

การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

Development of Creative Coffee Tourism Activity in Khao Kho District, Phetchabun Province

ทิวาวรรณ ศิริเจริญ กัณฑ์*

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

*e-mail: Tiwawan.sir@pcru.ac.th

Tiwawan Siricharoen Kanha

Faculty of Management Science, Phetchabun Rajabhat University

Received: October 20, 2022, Revised: November 25, 2022, Accepted: December 8, 2022

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือที่ถูกนำมาใช้เพื่อการเปลี่ยนผ่านและต่อยอดการพัฒนาจากการท่องเที่ยวรูปแบบเดิม ๆ ซึ่งมีทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเป็นฐานและประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ควบคู่ งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ และเพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ มีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ รวมทั้งสิ้น 15 คน มีเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ มีนักท่องเที่ยวกลุ่มทดลอง จำนวน 35 คน ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ผลทางสถิติด้วยค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ และนำเสนอโดยการบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย พบว่า ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ มีจุดแข็ง คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่พร้อมด้วยแหล่งปลูก แปรรูป และกาแฟครบวงจร อีกทั้งยังมีโอกาสจากแนวโน้มด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจในการดื่มกาแฟ แต่ก็ยังพบข้อจำกัดด้านคุณภาพกาแฟ และมีอุปสรรคจากการถูกมองข้ามการพัฒนาคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงกาแฟ ในการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ “จากต้นสู่ปาก กาแฟอาราบิก้าเขาค้อ” ได้แก่ รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางการเกษตร รูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเรียนรู้กาแฟ และรูปแบบกิจกรรมพิเศษจากความหลงใหลในกาแฟ ซึ่งพัฒนาขึ้นบนพื้นฐานทรัพยากรท้องถิ่น ตามแนวคิด The 3S Principles และพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) ได้แก่ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านการมีส่วนร่วมท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ ทั้งนี้ในการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้ี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟในพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศไทย และต่อยอดเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงกาแฟ 4 ภู จังหวัดเพชรบูรณ์ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ที่ได้รับการยอมรับในอนาคต

คำสำคัญ: การพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ จังหวัดเพชรบูรณ์

Abstract

Creative tourism is a tool that has been used to transform and further develop the existing traditional tourism based on local tourism resources while practicing creative tourism activities. This research aimed to study potentials of creative coffee tourism and develop related activities in Khao Kho District, Phetchabun Province. This is a mixed method research which consisted of; firstly, qualitative method that studies data obtained from 15 stakeholders who are in charge of tourism in Phetchabun province. These data were collected by semi-structured interview questions and were later analyzed using content analysis. For quantitative method, a questionnaire was administered to 35 tourists who were in the experiment group. The quantitative data were analyzed by using descriptive statistics including mean, and standard deviation and then were reported according to the research's objectives through descriptive presentation.

Results showed that the potential for creative coffee tourism has its strengths as follows. First, it can be a perfect tourist attraction with coffee planting resources, processing and integrated cafes. It also has the potential to have and serve tourists who are interested in coffee beverage in the future. However, its limitations were found in terms of coffee quality and being overlooked on the development value of coffee tourism activities. Among these is "From trees to taste: Khoakho's Arabica" program which incorporates 3S principles: agricultural-based activities, coffee learning room activity model, and a special event model for tourists who have passions for coffee. All of which are developed and based on available local resources. Tourists express high level of satisfaction ($\bar{x} = 4.16$) in the factors of service quality, tourist attraction and activities, and engagement in coffee creative tourism. This creative coffee tourism activities can be used as guidelines for creating coffee tourism in other areas of Thailand and also connect the 4 hills (Phu) of a creative coffee tourism program in Phetchabun province so that it might be encouraged to be a famous tourist attraction for creative coffee in the future.

Keywords: The Development Tourism Activity; Creative Coffee Tourism; Phetchabun Province

บทนำ

กาแฟเป็นวัฒนธรรมการบริโภคของสังคมตะวันตก และได้กระจายไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในยุคอาณานิคมราวคริสต์ศตวรรษที่ 17 ถึงกลางคริสต์ศตวรรษที่ 20 (Kraipakorn, 2014) ปัจจุบันทั่วโลกได้เข้าสู่ยุคของการบริโภคกาแฟที่เน้นการดื่มดำกับคุณค่าและรสชาติ โดยผ่านการคัดสรรมาอย่างพิถีพิถัน กาแฟของแต่ละภูมิภาคจะมีความโดดเด่นด้วยสภาพภูมิประเทศที่เป็นเอกลักษณ์และเรื่องราวเฉพาะถิ่นทำให้มีคุณสมบัติที่แตกต่างกันไป และสามารถต่อยอดกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างแพร่หลาย

อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นพื้นที่ที่ได้รับความนิยมและมีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเยือนค่อนข้างมาก ด้วยสภาพภูมิประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ อีกทั้งสภาพอากาศที่เหมาะสมแก่การเป็นแหล่งผลิตพืชผลทางเกษตรที่สำคัญโดยเฉพาะ กาแฟสายพันธุ์อาราบิก้า ซึ่งสามารถเติบโต

และให้ผลผลิตได้ในพื้นที่สูงที่มีอากาศหนาวเย็น เกือบตลอดทั้งปี ปัจจุบันอำเภอเขาค้อมีพื้นที่ปลูกกาแฟจำนวนมาก เช่น ศูนย์วิจัยเกษตรที่สูงเขาค้อ กาแฟไร่จ่านรินทร์ กาแฟไร่ธาราบิก้า เขาค้อ กาแฟไร่จาง่าง เป็นต้น และจากกระแสการท่องเที่ยวเชิงกาแฟ ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความนิยมดื่มกาแฟ และสนใจศึกษาเกี่ยวกับกาแฟมากขึ้น จนเกิดเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกาแฟที่น่าสนใจ ส่งผลกระทบต่อชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวที่มีการเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการร้านกาแฟตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เส้นทางท่องเที่ยวต่าง ๆ ในแหล่งที่มีการปลูกกาแฟเพื่อการค้าจำหน่ายด้วย อย่างไรก็ตามปัญหาที่พบได้ คือ เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟและผู้ประกอบการร้านกาแฟ มีรายได้จากการส่งผลผลิตเพียงเท่านั้น เนื่องจากยังเข้าไปไม่ถึงนักท่องเที่ยวขาดความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยว ปัญหาแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่สวยงาม กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม การสร้างและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ซึ่งมีแนวโน้มการท่องเที่ยว

