

“กาแฟดอยช้าง” คุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการไทยภายใต้ตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม

The study of Doi Chang coffee runs the business under a good brand of the equal trade.

นันทน์ภัส ทรัพย์โชคธนกุล

กรกมล อินทร์สอน

ธัญพร ช่างเสนาะ

พิทักษ์ ศิริวงศ์

บทคัดย่อ

บทความนี้กล่าวถึง ธุรกิจกาแฟดอยช้างภายใต้ตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม โดยศึกษาถึงการดำเนินธุรกิจกาแฟดอยช้างภายใต้ตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม และคุณภาพชีวิตการทำงานของผู้ประกอบการไร่กาแฟ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านของผลตอบแทน ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัย ด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถ และด้านการเป็นประโยชน์ต่อสังคม ตลอดจนคุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการไร่กาแฟดอยช้าง อันเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจอื่นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจและการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม เพราะปัจจัยเหล่านี้ย่อมเป็นสิ่งสร้างทั้งโอกาสและความท้าทายต่อผู้ประกอบการธุรกิจของประเทศไทยสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จากการศึกษาพบว่าจุดเริ่มต้นของธุรกิจกาแฟดอยช้าง มาจากเกษตรกรชาวเขาที่อาศัยอยู่บนบนดอยช้างที่มีอาชีพปลูกฝิ่นมาก่อน และเปลี่ยนมาปลูกกาแฟตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ เพื่อลดการแผ้วถางป่าจากการปลูกฝิ่นและพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวไทยภูเขาให้ดีขึ้น ชาวบ้านดอยช้างได้รับแจกกาแฟพันธุ์อาราบิก้าเพื่อนำมาปลูก แต่ถูกพ่อค้าคนกลางกดราคา ภายหลังทุกคนจึงรวมตัวกันเพื่อสร้างบริษัทของตนเองขึ้นมา มีการควบคุมคุณภาพของเมล็ดกาแฟจนกระทั่งเป็นที่ต้องการของตลาดและขายได้ราคาดี ด้วยกรรมวิธีการผลิตเฉพาะของกาแฟดอยช้าง ส่งผลให้กาแฟดอยช้างเป็นที่ยอมรับและเป็นกาแฟอันดับ 1 ของโลก บริษัทกาแฟดอยช้างมีลักษณะการทำงานโดยอาศัยแรงกายและจิตอาสาจากชาวบ้านเป็นสำคัญ เน้นสร้างคนเพื่อพัฒนาธุรกิจและชุมชนให้เข้มแข็งจนกระทั่งสามารถช่วยเหลือตนเองได้ จึงเป็นเหตุผลสำคัญในการได้มาซึ่งตราสินค้า Fairtrade ซึ่งส่งผลให้กาแฟดอยช้างมีอัตราการเติบโตขึ้น ชุมชนมีการพัฒนาในหลายด้าน อาทิเช่น การสร้างโอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การปลูกจิตสำนึกให้มีการอนุรักษ์ผืนป่า การนำมาซึ่งรายได้ของชุมชน รวมถึงเป็นการยกระดับให้เกษตรกรบนดอยช้างมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เป็นต้น

Abstract :

The study of Doi Chang coffee runs the business under a good brand of the equal trade. There are 4 sides of the entrepreneur quality life such as the return of investment, the security for working, the ability development and the social responsibility. The quality life of Doi Chang coffee entrepreneur is useful for other businesses to develop business and to determine the strategies. All four factors can build both opportunity and challenge for many entrepreneurs in Thailand. As for the information about the beginning of Doi Chang coffee was from the people who lived in Doi Chang Mountain called “tribesman”. They mostly grew the

opium plants and expanded around the mountain area before they have changed to grow the coffee trees instead because of the Royal projects. We found that this big change not only decreased to destroy the amount of trees in the forest entirely but also developed a tribesman life for a better. The Doi Chang people have got the Arabica seeds for cultivated but they were given the underprice from the middleman. After that an exploitation of the middleman, they decided to gather their group to build the company finally. They controlled every production steps in unique for the best quality of coffee. Doi Chang coffee seeds is well-known in the coffee business with high demand and good price. The unique production of Doi Chang coffee can be accepted to be the best coffee in the world generally. The Doi Chang coffee company style emphasizes the people importantly by supporting everybody to have a good job and getting an income continually. Moreover, there are many advantages for the people living in a strong and good community. This is reason why Doi Chang coffee is guaranteed by the Fairtrade Brand that makes the Doi Chang coffee gets more expansion ratio in coffee market. And it can develop the society in many ways for example making a chance to exchange the knowledge to each other, realizing to preserve the forest area, and becoming an income of community along with raising agriculturists in Doi Chang going forward with a sustainable quality life.

บทนำ

จุดเปลี่ยนของศตวรรษภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ที่มีการเปิดตลาดเสรี อันส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคม เทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสาร การค้าและการไหลเวียนของเงินทุนที่ดำเนินไปอย่างรวดเร็วก็นำมาซึ่งความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วในหลายประเทศทั่วโลก(มานิตตา ชาญไชย, 2551) รวมถึงการเข้ามามีบทบาทเวทีโลกของกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาและประเทศที่เศรษฐกิจอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่าน จากการเพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัดของอัตราการส่งออก รายได้ และอัตราการจ้างงาน ที่นำไปสู่ความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ การลดลงของภาวะความยากจนและการกระจายรายได้ที่เป็นธรรม อันเป็นโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพของมนุษย์ ในขณะที่ความไม่สมดุลกันของความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศก็ยังคงมีอยู่ (ศูนย์บริการข้อมูลเศรษฐกิจระหว่างประเทศ, 2555) แสดงให้เห็นว่า นอกเหนือจากความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจแล้ว ปัจจุบันประชาคมโลกส่วนใหญ่ต่างก็ให้ความสำคัญและจับตามองประเด็นของกระแสโลกาภิวัตน์บนมิติความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยเช่นกัน

ถึงแม้ว่ากระแสโลกาภิวัตน์จะสร้างความคุ้นเคยในลักษณะรูปแบบสังคมทุนนิยม ที่มีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้นและรุนแรง บริบทความรับผิดชอบต่อสังคมก็ถือเป็นความท้าทายที่ทวีความสำคัญมากขึ้น ดังคำกล่าวของมหาเธร์ โมฮัมหมัด ที่กล่าวว่า "การเปิดเสรีการค้าโลกเพื่อรับกระแสโลกาภิวัตน์นั้นเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่การเปิดเสรีทางการค้านั้นยังไม่สำคัญเท่ากับการค้าที่เป็นธรรมกับทุกฝ่าย เพราะการค้าที่เป็นธรรมนั้นนั้นอาจก่อให้เกิดการค้าเสรีได้ แต่การค้าเสรีส่วนใหญ่แล้วก่อให้เกิดการค้าที่ไม่เป็นธรรม" จึงส่งผลให้กระแสแนวคิดในเรื่องของการค้าอย่างยุติธรรมได้รับการตอบรับอย่างมาก (Jintana S, 2553)

