

อัตลักษณ์ของกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่*

THE IDENTITY OF DOI LUANG COFFEE BAAN PANGMA-O, CHIANG DAO DISTRICT, CHIANG MAI PROVINCE

เรณารัตน์ ทองสุข¹, ศศิกานต์ เอ็ดเวิร์ด², อนาภรณ์ วงศ์สถาน³ และ ภาณุพงศ์ ปราบชนะ⁴

Recharun Thongsuk¹, Sasikan Edward², Anaporn Wongsathan³ and Phanuphong Prabchana⁴

¹⁻⁴ภาควิชาธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาอีสเทิร์น

¹⁻⁴Department of Tourism Business and Services, Faculty of Business Administration,
The Far Eastern University, Thailand

Corresponding Author's Email: anaporn@feu.ac.th

วันที่รับบทความ : 25 กุมภาพันธ์ 2026; วันแก้ไขบทความ 10 มีนาคม 2569; วันตอบรับบทความ : 12 มีนาคม 2569

Received 25 February 2026; Revised 10 March 2026; Accepted 12 March 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพของกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์และความโดดเด่นของกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้ปลูกกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ จำนวน 30 คน ใช้วิธีคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติพรรณนา

ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพของกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า คุณภาพของกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ

Citation:



* เรณารัตน์ ทองสุข, ศศิกานต์ เอ็ดเวิร์ด, อนาภรณ์ วงศ์สถาน และ ภาณุพงศ์ ปราบชนะ. (2569). อัตลักษณ์ของกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่. วารสารสหศาสตร์การพัฒนาสังคม, 4(2), 1391-1400.

Recharun Thongsuk, Sasikan Edward, Anaporn Wongsathan and Phanuphong Prabchana. (2026).

The Identity Of Doi Luang Coffee Baan Pangma-O, Chiang Dao District, Chiang Mai Province.

Journal of Interdisciplinary Social Development, 4(2), 1391-1400.;

DOI: <https://doi.org/10.>

Website: <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/JISDIADP/>

ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านกระบวนการผลิตต้นน้ำและกลางน้ำเป็นหลัก รองลงมาด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ และด้านการจัดการและพัฒนาศักยภาพชุมชน ตามลำดับ 2) อัตลักษณ์และความโดดเด่นของกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่พบว่าด้านคุณภาพกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอมีศักยภาพมากที่สุด รองลงมาได้แก่ด้านอัตลักษณ์กาแฟ และด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ตามลำดับ ข้อเสนอแนะควรส่งเสริมด้านการตลาดปลายน้ำ โดยมุ่งเน้นไปที่กลยุทธ์การสร้างแบรนด์เพื่อสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อเพิ่มมูลค่าได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ของกาแฟ, กาแฟดอยหลวง, บ้านปางมะโอ

Abstract

This research aims to: 1) To study the factors affecting the quality of Doi Luang coffee in Baan Pangma-O, Chiang Dao District, Chiang Mai Province. and 2) To study the identity and uniqueness of Doi Luang coffee in Baan Pangma-O, Chiang Dao District, Chiang Mai Province. The study employs quantitative research and Data were collected from 30 members of the Doi Luang coffee grower group in Baan Pangma-O, with Using purposive sampling. The research instrument was a questionnaire, and the data were analyzed using descriptive statistics.

The results revealed that: 1) The factors affecting the quality of Doi Luang coffee primarily depend on upstream and midstream production processes, followed by marketing and branding and community management and capacity development, respectively. 2) The identity and uniqueness of Doi Luang coffee in Baan Pangma-O, Chiang Dao District, Chiang Mai Province indicated that coffee quality had the highest mean score, followed by coffee identity and sustainable development, respectively. The results of this paper suggest that the community enhance downstream marketing efforts by focusing on branding strategies to effectively communicate the product to target consumers.