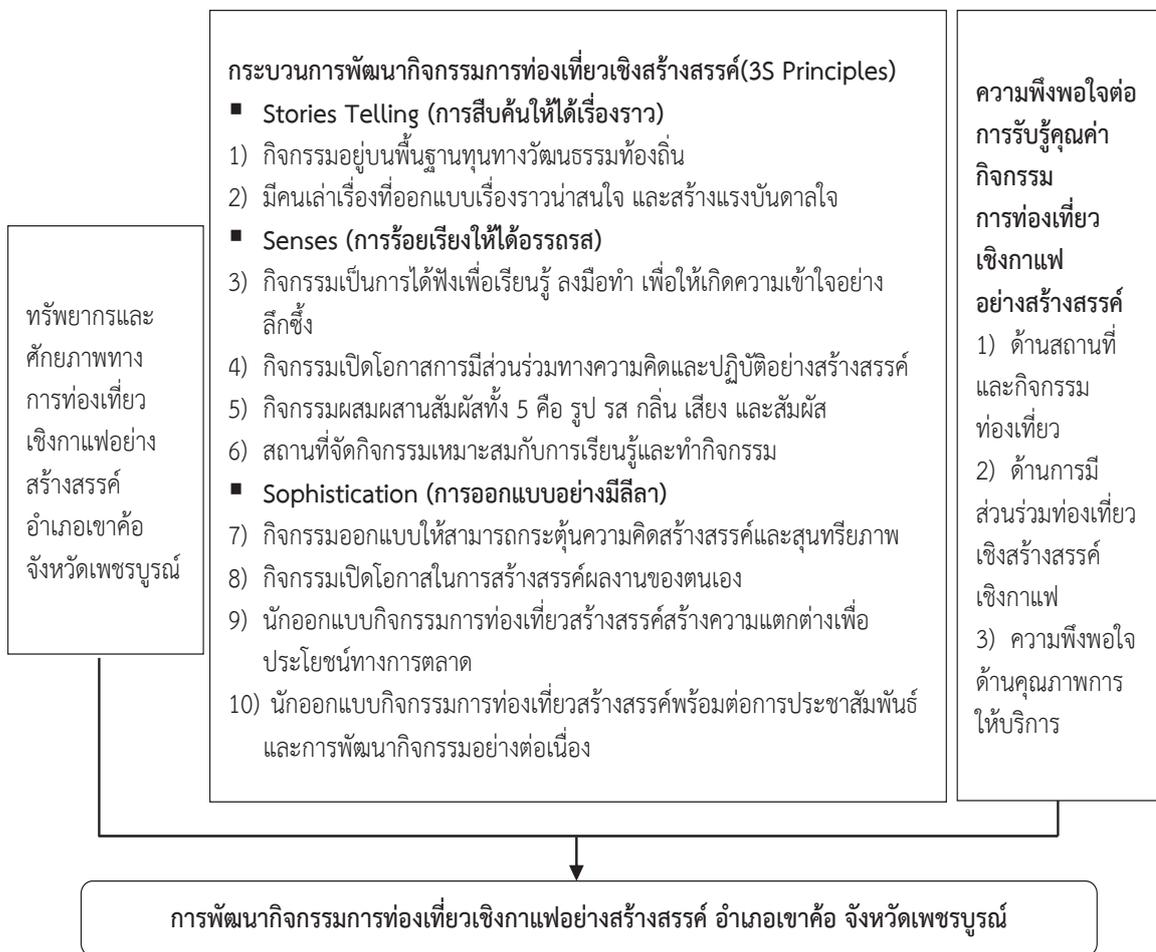
ไม่ใช่เพียงแต่การเดินทางเพื่อการพักผ่อนเท่านั้น แต่ยังให้ความสนใจกับการเรียนรู้ในตัวกาแฟและวัฒนธรรมต่างถิ่น สิ่งแวดล้อม และกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน (Techo, 2022)

จากเหตุผลดังกล่าวจึงเป็นช่องว่างการวิจัยในการศึกษาศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสามารถส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ได้ โดยการนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่ให้ความสำคัญทั้งกับเจ้าของท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวในการมีส่วนร่วมอย่างจริงจังผ่านประสบการณ์ที่ได้จากการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว ผู้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ ที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ลักษณะเฉพาะกาแฟอาราบิก้าเขาคว๊จากแปลงปลูก ผ่านกระบวนการแปรรูป และการสกัดเป็นเครื่องดื่มผสมผสานกับการเพิ่มมูลค่าด้วยกิจกรรมงานฝีมือ (DIY)

จากวัตถุประสงค์ในพื้นที่ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะสามารถสร้างสรรค์และนำกลับไปเป็นของที่ระลึกได้ การวิจัยนี้ได้ออกแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ โดยมุ่งหวังเพื่อสนับสนุนศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกาแฟในพื้นที่อำเภอเขาคว๊ จังหวัดเพชรบูรณ์ และเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาคว๊ จังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาคว๊ จังหวัดเพชรบูรณ์



