



รายงานผลโครงการตามแผนยุทธศาสตร์
คณะพัฒนาการท่องเที่ยว
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

เรื่อง

โครงการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมด้วยการประยุกต์ใช้
การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ รุ่นที่ 2 การเดินทางเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง
(Journey of Change)

วันที่ 20 – 26 พฤษภาคม 2568

ผู้รับผิดชอบโครงการ
อาจารย์ ดร.กิริติ ตระการศิริวานิช

ผู้จัดทำรายงาน
อาจารย์ ดร.กิริติ ตระการศิริวานิช

คณะพัฒนาการท่องเที่ยว

สรุปรายงานผล

โครงการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมด้วยการประยุกต์ใช้การท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือ รุ่นที่ 2 การเดินทางเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง (Journey of Change)

ตอนที่ 1 หลักการและเหตุผลของโครงการ

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่สร้างรายได้หลักให้กับประเทศไทย คิดเป็นสัดส่วนกว่า 20% ของ GDP โดยมีมูลค่ากว่า 3 ล้านล้านบาทต่อปี อย่างไรก็ตาม การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวยังไม่ทั่วถึง โดยเฉพาะชุมชนท้องถิ่นที่มีศักยภาพแต่ขาดองค์ความรู้และทักษะในการบริหารจัดการ ในขณะเดียวกัน การสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่เป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก เพราะผู้ประกอบการคือผู้สร้างงาน สร้างนวัตกรรม และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ โดยเฉพาะในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลที่การแข่งขันต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์และการใช้เทคโนโลยีการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่มีองค์ความรู้และทักษะที่หลากหลาย การสร้างจิตอาสาและความรับผิดชอบต่อสังคมในกลุ่มนักศึกษาจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะพวกเขาคือกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศในอนาคต การเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ลงพื้นที่จริง เรียนรู้ปัญหาจริง และร่วมสร้างโซลูชันกับชุมชนจะเป็นการปลูกฝังจิตสำนึกการเป็นพลเมืองที่ดีและสร้างผู้นำการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการทำงานกับชุมชนในมิติการท่องเที่ยวมาเป็นเวลานาน ผ่านโครงการวิจัยและบริการวิชาการมากมาย อาทิ การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนภาคเหนือ การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการพัฒนาคุณภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน นักศึกษาของคณะได้รับการฝึกฝนให้เข้าใจบริบทชุมชน วิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยว และออกแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น พร้อมทั้งมีทักษะการสื่อสารเพื่อการพัฒนา และการจัดการความขัดแย้งในชุมชน ขณะที่สถาบันเทคโนโลยีจอร์เจีย ซึ่งก่อตั้งขึ้นด้วยพระราชปณิธานในการสร้างนวัตกรรมและผู้ประกอบการเพื่อการพัฒนาประเทศ มีจุดแข็งในการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ผ่านหลักสูตร Entrepreneurship และ Innovation นักศึกษาได้รับการฝึกฝนแนวคิดเชิงธุรกิจ ทักษะในการสร้างแผนธุรกิจ และการตลาด นอกจากนี้ สถาบันยังมีความเชี่ยวชาญเฉพาะในด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ซึ่งป็นองค์ความรู้สำคัญสำหรับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ่านการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการยืดอายุผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการสร้างแบรนด์

ตำบลบ่อแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทั้งด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและผลผลิตทางการเกษตร แต่ยังคงขาดการเชื่อมโยงและการสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างเป็นระบบ การผนึกกำลังระหว่างสองสถาบันการศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่แตกต่างกันจึงเป็นโอกาสสำคัญในการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน

ด้วยเหตุนี้โครงการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมด้วยการประยุกต์ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ รุ่นที่ 2 การเดินทางเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง (Journey of Change) จึงเกิดขึ้น

เพื่อตอบโจทย์การพัฒนาแบบองค์รวม โดยนำจุดแข็งของทั้งสองสถาบันมาสร้างความร่วมมือเชิงบูรณาการ ผ่านการทำงานร่วมกันของนักศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญต่างกัน เพื่อสร้างโซลูชันที่ครอบคลุมทั้งมิติการ ท่องเที่ยว การประกอบการ และการพัฒนาชุมชน โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือการสร้างต้นแบบการพัฒนาที่ยั่งยืน และขยายผลไปยังชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

ตอนที่ 2 ระยะเวลาในการดำเนินโครงการและกลุ่มเป้าหมาย

- ช่วงเวลาตามแผน
 - วันที่ 13 พฤษภาคม 2568 สิ้นสุด 30 กันยายน 2568 ระยะเวลา 141 วัน
- ช่วงเวลาดำเนินการจริง
 - วันที่ 13 พฤษภาคม 2568 สิ้นสุด 26 กรกฎาคม 2568 ระยะเวลา 75 วัน
- กลุ่มเป้าหมาย
 - รายละเอียดกลุ่มเป้าหมาย อาจารย์และนักศึกษาคณะพัฒนาการท่องเที่ยว
 - แผน 9 คน
 - ผล 9 คน

ตอนที่ 3 ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย

1. ประเด็นยุทธศาสตร์ 68 MJU 4. การพลิกโฉมมหาวิทยาลัย (Reinventing)
2. เป้าประสงค์ 68 MJU 4.1 เป็นมหาวิทยาลัยด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม (Technology Development and Innovation)
3. ตัวชี้วัด 68 MJU 4.1.1 นักศึกษาและบัณฑิตผู้ประกอบการ หรือผู้ที่ได้รับการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการ
4. กลยุทธ์ 68 MJU 4.1.1.1 สร้างและพัฒนาศักยภาพผู้เรียนที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญด้าน เทคโนโลยีและการสร้างนวัตกรรมให้สามารถนำองค์ความรู้มาประยุกต์ใช้ สร้างผลงาน พัฒนาผลิตภัณฑ์ ต่อยอดเป็นนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์คณะพัฒนาการท่องเที่ยว

