

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยใช้สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) กรณีศึกษา : กรณีศึกษาไร่ B&P GUIDELINES FOR ECOTOURISM DEVELOPMENT BY APPRECIATION INQUIRY CASE STUDY B&P COFFEEKANGKHRO DISTRICT CHAIYAPHUM PROVINCE

ณิชานันท์ สัมมาชีวิวัฒน์¹
อัจฉริยะ อุปการกุล²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพและแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้วยกระบวนการสุนทรียสาธก กรณีศึกษา ไร่ B&P อำเภอแก่งคร้อ จังหวัดชัยภูมิมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพแวดล้อมการท่องเที่ยว หาโอกาส จุดแข็งและค้นหาความประทับใจ ประสบการณ์เชิงบวกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อไร่ B&P เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพควบคู่กับเชิงปฏิบัติการและนำข้อมูลมาใช้กำหนดแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของไร่ B&P ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งสามารถนำไปใช้ในการขยายผลการเพิ่มนักท่องเที่ยวได้ในอนาคต วิธีการดำเนินการศึกษาแต่ละขั้นตอนได้ใช้กระบวนการสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry : AI) เป็นแนวทางในการศึกษา เพื่อค้นหาประสบการณ์ด้านบวก โดยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในไร่ B&P อำเภอแก่งคร้อ จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 50 คนจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของไร่ B&P กระบวนการมี 4 ขั้นตอนคือ Discovery, Dream, Design และ Destiny

ผลการศึกษานำโอกาส จุดแข็ง ความประทับใจ ประสบการณ์เชิงบวกที่เป็นจุดร่วม จุดโดดเด่น รวมถึงข้อเสนอแนะ มากำหนดเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของไร่ B&P ที่สามารถนำไปใช้ในการขยายผลในการเพิ่มนักท่องเที่ยวได้ทั้งสิ้น 4 โครงการ 1) อาณาจักรบ้านไร่ในป่าใหญ่ 2) โครงการกำเนิด B&P 3) โครงการคนสำคัญสัญจร 4) โครงการไร่ B&P ไม่ทอดทิ้งกัน หลังจากที่ได้เริ่มโครงการพบว่ามีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเข้าชมไร่เป็นจำนวนมากตามแผนที่ได้วางไว้และบรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษานี้

คำสำคัญ : สุนทรียสาธก แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

Abstract

This independent study was an attempt to find way to create a model development for ecotourism area using Appreciative Inquiry approach: A Case Study of B&P Farm, Kang-Khor District, Chaiyaphum. A qualitative study in conjunction with the workshop. The objective was to study the area environment to find opportunity and strength points through the appreciations and positive experiences of the visitors which could collected data to discover the shared points and outstanding points as well as suggestions to evaluate this place for the effectiveness and to establish a standard quality of ecotourism according to the criteria to extend the increment of tourists in the future. Each steps of this study was using the Appreciative Inquiry method to identify the positive experiences, collecting data by interviewing 50 visitors then setup a development practice by using the '4-D' model, which are Discovery, Dream, Design and Destiny.

The results of this study had brought 4 projects to develop ecotourism of this place, expecting to help increasing number of tourists, which are: 1) Kingdom of farmhouse in the jungle project. 2) The Beginning of B&P Farm Project. 3) VIP Travel Project. 4) B&P Farm Never Leave Alone Project. After the projects implementation, the numbers of visitors were increased as many as planned so the objectives of this study were achieved.

Keywords : Ecotourism area, Appreciative Inquiry

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² อาจารย์ประจำวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

