

กลยุทธ์การจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวโดยชุมชน วิถีชาและกาแฟ: กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวชุมชนวิถีชา และกาแฟในจังหวัดเชียงราย

Supply chain strategy management of community- based tea and coffee tourism: Case study Chiang Rai community-based tea and coffee tourism

Received: 17 July, 2024

Revised: 14 August, 2024

Accepted: 15 August, 2024

ธันวา แก้วเกษ*

Thunwa Kaewket*

สุพรรณิการ์ ขวัญเมือง**

Supannika Khuanmuang**

กษิภณ อภิมุขคุณานนท์***

Kasiphon Aphimukkhunanon***

พรวศิน ศิริสวัสดิ์****

Pornwasin Sirisawat****

*, **, ***, ****สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

*, **, ***, ****School of Management, Mae Fah Luang University

*Email: thunwa.kae@mfu.ac.th

**Email: supannika.khu@mfu.ac.th

***Email: pramouln@yahoo.com

****Email: pornwasin.sir@mfu.ac.th

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนมีบทบาทสำคัญในการจัดการและบริหารทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจท้องถิ่น งานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาความท้าทายและโอกาสที่เกิดขึ้นในโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดเชียงราย ประเทศไทย ซึ่งเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม งานวิจัยได้สำรวจข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์กระบวนการในโซ่อุปทาน ความท้าทาย และโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวของหมู่บ้านห้วยน้ำกั้นและหมู่บ้านปางขอน ซึ่งพบว่า ในโซ่อุปทานมีการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการจัดการที่ดีในระดับชุมชน แต่ยังคงมีความท้าทายหลายประการที่ต้องเผชิญ เช่น การขาดการสนับสนุนทางเทคโนโลยีและการสื่อสารที่ทันสมัย ความไม่พร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในบางพื้นที่ และการขาดการฝึกอบรมในการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยว

ผลการวิจัยเสนอกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ 1. การให้ความรู้กับหมู่บ้านเพื่อพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น 2. จัดตั้งกลุ่มผู้รับผิดชอบหรือใช้อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ในการทำคอนเทนต์สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงพื้นที่ท่องเที่ยวออนไลน์ของหมู่บ้าน 3. การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน โดยคำนึงถึงบริบทที่แตกต่างกันของวิถีชีวิตและสภาพ

คำสำคัญ: โซ่อุปทานการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนการท่องเที่ยวและกาแฟ

Abstract

Community-Based Tourism is a form of tourism that gives communities a significant role in managing and administering tourism resources, with consideration for the sustainability of the environment, culture, and local economy. This research focuses on studying the challenges and opportunities that arise in the supply chain of community-based tourism in Chiang Rai province, Thailand, which is one of the areas with high potential for developing eco-tourism and cultural tourism. The research collected data using interviews and questionnaires to analyze the processes in the supply chain, challenges, and opportunities for tourism development in Huay Nam Kuen village and Pang Khon village. It was found that in the supply chain, local resources are used efficiently, and there is good management at the community level. However, there are several challenges to face, such as the lack of support for modern technology and communication, unpreparedness to accommodate tourists in some areas, and the lack of training in tourism business management.

The research results propose important strategies for developing community-based tourism in Chiang Rai province, including 1. educating villages to improve tourism

management, 2. establishing responsible groups or using influencers to create electronic media content to increase the villages' access to social media platforms, and 3. designing community tourism activities with consideration for the different contexts of tea and coffee lifestyles.

Keywords: Tourism Supply Chain, Community Based Tourism, Tea and Coffee Tourism Community

บทนำ

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) ได้กลายเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการและรับประโยชน์จากกิจกรรมการท่องเที่ยว รูปแบบนี้มุ่งปรับปรุงเศรษฐกิจชนบท อนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ในยุค Thailand 4.0 CBT ถูกระบุเป็นกลยุทธ์สำคัญในการส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังคงรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของประเทศ (นฤมล เกษมสุข, 2560) การท่องเที่ยวโดยชุมชนคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม โดยชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทาง จัดการ และมีบทบาทเป็นเจ้าของ เพื่อสร้างการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (สำนักงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, 2550) การสร้างตราสินค้าให้กับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างการรับรู้และความเข้าใจผ่านอัตลักษณ์ของชุมชนที่นำเสนอในรูปแบบของตราสินค้า เพื่อส่งเสริมความยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

แม้ว่า CBT จะมีศักยภาพในการสร้างประโยชน์ แต่ยังคงเผชิญกับความท้าทาย โดยเฉพาะในกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีการติดต่อประสานงานกับบุคคลหรือหน่วยงานภายนอกมากยิ่งขึ้น ต้องมีการวางแผนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมแตกต่างจากชาวบ้านที่ใช้ชีวิตปกติในชุมชน รวมถึงต้องประสานงานระหว่างผู้ผลิตท้องถิ่นและผู้ให้บริการ การขาดเทคโนโลยี การฝึกอบรมธุรกิจที่จำกัด และการประสานงานที่ไม่เพียงพอเป็นปัญหาสำคัญที่ต้องแก้ไข (Zhang et al., 2009) ในขณะที่กิจกรรมที่เกี่ยวกับชาและกาแฟมีความแตกต่างกัน โดยชามีกิจกรรมหลากหลาย เช่น การเก็บใบชาและการชิมชา ส่วนกาแฟเน้นที่การคั่วเมล็ดและการชงกาแฟ สำหรับตลาดไทยซึ่งนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่มีความรู้เรื่องชา กาแฟ และเริ่มนิยมดื่มชา กาแฟอย่างจริงจังมากขึ้น ร้านชา กาแฟก็ต้องปรับตัว เช่น มีการเสนอขายเครื่องดื่มประเภทชา กาแฟที่ลึกลับเกี่ยวกับกระบวนการชง และมีรายละเอียดถึงแหล่งที่มาของการปลูกชา กาแฟ การคั่วเมล็ดกาแฟ เกิดมีร้านกาแฟหรือชาในไร่หรือหมู่บ้าน มีการจัดที่พักให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นการเปิดประสบการณ์ให้กับทั้งชุมชนและนักท่องเที่ยว และในปี 2565 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชุมชนกลายเป็นเทรนด์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด ด้วยอัตราเติบโต 155% (ผู้จัดการออนไลน์, 2566) และในปีเดียวกัน จังหวัดเชียงรายได้ตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนให้เป็นเมืองแห่งชาและกาแฟ เพื่อยกระดับศักยภาพด้านการเกษตรของจังหวัด (เชียงรายปักษ์มุต “เมืองแห่งชา-กาแฟ” กระตุ้นเศรษฐกิจ-ท่องเที่ยว, 2565)

