

**การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตร
กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย**
**Development of Cultural Tourism of the Community Enterprises for Farming
Doi Chang coffee in Mae Suai district, Chiang Rai.**

พระอัคราภิศุทธิ สิริวฑฒโน,ดร., Phraakkharaphisut,Dr

นรินทร์ ชมชื่น Narintorn chomchuen

พระครูธีรศาสนไพศาล Phrakruteerasatpaisan

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

thanit_loonlawan@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย 2) เพื่อพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย 3) เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Document) และจากการสัมภาษณ์ สันทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จำนวน 40 รูป/คน โดยผลการวิจัยพบว่า

1) การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย พบว่า มีการนำระบบเทคโนโลยีสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ตามแนวคิดทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงโดยประกอบไปด้วยดังนี้คือ กลยุทธ์ที่ 1 : การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ กลยุทธ์ที่ 2 : การวางแผนการให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะอย่างยิ่งคนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในชุมชนมีอำนาจในการตัดสินใจ กลยุทธ์ที่ 3 : การกำหนดเครื่องมือเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2) การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย พบว่า มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวดอยช้างไว้คอยรองรับนักท่องเที่ยว ตลอดเวลาทำการ นอกจากนี้ยังมีแผนประชาสัมพันธ์สื่อทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อโทรทัศน์รูปแบบอื่นๆ มีการจัดทำคู่มือสำหรับซื้อสินค้าในตลาดไว้อยู่บริการนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นหมู่คณะใหญ่หรือหน่วยงานราชการที่มาศึกษาดูงาน

3) การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร กาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย พบว่า มีการเสริมสร้างภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีหน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ช่วยส่งเสริม สนับสนุน ผลักดัน โปรโมท และประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร กาแพดอยช้าง

คำสำคัญ : การพัฒนา; การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม; กลุ่มวิสาหกิจชุมชน;การเกษตรกาแพดอยช้าง

Abstract

The material has objectives to 1) to develop cultural tourism strategies of Doi Chang Coffee Community Enterprise Group, Mae Suai District, Chiang Rai province, 2) to develop communication of cultural tourism market of Doi Chang Coffee Agricultural Community Enterprise, Mae Suai District, Chiang Rai province and 3) to strengthen the cultural tourism network of Doi Chang Coffee Agricultural Community Enterprise, Mae Suai District, Chiang Rai province. This is the qualitative research and tools using to collect data were document and interviewing. The research result 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 development of communication of cultural tourism market of Doi Chang Coffee Agricultural Community Enterprise, Mae Suai District, Chiang Rai province as follows; public relations information about Doi Chang tourism was done to support tourists all through office hours also plan for television, newspapers, print media. and other forms of television media. Coupon was prepared for purchasing products in the market to serve tourists who come to visit in large groups or government agencies who come to study. And

3) strengthening of the cultural tourism network of Doi Chang Coffee Agricultural Community Enterprise, Mae Suai District, Chiang Rai province through the empower of cultural tourism network partners with support, promotion and push of government agencies and private sectors to publicize the cultural tourism of Doi Chang Coffee Agricultural Community Enterprise.

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

บทนำ

ในปัจจุบันการค้าระหว่างประเทศได้เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างมากในประเทศไทย รวมถึงมีการขยายตัวมากขึ้นตามแนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจโลก ซึ่งเป็นปัจจัยที่กระตุ้นการเติบโตของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) การค้าระหว่างประเทศนั้นคือการซื้อขายสินค้าและบริการระหว่างประเทศต่างๆ โดยทั่วไปแล้วแต่ละประเทศจะมีฐานะเป็นทั้งประเทศผู้นำเข้าสินค้า และประเทศผู้ส่งออกสินค้าในเวลาเดียวกัน เนื่องจากประเทศต่างๆมีการผลิตสินค้าที่แตกต่างกัน ซึ่งสาเหตุสำคัญที่ทำให้ประเทศต่างๆ ในโลกทำการค้าระหว่างประเทศมีอยู่ด้วยกัน 2 ประการ คือ 1. ความแตกต่างทางด้านทรัพยากรที่ใช้ผลิตในแต่ละประเทศ เนื่องจากความแตกต่างในเรื่องสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ ส่วนสาเหตุที่ 2. คือความแตกต่างในเรื่องความชำนาญในการผลิต เนื่องจากผู้ผลิตของแต่ละประเทศจะมีความชำนาญและเทคโนโลยีในการผลิตสินค้าและบริการแตกต่างกัน สำหรับประเทศไทย กาแฟเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากสามารถปลูกกาแฟได้เป็นอันดับที่ 3 ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รองจากอินโดนีเซีย

