



# นวัตกรรมท่องเที่ยวหลังโควิด และเศรษฐกิจฐานราก

## ผลงานนวัตกรรมเพื่อสังคม ประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1 ประจำปี 2565



“ทุกพื้นที่มีอัตลักษณ์ท้องถิ่นอันสวยงาม เปรียบเสมือนเพชรที่รอการเจียรไน และรอการเปล่งประกายส่องสว่างในวงกว้าง ดังนั้น สนช. จึงให้ความสำคัญและมุ่งมั่นตั้งใจพัฒนา การสนับสนุนธุรกิจท้องถิ่น กลุ่มเปราะบาง และกลุ่มชาติพันธุ์ รวมถึงการยกระดับการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนมาโดยตลอด”



ปี พ.ศ. 2565 นับเป็นปีที่ประเทศไทยเริ่มมีการคลี่คลายของสถานการณ์ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ซึ่งสร้างผลกระทบเชิงลบในวงกว้างให้แก่ประเทศไทยมายาวนานมากกว่า 2 ปี ซึ่งหนึ่งในภาคธุรกิจที่ค่อยๆ กลับมาฟื้นตัวได้คือธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่มีความเชื่อมโยงกับชุมชนเริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้น ทั้งในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จึงควรมีการเร่งพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับวิถีชุมชน เพื่อให้ตอบโจทย์กับแนวโน้มดังกล่าวมากขึ้น

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (สนช.) จึงได้ดำเนินการขับเคลื่อนงานด้านนวัตกรรมเพื่อสังคม เพื่อฟื้นฟูธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน โดยอาศัยรูปแบบกลไกการสนับสนุนผ่านหน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคมเชิงพื้นที่ (Social Innovation Driving Unit - SID) ในการช่วยบ่มเพาะ ยกระดับ รวมถึงร่วมพัฒนาขีดความสามารถของชุมชน ด้วยการพัฒนาระบบนิเวศ ด้านนวัตกรรม (Innovation Ecosystem) โดยการประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ การวิจัย และนวัตกรรม ตลอดจนมีการลงพื้นที่ ให้คำปรึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญ เนื่องจาก สนช. เชื่อว่าทุกพื้นที่มีอัตลักษณ์ท้องถิ่นอันสวยงาม เปรียบเสมือนเพชรที่รอการเจียรไน และรอการเปล่งประกายส่องสว่างในวงกว้าง ดังนั้น สนช. จึงให้ความสำคัญและมุ่งมั่นตั้งใจพัฒนา การสนับสนุนธุรกิจท้องถิ่น กลุ่มเปราะบาง และกลุ่มชาติพันธุ์ รวมถึงการยกระดับการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน มาโดยตลอด นับแต่ก่อตั้งหน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคมเชิงพื้นที่

ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ โดยวิทยาลัยพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยีชุมชนแห่งเอเชีย (adiCET) เป็นหนึ่งในหน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคมเชิงพื้นที่ของ สนช. ที่ช่วยดำเนินงานดังกล่าวประจำภูมิภาค ภาคเหนือตอนบน (SID-N1) โดยเฉพาะจังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดลำปาง สามารถดำเนินงานสนับสนุนและส่งเสริม ผู้ประกอบการและวิสาหกิจเพื่อสังคม ก่อให้เกิดผลงานนวัตกรรมที่ช่วยเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนยกระดับสินค้าจากกลุ่มชาติพันธุ์ ให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้แก่ชุมชนและกลุ่มชาติพันธุ์ อย่างเป็นรูปธรรม และ สนช. หวังเป็นอย่างยิ่งว่า SID-N1 จะดำเนินงานดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยสร้างโอกาสทางนวัตกรรมเพื่อสังคม และก่อเกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคม และชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

(คุณคุณาวุฒิ บุญญานพคุณ)

ผู้อำนวยการฝ่ายนวัตกรรมเพื่อสังคม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

“พร้อมสานต่อและขับเคลื่อนพลังของนวัตกรรมเพื่อสังคม  
บนฐานของการพัฒนาศักยภาพและตอบโจทย์ผู้ประกอบการ  
การธุรกิจ เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการเสริมสร้างและยก  
ระดับเศรษฐกิจฐานราก”



เข้าสู่ปีที่ 3 ของหน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคมประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1 (SID-N1) ดำเนินการโดย วิทยาลัยพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยีชุมชนแห่งเอเชีย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เพื่อเป็นหน่วยงานในการส่งเสริม พัฒนาศักยภาพและยกระดับผู้ประกอบการด้วยการพัฒนาผลงานนวัตกรรมเพื่อสังคมผ่านกระบวนการบ่มเพาะด้วยระบบพี่เลี้ยงและเครือข่ายนิเวศนวัตกรรมเพื่อสังคม

ในปีงบประมาณ 2565 นี้ หน่วย SID-N1 ได้สนับสนุนทุนผลงานนวัตกรรมเพื่อสังคม จำนวน 11 ผลงานภายใต้กรอบแนวคิด “นวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวเพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนและฟื้นฟูเศรษฐกิจฐานรากหลังสถานการณ์โควิด (COVID-19)” โดยมีผลงาน อาทิเช่น นวัตกรรมแพลตฟอร์มการท่องเที่ยวออนไลน์ ร่วมกับการใช้เทคโนโลยีภาพเสมือนจริง (AR/VR) การท่องเที่ยววิถีใหม่เชิงสร้างสรรค์ที่ยังคงอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมของพื้นที่ รวมถึงโปรแกรม แพ็คเคจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แช่น้ำแร่ออนเซน หัตถศิลป์บำบัด ตลอดจนผลงานนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ เป็นต้น