ไร่ B&P ดำเนินธุรกิจโดยคุณเพลินพิศ สัมมาชีวิวัฒน์ ผู้เป็นเจ้าของไร่ได้เปิดดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการเกษตร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 เป็นระยะเวลา 10 ปี โดยตั้งอยู่บ้านเลขที่ 99 บ้านด่านเจริญ ตำบลเก่าयाดี อำเภอกำแพงศรี จังหวัดชัยภูมิ มีพื้นที่ประมาณ 50 ไร่ มุ่งเน้นการเพาะปลูกและจัดจำหน่ายกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้าและโรบัสต้า ด้วยกระบวนการปลอดสารเคมีและจัดจำหน่ายผลิตผลไร่ให้กับนักท่องเที่ยวหรือเป็นแหล่งเรียนรู้ของนักวิชาการ เกษตรกร รวมถึงผู้คนที่สนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่แนวชมไร่ B&P แล้วชมว่าเป็นไร่ที่ร่มรื่น บรรยากาศดี เหมาะกับการมาพักผ่อนควบคู่กับโอกาสทางการท่องเที่ยวที่ภาครัฐส่งเสริมการท่องเที่ยว และธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น ผู้ศึกษาในฐานะทายาทมองเห็นศักยภาพและความพร้อมของทรัพยากร ณ ปัจจุบันและแนวทางการพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวในอนาคตเพิ่มขึ้น ผู้ศึกษามีหน้าที่ดูแลทางด้านการตลาด ธุรกิจของครอบครัว จึงต้องการศึกษาความประทับใจเพื่อนำมาเป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจ ณ ปัจจุบันให้ไร่ B&P เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์

- 1.2.1 เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีต่อการพัฒนาไร่ B&P
- 1.2.2 เพื่อค้นหาความประทับใจและประสบการณ์เชิงบวกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อไร่ B&P
- 1.2.3 เพื่อหาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของไร่ B&P

วิธีดำเนินงาน

1. การค้นหา (Discovery)

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) โดยใช้วิธีสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยใช้สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI) ร่วมกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการท่องเที่ยว การวิเคราะห์ SOAR โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตจากพฤติกรรมหรือปฏิกิริยาตอบสนองต่างๆ และสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ไร่กาแฟ B&P จำนวน 50 คน

1.2 ประเภทข้อมูล

- 1.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ศึกษาจากการสังเกต และการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview)
- 1.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ศึกษาข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ วารสาร จุลสาร นิตยสาร บทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ งานวิจัย เอกสารประกอบการสอน แหล่งสารสนเทศต่าง ๆ การค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ อินเทอร์เน็ต หรือเอกสารที่เกี่ยวข้อง
- 1.2.3 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ใช้หลักของสุนทรียสาธกในการตั้งคำถามซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด (Open-Ended Questions) โดยเป็นคำถามในลักษณะที่เปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างตอบได้อย่างเสรีตามความพอใจ

2. การวาดฝัน (Dream)

เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในขั้นตอนของการค้นหา และนำมาคัดสรรรวบรวมประสบการณ์ที่น่าประทับใจของผู้ให้ข้อมูล โดยพิจารณาร่วมกับจุดแข็งของการให้บริการ เพื่อนำสิ่งที่ วาดฝันนั้นมาปฏิบัติ และ

สามารถทำให้เกิดขึ้นจริง ซึ่งอาจจะวาดฝันถึงคุณลักษณะของการขยายกิจการและพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ศึกษาต้องการให้เป็น ทำให้ผู้มาใช้บริการได้มีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการพัฒนาที่ผู้ให้บริการพึงพอใจและประทับใจ

3. การออกแบบ (Design)

การออกแบบเป็นขั้นตอนในการทำให้สิ่งที่วาดฝันไว้เป็นจริง โดยใช้การวิเคราะห์ สออาร์ (SOAR Analysis) ซึ่งเป็นการพิจารณาจากจุดแข็งและโอกาสที่ได้จากการวิเคราะห์เครื่องมือต่างๆ ในขั้นตอนของการค้นหาและการวาดฝัน เพื่อทำให้สิ่งที่วาดฝันไว้สามารถนำไปใช้ได้จริง โดยทำการวางแผนพัฒนาไร้ B&P

4. การดำเนินโครงการ (Destiny)

เป็นขั้นตอนการดำเนินการตามโครงการต่างๆ ที่ได้ออกแบบวางแผนไว้ ในด้านต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ของแต่ละแผนงานหรือโครงการ รวมถึงงบประมาณ ระยะเวลา และการวัดผล เพื่อให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนได้ตามเป้าหมาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจที่ตั้งไว้

