



รายงานผลโครงการตามแผนยุทธศาสตร์  
คณะพัฒนาการท่องเที่ยว  
งบประมาณเฉพาะกิจ พ.ศ. 2567

เรื่อง

โครงการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมด้วยการประยุกต์ใช้การท่องเที่ยว  
เป็นเครื่องมือ คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ผู้รับผิดชอบโครงการ

อาจารย์ ดร.กীরติ ตระการศิริวานิช

คณะพัฒนาการท่องเที่ยว

## คำนำ

รายงานผลโครงการฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อรายงานผลการดำเนินงานโครงการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมด้วยการประยุกต์ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ปีงบประมาณ 2567 โดยคณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยรายงานฉบับนี้ได้รวบรวม ผลผลิตของโครงการและตัวชี้วัด ผลการดำเนินงานโครงการ การสรุปผลความสำเร็จตามวัตถุประสงค์โครงการ รวมถึงความพึงพอใจและความรู้ความเข้าใจของผู้เข้ารับการศึกษาฝึกอบรม

คณะพัฒนาการท่องเที่ยวจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานผลการดำเนินงานโครงการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมด้วยการประยุกต์ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ รวมถึงการต่อยอดผลผลิตของผู้เรียนอันจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และผู้ที่กำลังสนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อไป

อาจารย์ ดร.กীরติ ตระการศิริวานิช

ผู้รับผิดชอบโครงการ

# โครงการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมด้วยการประยุกต์ใช้การท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือ คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้

## ตอนที่ 1 หลักการและเหตุผลของโครงการ

ในปัจจุบัน ประเทศไทยกำลังเผชิญกับความท้าทายในการพัฒนาระบบอุดมศึกษาให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลกและความต้องการของตลาดแรงงานที่เปลี่ยนไป กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) จึงได้ริเริ่มโครงการพลิกโฉมมหาวิทยาลัย (Reinventing University) เพื่อปฏิรูประบบอุดมศึกษาไทยอย่างครอบคลุม โดยมุ่งเน้นการปรับปรุงการบริหารจัดการของสถาบันอุดมศึกษา พัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัย และผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพสูง อันจะนำไปสู่การยกระดับมาตรฐานมหาวิทยาลัยไทยสู่ระดับสากลและสนับสนุนการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ยุค 4.0 ภายใต้โครงการนี้ได้มีการจัดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษาออกเป็น 4 กลุ่ม เพื่อให้แต่ละสถาบันสามารถมุ่งเน้นพัฒนาจุดแข็งของตนได้อย่างเต็มที่ คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีความรู้และทักษะในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความต้องการของสังคมและชุมชน

ด้วยเหตุนี้ คณะพัฒนาการท่องเที่ยวจึงได้ร่วมมือกับสถาบันเทคโนโลยีจิตรลดา ภายใต้ข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการระหว่างสองสถาบัน ในการจัดโครงการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมด้วยการประยุกต์ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อบูรณาการความรู้ด้านการท่องเที่ยวกับการพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคม สร้างโอกาสในการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างสถาบันและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

การดำเนินโครงการดังกล่าวสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระดับโลก และจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในระยะยาว นอกจากนี้ ยังเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่นผ่านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ โดยเฉพาะในด้านการส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ครอบคลุมและยั่งยืน การจ้างงานที่มีคุณค่า และการส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ยั่งยืน

โครงการนี้จะดำเนินการผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ การศึกษาดูงาน การให้คำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ และการทำโครงการธุรกิจเพื่อสังคมด้านการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ เช่น การคิดเชิงนวัตกรรม การวิเคราะห์ตลาด การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน และการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

การบูรณาการความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษา ชุมชน และภาคธุรกิจในการโครงการนี้ จะช่วยสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีความรับผิดชอบต่อสังคม และสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล อันจะนำไปสู่การยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางที่มีคุณภาพและยั่งยืนในระดับโลก

ด้วยเหตุผลดังกล่าว การดำเนินโครงการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมด้วยการประยุกต์ใช้ การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ จึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาการศึกษาด้านการท่องเที่ยว การ สร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ และการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างยั่งยืน

## ตอนที่ 2 ระยะเวลาในการดำเนินโครงการและกลุ่มเป้าหมาย

- ช่วงเวลาตามแผน
  - 1) ช่วงฝึกอบรมออนไลน์ ตั้งแต่วันที่ 14 – 17 พฤษภาคม 2567
  - 2) ช่วงลงพื้นที่ชุมชน และนำเสนอผลงาน ตั้งแต่วันที่ 2-7 มิถุนายน 2567
- ช่วงเวลาดำเนินการจริง แบ่งเป็น 2 ช่วงคือ
  - 1) ช่วงฝึกอบรมออนไลน์ ตั้งแต่วันที่ 14 – 17 พฤษภาคม 2567
  - 2) ช่วงลงพื้นที่ชุมชน และนำเสนอผลงาน ตั้งแต่วันที่ 2-7 มิถุนายน 2567
- กลุ่มเป้าหมาย  
รายละเอียดกลุ่มเป้าหมาย นักศึกษา จำนวน 20 คน

## ตอนที่ 3 ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์

### ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย

1. ประเด็นยุทธศาสตร์ 67-70 MJU 4. การพลิกโฉมสู่การเป็นมหาวิทยาลัยกลุ่มที่ 2 (Reinventing University)
2. เป้าประสงค์ 67-70 MJU 4.1 เป็นมหาวิทยาลัยด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม (Technology Development and Innovation)
3. ตัวชี้วัด 67-70 MJU 4.1.1 นักศึกษาและบัณฑิตผู้ประกอบการ ที่ได้รับการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการ
4. กลยุทธ์ 67-70 MJU 4.1.1.1 สร้างและพัฒนาศักยภาพผู้เรียนที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและการสร้างนวัตกรรมให้สามารถนำองค์ความรู้มาประยุกต์ใช้ สร้างผลงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ ต่อยอดเป็นนวัตกรรม
- 5.

### ยุทธศาสตร์คณะพัฒนาการท่องเที่ยว

1. ประเด็นยุทธศาสตร์ 67-70 TDS 4 การพลิกโฉมมหาวิทยาลัย (Reinventing)
2. เป้าประสงค์ 67-70 TDS 4.1 เป็นมหาวิทยาลัยด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม (Technology and Innovation)
3. ตัวชี้วัด 67-70 TDS 4.1.1 นักศึกษาและบัณฑิตผู้ประกอบการ หรือผู้ที่ได้รับการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการ
4. กลยุทธ์ 67-70 TDS ผลักดันกิจกรรมที่มุ่งสู่การเป็นผู้ประกอบการ

ตอนที่ 4 เป้าหมายการพัฒนา

1. SDGs 1.4 การศึกษาที่เท่าเทียม
2. SDGs 1.3 การมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี

ตอนที่ 5 ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

วัตถุประสงค์ของโครงการ	ผลการดำเนินการ
<p>1. เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาได้พัฒนาความรู้และทักษะร่วมกันในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม</p>	<p>1. การพัฒนาความรู้และทักษะร่วมกันในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม</p> <p><b>การฝึกอบรมออนไลน์</b></p> <p>1.1 การเรียนรู้แนวคิดหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) นักศึกษาได้เรียนรู้การสร้างธุรกิจที่มุ่งแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยใช้กลไกตลาดและหลักการบริหารจัดการธุรกิจ มีเป้าหมายทั้งความยั่งยืนทางการเงินและผลกระทบต่อสังคม</li> <li>• การท่องเที่ยวชุมชน (Community Tourism) เข้าใจรูปแบบการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้บริหารจัดการ นำเสนออัตลักษณ์ท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างเป็นธรรม</li> <li>• การพัฒนาชุมชน (Community Development) เรียนรู้กระบวนการเสริมสร้างศักยภาพของคนและความเข้มแข็งขององค์กรในชุมชน ผ่านการมีส่วนร่วมเพื่อการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน</li> </ul> <p>1.2 การเรียนรู้เครื่องมือพัฒนาธุรกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Design Thinking: ฝึกกระบวนการคิดเชิงออกแบบ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การเข้าใจปัญหา การกำหนดประเด็น การระดมความคิด การสร้างต้นแบบ และการทดสอบ</li> </ul>