1. ประเด็นยุทธศาสตร์ 67-70 TDS 2 การขับเคลื่อนผลการดำเนินงานตามพันธกิจหลัก (MOC)
2. เป้าประสงค์ 67-70 TDS 4.1 เป็นมหาวิทยาลัยด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและส่งเสริมการสร้าง นวัตกรรม (Technology and Innovation)
3. ตัวชี้วัด 67-70 TDS 4.1.1 นักศึกษาและบัณฑิตผู้ประกอบการ หรือผู้ที่ได้รับการพัฒนาเป็น ผู้ประกอบการ
4. กลยุทธ์ 67-70 TDS ผลักดันกิจกรรมที่มุ่งสู่การเป็นผู้ประกอบการ

ตอนที่ 4 เป้าหมายการพัฒนา

1. SDGs 1.3 การมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี
1.4 การศึกษาที่เท่าเทียม
2. Green University
3. SCD

ตอนที่ 5 ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

วัตถุประสงค์ของโครงการ	ผลการดำเนินการ
1. เพื่อพัฒนาศักยภาพนักศึกษาให้เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีทักษะด้านการท่องเที่ยว การเป็นผู้ประกอบการ และจิตอาสาเพื่อสังคม	1. นักศึกษาได้รับการพัฒนาทักษะด้านการท่องเที่ยว การเป็นผู้ประกอบการ และการมีจิตอาสาเพื่อสังคม ผ่านกระบวนการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการและการมีส่วนร่วม ส่งผลให้นักศึกษามีความตระหนักรู้และสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง เพื่อสังคมและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชนบ่อแก้วผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยว การแปรรูป ผลผลิตเกษตร และการตลาดดิจิทัล	2. ได้แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยว การแปรรูป ผลผลิตเกษตร และการตลาดดิจิทัล ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนบ่อแก้วและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้
3. เพื่อสร้างชุดความรู้แบบมีส่วนร่วมบนความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและชุมชนที่สามารถขยายผลสู่พื้นที่อื่นได้อย่างยั่งยืน	3. ได้ชุดความรู้แบบมีส่วนร่วมระหว่างสองสถาบันการศึกษาและชุมชนบ่อแก้ว โดยอาศัยการลงพื้นที่ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการพัฒนากิจกรรมร่วมกัน จนเกิดองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยว สามารถนำไปประยุกต์ใช้และขยายผลสู่พื้นที่อื่นได้อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

ตอนที่ 6 สรุปผลการดำเนินงาน

โครงการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมด้วยการประยุกต์ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ รุ่นที่ 2 : การเดินทางเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง (Journey of Change) เป็นโครงการที่คณะพัฒนาการท่องเที่ยวได้ดำเนินงานร่วมกับสถาบันเทคโนโลยี จิตรลดา โดยได้ดำเนินการระหว่างวันที่ 20 – 26 พฤษภาคม 2568 ณ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และ พื้นที่ตำบลบ่อแก้ว อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการดำเนินงานสรุปได้ดังนี้

บทวิเคราะห์ Stakeholder Mapping (การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)

นักศึกษาคณะพัฒนาการท่องเที่ยวและนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีจิตรลดา ได้ระดมความคิดและสร้างสรรค์ผลงาน จำนวน 4 ผลงาน ภายใต้บริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) ณ ตำบลบ้านบ่อแก้ว อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถแบ่งกลุ่มผู้ที่มีอิทธิพลและได้รับผลกระทบออกเป็น 3 ระดับหลัก เพื่อให้เห็นภาพความเชื่อมโยงที่ละเอียดและเป็นรูปธรรม ดังนี้

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระดับต้นน้ำ กลุ่มผู้ถือครองภูมิปัญญาและผู้ผลิต (Primary Stakeholders)

กลุ่มนี้คือ "หัวใจหลัก" ของการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว เพราะเป็นเจ้าของทรัพยากรทางวัฒนธรรมและวัตถุดิบ กลุ่มชาติพันธุ์ (ม้ง, ลัวะ, ปกาเกอญอ และไทยพื้นเมือง) ในบทวิเคราะห์นี้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญที่สุดคือ ประชาชนชาวบ้านและผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นผู้ถือครองความรู้ดั้งเดิม เช่น สูตรชา 12 เซียน, เทคนิคการทอผ้ากี่เอว, และกรรมวิธีการทำข้าวเบ๊อะ หากกลุ่มนี้ไม่ได้รับการยอมรับหรือไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ผลงานเหล่านี้จะขาด "จิตวิญญาณ"

กลุ่มคนรุ่นใหม่ในชุมชน ทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่างภูมิปัญญาดั้งเดิมกับโลกสมัยใหม่ เช่น การบริหารจัดการเพจ Facebook "บ่อแก้วลัวะนี่" และการนำชนมพื้นเมืองมาแปรรูปเป็นไอศกรีม กลุ่มนี้เป็นผู้ขับเคลื่อนด้านการตลาดและเทคโนโลยีที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เข้าถึงคนภายนอกได้

2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระดับกลางน้ำ ผู้สนับสนุนและที่ปรึกษา (Secondary Stakeholders)

กลุ่มนี้คือ "ฟันเฟือง" ที่ช่วยยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์และการจัดการให้เป็นสากลมากขึ้น สถาบันการศึกษา (มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และสถาบันเทคโนโลยีจิตรลดา) มีบทบาทเป็น "พี่เลี้ยงทางวิชาการ" (Academic Mentor) ที่ช่วยเข้ามาเติมเต็มในส่วนที่ชุมชนยังขาด เช่น การจัดทำ Storytelling Canvas, การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (Customer Persona), และการออกแบบกระบวนการบริการ (Service Design) ซึ่งเห็นได้ชัดจากหลักฐานในไฟล์ที่ระบุถึงความร่วมมือของคณะพัฒนาการท่องเที่ยวและคณะบริหารธุรกิจ หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น (อบต.บ้านบ่อแก้ว) เป็นผู้สนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน กฎระเบียบ และงบประมาณในระดับนโยบาย เพื่อให้การท่องเที่ยวชุมชนดำเนินไปได้อย่างถูกกฎหมายและยั่งยืน ทีมสร้างสรรค์สื่อ (เช่น ทีม Phayun และ Racoon Product) มีอิทธิพลอย่างมากในการ "แปลความหมาย" (Interpretation) วัฒนธรรมที่ซับซ้อนให้กลายเป็นสื่อที่เข้าใจง่าย เช่น อินโฟกราฟิก หรือวิดีโอสตอรี่บอร์ด ซึ่งช่วยลดช่องว่างในการสื่อสารระหว่างชาวบ้านกับนักท่องเที่ยว

3. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระดับปลายน้ำ ผู้บริโภคและกลไกตลาด (External Stakeholders)

กลุ่มนี้คือ "ผู้อุปถัมภ์" ที่จะทำให้เกิดวงจรเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน นักท่องเที่ยวในกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) จากข้อมูลในผลงาน พบว่ามีการแบ่งกลุ่มอย่างชัดเจน เช่น กลุ่มผู้เกษียณอายุ ที่สนใจชาสมุนไพรเพื่อสุขภาพ และ กลุ่มพนักงานบริษัทรุ่นใหม่ (Gen Z/Millennials) ที่โยเยหาประสบการณ์แปลกใหม่ (Authentic Experience) เช่น การทำ Workshop ข้าวเบือหรือการท่องเที่ยวไอศกรีมรสชาติพื้นเมือง ความต้องการของคนกลุ่มนี้คือตัวกำหนดทิศทางของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Demand-driven) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media Platforms) ทั้ง Facebook, TikTok และ Instagram ไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือ แต่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในฐานะ "ผู้ขยายผล" (Amplifier) หากนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดีและแชร์ต่อ จะเกิดแรงเหวี่ยงทางการตลาดที่ชุมชนไม่ต้องจ่ายเงินซื้อ บทสรุปของความเชื่อมโยง



ความสำเร็จของทั้ง 4 ผลงานนี้ขึ้นอยู่กับ การ "สร้างสมดุล" ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ถ้ากลุ่มต้นน้ำเข้มแข็ง แต่ขาดกลุ่มกลางน้ำ ผลงานจะหยุดอยู่ที่สินค้าชุมชนแบบเดิมๆ ไม่สามารถเป็น "ไอศกรีม New Gen" ได้ ถ้ากลุ่มกลางน้ำเก่ง แต่ไม่ได้รับความยินยอมจากกลุ่มต้นน้ำ จะเกิดปัญหา "การฉกฉวยทางวัฒนธรรม" (Cultural Appropriation) ถ้าขาดกลุ่มปลายน้ำ โครงการทั้งหมดจะเป็นเพียงโครงการศึกษาที่จบลงในกระดาษ โดยไม่มีรายได้กลับไปจ้างงานคนในพื้นที่

บทวิเคราะห์รายละเอียดผลผลิตทั้ง 4 อย่าง

1. ชา 12 เซียนสมุนไพร โอสถแห่งขุนเขาและวิถีชาวม้ง

ผลงานนี้ไม่ใช่เพียงการจำหน่ายเครื่องดื่ม แต่เป็นการส่งต่อ "วัฒนธรรมการเยียวยา" ของชาวม้งที่ผูกพันกับผืนป่า สารสำคัญอยู่ที่การคัดสรรสมุนไพร 12 ชนิดที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว เช่น เย้ชวนถั่ว ที่ช่วย

บำรุงเส้นเอ็นให้แข็งแรงเพื่อการตรากตรำงานหนัก หรือ ก่อทู่ ที่ใช้ดับพิษไข้และบรรเทาความเหนื่อยล้าจากการเดินทางไกล ผลผลิตนี้ถูกออกแบบมาให้นำเสนอผ่านความรู้สึก "ความไว้วางใจและอบอุ่น" เพื่อให้กลุ่มผู้เกษียณอายุรู้สึกถึงการดูแลที่จริงใจจากภูมิปัญญาบรรพบุรุษ โดยใช้ช่องทาง Facebook เป็นสื่อกลางในการร้อยเรียงเรื่องราวตั้งแต่การเดินป่าเก็บสมุนไพรไปจนถึงถ้วยชาที่พร้อมดื่ม

องค์ประกอบสมุนไพรเด่น

- จิงจูฉ่าย สรรพคุณบำรุงร่างกายและบรรเทาอาการปวดเมื่อยหลังจากการทำงาน
- ว่านทองใบม่วง มุ่งเน้นการบำรุงเลือดและเสริมสร้างระบบภายใน
- เก๊กฮวยป่า มอบกลิ่นหอมผ่อนคลายพร้อมสรรพคุณแก้ปวดหลัง
- ชะซี่ง สมุนไพรเฉพาะทางที่ช่วยบรรเทาอาการปวดท้องน้อย

ชา 12 เชียนสมุนไพร: โอสถแห่งขุนเขาและวิถีชาวม้ง
 สร้างทางฯ "วัฒนธรรมการเยียวยา" ของคตมิตนุติมที่อ้อซังพันป่า

- ความไว้วางใจและอบอุ่น
- Target กลุ่มผู้เกษียณอายุ
- Sincerecaay ภูมิปัญญาบรรพบุรุษ

ยี่ชวนถั่ว
 Yeshuan Thua
 บำรุงเส้นเอ็นให้แข็งแรง เพื่อการตรากตรำงานหนัก

ก้อทู่
 Kor Thu
 ดับพิษไข้และบรรเทาความเหนื่อย ล้าจากการเดินทางไกล

วิถีชาวม้งและผืนป่า
 Hmong Way & Forest Connection
 Selection of 12 Unique Herbs
 คัดสรรสมุนไพร 12 ชนิดที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว
 ๓๓ Storytelling
 ช่องทาง Facebook

องค์ประกอบสมุนไพรเด่น

- จิงจูฉ่าย**
 บำรุงร่างกายและบรรเทาอาการปวดเมื่อยหลังจากการทำงาน
- ว่านทองใบม่วง**
 บำรุงเลือดและเสริมสร้างระบบภายใน
- เก๊กฮวยป่า**
 กลิ่นหอมผ่อนคลาย พร้อมสรรพคุณแก้ปวดหลัง
- ชะซี่ง**
 สมุนไพรเฉพาะทางที่ช่วยบรรเทาอาการปวดท้องน้อย