ผลการศึกษา

1. ผลการวิเคราะห์จากทฤษฎีเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างกลยุทธ์เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้วยกระบวนการสุนทรียศาสตร์ : กรณีศึกษาไร่กาแฟ B&P อำเภอแก้งคร้อ จังหวัดชัยภูมิ

ผลการวิเคราะห์ STEP Analysis

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นธุรกิจที่สามารถเติบโตได้อีก เพราะนักท่องเที่ยวยังมีความต้องการท่องเที่ยวแบบพักผ่อน ที่มีกิจกรรมการเรียนรู้หาประสบการณ์ใหม่ ควบคู่กับการอนุรักษ์ธรรมชาติ เทคโนโลยีมีแอปพลิเคชันช่วยส่งเสริมเรื่องการจัดหาแหล่งท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลและเข้าถึงง่าย ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการเรียนรู้ผ่านโครงการต่างๆ

หัวข้อ	การวิเคราะห์
สังคมและวัฒนธรรม	+
ด้านเทคโนโลยี	+
ด้านเศรษฐกิจ	+
การเมืองและนโยบาย	+

ผลการวิเคราะห์ด้วย Five Force Analysis

การแข่งขันในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดชัยภูมิ มีทั้งหมด 3 ราย คือ ค่ายลูกเสือ พี่เจ พี่ชสวนโลก สานป่าคอนสวรรค์ และสวนส้มโอ “คเชนทร์” ซึ่งแต่ละรายมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ธรรมชาติรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ต่างกันเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว “ดังนั้นการแข่งขันในธุรกิจมีแรงกดดันต่ำ” ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ จะต้องมียุทธศาสตร์ที่คุ้มค่าสมประโยชน์ซึ่งต้องใช้เวลาในการปลูกการเติบโตนานกว่า 20 ปี มีการจัดการเชิงอนุรักษ์ สร้างความเชื่อมั่น มีการส่งเสริมชุมชน มีองค์ความรู้ และการปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างชัดเจน ผู้แข่งขันรายใหม่ยากที่จะเข้ามาประกอบกิจการได้ “ดังนั้นการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่มีแรงกดดันต่ำ” ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน เนื่องจากเป็นธุรกิจสร้างความสุขจากกิจกรรม ความประทับใจ ให้ความรู้ โดยการใช

ธรรมชาติเชิงนิเวศ เป็นสิ่งดึงดูดและรูปแบบที่ไม่ซ้ำใคร “ดังนั้นภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนมีแรงกดดันต่ำ” อำนาจต่อรองจากผู้ซื้อ เป็นธุรกิจส่งเสริมความรู้ ความประทับใจ ในการอนุรักษ์ธรรมชาติโดยผู้ประกอบการใช้จุดขายหรือกิจกรรมที่แตกต่างกัน และผู้ประกอบการมีน้อยรายดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงไม่มีแรงกดดันในการต่อรอง “อำนาจการต่อรองจากผู้ซื้อที่มีแรงกดดันต่ำ” อำนาจต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบการผลิตที่ค่อนข้างครบวงจรโดยการใช้ธรรมชาติเชิงนิเวศเป็นหลัก ไม่ได้ใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากรใดเพิ่มเติมนอกจากเรื่องวัตถุดิบในการประกอบอาหารและเครื่องดื่ม “อำนาจต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบการผลิตมีแรงกดดันต่ำ”

สรุปผลการศึกษากการแข่งขันในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีการแข่งขันต่ำมาก เป็นโอกาสดีของไร่ B&P ที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ที่สามารถแข่งขันได้ และมีแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจอย่างมั่นคง