วัตถุประสงค์ของโครงการ	ผลการดำเนินการ
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เครื่องมือวิเคราะห์ธุรกิจ: เรียนรู้การใช้ Social Business Model Canvas เพื่อวิเคราะห์คุณค่าทางสังคม และ Opportunity Canvas สำหรับประเมินโอกาสทางการตลาด</li> </ul> <p><b>การลงพื้นที่ชุมชน</b></p> <p>1.3 การประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์จริง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• กรณี Yoshi Organic Coffee นักศึกษาได้ เรียนรู้การปรับตัวของผู้ประกอบการท้องถิ่น การสร้างโมเดลธุรกิจที่เชื่อมโยงกับชุมชน และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง ประสพการณ์</li> <li>• กรณีชุมชนปกากะญอ ได้เรียนรู้การพัฒนา ธุรกิจบนฐานวัฒนธรรม การสร้างมูลค่าเพิ่ม จากภูมิปัญญาท้องถิ่น และการบริหารจัดการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</li> <li>• กรณีหมู่บ้านม้ง เรียนรู้การพัฒนาการ ท่องเที่ยวโดยชุมชน การสร้างผู้ประกอบการ ในชุมชน และการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ท้องถิ่น</li> <li>• กรณีดอยม่อนกู่ ศึกษาการพัฒนาการ ท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน การบริหาร จัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ และการ สร้างผลกระทบทางสังคมและเศรษฐกิจ</li> </ul>
<p>2. เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านวิชาการตาม ศาสตร์และแขนงความรู้ของทั้งสองสถาบัน</p>	<p>2. การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านวิชาการระหว่าง สถาบัน</p> <p>2.1 การบูรณาการองค์ความรู้เชิงสหวิทยาการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ด้านการเกษตร การทำเกษตรอินทรีย์ การ แปรรูปผลผลิตทางการเกษตร การจัดการ ห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตร</li> <li>• ด้านการท่องเที่ยว การออกแบบ ประสพการณ์ท่องเที่ยว การจัดการที่พัก การ</li> </ul>

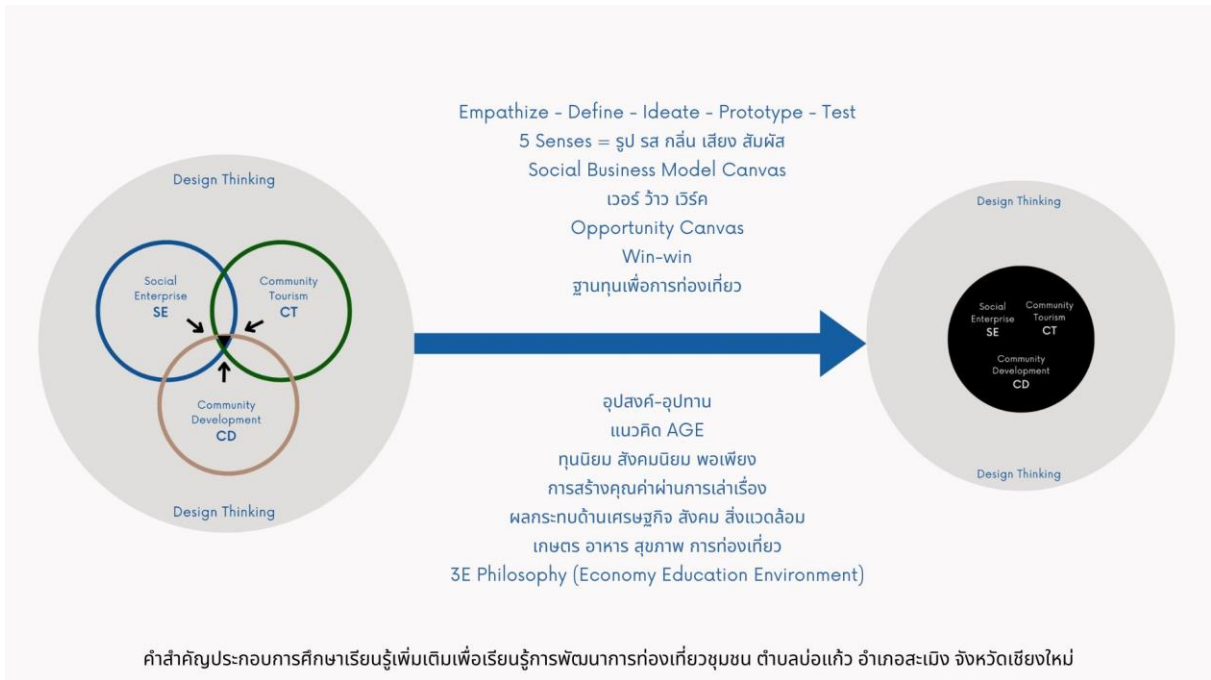
วัตถุประสงค์ของโครงการ	ผลการดำเนินการ
	<p>พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว การสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ด้านการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน การสร้างแบรนด์ การทำการตลาดออนไลน์ การกำหนดกลยุทธ์ราคา</li> <li>• ด้านการจัดการ การบริหารธุรกิจเพื่อสังคม การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การบริหารการเงิน การวางแผนธุรกิจ</li> </ul> <p>2.2 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การทำงานเป็นทีม นักศึกษาต่างสถาบันได้ร่วมกันวิเคราะห์ วางแผน และพัฒนาแนวทางการพัฒนาพื้นที่</li> <li>• การแลกเปลี่ยนมุมมอง เกิดการผสมผสานความคิดและประสบการณ์จากพื้นฐานความรู้ที่แตกต่างกัน</li> <li>• การนำเสนอผลงาน ได้แสดงให้เห็นการบูรณาการองค์ความรู้จากทั้งสองสถาบันในการแก้ปัญหาและพัฒนาพื้นที่จริง</li> </ul>

## ตอนที่ 6 สรุปผลการดำเนินงาน

โครงการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมด้วยการประยุกต์ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ได้จัดแบ่งกิจกรรมเป็น 2 ช่วงคือช่วงฝึกอบรมออนไลน์ ตั้งแต่วันที่ 14 – 17 พฤษภาคม 2567 และช่วงลงพื้นที่ชุมชน และนำเสนอผลงาน ตั้งแต่วันที่ 2-7 มิถุนายน 2567

### 1) ช่วงฝึกอบรมออนไลน์ ตั้งแต่วันที่ 14 – 17 พฤษภาคม 2567

การถอดองค์ความรู้จากการเรียนรู้ออนไลน์ พบว่า โครงการนี้สะท้อนให้เห็นถึงองค์ความรู้หลากหลายมิติสำหรับการพัฒนาพื้นที่ชุมชน ดังรายละเอียดตามแผนภาพต่อไปนี้



## 1. แนวคิดหลัก (Core Concepts)

แนวคิดหลักประกอบด้วย 3 แนวคิดสำคัญ ได้แก่

1.1 กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) คือ รูปแบบธุรกิจที่มุ่งแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยใช้กลไกตลาดและหลักการบริหารจัดการแบบธุรกิจ ซึ่งผลกำไรส่วนใหญ่จะนำไปลงทุนต่อยอดเพื่อขยายผลกระทบทางสังคม เน้นความยั่งยืนทางการเงินควบคู่กับการสร้างผลกระทบเชิงบวกแก่สังคม

1.2 การท่องเที่ยวชุมชน (Community Tourism) คือ รูปแบบการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้บริหารจัดการ เน้นการนำเสนอวิถีชีวิต วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นอันเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน โดยรายได้จะกระจายสู่คนในชุมชนอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม พร้อมกับการรักษาสมดุลระหว่างการท่องเที่ยวและการดำรงอยู่ของวิถีชีวิตดั้งเดิม

1.3 การพัฒนาชุมชน (Community Development) คือ กระบวนการเสริมสร้างศักยภาพของคนและความเข้มแข็งขององค์กรในชุมชน ผ่านการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นเพื่อร่วมกันพัฒนาชุมชนของตนเองให้เกิดการพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

## 2. กรอบการทำงานแบบ Design Thinking

Design Thinking เป็นกระบวนการคิดเชิงออกแบบที่เน้นการเข้าใจ การกำหนดประเด็น การระดมความคิด การสร้างต้นแบบ และการทดสอบ โดยผมขออธิบายแต่ละขั้นตอนได้ดังนี้

2.1 Empathize - การเข้าใจอย่างลึกซึ้ง เป็นขั้นตอนของการลงพื้นที่เพื่อทำความเข้าใจ



สภาพปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของชุมชน ผ่านการสังเกตพฤติกรรมและวิถีชีวิต รวมถึงการรับฟังเสียงสะท้อนจากคนในชุมชน เพื่อให้เข้าใจบริบทเชิงลึกของพื้นที่นั้นๆ

2.2 Define - การกำหนดประเด็น หลังจากได้เข้าไปศึกษาพื้นที่ ก็ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ระบุปัญหา โอกาส และจัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่ต้องการพัฒนา เพื่อกำหนดเป้าหมายและขอบเขตการดำเนินงานให้ชัดเจนขึ้น

2.3 Ideate - การระดมความคิด ในขั้นตอนนี้จะเป็นการจัดกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อระดมความคิดและสร้างสรรค์ทางออกใหม่ๆ โดยอาจจะผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับนวัตกรรมใหม่ พร้อมทั้งพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติด้วย

2.4 Prototype - การสร้างต้นแบบ นำแนวคิดที่ได้มาพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการในขนาดเล็กก่อน เพื่อทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายและนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงต่อยอด

2.5 Test - การทดสอบ ลองนำผลิตภัณฑ์หรือบริการที่พัฒนาขึ้นมาใช้งานจริงกับนักท่องเที่ยวก่อนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเก็บผลตอบรับ วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน และปรับปรุงพัฒนาต่อไปอย่างต่อเนื่อง

