

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชาท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน  
บ้านโป่งน้ำร้อน ตำบลดอยฮาง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

The Development of Local Tea Product to Promote Community based  
Tourism in Ban Pong Nam Ron, Doi Hang Sub-District,  
Muang District, Chiangrai Province

ญาณัท ศิริสาร<sup>1</sup> และคณะ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตชาดำด้วยวิธีการแบบดั้งเดิมเพื่อเชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน ศึกษากระบวนการผลิตที่เหมาะสมในการผลิตชาดำด้วยวิธีการแบบดั้งเดิมให้มีคุณภาพตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.120/2549) แล้วนำไปศึกษาการยอมรับของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ชาดำที่ผลิตด้วยวิธีการแบบดั้งเดิม และหาแนวทางการนำผลิตภัณฑ์ชาดำที่ผลิตด้วยวิธีการแบบดั้งเดิมของชุมชนสู่การท่องเที่ยวของชุมชน บ้านโป่งน้ำร้อน หมู่ 7 ตำบลดอยฮาง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เป็นงานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน โดยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก การสนทนากลุ่ม การทดลองกระบวนการผลิตชาดำด้วยวิธีการแบบดั้งเดิมและการทดสอบการยอมรับ

ผลการวิจัยพบว่า จากกระบวนการมีส่วนร่วมดำเนินงานวิจัยทำให้นักวิจัยชุมชน ได้เข้าใจสภาพปัญหาของชุมชน มีการเรียนรู้และพัฒนาความรู้จากการศึกษาดูงานและการร่วมกิจกรรมงานวิจัย ตลอดจนการสรุปบทเรียนและหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนร่วมกัน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาชุมชนคือการพัฒนาค้น ผลการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ชา พบว่า มีคุณลักษณะทางกายภาพ สี กลิ่น รส การสกัดด้วยน้ำเดือด สิ่งแปลกปลอม การเจือสี ความชื้น ค่ากาเฟอีน และจุลินทรีย์

<sup>1</sup>นักวิชาการศึกษา สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

อยู่ในระดับดี ตามเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มผช.120/2549 สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สำหรับการทดสอบการยอมรับผู้บริโภค ความคิดเห็นของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก เนื่องจากในขณะชิมชาได้มีการอธิบายกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมและชุดสาธิตตัวอย่างไปจัดแสดงประกอบ ดังนั้น หากชุมชนต้องการให้ผลิตภัณฑ์ชาดำที่ผลิตด้วยกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมของชุมชนเป็นที่ชื่นชอบ ควรให้ความสำคัญต่อตัวผลิตภัณฑ์ในแง่ของคุณค่าทางวัฒนธรรมเป็นตัวหนุนนำให้เกิดความชื่นชมประทับใจ สร้างประสบการณ์การเรียนรู้ให้แก่ผู้บริโภค ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณค่าและมูลค่าไปในตัว ส่วนการพัฒนาของชุมชนต่อผลิตภัณฑ์ชาดำเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนนั้น ควรมีการพัฒนาผลผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีกรรมวิธีที่เป็นเอกลักษณ์และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปมีส่วนร่วม สัมผัสตรง ลงมือทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความแปลกใหม่ การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ รวมถึงพัฒนาบุคลากรในชุมชนเพื่อให้เกิดการเท่าทันต่อข้อมูลข่าวสาร สถานการณ์ความเคลื่อนไหวทางการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ภายใต้การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นและผู้ที่เกี่ยวข้อง ส่วนการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ชาดำยังจำเป็นต้องพัฒนาสถานที่ในการผลิตเพื่อการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในอนาคต และการปรับปรุงรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ชาดำให้มีความทันสมัยและเป็นที่น่าสนใจของผู้บริโภค

**คำสำคัญ :** การท่องเที่ยวโดยชุมชน , การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

## ABSTRACT

The aims of this study were: 1) to study the local wisdom in producing black tea based on the traditional method with an aim to integrate with tourism activities of the community; 2) to examine the practical production process in producing black tea based on the traditional method to meet with the community product standard (CPS.120/2006); 3) to investigate the consumers' acceptability of the black tea production based on the traditional method; and 4) to explore the approach to integrate the black tea production based on the traditional method into the tourism

activity of Pong Nam Ron community, Moo 7, Doi Hang sub-district, Muang district, Chiang Rai province. This research employed an action-based community participatory approach using in-depth interview, focus-group discussion, experiment on producing the black tea based-on the traditional method, and examination of the acceptability.

The findings showed that the participatory process led the researchers to understand problems in the community, learned from the issues and developed the knowledge from fieldwork, undertook research activities, analyzed the key issues and sought an approach to produce the products for tourism promotion. This process was the focal point in community development, that was, human development. Examination of the community product for the black tea, the findings showed that the physical attributes of the tea, color, smell, taste, distillation by boiling water, extraneous items, colorization, humid, caffeine index, and microorganism were reported at the high level based on the community product standard CPS120/2006 by Thai Industrial Standards Institute (TSI). Examination of the consumers' acceptability, the overall opinion of the consumers indicated the high level of satisfaction due to the fact that, along with tasting the tea, there was an explanation of the production process of black tea based on the traditional method together with the exhibition of the mock-up displaying the traditional production process. Therefore, if the community would like to have the black tea produced by the traditional method favored by the consumers, the concentration must be placed into the cultural aspect of the product that made the product more admirable, impressive, and stimulating the learning experience of the consumer. Like this, it would make the product more valuable and worthy. Regarding the development of the black tea for tourism promotion purpose, the

production process of the product must be unique and allow the participation of the tourists to directly feel and get involved with the production process. So, the tourists would gain the novel experience and feel the pride. Emphasizing on participation of the community, the development should also focus on the media for public relation and the literacy to enable the people to keep up the pace with the tourism updates and movements. Regarding production of the black tea, the production site must be improved to meet with the community production standard as well as the black tea package must be redesigned to be more modern and attractive for the consumers.

**Keywords :** Community Based Toursim, Tourism product development

## บทนำ

จังหวัดเชียงราย เป็นเมืองชายแดนที่มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ มีวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ ประชากรส่วนใหญ่ ร้อยละ 42.81 ประกอบอาชีพทำการเกษตร มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี พ.ศ.2537 เป็นต้นมา ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดเชียงรายในปี พ.ศ. 2552 อยู่ในลำดับที่ 6 ของภาคเหนือและลำดับที่ 28 ของประเทศพบว่า รายได้หลักส่วนใหญ่มาจากสาขาการเกษตรถึงร้อยละ 28.69 นอกจากข้าวหอมมะลิ ข้าวเหนียว ข้าวโพด กาแฟ และผลไม้เมืองหนาว ชาเป็นหนึ่งในพืชเศรษฐกิจหลักที่ทำรายได้ให้กับจังหวัดเชียงราย และเป็นพืชยุทธศาสตร์ในการพัฒนาจังหวัดในปี พ.ศ. 2552 มีพื้นที่ปลูกรวม 60,162 ไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 561.63 กก./ไร่ พันธุ์ที่ปลูก ได้แก่ ชาอัสสัม (*Camellia sinensis* var. *assamica*) ซึ่งเป็นพันธุ์ดั้งเดิมที่นิยมปลูกเนื่องจากให้ผลตอบแทนสูงและเป็น

ที่ต้องการของตลาด (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร, 2556, น.19-23) นอกจากนี้ ยังเป็นสินค้า OTOP ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดเชียงรายอีกด้วย

บ้านโป่งน้ำร้อน หมู่ที่ 7 ตำบลดอยฮาง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เป็นหมู่บ้านที่มีธรรมชาติงดงามและมีความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ที่อพยพมาอาศัยอยู่ร่วมกันเป็นชุมชนขนาดใหญ่ มีหมู่บ้านบริวาร 4 หย่อมบ้าน ประกอบด้วย 1) หย่อมบ้านสองแคว เป็นกลุ่มชาติพันธุ์จีนยูนนานอาศัยอยู่ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ทำชา ผลไม้อบแห้ง และรับจ้าง 2) หย่อมบ้านอาแป เป็นกลุ่มชาติพันธุ์อาข่า อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้น้ำตกห้วยแก้ว ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของตำบลดอยฮาง ชาวบ้านประกอบอาชีพ ทำไร่ ทำสวน และรับจ้าง 3) หย่อมบ้านน้ำบ่อนไก่ มีกลุ่มชาติพันธุ์ลีซออาศัยอยู่ในพื้นที่เนินเขา มีจุดชมวิวที่สวยงามของตำบลดอยฮาง ชาวบ้านประกอบอาชีพทำไร่รับจ้าง และ 4) หย่อมบ้านคนเมือง ซึ่งมีประชากรมากที่สุด ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำชา ทำเมี่ยง และรับจ้าง มีครัวเรือนจำนวน 100 ครัวเรือน ประชากรรวมทั้งสิ้น 677 คน การคมนาคมสะดวก มีระยะทางห่างจากตัวเมืองเชียงราย 30 กิโลเมตร สามารถเดินทางได้ทั้งทางบกและทางน้ำ

