

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย Development of Local Product for Hotel Marketing Business in Chiang Rai Province

- ◆ พรณิภา ชวคำ
อาจารย์สาขาการบริหารโรงแรม สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
Phannipha Saokham
Lecturer of Hotel Administration, School of Tourism, Chiangrai Rajabhat University
E-mail: phannipha.sao@crru.ac.th
- ◆ ปรีพจน์ แก้วเนตร
อาจารย์สาขาการบริหารโรงแรม สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
Paripan Keawnet
Lecturer of Hotel Administration, School of Tourism, Chiangrai Rajabhat University
E-Mail: paripan.kae@crru.ac.th
- ◆ ณฐมน สังวาลย์
อาจารย์สาขาการบริหารโรงแรม สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
Nathamon Sangwan
Lecturer of Hotel Administration, School of Tourism, Chiangrai Rajabhat University
E-mail: nathamon.boon@crru.ac.th
- ◆ งามนิจ แสนนำพล
อาจารย์สาขาการบริหารโรงแรม สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
Nannij Saennumpol
Lecturer of Hotel Administration, School of Tourism, Chiangrai Rajabhat University
E-mail: jolijung@gmail.com
- ◆ ภูวนารถ ศรีทอง
อาจารย์สาขาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
Phuwanat Srithong
Lecturer of Tourism and Hospitality Management, School of Tourism
Chiangrai Rajabhat University, E-mail: phuwanat.sri@crru.ac.th

Abstract

The objectives of this study are to: 1) to survey and analyze the potential for the development of local products to the hospitality market in Chiang Rai province, 2) to develop local product through community participation and community development into the hotel business in Chiang Rai, and 3) to evaluate the products that the community has been

developed into the hotel business in Chiang Rai province. This research has been conducted by the concept and theory of the community participation, product development and marketing business with combination of both quantitative and qualitative research. The research tools have been used in this research is divided into two parts.

1) Semi-structured interviews, by collecting data from surveys and interviews to conduct interviews with key informants in the community to analyze the potential of the community and the needs of the community in the development of products aftermost the development of products can sell in the hotel business.

2) The questionnaire for the satisfaction surveys, product development community through the participation of the community in order to develop into the hotel business in Chiang Rai province and to evaluate the products that the community has been developed into the hotel business in Chiang Rai province.

The results revealed that: 1) the survey and analysis of the potential of communities to develop into the hotel business .Thai Industrial Standards Institute (2016) Community survey of Chiang Saen district, this was a survey and analysis of product potential. The product information was taken from Thai Standards Association (TSA). As a certified manufacturer of quality local products in accordance with local products had announced by Thai Industrial Standards Institute. The survey's Empowerment whose products met the needs of customers of the hotel was Fabric products. Therefore researchers was selected Ban Thung Fah Ham textile group and Ban San Tat textile group, Chiang Sean district. Both communities woven silk and silk products have been certified classic Thai silk: Silver peacock by The Queen Sirikit Department of Sericulture, and 2) development local product through community participation and community development into the hotel business in Chiang Rai. The results showed that during the product development community. There were opinions about non-durable packaging as well as usability, and 3) the results for evaluate the products that the community has been developed into the hotel business in Chiang Rai province showed that in case of the quality products has been found satisfaction with the highest average. The results of study into assess the satisfaction of community's products to the hotel industry. In case of the promotion in marketing and distribution of a product that the tourists have been satisfy to a large extent. Researchers suggests for research in the future, in the process contributing to the development of products to the business community in Chiang Rai province. It needs to be promoted by the

government. In the product associated with the business community in the tourism industry. And it might be foster the distribution of income and should promote tourism personnel knowledgeable about the product's communities thoroughly.

Keywords: Development, Local Product, Hotel

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจและวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย และ 3) เพื่อประเมินผลการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย โดยนำแนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วมของชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดธุรกิจโรงแรม มาเป็นกรอบแนวคิด เป็นการศึกษาแบบผสมทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ เครื่องที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจและการสัมภาษณ์เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant Interview) ในชุมชนเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนและความต้องการของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม และ 2) แบบสอบถามเพื่อสำรวจความพึงพอใจการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย และเพื่อประเมินผลการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย

ผลการวิจัยพบว่า

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ 1) จากการสำรวจและวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงรายพบว่า สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (2559) ได้ทำการสำรวจผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นการสำรวจและวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ โดยข้อมูลผลิตภัณฑ์นำมาจากสำนักบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เป็นการให้การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ผลิตในชุมชนตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ได้ประกาศกำหนดไว้ สรุปผลการสำรวจศักยภาพชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการของลูกค้าของโรงแรมได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากผ้า ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มทอผ้าบ้านทุ่งฟ้าฮ่ามและกลุ่มทอผ้าบ้านสันธาตุ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นชุมชนทอผ้าไหมและที่ได้รับเครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย “นกยูงสีเงิน” ตรา นกยูงพระราชทาน โดยกรมหม่อนไหม 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย พบว่า มีทั้งที่สอดคล้องและไม่สอดคล้อง โดยพบว่า ในขั้นตอนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ค่อยแข็งแรง รวมทั้งการใช้สอยและ 3) เพื่อประเมินผลการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม

จังหวัดเชียงราย พบว่า จากผลความพึงพอใจในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เข้าสู่ธุรกิจโรงแรม ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์พบว่า มีความพึงพอใจเฉลี่ยสูงที่สุด ผลการศึกษาในการประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าสู่ธุรกิจโรงแรมพบว่า การส่งเสริมการตลาดและบรรยากาศของแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สร้างความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยวในระดับมาก กลุ่มผู้วิจัย มีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไปว่าในการกระบวนกรมีส่วนร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าสู่ธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย จะต้องมีการส่งเสริมจากภาครัฐ ในการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนเชื่อมโยงกับธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้ทางการท่องเที่ยว และควรส่งเสริมบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างทั่วถึง

คำสำคัญ : กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน โรงแรม

บทนำ

ภายใต้แนวทางการผลิตและการบริโภคอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นนโยบายของประเทศที่ให้ความสำคัญในการนำพาประเทศไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน เมื่อปี พ.ศ. 2544 จนถึงปัจจุบัน ประเทศไทยมีการสร้างกลไกส่งเสริม และสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นจากชุมชนและผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการผลักดันนโยบายในการจัดซื้อจัดจ้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เรียกว่า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างอุปสงค์ให้แก่ตลาดในระดับประเทศสู่ระดับองค์กรท้องถิ่น และมุ่งให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นแข่งขันกันปรับปรุงคุณภาพสินค้าหรือบริการของตนเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด โดยคำนึงถึงการกระจายรายได้ลงสู่ชุมชน

ประเทศไทยและอีก 9 ประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้มีสัญญาเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ASEAN Economic Community (AEC) โดยประเทศสมาชิกอาเซียนทั้ง 10 ประเทศนั้นประกอบไปด้วย ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว กัมพูชา สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม เมียนมาร์ มาเลเซีย สิงคโปร์ บรูไน ฟิลิปปินส์ และ อินโดนีเซีย โดยมีเป้าหมาย คือ การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน ภายใต้การเคลื่อนย้ายสินค้าและปัจจัยการผลิตเสรี เพื่อนำไปสู่การจัดสรรทรัพยากรทางเศรษฐกิจที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

จากประสบการณ์ของประเทศไทยที่พบกับวิกฤติเศรษฐกิจในช่วงปี พ.ศ. 2540 ทำให้ประเทศไทยต้องปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมให้พ้นจากอุปสรรคในการแข่งขันทั้งหลายที่เคยประสบมาในอดีตโดยเน้นพัฒนาในกลุ่มอุตสาหกรรมที่ประเทศไทยได้เปรียบประเทศอื่นดังนั้นรัฐบาลไทยจึงหันมาเน้นการส่งเสริมกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นธุรกิจรากฐานและขนาดใหญ่ของประเทศและการจะเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 นั้นจะทำให้เกิดคู่แข่งและสภาพการแข่งขันในตลาดเพิ่มสูงขึ้นมีภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดโลกทำให้ภาคอุตสาหกรรมไทยต้องปรับตัวอีกครั้ง โดยเฉพาะสินค้าที่มีคุณภาพต่ำต้นทุนต่ำหรือสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ง่ายจะรุกเข้ามาวางจำหน่ายในประเทศได้มากขึ้นซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการสินค้า OTOP เนื่องจากเป็นธุรกิจ

ชุมชนขนาดเล็กที่ยังขาดความเข้มแข็งในการต่อสู้กับธุรกิจขนาดใหญ่ทั้งในประเทศและธุรกิจจากต่างประเทศจึงทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวรับการแข่งขันที่รุนแรงดังกล่าวโดยที่ประเทศในแถบอาเซียนควรให้ความสำคัญกับชุมชนซึ่งเป็นฐานรากของธุรกิจในประเทศของตนการเพิ่มศักยภาพของชุมชนและใช้จุดแข็งของชุมชนทางด้านวัฒนธรรมวิถีชีวิตและภูมิปัญญาเพื่อเชื่อมโยงสู่ภาคการผลิตและบริการเพื่อจะสามารถสร้างเอกลักษณ์ของตนเองและขยายโอกาสทางการตลาดมากยิ่งขึ้น (ธันยมัย เจียรกุล, 2557)

ปัจจุบันคำว่า “การมีส่วนร่วม” ถือได้ว่าเป็นคำที่มีการนำมาใช้ในการพัฒนาชุมชนหรือองค์กรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชนรวมทั้งยังได้นำมาบรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติหลายฉบับด้วยกันโดยเฉพาะในฉบับที่ 8 และ 9 ที่เน้นให้ “คน” เป็นศูนย์กลางของการพัฒนาเนื่องจากปัจจุบันปัญหาด้านเศรษฐกิจและสังคมมีความซับซ้อนและการพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องอาศัยกระบวนการความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของหลายฝ่ายในสังคมในขณะการพัฒนาในระยะเวลาที่ผ่านมาได้ทำให้ภาคประชาชนเติบโตและมีศักยภาพและมีความต้องการที่จะมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายแผนงานโครงการของรัฐและบริหารจัดการชุมชนอีกทั้งภาครัฐเองมีขีดความสามารถในการพัฒนาอย่างจำกัดจึงจำเป็นต้องเปิดโอกาสและส่งเสริมสนับสนุนให้ชุมชนและสังคมได้มีส่วนเข้ามาแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนนั้นเกิดจากแนวความคิดที่สำคัญ 3 ประการได้แก่