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม

การพิจารณาศักยภาพการท่องเที่ยวในสถานที่แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นหนึ่งกระบวนการที่จะนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณค่าและสร้างความดึงดูดใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า มีนักวิชาการหลายท่านศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบันด้านต่าง ๆ เช่น ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านผลิตภัณฑ์และกิจกรรม และด้านการมีส่วนร่วม (Pinprachanan, Panupat, & Junead, 2022; Sriboonruang, & Pimonsompong, 2021; Popichit, 2020) ดังนั้นในการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์นี้ จึงมุ่งศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกาแฟที่เอื้อต่อการพัฒนา ปรับปรุง และต่อยอดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้วิธีการประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาส เพื่อให้พร้อมต่อการรองรับ และให้บริการด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ต่อยอดจากการท่องเที่ยวรูปแบบเดิม ๆ ที่มีนักท่องเที่ยวมาแวะเพียงถ่ายรูปเท่านั้น มาสู่การท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยว เป็นการสร้างคุณค่าด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวและชุมชน โดยผ่านการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงหรือประสบการณ์ร่วม เพื่อความผูกพัน ประสบการณ์ที่จริงแท้ และความเข้าใจในวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง และในการออกแบบรูปแบบการท่องเที่ยว ซึ่งนำไปสู่การสร้างรายได้และผลประโยชน์ให้กับชุมชน อีกทั้งยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงคุณค่าให้กับวัฒนธรรม วิถีชุมชน และอัตลักษณ์ของชุมชนได้อีกด้วย (Designated Areas for Sustainable Tourism Administration Public Organization, 2019) ซึ่งล้วนแล้วแต่จะเป็นผลให้เกิดความจดจำ ประทับใจและบอกต่อเรื่องราวพื้นที่ของการท่องเที่ยวนั้น ๆ

Richards (2011) กล่าวว่า การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีปัจจัยสำคัญ 2 ด้าน ได้แก่ การสร้างสรรค์ประสบการณ์สินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์ เช่น การลงมือปฏิบัติในสถานที่จริง และการนำเสนอสินค้าและบริการ เช่น โปรแกรมท่องเที่ยว การสร้างเครือข่ายความร่วมมือเพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้ Designated Areas for Sustainable Tourism Administration Public Organization (2019) ได้พัฒนากระบวนการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามแนวคิด The 3S Principles ได้แก่ Stories Telling (เรื่องราว) Senses (อรรถรส) และ Sophistication (ลีลา)

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า การท่องเที่ยวเชิงกาแฟ อาจมีลักษณะเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งหมายถึงการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นด้านการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรม การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมทางการเกษตรซึ่งชมความงาม ได้รับความรู้และสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ (Lyon, 2013; Smith, Suthitakon, Gulthawatvichai, & Karnjanakit, 2019) โดยรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นิยมมากที่สุดคือเกษตรกรหรือเจ้าของฟาร์มเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชม ถ่ายรูป เก็บผลไม้ ผักสด และการรับประทานภายในฟาร์มเท่านั้น โดยเก็บค่าบริการ แต่ยังมีนักวิชาการในประเทศหลายท่าน (Rutynskyi, & Kushniruk, 2020; Seo, 2019) ได้กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงกาแฟ (Coffee Tourism)” เป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ที่นักท่องเที่ยวมุ่งเน้นให้ความสนใจและเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารนั้น ๆ ผสมผสานกับธรรมชาติ วัฒนธรรม การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึง และเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์จากการสัมผัส ลิ้มรส และเรียนรู้กระบวนการประกอบอาหาร

ดังนั้นในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์นี้ จึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวหรือบุคคลทั่วไปให้เข้ามาเรียนรู้วิถีชีวิตของเกษตรกร แหล่งปลูกกาแฟแปรรูป การชงกาแฟ และร้านกาแฟที่เป็นทั้งจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับกาแฟ และได้รับประสบการณ์ตรงจากการได้ทดลองทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกาแฟในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ร่วมกับการใช้กิจกรรมเชิงศิลปะ ดังเช่นกรณีศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟในเมืองคังนิง (Gangneung) ประเทศเกาหลีใต้ ได้พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อรับความรู้เกี่ยวกับวิธีการทำกาแฟที่แตกต่างกัน และสร้างประสบการณ์ DIY ที่เกี่ยวข้องกับกาแฟที่หลากหลาย โดยใช้ร้านกาแฟเป็นเครื่องมือ สื่อกลางที่ทำหน้าที่เป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรม สร้างจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่แตกต่าง และยังสามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเกาหลีใต้ได้อีกด้วย (Pannara, 2021) และในประเทศเวียดนาม ได้นำเอาไร่กาแฟ มาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรใหม่ และนำเสนอกาแฟควบคู่วัฒนธรรมและไลฟ์สไตล์ของชาวเวียดนาม (Bangkokbiznews, 2021) เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างหลากหลาย

แนวคิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย (1) ความพึงพอใจด้านการรับรู้คุณค่า หมายถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากระดับความรู้สึกที่นักท่องเที่ยวได้รับประโยชน์ ดังนั้น คุณค่าที่มอบให้กับนักท่องเที่ยว

ต้องมากกว่าต้นทุนของนักท่องเที่ยวที่เสียไป (Sereerat et al., 2009; Sweeney, & Soutar, 2001) (2) ความพึงพอใจด้านความสุขที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือการทำกิจกรรมต่าง ๆ อันเป็นผลมาจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางที่เติมเต็ม (Chen, & Tsai, 2007; Wongmanee, & Wongsaroj (2021) และ (3) ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความพึงพอใจโดยรวมในระหว่างหรือหลังจากการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Akama, & Kieti, 2003)

วิธีการวิจัย

การศึกษานี้ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ ประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคำนึงถึงผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่สามารถตอบวัตถุประสงค์และคำถามของการวิจัยได้ เป็นการเลือกผู้ที่สามารถให้ข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการวางแผนเชิงนโยบายด้านการจัดการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงกาแฟในพื้นที่ หรือเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยวอันเป็นอย่างดี มีส่วนช่วยผลักดันการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ มีส่วนได้ส่วนเสีย และข้อเสนอแนะในด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ 1) กลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ 2) กลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่เป้าหมาย 3) นักวิชาการ และ 4) คนในท้องถิ่น รวมทั้งสิ้น 15 คน มีเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า

ขั้นตอนที่ 2 นำข้อมูลทรัพยากรและศักยภาพการท่องเที่ยวที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ มาสังเคราะห์เป็นรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ ตามแนวคิด (The 3S Principles) แล้วนำเสนอข้อมูลและร่างกิจกรรมต่อผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ ภาควิชาการ หน่วยงานภาครัฐ และตัวแทนสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวเขาค้อ เพื่อปรับปรุงรูปแบบกิจกรรมให้เหมาะสม