### 3. หลักการสำคัญ

3.1 5 Senses ในการออกแบบประสบการณ์ คือ การใช้องค์ประกอบทั้ง 5 ด้านในการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าประทับใจ ได้แก่ รูปที่มองเห็นด้วยสายตา รสของอาหาร กลิ่นอายของธรรมชาติ เสียงเพลงพื้นบ้าน และการได้สัมผัสร่วมทำกิจกรรมต่างๆ

3.2 Social Business Model Canvas คือ การวิเคราะห์คุณค่าทางสังคมผ่านการกำหนดกลุ่มผู้ได้รับประโยชน์ การวางแผนทรัพยากรและพันธมิตร ตลอดจนการออกแบบรูปแบบรายได้ที่มีความยั่งยืนสำหรับกิจการเพื่อสังคม

3.3 Opportunity Canvas คือ กระบวนการประเมินโอกาสทางการตลาด วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า และกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาที่เหมาะสม

### 4. แนวคิดเชิงปรัชญา

4.1 อุปสงค์-อุปทาน พิจารณาจากการเข้าใจความต้องการของตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการ โดยต้องสร้างสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน พร้อมทั้งรักษาคุณภาพและมาตรฐานให้คงอยู่

4.2 AGE ประกอบด้วย Agriculture คือ การเกษตร, Gastronomy คือ ศิลปะวิทยาการด้านอาหาร และ Ethnicity คือ ลักษณะเฉพาะของชาติพันธุ์

4.3 3E Philosophy มี 3 องค์ประกอบ ได้แก่ Economy ในการสร้างรายได้และความมั่นคงทางเศรษฐกิจ, Education ในการพัฒนาความรู้และทักษะ และ Environment ในการรักษาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

### 5. ผลกระทบที่มุ่งหวัง

5.1 ผลกระทบทางเศรษฐกิจ เน้นการเพิ่มและกระจายรายได้สู่ชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์

และบริการให้โดดเด่น พร้อมทั้งเปิดโอกาสใหม่ๆทางธุรกิจ

5.2 ผลกระทบทางสังคม คือ การช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน พร้อมทั้งอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังช่วยพัฒนาทักษะและศักยภาพของคนในพื้นที่ให้รู้สึกภาคภูมิใจในถิ่นฐานบ้านเกิดของตน

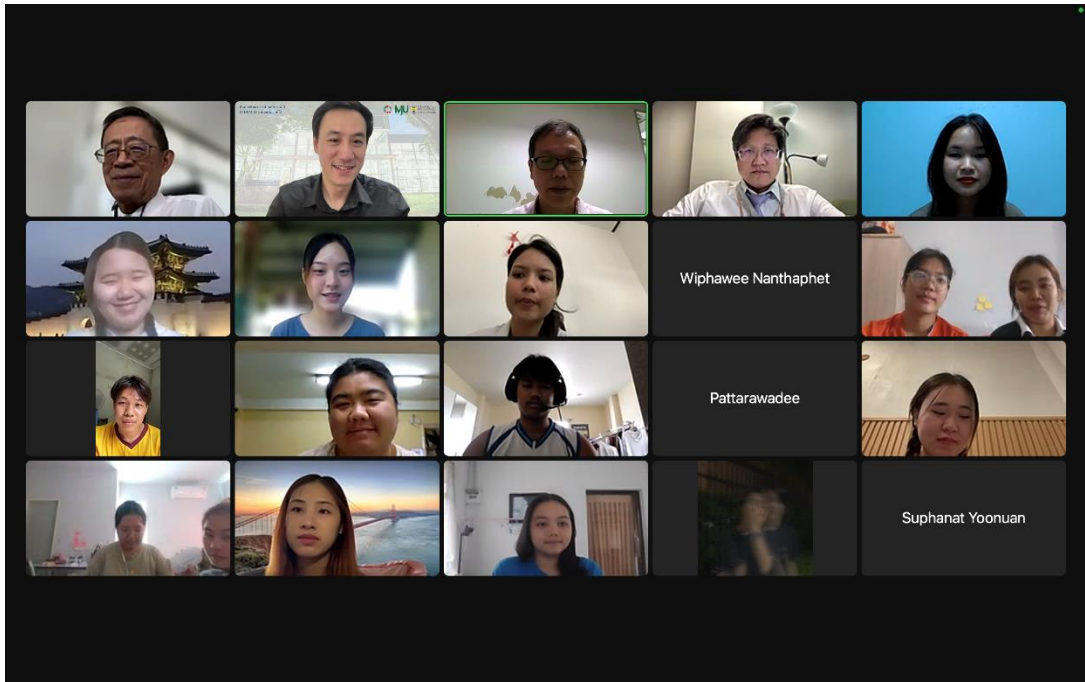
5.3 ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม มุ่งเน้นการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ มีการจัดการมลพิษและของเสียที่เหมาะสม สร้างจิตสำนึกในการรักษาธรรมชาติแก่คนทั่วไป ตลอดจนพัฒนาสู่การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การผสมองค์ประกอบทั้ง 5 ด้านเข้าด้วยกัน จะช่วยให้การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเป็นไปอย่างยั่งยืน สร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับความเป็นอยู่ที่ดีของคนในชุมชนอย่างแท้จริง

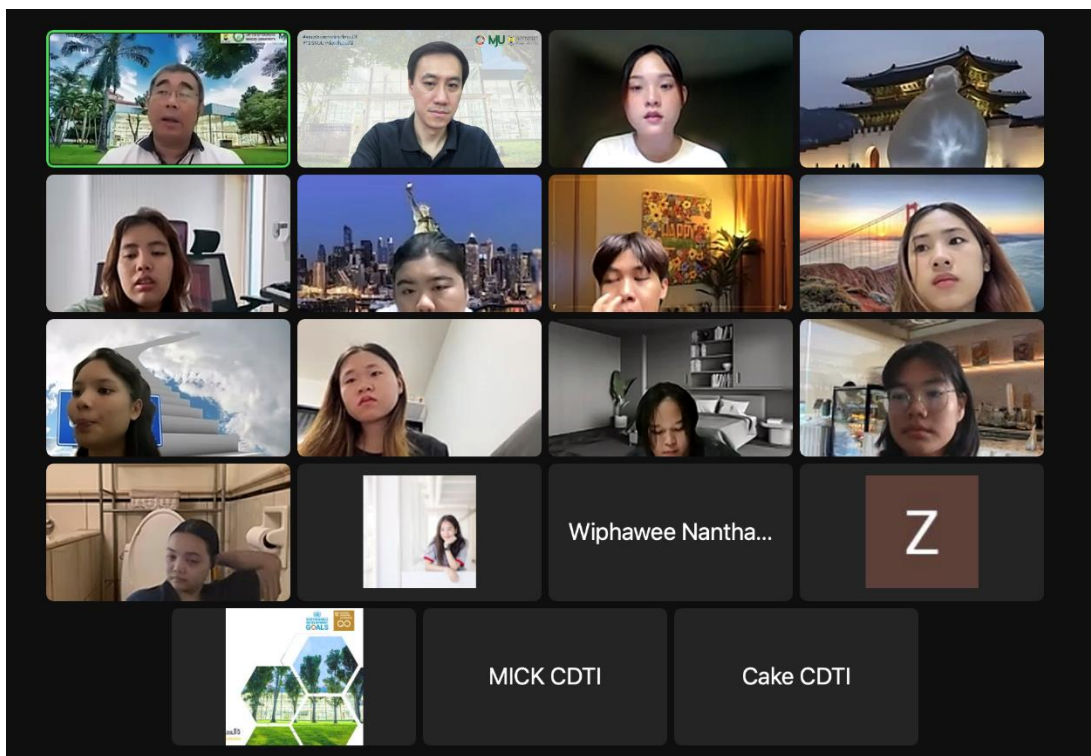
ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบ พบว่า แต่ละองค์ประกอบมีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกันอย่างเป็นระบบ

ยกตัวอย่างเช่น การบูรณาการแนวคิดกิจการเพื่อสังคมเข้ากับการท่องเที่ยวชุมชน จะช่วยให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้ที่ยั่งยืนจากการนำเสนอทรัพยากรท้องถิ่นที่มีอยู่ ร่วมกับการรักษาอัตลักษณ์ดั้งเดิมและสิ่งแวดล้อมไว้ได้ในระยะยาว ซึ่งถือเป็นการพัฒนาชุมชนอย่างแท้จริง ในขณะเดียวกัน การประยุกต์ใช้เครื่องมือที่ทันสมัยอย่าง Design Thinking ก็ช่วยให้การออกแบบประสบการณ์ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวมีความโดดเด่น น่าสนใจ และตรงใจกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมบริการท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนอีกด้วย