Keywords: Coffee identity, Doi Luang coffee, Baan Pangma-O

บทนำ

ปัจจุบัน อุตสาหกรรมกาแฟไทยกำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกับโลก กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้กำหนดนโยบายส่งเสริมการปลูกกาแฟในประเทศ ลดการพึ่งพาการนำเข้า และยกระดับมูลค่าสินค้าเกษตรซึ่ง “กาแฟพันธุ์อาราบิก้า” เป็นสายพันธุ์ที่ได้รับความนิยมใช้ในร้านกาแฟสดและกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว อีกทั้งสถานการณ์การผลิตกาแฟของประเทศไทยพบว่า มีแหล่งปลูกกาแฟอาราบิก้าที่สำคัญโดยเฉพาะในพื้นที่ภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย และน่าน (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2566) จังหวัดเชียงใหม่ เป็นแหล่งผลิตกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้าที่มีผลผลิตเป็นอันดับ 1 ในประเทศไทย อีกทั้งถือเป็นพืชเศรษฐกิจบนพื้นที่สูงที่สำคัญของจังหวัด ได้มีการส่งเสริมและพัฒนากาแฟบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตร และระบบการตลาดสินค้าเกษตรคุณภาพ โดยมีเป้าหมายเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้ากาแฟ ภายใต้โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเพื่อความยั่งยืน ซึ่งจากข้อมูลในปี 2567 สถานการณ์การผลิตกาแฟมีเนื้อที่ปลูกกาแฟเพิ่มขึ้นจากปี 2566 คิดเป็นร้อยละ 0.53 อีกทั้งผลผลิตกาแฟรวมเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 3 เนื่องจากความต้องการบริโภคกาแฟอาราบิก้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 1 เชียงใหม่, 2567)

บ้านปางมะโอ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่มีการส่งเสริมการปลูกกาแฟอาราบิก้าเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรนอกเหนือจากการปลูกเมี่ยงและทำการเกษตรตามฤดูกาล แต่การปลูกกาแฟยังมีข้อจำกัดในเรื่องของการพัฒนาคุณภาพผลผลิต ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์กาแฟเฉพาะพื้นที่ที่ซึ่งเป็นแหล่งส่งเสริมการปลูกกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้า อีกทั้งยังขาดการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายอีกด้วย ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพและสร้างอัตลักษณ์ความโดดเด่นของกาแฟ ที่จะช่วยให้ชุมชนสามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่อุปทานควบคู่กับการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน วางแผนตัดสินใจ และพัฒนาทรัพยากรท้องถิ่น ทั้งนี้แนวคิดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) และอัตลักษณ์ของกาแฟจะสามารถช่วยสร้างคุณภาพและเอกลักษณ์ของกาแฟเชื่อมโยงวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจของผู้บริโภคและยังช่วยสร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาในพื้นที่บ้านปางมะโอ โดยมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพของกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ อำเภอเชียงดาว จังหวัด

เชียงใหม่ รวมทั้งศึกษาอัตลักษณ์และความโดดเด่นของกาแฟ เพื่อให้ทราบถึงศักยภาพของกาแฟอราบิก้าบ้านปางมะโอ ที่สามารถพัฒนาและยกระดับกาแฟให้มีคุณภาพสูง ได้รับการยอมรับในตลาด สามารถสร้างการรับรู้ในวงกว้าง อีกทั้งเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพของกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์และความโดดเด่นของกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพของกาแฟและวิเคราะห์อัตลักษณ์และความโดดเด่นของกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ไปยังสมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ ทั้งหมด 30 คน เนื่องจากสมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอมีจำนวนไม่มาก ดังนั้นจึงเก็บสมาชิกกลุ่มทั้งหมดเพื่อช่วยให้ผู้วิจัยสามารถตอบตามวัตถุประสงค์ได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามปลายปิด โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพของกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบการประมาณค่าแบบให้ค่า (Likert Scale) ตอนที่ 2 ศึกษาอัตลักษณ์และความโดดเด่นของกาแฟดอยหลวง ได้แก่ ด้านคุณภาพกาแฟ ด้านอัตลักษณ์กาแฟ ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดย

แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบการประมาณค่าแบบให้ค่า (Likert Scale) โดยมีค่าคะแนนให้เลือก 5 ระดับ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 1) เก็บข้อมูลที่เป็นเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หนังสือ ตำรา วิชาการ สืบค้นจากระบบออนไลน์ และข้อมูลรายงานทางสถิติซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิ 2) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวน 30 คน โดยนำแบบสอบถามไปให้ผู้ตอบแบบเผชิญหน้าเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) วิเคราะห์ระดับความคิดเห็น การประมาณค่าแบบให้ค่า (Likert scale) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ผลการวิจัย

1) ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพของกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวมพบว่าทั้ง 3 ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการผลิต (ต้นน้ำ-กลางน้ำ) มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.17 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.01 อยู่ในระดับมาก และด้านการจัดการและศักยภาพของชุมชนมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.80 ตามลำดับ ผลการวิจัยแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพของกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับ	ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพของกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1	ด้านกระบวนการผลิต (ต้นน้ำ-กลางน้ำ)	4.17	0.54	ระดับมาก
2	ด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์	4.01	0.37	ระดับมาก
3	ด้านการจัดการและศักยภาพของชุมชน	3.80	0.50	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.99	0.37	ระดับมาก

2) ผลการศึกษาอัตลักษณ์และความโดดเด่นกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ ภาพรวมพบว่าทั้ง 3 ปัจจัยที่มีผลต่ออัตลักษณ์และความโดดเด่นในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.23 รายละเอียดพบว่า ด้านคุณภาพกาแฟอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.49 รองลงมาคือด้านอัตลักษณ์กาแฟมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.10 ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.10 ตามลำดับ ผลการวิจัยแสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาอัตลักษณ์และความโดดเด่นของกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับ	อัตลักษณ์และความโดดเด่นของ กาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ คิดเห็น
1	ด้านคุณภาพกาแฟ	4.49	0.52	ระดับมากที่สุด
2	ด้านอัตลักษณ์กาแฟ	4.10	0.58	ระดับมาก
3	ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน	4.10	0.48	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		4.23	0.39	ระดับมากที่สุด

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาคุณภาพและอัตลักษณ์ของกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำผลการวิเคราะห์มาอภิปรายในประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

1. ผลการศึกษานี้ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพของกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

ด้านกระบวนการผลิต (ต้นน้ำ-กลางน้ำ) พบว่า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสะท้อนให้เห็น กระบวนการจัดการองค์ความรู้ในหลักสูตรการปลูกกาแฟ โดยเริ่มจากกระบวนการ กระบวนการจัดการความรู้ ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมทำ มีการควบคุมคุณภาพของเมล็ดกาแฟ ในกระบวนการผลิต ดังนั้นหากกระบวนการผลิตมีมาตรฐานย่อมส่งผลให้เกิดคุณภาพ สอดคล้องกับ Michael E. Porter (1985) กล่าวถึง กระบวนการจัดการห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่มีความเชื่อมโยงระหว่างกระบวนการการผลิตและการส่งมอบ การสร้างคุณค่าและทำ

ให้เห็นความสำคัญที่จะเกิดกระบวนการซื้อสินค้า โดยการพยายามค้นหาข้อได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นและยอมรับ และเกิดการบริโภคสินค้านั้นในที่สุด

การตลาดและการสร้างแบรนด์ พบว่า มีความสำคัญต่อคุณภาพของกาแฟ ซึ่งการสร้างการรับรู้ของแบรนด์กาแฟจะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าและชุมชนมากขึ้น ดังนั้นการสร้างการจดจำด้วยการสื่อสารผ่านแบรนด์สินค้าจึงมีความสำคัญ สอดคล้องกับ ดวงภัทร ตีรสวัสดิชัย และคณะ (2569) การสร้างแบรนด์เป็นเครื่องมือทางการตลาดช่วยสร้างการจดจำและประสบการณ์ให้กับผู้บริโภค ส่งผลให้เกิดเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของสินค้านั้นเป็นอย่างดี และยังสอดคล้องกับ Erna Knutsen (1978) กล่าวว่า กาแฟพิเศษต้องปลูกในพื้นที่เฉพาะภายใต้ระบบนิเวศที่เหมาะสม รวมถึงมีขั้นตอนกระบวนการแปรรูป การคั่ว และวิธีการชงที่ดีที่สามารถดึงรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของกาแฟ รวมถึงต้องมีมาตรฐานการควบคุมคุณภาพและการรับรองจากสถาบันที่มีความน่าเชื่อถือ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและคุณค่าของสินค้า (อิติวัฒน์ ตาคำ และคณะ, 2021)