ขั้นตอนที่ 3 การทดลองกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ โดยเปิดรับสมัครนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มตัวอย่างเพื่อเข้าร่วมการทดลองและประเมินกิจกรรมหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ แบบ 1 วัน จำนวน 35 ท่าน โดยคำนึงถึงนักท่องเที่ยวทั้งในและนอกพื้นที่จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งเป็นผู้ที่สนใจในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และมีความสมัครใจที่จะทดลองปฏิบัติกิจกรรมการท่องเที่ยว

เชิงสร้างสรรค์และตอบแบบสอบถามความพึงพอใจที่คณะผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ความคิดเห็นด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว หลังการเข้าร่วมกิจกรรม และระดับความพึงพอใจต่อการรับรู้คุณค่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งแบ่งออกเป็น ด้านสถานที่และกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วม และด้านคุณภาพการให้บริการ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลทันทีเมื่อเสร็จสิ้นในกระบวนการทดลองกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ แบบสอบถามที่ใช้ได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.5 และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นได้เท่ากับ 0.87 ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ค่าสถิติ ด้วยค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้วยการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิค SWOT Analysis เพื่อประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค มีผลการวิเคราะห์ (ตารางที่ 1) โดยหลังจากที่มีการวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวแล้ว ผลที่ได้นำมาสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวภายหลังการเข้าร่วมการทดลองกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ “จากต้นสู่ปาก อาราบิกาค้อ” (ตารางที่ 2) พบว่า ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีจุดแข็ง ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.30 อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ด้านที่พัก ร้านอาหาร และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีความสะดวกสบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงกาแฟ และยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวมีทั้งที่เป็นแหล่งปลูก และแปรรูปกาแฟอาราบิก้า และคาเฟ่ครบวงจรสำหรับนักท่องเที่ยวด้วย “เราเริ่มมีการปลูกกาแฟอาราบิก้ามาตั้งแต่ปี 2530 จากการศึกษาพัฒนาและส่งเสริมเกษตรกร จนปัจจุบันเรามีสมาชิกทั้งผู้ปลูก แปรรูป และร้านกาแฟอาราบิก้าและโรสตต้าไว้คอยบริการให้นักท่องเที่ยว (T01)” นอกจากนี้ “อำเภอเขาค้อ เป็นแหล่งท่องเที่ยวใกล้กรุงเทพฯ ซึ่งมีการเดินทางสะดวก มีที่พักและร้านอาหารหลากหลายระดับราคา และยังมีทรัพยากรท่องเที่ยวหลากหลายด้วย (T08)” สอดคล้องกับแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ Thanapitak, Ritima, Chaiyanupong, & Kumanchan

(2021) กล่าวว่า สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทาง ควบคู่ไปกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ และพร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังต้องประกอบด้วย การสร้างคุณค่าเพื่อการมีส่วนร่วม การถ่ายทอดองค์ความรู้ และการส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อยในพื้นที่

ด้านโอกาสของการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.19 อยู่ในระดับมาก ได้แก่ พื้นที่อำเภอเขาค้อ เป็นจุดหมายปลายทางที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง อีกทั้ง นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มด้านพฤติกรรมที่ให้ความสนใจในการดื่มกาแฟ และเดินทางท่องเที่ยวที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของตนเอง “ต้องยอมรับว่า กาแฟ เป็นอีกจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทาง การมีบริการที่ครอบคลุมเกี่ยวกับกาแฟจะช่วยให้เขาเลือกเดินทางได้ง่ายกว่า (T10)”

แต่อย่างไรก็ตามยังพบจุดอ่อนหรือข้อเสียของการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.77 อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อาราบิกาคาแฟ ยังไม่เป็นที่รู้จักและขาดการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ รองลงมา คือ กาแฟอาราบิกาคาแฟ ยัง

ไม่เป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกาแฟมากนัก เนื่องจากยังขาดเอกลักษณ์และคุณภาพที่เด่นชัด รวมไปถึงกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวเชิงกาแฟอาราบิกาคาแฟก็ยังมีอยู่น้อย และไม่หลากหลาย จากการศึกษาของ Pinprachanan, Panupat, & Junead (2022) พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการค้นหากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ที่เรียนรู้วิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่แตกต่างไปจากบริษัทสังคมของตนเอง เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ต่อยอดในชีวิตประจำวัน หรือเพื่อพัฒนาทักษะของตนเอง “กิจกรรมการท่องเที่ยวต้องตอบสนองนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น และครอบครัว ซึ่งถือว่าเป็นนักท่องเที่ยวหลักของจังหวัดเพชรบูรณ์ (T05)”

ส่วนด้านอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.99 อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัญหาสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในช่วงที่ผ่านมาส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง และรู้สึกยังไม่ปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว รวมไปถึงยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวเชิงกาแฟในจังหวัดอื่น ๆ ใกล้เคียงที่มีชื่อเสียงมายาวนาน เช่น ไร่กาแฟในจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย เป็นต้น “เราก็คงไม่เข้มแข็งเหมือนจังหวัดเชียงใหม่หรือเชียงรายซึ่งโด่งดังเรื่องกาแฟมานานด้วยเรายังคงยึดติดกับปริมาณมากกว่าคุณภาพของเมล็ดกาแฟ (T01)”