สำหรับหลักการ 5 Senses, Social Business Model Canvas, และ Opportunity Canvas ล้วนมีส่วนช่วยในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด การออกแบบระบบธุรกิจ และการประเมินโอกาสทางการตลาด เพื่อให้การท่องเที่ยวชุมชนสามารถแข่งขันได้ในระยะยาว ทั้งยังช่วยให้การสร้างคุณค่าทางสังคมและการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเกิดขึ้นควบคู่กันไปได้ เช่นเดียวกับในแง่ของแนวคิดเชิงปรัชญา ทั้งหลักอุปสงค์-อุปทาน, AGE และ 3E นั้น ได้นำมิติด้านการเกษตร อาหาร วัฒนธรรม การศึกษา และสิ่งแวดล้อม เข้ามาร่วมพิจารณา ซึ่งจะช่วยให้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนมีความสมดุลและครอบคลุมความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลายมากขึ้น และที่สำคัญคือการตั้งเป้าหมายผลกระทบที่ชัดเจนทั้ง 3 ด้าน ซึ่งได้แก่ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการสร้างรายได้ที่ยั่งยืน การพัฒนาทักษะและพัฒนาศักยภาพชุมชน รวมถึงการรักษาทรัพยากรธรรมชาติควบคู่กันไป จะช่วยให้การดำเนินงานตามแนวคิดนี้เป็นไปอย่างมีทิศทางและสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ขององค์การสหประชาชาติอีกด้วย



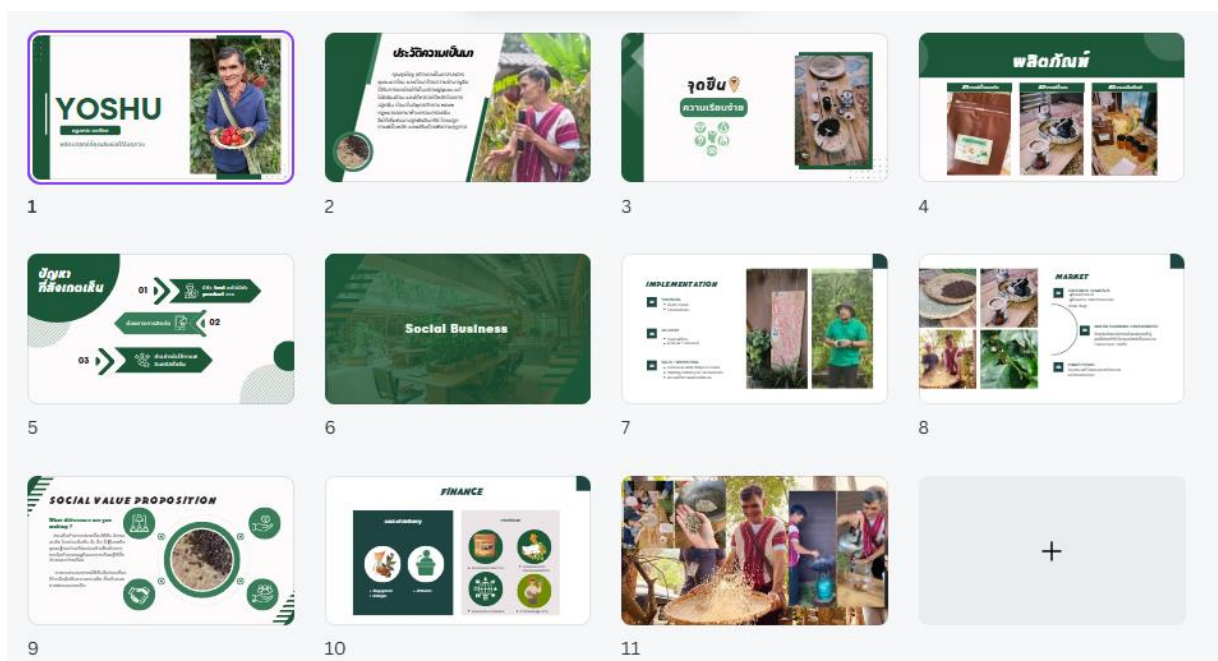
ภาพแสดงการฝึกอบรมออนไลน์ก่อนการลงพื้นที่ เนื้อหาเกี่ยวกับ Design Thinking และการเป็นผู้ประกอบการ



ภาพแสดงการฝึกอบรมออนไลน์ก่อนการลงพื้นที่ เนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการพัฒนาชุมชน

## 2) ช่วงลงพื้นที่ชุมชน และนำเสนอผลงาน ตั้งแต่วันที่ 2-7 มิถุนายน 2567

จากการลงพื้นที่เพื่อศึกษาเรียนรู้ และร่วมกันพัฒนาพื้นที่ตำบลบ่อแก้ว อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักศึกษาทั้ง 2 สถาบัน ได้เรียนรู้ร่วมกันในหลากหลายมิติ และเกิดผลงานรวมทั้งหมด 4 ผลงาน ได้แก่ 1) ชุดองค์ความรู้และแนวทางการพัฒนา "Yoshi Organic Coffee" 2) ชุดองค์ความรู้และแนวทางการพัฒนาชุมชนปากะเกะญอ บ้านแม่ชะปู 3) ชุดองค์ความรู้และแนวทางการพัฒนาหมู่บ้านม้ง บ้านห้วยน้ำจาง 4) ชุดองค์ความรู้และแนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวดอยม่อนกู่ ดังรายละเอียดต่อไปนี้



### 1) ชุดองค์ความรู้และแนวทางการพัฒนา "Yoshi Organic Coffee"

"Yoshi Organic Coffee" สามารถแยกแยะองค์ความรู้ที่น่าสนใจได้หลายประเด็นดังนี้

#### 1. การปรับตัวของผู้ประกอบการท้องถิ่น

กรณีของคุณลุงโยชิสะท้อนถึงความสามารถในการปรับตัวของผู้ประกอบการท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี จากเดิมที่เคยทำการเกษตรแบบผิดกฎหมาย (ปลูกฝิ่น) ก็ได้ปรับเปลี่ยนมุ่งสู่การทำเกษตรอินทรีย์ ปลูกกาแฟคุณภาพ นี่เป็นตัวอย่างของ "การเปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาส" โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด แต่สามารถสร้างคุณค่าเพิ่ม และความยั่งยืนให้ธุรกิจได้ ด้วยการสะสมองค์ความรู้และภูมิปัญญา ผ่านการปฏิบัติงานจริงมาอย่างยาวนาน การเป็น "ปราชญ์ชุมชน" ของลุงโยชิก็เป็นอีกจุดแข็งที่ทำให้สามารถนำความรู้และประสบการณ์ มาประยุกต์ใช้ในการทำธุรกิจ พร้อมกับส่งต่อองค์ความรู้สู่คนรุ่นใหม่ได้ ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการสืบทอดภูมิปัญญาและความยั่งยืนของกิจการ

## 2. โมเดลธุรกิจที่เชื่อมโยงกับชุมชน

ร้านกาแฟโยชิได้สร้างความร่วมมือกับทั้งวิสาหกิจชุมชน และสถาบันการศึกษาในพื้นที่ เป็นเครือข่าย 3 ภาคส่วนที่น่าสนใจมาก เพื่อบูรณาการทรัพยากร เช่น สถานที่ ความรู้ด้านการเกษตร ใช้เครือข่ายด้านการขาย และแบ่งปันผลประโยชน์ ทำให้เห็นกระบวนการสร้าง Shared Value ที่มีพลวัตเชื่อมโยงกัน เช่น

- วิสาหกิจชุมชนลัวฉือนี้ เป็นแหล่งจัดหาวัตถุดิบกาแฟอินทรีย์คุณภาพดี
- โรงเรียนบ่อแก้ว เป็นพื้นที่สาธิตและถ่ายทอดองค์ความรู้สู่คนรุ่นใหม่
- ร้านกาแฟโยชิ เป็นตัวกลางที่ขายและสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จัก ในขณะเดียวกันก็คืนกำไรสู่ชุมชนในรูปแบบของกิจกรรมต่างๆ

โมเดลธุรกิจที่เชื่อมโยงและบูรณาการเช่นนี้ จะทำให้เกิดระบบนิเวศทางธุรกิจที่ win-win ในชุมชนได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้การกระจายช่องทางรายได้ (Revenue Streams) ที่หลากหลาย ทั้ง offline จากหน้าร้าน online ผ่านช่องทางออนไลน์ และกิจกรรมการท่องเที่ยว ก็ล้วนช่วยกระจายความเสี่ยงได้ดี

## 3. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ร่วมสมัย

ร้านกาแฟโยชิสามารถสร้างข้อเสนอคุณค่า (Value Proposition) ที่ชัดเจนในฐานะของ "ประสบการณ์การดื่มชิมกาแฟออร์แกนิกต้นตำรับ" โดยตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หวังสัมผัสวิถีชีวิตและภูมิปัญญาของคนท้องถิ่น

ขณะเดียวกันก็มีการออกแบบกิจกรรมอย่าง Workshop ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมและเรียนรู้วิธีการผลิตกาแฟอินทรีย์ด้วยตนเอง นี่คือนวัตกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่มาแรงในปัจจุบัน

การเชื่อมโยงประสบการณ์ของร้านกาแฟโยชิ เข้ากับภาพรวมของการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอสะเมิง จะช่วยเสริมกันเป็นทิศทางเดียวกัน เกิดเป็น unique selling point ในเชิงพื้นที่ได้

อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทายบางประการ เช่น

- การรักษาคุณภาพและความยั่งยืนในการผลิตกาแฟอินทรีย์
- การปรับจาก prototype สู่ผลิตภัณฑ์ที่ scale ได้
- การรักษาความเป็น handmade กับ premium quality ให้สมดุลกัน

ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์เบื้องต้น อาจทำได้โดย:

1. พัฒนา Story Telling ให้ชัดเจน เน้นที่จุดแข็งด้านความเป็นออร์แกนิกและภูมิปัญญา เพื่อสร้างความเชื่อมโยงกับนักท่องเที่ยวในด้านคุณค่าทางการเกษตร วัฒนธรรม และประสบการณ์เฉพาะถิ่น

2. ออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวให้หลากหลาย โดยเชื่อมโยงกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม ตามฤดูกาล เพื่อเพิ่มความถี่ในการมาเยือนของนักท่องเที่ยว

3. สร้างระบบ Knowledge Management ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้จากปราชญ์ชุมชนอย่างลุ่มลึก ไปสู่คนรุ่นใหม่ และบันทึกไว้อย่างเป็นระบบ

4. ขยายเครือข่ายความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา หรือชุมชนอื่น ๆ เพื่อสร้างระบบนิเวศธุรกิจที่แข็งแกร่ง แลกเปลี่ยนทรัพยากรและองค์ความรู้ร่วมกัน

สรุปคือ กรณีศึกษานี้สะท้อนตัวอย่างที่ดีของการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจทั้งธุรกิจชุมชนที่เน้นสร้างคุณค่าควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่น ซึ่งถือว่าเป็นทิศทางใหม่ของการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจฐานรากควบคู่ไปกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ร่วมสมัยต่อไปได้อย่างน่าสนใจ



## 2) ชุดองค์ความรู้และแนวทางการพัฒนาชุมชนปกาเกอะญอ บ้านแม่ชะปู

ชุมชนปกาเกอะญอบ้านแม่ชะปู สามารถแยกแยะองค์ความรู้ที่น่าสนใจได้หลายประเด็นดังนี้

### 1. บริบทชุมชนและศักยภาพ

ชุมชนแม่ชะปู ตั้งอยู่ในพื้นที่ห่างไกล ท่ามกลางธรรมชาติ มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน แสดงถึงรากเหง้าทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง จุดเด่นของชุมชนแห่งนี้คือความสามารถในการรักษาวิถีชีวิตดั้งเดิม ทั้งด้านความเชื่อ ประเพณี การประกอบอาชีพ ไว้ได้อย่างต่อเนื่อง ศักยภาพนี้สามารถพัฒนาต่อยอดไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม ผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่เน้นการเรียนรู้ ซึมซับ และร่วมสัมผัสวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ อย่างลึกซึ้ง

### 2. จุดแข็งด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จุดแข็งเด่นชัดของชุมชนอยู่ที่เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะ "ภูมิปัญญาท้องถิ่น" ในด้านต่างๆ อาทิ

- ผ้าทอมือ ที่มีลวดลายสวยงาม และกรรมวิธีการผลิตแบบโบราณ
- การทำการเกษตรดั้งเดิม เช่น นาขั้นบันได การดำข้าว
- หัตถกรรม เช่น จักสาน ที่ใช้ทรัพยากรจากธรรมชาติ
- การผลิตสุราพื้นบ้าน

จุดแข็งเหล่านี้ คือ ทรัพยากรที่สำคัญ ที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาสัมผัสและเรียนรู้ โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่สนใจด้านวัฒนธรรม มองหาความแปลกใหม่ ต้องการซื้อสินค้า/บริการที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

### 3. โอกาสทางธุรกิจและการพัฒนา

หากจะพัฒนาธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานของจุดแข็งทางวัฒนธรรม สิ่งที่ควรเน้น คือ การสร้างมูลค่าเพิ่ม ผ่านกระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้ตรงกับความต้องการของตลาด

เช่นในกรณีของสินค้าผ้าทอมือ อาจเพิ่มมูลค่าโดย:

- ออกแบบลวดลายใหม่ๆ จากแรงบันดาลใจทางธรรมชาติและวัฒนธรรม
- พัฒนาช่องทางการขายออนไลน์ เพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหญ่ขึ้น
- เพิ่มความสะดวกให้ลูกค้าผ่านระบบพรีออเดอร์
- ออกแบบแพ็คเกจที่สะท้อนความเป็นวัฒนธรรมชุมชน
- สร้างของที่ระลึกที่มีคุณค่าทางความหมาย ไม่ใช่แค่ของฝากทั่วไป

เมื่อสินค้ามีมูลค่าสูงขึ้น ประกอบกับการทำตลาดที่ดี จะช่วยกระจายรายได้กลับคืนสู่ชุมชนได้มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยว ก็จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง ให้เข้ามาสัมผัสวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การเรียนรู้การทำผ้า การเข้าพักโฮมสเตย์ เป็นต้น

### 4. โครงสร้างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การพัฒนาธุรกิจชุมชนให้ยั่งยืน จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่าย โดยเฉพาะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่ ซึ่งในกรณีนี้มีทั้ง

- ชุมชน กลุ่มทอผ้า ภาครัฐท้องถิ่น ผู้ประกอบการร้านค้า ผู้ให้บริการขนส่ง ฯลฯ ที่จะได้รับผลประโยชน์โดยตรง

• นักท่องเที่ยวและลูกค้า ที่มีความสนใจเชิงวัฒนธรรม ชื่นชอบความดั้งเดิม และเป็นกำลังซื้อสำคัญ การรวมตัวกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน ให้มีส่วนร่วมคิด ร่วมพัฒนา ร่วมลงมือทำ จะเป็นพลังสำคัญที่ผลักดันให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นผู้นำชุมชนหรือภาครัฐ จึงควรจัดเวทีแลกเปลี่ยนอย่างสม่ำเสมอ ระดมความคิดและแบ่งบทบาทหน้าที่ให้ชัดเจน

ขณะเดียวกัน ก็ต้องรักษาความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก เช่น เจ้าหน้าที่รัฐ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สื่อมวลชน ฯลฯ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ สนับสนุน และประชาสัมพันธ์ให้ธุรกิจชุมชนเติบโตอย่างมั่นคง

## 5. แนวทางการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน

หัวใจสำคัญของการพัฒนาธุรกิจชุมชนให้ยั่งยืน คือการเน้นคุณค่าเพิ่มที่ลึกซึ้งกว่าแค่ตัวสินค้าหรือบริการ ผ่านการทำการตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing) เพื่อสร้างความผูกพันทางอารมณ์กับลูกค้า โดยการเล่าเรื่องราว (Storytelling) เป็นเครื่องมือสำคัญ ในการถ่ายทอดคุณค่าและภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ่าน ถ้อยคำ รูปภาพ หรือสื่อในรูปแบบต่างๆ ให้สอดคล้องกับสินค้า/บริการ ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้ารับรู้ถึงมูลค่าเพิ่มที่แท้จริง เกิดการบอกต่อ และสร้างการรับรู้ในวงกว้างขึ้น

นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึง

- การร่วมมือกันของคนในชุมชน ในการวางแผน การแบ่งปันความรู้ ทักษะ และการพัฒนานวัตกรรมร่วมกัน
- ความสมดุลระหว่างรายได้ กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม
- การพิจารณาต้นทุนอย่างรอบด้าน ทั้งด้านวัตถุดิบ แรงงาน การขนส่ง บรรจุภัณฑ์ สิ่งแวดล้อม ฯลฯ
- การสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายภายนอก เพื่อเรียนรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ และเพิ่มช่องทางทางการตลาด

## 6. ปัจจัยความสำเร็จ

ความสำเร็จของการพัฒนาธุรกิจชุมชน ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น

- การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนอย่างกว้างขวาง ตั้งแต่ผู้นำ เยาวชน ผู้สูงอายุ
- การพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา อินเทอร์เน็ต ฯลฯ
- การเติบโตของการท่องเที่ยว ที่จะกระตุ้นการบริโภคสินค้าและบริการ
- การกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

ปัจจัยเหล่านี้มีความเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบ ดังนั้นการวางแผนพัฒนาจึงต้องครอบคลุมทุกด้าน และมุ่งเน้นที่ความยั่งยืนในระยะยาว

## 7. ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์

จากองค์ความรู้ข้างต้น หากเป็นข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในภาพรวม เพื่อพัฒนาชุมชนแม่ชะบู่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน น่าจะประกอบด้วย

7.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น ให้มีความร่วมสมัยน่าสนใจ แต่ยังรักษาเอกลักษณ์ดั้งเดิมไว้ได้

- ตัวอย่างเช่น การทอผ้าที่ผสมผสานลวดลายจากแรงบันดาลใจร่วมสมัย ผ่านการร่วมมือกับนักออกแบบ

- หรือการพัฒนาของที่ระลึก ที่มีเรื่องราวและความหมาย ไม่ใช่สินค้าท่องเที่ยวที่เหมือนกันทุกที่

7.2 การออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต



- เช่น การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ การเรียนรู้การทำเกษตรแบบดั้งเดิม การเยี่ยมชมการทอผ้า การชิมอาหารพื้นบ้าน ฯลฯ

- การท่องเที่ยวแบบ Community Based Tourism (CBT) ที่ชุมชนเป็นเจ้าของและบริหารจัดการเอง จะช่วยสร้างการมีส่วนร่วมและความเข้มแข็งภายใน