การวิเคราะห์จุดแข็งของไร่ B&P ด้วย 7Ps

จุดแข็งของไร่ Product ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะเรื่อง มีพันธุ์ไม้ที่หลากหลายทั้งในและต่างประเทศ Place ท่าเลที่ตั้งที่อยู่บนเส้นทางหลัก ทรัพยากรการท่องเที่ยวพร้อม People บุคลากรและคนท้องถิ่น เจ้าของไร่เป็นผู้มีอัธยาศัยดี และเป็นที่รู้จักของผู้คนในจังหวัดชัยภูมิ สรุปได้ว่าที่กล่าวถึงทั้งหมดเป็นโอกาสดีต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ไร่ B&P ให้มีชื่อเสียงอันดับหนึ่งของชัยภูมิ (จินตนา บุญบงการ, 2552) [1]

ผลการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวด้วยกระบวนการสุนทรียศาสตร์(AI)

เพื่อค้นหาประสบการณ์ที่ดี ความประทับใจโดยใช้กระบวนการสุนทรียศาสตร์ สรุปปัจจัยจุดรวมและจุดโดดเด่นได้ดังนี้ จุดรวมมีป่าอุดมสมบูรณ์ มีพืชหลากหลายชนิด ความร่มรื่น เย็นสบาย อากาศบริสุทธิ์ B&P มีไร่กาแฟเป็นของตนเองลำดับจากที่ผู้ให้สัมภาษณ์พูดถึงมากที่สุดไปยั้งน้อยที่สุด แล้วยกเอาจุดรวมเหมาะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งเรียนรู้ มาใช้ในการ Design เป็นแนวทางในการพัฒนาไร่ B&P (ภิญโญ รัตนาพันธุ์, 2552) [2]

ปัจจัยที่เป็นจุดรวม	ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น
1. ป่าอุดมสมบูรณ์ มีพืชหลากหลายชนิด 39 คน	1. เหมาะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งเรียนรู้ 17 คน
2. ความร่มรื่น เย็นสบาย อากาศบริสุทธิ์ 35 คน	2. ใกล้แหล่งท่องเที่ยว 15 คน
3. B&P มีไร่กาแฟเป็นของตนเอง 32 คน	3. มีอัธยาศัยดี บริการดี 12 คน

ผลการศึกษาวิเคราะห์ SOAR ซึ่งสรุปได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths) มีชื่อเสียงจากสวนป่าที่อุดมสมบูรณ์ ร่มรื่นบรรยากาศโดยรวมมีความเป็นธรรมชาติ ใช้เวลายาวนานในการปลูกมากกว่า 20 ปี มีพืชพันธุ์ไม้หลากหลายทั้งในประเทศและนอกประเทศ อาทิ ไม้ดอกเช่น บัวสวรรค์ กล้ายไม้ ว่านสีทึบ ไฮเดเยียร์ กุหลาบพันธุ์ปี เหลืองอินเดีย ไม้ผล เช่น อวคาโด สตอร์เบอร์รี่ แมคคาเดเมีย ไม้ยืนต้น เช่น สักทอง มะฮอกกนีย์ ประดู่ สนสามใบ เป็นต้น นอกจากนี้สวนป่าที่กล่าวถึง B&P มีไร่กาแฟเป็นของตัวเอง เป็นการเกษตรแบบครบวงจร เจ้าของไร่มีอัธยาศัยดี พนักงานบริการเยี่ยม มีชัยภูมิสถานที่ตั้งอยู่บนเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเข้าถึงง่าย

โอกาส (Opportunities) เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพสูงเรื่องการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ฟุงดอกกระเจียว ป่าหินงาม มอหินขาว ภาครัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศการเกษตร สนับสนุนภายใต้โครงการเกษตรอินทรีย์วิถีชัยภูมิ

สิ่งที่อยากจะเป็น (Aspirations) “ไร่ B&P เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและศูนย์การเรียนรู้ภาคเอกชนที่เป็นอันดับหนึ่งของจังหวัดชัยภูมิ” คือสถานที่พักผ่อนหย่อนใจแก่นักท่องเที่ยวควบคู่การศึกษาเรียนรู้เป็น

แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีบรรยากาศดี ป่าไม้หลากหลาย สมบูรณ์ สวยงาม มีการบริการเป็นเยี่ยมจากเจ้าของและพนักงาน