การดูแลที่จริงใจและความอบอุ่น

2. ลั๊วะ ครีวอาหารอแกนิกและจิตวิญญาณแห่งบ่อแก้ว

ผลงานนี้ออกแบบประสบการณ์โดยใช้ "อาหารเป็นศูนย์กลางของชีวิต" (Audience-centric Check Point) เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มพนักงานบริษัทที่โหยหาความสงบ สาระสำคัญคือการสร้าง "AHA! Moment" ผ่านการให้ผู้มาเยือนได้ลงมือปลูกพืชผักและปรุงอาหารด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแต่เปี่ยมด้วยความสุขที่มักถูกมองข้าม พร้อมเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของชนชาติพันธุ์ลั๊วะที่หลงเหลือร่องรอยผ่านโบราณวัตถุในพื้นที่ตำบลบ่อแก้ว

ประสบการณ์เชิงลึก

- กิจกรรม Workshop การเรียนรู้วิธีการดูแลหมูและวัตถุดิบแบบธรรมชาติโดยตรงจากเจ้าของสูตรอาหารชาวลั๊วะ

- วิธีหัตถศิลป์ การฝึกทอผ้าจกสานเพื่อใช้เองตามแบบฉบับดั้งเดิม
- สัมผัสอัตลักษณ์ การลองสวมใส่ชุดประจำเผ่าเพื่อเรียนรู้ความหมายลึกซึ้งที่ซ่อนอยู่ในสีและลวดลายของผ้าทอ
- การเชื่อมโยง การต้อนรับอย่างอบอุ่นจากผู้นำชุมชน (ไต) ที่ทำให้ผู้มาเยือนรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวแล้ว



3. ข้าวเบือและก๊อว รสชาติแห่งความสามัคคีชาวปกากะญอ

ผลงานนี้เป็นการสื่อสารผ่านสัญลักษณ์ที่ทรงพลังที่สุดของชาวปกากะญอ นั่นคือ "ข้าวเบือ" (ตะพะพ้อ) ซึ่งเปรียบเสมือนรากเหง้าของชีวิต สารสำคัญคือการสะท้อนความรักและความสามัคคีที่เคี่ยวรวมกันอยู่ในหม้อเดียว ควบคู่ไปกับศิลปะการทอผ้าแบบ "ก๊อว" ที่เป็นเครื่องนุ่งห่มซึ่งสะท้อนตัวตนและวัฒนธรรมผ่านลวดลายธรรมชาติ เช่น ดอกไม้และรวงข้าว โครงการนี้มุ่งหวังให้นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ได้รับแรงบันดาลใจจากการเห็นคุณค่าของวัตถุดิบพื้นบ้านที่ไม่ได้มีไว้แค่กิน แต่เป็นส่วนหนึ่งของสายสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติ

ขั้นตอน

- วิธีการปรุง เริ่มต้นจากการพาไปเก็บผักสวนครัวและสมุนไพรที่ปลูกรอบบ้านเพื่อนำมาเป็นส่วนประกอบหลัก
- ศิลปะการถักทอ การชมสาธิตการทอผ้าก๊อวโดยคุณยายผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นการส่งต่อภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น
- สุนทรียภาพ การรับรู้ถึงความเรียบง่ายแต่ลึกซึ้งผ่านการมัดข้าวและการสีข้าวแบบดั้งเดิมที่หาชมได้ยากในปัจจุบัน



4. ไอศกรีมขนมพื้นเมือง นวัตกรรมจากความทรงจำไทยพื้นเมือง

ผลงานนี้เป็นการพลิกโฉมขนมพื้นเมืองเหนือที่ถูกมองว่า "เชย" ให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ "New Gen" ในรูปแบบไอศกรีมรสชาติต่างๆ สาระสำคัญคือการสร้างประสบการณ์ใหม่ผ่านการรับรส (Taste) เพื่อให้คนรุ่นใหม่หันกลับมาสนใจและอนุรักษ์วัฒนธรรมขนมเชียงใหม่ โดยเลือกใช้โทนสีเย็น (ฟ้า, เขียว, น้ำตาล) ในการสื่อสารเพื่อให้ความรู้สึกที่อบอุ่นและเรียบง่ายตามวิถีชาวไทยพื้นเมือง

รสชาติแห่งนวัตกรรม

- เป้าหมายแฝง การสร้างรายได้หมุนเวียนให้แก่ชุมชนผ่านการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเพื่อสร้างความยั่งยืน



วิธีการประเมินผลความสำเร็จของโครงการหรือกิจกรรมตามตัวชี้วัดสามารถระบุได้ดังนี้

1. ตัวชี้วัดเชิงต้นทุน บทวิเคราะห์ Stakeholder Mapping (เป้าหมาย 1 ฉบับ)

- **วิธีการประเมิน** ประเมินจากความครบถ้วนและคุณภาพของเนื้อหาใน "บทวิเคราะห์ Stakeholder Mapping"
- **เกณฑ์การพิจารณา**
 - ต้องครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียครบทั้ง 3 ระดับ คือ **ระดับต้นน้ำ** (กลุ่มชาติพันธุ์และคนรุ่นใหม่), **ระดับกลางน้ำ** (สถาบันการศึกษา หน่วยงานท้องถิ่น ทีมสร้างสรรค์สื่อ) และ **ระดับปลายน้ำ** (นักท่องเที่ยวเป้าหมายและเครือข่ายสังคมออนไลน์)
 - ต้องมีการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงและการสร้างสมดุลระหว่างฝ่ายต่างๆ เพื่อความสำเร็จของโครงการ

2. ตัวชี้วัดเชิงเวลา สินค้าหรือบริการที่ถูกพัฒนาขึ้น (เป้าหมาย 3 ผลงาน)

- **วิธีการประเมิน** ประเมินจากการพัฒนา "ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ" (Prototypes) ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนบ่อแก้ว
- **เกณฑ์การพิจารณา** ตรวจสอบความสำเร็จรายโครงการตามที่ปรากฏในรายงาน 4 ผลงาน ได้แก่:
 1. **ชา 12 เขียนสมุนไพรม** มีการคัดสรรสมุนไพรม 12 ชนิดที่มีอัตลักษณ์และระบุสรรพคุณชัดเจน
 2. **วิถีล๊ะ ครัวอาหารอแกนิก** มีกิจกรรม Workshop เรียนรู้การดูแลวัตถุดิบและทำอาหารที่บ้าน
 3. **ข้าวเบือและก๋วยเตี๋ยว** มีการสาธิตการปรุงอาหารและการทอผ้าก๋วยเตี๋ยวที่เป็นสัญลักษณ์วัฒนธรรม
 4. **ไอศกรีมขนมพื้นเมือง** มีการพัฒนาไอศกรีม 3 รสชาติใหม่ (ขนมเทียน, ขนมใส่ไส้, ข้าวต้มมัด)

3. ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ บทความวิชาการ (เป้าหมาย 1 บทความ)

- **วิธีการประเมิน** ตรวจสอบความคืบหน้าของการจัดทำบทความวิชาการจากการบูรณาการศาสตร์ระหว่าง คณะพัฒนาการท่องเที่ยว และ สถาบันเทคโนโลยีจิตรลดา
- **เกณฑ์การพิจารณา** เนื้อหาต้องครอบคลุม คำสำคัญต่างๆในพื้นที่ ที่สามารถขยายผลสู่พื้นที่อื่นได้อย่างยั่งยืน

4. ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ Infographic ชุดองค์ความรู้ (เป้าหมาย 1 ผลงาน)

- **วิธีการประเมิน** ตรวจสอบการผลิตสื่อ Infographic ที่ "แปลความหมาย" วัฒนธรรมที่ซับซ้อนให้เข้าใจง่าย
- **เกณฑ์การพิจารณา**
 - สื่อต้องมีการบูรณาการความรู้ด้านการท่องเที่ยว การเป็นผู้ประกอบการ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน
 - สามารถทำหน้าที่ลดช่องว่างในการสื่อสารระหว่างชาวบ้านและนักท่องเที่ยวได้จริง

สรุปผลการประเมิน

1. ตัวชี้วัดเชิงต้นทุน บทวิเคราะห์ Stakeholder Mapping

- เป้าหมาย 1 ฉบับ
- สรุปผลการประเมิน บรรลุตามเป้าหมาย
- รายละเอียดความสำเร็จ
 - ปรากฏบทวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียครบถ้วนทั้ง 3 ระดับ คือ **ระดับต้นน้ำ** (กลุ่มชาติพันธุ์และคนรุ่นใหม่) , **ระดับกลางน้ำ** (สถาบันการศึกษา หน่วยงานท้องถิ่น และทีมสร้างสรรค์) และ **ระดับปลายน้ำ** (นักท่องเที่ยวและเครือข่ายสังคมออนไลน์)
 - มีการวิเคราะห์เชิงลึกถึงการสร้างสมดุลระหว่างฝ่ายต่างๆ โดยระบุว่าหากขาดความสมดุลระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละระดับ ผลงานจะขาดจิตวิญญาณ หรือไม่สามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์นวัตกรรมได้

2. ตัวชี้วัดเชิงเวลา สินค้าหรือบริการที่ถูกพัฒนาขึ้น

- เป้าหมาย 3 ผลงาน
- สรุปผลการประเมิน บรรลุเกินเป้าหมาย (ดำเนินการได้ 4 ผลงาน)
- รายละเอียดความสำเร็จ
 - **ชา 12 เขียนสมุนไพรร:** มีการคัดสรรสมุนไพรร 12 ชนิดที่มีอัตลักษณ์เฉพาะของชาวม้ง พร้อมระบุสรรพคุณเชิงบำบัดอย่างชัดเจน
 - **วิถีลัวะ ครั้วอาหารอแกนิก** พัฒนากิจกรรม Workshop ที่ให้นักท่องเที่ยวลงมือปลูกพืชและปรุงอาหารอแกนิกสะท้อนอัตลักษณ์ลัวะ
 - **ข้าวเบ๊อะและก๊อเว** นำเสนอการทำอาหาร "ข้าวเบ๊อะ" และการทอผ้า "ก๊อเว" ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ความสามัคคีของชาวปกากะญอ
 - **ไอศกรีมขนมพื้นเมือง:** พัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมไอศกรีม 3 รสชาติ (ขนมเทียน, ขนมใส่ไส้, ข้าวต้มมัด) เพื่อดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่

3. ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (ร่าง) บทความวิชาการ

- เป้าหมาย 1 (ร่าง)บทความ
- สรุปผลการประเมิน บรรลุตามเป้าหมาย
- รายละเอียดความสำเร็จ
 - เกิดชุดความรู้แบบมีส่วนร่วมที่เกิดจากการลงพื้นที่จริงและการบูรณาการความเชี่ยวชาญระหว่างคณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และสถาบันเทคโนโลยีจิตรลดา
 - เนื้อหาบทความมุ่งเน้นกระบวนการที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้และขยายผลสู่พื้นที่อื่นได้อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

4. ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ Infographic ชุดองค์ความรู้

- เป้าหมาย 1 ผลงาน
- สรุปผลการประเมิน บรรลุตามเป้าหมาย
- รายละเอียดความสำเร็จ
 - มีการผลิตชุดองค์ความรู้ที่บูรณาการศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว การแปรรูปเกษตร และการตลาดดิจิทัล
 - สื่อที่ผลิตขึ้นทำหน้าที่เป็น "สะพานเชื่อม" และ "การแปลความหมาย" ทางวัฒนธรรมที่ซับซ้อนให้เป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวเข้าถึงและเข้าใจง่าย

ตอนที่ 7 รายงานความสำเร็จตามเป้าหมายตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	ประเภท	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลลัพธ์	การบรรลุเป้าหมาย
1. บทวิเคราะห์ Stakeholder Mapping จากการทำงานเชิงเครือข่าย	เชิงต้นทุน	ฉบับ	1	1	บรรลุ
2. สินค้าหรือบริการที่ถูกพัฒนาขึ้นจากโครงการ	เชิงเวลา	ผลงาน	3	4	บรรลุ
3. (ร่าง) บทความวิชาการสำหรับขอรับการตีพิมพ์เผยแพร่	เชิงคุณภาพ	บทความ	1	1	บรรลุ
4. Infographic ชุดองค์ความรู้จากการบูรณาการศาสตร์ในการทำงานเชิงพื้นที่	เชิงปริมาณ	ผลงาน	1	4	บรรลุ