- นอกจากนี้ควรจัดระบบข้อมูลด้านการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และการพัฒนาระบบการจองที่พักแบบครบวงจรด้วย

### 7.3 การพัฒนาศักยภาพคนในชุมชน ทั้งด้านทักษะ ความรู้ และทัศนคติเชิงบวก

- ควรมีการฝึกอบรมด้านการบริหารจัดการ การตลาด การสื่อสาร ภาษา การบริการ ฯลฯ โดยอาจร่วมมือกับสถาบันการศึกษา หน่วยงานรัฐ หรือภาคเอกชน

- ต้องปลูกฝังจิตสำนึกรักบ้านเกิด ความภาคภูมิใจในวัฒนธรรม และความเข้าใจเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืนให้กับเด็กและเยาวชน เพื่อสร้างผู้สืบทอดรุ่นต่อไป

- ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้หญิงและผู้สูงอายุในกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดความเสมอภาคและสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กว้างขึ้น

### 7.4 การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกชุมชน

- ภายใน ต้องจัดเวทีระดมความคิด แลกเปลี่ยน กำหนดแผนงาน และติดตามประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ โดยมีคณะกรรมการชุมชนเป็นแกนหลัก

- ภายนอก ควรสร้างเครือข่ายกับชุมชนอื่นๆ ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรม, ร่วมมือกับหน่วยงานรัฐ/สถาบันการศึกษาในการพัฒนาชุมชน, เชื่อมโยงตลาดกับบริษัททัวร์ ผู้ประกอบการโรงแรม และร้านอาหาร

- องค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) กลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และสื่อมวลชน ก็เป็นภาคีความร่วมมือที่จะช่วยสนับสนุนการพัฒนาในมิติต่างๆ ได้เช่นกัน

### 7.5 การบริหารจัดการที่ดี ด้วยหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส เป็นธรรม และตรวจสอบได้

- ต้องสร้างระบบและกฎเกณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับร่วมกันของชุมชน ในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ การจัดสรรรายได้ ฯลฯ

- ควรมีกฎระเบียบข้อพิพาทและจัดการความขัดแย้ง ที่อาจเกิดขึ้นจากการพัฒนาธุรกิจชุมชน

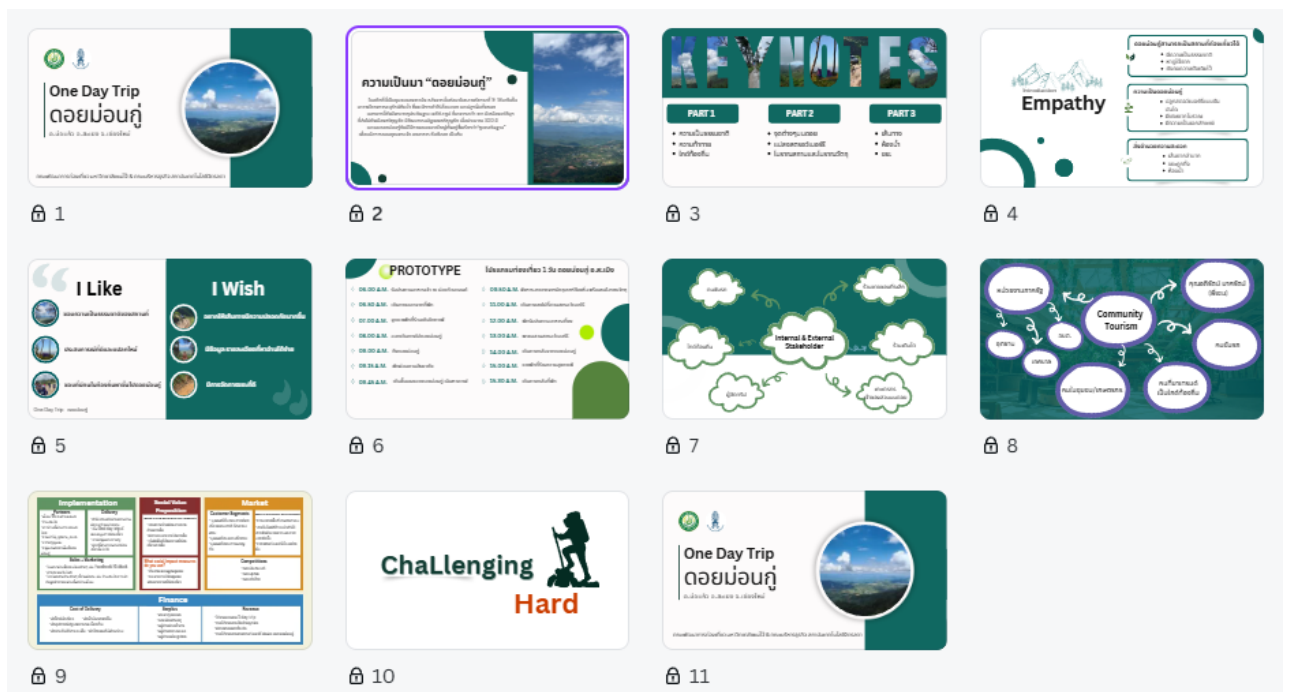
- การบริหารการเงินต้องชัดเจน มีบัญชีรายรับจ่าย เก็บหลักฐานครบถ้วน และรายงานต่อชุมชนเป็นระยะ

- ผู้นำชุมชนและกรรมการต้องเป็นตัวอย่างที่ดี มีคุณธรรม และหลีกเลี่ยงผลประโยชน์ทับซ้อน

สรุปได้ว่า ชุมชนแม่ชะปุยเพียงมีศักยภาพหลากหลายในการพัฒนาธุรกิจ บนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น หากมีการออกแบบกลยุทธ์ที่เหมาะสม ก็จะสามารถสร้างประโยชน์แก่ทุกฝ่ายในระยะยาว

ทั้งนี้ เป้าหมายสูงสุดของการพัฒนา ควรเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ให้มีความสุข พึ่งพาตนเองได้ มีความเสมอภาค เท่าเทียม และภาคภูมิใจในอัตลักษณ์วัฒนธรรมของตน หากชุมชนแม่ชะปุยเพียง

สามารถสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ก็จะเป็นต้นแบบของการพัฒนาที่ยั่งยืนที่หลายชุมชนต้องการจะเดินตามได้



### 3) ชุดองค์ความรู้และแนวทางการพัฒนาหมู่บ้านมั่ง บ้านห้วยน้ำจาง

กรณีศึกษาบ้านมั่งห้วยน้ำจาง ถือเป็นตัวอย่างที่น่าสนใจของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) ที่สามารถสร้างผลลัพธ์เชิงบวกทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมวัฒนธรรม สามารถแยกแยะองค์ความรู้ที่น่าสนใจได้หลายประเด็นดังนี้

#### การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT)

จุดเด่นของบ้านมั่งห้วยน้ำจาง คือการนำอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์มั่ง มาเป็นจุดขายหลักในการท่องเที่ยว โดยมีการ packaging องค์ประกอบต่างๆ ทั้งอาหาร การละเล่น ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภูมิปัญญา และการเกษตร ให้กลายเป็นประสบการณ์ที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว

ข้อดีของโมเดลนี้ คือการทำให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ดำเนินการ และรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ไม่ใช่แค่เป็นฝ่าย "ถูกท่องเที่ยว" ที่ไม่มีอำนาจต่อรองใดๆ เรียกว่าเป็นรูปแบบของ "การท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อชุมชน และของชุมชนอย่างแท้จริง"

## 2. การสร้างผู้ประกอบการในชุมชน

เมื่อการท่องเที่ยวเติบโต ก็ทำให้เกิดผู้ประกอบการหลากหลายรูปแบบในหมู่บ้าน ทั้งร้านค้า ผู้ให้บริการขนส่ง มีคัคเทศก์ท้องถิ่น และผู้ผลิตสินค้าแปรรูป ผู้ประกอบการเหล่านี้ ล้วนมีจุดร่วมคือ "คนในพื้นที่" ที่เข้าใจบริบทชุมชนเป็นอย่างดี สามารถสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็รักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นเอาไว้ได้ จุดนี้น่าสนใจตรงที่เป็นการ "สร้างผู้ประกอบการจากภายใน" ไม่ใช่การพึ่งพาการลงทุนจากภายนอกที่อาจสร้างผลกระทบต่อวิถีชีวิตชุมชน

## 3. การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

การแปรรูปผลผลิตการเกษตร เช่น สตรอว์เบอร์รี่ ให้เป็นแยม น้ำผลไม้ หรือไวน์ เป็นการเพิ่มมูลค่า (Value Addition) ที่ชาญฉลาด เนื่องจาก

- ช่วยยืดอายุการเก็บรักษาผลผลิตให้นานขึ้น ลดความเสี่ยงจากความเน่าเสีย
- ตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค ทั้งที่ชอบความสดใหม่ หรือความสะดวกของอาหารแปรรูป
- สร้างช่องทางรายได้ใหม่ๆ จากสินค้าที่มีมูลค่าสูงขึ้น
- กระจายความเสี่ยงของการพึ่งพารายได้จากสินค้าเกษตรเพียงอย่างเดียว