และเวียดนาม โดยกาแฟสายพันธุ์ที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดในโลกมีอยู่ 2 สายพันธุ์ ได้แก่ อราบิก้า (Arabica) และโรบัสต้า (Robusta) ซึ่งทั้งสองสายพันธุ์นี้สามารถปลูกได้ในประเทศไทย กาแฟเป็นที่ยอมรับในตลาดโลกว่าหากมีการดำเนินการในกระบวนการผลิตที่ถูกต้องจะทำให้กาแฟมีคุณภาพดี แต่ในปัจจุบันประเทศไทยมีต้นทุนในการผลิตที่สูงกว่าประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ เมื่อต้นทุนในการผลิตสูงขึ้น ส่งผลให้จำหน่ายกาแฟได้ในราคาที่ต่ำลง จึงทำให้เกิดปัญหาด้านการตลาด ในทางกลับกัน ประเทศผู้ผลิตกาแฟในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อย่างเวียดนาม และอินโดนีเซีย รวมถึงออสเตรเลีย สามารถส่งออกกาแฟมายังประเทศไทยได้ในราคาที่ต่ำกว่า ทำให้ผู้บริโภคในประเทศให้ความสนใจกับกาแฟจากต่างประเทศมากกว่ากาแฟไทย ซึ่งจะเป็นผลกระทบต่อผลผลิตกาแฟในประเทศที่มีต้นทุนสูงกว่าและไม่สามารถนำออกจำหน่ายในประเทศได้ ดังนั้น ตลาดกาแฟไทยควรเพิ่มโอกาสในการแข่งขันทางการค้าโดยการเพิ่มศักยภาพในการผลิตเพื่อให้ได้มาซึ่งตรารับรองคุณภาพสินค้า ที่จะเป็ยเครื่องยืนยันว่าสินค้ากาแฟไทยมีมาตรฐานคุณภาพ รวมถึงมาตรฐานสิ่งแวดล้อมที่สูงเทียบเท่าสินค้าในตลาดโลก (สนธยา พลศรี. 2561 : 12)

จะเห็นได้ว่า อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย มีการพัฒนาเนื่องจากเป็นเมืองที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจการปกครอง ศาสนาและศิลปกรรม ในปัจจุบันได้มีการพัฒนานวัตกรรมชุมชนในการพัฒนาเพื่อการสงวนรักษาคุณค่าการท่องเที่ยวเกษตร และเป็นแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมที่มีความสำคัญ และพื้นที่เต็มไปด้วยอาคารสิ่งปลูกสร้างทั้งของส่วนราชการและเอกชน รวมถึงบ้านเรือนราษฎร ร้านค้า ตลาด วัด สถานศึกษา บ้านพัก มีโบราณสถานแทรกตัวอยู่เป็นระยะพื้นที่ชุมชน บางส่วนเป็นพื้นที่เกษตรกรรม ทั้งทำนา ทำไร่ และสวนผลไม้ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม บางส่วนเป็นชุมชนเมือง และป่าไม้ สถานที่สำคัญต่างๆ ล้วนมีและตำนานท้องถิ่นมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมากมาย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีเป้าหมายที่จะสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับอำเภอมะสรวยและบริเวณในพื้นที่เป้าหมาย เพื่อการดำเนินงานปรับปรุงและสภาพภูมิประเทศ ให้เกิดบรรยากาศ เพื่อให้เศรษฐกิจและสังคมของชุมชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์สูงสุด การส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย ที่จะให้คนในพื้นที่ตระหนักถึง การจัดกลยุทธ์ทางการตลาดที่จำเป็นในการสร้างเสริมเศรษฐกิจฐานรากเพื่อให้เกิดรูปธรรมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุดมีความจำเป็นจะต้องให้ชุมชนมีบทบาทในการบริหารจัดการด้านแผนงานดำเนินงานให้สอดคล้องกับสภาพของพื้นที่ และความพร้อมของประชาชน การศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะต้องกระตุ้นให้การมีส่วนร่วมของชุมชนเข้ามามีบทบาท

รับผิดชอบและเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวทำให้เกิดการร่วมมือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย (อมรา พงศาพิชญ์. 2561 : 12)

การดำเนินการช่วงต้นน้ำของโรงงานกาแฟดอยช้างประกอบไปด้วย เกษตรกรผู้ผลิตกาแฟ และ วัตถุดิบอย่างเมล็ดกาแฟ ทั้งสองส่วนนี้เป็นปัจจัยนำเข้าที่ทำให้ผลิตภัณฑ์กาแฟดอยช้างเป็นกาแฟที่มีคุณภาพและเป็นที่รู้จัก ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง จากการศึกษาสรุปได้ว่า กาแฟดอยช้าง มีการสื่อสารที่ดีกับทางเกษตรกรผู้ผลิตกาแฟ มีการรับฟังความคิดเห็นของเกษตรกรให้ การสนับสนุนการมีส่วนร่วม มีการตั้งศูนย์การศึกษากาแฟดอยช้างขึ้นเป็นแหล่งเรียนรู้กาแฟ สำหรับผู้ปลูกกาแฟจากทุกภูมิภาคของโลกเพื่อพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟและผู้ประกอบการด้านกาแฟ มีความตระหนักถึงความแตกต่าง และการได้รับสิทธิประโยชน์ทางสังคม ที่เท่าเทียมกัน ของสมาชิกในชุมชนดอยช้าง และได้ดำเนินธุรกิจโดยมีจุดประสงค์ในการช่วยเหลือเกษตรกรผู้ผลิตและ บุตรหลานให้ได้รับสิทธิต่างๆอย่างเท่าเทียม รวมถึงให้เสรีภาพในการเรียกร้องสิทธิต่างๆกับเกษตรกร ผู้ผลิตกาแฟและสมาชิกชุมชนดอยช้าง โดยการดำเนินงานของดอยช้างจะเน้นผลประโยชน์ของ เกษตรกรเป็นหลัก เพื่อไม่ให้เกษตรกรถูกเอาเปรียบ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจกาแฟ ดอยช้างให้ประสบความสำเร็จ และอีกหนึ่งปัจจัยความสำเร็จคือเมล็ดกาแฟ ซึ่งเพาะปลูกในแหล่งที่มีความเหมาะสม อุดมสมบูรณ์ รวมถึงมีการเพาะปลูกในระบบวนเกษตร เป็นการปลูกเมล็ดกาแฟ โดยปล่อยให้ไม้พืชชนิดอื่นขึ้นแทรกตามธรรมชาติ ส่งผลให้กาแฟได้ประโยชน์จากระ่มเงาของต้นไม้และ เติบโตเป็นผลกาแฟที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้รสชาติดกาแฟมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ สามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันทางด้านความแตกต่างได้ (นันทน์ภัส ทรัพย์โชคชนกุล. 2561 : 14)

ผู้วิจัยและคณะ ได้ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ตามแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว มุ่งปรับโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยว ส่งเสริมการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ให้เกิดความเชื่อมโยง เส้นทางในภูมิภาค และสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวขององค์กรต่าง ๆ การส่งเสริมความร่วมมือ ทางด้านการท่องเที่ยวและการปรับปรุงมาตรฐานการดำรงชีวิตของชุมชนเป็นสิ่งที่รัฐบาลจะต้องให้ ความสนใจและสนับสนุนในด้านความรู้และการส่งเสริมอย่างจริงจังและให้สอดคล้องกับสภาพความ เป็นอยู่ สภาพแวดล้อมตามภูมิประเทศ ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย

การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยเรื่องนี้ได้มีการทบทวนวรรณกรรม ดังนี้คือ