โดยแนวคิด “การค้าที่เป็นธรรม” หรือ “Fairtrade” เป็นการเคลื่อนไหวเกี่ยวกับความยุติธรรมทางการค้า ที่สนับสนุนมาตรฐานสากลในเรื่องแรงงาน สิ่งแวดล้อม และสังคม สำหรับสินค้าและบริการ (Jintana S, 2553) มีฉลากสินค้าแฟร์เทรดเป็นเครื่องหมายการค้า ซึ่งเป็นเครื่องหมายยืนยันให้ผู้บริโภคมั่นใจว่าสินค้าที่มีเครื่องหมายนี้เป็นผลผลิตของกระบวนการ “การค้าที่เป็นธรรม” อันมีจุดมุ่งหมายหลักคือการพัฒนาความเป็นอยู่ของผู้ผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการผลิตและการค้า เพิ่มอำนาจในการต่อรองและประกันราคาที่เป็นธรรม ตลอดจนการปกป้องสิทธิมนุษยชนและการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยกระตุ้นให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความสำคัญของปัจจัยด้านความเป็นธรรมในสังคม สร้างความแปลกใหม่ด้วยการให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารและเรื่องราวของตัวสินค้านอกเหนือจากการพิจารณาปัจจัยด้านราคา คุณภาพและรูปแบบ (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงลอนดอน, 2547)

จุดเริ่มต้นของสินค้าที่มีการใช้ฉลากสินค้าที่เป็นธรรมคือ “กาแฟ” ซึ่งเป็นสินค้าเกษตรกรรมที่ได้รับการตอบรับอย่างมากทั้งจากผู้ผลิตและผู้บริโภค ด้วยเหตุผลสำคัญคือการเลือกจ่ายราคาที่สูงกว่า เพื่อซื้อความมั่นใจว่าได้บริโภคสินค้าที่ไม่เอาเปรียบผู้ผลิต จากความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวในธุรกิจกาแฟทำให้ผู้ปลูกกาแฟในหลายๆส่วนของโลก ได้รับโอกาสในการเข้าถึงกระบวนการทางการค้าที่เป็นธรรม และหนึ่งในบรรดาผู้ปลูกกาแฟที่ได้รับการส่งเสริมจากองค์กรสมาชิกของ FLO ด้วยเหมือนกันคือกลุ่มเกษตรกรชาวไทยภูเขาชนเผ่าอาข่าเจ้าของกาแฟอันเป็นที่รู้จักกันดีภายใต้ชื่อ “กาแฟดอยช้าง” (Marketeer, 2548) กาแฟที่ติดอันดับว่าเป็นกาแฟชนิดพิเศษระดับโลก (World Class Speciality Coffee, Doi Chang Estate) ผ่านการทดสอบคุณภาพและได้รับการรับรองเกียรติบัตรโดยสถาบันกาแฟชั้นนำระดับโลกมากมาย ทั้งในเอเชีย อเมริกาเหนือ และยุโรป (Korihto, 2556)

ก้าวเล็กๆของ “ความไม่เป็นธรรม” สู่ “การค้าที่เป็นธรรม” สร้างตราสินค้าท้องถิ่นให้โลดแล่นในเวทีตลาดโลกของกาแฟดอยช้าง นำเงินตราเข้าสู่ประเทศและชุมชนท้องถิ่นจำนวนมหาศาล อย่างไรก็ตาม บนความสำเร็จของกาแฟดอยช้างเป็นเพียงจุดเริ่มต้นในการก้าวไปสู่เป้าหมายสูงสุดร่วมกันของคนในชุมชน ก็คือการสร้างรายได้แบบครบวงจร การสืบทอดวัฒนธรรมวิถีชีวิตให้คงอยู่ และการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นร่วมกันของคนในชุมชน (กนกรัตน์ ปัญญา, 2556) การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาในด้านต่างๆ รวมถึงด้านความสามารถในการประกอบอาชีพ ด้วยการช่วยเหลือเกษตรกรชาวเขาบนดอยช้างขยายการปลูกให้มีคุณภาพ ให้การสนับสนุนความรู้ด้านการปลูกกาแฟ การเก็บเกี่ยว การเลือกสรร คั่ว บด และบรรจุภัณฑ์ พร้อมกับรับซื้อผลผลิตเมล็ดกาแฟ เพื่อยกระดับการมีชีวิตที่ดี มีความสุขและความพึงพอใจในชีวิตทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สังคม อารมณ์ และการดำเนินชีวิตของปัจเจกบุคคลในสังคม เป็นการประสานการรับรู้ของบุคคลในด้านร่างกาย จิตใจ ความสัมพันธ์ของสังคม สิ่งแวดล้อม ภายใต้วัฒนธรรม ค่านิยม และเป้าหมายในชีวิตของแต่ละบุคคล (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, 2556)

ท้ายที่สุดแล้ว แม้ว่าสิ่งที่ทำให้กาแฟดอยช้างประสบความสำเร็จจะมาจากแรงผลักดันของการค้าที่ไม่เป็นธรรม ส่งผลให้เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟดอยช้างไม่มีทางเลือกมากนัก แต่เมื่อพวกเขาเลือกที่สวมหมวกที่เกิดแรงผลักดันให้เป็นผู้ค้ากาแฟ ก็สามารถสร้างความภาคภูมิใจ ที่ได้ผลิตกาแฟไทย ที่มีคุณภาพยอดเยี่ยมและส่งไปจำหน่ายทั่วโลก ตามข้อความที่ติดไปกับผลิตภัณฑ์ดอยช้างทุกผลิตภัณฑ์ว่า "Pride Of The North Chiang Rai, Thailand" Product Of Thailand. ดังนั้นในฐานะผู้ประกอบการจึงต้องมีการเตรียมตัวให้พร้อมรับกับสภาพการณ์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่เข้มข้นมากขึ้น ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจ

ในการศึกษาธุรกิจกาแฟดอยช้างภายใต้ตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม คุณภาพชีวิตการทำงาน ตลอดจนคุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการไร่กาแฟดอยช้าง อันเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจอื่นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจและการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม เพราะปัจจัยเหล่านี้ย่อมเป็นสิ่งสร้างทั้งโอกาสและความท้าทายต่อผู้ประกอบการธุรกิจของประเทศไทยสู่คุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. ศึกษาการดำเนินธุรกิจกาแฟดอยช้างภายใต้ตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม
2. ศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานของผู้ประกอบการไร่กาแฟ 4 ด้าน คือ ด้านของผลตอบแทน ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัย ด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถ และด้านการเป็นประโยชน์ต่อสังคม
3. ศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการไร่กาแฟดอยช้างภายใต้ตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม

ขอบเขตของการวิจัย

1. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตด้านเนื้อหา โดยศึกษาในเรื่องของคุณภาพชีวิตผู้ประกอบการไร่กาแฟดอยช้างด้านของผลตอบแทน ความปลอดภัยของการทำงาน การพัฒนาความรู้ความสามารถของตนเอง และการเป็นประโยชน์ต่อสังคม ตลอดจนศึกษาในเรื่องของแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจ เป้าหมายการทำงาน และแนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการไร่กาแฟ
2. **ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลเป็นหลัก** ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ ไร่กาแฟดอยช้าง
3. **ขอบเขตด้านพื้นที่** พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยคือ ไร่กาแฟดอยช้าง จังหวัดเชียงราย
4. **ขอบเขตด้านเวลา** ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ ตั้งแต่เดือนกันยายนถึงตุลาคม 2556

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบถึงการดำเนินธุรกิจกาแฟดอยช้างภายใต้ตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม
2. ทราบถึงคุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการไร่กาแฟดอยช้าง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลตอบแทน ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัย ด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถ และด้านความเป็นประโยชน์ต่อสังคม
3. ทราบถึงแนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการไร่กาแฟดอยช้าง
4. ทราบถึงแรงจูงใจและเป้าหมายในการทำงานของผู้ประกอบการไร่กาแฟดอยช้าง
5. เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจไทยในการพัฒนาธุรกิจและการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม เพื่อให้สอดคล้องกับโอกาสและสามารถเผชิญความท้าทายต่างๆสู่คุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. **กาแฟดอยช้าง** กาแฟดอยช้างเป็นกาแฟที่ปลูกอยู่ทางภาคเหนือของไทย โดยชาวไทยภูเขาเผ่าอาข่า(อีเก้อ) บ้านดอยช้าง จังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นโครงการพระราชดำริจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ เพื่อที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวไทยภูเขา ชาวบ้านดอยช้างได้รวมตัวกันสร้างบริษัทกาแฟของตนเอง เพื่อแก้ปัญหาจากการที่ถูกพ่อค้าคนกลางกดราคา โดยใช้ชื่อว่า “ดอยช้าง” อันสื่อถึงแหล่งกำเนิดและความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ไทย ที่ได้ผลิตกาแฟไทยที่มีคุณภาพยอดเยี่ยมระดับโลก (หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ, 2555) การปลูกกาแฟจึงกลายเป็นอาชีพที่นำรายได้เข้ามาหล่อเลี้ยงชุมชน สร้างงานสร้างอาชีพให้กับชาวเขา

ช่วยยกระดับชีวิตของชาวบ้านให้ดีขึ้น ทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและมีสายสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น เพราะเป็นการทำธุรกิจภายใต้แนวคิดการอยู่ร่วมกันและการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ นอกจากนี้การปลูกกาแฟได้ส่งผลให้สภาพแวดล้อมบนดอยช้างมีความอุดมสมบูรณ์ขึ้น เนื่องจากกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้าที่ปลูกนั้นสามารถเติบโตได้ดี ใ้ร่มเงาของไม้ใหญ่ จึงส่งผลให้ได้ป่ากลับคืนมา สภาพแวดล้อมเริ่มฟื้นฟูความอุดมสมบูรณ์ขึ้นอีกครั้ง ชาวบ้านเกิดความภาคภูมิใจที่ได้สร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทย (บริษัท ดอยช้าง คอฟฟี่ ออร์จินอล จำกัด, 2553)

2. แนวคิดราคาสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม หรือ แฟร์เทรด (Fair Trade) เป็นความพยายามในการส่งเสริมการค้าแบบยุติธรรม โดยเน้นสินค้าและบริการจากประเทศโลกที่สามและโลกที่สองไปยังประเทศโลกที่หนึ่ง โดยมาตรฐานตราสัญลักษณ์แฟร์เทรดคิดค้นขึ้นโดยองค์กรอิสระ FAIRTRADE International ใช้เป็นตรารับรองคุณภาพสินค้าตามมาตรฐานแฟร์เทรดที่องค์กรกำหนด ซึ่งแบ่งได้เป็นหลักๆ 3 ด้านได้แก่ 1)มาตรฐานเรื่องสิ่งแวดล้อม 2)มาตรฐานเรื่องการค้า และ 3)มาตรฐานเรื่องสังคม โดยจุดประสงค์หลักของมาตรฐานแฟร์เทรด คือ ผู้ผลิตหรือเกษตรกรจะต้องได้รับค่าตอบแทนของผลผลิตที่เหมาะสมเพื่อจะสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้ในระยะยาว เพื่อสร้างโอกาสให้ผู้ผลิตหรือกลุ่มสหกรณ์ผู้ผลิตสามารถร่วมลงทุนโครงการเพื่อการศึกษา สุขภาพและการสร้างสาธารณูปโภคหลักในท้องถิ่นได้ เพื่อให้การค้าขายระหว่างผู้ผลิตและพ่อค้าคนกลางเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และสามารถสร้างเครือข่ายควบคุมคุณภาพสินค้าจากผู้ผลิตสินค้าได้ ตลอดจนเพื่อเป็นมาตรฐานว่าสินค้าที่ได้รับตรา แฟร์เทรด เป็นสินค้าที่ผ่านการผลิตที่ได้รับมาตรฐานที่ดีต่อทั้งสิ่งแวดล้อม การค้าและสังคม (สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต, 2556)

3. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต องค์กรอนามัยโลก (The WHOQOL, 2009) กล่าวว่า คุณภาพชีวิตของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับบริบททางสังคม วัฒนธรรม และค่านิยมในเวลานั้นๆ และมีความสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมาย ความคาดหวัง และมาตรฐานที่แต่ละคนกำหนดขึ้น ซึ่งประกอบด้วย 4 มิติ คือ 1)มิติด้านสุขภาพกาย 2)มิติด้านสุขภาพจิต 3)มิติด้านความสัมพันธ์ทางสังคม 4)มิติด้านสภาพแวดล้อม นอกจากนี้แล้วการศึกษาของ Mercel และ Dupuis (2006) ยังสรุปว่า คุณภาพชีวิตการทำงานควรให้ความสำคัญที่บทบาทการทำงาน ได้แก่ นายจ้าง ลูกจ้าง และสภาพแวดล้อมในการทำงาน จากความหมายข้างต้นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตและคุณภาพชีวิตการทำงาน พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญที่ทรัพยากรมนุษย์หรือคนทำงานเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงาน สวัสดิการ บทบาทหน้าที่ในการทำงาน ความพึงพอใจในชีวิต โอกาสการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจที่เกี่ยวกับงาน การพัฒนาและให้ความสำคัญต่อทรัพยากรมนุษย์จะส่งผลต่อกระบวนการผลิต ดังที่ Elton Mayo (อ้างใน ศิรินันท์ กิตติสุขสถิต และคณะ, 2555) ได้ศึกษาและทดสอบเกี่ยวกับเรื่องบุคคล พบว่า บุคคลเป็นปัจจัยที่ผันแปรได้ และเป็นหัวใจในการเพิ่มประสิทธิภาพของงาน จึงต้องให้ความสนใจให้บุคคลทำงานอย่างมีความสุข

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แนวทางในการศึกษาแบบปรากฏการณ์วิทยา มีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการธุรกิจไร่กาแฟดอยช้าง
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) การศึกษาจากเอกสาร หนังสือ บทความ และงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจกาแฟดอยช้าง เพื่อให้ทราบข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับกาแฟดอยช้าง

2) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) สัมภาษณ์ผู้ประกอบการไร้กาแพ โดยสร้างแนวคำถามอย่างกว้างๆซึ่งสามารถแตกประเด็นในการสัมภาษณ์ได้ อาจมีการปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ประกอบไปด้วย แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกาแพดอยช้างที่ได้พัฒนาจากการทบทวนเอกสาร แนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรมและคุณภาพชีวิต สมุดจดบันทึกปากกา แฟ้มเก็บข้อมูลเพื่อแยกเป็นประเภทต่างๆ เครื่องบันทึกเสียง และกล้องถ่ายภาพเพื่อใช้เก็บบรรยากาศ

การตรวจสอบความเชื่อมั่น

การตรวจสอบความเชื่อมั่นของข้อมูลนั้นใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) โดยตรวจสอบด้านข้อมูลในเรื่องของเวลา สถานที่ที่ต่างกัน และตรวจสอบด้านผู้วิจัยว่าแต่ละคนได้ข้อมูลต่างกันอย่างใด แทนการใช้ผู้วิจัยคนเดียวทั้งหมด ซึ่งจะสร้างความแน่ใจได้ดีกว่าผู้วิจัยเพียงคนเดียว หากข้อมูลที่ได้มาไม่ตรงกันควรทำการสัมภาษณ์อีกครั้งโดยเปลี่ยนในเรื่องของเวลาและสถานที่ เพื่อเป็นการยืนยันและหาข้อสรุปนั้นให้เกิดความชัดเจน ส่วนข้อมูลที่ขาดความน่าเชื่อถือ จะไม่นำมาใช้ และถ้าได้ข้อมูลไม่เพียงพอจะทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้สมบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง “กาแพดอยช้าง” คุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการไทยภายใต้มาตรฐานสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม ได้ใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) โดยผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาเรียบเรียง วิเคราะห์ และพรรณนา หลังจากได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แล้วจึงนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น พิจารณาว่าข้อมูลนั้นมีความสมบูรณ์ครบถ้วนแล้วหรือไม่ หลังจากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาข้อสรุป โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา เมื่อได้ข้อสรุปแล้วจึงนำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อความถูกต้องของข้อมูลแล้วจึงทำเป็นรูปเล่มรายงาน

ผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

จุดเริ่มต้นของธุรกิจกาแพดอยช้าง ตั้งอยู่ที่หมู่บ้านดอยช้าง เป็นพื้นที่บนภูเขาสูง ตั้งอยู่ที่ตำบลลาวี อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย สูงกว่าระดับน้ำทะเล แต่เดิมอาชีพหลักของประชากรบนดอยช้างก่อนจะก้าวเข้าสู่กระบวนการปลูกและผลิตกาแพ ชาวเขาเผ่าต่างๆทางภาคเหนือของไทยรวมถึงที่ดอยช้างเคยปลูกฝิ่น ซึ่งถือเป็นพืชเศรษฐกิจในช่วงนั้น การปลูกฝิ่นทำให้เกิดการแผ้วถางป่าอย่างมหาศาลรวมทั้งทำลายต้นน้ำอันสมบูรณ์ของประเทศ ในปี พ.ศ.2526 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำริที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวไทยภูเขา โดยทรงริเริ่มโครงการตามพระราชดำริด้วยการพระราชทานพันธุ์พืชที่ทรงคิดว่าจะเป็นพืชเศรษฐกิจมาทดแทนและลดการปลูกฝิ่น พร้อมทั้งลดการแผ้วถางป่า

จากพระราชดำริของพระองค์ท่าน ทางรัฐบาลไทยและองค์การสหประชาชาติได้ให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มความสามารถ ชาวบ้านดอยช้างได้รับแจกกาแพพันธุ์อาราบิก้าชั้นดีเพื่อนำมาปลูก และได้รับการสนับสนุนทางด้านเทคนิคต่างๆอย่างเต็มที่มาโดยตลอด 20 กว่าปีที่ผ่านมากษัตริย์ชาวดอยช้างปลูกกาแพแต่ขายได้

ราคาต่ำ เนื่องจากต้องขายผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งจะคอยกดราคาเกษตรกรทำให้ได้ราคาต่ำ เพราะเห็นว่าเกษตรกรไม่สามารถนำไปขายเองได้ ภายหลังเมื่อทุกคนรวมตัวกันสร้างบริษัทกาแฟขึ้นมา กลับพบว่าสินค้าเป็นที่ต้องการของตลาดและขายได้ราคาดี ทุกคนจึงช่วยกันพัฒนาคุณภาพของกาแฟให้ดีขึ้น อีกทั้งส่งไปทดสอบคุณภาพกาแฟในต่างประเทศ เพื่อที่จะได้นำมาพัฒนาคุณภาพให้ดีขึ้นตามความต้องการของตลาดต่อไป ทุกคนจึงมีความภาคภูมิใจที่ได้ผลิตกาแฟไทย ที่มีคุณภาพยอดเยี่ยมระดับโลก ส่งไปจำหน่ายทั่วโลก ปัจจุบันเราส่งออกกาแฟดอยช้างไปหลายประเทศทั่วโลก นอกจากนี้เรายังได้จดทะเบียนการลงทุนร่วมกับ นักธุรกิจจากประเทศแคนาดา ซึ่งมีประสบการณ์การทำธุรกิจ ตลอดจนธุรกิจระหว่างประเทศอื่นๆและประสบความสำเร็จอย่างสูง