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีทั้งที่เป็นแหล่งปลูก และแปรรูปกาแฟ และคาเฟ่ครบวงจร ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทาง 2. มีความสะดวกสบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3. เป็นกิจกรรมใหม่ที่สามารถกระตุ้นความสนใจและต่อยอดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนได้ 4. กิจกรรม หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อาราบิกาคาแฟ มีความน่าสนใจ หลากหลายและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวภายนอกพื้นที่ได้ 5. เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ด้านที่พัก ร้านอาหาร และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น 	<ol style="list-style-type: none"> 1. กาแฟอาราบิกาคาแฟ ยังไม่เป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกาแฟมากนัก เนื่องจากยังขาดเอกลักษณ์และคุณภาพที่เด่นชัด 2. การท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ ยังขาดการบูรณาการความร่วมมือในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 3. กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อาราบิกาคาแฟ ยังมีอยู่น้อย และไม่หลากหลาย 4. การท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อาราบิกาคาแฟ ยังไม่เป็นที่รู้จักและขาดการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
โอกาส	อุปสรรค
<ol style="list-style-type: none"> 1. นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมแนวโน้มด้านพฤติกรรมที่ให้ความสนใจในการดื่มกาแฟ และการท่องเที่ยวที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของตนเอง 2. พื้นที่อำเภอเขาค้อ เป็นจุดหมายปลายทางที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง 3. มีโอกาสได้รับความสนับสนุนด้านนโยบาย งบประมาณและวิชาการจากภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ 4. มีนโยบายสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ให้มีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวเชิงกาแฟในจังหวัดอื่น ๆ ใกล้เคียงที่มีชื่อเสียงมายาวนาน เช่น ไร่กาแฟ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย เป็นต้น 2. สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง หรือรู้สึกยังไม่ปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว 3. ผู้นำชุมชนท้องถิ่น ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลายภาคส่วนยังขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อจะช่วยให้เกิดการสนับสนุนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ต่อการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

	ประเด็นความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ คิดเห็น
ข้อ	1. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีจุดแข็งหรือข้อดี ในระดับใด			
1	อำเภอเขาค้อ แหล่งท่องเที่ยวที่มีทั้งที่เป็นแหล่งปลูก และแปรรูปกาแฟอาราบิก้า และคาเฟ่ครบวงจร ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทาง	4.37	0.59	มากที่สุด
2	มีความสะดวกสบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงกาแฟ	4.17	0.56	มาก
3	เป็นกิจกรรมใหม่ที่สามารถกระตุ้นความสนใจและต่อยอดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนได้	4.34	0.47	มากที่สุด
4	กิจกรรม หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์อาราบิก้าเขาค้อ มีความน่าสนใจหลากหลายและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวภายนอกพื้นที่ได้	4.23	0.54	มากที่สุด
5	เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ด้านที่พัก ร้านอาหาร และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น	4.40	0.49	มากที่สุด
	รวม	4.30	0.54	มากที่สุด
ข้อ	2. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีจุดอ่อน ในระดับใด			
1	กาแฟอาราบิก้าเขาค้อ ยังไม่เป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกาแฟมากนัก เนื่องจากยังขาดเอกลักษณ์และคุณภาพที่เด่นชัด	3.86	0.96	มาก
2	การท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ ยังขาดการบูรณาการความร่วมมือในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	3.80	0.98	มาก
3	กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์อาราบิก้าเขาค้อ ยังมีอยู่น้อยและไม่หลากหลาย	3.54	0.97	มาก
4	การท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์อาราบิก้าเขาค้อ ยังไม่เป็นที่รู้จักและขาดการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่	3.89	0.92	มาก
	รวม	3.77	0.96	มาก
ข้อ	3. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีโอกาส ในระดับใด			
1	นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมแนวโน้มด้านพฤติกรรมที่ให้ความสนใจในการดื่มกาแฟ และการท่องเที่ยวที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของตนเอง	4.34	0.58	มากที่สุด
2	พื้นที่อำเภอเขาค้อ เป็นจุดหมายปลายทางที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง	4.57	0.65	มากที่สุด
3	มีโอกาสดูได้รับความสนับสนุนด้านนโยบาย งบประมาณและวิชาการจากภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่	3.86	0.80	มาก
4	มีนโยบายสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ให้มีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น	3.97	0.88	มาก
	รวม	4.19	0.73	มาก
ข้อ	4. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีอุปสรรค ในระดับใด			
1	มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวเชิงกาแฟในจังหวัดอื่น ๆ ใกล้เคียงที่มีชื่อเสียงมายาวนาน เช่น ไร่กาแฟจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย เป็นต้น	3.91	1.00	มาก
2	สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด- 19 ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง หรือรู้สึกยังไม่ปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว	4.03	0.74	มาก
3	ผู้นำชุมชนท้องถิ่น ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลายภาคส่วนยังขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อจะช่วยให้เกิดการสนับสนุนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่	4.03	0.77	มาก
	รวม	3.99	0.84	มาก
	รวมค่าเฉลี่ยความคิดเห็น	4.06	0.76	มาก

2. การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นแหล่งปลูก และแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกาแฟในท้องถิ่น และยังมีร้านกาแฟซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ โดย Richards (2011) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะไม่เพียงแต่รับข้อมูลหรือชื่นชมเท่านั้น แต่จะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมด้วยตนเองตามความสนใจเฉพาะ ดังนั้นในการนำเสนอกิจกรรมและโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ “จากต้นสู่ปาก กาแฟอาราบิก้าเขาค้อ” จึงมีหลักสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ บนพื้นฐานทรัพยากรท้องถิ่น ตามกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (The 3S Principles) (Designated Areas for Sustainable Tourism Administration Public Organization, 2019) (รูปที่ 2) ด้วยการค้นหาเรื่องราว (Stories) และนำมาออกแบบกิจกรรมบนพื้นฐานทรัพยากรท้องถิ่น แล้วนำมาร้อยเรียง (Senses) เป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ทุกคนได้แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด และลงมือทำอย่างสร้างสรรค์ และใช้การเพิ่มเติมลีลาให้น่าประทับใจ (Sophistication) ด้วยกิจกรรมที่หลากหลายแตกต่างกัน กระตุ้นศักยภาพและสามารถสร้างแรงบันดาลใจ “ถ้าจะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกาแฟสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ปลูกกาแฟให้มาก และต้องสร้างความตระหนักในการพัฒนา กาแฟให้เป็น Special Coffee (T1) แล้วส่งต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวทั้งสนุกและเรียนรู้ (T02)” ประกอบด้วย (1) รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางการเกษตร

(Agrucultural Based Activities) โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมแหล่งพื้นที่ปลูก เรียนรู้ สอบถามและแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับการปลูกกาแฟ และการทำกิจกรรมในไร่กาแฟในรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ เช่น การเก็บผลเชอร์รี่ การปั่นจักรยาน การใช้ E-Unicycle ในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร การนั่งรถราง เป็นต้น (2) รูปแบบกิจกรรมห้องเรียนรู้กาแฟ (Coffee Learning Room Activity Model) นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษเกี่ยวกับการแปรรูปกาแฟ หรือการชงกาแฟ สามารถร่วมเรียนรู้ตั้งแต่กระบวนการเก็บเกี่ยว และแปรรูปและการชงกาแฟ ชิม ทดลองรสชาติเฉพาะถิ่นกาแฟอาราบิก้าเขาค้อ และ (3) รูปแบบกิจกรรมพิเศษจากความหลงใหลในกาแฟ (A special event form from the passion for coffee) นักท่องเที่ยวที่มีความหลงใหลในกาแฟ และต้องการได้รับประสบการณ์ DIY จากการทดลองทำกิจกรรมที่ต่อยอดจากการแปรรูป หรือการให้บริการในร้านกาแฟ ในรูปแบบกิจกรรมเชิงศิลปะ หรือสิ่งประดิษฐ์ (Coffee Art Workshop) เช่น เทียนจากกากกาแฟ สบู่มากาแฟ ปุ๋ยธรรมชาติจากกะลากาแฟ ค็อกเทลกาแฟ (Coffee Cocktail) เป็นต้น สอดคล้องกับ Popichit, Prasitwisafe, Serirat, & Namjaidee (2020) ระบุว่า ในการพัฒนาศักยภาพกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องแสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์ มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนความคิดและการลงมือปฏิบัติ โดยมีปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ รวมไปถึงการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์: อาราบิก้าเขาค้อ	
Stories	- แหล่งปลูกกาแฟอาราบิก้า ตั้งแต่ปี 2530 - สิ่งอำนวยความสะดวก คาเฟ่ ครบครัน
Senses	- กิจกรรมการเรียนรู้แปลงปลูกกาแฟของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน พร้อมวิทยากรบรรยาย - กิจกรรมแปรรูป และชงกาแฟพร้อมดื่ม - กิจกรรมเสริมการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ด้วยงานศิลปะ
Sophistication	- ต้องเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างทั่วถึง - สามารถลดทอนหรือเพิ่มเติมกิจกรรมได้ตามโอกาส ข้อจำกัด หรือความต้องการของนักท่องเที่ยว - เกษตรกร หรือผู้ประกอบการร้านกาแฟ หรือรถบริการนำเที่ยวสามารถนำเสนอข้อมูลกิจกรรมได้

รูปที่ 2 ผลการศึกษาตามแนวคิด 3S Principles

ทั้งนี้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาพย์อย่างสร้างสรรค์นี้ สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี อีกทั้งยังสามารถปรับเพิ่มเติมกิจกรรมหรือลดทอนกิจกรรมได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมทดลองกิจกรรมเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 28-37 ปี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีเหตุการณ์เข้าร่วมกิจกรรม คือ หลงไหลและชื่นชอบการดื่มกาแฟ และอยากเรียนรู้ด้านกาแฟตั้งแต่เมล็ดจากไร่ จนถึงกาแฟพร้อมดื่ม จากลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับพฤติกรรม 5 องค์ประกอบของนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ คือ การเดินทางต้องเรียบง่าย ชื่นชอบความแปลกใหม่ ชื่นชอบความหรูหรา ชื่นชอบความเป็นท้องถิ่น และได้รับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (Sriboonruang, & Pimonsompong, 2021)

และพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาพย์อย่างสร้างสรรค์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) (ตารางที่ 3) เมื่อพิจารณา รายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$) ได้แก่ ความรู้สึกปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินในระหว่างเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ ความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังพื้นที่และการเดินทางภายในพื้นที่ และความคุ้มค่าของประสบการณ์ที่ได้รับเมื่อเทียบกับเวลาและเงินที่จ่ายไป ดังนั้นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวต้องก่อให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับคนในชุมชน พัฒนาอย่างเหมาะสมและเป็นรูปธรรมที่แสดงออกถึงคุณค่าในประสบการณ์ ความรู้สึกปลอดภัย และการต้อนรับจากเจ้าบ้าน (Department of Tourism, 2019) และหากลูกค้าเกิดความรู้สึกในเชิงบวกต่อสินค้าและบริการ ไม่ว่าจะ เป็นความรู้สึกยินดี รู้สึกมีความสุขหรือรู้สึกได้ถึงความสะดวกสบาย จะส่งผลทำให้ลูกค้ามีโอกาสกลับมาซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำ (Akama, & Kieti, 2003)

รองลงมา คือ ด้านสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) ได้แก่ พื้นที่และบรรยากาศเหมาะสำหรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาพย์อย่างสร้างสรรค์ มีสิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภค ที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถสร้างความทรงจำต่อการท่องเที่ยวเชิงกาพย์อย่างสร้างสรรค์ได้ สอดคล้องกับ Sereerat et al., (2009) กล่าวว่า หากนักการตลาดสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม ความแตกต่าง และคุณค่าที่มอบให้กับนักท่องเที่ยว

มากกว่าต้นทุนที่เสียไป คุณค่าอาจเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวได้ในทุกขั้นตอนของการซื้อสินค้าและบริการ และส่งผลต่อการส่งต่อข้อมูลด้วย

และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการมีส่วนร่วมการท่องเที่ยวเชิงกาพย์อย่างสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) รวมไปถึงการมีส่วนร่วมของเกษตรกรที่เชื่อมโยงแหล่งปลูก กับกิจกรรมการท่องเที่ยวก็ยังมีอยู่น้อยด้วยเช่นกัน “ตอนนี้ยังขาดการมีส่วนร่วมของเกษตรกรที่จะช่วยกันพัฒนาแปลงกาแฟให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจและพัฒนางาแฟให้มีคุณภาพได้ (TO1)” ได้แก่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกาพย์อย่างสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ได้จริงตามความสนใจ และได้เรียนรู้กาแฟในทุกขั้นตอน รวมไปถึงการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น สอดคล้องกับแนวคิดของ Richards (2011) และ ผลการศึกษาของ Wongmanee, & Wongsaroj (2021) ได้นำเสนอไว้ว่า จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะมีรูปแบบและวิธีการที่แตกต่างกันเพื่อเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ มีส่วนร่วมสร้างสรรค์กิจกรรม และแลกเปลี่ยนแนวคิดอย่างสร้างสรรค์กับคนในท้องถิ่น

โดยการกำหนดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาพย์อย่างสร้างสรรค์นี้ ยังคำนึงถึงปัจจัยด้านอัตราค่าบริการที่ถือว่า เป็นอีกหนึ่งปัจจัยการตัดสินใจซื้อที่สำคัญของนักท่องเที่ยว รวมถึงการเสนอขายกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว สามารถสร้างความประทับใจ บอกต่อสร้างแรงบันดาลใจและประสบการณ์ที่มีคุณค่าจากการเดินทางท่องเที่ยวได้ Mahapornprajak (2020) พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาพย์อย่างสร้างสรรค์ ของอำเภอเขาควง จังหวัดเพชรบูรณ์ ควรนำเสนอในลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบไม่รวมที่พัก โดยเมื่อคำนวณอัตราค่าบริการแบบ 1 วัน รวมบริการรถสองแถวนำเที่ยว โกวัดนำเที่ยว วิทยากรนำชมเฉพาะจุด อาหารกลางวัน และกิจกรรม Work Shop โดยกำหนดผู้ใช้บริการขั้นต่ำ 8 ท่าน และกำไรร้อยละ 25 จะมีราคาขายท่านละ 480 บาท “โปรแกรมท่องเที่ยวควรให้ชุมชน ที่พัก หรือรถนำเที่ยวเสนอขายได้ผ่านช่องทางต่าง ๆ นักท่องเที่ยวสามารถได้รับประสบการณ์เชิงกาพย์ตามที่ต้องการ คาดหวังและไลฟ์สไตล์ (TO6)”

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจในการรับรู้คุณค่าของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

ความพึงพอใจต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยว			
1.1 สถานที่จัดกิจกรรมทำให้รู้สึกได้ถึงความเป็นเอกลักษณ์ที่มีความหมายของกาแฟอาราบิก้าเขาค้อ	4.00	0.72	มาก
1.2 กิจกรรมการท่องเที่ยวให้ความสนุกสนาน สร้างประสบการณ์ และความทรงจำที่มีคุณค่า	4.14	0.72	มาก
1.3 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	4.23	0.59	มากที่สุด
1.4 พื้นที่และบรรยากาศเหมาะสมสำหรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์	4.40	0.49	มากที่สุด
1.5 มีสิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภคสำหรับนักท่องเที่ยว ที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถสร้างความทรงจำเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์	4.31	0.57	มากที่สุด
รวม	4.22	0.62	มากที่สุด
2. ด้านการมีส่วนร่วมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์			
2.1 ท่านได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่าจากวิถีชีวิตที่เป็นของจริงหรือของแท้ ที่ไม่ใช่การสร้างขึ้นมาใหม่	3.97	0.74	มาก
2.2 แหล่งท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ได้จริงตามความสนใจ	4.17	0.70	มาก
2.3 นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้เรียนรู้ด้านกาแฟในทุกขั้นตอนและมีปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น	3.63	0.99	มาก
รวม	3.92	0.81	มาก
3. ด้านคุณภาพการให้บริการ			
3.1 ความรู้สึกปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว	4.43	0.60	มากที่สุด
3.2 ความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังพื้นที่และการเดินทาง	4.43	0.60	มากที่สุด
3.3 ความคุ้มค่าของประสบการณ์ที่ได้รับเมื่อเทียบกับเวลาและเงินที่จ่ายไป	4.11	0.78	มากที่สุด
รวม	4.34	0.64	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.16	0.70	มาก

สรุป

จากการศึกษาทำให้เกิดกิจกรรมและโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ “จากต้นสู่ปาก กาแฟอาราบิก้าเขาค้อ” (ตารางที่ 4) โดยในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์นี้พัฒนาขึ้นบนพื้นฐานทรัพยากรท้องถิ่น ความร่วมมือเครือข่ายทางการท่องเที่ยว มาต่อยอดสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่โดยอาศัยกระบวนการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (3S Principles) เพื่อออกแบบกิจกรรมการ

ท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว และสร้างความภาคภูมิใจและรายได้เสริมให้กับคนในท้องถิ่น แต่อย่างไรก็ตามในการศึกษานี้ยังมีข้อจำกัดเชิงพื้นที่และเป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟและผู้ประกอบการที่มีความพร้อมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์เท่านั้น อีกทั้งในปัจจุบันเริ่มมีการขยายพื้นที่ปลูกและสายพันธุ์ที่มากขึ้นในหลายพื้นที่ของจังหวัดที่สามารถนำมาเชื่อมโยงได้ในอนาคต

ตารางที่ 4 กิจกรรมจากต้นสู่ปาก กาแฟอาราบิก้าเขาค้อ

จากต้นสู่ปาก กาแฟอาราบิก้าเขาค้อ	
เข้า	กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรคาร์บอนต่ำ ณ ศูนย์วิจัยและพัฒนาเกษตรที่สูงเพชรบูรณ์ ชมแปลงกาแฟอาราบิก้าเขาค้อ แห่งแรกบนอำเภอเขาค้อที่มีอายุกว่า 35 ปี และเรียนรู้เอกลักษณ์กาแฟเขาค้อ การแปรรูปและ Works Shop กาแฟอาราบิก้าเขาค้อ
เที่ยง	รับประทานอาหารเที่ยง
บ่าย	เอาใจสายคาเฟ่ฮอปปี้ง พาชมไร่กาแฟอาราบิก้า ณ เขาค้อ ที่ไม่ว่าจะมุมไหนก็สวย แซะ! ภาพเซลฟีได้ทุกมุม และลิ้มรสกาแฟจากไร่ บดใหม่ หอมละมุน สีสต์ Espresso Machine และสนุกสานกับกิจกรรมทำบ้านใหม่ให้ขยับจากเศษกาแฟ (Waste Coffee Art Workshop) เป็นกิจกรรม Master Piece ของที่ระลึกของตนเอง เช่น เทียนจากกากกาแฟ เรซินกะลากาแฟ เป็นต้น
(หรือ)บ่าย	ชมไร่กาแฟจ่านรินทร์ หนึ่งในแหล่งปลูกกาแฟชั้นดีเขาค้อ เรียนรู้การทำเกษตรจากใจที่มีสโลแกน “ทุกต้นที่ปลูกต้องสร้างรายได้- ทำในสิ่งที่รัก และรักในสิ่งที่ทำ” เรียนรู้การทำปุ๋ยกะลากาแฟ ชิม Coffee Cocktail และเรียนรู้การทำสมูทตี้ฟักข้าว และเลือกซื้อเมล็ดกาแฟ และพันธุ์ไม้เป็นของฝากของที่ระลึก