- 1) ความสนใจและความห่วงกังวลส่วนบุคคลซึ่งบังเอิญพ้องต้องกันจนกลายเป็นความสนใจและความห่วงกังวลของส่วนรวม
- 2) ความเดือดร้อนและความไม่พึงพอใจร่วมกันที่มีต่อสภาพการณ์ที่เป็นอยู่นั้นผลักดันให้มุ่งไปสู่การรวมกลุ่มวางแผนและลงมือกระทำร่วมกันและ
- 3) การตกลงใจร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่มหรือชุมชนไปในทิศทางที่พึงปรารถนาการตัดสินใจร่วมกันที่จะต้องรุนแรงมากพอที่จะทำให้เกิดความคิดริเริ่มกระทำการที่สนองตอบความเห็นชอบของคนส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้น (ธนพรธณ สุนทระ, 2547: 9)

จากสภาพทั่วไปของจังหวัดเชียงราย พบว่า จังหวัดเชียงรายเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศแห่งหนึ่ง มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น และยังมีศักยภาพเชิงพื้นที่เส้นทางเชื่อมโยงกับประเทศ สปป.ลาว เมียนมาร์ และประเทศจีน สามารถสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยอาศัยฐานของวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มงานและอาชีพให้แก่คนในท้องถิ่นได้ตามเป้าหมายของ AEC การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกันภายใต้การเคลื่อนย้ายสินค้าและปัจจัยการผลิตเสรี สอดรับกับแนวคิดการท่องเที่ยวที่รัฐบาลส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการจากทุนทรัพยากรในท้องถิ่น โดยการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืนและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีต่าง ๆ ในชุมชน ในเชิงของการเรียนรู้และการทดลอง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์จากวิถีความเป็นอยู่ของชุมชนที่แท้จริง และมีเป้าหมายว่านักท่องเที่ยวจะต้องไม่เพียงนักท่องเที่ยว แต่จะเป็นสมาชิกที่ได้มีโอกาสเข้าไปใช้ชีวิตร่วมกันกับชุมชนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มและนำไปใช้งานได้

ในภาคธุรกิจโรงแรม ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่มีประเด็นของการตลาดที่มุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวบนฐานการใช้ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และนันทนาการเชิงสร้างสรรค์ ภายใต้การจัดการของธุรกิจโรงแรมในแนวทางการมีส่วนร่วมของชุมชน อาศัยความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อช่วยประหยัดต้นทุนในการผลิตสินค้าของชุมชน รวมทั้งตอบสนองต่อผู้ประกอบการในการนำไปใช้งาน และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย ทั้งนี้เนื่องด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนโดยการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงกระบวนการผลิตและการรูปแบบสินค้าที่คำนึงถึงการตอบสนองต่อกระแสของผู้บริโภคในปัจจุบันที่ให้ความสำคัญกับสินค้าที่เป็นแสดงความเป็นท้องถิ่นและอัตลักษณ์ของพื้นที่นั้น ๆ มีเพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับภาคธุรกิจโรงแรมที่ผู้ประกอบการในประเทศไทยต่างตื่นตัว และมุ่งพัฒนาธุรกิจ ในแนวทางการมีส่วนร่วมของชุมชนด้วยเช่นกัน และผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อรองรับความต้องการของภาคธุรกิจในพื้นที่และขยายตลาดสู่ประเทศเพื่อนบ้าน (แผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย, 2557 - 2560 : ฉบับทบทวน)

วัตถุประสงค์

1. สำรวจและวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อประเมินผลการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

- แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาภาคสนามโดยคณะผู้ศึกษา โดยได้ทำการสัมภาษณ์กับชุมชนและผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม รวมทั้งการใช้การสอบถามโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยว
- ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ การศึกษาเอกสาร บทความ งานวิจัย ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้

การวิจัยครั้งนี้ ทำการศึกษาประเด็นเนื้อหา แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน แนวคิดการตลาดธุรกิจโรงแรม แนวคิดการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์แนวคิดการมีส่วนร่วม

ขอบเขตด้านประชากรที่ศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาได้แก่

ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ มีจำนวน 3 กลุ่มได้แก่

กลุ่มที่ 1 กลุ่มชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 2 ชุมชน พื้นที่อำเภอเชียงแสน ได้แก่

- กลุ่มทอผ้าบ้านทุ่งฟ้าฮ่าม 144 หมู่ 5 ตำบลโยนก อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย
- หมู่บ้านไหมไทยเฉลิมพระเกียรติ บ้านสันธาตุ ตำบลโยนก อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

(ซึ่งเป็นชุมชนทอผ้าไหมและที่ได้รับเครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย “นกยูงสีเงิน” ตรานกยูงพระราชทานโดยกรมหม่อนไหม)

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ได้แก่

- โรงแรมซีรินแอท เชียงราย 569 หมู่ 1 ถนนสามเหลี่ยมทองคำ-แม่สาย ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย 57150

- โรงแรมสยาม ไทแองเกิ้ล 267 หมู่ 9 ตำบลเวียง เชียงแสน จังหวัดเชียงราย 57150

กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยว เพื่อสอบถามความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ใช้ในตลาดธุรกิจโรงแรม

(จากการสำรวจข้อมูลและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมแบบเฉพาะเจาะจงโดยเป็นโรงแรมที่แสดงความสนใจและสนับสนุนให้มีผลิตภัณฑ์ชุมชนจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวในโรงแรมของตนได้แก่ โรงแรมซีรินแอท เชียงราย และโรงแรมสยามไทแองเกิ้ล จังหวัดเชียงราย เนื่องจากเป็นโรงแรมที่ดำเนินการโดยผู้ประกอบการไทย มีบุคลากรในโรงแรมเป็นคนท้องถิ่น จึงต้องการสนับสนุนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเข้าสู่ธุรกิจโรงแรม)