“ ไม่ใช่เพราะกาแฟทำเงินให้กับเรา แต่เพราะกาแฟทำให้เรามีป่าอีกครั้ง แต่เพราะกาแฟทำให้ บ้านเรามีนกกลับมาแต่เพราะกาแฟทำให้ครอบครัวกลับมากินข้าวพร้อมกัน ชีวิตที่ไม่ต้องเร่งรีบ เราชั่งเพลงตอนเราเก็บกาแฟ เราภาคภูมิใจที่เป็นคนไทยและภาคภูมิใจที่ได้ทำในสิ่งที่ดีที่สุด เพื่อคนไทยและประเทศไทย จากรุ่นสู่รุ่น บ่มเพาะให้กาแฟดอยช้างเป็นกาแฟไทยชนิดพิเศษ ...กาแฟดอยช้าง World Class speciality Coffee” (วิชา พรหมยงค์, 2556)

ตอนที่ 2 กาแฟดอยช้างภายใต้ตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม

ด้วยกรรมวิธีการผลิตเฉพาะของกาแฟดอยช้าง ที่เริ่มตั้งแต่แหล่งเพาะปลูก การเก็บด้วยมือที่ละเมล็ด และนำมาแยกเปลือกภายใน 24 ชั่วโมง ผ่านกระบวนการทำสารกาแฟแบบเปียก ตกด้วยแสงอาทิตย์ เก็บและบ่มในโกดังบนที่สูงอย่างน้อย 6-8 เดือน คัดเฉพาะเมล็ดกาแฟที่ได้มาตรฐานนำมาคั่วด้วยเครื่องกาแฟคุณภาพระดับโลก “BRAMBATI” โดยผู้ชำนาญการคั่วและบรรจุในถุงฟรอยด์คุณภาพสูง พร้อมวาล์วทางเดียว ส่งผลให้กาแฟดอยช้างได้รับการรับรองจากสถาบัน Bioagricert ว่าเป็นกาแฟออร์แกนิก มีขบวนการผลิตที่ปราศจากการใช้สารเคมีใดๆ ได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยาแห่งสหรัฐอเมริกา ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ Doi Chaang Decaf ใช้ขบวนการสกัดสารคาเฟอีน ที่เรียกว่า “Swiss Water Process” โดยปราศจากการใช้สารเคมีใดๆ เมื่อสกัดสารคาเฟอีนออกไปจะยังคงความเป็นรสชาติของกาแฟอย่างเต็มเปี่ยมจนเป็นที่ยอมรับและเป็นอันดับ 1 ของโลก

นอกจากนั้นแล้ว กาแฟดอยช้างยังได้รับการรับรองตราสินค้า Fairtrade ที่สื่อถึงการที่สินค้าดังกล่าวมีการผลิตบนพื้นฐานของการค้าที่เป็นธรรม โดยยึดหลักการจ้างงานที่เป็นธรรมและมีการประกันราคาซื้อขายสินค้าจากเกษตรกรหรือผู้ผลิตในอัตราที่สูงกว่าราคาตลาด โดยมีเงื่อนไขว่าเกษตรกรหรือผู้ผลิตจะต้องนำกำไรส่วนหนึ่งกลับไปพัฒนาสังคมและชุมชนของตนในด้านต่างๆให้มีความเข้มแข็งยิ่งขึ้น เช่น ด้านการศึกษา ด้านสาธารณสุข เป็นต้น กาแฟดอยช้างได้รับการรับรองตราสัญลักษณ์ Fairtrade จากหลายๆ องค์กร ได้แก่ International Fair Trade Mark Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) เป็นองค์กรที่ให้การรับรอง ดูแล และประชาสัมพันธ์เรื่องการติดฉลากสินค้าแฟร์เทรด โดยจะมีการตรวจสอบการผลิตสินค้าว่าได้มาตรฐานการค้าโดยชอบธรรมหรือไม่ เพื่อให้ผู้บริโภคได้มั่นใจว่าการบริโภคสินค้าดังกล่าว จะทำให้ผู้ผลิตในทุกลำดับขั้นได้รับค่าตอบแทนที่เป็นธรรมจริง โดยแฟร์เทรดมีวัตถุประสงค์หลัก ดังต่อไปนี้

- ปรับปรุงสภาวะการทำงานของคนงาน
- การพัฒนาองค์กรของผู้ผลิตที่ด้อยโอกาส (โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศที่สาม)
- หลีกเลี่ยงการเลือกปฏิบัติและเงื่อนไขการรับประกันอย่างเท่าเทียมกันของคนงาน

- หลีกเลี่ยงการใช้แรงงานเด็กเล็ก ปกป้องเด็กและสตรี
- สร้างความสัมพันธ์ทางการค้าในระยะยาวและเท่าเทียมกันในการที่ผู้ผลิตจะได้รับเงินสำหรับสินค้าพรีเมียมของพวกเขาสำหรับการค้าที่เป็นธรรม
- ใช้การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนและพลังงานทดแทน

บริษัทกาแพดอยซ้างไม่มีการจ้างพนักงาน และคนที่ทำงานให้แก่บริษัทก็เป็นลูกหลานในชุมชนที่อาสาเข้ามาช่วยงานของบริษัท และเป็นครอบครัวที่จำหน่ายเมล็ดกาแฟสดให้บริษัทนำมาคั่วก่อนบรรจุภัณฑ์ขาย ดังนั้นแต่ละคนจึงไม่มีเงินเดือน และไม่มีชั่วโมงการทำงานที่แน่นอน แต่ผลตอบแทนที่แต่ละคนจะได้รับคือการเติบโตของบริษัท ซึ่งจะผันแปรมาเป็นผลกำไรให้แก่สมาชิกกาแพดอยซ้างทุกคน ในรูปแบบของราคารับซื้อกาแฟที่สูงขึ้นในที่สุด โดยจะเห็นได้ว่ากาแพดอยซ้างเป็นการทำธุรกิจบนพื้นฐานของผลประโยชน์ร่วมกันอย่างยุติธรรม