นอกจากจะสร้างรายได้ ยังเป็นการต่อยอดภูมิปัญญาการแปรรูปอาหารของชาวม้งด้วย

## 4. ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

CBT บ้านม้งห้วยน้ำจาง สะท้อนการพัฒนาที่ยั่งยืน เพราะสร้างผลกระทบเชิงบวกรอบด้าน ทั้ง

- ด้านเศรษฐกิจ: สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว กระจายสู่ผู้ประกอบการ และต่อยอดการเกษตร
- ด้านสังคมวัฒนธรรม: ถ่ายทอดวัฒนธรรมม้ง เสริมความภาคภูมิใจและความยั่งยืนของชุมชน สร้างความเข้าใจระหว่างคนในและนอกชุมชน ที่สำคัญ ผลลัพธ์เหล่านี้เกิดขึ้นพร้อมๆกัน ไม่ได้มุ่งพัฒนาด้านใดด้านหนึ่งจนเกินไป จึงมีความสมดุลและนำไปสู่ความยั่งยืน

## 5. จุดเด่นของโมเดลธุรกิจ

ความโดดเด่นของโมเดล CBT บ้านม้งห้วยน้ำจาง คือการสร้าง Synergy ระหว่างการเกษตรและการท่องเที่ยว โดยต่างส่งเสริมซึ่งกันและกัน กล่าวคือ

- การเกษตรคือวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน ที่สร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัว และมีผลผลิตเป็นทรัพยากรต้นทาง
- การท่องเที่ยวช่วยเพิ่มช่องทางรายได้ สร้างตลาดใหม่ สำหรับผลผลิตและภูมิปัญญาการเกษตร

- การหมุนเวียนของรายได้จากการท่องเที่ยว กลับไปสู่การพัฒนาการเกษตร และคุณภาพชีวิตในชุมชน ก็จะทำให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว

การมีรายได้หลายทาง ทั้งจากการท่องเที่ยว การเกษตร การแปรรูป และบริการต่างๆ ช่วยกระจายความเสี่ยง ไม่พึ่งพิงภาคส่วนใดส่วนหนึ่งมากเกินไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง



4) ชุดองค์ความรู้และแนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยม่อนกู่

กรณีศึกษาโดยม่อนกู่ สามารถแยกแยะองค์ความรู้ที่น่าสนใจได้หลายประเด็นดังนี้  
ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

จุดเด่นสำคัญของโดยม่อนกู่ คือการใช้กลยุทธ์ "การผสมผสาน" (Integration) ศักยภาพของพื้นที่หลายด้าน มาสร้างเป็นจุดขายการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็น:

- ประวัติศาสตร์จากโบราณสถาน โบราณวัตถุ ยุคอาณาจักรทวารวดี

- เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนชาวม้ง พื้นที่เคารพศักดิ์สิทธิ์อย่างภูเขาวชิฐฐาน
- ความงามของแปลงเกษตรกรรมแบบขั้นบันได โดยเฉพาะของสตอร์ว์เบอร์รี่

สิ่งเหล่านี้เป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่แล้วในพื้นที่ (Resources-based Approach) ให้เกิดประโยชน์สูงสุด แทนที่จะพัฒนาสิ่งใหม่ขึ้นมาที่อาจกระทบต่อความเป็นธรรมชาติดั้งเดิม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) อย่างไรก็ตาม ชุมชนก็ไม่ได้ละเลยการวางแผนจัดการด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การดูแลห้องน้ำ การจัดการขยะ เพื่อป้องกันผลกระทบด้านลบจากภาคการท่องเที่ยว

## 2. ด้านการสร้างผู้ประกอบการท้องถิ่น

ดอยม่อนภูให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในชุมชน โดยการฝึกอบรมให้คนในพื้นที่สามารถปฏิบัติหน้าที่เป็น "ไกด์ท้องถิ่น" ซึ่งเป็นการสร้างอาชีพใหม่ สอดคล้องกับศักยภาพการท่องเที่ยวที่มีเติบโตขึ้น นอกจากรายได้แล้ว ไกด์ท้องถิ่นยังมีบทบาทสำคัญในฐานะ "เจ้าบ้าน" ที่จะบอกเล่าความเป็นมา ถ่ายทอดอัตลักษณ์ของพื้นที่ให้กับนักท่องเที่ยวอีกด้วย

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวที่มากขึ้น ยังเปิดโอกาสทางธุรกิจให้ผู้ประกอบการในชุมชนหลายกลุ่ม ได้แก่

- เกษตรกรผู้ปลูกสตอร์ว์เบอร์รี่ ได้ผลผลิตที่ราคาดีขึ้น ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
- ร้านค้าจุดแวะพัก เช่น เด็บโตคาเฟ่ ร้านความสุขคาเฟ่ มีลูกค้าหมุนเวียนมากขึ้น
- ร้านขายของที่ระลึก มีโอกาสในการสร้างรายได้และต่อยอดการผลิต
- ผู้ให้บริการที่พักอย่างบ่อแก้วเลเจนด์ สามารถยกระดับคุณภาพการบริการ จากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่

กลับมาเป็นประจำ

- ผู้ให้บริการรถรับส่ง มีกิจกรรมการขนส่งที่ได้ผลกำไรสม่ำเสมอ

การมีผู้ประกอบการที่หลากหลาย ช่วยกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง และเป็นรากฐานของระบบเศรษฐกิจที่ยั่งยืนในชุมชน

## 3. ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ

สิ่งที่ดอยม่อนภูทำได้ดี คือการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายภาคส่วน ได้แก่

- ภาครัฐ: เช่น อบต., เทศบาล, อุทยาน, กรมป่าไม้ ซึ่งช่วยประสานงานกิจกรรมต่างๆ รวมถึงกำกับดูแลให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้

- ภาควิชาการ: เช่น มหาวิทยาลัยแม่โจ้ สถาบันเทคโนโลยีจิตรลดา ที่ถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาพื้นที่

- ภาคชุมชน: เช่น ประชาชนชุมชน เกษตรกร ผู้ประกอบการท้องถิ่น ซึ่งมีส่วนสำคัญในการเชื่อมโยงองค์ความรู้สมัยใหม่กับวิถีชีวิตและภูมิปัญญาดั้งเดิม

การบูรณาการข้ามหน่วยงานเช่นนี้ ช่วยลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน เพิ่มประสิทธิภาพของแผนงาน และประหยัดทรัพยากรด้วย ขณะเดียวกัน ก็ยังมีระบบการตลาดและการขายที่ทันสมัย ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่ชัดเจน คือคนที่ชื่นชอบธรรมชาติและการผจญภัย

#### 4. ด้านผลกระทบทางสังคมและเศรษฐกิจ

ผลลัพธ์ที่ด้อยม่อนก่เกิดขึ้น สะท้อนให้เห็นผลกระทบเชิงบวกในหลายมิติ เช่น

- การกระจายรายได้สู่ชุมชน ผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ ซึ่งยกระดับคุณภาพชีวิตของชาวบ้าน

- การพัฒนาศักยภาพคนท้องถิ่น ผ่านการฝึกอบรม สร้างอาชีพใหม่ หรือเพิ่มมูลค่าให้อาชีพเดิม

- การอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าของพื้นที่ ให้คงอยู่สู่คนรุ่นหลังได้สัมผัส

อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีความท้าทายสำคัญที่ต้องจับตา เช่น

- การพัฒนาเส้นทางให้ปลอดภัย โดยไม่ทำลายทิวทัศน์ทางธรรมชาติ

- การจัดการขยะให้มีประสิทธิภาพ ป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อม

- การวางแผนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้พอดี ไม่มากหรือน้อยเกินไป

- การสร้างจุดแข็งที่โดดเด่น เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น

สรุปได้ว่า กรณีศึกษานี้สะท้อนต้นแบบของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ ที่สามารถสร้างประโยชน์ควบคู่กัน ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน

ปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญ คือการให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริง องค์กรความรู้จากบทเรียนของดอยม่อนกู่นี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้สำหรับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ได้ โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีจุดแข็งทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ ซึ่งหากใช้ยุทธศาสตร์การบูรณาการที่เหมาะสม ก็จะสามารถสร้างรายได้อย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับการรักษาอัตลักษณ์ชุมชนอันมีคุณค่าได้เช่นเดียวกัน

#### ตอนที่ 7 รายงานความสำเร็จตามเป้าหมายตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	ประเภท	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลลัพธ์	การบรรลุเป้าหมาย
1. จำนวนชุดองค์ความรู้	เชิงปริมาณ	ชิ้นงาน	2	4	✓
2. จำนวนโมเดลธุรกิจ	เชิงปริมาณ	ชิ้นงาน	2	4	✓
3. ผลผลิตที่เกิดจากการพัฒนา ต่อยอดขึ้นเป็นชิ้นงาน/ผลผลิตใหม่	เชิงปริมาณ	ชิ้นงาน	10	10	✓

#### ตอนที่ 8 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ

โครงการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมด้วยการประยุกต์ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้มีลักษณะแบบประเมินเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง ผู้ตอบแบบประเมินมีความพึงพอใจมากที่สุด
- 4 หมายถึง ผู้ตอบแบบประเมินมีความพึงพอใจมาก
- 3 หมายถึง ผู้ตอบแบบประเมินมีความพึงพอใจปานกลาง
- 2 หมายถึง ผู้ตอบแบบประเมินมีความพึงพอใจน้อย
- 1 หมายถึง ผู้ตอบแบบประเมินมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