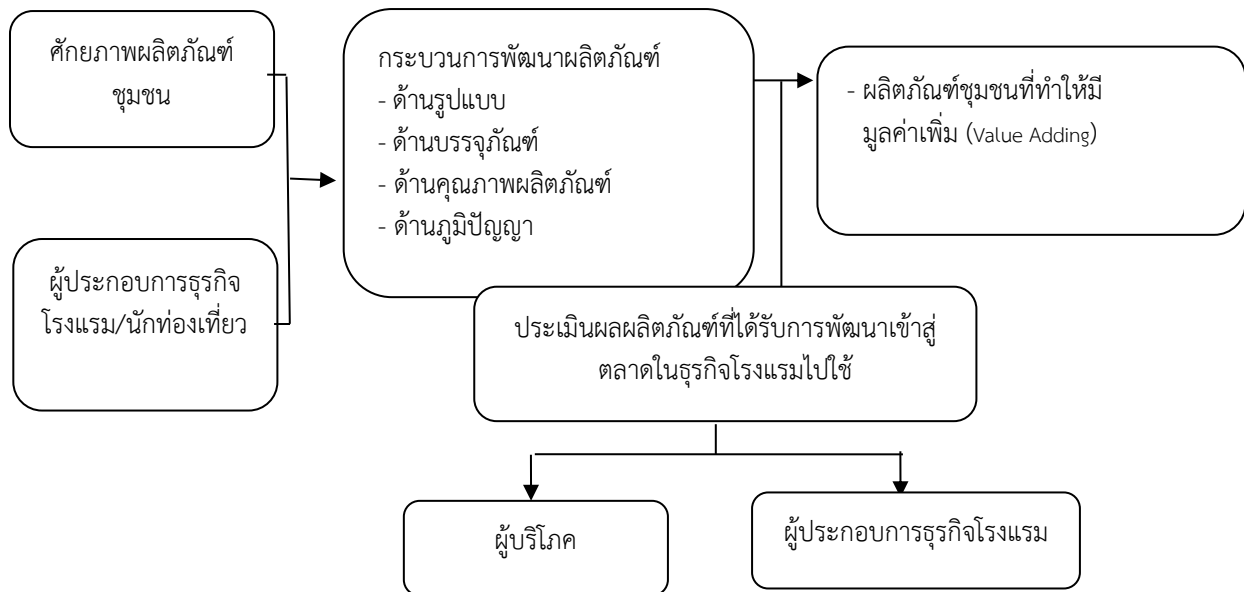
ขอบเขตด้านสถานที่ศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ ทำการศึกษาพื้นที่อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยเลือกศึกษาชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่แสดงถึงภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของชุมชน

ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ ทำการศึกษาโดยมีระยะเวลา ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2558 ถึง เดือนกันยายน 2559

กรอบแนวคิด



นิยามศัพท์

ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากภูมิปัญญาของชาวบ้าน แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่อำเภอเชียงแสน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน หมายถึง การปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนภายใต้ฐานภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของชุมชน ได้แก่ ด้านรูปแบบ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านภูมิปัญญา เพื่อการเพิ่มมูลค่าและการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดในธุรกิจโรงแรม

ตลาดธุรกิจโรงแรม หมายถึง การนำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าโรงแรมในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่จับต้องได้ (ตัวผลิตภัณฑ์) ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยมีเกณฑ์จำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์ (วรรณพรธน์ ริมผดี, 2554) ประกอบด้วย 1. เกณฑ์อายุใช้งาน แบ่งได้ 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์คงทนและผลิตภัณฑ์ไม่คงทน 2. เกณฑ์ทางกายภาพ แบ่งได้ 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ 3. เกณฑ์ผู้ใช้ แบ่งได้ 3 ประเภท 3 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง การปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านรูปแบบ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพื่อการเพิ่มมูลค่าให้มีโอกาสทางการตลาดมากขึ้น โดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (วรรณพรธน์ ริมผดี, 2554) ประกอบด้วย 1. การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ 2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 3. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

4. การพัฒนาลักษณะของผลิตภัณฑ์ 5. การพัฒนาด้านภูมิปัญญา 6. การพัฒนาเรื่องราวของผลิตภัณฑ์

2. แนวคิดการตลาดธุรกิจโรงแรม

ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจหลักที่อยู่ในตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งตลาดการท่องเที่ยวจะส่วนประกอบที่เหมือนกับตลาดสินค้าทั่วไปประกอบด้วยผู้ผลิตสินค้า (Producer) สินค้า (Product) และผู้ซื้อ (Buyer) แต่รายละเอียดในแต่ละองค์ประกอบแตกต่างกันดังนี้ (ธนภฤต สังข์เฉย, 2550) การจัดการตลาดทางธุรกิจโรงแรมนั้นมีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและการชักจูงนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการที่เป็นเป้าหมายหลักของการตลาดเบื้องต้นที่จะนำมาพิจารณาคือ ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย สินค้าการบริการ (Product Service) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Distribution) การส่งเสริมการขาย (Promotion)

3. แนวคิดการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

วารุณี สุนทรเจริญเงิน (2556) ระบุว่า มูลค่าเพิ่ม คือ คุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นสูงขึ้น ไม่ว่าจะสัมผัสจากทางกายภาพ หรือสัมผัสได้จากความรู้สึกการ “สร้างมูลค่าเพิ่ม” มิใช่มีแค่เพียงการออกแบบผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่โอกาสนั้นอยู่ในทั้งกระบวนการ บางกรณีอาจจะเน้นในจุดเดียว แต่บางกรณีอาจต้องกระทำในหลาย ๆ จุดไปพร้อม ๆ กัน เพื่อให้ผลสำเร็จสุดท้ายคือการได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มี “คุณค่าเพิ่ม” สำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยมีหลักในการพิจารณาดังนี้คือ 1. การเพิ่มคุณค่า 2. การออกแบบผลิตภัณฑ์ 3. การพิจารณาวัตถุดิบ การคัดเลือกวัตถุดิบที่มีเรื่องราวที่จะสร้างคุณค่าเพิ่มได้ 4. การพิจารณาวิธีการกระบวนการผลิต 5. การพิจารณาบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่สัมผัสแรกหรือตั้งแต่มองเห็น 6. การพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงบริการให้กับผลิตภัณฑ์ 7. การเสริมสร้างคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ๆ

4. แนวคิดการจัดการร่วมและการมีส่วนร่วม

โคเฮนและอัฟฮอฟ (Cohen & Uphoff, 1980) ได้กล่าวถึงลักษณะของการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนาโดยทั่วไปนั้นประชาชนอาจเข้าร่วมในกระบวนการตัดสินใจว่าจะทำอะไรเข้าร่วมในการนำโครงการไปปฏิบัติโดยเสียสละทรัพยากรต่าง ๆ เช่น แรงงาน วัสดุ เงิน ร่วมมือในองค์การหรือกิจกรรมเฉพาะด้านที่เข้าร่วมในผลประโยชน์ที่เกิดจากการพัฒนาและร่วมในการประเมินผลโครงการซึ่งสอดคล้องกับอคิน รพีพัฒน์ (2527:100 - 101) และประชุม รอดประเสริฐ (2529: 30) ที่ได้กล่าวถึงลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนคือ การร่วมกันในการค้นหาปัญหาสาเหตุของปัญหาตลอดจนแนวทางแก้ไขการร่วมกันตัดสินใจเลือกแนวทางและการวางแผนพัฒนาแก้ไขปัญหาการร่วมกันปฏิบัติงานในกิจกรรมการพัฒนาตามแผนและการร่วมกันประเมินผลงานกิจกรรมพัฒนา

ในส่วนของสถาบันพระปกเกล้า (2547: 2 -8) ได้กล่าวถึงประชาชนต้องมีลักษณะการมีส่วนร่วมอย่างครบวงจรตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดโดยเริ่มจากการที่ประชาชนต้องเกิดจิตสำนึกและถือว่าสิ่งที่เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนนั้นเป็นภาระหน้าที่ของตนเองในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของชุมชนที่จะต้องมีการ

ร่วมกันแก้ไข เมื่อเกิดจิตสำนึกแล้วต้องมีการร่วมกันค้นหาสิ่งที่เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนว่ามีสาเหตุเกิดจากอะไรและควรที่จะมีการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาว่าควรที่จะแก้ไขปัญหาดีก่อนหรือหลังเมื่อมีการร่วมกันค้นหาปัญหาและลำดับขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาลงแล้วต้องมีการวางแผนการดำเนินงานว่าควรที่จะมีการจัดกิจกรรมหรือโครงการอะไรจะทำการแบ่งหน้าที่กันอย่างไร ใช้งบประมาณมากน้อยเพียงใดและการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานโดยประชาชนทุกคนจะต้องเข้าร่วมกิจกรรมด้วยความเต็มใจและให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมอย่างเต็มที่ เมื่อหลังจากดำเนินกิจกรรมต้องมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลซึ่งประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการทำงานร่วมกันว่ามีปัญหาและอุปสรรคอะไรบ้างแล้วจึงร่วมกันหาแนวทางในการแก้ไขปัญหานั้น ๆ เพื่อให้กิจกรรมสำเร็จลุล่วงไปได้รวมถึงการร่วมรับผลประโยชน์ซึ่งการได้รับผลประโยชน์นั้นอาจไม่จำเป็นว่าจะต้องอยู่ในรูปของตัวเงินวัตถุ สิ่งของแต่อาจเป็นความยินดีและภาคภูมิใจที่ตนได้เป็นส่วนหนึ่งในการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย Lee. J. Cary (1970: 147) กล่าวว่า รูปแบบของผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมหมายถึงการเป็นผู้สัมผัสภาคีชักชวนผู้ใช้แรงงานรวมทั้งเป็นผู้ค้นหาความช่วยเหลือสนับสนุนในผลของการกระทำนอกจากนี้ยังสามารถแบ่งรูปแบบของการมีส่วนร่วมตามบทบาทและหน้าที่ของผู้เข้าร่วมได้คือ การเป็นสมาชิกเป็นผู้เข้าประชุมเป็นผู้บริจาคเป็นกรรมการและเป็นประธานซึ่งคล้ายกับการแบ่งลักษณะการมีส่วนร่วมของอาภรณ์พันธ์ จันทรสว่าง (2524: 42) ที่แบ่งลักษณะของการมีส่วนร่วมออกเป็น 5 ลักษณะคือการมีส่วนร่วมประชุมมีส่วนร่วมบริจาคเงินมีส่วนร่วมเป็นสมาชิกมีส่วนร่วมเป็นกรรมการและมีส่วนร่วมเป็นผู้นำ

โกวิทย์ พวงงาม (2545: 8) ได้สรุปถึงการมีส่วนร่วมที่แท้จริงของประชาชน ในการพัฒนา ควรจะมี 4 ขั้นตอน คือ 1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา 2. การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินงาน 3. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน จะทำให้เกิดการเรียนรู้การดำเนินงานและกิจกรรม 4. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน เพื่อการติดตามงานและประเมินผลการทำงานให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้