ตอนที่ 8 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
1. ด้านกระบวนการและขั้นตอนการดำเนินงาน	4.85	มากที่สุด
- การประชาสัมพันธ์โครงการและขั้นตอนการสมัคร	4.80	มากที่สุด
- ระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมมีความเหมาะสม	4.90	มากที่สุด
2. ด้านวิทยากรและการถ่ายทอดความรู้	4.92	มากที่สุด
- วิทยากรมีความเชี่ยวชาญและถ่ายทอดเนื้อหาได้ชัดเจน	4.95	มากที่สุด
- การให้คำปรึกษาและดูแลนักศึกษาในการลงพื้นที่	4.90	มากที่สุด
3. ด้านเนื้อหาและการนำไปใช้ประโยชน์	4.88	มากที่สุด
- เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และการพัฒนาทักษะผู้ประกอบการ	4.90	มากที่สุด
- สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนได้จริง	4.85	มากที่สุด
- การสร้างจิตสำนึกจิตอาสาและความรับผิดชอบต่อสังคม	4.90	มากที่สุด
4. ด้านการบริหารจัดการและสถานที่	4.78	มากที่สุด
- ความเหมาะสมของสถานที่พักและสถานที่ฝึกปฏิบัติงาน	4.75	มากที่สุด
- อาหารและเครื่องดื่มมีความเพียงพอและเหมาะสม	4.80	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวมทุกด้าน	4.86	มากที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนน

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

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณผ่านแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) 5 ระดับ พบว่าในภาพรวมและรายด้าน ผลการประเมินมีนัยสำคัญเชิงบวกที่โดดเด่น โดยมีรายละเอียดบทวิเคราะห์ดังนี้

1. บทสรุปภาพรวม (Overall Performance)

ผลการประเมินภาพรวมทุกด้านมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.86 จากคะแนนเต็ม 5.00 ซึ่งเมื่อเทียบกับเกณฑ์การแปลผล (Mean Score Interpretation) พบว่าอยู่ในระดับ "มากที่สุด" สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Efficiency and Effectiveness) ของการบริหารจัดการโครงการที่สอดคล้องกับความคาดหวังและความต้องการของผู้เข้าร่วมโครงการในระดับสูงยิ่ง

2. วิเคราะห์เชิงลึกรายมิติ (Dimensional Analysis)

- ด้านวิทยากรและการถ่ายทอดความรู้ (ค่าเฉลี่ย 4.92) ถือเป็นจุดแข็ง (Strengths) ที่สำคัญที่สุดของโครงการนี้ โดยเฉพาะในประเด็นความเชี่ยวชาญและการถ่ายทอดเนื้อหาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.95) แสดงถึง "Competency" ของผู้สอนที่สามารถแปลงทฤษฎีไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม ส่งผลต่อการเรียนรู้แบบ Active Learning อย่างมีนัยสำคัญ

- ด้านเนื้อหาและการนำไปใช้ประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 4.88) ข้อมูลบ่งชี้ถึงความคุ้มค่า (Worthiness) ของโครงการ โดยเฉพาะความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และการนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (4.85 - 4.90) สิ่งนี้สะท้อนถึงการออกแบบหลักสูตรที่ยึดเอาบริบทของพื้นที่และ "User-Centered Design" เป็นตัวตั้ง

- ด้านกระบวนการและขั้นตอนการดำเนินงาน (ค่าเฉลี่ย 4.85) ความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่เหมาะสม (4.90) แสดงให้เห็นถึงการวางแผนเชิงกลยุทธ์และการจัดสรรเวลา (Time Management) ที่ไม่ทำให้เกิดภาระทางจิตวิทยาต่อผู้เข้าอบรมจนเกินไป

- ด้านการบริหารจัดการและสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.78) แม้จะเป็นคะแนนที่น้อยที่สุดในกลุ่ม แต่ยังคงอยู่ในระดับ "มากที่สุด" ทั้งนี้ ประเด็นด้านสถานที่พักและสถานที่ฝึกปฏิบัติ (4.75) อาจเป็นจุดที่สามารถนำไปปรับปรุง (Areas for Improvement) เพื่อยกระดับความสมบูรณ์แบบในโครงการถัดไป

3. ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ (Professional Observations)

1. High Concentration of Excellence ค่าเฉลี่ยที่สูงกว่า 4.50 ในทุกหัวข้อ บ่งบอกถึง "Service Quality" ที่มีความคงเส้นคงวา (Consistency) ตลอดช่วงระยะเวลาโครงการ

2. Sustainability Factor การที่ผู้เข้าร่วมพึงพอใจในด้าน "การสร้างจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม" (4.90) สูงทัดเทียมกับด้านทักษะอาชีพ เป็นตัวชี้วัดสำคัญว่าโครงการนี้ไม่ได้มุ่งเน้นเพียง *Hard Skills* แต่ยังประสบความสำเร็จในการบ่มเพาะ *Mindset* ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของความยั่งยืน (Sustainability)
3. Future Strategy ในการประเมินครั้งหน้า แนะนำให้มีการทำ Focus Group หรือ Interview เพิ่มเติม เพื่อเจาะลึกข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ว่าองค์ประกอบใดของวิทยาการที่สร้างแรงจูงใจแก่ผู้เข้าร่วมได้สูงที่สุด เพื่อถอดบทเรียนเป็น Best Practice ต่อไป

ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินโครงการครั้งต่อไป

1. การต่อยอดองค์ความรู้สู่การปฏิบัติจริง (Sustainability & Scaling)
 - Post-Project Monitoring เนื่องจากคะแนนด้านการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์สูงมาก (4.85 - 4.90) ควรมีการติดตามผล (Follow-up) ในระยะ 3-6 เดือนหลังจบโครงการ เพื่อประเมินว่าผู้เข้าร่วมสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนได้จริงตามที่ตั้งเป้าไว้หรือไม่ และมีอุปสรรคใดเกิดขึ้นในทางปฏิบัติ
 - Knowledge Management (KM) ควรมีการถอดบทเรียน (Lesson Learned) จากวิทยาการที่มีคะแนนความพึงพอใจสูงสุด (4.95) เพื่อทำเป็นคู่มือหรือสื่อการสอนดิจิทัล ให้ผู้เข้าร่วมสามารถกลับมาทบทวนได้ตลอดเวลา (Lifelong Learning)
2. การยกระดับการบริหารจัดการส่วนสนับสนุน (Logistics Optimization)
 - Site Selection & Facilities แม้คะแนนด้านสถานที่ (4.75) จะอยู่ในระดับมากที่สุด แต่ถือเป็นจุดที่ได้คะแนนน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่น ควรมีการสำรวจความต้องการเฉพาะด้าน (Specific Needs) ก่อนการจัดงานครั้งถัดไป เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุหรือผู้พิการ หรือระบบอินเทอร์เน็ตในพื้นที่ฝึกปฏิบัติ เพื่อปิดช่องว่างของคะแนนส่วนนี้
 - Resource Allocation ด้านอาหารและเครื่องดื่ม (4.80) ควรพิจารณาความหลากหลายของเมนูที่สอดคล้องกับสุขภาพหรือวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อสร้างความประทับใจเชิงลึก (Emotional Connection) ให้กับผู้เข้าร่วม
3. การพัฒนากระบวนการประชาสัมพันธ์ (Strategic Communication)
 - Multi-Channel Marketing: ด้านการประชาสัมพันธ์ได้รับคะแนน 4.80 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ดีมาก แต่อาจเพิ่มช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ เช่น การใช้ Influencer ในท้องถิ่น หรือการทำคลิปวิดีโอสั้น (Short-form Video) เพื่ออธิบายขั้นตอนการสมัครให้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้นตั้งแต่วันแรก
4. การวัดผลเชิงผลลัพธ์และผลกระทบ (Outcome & Impact Measurement)
 - SROI Analysis: ในโครงการถัดไป แนะนำให้ขยายจากการวัดเพียง "ความพึงพอใจ" (Satisfaction) ไปสู่การวัด "ผลตอบแทนทางสังคม" (Social Return on Investment: SROI) เพื่อแสดงให้เห็นว่าเงินทุกบาทที่ลงไปในการดำเนินโครงการนี้สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมกลับมาเท่าใด

- Individual Development Plan: เนื่องจากการสร้างจิตสำนึกที่รับผิดชอบต่อสังคมได้คะแนนสูง (4.90) ควรมีการสร้างเครือข่ายศิษย์เก่า (Alumni Network) เพื่อให้ผู้เข้าร่วมโครงการรุ่นก่อนๆ กลับมาเป็น "พี่เลี้ยง" (Mentor) ให้กับรุ่นถัดไป ซึ่งจะช่วยลดภาระงานของวิทยากรหลักและสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนอย่างยั่งยืน

ปัญหาและอุปสรรค

-

ตอนที่ 9 รายงานผลการใช้จ่ายงบประมาณ

แผนการใช้จ่ายงบประมาณโครงการ		ผลการใช้จ่ายงบประมาณโครงการ	
ผลผลิต นักศึกษาผ่านกระบวนการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการต้นแบบจากกระบวนการฝึกอบรมได้			
กิจกรรม การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ การเดินทางเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง			
ค่าใช้จ่าย	แผน	ค่าใช้จ่าย	ผล
- ค่าที่พักอาจารย์ (จำนวน 800 บาท x 1 คน x 4 วัน)	3,200	- ค่าที่พักอาจารย์ (จำนวน 800 บาท x 1 คน x 4 วัน)	3,200
- ค่าที่พักนักศึกษา (จำนวน 600 บาท x 8 คน x 4 วัน)	19,200	- ค่าที่พักนักศึกษา	16,000
- ค่าอาหารเช้า (จำนวน 100 บาท x 9 คน x 7 วัน)	6,300	- ค่าอาหารเช้า (จำนวน 100 บาท x 9 คน x 5 วัน)	4,500
- ค่าอาหารกลางวัน (จำนวน 100 บาท x 9 คน x 7 วัน)	6,300	- ค่าอาหารกลางวัน (จำนวน 100 บาท x 9 คน x 7 วัน)	6,300
- ค่าอาหารเย็น (จำนวน 100 บาท x 9 คน x 7 วัน)	6,300	- ค่าอาหารเย็น (จำนวน 100 บาท x 9 คน x 4 วัน)	3,600
- ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม (จำนวน 50 บาท x 9 คน x 2 มื้อ x 7 วัน)	6,300	- ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม (จำนวน 50 บาท x 9 คน x 2 มื้อ x 7 วัน)	6,300
- ค่าจ้างเหมารถตู้ (จำนวน 1,800 บาท x 1 คัน x 3 วัน)	5,400	- ค่าจ้างเหมารถตู้ (จำนวน 1,800 บาท x 1 คัน x 3 วัน)	5,400
- ค่าจ้างเหมารถรับจ้างเพื่อเดินทางในชุมชนพร้อมน้ำมันเชื้อเพลิง (จำนวน 1,200 บาท x 1 คัน x 5 วัน)	6,000	- ค่าจ้างเหมารถรับจ้างเพื่อเดินทางในชุมชนพร้อมน้ำมันเชื้อเพลิง (จำนวน 1,200 บาท x 1 คัน x 5 วัน)	6,000
ค่าตอบแทน		ค่าตอบแทน	
-	-	-	-
ค่าวัสดุ		ค่าวัสดุ	
- วัสดุน้ำมันเชื้อเพลิง	5,000	- วัสดุน้ำมันเชื้อเพลิง	2,040
รวม	64,000	รวม	53,340

ตอนที่ 10 ภาคผนวก

ภาพประกอบกิจกรรมโครงการ



(ร่าง) บทความวิชาการสำหรับขอรับการตีพิมพ์เผยแพร่

รูปแบบการประยุกต์ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือบูรณาการเชื่อมโยงการเกษตร อาหาร และสุขภาพบนฐาน
ความรับผิดชอบต่อ

A Model for Applying Tourism as a Tool for Creating Shared Value Linking Agriculture,
Food and Wellness