ผลลัพธ์ (Results) จากเดือนสิงหาคม ถึงเดือนธันวาคม ไร่กาแฟ B&P จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาชมเพิ่มขึ้นจำนวน 5,000 คน (อัจฉริยะ อุปการกุล, 2553) [3]

ตารางผลการวิเคราะห์ SOAR Analysis

สิ่งที่ต้องการค้นหาในเชิงกลยุทธ์ (Strategic Inquiry)	จุดแข็ง (Strengths) 1. มีชื่อเสียงจากสวนป่า 2. มีพืชพันธุ์ไม้หลากหลาย 3. มีไร่กาแฟเป็นของตัวเอง 4. มีกาแฟคุณภาพได้มาตรฐานรสชาติอร่อย เป็นการเกษตรแบบครบวงจร 5. เจ้าของและพนักงานอึดยาคัยดี 6. มีชัยภูมิสถานที่ตั้งอยู่บนเส้นทางแหล่งท่องเที่ยว	โอกาส (Opportunities) 1. ทำเลของที่ตั้งมีศักยภาพเรื่องการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 2. เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆที่ยังคงมีความเงียบสงบเป็นธรรมชาติน่าสนใจ 3. ที่ตั้งผ่านเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และอยู่ใกล้จุดรวมแหล่งที่พัก 4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นรูปแบบย่อยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สร้างโอกาสใช้ธุรกิจการเกษตรและท่องเที่ยว
เจตนาหรือสิ่งดีๆ ที่อยากเห็น เพื่อองค์กร (Appreciative Intent)	สิ่งที่ต้องการจะเป็นสำหรับองค์กรในอนาคต (Aspirations) “ไร่ B&P เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและศูนย์การเรียนรู้ภาคเอกชนที่เป็นอันดับหนึ่งของจังหวัดชัยภูมิ”	ผลลัพธ์ที่ต้องการ (Results) 1. แหล่งเรียนรู้ทางด้านเกษตรครบวงจรที่สร้างมูลค่าเพิ่มเรื่องกาแฟตั้งแต่การผลิตถึงการแปรรูปพร้อมบริโภค 2. มีฐานการเรียนรู้การปลูกพืชควบคู่กับการอนุรักษ์ป่าไม้ 3. แหล่งเรียนรู้เรื่องสวนป่าที่มีพันธุ์ไม้นานาพรรณทั้งในและต่างประเทศที่จะเพิ่มขึ้นจาก 2,500 ชนิดเป็น 5,000 ชนิด 4. นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้จดจำตราสินค้าของไร่ B&P โดยวัดจากยอดกดไลค์ใน Face book Page B&P Chaiyaphum

โครงการพัฒนาไร่ B&P มี 4 โครงการดังต่อไปนี้

(1) ชื่อโครงการ “อาณาจักรบ้านไร่ในป่าใหญ่”

ไร่ B&P ต้องการที่จะขยายกิจการจากไร่เกษตรเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและทำการส่งเสริมการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเชิงนิเวศ ส่งเสริมการเรียนรู้ควบคู่การท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึกและรับผิดชอบต่อการกระทำเพื่อนำไปสู่รูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการดำเนินการปรับปรุงไร่เป็นแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 6 จุด คือ 1) จุดต้อนรับ ร้านอาหาร กาแฟ และที่จำหน่ายของที่ระลึก 2) จุดชมแปลงดอกไม้และแปลงเพาะต้นกล้า 3) จุดชมอาร์ตแกลอรี (Art gallery) ไม้พะยุง ป่าสัก รางน้ำธรรมชาติ เขตพื้นที่ 4) จุดชมป่าและกล้วยไม้นานาพรรณ 5) จุดชมวิวยุริยธรรมน้ำ และ 6) จุดชมโรงสีกาแฟที่จะได้เรียนรู้ระบบการผลิตกาแฟ มีแผนผังไร่ ป้ายบอกทาง รายละเอียดแนะนำการเที่ยวไร่และมีพนักงานนำการเที่ยวชมไร่ ตามแผนผังแต่ละจุดเป็นระยะทางรวมประมาณ 3

กิโลเมตรใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมงเศษ

1. เมื่อนักท่องเที่ยว หรือ คนเดินทาง เดินทางมาถึงไร่ B&P จะต้องแวะมาจุดที่จุดต้อนรับนักท่องเที่ยว บริการเรื่องกาแฟ อาหาร เครื่องดื่มและของฝากที่ระลึกของไร่ B&P

2. นักท่องเที่ยวที่ต้องการเที่ยวชมไร่ ศึกษาธรรมชาติ ต้องทำการซื้อตั๋วเข้าชมไร่ผู้ใหญ่รายละ 100 บาทและเด็ก 50 บาท จะได้รับตั๋วและแผ่นพับแนะนำไร่เพื่อผ่านเข้าชมไร่

3. สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการมีคูปองและแนะนำจะมีเจ้าหน้าที่นำพาเที่ยวชมไร่เป็นกลุ่มๆละ 20 คน ส่วนนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินชมธรรมชาติในไร่ไปเรื่อยๆ สามารถทำได้

สำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการเข้าชมไร่ สามารถพักผ่อนทานอาหาร ดื่มน้ำกาแฟ ชมความงามของธรรมชาติ และชมของที่ระลึกของไร่ B&P ได้ ณ.บริเวณนี้เพื่อรอการเดินทางต่อหรือช่วงรอญาติๆหรือเพื่อนที่เข้าชมไร่

ผลการดำเนินการ ปรับปรุงพัฒนาไร่ B&P เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศร้อยละ 100 % และเปิดดำเนินการแล้วมียอดนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในช่วงเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม 2559 คาดว่านักท่องเที่ยวช่วงเดือนสิงหาคม-ธันวาคม 2559 จากเฉลี่ยวันละ 50 คนเป็นวันละ 80-100 คน และคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในช่วงเดือน สิงหาคม – ธันวาคม 2559 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2558 จำนวน 5,000 คน

(2) ชื่อโครงการ “การกำเนิด B&P”

ไร่ B&P ที่พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเชิงนิเวศใน แต่ในปัจจุบันยังไม่มีการสร้างตราสินค้า (Brand) ของไร่ให้ลูกค้ารับรู้ในคุณค่าของไร่ สินค้าและบริการ จึงทำโครงการการกำเนิดของ B&P เพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ตามทฤษฎี การสื่อสารทางการตลาด ให้เป็นที่รับรู้ จดจำ และง่ายต่อการค้นหาไร่ B&P ของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ บอกต่อปากต่อปากอย่างต่อเนื่องและสะสมมากขึ้นเรื่อยๆทำให้ตราสินค้ามีความหมาย มีคุณค่า คู่ควรค่าการจดจำจนในที่สุดทำให้เกิดทำให้เกิดการรับรู้ในสังคมนั้นๆ (Branding Culture)

ผลการดำเนินงาน ออกแบบตราสินค้าเรียบร้อย มีการสื่อสารทางการตลาดผ่าน Facebook ชื่อ Page B&P Chaiyaphum Line ชื่อ CLUB B&P Application ชื่อ Amazing B&P Chaiyaphum มีการจัดทำป้ายต่างๆ นามบัตร และผลิตภัณฑ์ที่มีตราสินค้าดังนี้



การรับรู้และจดจำตราสินค้าของไร่ B&P ประเมินผลเป็นที่รู้จักผ่าน Social Network ด้วย Facebook ชื่อ Page B&P Chaiyaphum จากเริ่มโครงการยอด 0 Like เป็น 81 Like กลุ่ม Line ชื่อ B&P CLUB มีสมาชิกเข้าร่วมในกลุ่มจำนวน 52 คน

(3) ชื่อโครงการ “คนสำคัญสัญจร”

ไร่ B&P ต้องการให้ความสำคัญกับผู้เชื่อมต่อ (Connectors) ผู้นำพานักท่องเที่ยว คนขับรถ หรือ เด็กกรที่พานักท่องเที่ยวมาเที่ยวไร่ได้รับความประทับใจ ความสะดวกสบายในการพักผ่อนช่วงระยะรอคอยนักท่องเที่ยว

เที่ยวเข้าชมไร่แล้วนำพนักงานท่องเที่ยวเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ และหวังว่าคนกลุ่มนี้จะมีส่วนในการจัดนำพนักงานท่องเที่ยวกลุ่มเดิมหรือกลุ่มใหม่กลับมาเที่ยวที่ไร่ รวมถึงได้บอกต่อเครือข่ายในสายงานเดียวกันว่าที่ไร่ B&P บริการยอดเยี่ยม

โดยการปรับปรุงอาคารเก่าที่มีอยู่ในจุดที่ 4 เป็นห้องพักรับรอง ที่มีที่นอนพัก มีเคาน์เตอร์อาหารและเครื่องดื่มบริการฟรีเฉพาะคนกลุ่มนี้จำนวน 1 หลัง มี 2 ห้องนอน 1 ห้องน้ำและห้องโถงกลาง เพื่อการนั่งพักผ่อนและรับประทานอาหาร วางระบบการต้อนรับดูแลผู้เชื่อมต่อ (Connectors) ผู้นำพา คนขับรถ และเด็กรถ โดยมีเจ้าหน้าที่คอยประสานงานนำบุคคลกลุ่มนี้แยกออกมาพักผ่อนที่อาคารรับรองโดยเฉพาะในช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเข้าชมไร่

ผลการดำเนินการ ปรับปรุงอาคารเก่าเป็นบ้านพักรับรองพิเศษเรียบร้อย ผลการนำนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิมหรือกลุ่มใหม่กลับมาใช้บริการช้อยู่ระหว่างดำเนินการจัดเก็บข้อมูล โดยคาดว่าจะมีผู้เชื่อมต่อ ผู้นำพา คนขับรถนำพนักงานท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการที่ไร่เพิ่มขึ้นร้อยละ 20

(4) ชื่อโครงการ “ไร่ B&P ไม่ทอดทิ้งกัน”

ไร่ B&P มีพนักงานทั้งหมด 20 คน 5 ครอบครัวโดยไร่มีนโยบายส่งเสริมการทำงานร่วมกันในครอบครัว ให้มีความสุข ความอบอุ่น ซึ่งจะส่งผลต่อผลงานที่ออกมาดีตามไปด้วย แต่ไร่ยังไม่มีการพัฒนาพนักงานด้านบุคลิกภาพ ด้านการให้บริการ ให้เป็นผู้มีเอกลักษณ์ จดจำง่ายและประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการตามหลักกลยุทธ์สื่อสารการตลาดและยังไม่มีแผนแบ่งขอบเขตการทำงานและหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน รวมถึงการประเมินผลงานของพนักงาน

โดยไร่ได้มีการปรับภาพลักษณ์ของพนักงานให้เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของไร่ให้เกิดความประทับใจแรกพบ (First Impression) ด้วยชุดยูนิฟอร์ม มีการส่งพนักงานเข้ารับการอบรมพัฒนาบุคลิกภาพ ทักษะทางภาษาอังกฤษ การให้บริการอย่างเป็นระบบ การมอบหมายงานตามความเหมาะสมกับบุคลิกภาพ ความชอบและมีการประเมินผลการทำงานด้วย KPI และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอทุกเดือน

ผลการดำเนินการไร่ได้ดำเนินการออกแบบชุดยูนิฟอร์ม และตัดชุดให้พนักงานสวมใส่แล้วส่วนการพัฒนาพนักงานอยู่ระหว่างส่งพนักงานหมุนเวียนกันไปอบรมพัฒนาเป็นกลุ่มๆ ผลการประเมินความพึงพอใจและความประทับใจของนักท่องเที่ยว

สรุป

การท่องเที่ยวทางธรรมชาติเชิงนิเวศกำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ไร่ B&P ที่มีชื่อเสียงจากการปลูกป่านานกว่า 20 ปี มีพืชหลากหลายและไร่กาแฟอาราบิก้าเป็นของตนเอง สถานที่ตั้งอยู่บนเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับจังหวัด จากที่กล่าวข้างต้นจึงเป็นโอกาสดีในการเตรียมความพร้อมพัฒนาขยายธุรกิจจากไร่ในสวนป่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเชิงนิเวศ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นและความอยู่รอดของธุรกิจในอนาคต