ด้วยสภาพพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ของบ้านโป่งน้ำร้อนส่วนใหญ่มีพื้นที่เป็นภูเขาร้อยละ 80 อยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเล 1,500 เมตร มีพื้นที่ราบเพียงร้อยละ 20 จึงเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูกพืชและไม้ผลเมืองหนาวเช่น การปลูกชา ลิ้นจี่ ลูกพลับ ลูกไหนด เป็นต้น จากการบอกเล่าของผู้สูงอายุในชุมชนกล่าวว่า แต่เดิมคนในชุมชนทำสวนชาเพื่อผลิตชาหมัก หรือ เมี่ยง ส่งจำหน่ายไปยังตลาดในตัวเมืองเชียงรายมานานกว่า 100 ปี ต่อมาในปี พ.ศ.2533 โครงการหลวงได้จัดตั้งสถานีวิจัยชาขึ้นที่บ้านห้วยน้ำขุ่น อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบกับกรมส่งเสริมการเกษตรมีนโยบายส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกชา ส่งผลให้เกษตรกรในชุมชนปรับจากการผลิตเมี่ยงเพียงอย่างเดียวมาผลิตชาดำด้วย โดยจำหน่ายชาดำให้กับโรงงานผลิตชาเอกชนในอำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย เป็นระยะเวลานานกว่า 30 ปีแล้วที่คนในชุมชนประกอบอาชีพทำสวนชาพันธุ์อัสสัม (*Camellia sinensis* var. *assamica*) โดยมีพื้นที่เพาะปลูก 300 ไร่ (ปี 2550) ผลผลิตเฉลี่ย 700 กก./ไร่ ปัจจุบันมีโรงงานผลิตชาในชุมชนจำนวน 3 แห่ง เป็นของผู้ประกอบการเอกชน 1 แห่ง และของคนในชุมชน 2 แห่ง ด้วยเหตุนี้คนในชุมชนจึงมีความรู้ในการผลิตชาดำที่เป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่นเอง

ปัจจุบันระบบการผลิตชาในชุมชนมี 2 วิธีคือ 1) การนวดใบชาด้วยเครื่องด้วยการนำใบชาสดมาคั่วให้สุกแล้วนำไปใส่เครื่องนวดให้เป็นเกลียว นำออกมาแช่ไม่ให้ชาจับตัวเป็นก้อน แล้วนำไปตากแดดหรือเข้าเตาอบ หรือย่างให้แห้งให้ความชื้นหายไป 80 เปอร์เซ็นต์ โดยใช้การคาดคะเนจากประสบการณ์ หรือกล่าวคืออย่างให้ใบชาแห้งแต่ไม่แห้งจนสุก สังเกตได้จากถ้าชยาใบชาจะไม่กรอบแตก แต่หากใบชาสุกขยำแล้วจะกรอบเป็นผง จากนั้นจึงนำมาคั่วให้แห้งอีกครั้ง ผึ่งให้เย็นก่อนใส่ถุงพลาสติกปิดปากถุงให้สนิท เก็บไว้ในที่แห้งและ 2) การนวดใบชาด้วยมือโดยมีกรรมวิธี คือ นำใบชาสดที่คั่วในกระทะให้สุก นำออกมาใส่กระด้งใช้มือนวดให้เป็นเกลียว แล้วแช่ไม่ให้ชาจับตัวเป็นก้อน นำไปตากแดดบนผ้าใบหรือตากบนกระด้งให้แห้งจนความชื้นหายไป 80 เปอร์เซ็นต์ นำมาคั่วกับกระทะใช้ไฟอ่อนๆ ผึ่งให้เย็นก่อนใส่ถุงพลาสติก เก็บไว้ในที่แห้ง ทำให้ผลผลิตที่ได้มีลักษณะของสีแตกต่างกันคือ การนวดด้วยเครื่องชาจะมีสีน้ำตาลแดงเข้ม ส่วนการนวดด้วยมือชาจะมีสีเขียวอมน้ำตาล ชาที่ผลิตทั้งสองวิธีให้สีรสชาติที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องคือองค์ประกอบทางเคมีในใบชาสดและกระบวนการผลิต(ธีรพงษ์ เทพกรณ์, 2555, น.189)

เดชา เติมิยะ (สัมภาษณ์, 2556) กล่าวถึง ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตชาแบบดั้งเดิมว่า ผลิตผลจากชาที่ผ่านกรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิมจะให้คุณภาพความหอมของกลิ่นที่ดีกว่า ซึ่งชาวบ้านเรียกวิธีการนี้ว่า “การอบชาด้วยไ” (ซึ่งลักษณะของไ เป็นไม้ไผ่สานทรงกระบอก มีตะแกรงลวดชั้นกลางคล้ายกับไหนึ่งเมี่ยงของภาคเหนือ ) เนื่องจากผลิตได้ครั้งละไม่มาก อบได้ไม่ทันกับใบชาสดที่เก็บได้มาก ชาวบ้านจึงหันมาใช้ในการอบด้วยเครื่องจักรเพื่อป้อนโรงงานทำให้กระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมที่ให้คุณภาพที่ดีกว่าเริ่มสูญหายไป จากกิจกรรมดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจากใบชา ซึ่งเป็นสินค้าดั้งเดิมยังไม่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาคุณค่าเท่าที่ควร ทั้งด้านบรรจุภัณฑ์และฉลากที่ยังไม่ได้มาตรฐาน มีผลต่อการจำหน่ายในรูปของวัตถุดิบส่งโรงงานนอกพื้นที่ เนื่องจากโรงงานผลิตชาในพื้นที่เป็นโรงงานขนาดเล็ก แม้ชุมชนจะมีประสบการณ์ แต่ยังขาดทั้งความรู้ทางวิชาการและการสนับสนุนด้านทุนดำเนินงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพได้

จากการที่ตำบลดอยฮางเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้าไปท่องเที่ยวเพื่อการเดินป่า หรือชมน้ำตกห้วยแก้ว ชมสวนชา ชมวิถีชีวิต วัฒนธรรมชนเผ่า การพักโฮมสเตย์ โดยบ้านโป่งน้ำร้อนเป็นพื้นที่ที่มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 ด้วยการสนับสนุนจากหลายหน่วยงาน เช่น ศูนย์ศึกษาและพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ฝ่ายวิจัยมูลนิธิโครงการหลวง องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน – อพท. (องค์การมหาชน) องค์การบริหารส่วนตำบลดอยฮาง สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT-I) เป็นต้น จึงเป็นโอกาสของชุมชนที่จะใช้ต้นทุนทางภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาชุมชนของตนเอง

คณะวิจัยและนักวิจัยชุมชนจึงได้ร่วมกันศึกษากระบวนการผลิตชาดำแบบดั้งเดิมของชุมชนที่เหมาะสมและได้ชาที่มีคุณภาพ และทำการศึกษาการยอมรับของผู้บริโภค เช่น สี กลิ่น รสชาติ และความชอบโดยรวม เพื่อให้ได้ชาดำมีคุณภาพดี ซึ่งประโยชน์ของการวิจัยครั้งนี้นอกจากเป็นการสืบสานภูมิปัญญาดั้งเดิมของท้องถิ่นแล้ว กระบวนการผลิตชาดำแบบดั้งเดิมจะเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรในรูปแบบของสินค้าและบริการของชุมชนในลักษณะของกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน ยิ่งไปกว่านั้นยังช่วยอนุรักษ์ป่าเมี่ยงของชุมชนที่มีส่วนสำคัญในการรักษาป่าต้นน้ำ และการประกอบอาชีพทางการเกษตรของชุมชนให้เกิดความยั่งยืนตลอดไป ด้วยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการโดยชุมชนมีส่วนร่วมและบูรณาการกับการเรียนการสอนในพื้นที่ระดับประถมศึกษาและระดับอุดมศึกษาเพื่อให้ชุมชนเกิดการเรียนรู้จากงานศึกษาวิจัยไปพร้อมกัน

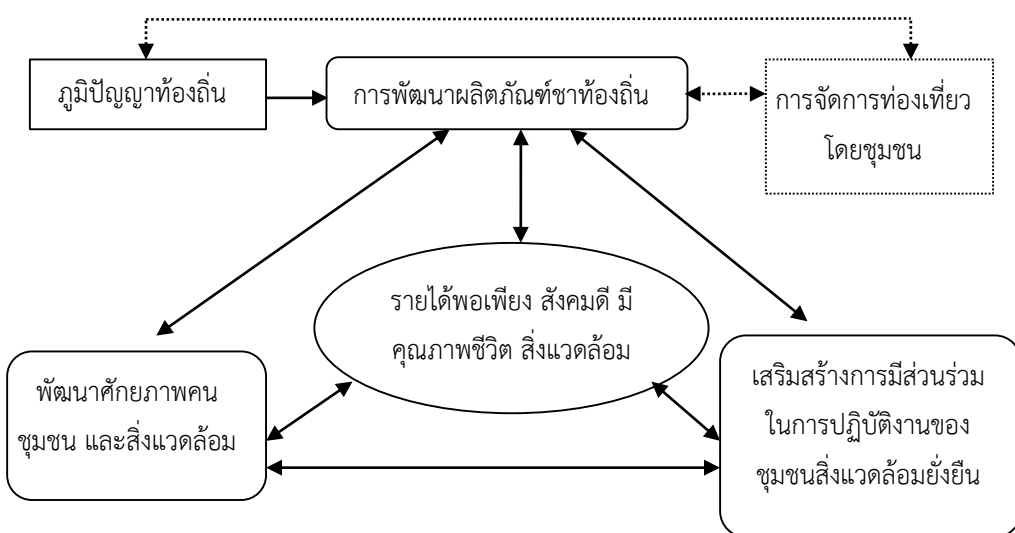
### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตชาดำด้วยวิธีการแบบดั้งเดิมเพื่อเชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน
2. เพื่อศึกษากระบวนการผลิตที่เหมาะสมในการผลิตชาดำด้วยวิธีการแบบดั้งเดิมให้มีคุณภาพตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.120/2549)
3. เพื่อศึกษาการยอมรับของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ชาดำที่ผลิตด้วยวิธีการแบบดั้งเดิม
4. เพื่อหาแนวทางการนำผลิตภัณฑ์ชาดำที่ผลิตด้วยวิธีการแบบดั้งเดิมของชุมชนสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน

## ผลและประโยชน์ที่ได้รับ

1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาให้กับชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่และนอกพื้นที่ รวมถึงสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ไปพัฒนาเป็นกิจกรรมสร้างสรรค์ในชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่แปลกใหม่ เป็นองค์ความรู้ในการวิจัยต่อไป
2. บริการความรู้แก่ประชาชนทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่กล่าวคือ กลุ่มเกษตรกรในชุมชนได้เรียนรู้ร่วมกับทีมวิจัยและนักเรียนในชุมชนได้เรียนรู้ผ่านกระบวนการวิจัยไปพร้อมกัน
3. เป็นประโยชน์ต่อประชากรกลุ่มเป้าหมายโดยการทำวิจัยครั้งนี้นอกจากจะเป็นการอนุรักษ์ฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่นแล้วยังเป็นการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับต้นทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนด้วย
4. สถาบันการศึกษาสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไปเป็นสื่อประกอบ การเรียนการสอนได้
5. ชุมชนท้องถิ่นเกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต ทั้งระดับบุคคล ระดับกลุ่มและเครือข่าย ให้สามารถนำงานวิจัยเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาของชุมชน

## กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 ญาณัท ศิริสาร(2556). กรอบแนวคิดการวิจัย

## ขอบเขตการวิจัย

### ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่

1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป หน่วยงานภาครัฐ เอกชน ผู้นำชุมชนและประชาชนในพื้นที่ โดยมีวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงที่สุด คณะวิจัยใช้วิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่กำหนดจากองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้นำและประชาชนในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องและการเก็บข้อมูลผู้บริโภค ด้วยวิธีการแสวงหาผู้ที่มีคุณสมบัติที่สามารถให้ข้อมูลพื้นฐานชุมชน

2) กลุ่มทดลองผลิตชาและผู้ประกอบการ ด้วยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงทั้งผู้บริหารและบุคลากรภาครัฐ ภาคเอกชนในพื้นที่ศึกษา ผู้นำชุมชนที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ หรืออาศัยอยู่ในพื้นที่มายาวนานพอที่จะรับรู้เรื่องราวต่างๆ ของชุมชนและผู้มีความรู้เกี่ยวกับการผลิตชาดำของตำบลดอยฮาง

3) กลุ่มผู้บริโภค จำนวน 100 คน สำหรับการเก็บข้อมูลการยอมรับของผู้บริโภคที่มีต่อชาที่ผลิตได้ ด้วยวิธีการสุ่มตามความสะดวก จำนวน 100 คน โดยเป็นขนาดที่ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบโควตาของผู้บริโภคที่มาท่องเที่ยวงานประจำปีของจังหวัดเชียงราย (ช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ของทุกปี)

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

1) ศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตชาดำแบบดั้งเดิมของชุมชนบ้านโป่งน้ำร้อน สถานภาพการผลิตชาและปัญหาของกลุ่มผู้ผลิตชา

2) กระบวนการผลิตชาดำด้วยวิธีแบบดั้งเดิมด้านระยะเวลาและอุณหภูมิที่เหมาะสม

3) การยอมรับของผู้บริโภคด้าน สี กลิ่น รสชาติและความชอบโดยรวม

4) การถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ของชุมชนสู่เครือข่ายและเด็กเยาวชนในโรงเรียนบ้านโป่งน้ำร้อน และบูรณาการสู่การจัดการเรียนการสอนกับหลักสูตรการท่องเที่ยวและหลักสูตรวิทยาศาสตร์การอาหารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

**พื้นที่วิจัย** การศึกษาดำเนินการ ณ บ้านโป่งน้ำร้อน ตำบลดอยฮาง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เป็นหมู่บ้านที่มีการเพาะปลูกชา ทั้งนี้สถานที่ผลิตชาที่โครงการได้ทำการวิจัยนี้ยังไม่ได้รับการตรวจประเมินคุณภาพตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช. 120/2549)

## นิยามศัพท์

โหอบชาดำ หมายถึง โห้ที่สานด้วยไม้ไผ่ มีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 80 เซนติเมตร ทรงกระบอกเว้า และวางตระแกรงเหล็กตรงกลาง ใช้สำหรับอบชาอัสสัม เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชน มีข้อดีคือทำให้มีกลิ่นหอม เหมาะสำหรับการคั่วชาในปริมาณไม่มาก ใหละไม่เกิน 1 กิโลกรัม จะให้ชาที่มีสีอมเขียว ไม่จำเป็นต้องนั่งเฝ้าเหมือนกับการใช้เตาอย่าง

## เครื่องมือและอุปกรณ์ในการวิจัย

### 1. เครื่องมือในการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น

#### การศึกษาภายใต้วัตถุประสงค์ที่ 1

11) แบบสัมภาษณ์ เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานสถานภาพกลุ่มผู้ผลิตชา ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตชาแบบดั้งเดิม โดยการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง

2) แบบบันทึกการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อใช้ในการสรุปผลการดำเนินงานพัฒนาและปรับปรุงและถอดบทเรียนจากการดำเนินการของชุมชน

#### การศึกษาภายใต้วัตถุประสงค์ที่ 2

1) แบบบันทึกการทดลองกระบวนการผลิตชาดำด้วยวิธีการแบบดั้งเดิมของชุมชน

2) การสุ่มตัวอย่าง เพื่อตรวจวิเคราะห์ค่าส่วนประกอบทางเคมีของใบชาที่ผลิตได้ โดยจัดส่ง ณ ศูนย์บริการตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพอาหาร น้ำและผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

#### การศึกษาภายใต้วัตถุประสงค์ที่ 3

1) แบบสอบถามการยอมรับของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ชาดำด้วยวิธีการผลิตแบบดั้งเดิมของชุมชน ทดสอบทางประสาทสัมผัสโดยวิธี Hedonic scale (9 คะแนน) ใช้ผู้ทดสอบ 100 คน ให้อัตราความชอบเป็น 9 คะแนน โดยที่ 1 คือไม่ชอบมากที่สุด 5 คือเฉยๆ และ 9 คือชอบมากที่สุด (ไพโรจน์ วิริยจารี, 2545) ประเมินในด้านลักษณะปรากฏ สี กลิ่น รสชาติ และความชอบโดยรวม

### เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตชาด้วยวิธีการดั้งเดิม

- 1) เครื่องชั่งขนาด 15 กิโลกรัม
- 2) เตาถ่าน (ขนาดกว้าง 50 X 50X50 ซม.) ก่อด้วยอิฐแดง
- 3) ไหอบสานด้วยไม้ไผ่ (ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 50 ซม. สูง 70 ซม.)
- 4) เครื่องคั่วชา 1 เครื่อง (ใช้ของเดิมที่ชุมชนมีอยู่)
- 5) เครื่องนวดชา 1 เครื่อง (ใช้ของเดิมที่ชุมชนมีอยู่)
- 6) ฟืน
- 7) ตะแกรง
- 8) นาฬิกาจับเวลา
- 9) พรอทวัดอุณหภูมิ
- 10) ถาดสแตนเลส
- 11) ภาชนะเก็บตัวอย่างชา
- 12) วัตถุดิบ ใบชาอัสสัม จากไร่ชาชุมชนบ้านโป่งน้ำร้อน ตำบลดอยฮาง

อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นไร่ชาที่ปลอดสารเคมี

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามมาตรวจสอบสภาพความสมบูรณ์
2. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาจำแนกออกเป็นประเด็น ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาและกรอบแนวคิด จากนั้นจึงทำมาวิเคราะห์ในรูปแบบเชิงพรรณนาความ และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่จัดบันทึกจากเทปและผู้ให้ข้อมูลอีกครั้ง
3. ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามการยอมรับมาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแตกต่างตามลักษณะประชากรศาสตร์โดยใช้ ANOVA
4. การวิเคราะห์เพื่อหาค่าความขึ้น ถ้า สารสกัดและคาเฟอีน ใช้วิธีการตามแนวทางของห้องปฏิบัติการที่ได้มาตรฐาน (Q-Lab)

## แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่ม

การสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Creation) หมายถึง การพัฒนาผลผลิต/ผลงานให้มีคุณค่าเพิ่มขึ้น โดยมีการนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ เพื่อให้ได้ผลผลิต/ผลงานที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพและประสิทธิผล (ชุกลิน อุณวิจิตรและคณะ, 2554, น.24-27)

การสร้างคุณค่าเพิ่มแตกต่างจากมูลค่าเพิ่ม (Value added) ที่ตราสินค้าเพิ่มขึ้นตามขั้นตอนของการผลิตและแตกต่างจากห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ที่เป็นเรื่องของการจัดการควบคุมจากผู้ผลิตตั้งแต่วัตถุดิบจนถึงผู้บริโภคขั้นสุดท้าย การสร้างคุณค่าในระบบเศรษฐกิจในที่นี้คือ กระบวนการสร้างสรรค์ใส่คุณค่าลงไปสินค้าและบริการนั้น โดยใช้ความได้เปรียบของจุดแข็งที่มีอยู่ตามธรรมชาติหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดต่อกันมา มาสร้างสรรค์ผลิตสินค้าเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ยากต่อการเลียนแบบ ทำให้ได้มูลค่าที่ราคาสูง (พันศักดิ์ วิญญรัตน์ ในชัยยศ สันตวงษ์, 2548, น.47)

### การออกแบบเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า

การนำเอาสินค้าหรือสิ่งของอะไรก็ตามมาออกแบบใหม่ ไม่ว่าจะเพื่อเพิ่มประโยชน์ใช้สอย หรือให้ใช้งานง่ายขึ้น หรือเพื่อปรับโฉมให้ดึงดูดใจกว่าเดิม เป็นวิธีการที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้ ยกตัวอย่างเช่นอาหารท้องถิ่นของภาคเหนืออย่างไส้อั่วที่แต่เดิมขายกันเป็นชดกกลมๆ ก็ถูกนำมาตีความใหม่กลายเป็น “ซูชิไส้อั่ว” ที่ห่อเนื้อไส้อั่วไว้ในข้าวเหนียวขนาดพอคำ หรือ “สลัดเซค” ที่นำเอาผักหลากหลายใส่คลุกรวมกันในแก้ว เพิ่มความสะดวกและน่ารับประทานผลิตภัณฑ์ทั้งสองอาจเป็นแรงจูงใจที่ดี ให้ผู้ประกอบการหันมาใช้ในการออกแบบกันมากขึ้น ทั้งยังสร้างค่านิยมเชิงบวกต่องานออกแบบในกลุ่มผู้บริโภคได้

### การสร้างนวัตกรรมจากทุนทางวัฒนธรรม

หลังจากเหตุการณ์วิกฤติเศรษฐกิจเมื่อช่วงปี พ.ศ. 2540 หลายประเทศประสบปัญหาสถานะชะงักงัน และได้พยายามปรับตัวเองพร้อมเร่งสร้างระบบเศรษฐกิจของประเทศให้เข้มแข็ง ไม่ว่าจะเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจระบบรากหญ้า การส่งเสริมการส่งออก ตลอดจนการแสวงหาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทุนของในแต่ละประเทศ ดังเช่น K-Strategies ของประเทศเกาหลี ที่เร่งพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศโดยนำทุนทาง

วัฒนธรรมมาเป็นจุดขายที่สามารถนำเงินเข้าสู่ประเทศได้อย่างมหาศาลประเทศไทยนับเป็นประเทศที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน หากแต่ประเทศเกาหลีมีแนวทางในการมองวัฒนธรรมเป็นทุนและสินทรัพย์ของประเทศ ถึงขั้นกำหนดให้เป็นหนึ่งในนโยบายการพัฒนาประเทศ เรื่องของทุนทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างสรรค์ธุรกิจและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าของประเทศ ดังนั้นจึงมีองค์กรอย่างสำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ (สนช.) เข้าร่วมมือกับกระทรวงวัฒนธรรมเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้คนในชาติ เห็นความสำคัญและร่วมกันหยิบยก ศิลปวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าเหล่านี้มาสร้างสรรค์ให้เกิดความน่าสนใจในรูปของสิ่งใหม่ หรือ กระบวนการผลิตแบบใหม่ๆ หรือสร้างรูปแบบธุรกิจแบบใหม่เข้ากับยุคสมัย และสร้างมูลค่าเชิงเศรษฐกิจและสังคมอย่างจริงจัง (พรชัย หอมชื่น, 2557, น.1)

#### กลยุทธ์การสร้างมูลค่าจากทุนทางวัฒนธรรม

คนส่วนใหญ่ชอบสินค้าที่มีเรื่องราว (story) หากผู้ผลิตสามารถใส่เรื่องราวที่น่าสนใจให้กับสินค้าก็เสมือนเป็นกำลังเสริม สร้างจุดเด่นให้สินค้าที่ผลิต ฉะนั้นทุนทางวัฒนธรรมของประเทศถือเป็นวัตถุดิบชั้นเยี่ยมที่เราสามารถนำมาแยกแยะประเด็นและดึงจุดที่น่าสนใจ มาใส่ให้เหมาะสมกับแต่ละประเภทสินค้า และสร้างค่านิยมเสริมเข้าไปผ่านกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับปัจจุบัน

จุดอ่อนของการทำธุรกิจโดยอาศัยทุนทางวัฒนธรรมประการหนึ่งคือ ผู้ผลิตไม่ทราบตลาดสินค้าที่จะขายสินค้านั้นเป็นใคร อยู่ที่ไหน จึงไม่สามารถสร้างเรื่องราวที่ช่วยเพิ่มโอกาสให้เข้าถึงตลาดและค่านิยมของผู้บริโภคได้ ตลอดจนการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าก็ไม่ชัดเจน

พรชัย หอมชื่น (2557) วิเคราะห์ว่าหัวใจของการพัฒนาสินค้าโดยอาศัยทุนทางวัฒนธรรม สามารถสรุปได้เป็น 3 ประเด็น ได้แก่ 1) การศึกษาจุดเด่นของวัฒนธรรมและนำมาปรับให้กลมกลืนสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ค่านิยมและวิถีชีวิตของสังคม โดยผลิตเป็นสินค้าที่มีการปรับปรุงรูปแบบที่เหมาะสม และดูทันสมัยขึ้นหรือออกแบบให้เกิดความแปลกใหม่น่าสนใจ แต่ยังคงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม 2) การสร้างสรรค์เรื่องราวทางวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งนับเป็นการสร้างคุณค่าให้กับสินค้า และการนำ "นวัตกรรม" เข้ามาจัดการ รวมทั้ง การสร้างตราสินค้า การสร้างสิ่งใหม่ที่มีเอกลักษณ์และ

เรื่องราว และ 3) ความตั้งใจ และทักษะด้านการบริหารจัดการ ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจสามารถประสบความสำเร็จได้

**แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน** การมีส่วนร่วมของชุมชนในการกระทำการใดๆ ที่เป็นเรื่องสาธารณะนั้นจัดได้ว่า เป็นการใช้หลักการพื้นฐานของระบอบประชาธิปไตย ซึ่งนำมาใช้เป็นหลักในการพัฒนาชุมชนได้ เพราะทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นส่วนใหญ่เป็นสาธารณะสมบัติของส่วนรวม ดังนั้น การมีส่วนร่วมของชุมชนจะมีผลในระยะยาว ซึ่งก็คือ การพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ คำว่าการมีส่วนร่วมของชุมชน (community participation) มีความหมายที่สามารถพิจารณาได้หลายลักษณะคือ ปัจจัยด้านการสนับสนุน การจัดองค์การ และการพัฒนาความเข้มแข็ง ผ่านกิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการ ตั้งแต่การรับรู้ ร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินการ รับผลประโยชน์และติดตามประเมินผล (Oakley et al, 1991)

**แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพ** ทศนีย์ โพธิสรณ์ (2556) ได้อธิบายถึง คุณภาพไว้ว่า หมายถึง คุณลักษณะที่ดีของสินค้าและบริการที่ผู้ประกอบการมีกระบวนการผลิต ตามมาตรฐานที่กำหนด ตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ทั้งภายในและภายนอก โดยมีต้นทุนการดำเนินงานที่เหมาะสม นอกจากนี้ยังกล่าวถึงพื้นฐานการพัฒนาประสิทธิภาพและคุณภาพที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมทั่วไป ว่าเป็นกระบวนการที่ช่วยค้นหาอุปสรรคในแต่ละขั้นตอนการผลิต เพื่อนำไปสู่การแก้ไขและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โดยใช้แนวคิดของเอดวาร์ด เดมมิง (W.Edwards Deming) เป็นที่รู้จักกันในชื่อวงจร “วงจรเดมมิง” หรือ PDCA ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน (P = Plan) การปฏิบัติตามแผน (D = Do) การตรวจสอบ (C = Check) และการนำผลมาปรับปรุงแก้ไข (A = Action)

สำหรับทางปฏิบัติในด้านการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทชา สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ได้มีการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชา ไว้ภายใต้ประกาศมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ชา ฉบับที่ 120/2549 ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้รับการรับรองและแสดงเครื่องหมายการรับรอง เป็นการส่งเสริมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ ให้เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย และสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ เน้นให้มีการพัฒนาแบบยั่งยืน โดยมุ่งให้ความสำคัญของการนำภูมิปัญญา

ชาวบ้าน และทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาพัฒนาและสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, 2557)

### แนวคิดการทดสอบการยอมรับ

การทดสอบเพื่อหาความชอบหรือการยอมรับในผลิตภัณฑ์ (Acceptance test) เป็นวิธีที่ใช้เพื่อทดสอบความรู้สึกของผู้ทดสอบในด้านความชอบ หรือการยอมรับที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผู้ทดสอบในการทดสอบนี้คือ กลุ่มคนทั่วไปหรือผู้บริโภคทั่วไปที่ไม่จำเป็นต้องได้รับการฝึกฝนการทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัส (Untrained panel) การทดสอบแบบนี้เหมาะสำหรับการศึกษาหาความชอบ หรือการยอมรับของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ (Consumer test) การสำรวจความต้องการของผู้บริโภค (Consumer Survey) ข้อมูลที่ได้จากการทดสอบนี้จะถูกนำไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค รวมไปถึงการศึกษาความเป็นไปได้ที่ผลิตภัณฑ์จะประสบความสำเร็จในการจำหน่าย (ธงชัย สุวรรณสิชณ, 2557)

### ข้อดีของการทดสอบแบบใช้สเกลในการพรรณนา

เปรียบเทียบกับ การทดสอบการประเมินทางประสาทสัมผัสอื่นๆ พบว่า การทดสอบแบบ Hedonic scaling เป็นการทดสอบที่ง่ายและเข้าใจได้ง่ายที่สุดโดยมีข้อดี คือ

(1) พบว่า เป็นวิธีที่ใช้การตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพในความแตกต่างน้อยๆ ในระดับของความชอบในอาหารที่คล้ายๆ กัน และใช้ตรวจสอบความแตกต่างได้อย่างหายากๆ แม้ว่าเมื่อเวลาผู้ประเมิน และสภาวะการทดสอบมีความแปรปรวน (Amerine et al., 1965)

(2) การทดสอบนี้ใช้แบบสอบถามและข้อเสนอแนะที่ง่ายซึ่งทำให้มีเหตุผลที่รู้จักคิด และทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถถูกลำดับต่อการประเมินครั้งแรกได้ (Gatchalian, 1981)

(3) สเกลแบบ Hedonic scale สามารถแสดงให้เห็นความแตกต่างในกลุ่มของลักษณะความชอบที่มีต่อผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะในการสำรวจภาคสนาม Kramer (1976) กล่าวว่า การทดสอบผู้บริโภค สเกลแบบ Hedonic scale สามารถช่วยกำหนดระดับการยอมรับผลิตภัณฑ์ได้

(4) เป็นวิธีที่มีประโยชน์ในการตรวจสอบการยอมรับโดยเฉพาะ อาหารที่ไม่ปกติ หรือ ไม่ใช้การทดสอบเปรียบเทียบตัวอย่าง

(5) การวิเคราะห์ทางสถิติของข้อมูลจากการทดสอบแบบ Hedonic scaling มีความง่าย แม้ว่าประชากรตัวอย่างจะมาก

### การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism)

การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวนบพ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดการเรียนรู้มาทำให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และตัวเกษตรกร การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะเป็นการอนุรักษ์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและผลกระทบต่อสภาพสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ และเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

#### ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่งจะมีกิจกรรมที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวหลาย ๆ กิจกรรม แล้วแต่สภาพจุดท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่ง ได้แก่

1) ประเภทนักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมระยะสั้น ได้แก่ การเข้าชมสวนเกษตร โดยนักท่องเที่ยวอาจเก็บผลผลิตในสวนหรือซื้อผลผลิตโดยเลือกเก็บได้ และทำกิจกรรมพื้นบ้านระยะสั้นร่วมกับชาวบ้าน เช่น ซี่ควาย นั่งเกวียน และอื่น ๆ

2) ประเภทให้นักท่องเที่ยวพักแรมในหมู่บ้าน การให้นักท่องเที่ยวพักแรมในหมู่บ้านเพื่อศึกษา และสัมผัสกับชีวิตของชาวนบพเกษตรโดยนักท่องเที่ยวจะได้รับบริการที่อบอุ่น ปลอดภัย สะดวกและสะอาด

3) ประเภทอบรมให้ความรู้เกษตรแผนใหม่และความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน การทำการเกษตรแผนใหม่ เช่น การปลูกและการดูแลรักษา การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร อาจมีการให้ใบประกาศนียบัตรด้วย การเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น

การศึกษาแมลงที่มีประโยชน์ พืชผักพื้นเมืองที่กินได้ การทำน้ำตาลมะพร้าวและน้ำตาลโตนด ฯลฯ

4) ประเภทจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์เกษตรสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านของเกษตรกรของใช้และของที่ระลึกต่าง ๆ ผลไม้สด ดอกไม้สด เมล็ดพันธุ์พืช

5) ประเภทให้ลู่ทางธุรกิจช่วงที่ธุรกิจอื่น ๆ ประสบปัญหาจากธุรกิจตกต่ำให้นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อหาลู่ทางในการทำธุรกิจเกี่ยวกับการเกษตร เพราะเป็นธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนเร็ว การท่องเที่ยวในลักษณะนี้นอกจากจะช่วยเอื้อประโยชน์ให้แก่เกษตรกรแล้วยังเป็นหนทางที่ช่วยภาคเอกชนที่รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันอีกด้วย

### รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1) **แบบกิจกรรมรายบุคคล** ได้แก่ การนำเที่ยวชมสวนของเกษตรกรรายบุคคลที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพ เช่น สวนทุเรียน มังคุด สวนไม้ดอกไม้ประดับ หรือแม้แต่ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ ทั้งนี้ผู้เยี่ยมชมจะได้รับความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิต การจัดการ การตลาดแล้วยังสามารถซื้อผลผลิตต่าง ๆ ที่ทางสวนจัดขึ้นอีกด้วย

2) **กิจกรรมการท่องเที่ยวตามฤดูกาลหรือเทศกาล** เช่น การจัดงานวันทุเรียนโลก งานวันเงาะโรงเรียน ฟุ้งทานตะวันบาน ฟุ้งดอกปทุมมา ซึ่งการท่องเที่ยวแบบนี้จะมีขึ้นเฉพาะในช่วงที่มีการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการเกษตรเท่านั้น

3.) **กิจกรรมการท่องเที่ยวตามชุมชนหรือหมู่บ้านเกษตรกร** ซึ่งเกษตรกรในชุมชน ร่วมกันจัดตั้ง บริหาร และจัดการท่องเที่ยว โดยจะมีหน่วยงานของรัฐให้ความร่วมมือสนับสนุนในการจัดทำโครงสร้างทางกายภาพ การจัดภูมิทัศน์ การให้แนวความคิดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพื้นที่และความสามารถของเกษตรกรในชุมชน

### การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism)

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ดีต้องมีบุคคล 3 กลุ่มเข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่ เจ้าของสวน ผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ และนักท่องเที่ยว ทั้งนี้บุคคลแต่ละกลุ่มควรมีแนวทางในการดำเนินการอย่างมีระบบเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ยั่งยืน ดังนี้

### 1) แนวทางบริหารจัดการของเจ้าของสวน

- 1.1) เตรียมสถานที่เที่ยวชมควรเป็นเส้นทางวงรอบเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็น
- 1.2) หากมีมุมสาธิตได้ ควรจัดเจ้าหน้าที่เตรียมการสาธิตให้ชม
- 1.3) มีมัคคุเทศก์นำชมสวน สามารถอธิบายได้ดีเท่ากับหรือมากกว่าเจ้าของสวน

(มีเกร็ดความรู้ มีการเปรียบเทียบ)

- 1.4) จัดมุมสถานที่พักผ่อน จัดมุมบริการอาหารและเครื่องดื่มจำหน่าย (โดยอาจ

ขอให้เพื่อนบ้านบริการแทน เพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น) มุมนี้จำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึกด้วย ทั้งของในสวนและของเพื่อนบ้านใกล้เคียง

- 1.5) จัดเตรียมอุปกรณ์ที่ทั้งขยะ แยกเปียกและแห้ง

1.6) มีบริการห้องสุขาที่สะอาด (อาจมีกล่องรับเงินบริการ เพื่อให้ผู้ที่ทำหน้าที่ดูแล ได้รับผลประโยชน์)

### 2) แนวทางบริหารจัดการของผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์

2.1) ต้องรอบรู้สถานที่/สวนแห่งนั้นอย่างละเอียด เพื่อให้ข้อมูลในการตัดสินใจและการเตรียมตัวแก่นักท่องเที่ยวได้

2.2) รู้ข้อควรปฏิบัติและข้อห้ามในการเที่ยวสวนเกษตร และถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจก่อนเดินทาง

2.3) หลังจากนำเที่ยวชมแล้ว ควรหาเวลาให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สัก 15-20 นาที ระหว่างการเดินทางกลับ หรือเป็นการประเมินผลการชมสวนนั้น ๆ เพื่อนำไปปรับปรุงได้

### 3) แนวทางการเตรียมตัวไปท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว

- 3.1) เป็นผู้ที่สนใจการทำสวนเกษตรแต่ละสาขาที่จะไปชม

3.2) มีการเตรียมตัวเดินทาง และเตรียมอุปกรณ์ของที่ใช้ตามที่ผู้จัดรายการนำเที่ยวแนะนำ

3.3) หากมีความชอบถ่ายภาพเป็นที่ระลึก ควรเตรียมกล้องและเมมโมรี่การ์ดไปเตรียมไว้ให้เพียงพอ

3.4) ปฏิบัติตามข้อแนะนำและข้อห้ามของแต่ละสถานที่ เพราะต้นพืชและธรรมชาติรอบด้านนั้นมีความอ่อนไหวและเปราะบาง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังต้องระมัดระวังเป็นพิเศษหากไปในช่วงที่เจ้าของสวนฉัตรยาป้องกันแมลง

3.5) มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวที่ไปเยือนมีสภาพแวดล้อมที่ดี สะอาด และสวยงาม

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สายลม สัมพันธ์เวชโสภา และคณะ (2551) กล่าวถึง แนวทางการพัฒนาชาไทยว่าควรมีการพัฒนาสายพันธุ์ชาและการเกษตร เพื่อให้ทนแล้ง ทนต่อโรคและแมลง การพัฒนากระบวนการผลิตชา โดยเฉพาะการผลิตชาให้ได้คุณภาพ มีปัจจัยหลายอย่างที่เกี่ยวข้องต้องควบคุม เช่น ระบบการซื้อขายใบชาสดและชาแห้ง การศึกษาเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว และระบบการขนส่ง เพื่อรักษาความสดและคุณภาพชาสด การศึกษากระบวนการแปรรูปโดยเฉพาะกระบวนการหมักเพื่อให้มี degree of fermentation ต่างกัน เช่น การอบ การบด เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีเรื่องของพัฒนาภาชนะบรรจุภัณฑ์และฉลาก รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชา การใช้ประโยชน์จากของเสียจากชา และการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรมให้กับสินค้า

อนุธิดา ผายพันธ์ (2550) ได้วิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรจากหญ้าหนวดแมว โดยมีวัตถุประสงค์ศึกษากระบวนการผลิตชาจากหญ้านวดแมว โดยคั่วหญ้าหนวดแมวที่อุณหภูมิ 60 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 10,15, และ 20 นาที และอุณหภูมิที่ใช้ในการอบ 60 และ 80 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 1 ชั่วโมง ผลการศึกษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์พบว่า ทั้ง 6 ตัวอย่างมีค่าสี  $L^*$ ,  $a^*$  และ  $b^*$  ปริมาณสารประกอบฟีนอลิกและค่าความเป็นกรดต่าง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ( $pH < 0.05$ ) ผลการประเมินคุณภาพทางประสาทสัมผัสด้านการยอมรับโดยรวมพบว่า ผู้ทดสอบให้การยอมรับชาหญ้าหนวดแมวคั่วที่ 10 นาทีและอบที่อุณหภูมิ 60 องศาเซลเซียส โดยมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าสี  $L^*$ ,  $a^*$  และ

b\* เท่ากับ 28.35, 1.55 และ 5.18 และมีปริมาณสารประกอบฟีนอลิกปริมาณความชื้นและปริมาณกรดทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 5.74, 6.20, และ 12.59 ตามลำดับ

วิไล ไชยมาศ และคณะ (2550, น.30-38) ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรจากผักหวานบ้าน พบว่า กระบวนการผลิตชาจากใบผักหวานโดยคั่วใบผักหวานที่อุณหภูมิ 60 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 10, 15 และ 20 นาที และอุณหภูมิที่ใช้ในการอบเท่ากับ 60 และ 80 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 1 ชั่วโมง ผลการศึกษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทั้ง 6 ตัวอย่าง พบว่า มีค่าสี ( $L^*$ ,  $a^*$  และ  $b^*$ ) ปริมาณความชื้น และปริมาณกรดทั้งหมด แตกต่างกัน ผลการประเมินคุณภาพทางประสาทสัมผัสด้านการยอมรับโดยรวมพบว่า ผู้ทดสอบให้การยอมรับชาใบผักหวานที่ใช้เวลาคั่ว 20 นาทีและอบที่อุณหภูมิ 60 องศาเซลเซียสโดยมีค่าสี  $L^*$ ,  $a^*$  และ  $b^*$  เท่ากับ 35.34, -0.73 และ 19.10 ตามลำดับ มีปริมาณสารประกอบฟีนอลิกปริมาณความชื้นและปริมาณกรดทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 24.01, 12.22 และ 7.17 ตามลำดับ

ภัทราวดี ศรีปัญญา และคณะ (2556, น.233) ได้ทำการทดสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์ชาเขียวหมู่บ้านนาจอก ตำบลหนองญาติ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม พบว่า ผลิตภัณฑ์ชาเขียวหมู่บ้านนาจอกประกอบด้วย 5 สูตร ได้แก่ สูตรยอด สูตรใบ สูตรดอก สูตรยอดผสมดอก และสูตรใบผสมดอก จากการทดสอบทางประสาทสัมผัสโดยวิธี Hedonic scale (9 คะแนน) ใช้ผู้ทดสอบที่ได้รับการฝึกฝนจำนวน 40 คน ในด้านลักษณะปรากฏ สีกลิ่น กลิ่นรส ความรู้สึกหลังกลืน และความชอบโดยรวม จากผลทดสอบทางประสาทสัมผัสพบว่าด้านกลิ่น กลิ่นรส ความรู้สึกหลังกลืน และความชอบโดยรวม ผู้ทดสอบให้คะแนนความชอบ สูตรดอกมากที่สุด ( $p < 0.05$ ) ส่วนในด้านลักษณะปรากฏ ผู้ทดสอบให้คะแนนสูตรยอดผสมดอกมากที่สุด ( $p < 0.05$ ) และด้านสีผู้ทดสอบให้คะแนนความชอบสูตรยอดสูงสุด ( $p < 0.05$ )

ชุกกลิน อนุวิจิตร (2554) ได้ศึกษาการสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่สินค้าของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวพบว่า นวัตกรรมศิลปวัฒนธรรมเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การพัฒนาของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวที่สะท้อนคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมประจำถิ่นและสอดคล้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะมีส่วนช่วยทั้งในด้านการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและการส่งเสริมรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวไปพร้อมๆ กัน โครงการวิจัยนี้กำหนดพื้นที่อำเภอเชียงแสน ซึ่งเป็น

แหล่งท่องเที่ยวที่มีศิลปวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นที่โดดเด่นเป็นพื้นที่วิจัย โดยได้ทำการสำรวจเอกสาร สิ่งของและสถานที่ตั้งของแหล่งศิลปะเชียงใหม่ ประกอบกับการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางไปเที่ยวเชียงใหม่จำนวน 400 คน เพื่อประเมินรสนิยม พฤติกรรมและความต้องการในการซื้อของที่ระลึก รวมถึงลวดลายศิลปะเชียงใหม่ที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ

ผลการศึกษาพบว่า ได้คัดเลือกลักษณะลวดลายศิลปะเชียงใหม่เพื่อนำไปผลิตสินค้าของที่ระลึกได้จำนวน 15 ลาย จากกลุ่มศิลปะเชียงใหม่ 5 กลุ่ม คือ กลุ่มพระพุทธรูป ได้แก่ พระเชียงใหม่ กลุ่มตำนาน ได้แก่ ลายตำนานช้างงู กลุ่มประติมากรรม ได้แก่ ภาพหน้ากาลจากลายปูนปั้นประดับเจดีย์วัดป่าสัก เบลวรรคมีพระเจ้าล้านตื้อ กลุ่มสถาปัตยกรรม และแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ชุมประตู่โขงสามเหลี่ยมทองคำ ทะเลสาบเชียงใหม่ เจดีย์วัดป่าสัก วัดเจดีย์หลวง ประตู่เมืองเชียงใหม่ กลุ่มหัตถกรรมพื้นเมือง ได้แก่ ลายผ้าทอเชียงใหม่ นำลวดลายดังกล่าวไปออกแบบใหม่โดยใช้เทคนิคคอมพิวเตอร์กราฟฟิกเพื่อใช้เป็นลวดลายของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต้นแบบ 8 ชนิด ได้แก่ เสื้อยืด กระเป๋าใส่ของ ป้ายเข็มกลัด แก้วน้ำเซรามิก กล่องใส่นามบัตร ภาพปูนดำทำจากกระดาษสา สมุดบันทึก จากนั้นนำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต้นแบบไปให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวน 177 คนที่เดินทางไปเที่ยวเชียงใหม่ประเมินผลแสดงความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ในด้าน วัสดุ ขนาด ประโยชน์ใช้สอย ความสวยงาม และเอกลักษณ์ของเชียงใหม่ รวม 5 ด้าน พบว่า ลวดลายที่นักท่องเที่ยวชาวไทยชอบมากที่สุดคือ เจดีย์วัดป่าสัก วัดเจดีย์หลวงและชุมประตู่โขงสามเหลี่ยมวัดป่าสัก ลายตำนานช้างงู และลายผ้าทอเชียงใหม่ ซึ่งเป็นลวดลายที่สะท้อนเรื่องราวและศิลปะที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ในเรื่องของรูปแบบและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญด้านประโยชน์ใช้สอย ความสวยงาม และขนาดของผลิตภัณฑ์ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญด้านศิลปะการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ วัสดุที่ใช้และขนาดของผลิตภัณฑ์ตามลำดับ

เทพกร ณ สงขลา (2554) ทำการศึกษาศักยภาพความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการใช้ทรัพยากรเกษตรของชุมชนชน:กรณีศึกษาท่องเที่ยวเชิงเกษตรข้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยพบว่า สามารถจำแนกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ สาธิตขั้นตอนการผลิต ให้ความรู้การเกษตร จำหน่ายสินค้า

ชุมชน และแนะนำธุรกิจการเกษตร รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเหล่านี้ส่งผลต่อ การอนุรักษ์ทรัพยากรเกษตร การขยายตัวกิจกรรมการเกษตร และการสร้างมูลค่าทรัพยากรเกษตร อย่างไรก็ตาม การใช้ทรัพยากรเกษตรดังกล่าว นอกจากจะส่งผลต่ออาชีพการเกษตรแล้ว ยังกลายเป็นสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยวที่อาจมีแนวโน้มว่าทรัพยากรเกษตรถูกใช้เพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าใช้เพื่ออาชีพการเกษตรของชุมชน

### ผลการวิจัย

ภูมิปัญญาในการผลิตชาดำด้วยวิธีการแบบดั้งเดิมของชุมชนบ้านโป่งน้ำร้อน วิธีการในการผลิตชาดำของบ้านโป่งน้ำร้อนจะใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิม วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตชาอัสสัม เป็นวัสดุอุปกรณ์ที่สามารถผลิตและจัดหาได้เองในท้องถิ่น ในการเก็บใบชาสดจะใช้ตะกร้า หรือก๊วย ตะขอพร้อมเชือก เต็ดใบชาสดใส่ตะกร้า แล้วนำมาผึ่งลม ทำการคั่ว นวด ก่อนนำไปอบ ด้วยอุปกรณ์ที่ชาวบ้านเรียกว่า “ไอบบชา” ซึ่งมีลักษณะเป็นไหรูปทรงกระบอกทำจากไม้ไผ่สานลายขัด มีตระแกรงตาข่ายตาถี่เหมือนมุ้งลวด ฝังอยู่ตรงกลางไห ดังภาพ



ภาพที่ 2 ญาณท์ ศิริสาร(2556) .ลักษณะของไอบบชา

โดยมีกระบวนการในการอบชาอยู่ด้วยกัน 2 วิธี คือ การทำชาดำด้วยการใช้มือ นวดและการใช้ไอบบชาเครื่องนวด ทั้งนี้ ชุมชนบ้านโป่งน้ำร้อนได้ใช้วิธีการผสมผสานกัน ระหว่างการผลิตชาด้วยมือแบบดั้งเดิม และการผลิตชาด้วยเครื่องจักรเข้าด้วยกัน โดยนำเอาเครื่องจักรสมัยใหม่มาใช้ในขั้นตอนการคั่วชา และการนวดใบชา แต่ยังคงวิธีการใช้ “ไอบบชา” ไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง

นิเวศของชุมชนบ้านโป่งน้ำร้อนที่จะเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองลงมืออบชาด้วยไผ่ ซึ่งเป็นภูมิปัญญามาตั้งแต่ดั้งเดิมดังภาพที่ 3-6 กระบวนการผลิตชาดำแบบผสมผสานของชุมชนบ้านโป่งน้ำร้อน



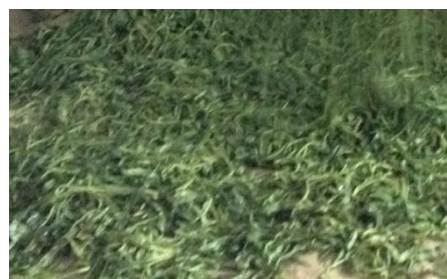
ภาพที่ 3 การคั่วใบชาด้วยมือ



ภาพที่ 4 การคั่วใบชาด้วยเครื่อง



ภาพที่ 5 ผลผลิตใบชาที่นวดด้วยมือ



ภาพที่ 6 ผลผลิตใบชาที่นวดด้วยเครื่อง

ผลการศึกษาวิจัยการพัฒนากระบวนการผลิตพันธุ์ชาดำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนของบ้านโป่งน้ำร้อน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตชาดำแบบดั้งเดิมเพื่อเชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อศึกษากระบวนการผลิตที่เหมาะสมในการผลิตชาดำด้วยวิธีการแบบดั้งเดิมให้มีคุณภาพตามมาตรฐานอุตสาหกรรม (มผช.) โดยนำผลิตภัณฑ์ชาที่ผลิตได้จากกระบวนการดังกล่าวไปทำ

การทดสอบการยอมรับของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ และระดมความคิดเห็นเพื่อหาแนวทางการนำกระบวนการผลิตภัณฑ์ชาท้องถิ่นสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน

ผู้วิจัยเลือกศึกษาพื้นที่บ้านโป่งน้ำร้อน ตำบลดอยฮาง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เป็นพื้นที่วิจัยเนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวของตำบลดอยฮาง ทำการศึกษาโดยศึกษาข้อมูลศักยภาพภูมิปัญญาในการผลิตชาดำแบบดั้งเดิมของชุมชน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงทดลองพัฒนากระบวนการผลิตที่เหมาะสมในการผลิตชาดำด้วยวิธีการแบบดั้งเดิมให้มีคุณภาพตามมาตรฐานอุตสาหกรรม (มผช.) และศึกษาการยอมรับของผู้บริโภค จากนั้นจึงระดมความคิดเห็นเพื่อหาแนวทางการนำกระบวนการผลิตภัณฑ์ชาท้องถิ่นสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน โดยมีรายละเอียดข้อสรุปดังนี้

1. ศักยภาพชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น บ้านโป่งน้ำร้อนเป็นชุมชนซึ่งเพาะปลูกสวนชามาแต่ดั้งเดิมตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ มีสวนชาของชุมชนรวมกว่า 300 ไร่ เป็นการผลิตแบบไม่ใช้สารเคมี ผลผลิตที่ได้จากการทำไร่ชาแปรรูปเป็นเมี่ยงและชา โดยเมี่ยงจะมีทั้งเมี่ยงนึ่งและเมี่ยงหมักส่งขายเชียงราย เชียงใหม่ และกำลังขยายฐานการตลาดไปสู่สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สำหรับศักยภาพภูมิปัญญาในการผลิตชาดำแบบดั้งเดิมของชุมชนบ้านโป่งน้ำร้อน พบว่ามีศักยภาพและทุนทางสังคมของชุมชนทั้ง

ทุนทางธรรมชาติ คือเป็นแหล่งต้นน้ำที่มีความสมบูรณ์ของทรัพยากรป่าไม้ มีป่าไม้ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ เช่น ไม้ดู่ ไม้ยาง ไม้แดงดง ไม้เต็ง ไม้ซ้อ ไม้กอก ไม้เต็ง และไผ่ ทั้งยังมีสัตว์ป่านานาชนิด อย่างหมูป่า นกปรอดหัวจุก นกปูดัน เก้ง อีเห็น ไก่ป่า เห็ดนานาชนิดและพืชสมุนไพรที่สามารถนำมารักษาอาการเจ็บป่วยเบื้องต้น

ทุนทางวัฒนธรรม บ้านโป่งน้ำร้อน ประกอบด้วยกลุ่มคนพื้นเมืองซึ่งเป็นกลุ่มหลักและกลุ่มชาติพันธุ์กระจายอาศัยอยู่บริเวณห้วยอมบ้าน แม้ว่าจะมีระบบคิดความเชื่อและประเพณีที่ต่างกันแต่ก็สามารถอยู่ร่วมกันช่วยเหลือพัฒนาหมู่บ้านร่วมกันได้อย่างสงบสุข

ภูมิปัญญาแหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น การประกอบอาชีพการผลิตชาและการทำเมี่ยงเป็นผลผลิตที่มีชื่อเสียงของบ้านโป่งน้ำร้อน เป็นใบชาที่เกิดจากต้นชาธรรมชาติ เป็นวัตถุดิบที่ปลอดภัย รวมทั้งวิธีการในการผลิตชาดำแบบภูมิปัญญาดั้งเดิม ซึ่งใช้วัสดุอุปกรณ์ใน

การผลิตที่สามารถผลิตและจัดหาได้เองในท้องถิ่น โดยเฉพาะการใช้ “ไผ่” อบชาด้วยความร้อน

2. กระบวนการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ ในกระบวนการมีส่วนร่วมงานวิจัยนี้ได้เน้นการมีส่วนร่วมของทีมวิจัยและนักวิจัยชุมชน โดยนักวิจัยชุมชนได้เข้าร่วมตั้งแต่ในขั้นตอนการออกแบบและวางแผนการดำเนินการวิจัย การวิเคราะห์ปัญหา ไปจนถึงกระบวนการลงมือปฏิบัติเพื่อเก็บข้อมูลวิจัยด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นในกระบวนการผลิตชาดำแบบดั้งเดิม และการทดสอบการยอมรับของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ชาดำ รวมไปถึงการสรุปบทเรียนที่ได้จากการวิจัย

ในขั้นตอนการวางแผนและออกแบบการทำงานได้มีการกำหนดปฏิทินการทำงาน พร้อมทั้งวิเคราะห์สภาพปัญหาทางการเกษตรตามสภาพความเป็นจริงของชุมชน โดยพบว่าปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตชา พบว่ามีปัญหาการขาดความรู้ในการแปรรูปผลผลิตให้มีคุณภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆในการเพิ่มมูลค่าของสินค้า และสะท้อนความต้องการในการเพิ่มมูลค่าผลผลิตชาด้วยกระบวนการพัฒนากระบวนการผลิตชาดำด้วยวิธีการดั้งเดิมเพื่อนำมาหนุนเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนออกแบบการดำเนินงานโครงการจะทำให้งานวิจัยนี้นอกจากจะได้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้แล้ว ยังเป็นการพัฒนาคน คือนักวิจัยชุมชนให้ได้ร่วมคิดวิเคราะห์และมีช่องทางในการพัฒนากระบวนการผลิตชาดำแบบดั้งเดิมและการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าของชุมชนต่อไป

### 3. ผลการวิจัยเชิงผลผลิต

#### 1) การทดสอบตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลการพัฒนากระบวนการผลิตชาดำด้วยวิธีการแบบดั้งเดิมให้มีคุณภาพตามมาตรฐาน มผช. พบว่าด้านระยะเวลาและอุณหภูมิที่เหมาะสมในการคั่วชา คือ ระยะเวลา 7 นาที ที่อุณหภูมิ 80 องศาเซลเซียส ระยะเวลาการนวด 10-15 นาที จากนั้นจึงผึ่งให้ไอน้ำระเหย 10 นาที แล้ววนไปอบร้อนด้วยไผ่ไม้ไผ่ ระยะเวลา 40 นาที ที่อุณหภูมิ 100 องศาเซลเซียส ในระหว่างการอบร้อนด้วยไผ่นั้น ให้กลับใบชาด้านล่างขึ้นด้านบน 2 ครั้ง

ส่วนการตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ชามผช.120/2549 พบว่ามีคุณลักษณะทางกายภาพ สี กลิ่น รส การสกัดด้วยน้ำเดือด สิ่งแปลกปลอม การเจือสี

ความชื้น ค่ากาเฟอีน และจุลินทรีย์ อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช. 120/2549) ของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ในระดับดี

## 2) การทดสอบการยอมรับผู้บริโภค

ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ชาดำที่ผลิตด้วยวิธีการแบบดั้งเดิม มีความคิดเห็นต่อ สี กลิ่น รสชาติและความชอบโดยรวมของผลิตภัณฑ์ชาดำที่ผลิตด้วยวิธีการแบบดั้งเดิม ไม่แตกต่างกัน จากข้อมูลการศึกษาแสดงว่าแม้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ดื่มชาเป็นบางครั้ง แต่มีความชอบโดยรวมอยู่ในระดับชอบมาก อันเนื่องมาจากในขณะที่มีการทดสอบชิมชาที่มิวจัยได้มีการอธิบายกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมและมีชุดสาธิตตัวอย่างไปจัดแสดงประกอบ จึงทำให้เกิดความประทับใจและชื่นชมต่อตัวผลิตภัณฑ์ จึงมีอิทธิพลต่อตัวผลิตภัณฑ์ ดังนั้น หากชุมชนต้องการให้ผลิตภัณฑ์ชาดำที่ผลิตด้วยกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมของชุมชนเป็นที่ชื่นชอบ ควรให้ความสำคัญต่อตัวผลิตภัณฑ์ในแง่ของคุณค่าทางวัฒนธรรมเป็นตัวหนุนนำให้เกิดความชื่นชมประทับใจ ได้มีส่วนร่วมในการลงมือทำ สร้างประสบการณ์การเรียนรู้ให้แก่ผู้บริโภค ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณค่าและมูลค่าไปในตัว

## 3) การนำไปใช้ประโยชน์และแนวทางการพัฒนา

การนำผลิตภัณฑ์ชาท้องถิ่นสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวของบ้านโป่งน้ำร้อน จะดำเนินการโดยกลุ่มคณะกรรมการโฮมสเตย์ของหมู่บ้าน ซึ่งผู้ประกอบการบางส่วนเป็นคณะกรรมการกลุ่ม สามารถอธิบายกระบวนการผลิตและทำได้ทุกคนรวมทั้งเด็กเยาวชนโรงเรียนบ้านโป่งน้ำร้อน เป็นมัคคุเทศก์ของชุมชนและยินดีเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมของชุมชน

สำหรับด้านการตลาด จากเดิมที่จำหน่ายเป็นกิโลกรัมขายส่งโรงงาน ปัจจุบันได้มีการพัฒนาด้วยการขายให้ผู้ซื้อโดยตรงตัดคนกลางออกไป และจะมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใส่ชาของชุมชนเอง เกิดตราสัญลักษณ์สินค้าของชุมชน ซึ่งสามารถจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวได้โดยตรง และมีการวางจำหน่ายในพื้นที่ของโดยอาศัยเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงรายเป็นจุดวางจำหน่ายและยังเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนไปพร้อมกันด้วย

ในส่วนการพัฒนาของชุมชนต่อผลิตภัณฑ์ชาดำเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนนั้น ควรมีการพัฒนาผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีกรรมวิธีที่เป็นเอกลักษณ์ และเปิดโอกาสให้

นักท่องเที่ยวได้เข้าไปมีส่วนร่วม สัมผัสตรง ลงมือทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความแปลกใหม่และเกิดความภาคภูมิใจ การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน รวมถึงพัฒนาบุคลากรในชุมชนเพื่อให้เกิดการเท่าทันต่อข้อมูลข่าวสารสถานการณ์ ความเคลื่อนไหวทางการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ภายใต้การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นและผู้ที่เกี่ยวข้อง ส่วนการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ชาดำของยังจำเป็นต้องพัฒนาสถานที่ในการผลิตเพื่อการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในอนาคต และการปรับปรุงรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ชาดำให้มีความทันสมัยและเป็นที่น่าสนใจของผู้บริโภค

### ข้อเสนอแนะการนำไปใช้ประโยชน์

1. จากการที่บ้านโป่งน้ำร้อนได้ใช้ศักยภาพทุนทางสังคม วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และทรัพยากรธรรมชาติของตนเป็นฐานสำคัญในการพัฒนาชุมชน ครอบคลุมทั้งด้านการสืบสาน อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น การจัดการป่าชุมชน และการเพิ่มมูลค่าให้แก่ตัวผลิตภัณฑ์ด้วยการพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ชาดำด้วยวิธีการแบบดั้งเดิมขึ้น เป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหรือกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ขึ้นนั้น เป็นตัวเสริมสร้างความประทับใจและชื่นชม จรรโลงใจให้กับผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มากกว่าเน้นขายผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว จึงเป็นตัวอย่างให้แก่ชุมชนอื่นๆ นำไปพัฒนาปรับใช้

2. การประชาสัมพันธ์ควรใช้สื่อออนไลน์ เป็นช่องทางในการสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้บริโภค

### เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) . (ระบบออนไลน์). แหล่งข้อมูล :

<http://www.aopdh03.doae.go.th/Agrotourism.htm> (23 กันยายน 2557).

โครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน. (ระบบออนไลน์). แหล่งข้อมูล:

[http://app.tisi.go.th/otop/otop\\_project.html](http://app.tisi.go.th/otop/otop_project.html). ( 27 พฤศจิกายน 2557).

ชัยยศ สันตวงษ์. (2548). 10 แนวคิดการจัดการสู่ 10 ขั้นตอนการบริหาร SMEs. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ชุกกลิ่น อุณวิจิตร และคณะ . (2554). การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าของที่ระลึกทางการท่องเที่ยว. รายงานวิจัย. ศูนย์ศึกษาและพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- ทัศนีย์ โพธิสรณ์. (2556). วิชาการจัดการคุณภาพ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. (ระบบออนไลน์). แหล่งข้อมูล:  
<http://uhost.rmutp.ac.th/tasanee.p/Unit%201/ IndexFrmU1.html>. (20 มีนาคม 2556).
- เทพกร ณ สงขลา. (2554).ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการใช้ทรัพยากรเกษตรของชุมชนชน:กรณีศึกษาท่องเที่ยวเชิงเกษตรข้างกลางจังหวัดนครศรีธรรมราช.วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 เดือนเมษายน – กันยายน 2554.
- ธงชัย สุวรรณสิขณ. (2557). เทคนิคการประเมินคุณภาพทางประสาทสัมผัสและการวิเคราะห์หน่วยวิจัยทางประสาทสัมผัส และผู้บริโภคนแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (ระบบออนไลน์). .แหล่งข้อมูล  
<http://www.kmitl.ac.th/~kskallay/pdf/sensory%20technic.pdf>. (28 พฤศจิกายน 2557).
- ธีรพงษ์ เทพกรณ์. (2550). การศึกษาการเปลี่ยนแปลงชนิดและปริมาณสารต้านอนุมูลอิสระ(โพลีฟีนอล) ในระหว่างกระบวนการผลิตชาเขียวและชาอู่หลงของจังหวัดเชียงราย รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. เชียงราย : มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- ธีรพงษ์ เทพกรณ์. (2555). ชา:กระบวนการผลิต และองค์ประกอบทางเคมีจากการหมัก. วารสารวิทยาศาสตร์บูรพา. ปีที่ 17 (2).
- พรชัย หอมชื่น. (2557). การสร้างนวัตกรรมจากทุนทางวัฒนธรรม .(ระบบออนไลน์) . แหล่งข้อมูล: <http://www.nia.or.th/innolinks/200706/innovculture.htm>. ( 20 มกราคม 2557).
- ไพโรจน์ วิริยจารี. (2539). การวางแผนและการวิเคราะห์ทางด้านประสาทสัมผัส. เชียงใหม่: ภาควิชาเทคโนโลยีการพัฒนาลิขิตภัณฑ์. คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ไพโรจน์ วิริยจารี. (2545). การประเมินทางประสาทสัมผัส. คณะอุตสาหกรรมเกษตร.  
เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภัทราวดี ศรีปัญญา และคณะ. (2556). การทดสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์ชาเขียวหมู่บ้าน  
นาจอก. วารสารวิทยาศาสตร์เกษตร. ปีที่ 44 ฉบับที่ 2 (พิเศษ) พฤษภาคม-สิงหาคม  
2556. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยนครพนม.
- รชนิกาส สมศรีดำรงไทย. (2552). “ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชามะม่วงผง  
สำเร็จในอำเภอเมืองเชียงใหม่”. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ  
จัดการอุตสาหกรรมเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิไล ไชยมาศ และคณะ. (2550). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรจากผักหวานบ้าน.  
การเกษตรราชภัฏ 6 (2) .มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ สมชาย หิรัญกิตติ วลัยลักษณ์ อัครธีรวงศ์ จิระศักดิ์ จิยะจันทร์ ขวลิต  
ประภาวนนท์ และณดา จันทร์สม. (2541). การวิจัยธุรกิจ : Business Research.  
กรุงเทพมหานคร : เอ. เอ็น.การพิมพ์.
- ศูนย์วิจัยพืชสวนเชียงราย กรมวิชาการเกษตร. (2553). การผลิตชาปัญจชันที่มีคุณภาพ  
โดยทดลองศึกษาการอบแห้งและการคงสภาพของชาปัญจชัน.(ระบบออนไลน์).  
แหล่งข้อมูล: <http://www.doa.go.th/hrc/chiangrai/index.php/news/44-2553/80-2011-05-23-02-46-46> (20 มีนาคม 2556).
- สายลม สัมพันธ์เวชโสภา และคณะ. (2551). ชาไทยในปัจจุบัน. เชียงราย : มหาวิทยาลัย  
แม่ฟ้าหลวง.
- หลักการชิมชา. AB Food & Beverages (Thailand) Ltd. (ระบบออนไลน์). แหล่งข้อมูล:  
<http://www.twiningsmoment.com/thailand/knowledge /tea-gastronomy/key.php>. (15 มีนาคม 2556).
- อนุดิตา ผายพันธ์. (2550). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรจากหญ้าหนวดแมว. รายงาน  
วิจัยฉบับสมบูรณ์. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- Amerine, M., Pangborn, R. M. and Roessler E.B. (1965). Principles of Sensory  
Evaluation of Food. Academic Press. New York.

Gatchalian, M.M. (1981). Sensory Evaluation Methods with Statistical Analysis.

College of Home Economics, University of the Philippines, Philippines.

Kramer, A. (1976). Guidelines for selecting objective tests and multiple

regression applications. Correlating sensory and objective

measurements. New Methods for Answering Old Problems. ASTM, STP

594. Philadelphia, P.A.

Oakley, P. et al. (1991). Projects with people: The practice of participation

in rural development. Geneva: International Labour Office.

### ผู้ให้สัมภาษณ์

เดชา เตมียะ. (2556). เกษตรกรผู้ผลิตชา. สัมภาษณ์, วันที่ 1 มีนาคม 2556.

อดุลย์ จิราเมธีกุล. (2556). เกษตรกรผู้ผลิตชา. สัมภาษณ์, วันที่ 1 มีนาคม 2556.

วรภาพ รักชาติ. (2556). เกษตรกรผู้ผลิตชา. สัมภาษณ์, วันที่ 28 มกราคม 2557.