดโอกาสสูงสุดที่จะบรรลุวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ของแผนพัฒนา
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บทความวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์เชิงวัฒนธรรมของกลุ่ม
วิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างอำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงรายโดยชุมชนมีส่วนร่วม ความร่วมมือด้าน
การท่องเที่ยว ส่งเสริมการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ และการปรับปรุงมาตรฐานการดำรงชีวิตของ
ชุมชนสนับสนุนในด้านความรู้และการส่งเสริมอย่างจริงจังและให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่
สภาพแวดล้อมตามภูมิประเทศ วัฒนธรรม และประเพณี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง
อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง
อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง
อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย

การทบทวนวรรณกรรม

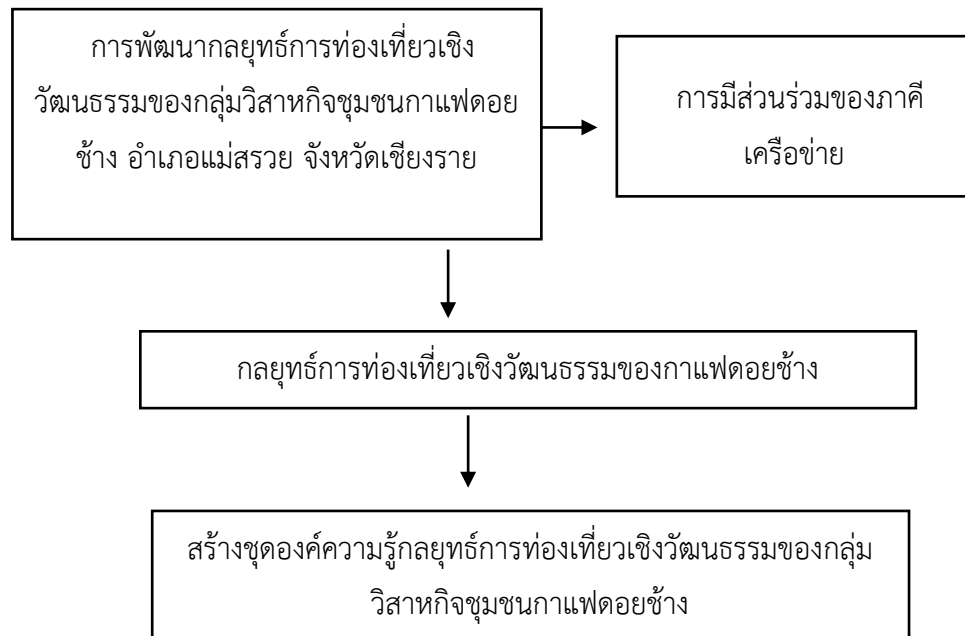
งานวิจัยเรื่องนี้ได้มีการทบทวนวรรณกรรม ดังนี้คือ

นิรันดร์ นวินวรรณกร ได้กล่าวถึง บทบาทของกาแฟในสังคมไทย พบว่า บทบาทกาแฟในสังคมไทยก็ไม่ได้แตกต่างจากสังคมโลก การรับเอาวัฒนธรรมกาแฟเข้ามาทำให้สังคมไทยมีกาแฟหลากหลายแบบที่มีสัดส่วนพื้นที่ทางสังคมต่างกันไป โดยชาวไร่ กาแฟจะมองกาแฟเป็นรายได้ในการดำรงชีวิต พ่อค้าคนกลางหรือเจ้าของร้านกาแฟจะให้ความหมายว่า กาแฟเป็นสินค้าที่มีกำไรเป็นแหล่งรายได้ และสุดท้ายในมุมมองของผู้บริโภคนั้นกาแฟแก้วหนึ่งอาจช่วยบ่งบอกความเป็นตัวตนของผู้ที่บริโภค

ดวงนภา เพียรราษฎร์ ได้กล่าวถึง การลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟ พบว่า ร้านกาแฟเซนเป็นแบรนด์ท้องถิ่น โดยมาจากการสร้างแบรนด์ของตัวเอง เช่นกาแฟแบรนด์ดอยช้าง กาแฟแบรนด์วาวิ ถือแบรนด์กาแฟที่มีชื่อเสียงในจังหวัดเชียงใหม่ มีการขยายธุรกิจด้วยตัวเองหรือการขายแฟรนไชส์ให้กับผู้ที่สนใจร่วมลงทุนธุรกิจ โดยเน้นคุณค่าของตราผลิตภัณฑ์ และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ และ การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย
ตามแนวคิด/ทฤษฎี โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

กระบวนการวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนกกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย สามารถสรุปได้ดังนี้คือ

1) ศึกษารวบรวมเอกสารแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั่วไป ทฤษฎีการรับรู้และการเรียนรู้ ทฤษฎีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม ทฤษฎีเครือข่ายทางสังคม การพัฒนากลยุทธ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2) เก็บรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริงเพื่อให้เห็นถึงรูปแบบและกระบวนการพัฒนางานวิจัย โดยสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key Informants) จากการมีส่วนร่วมของหน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อสรุปประเด็นการนำไปสู่การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion)

3) สนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านพระพุทธศาสนา ผู้เชี่ยวชาญทางด้านประวัติศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านประเพณีและวัฒนธรรม ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยี ด้านการตลาด ด้านการท่องเที่ยว ปราชญ์ท้องถิ่น ผู้นำชุมชน เพื่อระดมแนวคิด มุมมองที่มีผลต่อการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และนำไปสู่การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อให้ได้มาซึ่งการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้คือ

3.1 ศึกษางานจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 ลงพื้นที่สำรวจข้อมูล

3.3 ประชุมสนทนากลุ่มย่อย

3.4 วิเคราะห์ข้อมูลทั้งจากเอกสาร และ จากการประชุมกลุ่มย่อย

3.5 สรุปผลการวิจัย

3.6 นำเสนอผลการวิจัย

4) เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อหาข้อมูลสรุปในเชิงสถิติจากการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อนำไปสู่การประมวลผลข้อมูล และศึกษาเชิงความสัมพันธ์ถึงมุมมองของ การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ซึ่งเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทางด้านพระพุทธศาสนา ปราชญ์ท้องถิ่น ผู้นำชุมชน

5) สรุปผลการวิจัยที่ได้คือ ได้ชุดความรู้เกี่ยวกับ การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

6) นำเสนอผลงานวิจัย ทั้งในระดับชาติ และนานาชาติ

ผลการวิจัย

การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย พบว่า กลยุทธ์ด้านการตลาดและแนวโน้มของธุรกิจของกาแฟดอยช้างว่า กาแฟดอยช้างเป็นกาแฟระดับพรีเมียมที่เราอยากนำเสนอให้คอกาแฟคนไทยได้ลิ้มรส เราจึงได้ปรับมุมมองการบริหารธุรกิจกาแฟดอยช้างจากธุรกิจเพื่อชุมชนสู่ธุรกิจแฟรนไชส์ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงกลุ่มคอกาแฟตัวจริง ที่สำคัญคือ เราจะรุกตลาดประเภท B2C [Business-to-Consumer] เพื่อขายสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย พบว่า กลยุทธ์สร้างแฟรนไชส์ของกาแฟดอยช้าง ผ่าน “ดอยช้าง คาเฟ่” [Doi Chaang Caffé] คือสิ่งที่ตอบโจทย์กลยุทธ์นี้ โดยรูปแบบธุรกิจแฟรนไชส์ของกาแฟดอยช้าง มี 2 รูปแบบ คือ Coffee venue และ Stand alone ซึ่งแบ่งพื้นที่ในการลงทุนออกเป็น 3 ขนาดโดยรูปแบบร้านแฟรนไชส์กาแฟดอยช้างมีทั้งหมด 3 ขนาด โดยจะถูกนำมาปรับใช้ตั้งแต่กลางปีนี้เป็นต้นไป แบ่งเป็นขนาด S มีพื้นที่ 30 – 50 ตรม. ราคาเริ่มต้นที่ 1.5 ล้านบาท ขนาด M มีพื้นที่ 51 – 100 ตรม. ราคาเริ่มต้นที่ 2.5บาท ขนาด L มีพื้นที่ 101 – ตรม. ขึ้นไป ราคาเริ่มต้นที่ 3.5บาท

การยกระดับการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย พบว่า กาแฟดอยช้างพร้อมสนับสนุนทั้งเรื่องการค้าเงินงานและการบริหารธุรกิจร้านกาแฟด้วยทีมงานมืออาชีพ อีกทั้งการให้คำแนะนำและการฝึกอบรมพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญทั้งในด้านของการชงและด้านการบริการ รวมไปถึงคู่มือการปฏิบัติงานที่ได้มาตรฐานสากล การจัดหาและการส่งมอบวัตถุดิบต่างๆ พร้อมแผนการตลาดที่จะทำให้กาแฟดอยช้างเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ เรายังได้ปรับภาพลักษณ์ทั้งในเรื่องโลโก้ บรรจุภัณฑ์รุ่นใหม่ล่าสุดและ ที่เห็นได้อย่างชัดเจน คือรูปแบบของงานดีไซน์และการตกแต่ง ดอยช้าง คาเฟ่ ที่เราเน้นความทันสมัย ความโมเดิร์น แสดงให้เห็นถึงความเป็นมืออาชีพมาผสมผสานกับเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมชนเผ่า ทั้งนี้ เราตั้งเป้าไว้เพื่อขยายเป็นธุรกิจแฟรนไชส์ไว้ที่จำนวน 50 สาขาต่อปี ซึ่งภายในปี 2565 จะมีร้านกาแฟดอยช้างมากกว่า 300 สาขา มากกว่าในปัจจุบันถึง 5 เท่า

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยเรื่องนี้ ซึ่งมีงานวิจัยที่สอดคล้องดังนี้คือ