“ถ้าถามว่าอะไรทำให้กาแพดอยซ้างเกิดขึ้นได้ ตอบได้อย่างเดียวว่าความตั้งใจเท่านั้นเอง เราพิสูจน์ให้เห็นแล้วว่าถ้าตั้งใจจริง ๆ ลงมาคั้นคั่วดูแลเรื่องการตลาดจริงจัง เรามั่นใจว่าด้วยระบบที่เรารวบรวมมา 5 ปี เราเป็นสุดยอดของโลกแล้ว เราเข้าไปควบคุมคุณภาพทั้งระบบการเพาะปลูก การคัด ตอนนี้เรามีแฟร์เทรด เราได้ Organic Certification ของ USDA เราได้ Organic Farming ของยุโรป ตอนนีเรากำลังรอก FLO ซึ่งเป็นแฟร์เทรดของสหรัฐอเมริกา ดังนั้น Certificate ต่างๆในโลกเรามีครบอยู่แล้ว ที่เหลือคือขยายฐานการผลิตให้เต็มพื้นที่ ซึ่งพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 3 หมื่นไร่ เราตีไว้ 70 เปอร์เซ็นต์คือประมาณ 2 หมื่นไร่ เท่ากับประมาณ 8 พันเอเคอร์ แค่นี้ก็ถือว่าใหญ่แล้วนะสำหรับ Single Origin Estate” (วิชา พรหมยงค์, 2556)

ตอนที่ 3 คุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการภายใต้ตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม

ตราสินค้า Fairtrade ส่งผลให้ยอดขายของกาแพดอยซ้างมีอัตราเติบโตขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากตราสินค้า Fairtrade สามารถสร้างความต้องการของลูกค้าโดยการสร้างความตระหนักรู้ให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับกาแพดอยซ้างมากขึ้นและมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับความนิยมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ในการดำเนินกิจการของกาแพดอยซ้างหรือการตั้งบริษัทเป็นเพียงการจดทะเบียนในนามเพื่อให้การติดต่อกับหน่วยงานภายนอกเป็นไปด้วยความสะดวกเท่านั้น การทำงานที่แท้จริงของบริษัทกาแพดอยซ้าง เป็นการอาศัยแรงงานและจิตอาสาจากชาวบ้านที่เป็นสมาชิกผู้ผลิตกาแฟให้กับบริษัท ซึ่งถือเป็นผู้ถือหุ้นรายสำคัญของบริษัททั้งนั้น ทุกคนไม่มีเงินเดือน ต่างมาช่วยกันทำงานด้วยใจภายใต้แนวคิดการอยู่ร่วมกัน และการรู้จักเผื่อแผ่ แต่มีการทำสัญญาว่าผลกำไรที่ได้ในอนาคตจะนำไปใช้พัฒนาชุมชนและกาแพอย่างไบบ้าง ปัจจุบันกาแพดอยซ้างมีการร่วมทุนกับประเทศแคนาดา โดยแคนาดา รับซื้อกาแฟดอยซ้างในราคาต้นทุนเพื่อไปทำการคั่วและเป็นผู้จัดจำหน่ายกาแพดอยซ้างไปทั่วโลก ผลกำไรที่ได้จะแบ่งกัน 50/50 ทำให้กาแพดอยซ้างมีโอกาสเปิดตัวในตลาดต่างประเทศ และเป็นการทำธุรกิจบนพื้นฐานของผลประโยชน์ร่วมกันอย่างยุติธรรม นอกจากนี้ตราสินค้า Fairtrade ยังส่งผลให้ผู้ประกอบการกาแพดอยซ้างหรือชาวบ้านที่เป็นสมาชิกผู้ผลิตกาแฟให้กับบริษัท มีความรู้ความสามารถในการร่วมมือกันพัฒนาคุณภาพกาแฟที่มีคุณภาพ และชาวบ้านมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ส่งผลให้เกิดความเข้มแข็งในชุมชน รวมถึงสร้างความภูมิใจในการสร้างชื่อเสียงให้ประเทศไทยอีกด้วย

ตราสินค้า Fairtrade ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านความเป็นธรรมในสังคมของกาแฟดอยช้าง ดังนี้

- กาแฟกลายเป็นพืชที่นำรายได้เข้ามาหล่อเลี้ยงชุมชน สร้างงานสร้างอาชีพให้กับชาวเขา และช่วยยกระดับชีวิตของชาวบ้านให้ดีขึ้น
- ชุมชนมีความเข้มแข็ง เนื่องจากการทำธุรกิจภายใต้แนวคิดการอยู่ร่วมกันและการเอื้อเพื่อเอื้อแผ่ ทำให้วิถีชีวิตของคนชุมชนยังคงอยู่ อีกทั้งสายสัมพันธ์ก็แนบแน่นมากขึ้น
- ในอนาคตจะมีการสร้างโรงเรียนและโรงพยาบาล เพื่อให้เด็กได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพ และทุกคนในชุมชนมีสุขภาพที่ดี
- การนำความรู้ไปแบ่งปันกับชุมชนชาวเขาอื่นๆ เพื่อให้เขาสามารถทำเกษตรอุตสาหกรรม และนำรายได้มาสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีเช่นเดียวกับชุมชนดอยช้าง
- การจัดประชุมชาวอีโก้จากหลากหลายชุมชน รวมทั้งชาวอีโก้ในประเทศเพื่อนบ้านอย่างประเทศพม่าและประเทศลาว เพื่อสร้างโอกาสในการแลกเปลี่ยนความรู้และวัฒนธรรมอีโก้ที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่นและภูมิภาค
- กาแฟสายพันธุ์อาราบิก้าที่ปลูกนั้นเติบโตได้ดีได้ร่มเงาของไม้ใหญ่ การปลูกกาแฟจึงส่งผลให้ได้ปากกลับคืนมา และสภาพแวดล้อมบนดอยช้างเริ่มฟื้นฟูความอุดมสมบูรณ์ขึ้นอีกครั้ง
- ชาวบ้านเกิดความภาคภูมิใจ และได้สร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทย

ตอนที่ 4 เป้าหมายและแรงจูงใจในการทำงานเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต

ในการทำธุรกิจกาแฟดอยช้างนั้น เป็นการอาศัยแรงกายและจิตอาสาจากชาวบ้านบนดอย ทุกคนไม่มีเงินเดือน ต่างมาช่วยกันทำงานด้วยใจ ภายใต้แนวคิดหลัก คือการอยู่ร่วมกันและการรู้จักเอื้อแผ่ บริษัทนั้นไม่ได้เป็นของใครคนใดคนหนึ่ง แต่เกษตรกรทั้งหมดบนดอยเป็นเจ้าของร่วมกัน ตั้งแต่การปลูกไปจนถึงการตลาด ผลกำไรที่ได้มาในอนาคตนั้นนำมาเพื่อเอามาพัฒนาชุมชน ทั้งนี้จำเป็นต้องอาศัยความวิริยะอุตสาหะและความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของเกษตรกรในชุมชนจึงจะประสบผลสำเร็จได้