ดังนั้น เพื่อเป็นการต่อยอดงานวิจัยมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ซึ่งบุษบา สิทธิการ (2557) นำเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาต่อยอด จนได้พื้นที่/แหล่งท่องเที่ยวต้นแบบชุมชนวิถีชา และกาแฟ และมีการดำเนินการเรื่อยมา การศึกษานี้จึงมุ่งเน้นไปที่การสำรวจความท้าทายและโอกาสในการจัดการห่วงโซ่อุปทานของ CBT ในจังหวัดเชียงราย ประเทศไทย โดยการตรวจสอบแนวปฏิบัติในปัจจุบันและระบุ

พื้นที่ที่ต้องปรับปรุง การวิจัยนี้มีเป้าหมายที่จะเสนอแนวทางที่สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการในห่วงโซ่อุปทานและส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในภูมิภาค ข้อค้นพบจากการศึกษานี้คาดว่าจะให้ข้อมูลเชิงลึกที่มีค่าสำหรับผู้กำหนดนโยบาย ผู้นำชุมชน และผู้จัดการการท่องเที่ยวในการส่งเสริมรูปแบบ CBT ที่ยืดหยุ่นและยั่งยืนมากขึ้น

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์โครงสร้างห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวโดยชุมชนวิถีชีวิตและกาแฟในจังหวัดเชียงราย
2. เพื่อประเมินความท้าทายที่สำคัญในการจัดการห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวโดยชุมชน
3. เพื่อค้นหาโอกาสในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่ต่าง ๆ เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจและพึงพอใจของผู้เดินทาง เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อนการเดินทาง การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้องหรือเพื่อน เป็นต้น ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยผลักดัน ซึ่งได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การสร้างบ้านแปลงเมือง การมีรายได้และระดับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาทางด้านการคมนาคมขนส่ง และการสื่อสาร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนด้านต่าง ๆ ในยุคโลกาภิวัตน์ ส่วนอีกปัจจัยหนึ่งคือ ปัจจัยแรงดึงดูด ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคาการท่องเที่ยว กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และสื่อมวลชน ซึ่งปัจจัยทั้งสองส่วนนี้ เป็นสิ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการมีอุปทานการท่องเที่ยวที่พร้อมให้บริการ และนักท่องเที่ยวมีความพร้อมในการเข้าถึงข้อมูลและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกมากขึ้น

สินธุ์ สโรบล (2546) นิยามการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่า เป็นทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนมีบทบาทในการกำหนดทิศทาง โดยยึดหลักว่า ชาวบ้านเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้ที่ได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว โดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และวิถีการผลิตของชุมชนเป็นปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ด้านสำนักงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (2550) ระบุว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในรูปแบบองค์กร เพื่อสร้างความเข้มแข็งในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม ในขณะที่

ณัฐพัชร มณีโรจน์ (2560) สรุปว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่ตอบวัตถุประสงค์หลักในการผ่อนคลายและแสวงหาประสบการณ์ใหม่ โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมและเรียนรู้ทรัพยากรและวัฒนธรรมในเชิงลึก ขณะเดียวกัน ชุมชนได้รับผลตอบแทนในการดูแลรักษาทรัพยากร การสืบทอดประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม รวมถึงการพัฒนาความยั่งยืนในทุกภาคส่วนเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน

Buhalis (2000) และ Pike (2008) ได้นำเสนอทฤษฎีองค์ประกอบการท่องเที่ยว (6A) ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attraction) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenity) ที่พักแรม (Accommodation) การบริการเสริมทางการท่องเที่ยว (Ancillary Service) ในขณะที่ บุชบา สิทธิการ (2557) ได้นำเสนอองค์ประกอบที่ 7 ของการท่องเที่ยวคือ การบริหารจัดการ (Administration) ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 7 องค์ประกอบ (7A) มาเป็นแนวทางหลักในการรวบรวมความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

แนวคิดโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

ความหมายของโซ่อุปทานการท่องเที่ยว นั้น มีความใกล้เคียงกับความหมายของช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel) ซึ่งมุ่งเน้นเรื่องการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการและการตลาดในโซ่อุปทาน (Song, 2012) นอกจากนี้ยังมีความหมายคล้ายคลึงกับห่วงโซ่คุณค่าท่องเที่ยว (Tourism Value Chain) (Kaukal et al., 2000) ซึ่งประกอบด้วย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ ผู้ส่งมอบวัตถุดิบและบริการ (Tourism Supplier) บริษัทนำเที่ยว (Tour Operator) บริษัทตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agent) และนักท่องเที่ยว (Tourist) ที่เป็นผู้มีบทบาทหลักคอยทำหน้าที่เชื่อมโยงประสานกันภายในโซ่อุปทานหนึ่ง ๆ ทั้งในแนวดิ่ง (Vertical) และในแนวนอน (Horizontal) ตั้งแต่ต้นน้ำ (Upstream) จนถึงปลายน้ำ (Downstream) (Alford, 2005; Kaukal et al., 2000; Yilmaz & Bititci, 2006)

ในขณะที่ Zhang et al. (2009) ได้อธิบายคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ปัจจัยหลักของการท่องเที่ยว และการจัดการการท่องเที่ยว แสดงให้เห็นถึงโครงข่ายความสัมพันธ์ภายในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้ 1. กลุ่มผู้ผลิต/ให้บริการลำดับที่ 2 (Tier 2 Suppliers) คือ กลุ่มผู้ผลิต/ให้บริการที่ไม่ใช่ผู้ผลิตสินค้าโดยตรงให้กับนักท่องเที่ยว แต่เป็นกลุ่มที่สนับสนุนสินค้า/บริการให้กับผู้ผลิต/ให้บริการลำดับที่ 1 ต่อไป 2. กลุ่มผู้ผลิต/บริการลำดับที่ 1 (Tier 1 Suppliers) คือ กลุ่มผู้ผลิต/ให้บริการที่เป็นผู้ผลิต/ให้บริการโดยตรงกับนักท่องเที่ยว เช่น ผู้ประกอบการที่พัก ผู้รับขนส่งนักท่องเที่ยว ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก เป็นต้น 3. ผู้จัดการกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว หมายถึง การดำเนินกิจกรรมของการท่องเที่ยวโดยกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในสถานที่ท่องเที่ยว 4. ตัวแทนการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่นำข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ไปเสนอให้กับนักท่องเที่ยวตามกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน เพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาใช้บริการการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ 5. นักท่องเที่ยว และ 6. นอกจากผู้เกี่ยวข้องใน 5 กลุ่มนั้นแล้ว ยังมีอีกกลุ่มหนึ่งที่คอยสนับสนุนอยู่ตลอดกระบวนการคือ หน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น ที่ให้การสนับสนุนทั้งความรู้ และงบประมาณ แก่ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน โดยในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกนำเสนอโซ่อุปทานการท่องเที่ยวโดยใช้กรอบแนวคิดของ Djatna and Luthfiyanti (2015) ซึ่งได้นำเสนอกรอบแนวคิดในการจัดการโซ่อุปทานที่เน้นการปรับตัวให้รวดเร็ว (Responsive Supply Chain) โดยเฉพาะสำหรับธุรกิจขนาดกลางและเล็ก (SME) และได้เน้นถึงความสำคัญของระบบนิเวศธุรกิจดิจิทัล (Digital Business Ecosystem: DBE) ในการเสริมสร้างประสิทธิภาพและความคล่องตัวของโซ่อุปทาน กรอบแนวคิดนี้ประกอบด้วย การวิเคราะห์และออกแบบโซ่อุปทานที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียในระบบโซ่อุปทาน โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มความสามารถในการติดตามและการตัดสินใจ นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการรวมข้อมูลและการสื่อสารในระดับต่าง ๆ ของโซ่อุปทานเพื่อเสริมสร้างการประสานงานและการจัดการข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ

ความท้าทายและโอกาสในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) เผชิญกับความท้าทายหลายประการในการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ความท้าทายที่สำคัญคือ การขาดโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยีที่เหมาะสม ซึ่งจำกัดการเข้าถึงและคุณภาพของประสบการณ์การท่องเที่ยว โครงสร้างที่กระจายตัวของภาคการท่องเที่ยวทำให้การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมีความซับซ้อนยิ่งขึ้น (Adriana, 2009) นอกจากนี้ ยังมีการขาดการฝึกอบรมและการเสริมสร้างศักยภาพในชุมชนท้องถิ่น ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสามารถในการจัดการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ โครงการฝึกอบรมทักษะที่จำเป็นให้กับสมาชิกในชุมชนมีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะด้านการบริหารจัดการ การบริการลูกค้า และการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืน (Font et al., 2008) การประสานงานและความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้เสียก็เป็นอีกปัญหาหนึ่ง เช่น ผลประโยชน์ที่ขัดแย้งกัน การขาดความไว้วางใจ และการสื่อสารที่ไม่ดี ซึ่งปัญหาเหล่านี้ทำให้การประสานงานที่มีประสิทธิภาพในห่วงโซ่อุปทานเป็นไปอย่างยากลำบาก (Balakrishnan & Geunes, 2004) นอกจากนี้ การเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้นและช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพก็เป็นความท้าทายเช่นกัน เนื่องจากผลิตภัณฑ์และบริการในท้องถิ่นมักประสบปัญหาในการเข้าถึงลูกค้าที่มีศักยภาพเนื่องจากการตลาดและเครือข่ายการจัดจำหน่ายที่จำกัด ซึ่งทำให้ชุมชนไม่สามารถใช้ประโยชน์จากศักยภาพการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ (Jugmohan et al., 2016)

แม้จะมีความท้าทายหรืออุปสรรคดังกล่าวข้างต้น แต่ก็ยังมีโอกาสมากมายในการจัดการห่วงโซ่อุปทานของ CBT ในด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีการสื่อสารที่ได้รับการปรับปรุงและการบูรณาการอีคอมเมิร์ซและบล็อกเชน เสริมศักยภาพในการเสริมสร้างการตลาด การจอง และการโต้ตอบกับลูกค้า ทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้นและเพิ่มความโปร่งใสในการดำเนินงาน (Wu et al., 2019) นโยบายของรัฐบาลและเงินทุนก็มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนโครงการ CBT สิ่งจูงใจทางการเงิน เงินทุนสนับสนุน และระเบียบข้อบังคับที่สนับสนุนสามารถช่วยข้ามอุปสรรคการลงทุนเริ่มต้นและส่งเสริมการปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการเสริมสร้างศักยภาพ (Sodhi & Tang, 2021) การเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนผ่านการศึกษาและโปรแกรมการฝึกอบรมมีความสำคัญต่อความยั่งยืนของ CBT โปรแกรมเหล่านี้สามารถเพิ่มทักษะด้านการจัดการการท่องเที่ยว การตลาด และการบริการลูกค้า เพื่อให้แน่ใจว่าผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวกระจายอย่างเท่าเทียมกันและเคารพวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น (Font et al., 2008) สุดท้าย การนำแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืนมาใช้ใน CBT สามารถเพิ่มความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและรักษาไว้ซึ่งความมีชีวิตชีวาของการท่องเที่ยวในระยะยาว การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนในด้านการท่องเที่ยวเน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งมีความสำคัญต่อความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว (Linton et al., 2007)

การจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวโดยชุมชนเผชิญกับความท้าทายหลายประการ รวมถึงการขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐาน การขาดการฝึกอบรม ปัญหาการประสานงาน และการเข้าถึงตลาดที่จำกัด อย่างไรก็ตาม ยังคงมีโอกาสนำมาใช้ประโยชน์จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การสนับสนุนนโยบาย การเสริมสร้างศักยภาพของชุมชน และการดำเนินการอย่างยั่งยืนเพื่อชิงความได้เปรียบจากความท้าทายเหล่านี้และส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและครอบคลุม

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ มีการเลือกเครื่องมือที่ใช้ตอบวัตถุประสงค์การวิจัยที่แตกต่างกัน คือ ใช้แนวคิดโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในการวิเคราะห์โครงสร้างโซ่อุปทานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ใช้การสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อประเมินความท้าทายที่สำคัญในการจัดการโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว และใช้ SWOT Analysis (Kotler, 1984) ในการค้นหาโอกาสในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