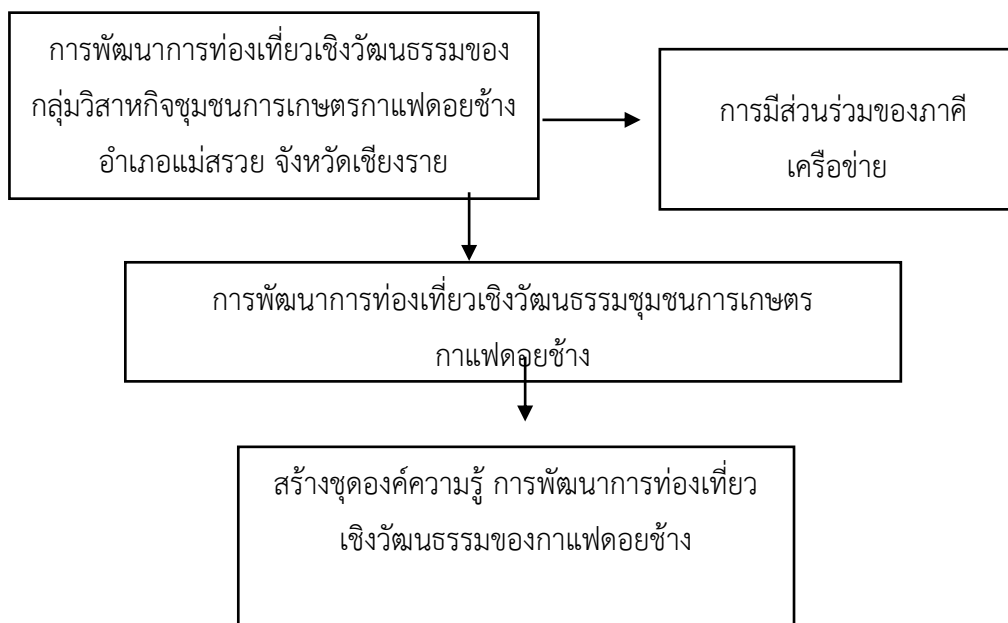
เทิดชาย ช่วยบำรุง ได้กล่าวถึง แนวทางการเอื้อเพื่อเสียสละแบ่งปันของชาวไร่กาแฟดอยช้าง (ทาน) การให้หรือการแบ่งปัน คือ การเสียสละมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อชุมชนชาวไร่กาแฟดอยช้าง ชาวดอยช้างยึดมั่นในหลักการของการให้เสียสละ ซึ่งถือว่าการทำความดีอย่างหนึ่งในการทำงานทุกอย่าง ชาวไร่กาแฟดอยช้างพยายามเสนอสิ่งที่ดีที่สุดให้กับผู้บริโภคและนำความรู้ของแต่ละคน และนำความรู้มาแลกเปลี่ยนกันมองเพื่อนบ้านเปรียบเหมือนญาติพี่น้อง พร้อมให้การช่วยเหลือซึ่งกันและกันตลอดเวลาจัดได้ว่า การให้เป็นหัวใจที่ส่งผลอย่างมากเนื่องจากการแบ่งปันมีความสำคัญต่อคุณภาพชีวิตชาวไร่กาแฟดอยช้าง ทำให้สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างดีเมื่อเราให้เขาได้รับ เขาก็จะเป็นผู้ให้ต่อไป ทุกคนในชุมชนจะเกิดความสามัคคีด้วยพลังแห่งการแบ่งปันทำให้ชุมชนอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขเป็นโอกาสให้คนในชุมชนเกษตรกรรมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นเมื่อทุกคนมีคุณภาพชีวิตที่ดี ชุมชนก็มีความเข้มแข็งตามมา เหตุที่การให้มีความสำคัญต่อคุณภาพชีวิตชาวไร่กาแฟดอยช้างส่วนหนึ่ง เพราะเป็นชุมชนขนาดเล็ก หากว่าใครสงสัยอะไรก็จะนัดพบกันและนำอาหารมาทานด้วยกัน แลกเปลี่ยนแบ่งปันประสบการณ์ต่อกันและกัน เทคนิคแนวทางการปฏิบัติสำหรับการแบ่งปันหรือการให้ของชุมชนชาวไร่ดอยช้าง