การค้นหาประสบการณ์เชิงบวก จากนักท่องเที่ยวผู้ให้ข้อมูลจำนวน 50 คน ที่เข้ามาใช้บริการในไร่ B&P อำเภอแก่งคร้อ จังหวัดชัยภูมิ ประทับใจป่าอุดมสมบูรณ์ พันธุ์ไม้หลากหลาย รมรื่นเย็นสบาย อากาศบริสุทธิ์ เป็นไร่กาแฟแห่งเดียวในอำเภอแก่งคร้อ และจุดโดดเด่นที่พบคือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งเรียนรู้ ใกล้แหล่งท่องเที่ยว เจ้าของไร่อรัญชัยดี พนักงานบริการดี และมีโอกาสพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวจากจุดแข็งที่ทำเลตั้งบนเส้นทางท่องเที่ยว ภาครัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะจังหวัดชัยภูมิ

จึงนำจุดร่วมจุดโดดเด่นรวมถึงจุดแข็งและโอกาส มากำหนดแผนโครงการพัฒนาให้กับไร่ B&P ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเชิงนิเวศที่มีชื่อเสียง บริการประทับใจ ได้ 4 โครงการ คือ โครงการที่ 1 “อาณาจักรบ้านไร่ในป่าใหญ่” โครงการที่ 2 “การกำเนิดของ B&P” โครงการที่ 3 “คนสำคัญสัญจร” และ โครงการที่ 4 “ไร่ B&P ไม่ทอดทิ้งกัน” เพื่อบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ในอนาคต

ผลการดำเนินโครงการพัฒนาไร่เป็นแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 6 ส่วน ผลการศึกษาเชิงปฏิบัติการสำเร็จแล้ว ครอบคลุมตามมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยเพิ่มมากขึ้นจากวันละ 50 คนเป็นวันละ 80-100 คน โดยคาดว่าช่วงเดือนสิงหาคม-ธันวาคม 2559 จะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันจำนวน 5,000 คน และมีอัตรรายได้มากขึ้นด้วย

ข้อเสนอแนะ

โครงการทั้งหมดที่ได้ดำเนินการไปแล้วนั้น ควรจัดทำระบบประเมินระดับความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการกำกับติดตามการให้บริการ เก็บข้อมูลกลุ่มเป้าหมายเพื่อการทำโครงการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) และข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวในการพัฒนาไร่เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ประทับใจการศึกษาและพัฒนาองค์กรโดยวิธีสุนทรียสาธก เป็นการค้นหาประสบการณ์เชิงบวกที่มีอยู่แล้วนำประสบการณ์เชิงบวกนั้นมาวิเคราะห์หาจุดร่วมจุดโดดเด่น เพื่อให้ได้มาซึ่งแผนกลยุทธ์ที่พัฒนาสิ่งดี ๆ ขององค์กรให้ดียิ่งขึ้น แผนกลยุทธ์ต่างๆ ที่คิดขึ้นมานั้นเป็นแผนกลยุทธ์ที่สามารถนำมาใช้จริงกับองค์กร ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะแนวทางในการศึกษาโดยวิธีสุนทรียสาธกเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนี้ผู้ศึกษาควรเป็นคนช่างสังเกต เพื่อหาคำตอบเพิ่มเติมจากการสัมภาษณ์ ผู้ศึกษาควรพัฒนาทักษะการสัมภาษณ์พูดคุยกับลูกค้ามากกว่านี้ เพื่อดึงคำตอบจากลูกค้าให้ได้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] จินตนา บุญงการ. (2552). **สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ**. พิมพ์ครั้งที่ 8. ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [2] ภิญโญ รัตนพานธุ์. (2552). **ห้องเรียนกระบวนการ Appreciative Inquiry**. ขอนแก่น: วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการมหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- [3] อัจฉริยะ อุปการกุล. (2553). **SOAR Vs. SWOT Analysis**. ค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2559, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/441791>.