โดยกำหนดค่าระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเพื่อการแปลผล กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วน	
		เบี่ยงเบน	ระดับความพึงพอใจ
		มาตรฐาน	
1. ด้านความน่าสนใจของเนื้อหา	4.82	0.39	มากที่สุด
2. ด้านความสามารถของวิทยากร	4.88	0.33	มากที่สุด
3. ด้านประโยชน์ที่ได้รับ	4.82	0.33	มากที่สุด
4. ด้านความเหมาะสมของเวลา	4.64	0.49	มากที่สุด
5. ด้านความพร้อมของสถานที่	4.70	0.47	มากที่สุด
6. ด้านความพร้อมของอุปกรณ์	4.70	0.47	มากที่สุด
7. ด้านความเหมาะสมของอาหาร	4.82	0.39	มากที่สุด
8. ด้านความเหมาะสมของที่พัก	4.76	0.43	มากที่สุด
<b>โดยรวม</b>	<b>5</b>	<b>0.00</b>	<b>มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด</b>

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ พบว่าทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยในภาพรวมผู้เข้าร่วมมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 5.00, S.D. = 0.00) แสดงให้เห็นถึงความเห็นที่สอดคล้องกันของผู้เข้าร่วมทุกคนที่มีต่อภาพรวมของโครงการ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านได้รับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด โดยด้านความสามารถของวิทยากรมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดที่ 4.88 (S.D. = 0.33) รองลงมาคือ ด้านความน่าสนใจของเนื้อหา ด้านประโยชน์ที่ได้รับ และด้านความเหมาะสมของอาหาร ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.82 (S.D. = 0.39) ตามลำดับ

ด้านความเหมาะสมของที่พักรมมีค่าเฉลี่ยที่ 4.76 (S.D. = 0.43) ส่วนด้านความพร้อมของสถานที่และด้านความพร้อมของอุปกรณ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.70 (S.D. = 0.47) และด้านความเหมาะสมของเวลามีค่าเฉลี่ยที่ 4.64 (S.D. = 0.49) ซึ่งทุกด้านล้วนอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด

โดยสรุป ผลการประเมินแสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมมีความพึงพอใจต่อการจัดโครงการในระดับมากที่สุดในทุกด้านอย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาพรวมของโครงการที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดและมีความเห็นสอดคล้องกันทุกคน แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จในการจัดโครงการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เข้าร่วมได้เป็นอย่างดีในทุกด้าน

**สิ่งที่ผู้เข้าร่วมได้รับจากกิจกรรม** สามารถจำแนกได้เป็น 4 ด้านหลัก

1. ด้านความรู้และประสบการณ์
  - ได้เรียนรู้วิถีชีวิตของชาติพันธุ์กะเหรี่ยงและม้ง
  - ได้เรียนรู้กระบวนการทำกาแฟ
  - ได้ความรู้เกี่ยวกับ wellness และการเป็นผู้ประกอบการ
2. ด้านมิตรภาพและการสร้างเครือข่าย
  - ได้พันธมิตรและเพื่อนใหม่
  - ได้สร้างความสัมพันธ์กับชุมชน
  - ได้รับมิตรภาพที่ดีจากทุกฝ่าย
3. ด้านการพัฒนาตนเอง
  - ได้ท้าทายขีดจำกัดของตนเอง
  - ได้กล้าแสดงออกมากขึ้น
  - ได้ทำในสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อน
4. ด้านวัฒนธรรมและการอนุรักษ์
  - ได้เรียนรู้และซึมซับวัฒนธรรมท้องถิ่น
  - ได้เห็นคุณค่าของวัฒนธรรมที่ควรอนุรักษ์
  - ได้เข้าใจความเป็นอยู่ของชาติพันธุ์ต่างๆ

**ข้อเสนอแนะที่สำคัญ**

1. ด้านระยะเวลา
  - ผู้เข้าร่วมหลายคนต้องการเวลาอยู่ในพื้นที่นานขึ้น
  - ต้องการเวลาในการซึมซับวัฒนธรรมมากขึ้น
  - ควรจัดสรรเวลาให้เหมาะสมในวันสุดท้าย เนื่องจากมีความเหนื่อยล้า



2. ด้านการสื่อสาร
  - ต้องการล่ามเพิ่มอีก 1-2 คน เพื่อให้สามารถสื่อสารกับคนในพื้นที่ได้มากขึ้น
3. ด้านความต่อเนื่อง
  - ผู้เข้าร่วมหลายคนต้องการให้จัดโครงการนี้อย่างต่อเนื่องทุกปี
  - ต้องการให้รุ่นน้องได้มีโอกาสเข้าร่วมและต่อยอดโครงการ

#### จุดเด่นของโครงการ

1. ความพึงพอใจโดยรวมสูงมาก โดยเฉพาะในด้าน
  - ความสามารถของวิทยากร (4.88/5)
  - ภาพรวมของโครงการ (5.00/5)
2. การผสมผสานระหว่างทฤษฎีและปฏิบัติ
  - มีทั้งการเรียนรู้เชิงทฤษฎีและการลงมือปฏิบัติจริง
  - ผู้เข้าร่วมได้สัมผัสประสบการณ์จริงในพื้นที่
3. การสร้างเครือข่ายระหว่างสถาบัน
  - เกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างนักศึกษาต่างสถาบัน
  - สร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและชุมชน

โดยสรุปโครงการนี้ประสบความสำเร็จอย่างสูงในการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีคุณค่าให้กับผู้เข้าร่วม ทั้งในด้านวิชาการ วัฒนธรรม และการพัฒนาตนเอง โดยมีจุดที่ควรพัฒนาหลักๆ คือ การจัดการเวลา และการสื่อสารกับชุมชน ซึ่งหากได้รับการพัฒนาต่อไป โครงการนี้จะสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อทั้งผู้เข้าร่วมและชุมชนได้อย่างยั่งยืน

#### ตอนที่ 9 รายงานผลการใช้จ่ายงบประมาณ

แผนการใช้จ่ายงบประมาณโครงการ	ผลการใช้จ่ายงบประมาณโครงการ
กิจกรรม : ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาเสริมสร้างนักศึกษาให้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม	

ค่าใช้จ่าย	จำนวนเงิน (บาท)	ค่าใช้จ่าย	จำนวนเงิน (บาท)
- ค่าอาหาร จำนวน 300 บาท x 8 คน x 7 วัน (เช้า กลางวัน เย็น)	16,800	- ค่าอาหาร จำนวน 300 บาท x 8 คน x 7 วัน (เช้า กลางวัน เย็น)	14,000
- ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม จำนวน 35 บาท x 8 คน x 2 มื้อ x 7 วัน	3,920	- ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม จำนวน 35 บาท x 8 คน x 2 มื้อ x 7 วัน	3,360
- ค่าจ้างเหมารถพร้อมน้ำมันเชื้อ เพลิง (เดินทางในชุมชนบ่อแก้ว) จำนวน 1,200 บาท x 1 คัน x 4 วัน	4,800	- ค่าจ้างเหมารถพร้อมน้ำมันเชื้อ เพลิง (เดินทางในชุมชนบ่อแก้ว) จำนวน 1,200 บาท x 1 คัน x 4 วัน	4,800
- ค่าจ้างเหมารถตู้ จำนวน 1,800 บาท x 1 คัน x 2 วัน	3,600	- ค่าจ้างเหมารถตู้ จำนวน 1,800 บาท x 1 คัน x 2 วัน	3,600
- ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	4,000	- ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	1,270
- ค่าที่พักนักศึกษา จำนวน 600 บาท x 7 คน x 3 คืน	12,600	- ค่าที่พักนักศึกษา จำนวน 600 บาท x 7 คน x 3 คืน	12,600
- ค่าที่พักอาจารย์ จำนวน 800 บาท x 1 คน x 3 คืน	2,400	- ค่าที่พักอาจารย์ จำนวน 800 บาท x 1 คน x 3 คืน	2,400
<b>รวม</b>	<b>48,120</b>	<b>รวม</b>	<b>42,030</b>

## ภาคผนวก

### ภาพประกอบกิจกรรม

โครงการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมด้วยการประยุกต์ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ



นักศึกษาคณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และ นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ  
สถาบันเทคโนโลยีจิตรลดา ร่วมกิจกรรม ณ อาคารพัฒนานวัตกรรมทัศน์นักศึกษา ชั้น 2 มหาวิทยาลัยแม่โจ้



นักศึกษาคณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และ นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ  
สถาบันเทคโนโลยีจิตรลดา ร่วมกิจกรรม ณ ตำบลบ่อแก้ว อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่



นักศึกษาคณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และ นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีจิตรลดา นำเสนอผลงานจากการลงพื้นที่ศึกษาเรียนรู้ ณ ตำบลบ่อแก้ว อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่



พิธีมอบประกาศนียบัตรแก่นักศึกษาคณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้

และ นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีจฬรดา