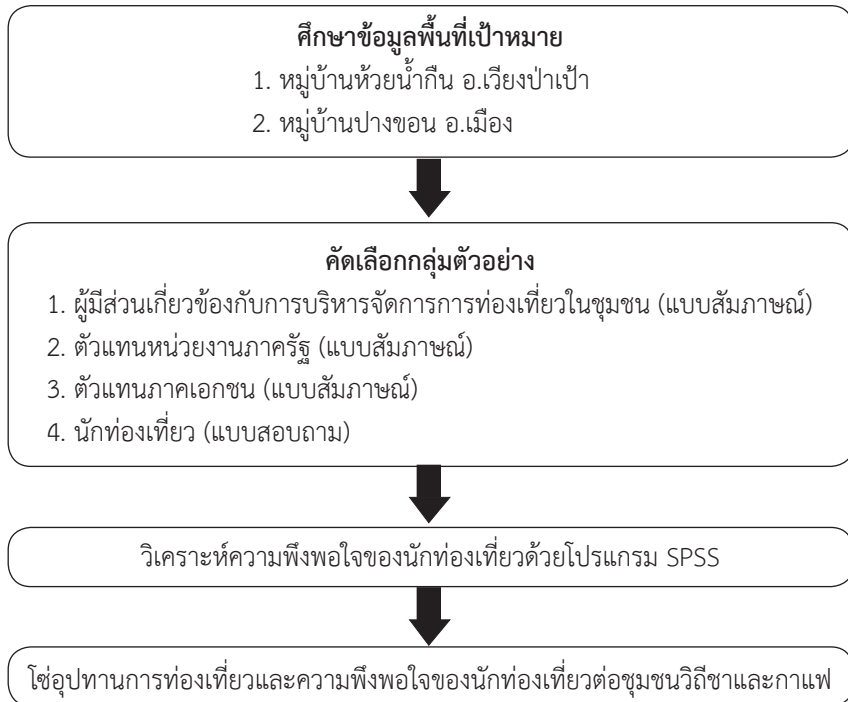
วิธีการดำเนินการวิจัย ใช้การวิจัยแบบผสม (Mixed Methods) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณในพื้นที่เป้าหมาย 2 หมู่บ้านในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ หมู่บ้านห้วยน้ำกั้น อำเภอเวียงป่าเป้า และหมู่บ้านปางขอน อำเภอเมืองเชียงราย ซึ่งเป็นตัวแทนหมู่บ้านชาและกาแพอย่างละ 1 หมู่บ้านตามลำดับ ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยตรงของหมู่บ้าน ได้แก่ 1. ผู้ใหญ่บ้าน 2. ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน 3. ประธานกลุ่มโฮมสเตย์ และ 4. ประธานกลุ่มผลิตชา/กาแพ 5. สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลที่ดูแลแต่ละหมู่บ้าน จำนวน 2 คน รวมหมู่บ้านละ 6 คน โดยใช้กรอบแนวคิดการจัดการโซ่อุปทานเชิงกลยุทธ์โดยปรับปรุงจาก Djatna and Luthfiyanti (2015) เป็นหลัก ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณได้ใช้แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ตามแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวของ บุขบา สิทธิการ (2557) โดยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวนหมู่บ้านละ 30 คน การออกแบบแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบระดับขั้น 1-5 (5 Rating Scale) ตามแนวคิดของ Likert (1961) โดยระดับคะแนน 5 หมายถึง มากที่สุด และระดับคะแนน 1 หมายถึง น้อยที่สุด จากนั้นหาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ และแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	แปลความหมาย
4.51–5.00	พึงพอใจมากที่สุด
3.51–4.50	พึงพอใจมาก
2.51–3.50	พึงพอใจปานกลาง
1.51–2.50	พึงพอใจน้อย
1.00–1.50	พึงพอใจน้อยที่สุด

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

1. โครงสร้างโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวโดยชุมชนวิถีสชาและกาแพในจังหวัดเชียงราย สามารถสรุปลักษณะการดำเนินงาน และกิจกรรมต่าง ๆ ได้ดังนี้

กิจกรรมต้นน้ำของโซ่อุปทาน เช่น การจัดหาวัตถุดิบ อุปกรณ์ หรือระบบการกำจัดของเสียต่าง ๆ ของหมู่บ้านนั้น ส่วนใหญ่หมู่บ้าน หรือสมาชิกในหมู่บ้านจะเป็นผู้ดำเนินการเอง เนื่องจากหมู่บ้านทั้งสองมีขนาดเล็กไม่ใหญ่นัก อีกทั้งอาหารการกินต่าง ๆ จะจำเป็นต้องจัดหาต่อเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามายังหมู่บ้านเท่านั้น ดังนั้น กิจกรรมต้นน้ำของหมู่บ้านจึงไม่มีความซับซ้อนมากนัก



ภาพที่ 1 วิธีการดำเนินการวิจัย (Research Methodology)

กิจกรรมกลางน้ำของไขว่พาน หมายถึง การจัดการกิจกรรมท่องเที่ยวหรือการจัดการนักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร การขนส่ง ร้านจำหน่ายของที่ระลึก และจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ นั้น หลังจากหมู่บ้านได้รับข้อมูลการจองจากนักท่องเที่ยวเรียบร้อยแล้ว คณะกรรมการหมู่บ้านจะดำเนินการแจ้งผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดโดยตรงแต่ละบุคคล พร้อมทั้งนัดหมายการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้เรียบร้อยก่อนนักท่องเที่ยวจะมาถึงแต่อย่างใดก็ตาม กิจกรรมกลางน้ำนั้น ยังพบช่องว่างคือ ระบบการจองที่พัก และการจัดการที่พักของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะต้องโทรมาจองกับผู้ใหญ่บ้านเป็นหลัก จากนั้นผู้ใหญ่บ้านหรือผู้นำกลุ่มท่องเที่ยว จะเป็นผู้กำหนดว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นจะได้เข้าพักหลังใด โดยที่นักท่องเที่ยวไม่ได้เห็นข้อมูลว่าที่พักแต่ละหลังมีความแตกต่างกันอย่างไร และนักท่องเที่ยวไม่มีสิทธิ์เลือกที่เข้าพักเองโดยพื้นฐาน แต่หากต้องการเปลี่ยนที่พัก จะต้องมีการค่าธรรมเนียมในการเปลี่ยนจำนวน 100 บาท

กิจกรรมปลายน้ำ หมายถึง ผู้ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวในระหว่างการทำกิจกรรมตามโปรแกรมที่จัดไว้ ซึ่งหมายถึง ผู้นำเที่ยว หรือผู้ที่ประจำจุด ณ สถานที่ทำกิจกรรมนั้น ๆ ในส่วนนี้ หมู่บ้านมีการดำเนินการที่ดีมาก โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอย่างมาก โดยเฉพาะการบรรยายของวิทยากรซึ่งระบุว่า ชื่นชอบในความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ของวิทยากรในระดับมากที่สุด อย่างไรก็ตาม หากกล่าวถึงการให้ข้อมูลก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมายังหมู่บ้าน ยังพบปัญหาอยู่บ้างเช่น หากนักท่องเที่ยวต้องการทราบข้อมูลต่าง ๆ ของหมู่บ้าน สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก หรือกิจกรรมต่าง ๆ จะต้องโทรเพื่อสอบถามกับผู้นำหมู่บ้านเท่านั้น จากนั้นผู้นำหมู่บ้านจะเป็นผู้จัดสรรที่พักให้กับนักท่องเที่ยว โดยที่นักท่องเที่ยวไม่ได้รับทราบข้อมูลล่วงหน้า ว่าที่พักแต่ละหลังมีความแตกต่างกันตามแต่เจ้าของบ้านจะอำนวยความสะดวกให้ เป็นต้น

จากข้อมูลโซ่อุปทานการท่องเที่ยวของหมู่บ้านน้ำกั้น และหมู่บ้านปางขอน สามารถสรุปได้ว่า โซ่อุปทานการท่องเที่ยวโดยชุมชนวิสาหกิจและกาแฟ มีความคล้ายคลึงกันอย่างมาก โดยมีความแตกต่างกันที่สำคัญคือ บริบทด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากกาแฟต้องปลูกในร่มไม้ได้ต้นไม่ใหญ่ ในขณะที่ชาปลูกบนเขาในที่โล่งแจ้งเพื่อรับแสงแดดเต็มที่ จึงเกิดกิจกรรมเกี่ยวกับชาที่หลากหลายมากขึ้นเช่น การเก็บใบชา ทดลองและชิมชา ผสมและแต่งกลิ่นชาที่เรียกว่า Blend ชา ตลอดจนปรุงอาหารจากใบชา ในส่วนของกาแฟนั้น การเก็บผลผลิตอาจจะไม่สามารถให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมได้มากนัก แต่นักท่องเที่ยวก็สามารถร่วมกิจกรรมการคั่วเมล็ดกาแฟ หรือเรียนรู้การชงกาแฟได้ และเมื่อสรุปตามกรอบแนวคิดของ Djatna and Luthfiyanti (2015) ได้ว่า การสั่นไหวของกิจกรรมหลักในโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว ทั้งสองหมู่บ้านมีการดำเนินการที่ค่อนข้างดีอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นการใช้ทรัพยากรที่ตนเองมีอยู่มาทำให้เกิดประโยชน์ในทางการท่องเที่ยว การจัดเตรียมที่พัก จัดเตรียมอาหาร ระบบการขนส่งนักท่องเที่ยว การจำหน่ายของที่ระลึก ตลอดจนการจัดเตรียมพื้นที่เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ทำเส้นทางเดินในป่า การทำราวจับบริเวณพื้นที่ลาดชัน การรักษาความสะอาด การจัดทำป้ายบอกทาง เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตาม กิจกรรมส่วนหนึ่งที่ยังคงมีการไหลที่ไม่ต่อเนื่อง หรือเป็นกิจกรรมที่ควรมีการพัฒนาเพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่นักท่องเที่ยวใช้เทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิต โดยเน้นที่การเข้าถึงผ่านทางออนไลน์มากขึ้น

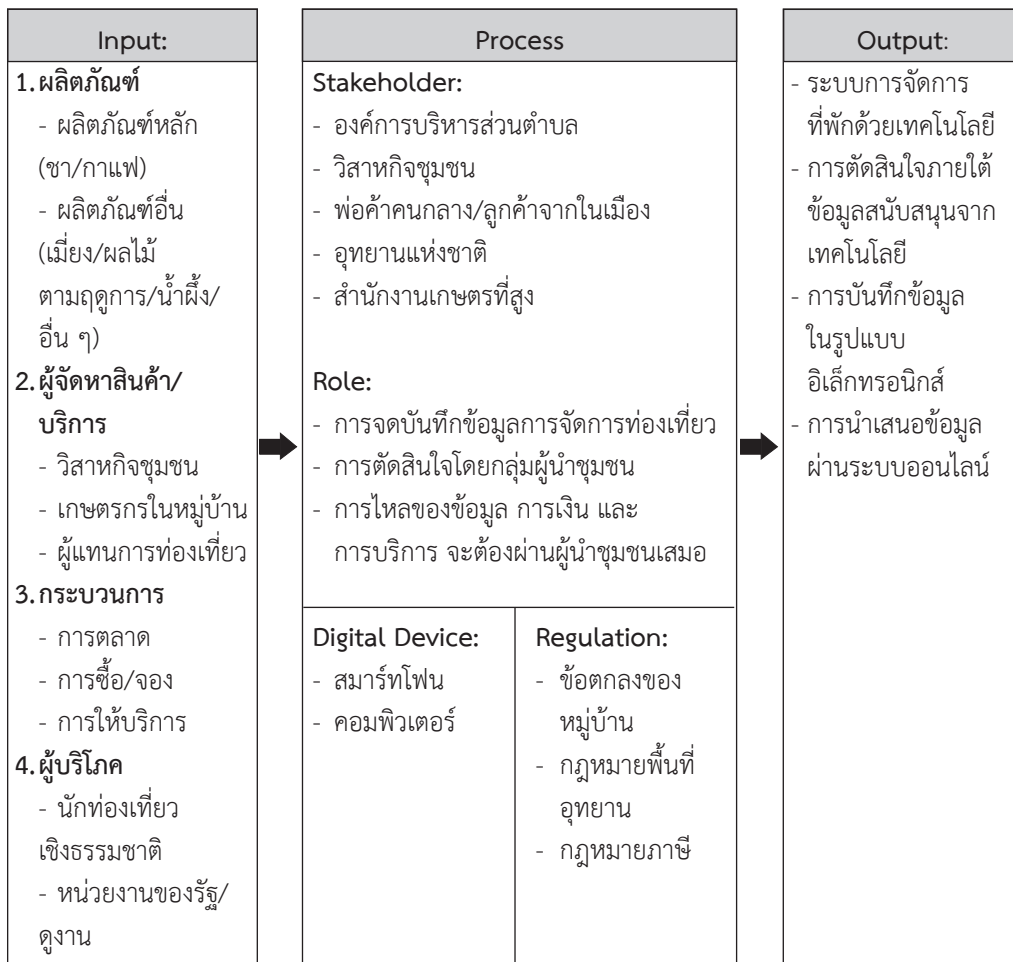
อย่างไรก็ตาม จากการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลของผู้วิจัย ยังพบว่า หมู่บ้านยังมีอุปสรรคด้านการบันทึกข้อมูลลงในระบบคอมพิวเตอร์ และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีระบบ การบันทึกข้อมูลมีความสำคัญต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะหมู่บ้านห้วยน้ำกั้น ที่จำเป็นต้องรายงานข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เข้าพื้นที่ให้กับอุทยานแห่งชาติขุนแจทราบเป็นประจำ ซึ่งสาเหตุของการที่ชุมชนไม่ได้มีการบันทึกข้อมูลลงในระบบคอมพิวเตอร์ เนื่องจากความสามารถในการใช้เทคโนโลยียังไม่สามารถใช้ได้ ในขณะเดียวกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูลโซ่อุปทานการท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนชาและกาแฟ พบว่า การไหลทางกายภาพ และการไหลของเงินมีการดำเนินการที่ดีอยู่แล้ว แต่ในส่วนของการไหลของข้อมูล ยังพบจุดที่ยังสามารถพัฒนาได้อยู่ตามสภาพสังคมที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ตลอดจนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีการสืบค้นข้อมูลเพื่อความมั่นใจก่อนที่จะเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 ผลสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว

องค์ประกอบการท่องเที่ยว	หมู่บ้านห้วยน้ำกั้น	หมู่บ้านปางขอน
	Mean $\pm$ SD	Mean $\pm$ SD
1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction)	4.08 $\pm$ 0.654	4.15 $\pm$ 0.573
2. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity)	4.33 $\pm$ 0.503	4.18 $\pm$ 0.500
3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	2.27 $\pm$ 0.684	3.28 $\pm$ 0.594
4. ที่พักแรม (Accommodation)	3.78 $\pm$ 0.619	3.81 $\pm$ 0.619
5. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenity)	3.36 $\pm$ 0.575	3.62 $\pm$ 0.637
6. การบริการเสริมทางการท่องเที่ยว (Ancillary)	3.69 $\pm$ 0.606	3.90 $\pm$ 0.597
7. การบริหารจัดการ (Administration)	4.40 $\pm$ 0.525	4.27 $\pm$ 0.556

จากผลสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว ทั้ง 7 ข้อ ในหมู่บ้านห้วยน้ำกินและหมู่บ้านปางขอน พบว่า ข้อที่ทั้งสองแหล่งท่องเที่ยวทำได้คะแนนมากที่สุด คือ การบริหารจัดการ รองลงมา คือ กิจกรรมการท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ส่วนที่ได้คะแนนน้อยที่สุด คือ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

2. การประเมินความท้าทาย และค้นหาโอกาสที่สำคัญในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อทำการประเมินความท้าทายและค้นหาโอกาสในการพัฒนา ผู้วิจัยจึงได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยอาศัยองค์ประกอบการท่องเที่ยวของ บุษบา สิทธิการ (2557) กล่าวได้ว่า ทั้งสองหมู่บ้านมีเอกลักษณ์และจุดดึงดูดที่น่าสนใจ โดยบ้านห้วยน้ำกินมีทิวทัศน์ของดอยมดและดอยผาโงม รวมถึงการผลิตชาออแกนิก การท่องเที่ยวที่มีบริการโฮมสเตย์และกิจกรรมเดินป่าเชิงนิเวศ แม้ว่าการเดินทางเข้าถึงชุมชนจะมีข้อจำกัด แต่มีบริการรถรับ-ส่ง มีสิ่งอำนวยความสะดวกประกอบด้วยไฟฟ้า โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (ไม่ต่อเนื่อง) ทีวีดิจิทัล รวมถึงการบันทึกข้อมูลนักท่องเที่ยวเพื่อความปลอดภัย บ้านห้วยน้ำกินมีโฮมสเตย์ 14 หลัง โดยไม่มีตู้ ATM แต่มีร้านค้าและโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล



ภาพที่ 2 โซ่อุปทานการท่องเที่ยวของหมู่บ้านชาและกาแฟ

บ้านปางขอนมีน้ำตกปางขอน ดอกพญาเสือโคร่ง และประเพณีของชาวอาข่า ละหู่ เย้า และลีซู การท่องเที่ยวที่มีบริการโฮมสเตย์ กิจกรรมเทศกาล “จิบกาแฟ แลปางขอน” และการเดินป่าสำรวจน้ำตก การเข้าถึงสะดวกด้วยถนนลาดยาง นักท่องเที่ยวสามารถใช้รถส่วนตัวเข้าถึงได้ สิ่งอำนวยความสะดวกประกอบด้วยไฟฟ้า โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และทีวีดิจิทัล แม้ว่าจะไม่มีตู้ ATM แต่สามารถโอนเงินผ่านระบบออนไลน์ได้ บ้านปางขอนมีโฮมสเตย์ 5 หลัง และจุดตั้งเต็นท์พร้อมวิวสวยงาม บริการอื่น ๆ ได้แก่ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล ร้านค้า ร้านอาหาร และร้านกาแฟที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์กาแฟ การบริหารจัดการทั้งสองหมู่บ้านมีคณะกรรมการดูแลเรื่องการท่องเที่ยวที่ทำงานร่วมกับหน่วยงานภายนอก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ทั้งนี้เมื่อผู้วิจัยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจโดยใช้ SWOT Analysis (Kotler, 1984) พบว่า ทั้งสองหมู่บ้านมีโอกาสทางธุรกิจที่คล้ายคลึงกัน เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีแนวโน้มสูงขึ้น การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการเข้าถึงข้อมูล การสนับสนุนจากรัฐบาล และแนวโน้มการท่องเที่ยวในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้น รวมถึงการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย อย่างไรก็ตาม ทั้งสองหมู่บ้านยังต้องเผชิญกับอุปสรรคที่คล้ายกัน เช่น การแข่งขันจากหมู่บ้านอื่นที่มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวคล้ายกัน ภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว ความไม่แน่นอนทางการเมืองและการค้าระหว่างประเทศ ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชา กาแฟของหมู่บ้านมีความไม่แน่นอนตามไปด้วย สรุปได้ว่า หมู่บ้านห้วยน้ำกีนมีจุดแข็งในด้านความสวยงามทางธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ชา ในขณะที่หมู่บ้านปางขอนมีจุดแข็งในด้านการเข้าถึงที่ง่ายและผลิตภัณฑ์กาแฟที่มีชื่อเสียง ทั้งสองหมู่บ้านมีโอกาสและอุปสรรคทางธุรกิจที่คล้ายคลึงกัน แต่จุดอ่อนในด้านเทคโนโลยีและการต้อนรับนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน หมู่บ้านห้วยน้ำกีนมีความท้าทายในการเข้าถึงและการสื่อสาร ในขณะที่หมู่บ้านปางขอนมีปัญหาเรื่องการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่ไม่เหมาะสมเนื่องจากความไม่ชัดเจนของป้ายบอกทาง