บริษัท Choco-Pie ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะพัฒนาได้อย่างยั่งยืนและเป็นประโยชน์สูงสุดต่อ ทั้งคนท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของมรดกทางวัฒนธรรมและนักท่องเที่ยวได้นั้น จำเป็นต้องเริ่มต้นจาก “การมีส่วนร่วม” ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มทั้งผู้ที่อยู่ในชุมชนและผู้อื่นที่

ได้รับจากการใช้มรดกทางวัฒนธรรมเป็น ทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนที่ท้องถิ่นที่เป็น
ผู้อยู่อาศัยในชุมชนจำเป็นต้องมีบทบาทสูงสุด ในการตัดสินใจว่าจะให้มรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน
นั้นพัฒนาไปในทิศทางใด โดยผ่านกระบวนการของ การวางแผนที่เป็นระบบ และกลยุทธ์การพัฒนา
อื่นๆ ได้แก่การกำหนดดัชนีระดับการพัฒนา การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว
การกำหนดมาตรฐานสิ่งก่อสร้าง การพัฒนาคนท้องถิ่นและการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ และ การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย
ตามแนวคิด/ทฤษฎี โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

กระบวนการวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
การเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย สามารถสรุปได้ดังนี้คือ

1) ศึกษารวบรวมเอกสารแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั่วไปทฤษฎี
การรับรู้และการเรียนรู้ ทฤษฎีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม
ทฤษฎีเครือข่ายทางสังคม การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพ
ดอยช้าง

2) เก็บรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริงเพื่อให้เห็นถึงรูปแบบและกระบวนการพัฒนางานวิจัย
โดยสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key Informants) จากการมีส่วนร่วม
ของหน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อสรุปประเด็นการนำไปสู่การสนทนากลุ่มเฉพาะ
(Focus Group Discussion) จำนวน ๔๐ รูป/คน

3) สนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านพระพุทธศาสนา
ผู้เชี่ยวชาญทางด้านประวัติศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านประเพณีและวัฒนธรรม ผู้เชี่ยวชาญทางด้าน
เทคโนโลยี ด้านการตลาด ด้านการท่องเที่ยว ปราชญ์ท้องถิ่น ผู้นำชุมชน เพื่อระดมแนวคิด มุมมองที่มี
ผลต่อการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และนำไปสู่การวิจัยเชิงสำรวจ
(Survey Research) เพื่อให้ได้มาซึ่งการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
การเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้คือ

3.1 ศึกษาจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 ลงพื้นที่สำรวจข้อมูล

3.3 ประชุมสนทนากลุ่มย่อย

3.4 วิเคราะห์ข้อมูลทั้งจากเอกสาร และ จากการประชุมกลุ่มย่อย

3.5 สรุปผลการวิจัย

3.6 นำเสนอผลการวิจัย

4) เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อหาข้อมูลสรุปในเชิงสถิติจากการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey
Research) เพื่อนำไปสู่การประมวลผลข้อมูล และศึกษาเชิงความสัมพันธ์ถึงมุมมองของ ความเป็นอัต

ลักษณะ ของแบรนด์กาแฟ ซึ่งเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทางด้าน
พระพุทธศาสนา ปราชญ์ท้องถิ่น ผู้นำชุมชน

5) สรุปผลการวิจัยที่ได้คือ ได้ชุดความรู้เกี่ยวกับ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

6) นำเสนอผลงานวิจัย ทั้งในระดับชาติ และนานาชาติ

ผลการวิจัย

1) การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอ
แม่สรวย จังหวัดเชียงราย พบว่า กลยุทธ์ด้านการตลาดและแนวโน้มของธุรกิจของกาแฟดอยช้างว่า
กาแฟดอยช้างเป็นกาแฟระดับพรีเมียมที่เราอยากนำเสนอให้คอกาแฟคนไทยได้ลิ้มรส เราจึงได้ปรับ
มุมมองการบริหารธุรกิจกาแฟดอยช้างจากธุรกิจเพื่อชุมชนสู่ธุรกิจแฟรนไชส์ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มช่องทางการ
เข้าถึงกลุ่มคอกาแฟตัวจริง ที่สำคัญคือ เราจะรุกตลาดประเภท B2C [Business-to-Consumer] เพื่อ
ขายสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่ม
วิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย พบว่า กลยุทธ์สร้างแฟรนไชส์ของ
กาแฟดอยช้าง ผ่าน “ดอยช้าง คาเฟ่” [Doi Chang Caffé] คือสิ่งที่ตอบโจทย์กลยุทธ์นี้ โดย
รูปแบบธุรกิจแฟรนไชส์ของกาแฟดอยช้าง มี 2 รูปแบบ คือ Coffee venue และ Stand alone ซึ่ง
แบ่งพื้นที่ในการลงทุนออกเป็น 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

2) การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแฟ
ดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย พบว่า การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ทาง
องค์การบริหารส่วนตำบลลาวี ได้ เจ้าหน้าที่ศูนย์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวดอยช้างไวคอย
รองรับนักท่องเที่ยว ตลอดเวลาทำการนอกจากนี้ยังมีแผนประชาสัมพันธ์สื่อทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์
สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อโทรทัศน์รูปแบบอื่นๆ มีการจัดทำคู่มือสำหรับซื้อสินค้าในตลาดไวคอยบริการรัก
ท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นหมู่คณะใหญ่หรือหน่วยงานราชการที่มาศึกษาดูงานด้วย ขณะที่องค์การ
บริหารส่วนตำบลลาวี ยังมีการประชาสัมพันธ์กาแฟดอยช้าง เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยว

3) การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยววัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร กาแฟดอยช้าง
อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย พบว่า มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างองค์กรและกลุ่มคน
ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ การกำหนดนโยบาย การวางแผน และการตลาด องค์กรและกลุ่ม
คนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เจ้าหน้าที่ ของรัฐที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว นักการเมืองท้องถิ่น นัก
การศึกษา คนท้องถิ่นที่พำนักอาศัยในชุมชน ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร ธุรกิจจัดนำเที่ยว สมาคม
การท่องเที่ยว หอการค้า เจ้าของร้านค้าที่เกี่ยวข้อง นักอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น นักอนุรักษ์
สิ่งแวดล้อม ผู้จัดการขนส่งท้องถิ่นทั้งที่เป็นของภาครัฐและ เอกชน เกษตรกร ผู้จัดการประชุมและ
สัมมนา และผู้บริหารหรือผู้ประกอบการท้องถิ่นที่เกี่ยวกับการจัดการ การท่องเที่ยว

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยเรื่องนี้ ซึ่งมีงานวิจัยที่สอดคล้องดังนี้คือ

ผณินทร สุทธิสารกร ได้ทำการวิจัยเรื่อง การตระหนักรู้ในตราสินค้าจากมุมมองของผู้บริโภค
: กรณีศึกษา กาแฟดอยช้างในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านการระลึกได้ในตราสินค้าโดยรวม ผู้บริโภค
สามารถระลึกถึงตรา สินค้ากาแฟดอยช้างได้ในระดับมาก ด้านการจดจำ ได้ในตราสินค้าพบว่า
ผู้บริโภคให้ความสำคัญใน ด้านการจดจำ ได้ในตราสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก แบ่งเป็นด้านการ
จดจำ เครื่องหมายตราสินค้า ตัวอักษรของตราสินค้า สีของตราสินค้า ผู้บริโภคสามารถจดจำได้ดี และ
ความโดดเด่นของรูป สัญลักษณ์ ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ในความโดดเด่นของรูปสัญลักษณ์ในระดับ
มาก ด้านการตระหนักรู้ในตราสินค้าจากมุมมองของผู้บริโภคพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับ
มาก สามารถจดจำ ตรา กาแฟดอยช้างได้เป็นอย่างดี และเมื่อมีการพูดถึงกาแฟดอยช้างสามารถระลึก
ถึงตรากาแฟดอยช้างได้

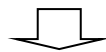
ชานนท์ ผ่องเจริญกุล ได้ทำงานวิจัยเรื่อง การศึกษาการวัดมูลค่าตราสินค้ากาแฟนาชาจาก
มุมมองผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่สามารถจดจำในตราสินค้าของกาแฟ
นาชาเพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่คุ้นเคยกับกาแฟนาชา ซึ่งในองค์ประกอบในด้านอื่น ๆ ไม่สามารถทำ
ให้ผู้บริโภครับรู้ว่ามีแบรนด์กาแฟนาชา แต่เมื่อผู้บริโภคได้สัมผัสในด้านต่าง ๆ ของกาแฟนาชา
ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตระหนักในกลิ่นของกาแฟและสีของกาแฟ ซึ่งกลิ่นและสีของกาแฟนาชาสะท้อนให้
เห็นว่าเป็นกาแฟชั้นดี