เป้าหมายในการทำงานเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตนั้น คือการมุ่งสร้างคนในชุมชนเป็นลำดับแรก และการพัฒนาธุรกิจชุมชนเป็นสิ่งที่รองลงมา นั่นคือเป็นการสร้างคนเพื่อมาพัฒนาธุรกิจ และพัฒนาชุมชน ให้เป็นชุมชนที่เข้มแข็ง ที่สามารถพึ่งตนเอง และช่วยเหลือตนเองได้ ในปัจจุบันนี้ ดอยช้างยังได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่คือ กาแฟช็อคโกแลต ซึ่งเป็นกาแฟที่ถ่ายออกมาจากตัวช็อคโกแลต เป็นกาแฟเกรดเอ และกำลังได้รับความนิยมไปทั่วโลก จำหน่ายในราคากิโลกรัมละหลายหมื่นบาทเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำได้ยากมาก ซึ่งทางบริษัทได้มีการเปิดให้ชิม เพื่อนำรายได้ให้แก่ชาวเขาบนดอย

นอกจากนั้นยังเป็นการปลูกจิตสำนึกให้กับชาวเขาบนดอยให้มีการอนุรักษ์ผืนป่า และมีการจัดการทรัพยากรผืนป่าได้อย่างยั่งยืน เพื่อที่จะปกป้องคุ้มครองรักษาป่า และสัตว์ป่าให้คงอยู่ต่อไป สำหรับผลกำไรที่ได้มาจากการปลูกกาแฟนั้น คนในชุมชนได้นำมาเพื่อปรับปรุง และพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสร้างโรงเรียน หรือการสร้างโรงพยาบาล ดังนั้นเมื่อชุมชนมีการพัฒนาที่ดีขึ้น จึงส่งผลให้คุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนดีขึ้นตามไปด้วย จึงอาจพูดได้ว่าการปลูกกาแฟนั้นช่วยให้ประชาชนบนดอยช้างมีความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

สรุปผลการศึกษา

จากการวิจัยในหัวข้อ “กาแฟดอยช้าง” คุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการไทยภายใต้ตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม พบว่าจุดเริ่มต้นของธุรกิจกาแฟดอยช้างนั้นมาจากเกษตรกรที่เป็นชาวเขาบนดอยช้าง ซึ่งแต่ก่อนนั้นได้ประกอบอาชีพปลูกฝิ่น แต่เนื่องจากการปลูกฝิ่นนั้นเป็นการแผ้วถางป่ารวมทั้งทำลายต้นน้ำอันสมบูรณ์ในปี 2526 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงฯพระราชทานพันธุ์พืชที่เป็นพืชเศรษฐกิจและลดการแผ้วถางป่า รวมถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวไทยภูเขา ชาวบ้านดอยช้างได้รับแจกกาแฟพันธุ์อาราบิก้าเพื่อนำมาปลูก แต่ถูกพ่อค้าคนกลางกดราคา ภายหลังทุกคนจึงรวมตัวกันเพื่อสร้างบริษัทของตนเองขึ้นมา มีการควบคุมคุณภาพของเมล็ดกาแฟจนกระทั่งเป็นที่ต้องการของตลาดและขายได้ราคาดี ด้วยกรรมวิธีการผลิตเฉพาะของกาแฟดอยช้าง ส่งผลให้กาแฟดอยช้างเป็นที่ยอมรับและเป็นกาแฟอันดับ 1 ของโลก ในการทำงานของบริษัทกาแฟดอยช้างนั้นไม่มีการจ้างพนักงาน แต่เป็นการอาศัยแรงงานและจิตอาสาจากชาวบ้าน สำหรับธุรกิจกาแฟดอยช้างนั้นเน้นสร้างคนเพื่อที่จะมาพัฒนาธุรกิจ และพัฒนาชุมชนให้เป็นชุมชนที่เข้มแข็งสามารถช่วยเหลือตนเองได้ และด้วยตราสินค้า Fairtrade นั้น ได้ส่งผลให้กาแฟดอยช้างมีอัตราการเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการสร้างโอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การปลูกจิตสำนึกให้มีการอนุรักษ์ผืนป่า มีรายได้เข้ามาหล่อเลี้ยงชุมชน และเป็นการยกระดับให้เกษตรกรบนดอยช้างมีความเป็นอยู่พร้อมกับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาผู้วิจัยมีความเห็นว่า ธุรกิจกาแฟดอยช้างได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจภายใต้การค้าที่เป็นธรรมที่สอดคล้องกับแนวความคิดการค้าที่เป็นธรรม หรือ Fairtrade มานานแล้ว เป็นการทำธุรกิจบนพื้นฐานของผลประโยชน์ร่วมกันอย่างยุติธรรม ในขณะที่ตราสินค้า Fairtrade มีส่วนช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลทางธุรกิจของกาแฟดอยช้างให้เชิงผลตอบแทนที่เป็นธรรมและการเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกาแฟดอยช้างมากยิ่งขึ้น สามารถสร้างความต้องการของผู้บริโภคโดยการสร้างความตระหนักรู้ให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับกาแฟดอยช้างมากขึ้นและมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง สอดรับกับความนิยมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนส่งผลให้ผู้ประกอบการกาแฟดอยช้างและชาวบ้านที่เป็นสมาชิกผู้ผลิตกาแฟมีความรู้ความสามารถในการร่วมมือกันพัฒนาคุณภาพกาแฟที่มีคุณภาพ รวมถึงการพัฒนานาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ส่งผลให้เกิดความเข้มแข็งในชุมชน รวมถึงสร้างความภูมิใจในการสร้างชื่อเสียงให้ประเทศไทยอีกด้วย อย่างไรก็ตาม กาแฟดอยช้างที่มีจุดเริ่มต้นเล็กๆ มาจากระบวนการทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม การถูกเอาเปรียบจากระบบกลไกตลาด ก็สามารถสร้างธุรกิจให้เติบโตและโลดแล่นไปในเวทีการค้าของตลาดระดับโลกได้ในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า การรับรองมาตรฐานสินค้าภายใต้ตราสัญลักษณ์ fairtrade ในประเทศไทยนั้นยังถือเป็นเรื่องใหม่ และสัดส่วนสินค้าในภาคอุตสาหกรรมการผลิตต่างๆ ของผู้ประกอบการไทยที่ผ่านการรับรองมาตรฐานตราสินค้า Fairtrade นั้นยังมีจำนวนน้อยมากเมื่อเทียบกับจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจขนาด

กลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าทางหน่วยงานภาครัฐควรเข้ามามีส่วนร่วมร่วมในการเผยแพร่ความรู้ ส่งเสริมและสนับสนุนในการพัฒนาต่อยอดทางธุรกิจของผู้ประกอบการไทยให้ผ่านการรับรองมาตรฐานของ Fairtrade อันเป็นประโยชน์ที่ "มีค่า" และ "ยั่งยืน" ที่สุด ซึ่งไม่ใช่รายได้ของผู้ประกอบการที่เพิ่มมากขึ้น หากแต่เป็น "องค์ความรู้" ที่ผู้ประกอบการจะได้รับนั่นเอง

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรจะมีการศึกษาการพัฒนาคุณภาพชีวิตของธุรกิจแบบอื่นที่ได้รับตราสินค้า Fair trade ด้วย เพื่อที่จะได้นำข้อมูลนั้นมาศึกษาเปรียบเทียบกับภายใต้ตราสินค้า Fairtrade ที่เหมือนกัน คุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการจะแตกต่างกันหรือไม่

2.2 ในการวิจัยครั้งนี้ ทางกลุ่มผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเพียงผู้ประกอบการเท่านั้นจึงทราบเพียงบางส่วนของธุรกิจนี้ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงกลุ่มที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น เกษตรกรที่ปลูกกาแฟ ผู้ที่มารับซื้อกาแฟ เป็นต้นเพื่อนำมาเปรียบเทียบกับการศึกษาครั้งนี้ว่าผลที่ได้สอดคล้องกันหรือไม่อย่างไร

2.3 ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเป็นเพียงระยะเวลาสั้นๆเท่านั้นไม่มีกระบวนการติดตามผลในระยะยาว ดังนั้นสำหรับในการวิจัยครั้งต่อไปควรที่จะวิจัยในเรื่องการเปลี่ยนแปลงของชุมชน ว่ากาแฟดอยช้างนั้นมีส่วนที่ช่วยในการพัฒนาชุมชนอย่างไรบ้าง

เอกสารอ้างอิง

กนกรัตน์ ปัญญา. รายงานพิเศษ เมล็ดกาแฟจากดอยช้าง สร้างรายได้สู่ชุมชนแบบครบวงจร[ออนไลน์].

เข้าถึงเมื่อ 6 กันยายน 2556. เข้าถึงได้จาก

<http://maehongson.prdnorth.in.th/ct/news/viewnews.php?ID=130801162702>

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. Fairtrade Foods ตราสัญลักษณ์อาหารใหม่ใน

สหราชอาณาจักร[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 4 กันยายน 2556. เข้าถึงได้จาก

<http://www.ditp.go.th/index.php/market/western-europe/western-europe-data/western-europe-situation?aid=74200>

กาแฟดอยช้าง. ความเป็นมา[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน 2556. เข้าถึงได้จาก

<http://www.doichaangcoffeehouse.com/history.php>

กิจการเพื่อสังคม(ประเทศไทย). บริษัท ดอยช้างคอฟฟี่ออริจินอล จำกัด[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน

2556. เข้าถึงได้จาก <http://socialenterprise.in.th/?p=1325>

จินตนา. Fair Trade คือ อะไรหนอ[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 5 กันยายน 2556. เข้าถึงได้จาก

<http://www.l3nr.org/posts/424146>

ฐานเศรษฐกิจ. ดอยช้าง'กาแฟชาวเขา แบรินต์ช้างเผือกในตลาดโลก[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 9 กันยายน

2556. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaifranchisecenter.com/info/show.php?etID=255>

ทวิพร สุพร. “การพัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมใหม่ในตลาดสหภาพยุโรป: กรณีศึกษาการ

ปรับใช้ฉลากสิ่งแวดล้อมต่อสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย” วารสารวิชาการ Veridian E-Journal

ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 (กันยายน-ธันวาคม 2554): 273-287. เข้าถึงได้จาก

<http://www.ejournal.su.ac.th/>

- บริษัทดอยช้างคอฟฟี่ออริจินอล จำกัด. กิจการเพื่อสังคม[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน 2556. เข้าถึงได้
<http://socialenterprise.in.th/?p=1325>
- ประสพชัย พสุนนท์ และ พิทักษ์ ศิริวงศ์. “ประสิทธิภาพและกุญแจแห่งความสำเร็จในการดำเนินการสหกรณ์
การเกษตร : การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก” วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่ 6 ฉบับ
ที่ 1 (มกราคม-เมษายน 2556): 611-628. เข้าถึงได้จาก <http://www.ejournal.su.ac.th/>
มานิตตา ชาญไชย. แนวทางการพัฒนาประเทศไทยสู่ความสมดุลและยั่งยืน[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 9
กันยายน 2556. เข้าถึงได้จาก
[http://ssc.rtarf.mi.th/Joomla/images/stories/myPDFDocs/Research/c
aseStudies/waytodevelopthaitobalanceandsustain_52.pdf](http://ssc.rtarf.mi.th/Joomla/images/stories/myPDFDocs/Research/caseStudies/waytodevelopthaitobalanceandsustain_52.pdf)
- ศิรินันท์ กิตติสุขสถิต และคณะ.(2556). คุณภาพชีวิตการทำงานและความสุข. กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์ธรรมดา
เพรส จำกัด.
- ศูนย์บริการข้อมูลเศรษฐกิจระหว่างประเทศ. การจัดการกับโอกาส และความท้าทายของกระแสโลกาภิวัตน์
สำหรับการพัฒนา[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 8 กันยายน 2556. เข้าถึงได้จาก
<http://www.mfa.go.th/business/th/customize/16518-Accra-Accord.html>
- สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงลอนดอน. ตราสัญลักษณ์Fairtrade[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ10
กันยายน 2556. เข้าถึงได้จาก
<http://www.ditp.go.th/attachments/article/74200/Fairtrade.pdf>
- อนุวัต สงสม. “แบบจำลองเชิงแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีต่อความรับผิดชอบต่อ
สังคมขององค์กรธุรกิจ” วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน
2555): 618-639. เข้าถึงได้จาก <http://www.ejournal.su.ac.th/>
- อรุษา กิตติวัฒน์. "วิชา พรหมยงค์ ผู้อยู่เบื้องหลังธุรกิจกาแฟพันล้าน"[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 6 กันยายน
2556. เข้าถึงได้จาก <http://www.apsiasia.com/?cid=1210516>
- Korihto. กาแฟดอยช้าง กาแฟไทยมีชื่อเสียงระดับโลก[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน 2556. เข้าถึงได้
จาก
<http://www.lovekopica.com/article/view/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B9%81B8>
- Marketeer. World Case : Fairtrade : บนเส้นทางการค้าและอุดมการณ์[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 6
กันยายน 2556. เข้าถึงได้จาก
http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=3540