บทนำ

ในยุคที่โลกกำลังเผชิญกับความท้าทายครั้งสำคัญเรื่องความมั่นคงทางอาหาร การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และความไม่เท่าเทียมทางสังคม การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่สร้างคุณค่าร่วมระหว่างภาคเกษตรกรรม อาหาร และสุขภาพจึงกลายเป็นแนวทางสำคัญที่ได้รับความสนใจอย่างแพร่หลายจากนักวิชาการและผู้กำหนดนโยบายทั่วโลก การบูรณาการดังกล่าวไม่เพียงแต่สร้างโอกาสใหม่ในการพัฒนาภาคเกษตรกรรมเท่านั้น แต่ยังนำไปสู่เส้นทางที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและยั่งยืนมากขึ้น (Chen et al., 2025; Stalmirska & Ali, 2025) ควบคู่กับความท้าทายดังกล่าว การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคหลังสถานการณ์ COVID-19 ได้ปรับเปลี่ยนทิศทางการท่องเที่ยวให้เน้นประสบการณ์ที่แท้จริง ยั่งยืน และเชื่อมโยงกับชุมชนท้องถิ่นมากขึ้น การระบาดของโควิด-19 ได้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสำคัญในการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมได้กลายเป็นกลยุทธ์ที่มีศักยภาพสำหรับการฟื้นฟูเศรษฐกิจและการฟื้นฟูพื้นที่ชุมชนชนบท (Sirichai and Thanakit, 2025) ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมดังกล่าวสะท้อนให้เห็นชัดเจนในกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่มีแนวโน้มหันไปให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่เน้นประสบการณ์ ความเป็นธรรม และการเชื่อมต่อกับชุมชนท้องถิ่น โดย 34% ให้ความสำคัญกับการตีความวัฒนธรรมท้องถิ่น และ 42% สนใจการเยี่ยมชมและสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น (McKinsey, 2024; Travel and Tour World, 2024) โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานวิจัยระบุว่า Generation Z มีทัศนคติเชิงบวกต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีความยินดีที่จะเสียสละเพื่อสิ่งแวดล้อม (Ribeiro et al., 2025)

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวดังกล่าวได้ส่งผลให้เกิดการเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโลกที่มีมูลค่าถึง 7.87 พันล้านดอลลาร์ในปี 2024 และคาดว่าจะเติบโต 11.7% ต่อปี โดยผู้เดินทางรุ่นใหม่ (Millennials และ Gen Z) ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในฟาร์ม กิจกรรมในรูปแบบ

แบบลงทะเบียน

โครงการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมด้วยการประยุกต์ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ
รุ่นที่ 2 : การเดินทางเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง (Journey of Change)

วันที่ 24 พฤษภาคม 2568

ณ อาคารพัฒนาวชิรวิทย์ ชั้น 2 มหาวิทยาลัยแม่โจ้, ตำบลบ่อแก้ว อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่
และพื้นที่ศึกษาจตุรพักตรพิมาน จังหวัดศรีสะเกษ

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	ลายมือชื่อ
1	อ.ดร.กวีดี ตระการศิริวานิช	อาจารย์ / ผู้รับผิดชอบโครงการ	กวีดี
2	นายกวีวัฒน์ภรณ์ คำจ้อย	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	กวีวัฒน์ภรณ์
3	นางสาวศศิภา อินเขียวสาย	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	ศศิภา
4	นางสาววิญชนก กระระโยณ	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	วิญชนก
5	นายธีรพงษ์ สมเวียง	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	ธีรพงษ์
6	นางสาวช่อธิดา ยอดคำ	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	ช่อธิดา
7	นางสาวพรรณนภา ศรียะ	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	พรรณนภา
8	นายณัฐชนน ปัญญาใจ	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	ณัฐชนน
9	นายอนนพชัย ชมชื่น	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	อนนพชัย

แบบลงทะเบียน

โครงการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมด้วยการประยุกต์ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ
รุ่นที่ 2 : การเดินทางเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง (Journey of Change)

วันที่ 25 พฤษภาคม 2568

ณ อาคารพัฒนาวชิรวิทย์ ชั้น 2 มหาวิทยาลัยแม่โจ้, ตำบลบ่อแก้ว อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่
และพื้นที่ศึกษาจตุรพักตรพิมาน จังหวัดศรีสะเกษ

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	ลายมือชื่อ
1	อ.ดร.กวีดี ตระการศิริวานิช	อาจารย์ / ผู้รับผิดชอบโครงการ	กวีดี
2	นายกวีวัฒน์ภรณ์ คำจ้อย	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	กวีวัฒน์ภรณ์
3	นางสาวศศิภา อินเขียวสาย	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	ศศิภา
4	นางสาววิญชนก กระระโยณ	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	วิญชนก
5	นายธีรพงษ์ สมเวียง	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	ธีรพงษ์
6	นางสาวช่อธิดา ยอดคำ	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	ช่อธิดา
7	นางสาวพรรณนภา ศรียะ	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	พรรณนภา
8	นายณัฐชนน ปัญญาใจ	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	ณัฐชนน
9	นายอนนพชัย ชมชื่น	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	อนนพชัย

แบบลงทะเบียน

โครงการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมด้วยการประยุกต์ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ
รุ่นที่ 2 : การเดินทางเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง (Journey of Change)

วันที่ 26 พฤษภาคม 2568

ณ อาคารพัฒนาวชิรวิทย์ ชั้น 2 มหาวิทยาลัยแม่โจ้, ตำบลบ่อแก้ว อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่
และพื้นที่ศึกษาจตุรพักตรพิมาน จังหวัดศรีสะเกษ

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	ลายมือชื่อ
1	อ.ดร.กวีดี ตระการศิริวานิช	อาจารย์ / ผู้รับผิดชอบโครงการ	กวีดี
2	นายกวีวัฒน์ภรณ์ คำจ้อย	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	กวีวัฒน์ภรณ์
3	นางสาวศศิภา อินเขียวสาย	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	ศศิภา
4	นางสาววิญชนก กระระโยณ	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	วิญชนก
5	นายธีรพงษ์ สมเวียง	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	ธีรพงษ์
6	นางสาวช่อธิดา ยอดคำ	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	ช่อธิดา
7	นางสาวพรรณนภา ศรียะ	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	พรรณนภา
8	นายณัฐชนน ปัญญาใจ	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	ณัฐชนน
9	นายอนนพชัย ชมชื่น	นักศึกษา คณะกรรมการท่องเที่ยว	อนนพชัย