เบญจวรรณ ทองสิงห์ ได้ทำงานวิจัยเรื่อง การศึกษาการรับรู้คุณค่าตราสินค้าของผู้บริโภคผ่านอัตลักษณ์ตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้ง พบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ ตราสินค้าที่ปรากฏบนถุงช้อปปิ้ง พบว่า ภาพภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ตราสินค้าทั้ง 3 องค์ประกอบ ได้แก่ คุณประโยชน์ ด้านหน้าที่ คุณประโยชน์ ด้านสัญลักษณ์และคุณประโยชน์ด้านประสบการณ์ในการใช้สินค้า มีความโดดเด่นอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งผู้บริโภคเพศหญิงมีแนวโน้มที่จะรับรู้คุณค่าตราสินค้าและภาพลักษณ์อัตลักษณ์ตราสินค้าเชิงผลประโยชน์ที่ปรากฏบนถุงช้อปปิ้งมากกว่าผู้บริโภคเพศชายและปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้าโดยรวมของผู้บริโภค คือ ภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ตราสินค้าเชิงผลประโยชน์ด้านประสบการณ์ในการใช้สินค้านั้น ๆ

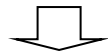
องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย มีดังนี้คือ

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง
อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย



มีชุดคู่มือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
การเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย



เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง
อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย



มีการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร
กาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

สรุป

จากการศึกษางานวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย พบว่า กาแพดอยช้างมีการพัฒนากลยุทธ์ ดังนี้คือกลยุทธ์ด้านการตลาดและแนวโน้มของธุรกิจของกาแพดอยช้างว่า กาแพดอยช้างเป็นกาแพระดับพรีเมียมที่เราอยากนำเสนอให้คอกาแพคนไทยได้ลิ้มรส เราจึงได้ปรับมุมมองการบริหารธุรกิจ กาแพดอยช้างจากธุรกิจเพื่อชุมชนสู่ธุรกิจแฟรนไชส์ และมีการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยว กาแพดอยช้างครั้งนี้คือแผนประชาสัมพันธ์สื่อทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อโทรทัศน์ รูปแบบอื่นๆ มีการจัดทำคู่มือสำหรับซื้อสินค้าในตลาดไว้คอยบริการนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นหมู่คณะใหญ่หรือหน่วยงานราชการที่มาศึกษาดูงานด้วย ตลอดจนถึงการเสริมสร้างเครือข่ายกาแพดอยช้างครั้งนี้คือมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างองค์กรและกลุ่มคนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ การกำหนดนโยบาย การวางแผน และการตลาด องค์กรและกลุ่มคนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เจ้าหน้าที่ ของรัฐที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว นักการเมืองท้องถิ่น นักการศึกษา คนท้องถิ่นที่พำนักอาศัยในชุมชน ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร ธุรกิจจันทนาการ สมาคมการท่องเที่ยว หอการค้า

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

- ก. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับวิถีชีวิตของชาวดอยช้างที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว
- ข. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วม

ที่ครบวงจร

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบองค์ความรู้มีการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

References

สนธยา พลศรี. (2561). *แนวโน้มการขยายตัวของเศรษฐกิจโลก*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : วีไอพี ก๊อบปี่ปรีน.

อมรา พงศาพิชญ์. (2561). *การพัฒนานวัตกรรมชุมชนในด้านการพัฒนาเพื่อการสงวนรักษาคุณค่าการท่องเที่ยวเกษตร*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

อมรา พงศาพิชญ์. (2561). *การจัดกลยุทธ์ทางการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : พิมพ์ที่บริษัทสุขุมและบุตรจำกัด.

นันทน์ภัส ทรัพย์โชคธนกุล. (2561). *การดำเนินการช่วงต้นน้ำของโรงงานกาแปดอยช้าง*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ พิมพ์ลักษณ์.