ชนเรณินทร์ หมดห้วง ได้ทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจและกลยุทธ์ 9 Ps ของธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การจัดการธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่น ประกอบด้วย (1) ด้านการจัดองค์กร (2) ด้านการผลิตและปฏิบัติการ (3) ด้านการตลาด (4) ด้านการบัญชีและการเงิน (5) ด้านการจัดหาวัตถุดิบ (6) ด้านการบริหารงานบุคคล (7) ด้านการจัดการระบบสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ และ (8) ด้านการวิจัยและพัฒนา พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจกาแฟแบรนด์ท้องถิ่นให้ความสำคัญกับด้านการจัดองค์กร มีการดำเนินงานในรูปแบบวิสาหกิจชุมชนและบริษัทจำกัดซึ่งเป็นศูนย์กลางในการกระจายผลิตภัณฑ์จากชุมชนบนพื้นที่สูงที่ผ่านกระบวนการผลิตและการแปรรูปที่มีมาตรฐานสากล มีการส่งเสริมการปลูกแบบเกษตรอินทรีย์ร่วมกับการปลูกพืชอื่นๆตามฤดูกาล เพื่อสร้างความมั่นคงในอาชีพและสร้างระบบนิเวศภายในชุมชน ด้านการบริหารงานบุคคล มีการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้และหลักสูตรในการฝึกอบรมเพื่อสร้างแรงผลักดันให้พนักงานเกิดความหลงใหลในการพัฒนาธุรกิจ ด้วยการเติมความคิดสร้างสรรค์และองค์ความรู้ใหม่ๆโดยสามารถพัฒนาธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จอย่างยั่งยืน

นอร สิงห์รัฐเรือง ได้ทำงานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบริหารจัดการร้านกาแฟสด ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา พบว่า เครื่องดื่มที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกดื่มบ่อยที่สุด คือ กาแฟสดรูปแบบต่างๆ นิยมรับประทานคู่กับขนมปังปิ้ง และบริโภคที่ร้านกาแฟสดโดยไปใช้บริการร้านกาแฟสดเพราะความตั้งใจไปดื่มกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ มีสาเหตุที่เลือกใช้บริการคือ ติดใจในรสชาติกาแฟสด ซึ่งตนเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการและไปกับเพื่อนบ่อยที่สุด ส่วนวันที่ใช้บริการร้านกาแฟสด

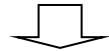
องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย มีดังนี้คือ

การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
กาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย



มีชุดคู่มือการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย



เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง
อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ในการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม



มีการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอย
ช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

สรุป

กระแสความนิยมกาแพคั่วบระดับพรีเมียมในเมืองไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นมูลค่าตลาดรวมกว่า 8,000 ล้านบาทต่อปี สังเกตได้จากแบรนด์ไทยและเทศที่ผุดออกมาให้คอกาแพได้เลือกรสชาติกันราวกับดอกเห็ด จึงไม่แปลกที่เจ้าของแบรนด์และคนที่ซื้อแฟรนไชส์ต้องปรับตัวงัดกลยุทธ์ใหม่ๆ มาสู้กันอย่างเข้มข้น ตลาดกาแพในประเทศไทยมีความคึกคักและตื่นตัวค่อนข้างสูง ไม่ว่าไปที่ไหนก็เห็นร้านกาแพเกิดขึ้นมากมายตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ ทำให้ตลาดร้านกาแพบ้านเรามีมูลค่าสูงถึงกว่า 20,000 ล้านบาท ซึ่งคาดว่าจะยังมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอีกเรื่อยๆ ถึง 2 ดิจิต เพราะ

พฤติกรรมการดื่มกาแฟนอกบ้านของผู้บริโภคนั้นยังคงขยายตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยกาแฟดอยช้างจะ
ขอมุ่งเน้นไปที่การเจาะกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบกาแฟพรีเมียม หรือ กาแฟอราบิก้าชนิดพิเศษคุณภาพสูง
(Specialty Coffee) ที่เน้นคุณภาพของเมล็ดกาแฟ อันเป็นหัวใจหลักของกาแฟดอยช้างเป็นสำคัญ”

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

- ก. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับกาแฟดอยช้างที่เตรียมออกผลิตภัณฑ์ “ดอยช้างแคปซูล”
- ข. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ขอค้นพบองค์ความรู้มีการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่ม
วิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

References

- โกวิทย์ พวงงาม. (2555). แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ.2561-2564 ของกรมการ
ท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : วิไอพี ก๊อปปี้ปรี้น.
- นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์. (2559). การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ. พิมพ์ครั้งที่ 6.
กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- บัณฑิต อ่อนดา. (2557). ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย. พิมพ์ครั้งที่ 2.
กรุงเทพมหานคร : พิมพ์ที่บริษัทสุชมและบุตรจำกัด.
- บำรุง สุขพรรณ. (2561). สภาพแวดล้อมผ่านกระบวนการรับฟังความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนแบบมี
ส่วนร่วม จังหวัดเชียงราย. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ พิมพ์ลักษณ์.