สำนักมาตรฐานการศึกษาสำนักงานสภาสถาบันราชภัฏกระทรวงศึกษาธิการสำนักมาตรฐานอุดมศึกษา และทบวงมหาวิทยาลัย (2545: 118) ได้กล่าวถึงยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ 2 ประการคือ 1. การจัดกระบวนการเรียนรู้ สามารถทำได้หลายวิธี ดังนี้ จัดเวทีวิเคราะห์สถานการณ์ของหมู่บ้านเพื่อทำความเข้าใจและเรียนรู้ร่วมกันในประเด็นต่าง ๆ จัดเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์หรือจัดทัศนศึกษาระหว่างกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ภายในชุมชนและระหว่างชุมชนอบรมเพื่อพัฒนาทักษะเฉพาะด้านต่าง ๆ ลงมือปฏิบัติจริงถ่ายทอดประสบการณ์และสรุปบทเรียนที่จะนำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการทำงานที่เหมาะสม

การศึกษางานการตลาดธุรกิจโรงแรมของ ณชัยศักดิ์ จุณณะปิยะ (2555) ศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมทางการตลาดและสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานทางการตลาดของโรงแรมระดับสี่และห้าดาวในประเทศไทยเพื่อเตรียมความพร้อมการเข้าสู่เขตเศรษฐกิจประชาคมอาเซียน

พบว่า สภาพแวดล้อมภายนอกทางการตลาดมีระดับค่าเฉลี่ยการนำไปใช้งานสูงสุดมากกว่ากลยุทธ์นวัตกรรมทางการตลาดและระดับของผลการดำเนินงานทางการตลาด ด้านการรักษาลูกค้าเก่ามีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับอิทธิพลของกลยุทธ์นวัตกรรมทางการตลาดไม่มีอิทธิพลต่อการเพิ่มขึ้นของผลการดำเนินงานทางการตลาดและปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการเพิ่มขึ้น ผลการดำเนินงานทางการตลาดซึ่งผลวิจัยมีประโยชน์ยิ่งต่อธุรกิจโรงแรมของไทยให้นำไปใช้การพัฒนาผลการดำเนินงานทางการตลาดให้เพิ่มสูงขึ้นเพื่อพร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางการตลาดโดยเฉพาะการเปิดเสรีในการแข่งขันเมื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

การพัฒนาผู้นำเครือข่าย เพื่อให้ผู้นำเกิดความมั่นใจในความสามารถที่มี จะช่วยให้เกิดความสามารถในการริเริ่มกิจกรรมการแก้ไขปัญหา หรือกิจกรรมการพัฒนาได้ ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธี ดังนี้ การแลกเปลี่ยนเรียนระหว่างผู้นำทั้งภายในและภายนอกชุมชน สนับสนุนการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และสนับสนุนข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นอย่างต่อเนื่อง แลกเปลี่ยนเรียนรู้และดำเนินงานร่วมกันของเครือข่ายอย่างต่อเนื่องจะทำให้เกิดกระบวนการจัดการและจัดองค์กรร่วมกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนการศึกษา 3 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 สำรวจและวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจและการสัมภาษณ์ชาวบ้านในชุมชนเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน และความต้องการของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม

ขั้นตอนที่ 2 เก็บข้อมูลภาคสนามโดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยใช้แบบสอบถามเพื่อสำรวจความพึงพอใจกับชุมชนและผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม

ขั้นตอนที่ 3 เก็บข้อมูลภาคสนามเพื่อประเมินผลการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ใช้ในตลาดธุรกิจโรงแรม

เครื่องมือในการศึกษา

เครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย

1. แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างโดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจและการสัมภาษณ์เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant Interview) ในชุมชนเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนและความต้องการของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรมเป็นการ

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา วิเคราะห์โดยการล่องหน้าและสรุป ดีความตามรูปแบบที่กำหนดไว้ อภิปรายผลเชิงพรรณนา

2. แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 2.1 แบบสอบถามเพื่อสำรวจความพึงพอใจการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย 2.2 แบบสอบถามเพื่อประเมินผลการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย

ข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา วิเคราะห์โดยการตีความตามรูปแบบที่กำหนดไว้ ล่องหน้าและสรุป อภิปรายผลเชิงพรรณนา สำรวจและวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้ค่าสถิติร้อยละ วิเคราะห์แบบสอบถามเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย และการศึกษาประเมินผลการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนและผลการศึกษาการประเมินผลการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย โดยใช้แบบสอบถามเพื่อสำรวจความพึงพอใจกับชุมชนและผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) หาค่าร้อยละ (Percentage Distribution) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

สรุปผลการวิจัย

1. สำรวจและวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย

ผลการสำรวจศักยภาพชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการของลูกค้าของโรงแรมได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากผ้า กลุ่มทอผ้าบ้านทุ่งฟ้าฮ่ามและกลุ่มทอผ้าบ้านสันธาตุ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นชุมชนทอผ้าไหมและที่ได้รับเครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย “นกยูงสีเงิน” ทรานกยูงพระราชทาน โดยกรมหม่อนไหม และจากการสำรวจข้อมูลและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่แสดงความสนใจและสนับสนุนให้มีผลิตภัณฑ์ชุมชนจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวในโรงแรมของตนได้แก่ โรงแรมซีรินแอท เชียงราย และ โรงแรม สยามไทโรแองเกิ้ล จังหวัดเชียงราย เนื่องจากเป็นโรงแรมที่ดำเนินการโดยผู้ประกอบการไทย มีบุคลากรในโรงแรมเป็นคนท้องถิ่น จึงต้องการสนับสนุนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเข้าสู่ธุรกิจโรงแรม สำหรับโรงแรมอื่นในอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ที่ไม่มีพื้นที่จำหน่ายสินค้าในโรงแรม แต่เมื่อมีนักท่องเที่ยวสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ของที่ระลึกก็จะแนะนำให้ไปเที่ยวชมวิวแม่น้ำโขง