ตารางที่ 2 สรุปจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของหมู่บ้านห้วยน้ำกีนและหมู่บ้านปางขอน

หมู่บ้าน	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	อุปสรรค
ห้วยน้ำกีน	- ทิวทัศน์สวยงามท่ามกลางหุบเขา - ผลิตภัณฑ์ชาเป็นเอกลักษณ์ - ตั้งอยู่ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติ	- การใช้เทคโนโลยีจำกัด - การเข้าถึงยากลำบาก - สัญญาณโทรศัพท์ไม่ต่อเนื่อง	- การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้รับความนิยมมากขึ้น - ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น - การสนับสนุนจากรัฐบาล	- การแข่งขันจากหมู่บ้านอื่นที่มีผลิตภัณฑ์คล้ายกัน - ภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัว - ความไม่แน่นอนทางการเมืองและการค้าระหว่างประเทศ
ปางขอน	- ทิวทัศน์สวยงามใกล้ตัวเมือง - ผลิตภัณฑ์กาแฟมีชื่อเสียง - การอยู่ร่วมกันของชนเผ่า - เข้าถึงง่าย	- การใช้เทคโนโลยีของผู้ประกอบการจำกัด - การต้อนรับนักท่องเที่ยวที่ไม่ชัดเจน - ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน	- การท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มสูงขึ้น - ขยายตัวของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย	

ผลการศึกษาที่ได้กล่าวมาแล้ว ชี้ให้เห็นถึงความท้าทายและโอกาสที่สำคัญของการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวโดยชุมชน สามารถสรุปได้ดังนี้

ความท้าทายที่สำคัญในการจัดการโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวของชุมชนห้วยน้ำกั้นและชุมชนปางขอน พบว่า มีหลายความท้าทายที่ต้องเผชิญในการจัดการและการพัฒนาโดยเฉพาะ เมื่อพิจารณาจากมุมมองด้านโซ่อุปทาน จะพบว่า ความท้าทายหลักของหมู่บ้านห้วยน้ำกั้นคือ กิจกรรมกลางน้ำและปลายน้ำของหมู่บ้าน ที่เดินทางเข้าถึงหมู่บ้านได้ยาก และการจองที่พักที่ต้องโทรติดต่อผู้รับผิดชอบเพียงคนเดียวเท่านั้นและไม่สามารถเห็นข้อมูลที่พักล่วงหน้าได้ว่าจะได้พักที่หลังใด และในส่วนกิจกรรมปลายน้ำนั้น ยังขาดการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างตรงกลุ่ม ในขณะที่หมู่บ้านปางขอนมีความท้าทายคล้ายคลึงกับหมู่บ้านห้วยน้ำกั้น ในด้านการจองที่พัก และการประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ แต่แตกต่างกันที่หมู่บ้านปางขอนมีที่ตั้งอยู่ใกล้กับตัวเมืองเชียงราย เดินทางเข้าถึงหมู่บ้านได้ง่ายกว่า จึงทำให้หมู่บ้านต้องจัดการกับนักท่องเที่ยวที่เข้าถึงหมู่บ้านด้วยความหลากหลายมากกว่า

นอกจากนี้ ความท้าทายที่สำคัญอีกประการคือ ชาวบ้านทั้งสองหมู่บ้านไม่ได้ประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยวโดยตรง แต่มีอาชีพเกษตรกรรมที่เกี่ยวข้องกับชาและกาแฟ ดังนั้น เมื่อถึงฤดูกาลสำคัญของการทำเกษตรกรรม ก็จะมีขาดแคลนผู้รับผิดชอบในกิจกรรมต่าง ๆ ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งการขาดการสนับสนุนทางเทคโนโลยีและทักษะการจัดการข้อมูลทำให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวไม่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ยิ่งไปกว่านั้นการพึ่งพาคำแนะนำจากบุคคลที่รู้จักยังมีความสำคัญสูง ซึ่งเป็นการจำกัดการเข้าถึงข้อมูลที่มีคุณภาพบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ทำให้สูญเสียโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่กว้างขึ้น ทั้งหมดนี้เป็นปัญหาที่ต้องได้รับการแก้ไขเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนให้ดียิ่งขึ้น

โอกาสในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังมีโอกาสมากมายที่สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ เมื่อพิจารณาตามหลักการด้านโซ่อุปทาน พบว่า กิจกรรมต้นน้ำยังคงมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน โดยเฉพาะกิจกรรมด้านการตลาดและการให้บริการรวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เนื่องจาก การพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อนำเสนอข้อมูลท่องเที่ยวของชุมชนซึ่งอาจรวมถึงเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน หรือโซเชียลมีเดีย การใช้เทคโนโลยีเหล่านี้จะช่วยให้ข้อมูลเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้นและเพิ่มโอกาสในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น นอกจากนี้ การสร้างเครือข่ายการตลาดดิจิทัลที่เชื่อมโยงกับแพลตฟอร์มออนไลน์ และการใช้กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ เช่น Search Engine Optimize (SEO), Content Marketing และ Social Media Marketing จะช่วยเสริมสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น การพัฒนาทักษะชุมชนในการใช้เทคโนโลยีและการจัดการข้อมูลออนไลน์จะช่วยให้ชุมชนสามารถจัดการและเผยแพร่ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย การเชื่อมโยงกับเทรนด์การท่องเที่ยวปัจจุบันที่เน้นการอนุรักษ์ธรรมชาติและ การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว จะช่วยสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์ใหม่ ๆ ด้วยการนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เน้นการอนุรักษ์ธรรมชาติและ การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว จะช่วยให้ชุมชนสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้นและสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้กับชุมชน

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากข้อมูลผลการศึกษาด้านโซ่อุปทานการท่องเที่ยวของชุมชนวิถีชาและกาแฟ พบว่า ปัจจัยที่ต้องการการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ได้แก่ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางด้านข้อมูลและด้านกายภาพ และด้านการจัดการข้อมูลอย่างเป็นระบบ ในขณะที่โอกาสในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการส่งเสริมจากภาครัฐที่มีมากขึ้น จึงนำไปสู่การเสนอแนะทางกลยุทธ์ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานด้านการศึกษา ควรร่วมกันให้ความรู้กับหมู่บ้านเพื่อพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น ด้วยการจัดโครงสร้างการบริหารจัดการ โดยเฉพาะการจัดการข้อมูล และการเงินที่มีประสิทธิภาพ