ข้อเสนอแนะ

1) ชุมชน เกษตรกร และผู้ประกอบการรายย่อยควรได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านการเป็นนักพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และนักการตลาด เพื่อต่อยอดกิจกรรมการท่องเที่ยว และช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง

2) ชุมชนและผู้ให้บริการการท่องเที่ยว ควรได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านการถ่ายทอดองค์ความรู้และประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่นักท่องเที่ยว เช่น การนำเสนอที่น่าสนใจ การปฏิบัติกิจกรรม เป็นต้น

3) ควรส่งเสริมความร่วมมือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนเพื่อแลกเปลี่ยนและร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ไปพร้อม ๆ กัน

4) ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงกาแฟในพื้นที่อื่น ๆ เช่น ภูหินร่องกล้า ภูทับเบิก น้ำหนาว และ เขาค้อ เป็นต้น เพื่อสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงกาแฟ 4 ภู จังหวัดเพชรบูรณ์ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ได้รับการยอมรับต่อไปในอนาคต

References

Akama, J. S., & Kieti, D. M. (2003). Measuring tourist satisfaction with Kenya's wildlife safari: a case study of Tsavo West National Park. *Tourism Management, 24*(1), 73-81.

Bangkokbiznews. (2021, December 17). *Coffee Plantation, a New Selling Point for Traveling in Vietnam*. Retrieved March 28, 2022, from <https://today.line.me/th/v2/article/x2K7zgw>. [in Thai]

Chen, C.-F., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?. *Tourism Management, 28*(4), 1115-1122.

Department of Tourism. (2019). *Tourism Attraction Standard*. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports. [in Thai]

Designated Areas for Sustainable Tourism Administration Public Organization. (2019). *Creating Creative Tourism Toolkit*. Book Plus Co., Ltd. [in Thai]

Kraipakorn, D. (2014). The economic and social change in Southeast Asia in the colonial era: the production and consumption of coffee. *Journal of Language and Culture, 33*(2), 5-20. [in Thai]

Lyon, S. (2013). Coffee tourism and community development in Guatemala. *Human Organization, 72*(3), 188-198.

- Mahapornprajak, T. (2020). *The Business Adaptability to the Era New Normal*. Retrieved December 3, 2021, from https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_19Oct2020.aspx. [in Thai]
- Pannara, T. (2021). Coffee shop as a creative tool for the district to promote tourism. *Journal of the Faculty of Architecture King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang*, 33(2), 29-44. [in Thai]
- Pinprachanan, T., Panupat, C., & Junead, J. (2022). Creative tourism activities development for cultural conservation of Urak Lawoi Ethnic Group on Lanta Island, Krabi Province. *Journal of Arts Management*, 6(3), 1348-1368. [in Thai]
- Popichit, N., Prasitwisafe, G., Serirat, S., & Namjaidee, S. (2020). Development of competency in creative tourism activity of the Thai Song Dam Tribe. *Journal of Cultural Approach*, 21(40), 53-64. [in Thai]
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: the state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253.
- Rutynskyi, M., & Kushniruk, H. (2020). *Coffee Tourism in Lviv in the Context of World Coffee Tourism*. *Annales UMCS, Geographia, Geologia, Mineralogia et Petrographia*. Retrieved March 28, 2022, from <https://web.s.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=0&sid=dd2dd756-05d0-4f26-b194-4d9a8e3d4f30%40redis&bdata=JnNpdGU9ZWhvc3QtGl2ZQ%3d%3d#AN=147708558&db=asn>
- Seo, U. S. (2019). *Coffee Tourism as Creative Tourism: Implications from Gangneung's Experiences. A Research Agenda for Creative Tourism*. Retrieved March 28, 2022, from <https://www.elgaronline.com/view/edcoll/9781788110716/9781788110716.00016.xml>
- Sereerat, S., Sereerat, S., Laksitanon, P., Lertwanwit, A., Anuvitchanont, J., Meejinda, P., & Pathawanich, A. (2009). *The New Era Marketing Management = Marketing Management*. Bangkok: Thammasat. [in Thai]
- Smith, N., Suthitakon, N., Gulthawatvichai, T., & Karnjanakit, S. (2019). Creating a coffee tourism network in the north of Thailand. *Local Economy*, 34(7), 718-729. [in Thai]
- Sriboonruang, P., & Pimonsompong, C. (2021). The development of high value tourist destination for high value tourists in Thailand. *Journal of Southern Technology*, 14(1), 1-13. [in Thai]
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220.
- Techo, P. (2022, March 19). *Interview*. *Agricultural Scholar*. Phetchabun Highland Agricultural Development and Research Center. [in Thai]
- Thanapitak, W., Ritima, W., Chaiyanupong, N., & Kumanchan, S. (2021). Management of creative tourism through an innovative Living Dam, Kao Pu Sub District, Sri Bunpot District, Phatthalung Province. *Journal of Southern Technology*, 14(2), 28-38. [in Thai]
- Wongmanee, J., & Wongsaroj, R. (2021). The characteristics of creative tourism expected by tourists of creative destinations in Thailand. *Journal of MCU Peace Studies*, 9(6), 2665-2678. [in Thai]