พระพุทธรูปล้านตื้อ ลือโลก พระเชียงแสนสี่แผ่นดิน ที่สามเหลี่ยมทองคำ และซื้อของฝากของที่ระลึกบริเวณนั้น ซึ่งเมื่อทีมผู้วิจัยได้สำรวจพื้นที่พบว่า ร้านขายของที่ระลึกบริเวณสามเหลี่ยมทองคำ ประกอบด้วย ร้านขายผ้า เสื้อผ้า ไม้แกะสลัก และขนมของฝาก ร้านที่มากที่สุด คือร้านขายเสื้อผ้าพื้นเมือง

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจ โรงแรม จังหวัดเชียงราย

ผู้ศึกษาวิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 และ เก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มชุมชนได้แก่ เพศ ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยมีลักษณะคำถามปลายเปิดในแต่ละประเด็นดังนี้ 1. ด้านรูปแบบ 2. ด้านบรรจุภัณฑ์ 3. ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ 4. ด้านภูมิปัญญาและส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากการศึกษาข้อมูลทั่วไปจากชุมชน โดยภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67 มีความพึงพอใจในการกระบวนการมีส่วนร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าสู่ธุรกิจโรงแรม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87) เมื่อพิจารณาแยกรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านภูมิปัญญา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.91) รองลงมา คือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90) ด้านบรรจุภัณฑ์ และด้านรูปแบบ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 ตามลำดับ) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย ด้านรูปแบบ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83) เมื่อพิจารณาแยกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และความคิดสร้างสรรค์อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.85) รองลงมา คือ บรรจุภัณฑ์ มีขนาดและน้ำหนักที่เหมาะสม และบรรจุภัณฑ์ มีสีและลักษณะของวัตถุดิบที่ใช้ผลิตมีความสวยงามและเหมาะสม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.85 ตามลำดับ)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย ด้านบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83) เมื่อพิจารณาแยกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลักษณะบรรจุภัณฑ์ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.85) รองลงมา คือ มีความชัดเจนของตัวอักษร และมีการใช้ภาษาถูกต้องเหมาะสมบนบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 ตามลำดับ) ส่วนข้อที่มีค่าน้อยกว่าข้ออื่น คือ ความน่าสนใจและเทคนิคที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ มี ความเหมาะสมและสอดคล้องต่อคุณลักษณะของสินค้า (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90) เมื่อพิจารณาแยกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บรรจุภัณฑ์ส่งเสริมมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่ามากขึ้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.95) รองลงมา คือ บรรจุภัณฑ์มีความปลอดภัยและรักษาคุณภาพให้กับผลิตภัณฑ์ และ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ บ่งชี้ถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90 เท่ากัน) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าข้ออื่น คือ บรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย ด้านภูมิปัญญา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.91) เมื่อพิจารณาแยกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.95) รองลงมา คือ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ช่วยส่งเสริมการตลาดและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.91) ส่วน ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าข้ออื่น คือ บรรจุภัณฑ์แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนได้อย่างชัดเจนและเหมาะสม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88) และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ และด้านภูมิปัญญา มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านรูปแบบ เพศชายมีความพึงพอใจน้อยกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. การประเมินผลการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย ผู้ศึกษาวิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3 และเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มชุมชนได้แก่ เพศ ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยมีลักษณะคำถามปลายเปิดในแต่ละประเด็นดังนี้ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ 2. ด้านราคา 3. ด้านการจัดจำหน่าย 4. ด้านการส่งเสริมการตลาดและส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปจากนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61 มีความพึงพอใจประเมินผลการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80) เมื่อพิจารณาแยกรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90) รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์และด้านราคา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าด้านอื่นคือ ด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ตามลำดับ)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจลักษณะของผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78) เมื่อพิจารณาแยกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ประโยชน์ใช้สอย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88) รองลงมา คือ ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าข้ออื่น คือ ชื่อเสียงของผู้ผลิต/แหล่งผลิต (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจลักษณะของผลิตภัณฑ์ด้านราคา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87) ซึ่งได้แก่ ราคาเหมาะสม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจลักษณะของผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74) เมื่อพิจารณาแยกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บรรยากาศของสถานที่จัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82) รองลงมา คือ สถานที่วางจำหน่าย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าข้ออื่น คือ การจัดวางสินค้า และการตกแต่งสถานที่วางจำหน่าย และทำเลที่ตั้งของสถานที่จัดจำหน่ายสะดวก ต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจลักษณะของผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90) เมื่อพิจารณาแยกรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การให้คำแนะนำสินค้าและผู้ขายมีอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เท่ากัน) รองลงมา คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจลักษณะของผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด เพศชายมีความพึงพอใจน้อยกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยจากการเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย” เมื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาวิเคราะห์ตามหลักแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

เมื่อพิจารณาผลการศึกษาร่วมกับแนวคิด ทฤษฎี ที่กลุ่มผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ ทั้งการมีส่วนร่วมของชุมชน การออกแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาดธุรกิจโรงแรม พบว่า มีทั้งที่สอดคล้องและไม่สอดคล้อง โดยพบว่า ในขั้นตอนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ชุมชน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ค่อยแข็งแรง รวมทั้งการใช้สอย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณพรรณ รีมผลดี (2554) ที่ได้นำเสนอแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่ควรมีความคงทน เพื่ออายุการใช้งานและประโยชน์ใช้สอยที่หลากหลาย อย่างไรก็ตามจากผลความพึงพอใจในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เข้าสู่ธุรกิจโรงแรม ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์พบว่า มีความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวารุณี สุนทรเจริญเงิน (2556) ที่ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ที่ต้องกระทำในหลายจุด ได้แก่ การออกแบบบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการสร้างมูลค่าของเพิ่มมากขึ้น ส่งผลต่อธุรกิจอย่างชัดเจน

จากผลการศึกษาในการประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าสู่ธุรกิจโรงแรม พบว่า การส่งเสริมการตลาดและบรรยากาศของแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สร้างความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยวในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวารุณี สุนทรเจริญเงิน (2556) ที่เสนอว่า คุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคผลิตภัณฑ์หรือบริการสูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสัมผัสจากทางกายภาพหรือสัมผัสได้จากความรู้สึก การ "สร้างมูลค่าเพิ่ม" จึงมิใช่มีแค่เพียงการออกแบบผลิตภัณฑ์เท่านั้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลจากการวิจัยในครั้งนี้จะช่วยประกอบและเป็นแนวทางไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการสร้างมูลค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีศักยภาพเพื่อเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรมได้

ข้อเสนอแนะจากผลงานวิจัย

1. จากผลการวิจัย พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า มีความสัมพันธ์กับการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอยและความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนควรทำการสำรวจ วิจัย เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและสามารถสร้างเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ให้กับชุมชน

2. จากผลการวิจัย พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยชุมชนเป็นผู้มีส่วนร่วมในการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับคุณลักษณะของสินค้า บรรจุภัณฑ์ช่วยส่งเสริมมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ดังนั้นในการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนควรให้ชุมชนมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการพัฒนาเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

ในการกระบวนการมีส่วนร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย ควรได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐและภาคีเครือข่าย ในการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนเชื่อมโยงกับธุรกิจไม้อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้ทางการท่องเที่ยว การพัฒนาชุมชน และควรส่งเสริมบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชน

References

- Bunyan Chaiyasakun. (2555). *Study the influence of marketing and marketing environment that affects to the marketing performance of four and five star hotels in Thailand. To prepare for entering the ASEAN Economic Community*. Siam University.
- Chansawang Arpornphan. (1982). *Personal Development and Communities*. Bangkok: Faculty of Social Science, Thammasat University.
- Chiarakul Tanyamai. (2014). *The Problem and the Adaption of OTOP to AEC*. Huachiew Chalermprakiet University.
- Chiang Rai Strategy and Development Cooperation Plan. (2015-2016). *The Committee of Chiang Rai Town Hall province*.

- Cohen, J. and N. T. Uphoff. (1977). *Rural Development Participation*. Ithaca: Cornell University.
- King Prajadhipok's Institute. (2004). *Encyclopedia of Local Government, Civil Society and Local Government Politics and Local Participation*. Bangkok: Tammada Press Company Limited.
- Lee J.Cary. (1970). *Editor. Community Development As A Process*. Columbia: University of Missouri Press.
- Phuang-Ngam Khowit. (2002). The community reinforcement. N.p.
- Sang-Chei Thanakit. (2007). *Tourism and hospitality*. Faculty of Science Management. Silpakorn University Petchaburi Campus.
- Rapheephath Akin. (1984). *Community Participation for Development in Countryside with Thai Social and Culture Conditions*. Bangkok: Center for Health Policy Studies Mahidol University.
- Rimphadee Wannapan. (2011). *The integrated Marketing Communication for Hotel Business*. Bangkok. Suan Dusit Rajhaphat University.
- Rodprasert Prachum. (1986). *Project Management*. Natick: Natick Printing.
- Soontorncharaeng Warunee. (2014). *The Creative challenge of product and Hospitality*. Thai brand. Amex Team.
- Thanyamai Chiarakul. (2014). *The Problems and the adaptation of OTOP to AEC*. Executive Journal. The Education standard Department. Rajhaphat Institutional office, Office of Higher.
- Education Commission. (2002). *The Self learning and community research system*. Bangkok. S.R. Printing.



Phannipha Saokham M.B.A. (Hotel and Restaurant Management)
Lecturer in Hotel Administration, School of Tourism, Chiang Rai Rajabhat University.



Paripan Keawnet M.A. (Tourism Industry Management)
Lecturer of Tourism and Hospitality Management, School of Tourism
Chiang Rai Rajabhat University.



Nathamon Sangwan M.B.A. (Hotel and Tourism Management) Lecturer
in Hotel Administration, School of Tourism, Chiang Rai Rajabhat
University.



Ngamnid Saennampol M.B.A. (Hospitality and Tourism Management)
Lecturer in Hotel Administration, School of Tourism, Chiang Rai Rajabhat
University.



Phuwanat Srithong. M.P.A. (Public Policies) Lecturer in Tourism and
Hospitality Management (International Program), School of Tourism,
Chiang Rai Rajabhat University.