2. จัดตั้งกลุ่มผู้รับผิดชอบการทำคอนเท้นท์สื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้มากขึ้น หรือหาอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) เข้ามาช่วยเพิ่มการเข้าถึงพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ของหมู่บ้าน ในขณะเดียวกันที่เร่งพัฒนาทักษะดังกล่าวให้บุคลากรไปพร้อม ๆ กัน

3. เนื่องจาก กาแฟต้องปลูกในร่มไม้ได้ต้นไม้ใหญ่ ในขณะที่ชาปลูกบนเขาในที่โล่งแจ้งเพื่อรับแสงแดดเต็มที่ จึงเกิดกิจกรรมเกี่ยวกับชา ที่หลากหลายมากขึ้นเช่น การเก็บใบชา ทดลองและชิมชา ผสมและแต่งกลิ่นชาที่เรียกว่า Blend ชา ตลอดจนปรุงอาหารจากใบชา ในส่วนของกาแฟนั้น การเก็บผลผลิตอาจจะไม่สามารถให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมได้มากนัก แต่นักท่องเที่ยวก็สามารถมาร่วมกิจกรรมการคั่วเมล็ดกาแฟ หรือเรียนรู้การชงกาแฟได้ ดังนั้น หน่วยงานด้านการศึกษาควรมีส่วนร่วมในการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน โดยร่วมกับหน่วยงานในพื้นที่ และตัวแทนชุมชนให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

4. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐ ควรมีส่วนร่วมพัฒนาการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวทางกายภาพ ให้มีความปลอดภัย และเข้าถึงได้ง่ายขึ้น

สุดท้ายนี้ การประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ไม่ควรละเลย การวัดผลและการประเมินผลจะช่วยให้ชุมชนสามารถตรวจสอบความสำเร็จของแผนการตลาดและสามารถทำการปรับปรุงได้ทันเวลา การปรับปรุงนี้อาจรวมถึงการเปลี่ยนแปลงเนื้อหา การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาด หรือการเพิ่มช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น ด้วยการนำเสนอและประยุกต์ใช้ข้อเสนอแนะเหล่านี้ จะช่วยให้ชุมชนสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวโดยชุมชน และสร้างโอกาสในการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยส่งเสริมการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

รายการอ้างอิง

- ณัฏฐพัชร มณีโรจน์. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ*, 13(2), 25-46. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt/article/view/113060>
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). *การศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. วีดิโอเทรน์.
- นฤมล เกษมสุข. (2560, 26 พฤษภาคม). ททท.ดัน “ท่องเที่ยว 4.0” เคลื่อนเศรษฐกิจ. *กรุงเทพธุรกิจ*. <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/756663>
- บุษบา สิทธิการ. (2557). *การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจากแนวคิดสู่การปฏิบัติ*. สันติภาพ แพ็คพรีนธ์.
- เชียงรายปัทมุด “เมืองแห่งชา-กาแพ” กระตุ้นเศรษฐกิจ-ท่องเที่ยว. (2565, 24 พฤษภาคม). *ประชาชาติธุรกิจ*. <https://www.prachachat.net/local-economy/news-938875>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2566, 25 กรกฎาคม). สสว.เผยเทรนด์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีชุมชนมาแรงหลังโควิด โตเพิ่ม 155% สร้างมูลค่ากว่า 200 ล้านบาท. *Mgonline*. <https://mgonline.com/smes/detail/9660000067036>
- สำนักงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว. (2550). *คู่มือเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. ผู้แต่ง.
- สินธุ์ สโรบล. (2546). *การท่องเที่ยวโดยชุมชน: แนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- Alford, P. (2005). A framework for mapping and evaluating business process costs in the tourism industry supply chain. In A. J. Frew (Eds.), *Information and communication technologies in tourism 2005*. (pp. 1-2). Springer. https://doi.org/10.1007/3-211-27283-6_12
- Balakrishnan, A., & Geunes, J. (2004). Collaboration and coordination in supply chain management and e-commerce. *Production and Operations Management*, 13(1), 1-2. <https://doi.org/10.1111/j.1937-5956.2004.tb00140.x>
- Adriana, B. (2009). Environmental supply chain management in tourism: The case of large tour operators. *Journal of Cleaner Production*, 17(16), 1385-1392. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2009.06.010>
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- Djatna, T., & Luthfiyanti, R. (2015). An analysis and design of responsive supply chain for pineapple multi products SME based on digital business ecosystem (DBE). In *Procedia Manufacturing*, 4, 155-162. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2015.11.026>
- Font, X., Tapper, R., Schwartz, K., & Kornilaki, M. (2008). Sustainable supply chain management in tourism. *Business Strategy and The Environment*, 17, 260-271. <https://doi.org/10.1002/BSE.527>
- Jugmohan, S., Spencer, J., & Steyn, J. (2016). Local natural and cultural heritage assets and community based tourism: Challenges and opportunities. *Journal of Physical Activity and Health*, 22, 306-317. <https://hdl.handle.net/10321/2240>

- Kaukal, M., Hopken, W., & Werthner, H. (2000). An approach to enable interoperability in electronic tourism markets. In *ECIS 2000 Proceedings*, 121. <https://aisel.aisnet.org/ecis2000/121>
- Kotler, P. (1984). *Marketing management: Analysis, planning, and control*. Prentice-Hall.
- Likert, R. (1961). *New patterns of management*. McGraw-Hill.
- Linton, J., Klassen, R., & Jayaraman, V. (2007). Sustainable supply chains: An introduction. *Journal of Operations Management*, 25, 1075-1082. <https://doi.org/10.1016/J.JOM.2007.01.012>
- Pike, S. D. (2008). *Destination marketing: An integrated marketing communication approach*. Butterworth-Heinemann.
- Sodhi, M., & Tang, C. (2021). Supply chain management for extreme conditions: Research opportunities. *Journal of Supply Chain Management*, 57(1), 7-16. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3861194>
- Song, H. (2012). *Tourism supply chain management*. Routledge.
- Wu, H., Cao, J., Yang, Y., Tung, C., Jiang, S., Tang, B., Lui, Y., Wang, X., & Deng, Y. (2019). Data management in supply chain using blockchain: Challenges and a case study. In *2019 28th International Conference on Computer Communication and Networks (ICCCN)* (pp. 1-8). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ICCCN.2019.8846964>
- Yilmaz, Y., & Bititci, U. (2006). Performance measurement in tourism: A value chain model. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(4), 341-349. <https://doi.org/10.1108/09596110610665348>
- Zhang, X., Song, H., & Huang, G. Q. (2009). Tourism supply chain management: A new research agenda. *Tourism Management*, 30(3), 345-358. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.12.010>