ด้านการจัดการและศักยภาพของชุมชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพหลักเป็นเกษตรกรในการดำรงชีพจึงให้ความสำคัญเกี่ยวกับมิติด้านการเกษตรเป็นหลัก ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพของชุมชน การบริหารจัดการทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น ควรพัฒนาไปพร้อมกัน สอดคล้องกับ การพัฒนาที่ยั่งยืน Sustainable Development Goals (2019) ตามที่องค์การสหประชาชาติกำหนดขึ้น โดยคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และความเป็นอยู่ที่ดีของสังคมควบคู่กันไป (United Nations, 2023)

2. ผลการศึกษาอัตลักษณ์และความโดดเด่นของกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

ด้านคุณภาพกาแฟ พบว่า พื้นที่ที่มีกระบวนการผลิตตั้งแต่การเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว การแปรรูป และการควบคุมคุณภาพอย่างเป็นระบบ ส่งผลต่อกาแฟที่มีคุณภาพและสามารถสร้างอัตลักษณ์และความโดดเด่นของกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ สอดคล้องกับ จุฑาธิป ประดิพัทธ์นฤมล และคณะ (2565) กล่าวถึง การจัดการต้นน้ำให้มีประสิทธิภาพจะช่วยเพิ่มผลผลิตและพัฒนาคุณภาพเมล็ดกาแฟ ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือความเชื่อมั่นในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

ด้านอัตลักษณ์กาแฟ พบว่า เรื่องราวของชุมชนช่วยเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกาแฟ ทำให้เกิดคุณค่าทางจิตใจให้กับกาแฟ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความหมายและเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมชุมชนและพื้นที่อย่างลึกซึ้ง สอดคล้องกับ จุฑาธิป ประดิพัทธ์นฤมล และคณะ (2022) กล่าวว่า การสร้างภาพลักษณ์กาแฟเป็นการสร้างมูลค่าให้สินค้าและบริการ และสอดคล้องกับ แนวคิดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) ซึ่งเป็นเครื่องหมายที่ใช้กับสินค้าที่มาจากแหล่งผลิตเฉพาะเจาะจง คุณภาพหรือชื่อเสียงของสินค้าเกิดจากปัจจัยทางธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่นในพื้นที่นั้นๆ สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า สร้างความแตกต่างในตลาดและเสริมความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค (กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์, 2562)

ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน พบว่า ปัจจัยด้านการสร้างมาตรฐานกาแฟในระยะยาว จะส่งผลต่อความยั่งยืนให้กับชุมชนที่ผลิตกาแฟ และส่งผลต่อปลายน้ำที่สามารถต่อยอดให้กับผลผลิตกาแฟด้วยการเพิ่มมูลค่าส่งผลต่อมิติเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมได้อย่างมั่นคง สอดคล้องกับ ทิววรรณ ศิริเจริญ กันหา (2023) กล่าวถึงการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ พบว่า พื้นที่ที่เป็นแหล่งปลูกกาแฟและมีการแปรรูป รวมถึงคาเฟ่ครบวงจรในพื้นที่ เป็นจุดแข็งที่ส่งผลต่อศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกาแฟ อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ที่เน้นการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างรู้คุณค่า และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตร

สรุป/ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า คุณภาพของกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ขึ้นอยู่กับปัจจัยต้นน้ำและกลางน้ำเป็นหลัก ส่วนความโดดเด่นทางภูมิศาสตร์ องค์ประกอบของดิน สภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศและสถานที่ปลูก จะส่งผลต่อคุณภาพของกาแฟ ทั้งนี้ ชุมชนควรพัฒนาด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ การตลาดปลายน้ำมุ่งเน้นไปที่กลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงส่งเสริมในเรื่องการจัดการและพัฒนาศักยภาพกาแฟให้สามารถเกิดประโยชน์ สร้างสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อีกทั้งให้ความสำคัญต่อการสร้างอัตลักษณ์กาแฟชุมชนบ้านปางมะโอ ที่เปรียบเสมือนตราสินค้าบอกถึงแหล่งที่มาได้อย่างชัดเจนเฉพาะถิ่นนั้น ๆ หรือเรียกว่า “กาแฟเฉพาะถิ่น (Single Origin)” ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ 1. หน่วยงานภาครัฐนำผลการวิจัยไป

เป็นข้อมูลสนับสนุนส่งเสริมให้เกษตรกรมีองค์ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานการผลิตกาแฟที่ถูกต้องและมีคุณภาพ ส่งเสริมพัฒนามาตรฐานกระบวนการผลิตกาแฟ เพื่อรักษาคุณภาพและยกระดับสู่มาตรฐานในระดับสากล 2. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนพัฒนาจัดทำคู่มือมาตรฐานเกี่ยวกับกระบวนการผลิตและการแปรรูปกาแฟ เพื่อเป็นแนวทางในการควบคุมคุณภาพกาแฟในพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน 3. ผู้ประกอบการกาแฟในชุมชนนำผลการวิจัยไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีอัตลักษณ์และเพิ่มมูลค่าและเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันในอุตสาหกรรมกาแฟอย่างต่อเนื่อง **พัฒนาข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป** 1. ควรศึกษาการรับรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีต่อกาแฟดอยหลวง ชุมชนบ้านปางมะโอ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม 2. ควรประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม จากการส่งเสริมการผลิตกาแฟดอยหลวงชุมชนบ้านปางมะโอ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ 3. ควรศึกษาและพัฒนารูปแบบกิจกรรมนำไปสู่เส้นทางท่องเที่ยวกาแฟเชิงสร้างสรรค์

เอกสารอ้างอิง

- กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์. (2562). สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย (GI THAILAND). เรียกใช้เมื่อ 21 กุมภาพันธ์ 2569 จาก https://ipthailand.go.th/images/gibook/GI_Book_111.pdf
- จุฑาธิป ประดิพัทธ์นฤมล และคณะ. (2565). การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของกระบวนการกาแฟเพื่อความเข้มแข็งและคุณภาพชีวิตชุมชนบ้านรักไทย ตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก. วารสารวิชาการธรรมทศน์, 22 (1), 15-27.
- ดวงภัทร ตีรสวัสดิชัย และคณะ. (2569). แบบจำลองกระบวนการสร้างแบรนด์บุคคลทางการเมืองของผู้สมัครหน้าใหม่: การสังเคราะห์เชิงแนวคิด. วารสารบัณฑิตศึกษาเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต, 3(1), 37-56.
- ทิวาวรรณ ศิริเจริญ กันหา. (2023). การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้, 16(2), 1-12.
- ธิติวัดน์ ตาคำ และคณะ. (2021). การพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์กาแฟพิเศษกรณีศึกษา Coffee Go Green Café. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร, 41(6), 80-92.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: เทพนิมิตการพิมพ์.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2566). สถานการณ์การผลิตพืช ปี 2565/66. เรียกใช้เมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2569 จาก <https://agriman.doae.go.th/wp-content/uploads/2025/08/16>

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 1 เชียงใหม่. (2567). “กาแฟอาราบิก้า” พืชเศรษฐกิจบนพื้นที่สูง จ.เชียงใหม่ ผลผลิตอันดับ 1 ของประเทศสู่การพัฒนาสินค้าอย่างยั่งยืน. เรียกใช้เมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2569 จาก <https://coaching.oae.go.th>

Porter, M. E. (1985). Competitive Advantage. Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press, New York.

United Nations. (2023). Global Sustainable Development Report (GSDR) 2023. Accessed Feb 5 2026. <https://sdgs.un.org/gsdr/gsdr2023>