หน่วย SID-N1 มีความมุ่งมั่น ตั้งใจ และพร้อมสานต่อพันธกิจของหน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคมที่จะเป็นหน่วยงานกลางในการประสานและเชื่อมต่อระหว่างผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชนกับหน่วยงาน องค์กร และสถาบันอุดมศึกษาที่เป็นแหล่งสะสมองค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม และบุคลากรผู้เชี่ยวชาญ อาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการต่าง รวมทั้งหน่วยงานผู้ให้ทุนคือ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เพื่อให้การพัฒนา นวัตกรรมเป็นไปอย่างต่อเนื่องและสามารถก่อให้เกิดประโยชน์เชิงบวกต่อการขับเคลื่อนในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้กับประเทศต่อไป

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'นุศลิน' (Nuchalin).

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หทัยทิพย์ สิ้นธญา)

หัวหน้าหน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคม ประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1 (SID-N1)



## คำนำ

หน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคม ประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1 (Social Innovation Driving Unit of Northern Thailand 1) หรือหน่วย SID-N1 ภายใต้การสนับสนุนของ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มีพันธกิจในการเป็นหน่วยส่งเสริม สนับสนุน และขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาวัตกรรมการเพื่อสังคม และมุ่งเน้นการพัฒนานักนวัตกรรมด้านสังคมให้มีบทบาทในการแก้ไขปัญหา สร้างผลงานนวัตกรรมที่เกิดประโยชน์กับสังคมอย่างแท้จริง

ในปีงบประมาณ 2565 หน่วย SID-N1 ได้สนับสนุนทุนผลงานนวัตกรรมเพื่อสังคม จำนวน 11 ผลงาน ประกอบด้วย พื้นที่ดำเนินงานจังหวัดเชียงใหม่ 7 ผลงาน, จังหวัดแม่ฮ่องสอน 2 ผลงาน และจังหวัดลำปาง 2 ผลงาน ในครั้งนี้ หน่วย SID-N1 จึงได้รวบรวมผลงานนวัตกรรมเพื่อสังคมที่ได้สนับสนุนทุนดังกล่าว ไว้ในเล่ม “ผลงานนวัตกรรมเพื่อสังคมประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1 ประจำปี 2565” ขึ้น เพื่อเป็นการสร้างความประจักษ์ (Visibility) ผ่านการเผยแพร่ผลการดำเนินงานของผลงานนวัตกรรมเพื่อสังคมที่ได้รับการสนับสนุนทุนจากหน่วย SID-N1 ในปี 2565 โดยมุ่งหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลงานนี้จะเป็นประโยชน์ เป็นแนวทางและการประยุกต์ใช้ในการพัฒนา นวัตกรรมให้กับวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ หรือองค์กรเพื่อสังคมต่อไป

หน่วย SID-N1 ขอขอบคุณสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ที่ให้โอกาสและสนับสนุนการจัดตั้งหน่วย SID-N1 ขอขอบคุณคณะผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ที่ให้การสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานของหน่วย SID-N1 เป็นอย่างดี รวมทั้งผู้ประสานงานหน่วย SID-N1 ประจำพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน, พื้นที่จังหวัดตาก และพื้นที่จังหวัดลำปาง ตลอดจนผู้มีส่วนร่วม ที่ปรึกษาผลงาน และผู้ที่ได้รับทุนทุกท่านที่ก่อให้เกิดการขับเคลื่อนผลงานนวัตกรรมเพื่อสังคมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศต่อไป

คณะผู้จัดทำ

## สารบัญ

สารจากผู้อำนวยการฝ่ายนวัตกรรมเพื่อสังคม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	A
สารจากหัวหน้าหน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคม ประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1	B
คำนำ	C
สารบัญ	D
ผลงานนวัตกรรมเพื่อสังคม ประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1 ประจำปี 2564	
SIDN1-65-01 “SMART TRAVEL” แพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวแม่ฮ่องสอน ผ่านระบบ DARP Mae Hong Son tourist route planning platform DARP system	1
SIDN1-65-02 F.I.T” แพลตฟอร์มนำเที่ยวออนไลน์เสมือนจริงผ่านไกด์ส่วนตัว	6
SIDN1-65-03 CAMPSHOP แพลตฟอร์มการจัดการข้อมูลท่องเที่ยวสายแคมป์ปิ้ง	10
SIDN1-65-04 เที่ยวชุมชน ยลมวยไทย อาหารถูกใจไปลำปาง	20
SIDN1-65-05 E-Book ท่องเที่ยวอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ปกากะญอ ชุมชนบ้านห้วยบง	26
SIDN1-65-06 โครงการนวัตกรรมการจัดการบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนหลังวิกฤตโควิด-19 บ่อแช่ออนเซนต้นแบบ	31
SIDN1-65-07 การจัดการท่องเที่ยวสำหรับเยาวชนสร้างสรรค์มรดกชุมชนดงป่าจั่ว	37
SIDN1-65-08 Craft Therapy Studio การท่องเที่ยวเชิงหัตถศิลป์บำบัด	42
SIDN1-65-09 เครื่องเคลือบช็อคโกแลตขนาดเล็กโดยใช้แหล่งกำเนิดความร้อน และความเย็นจากแผ่นเพลเทียร์	47
SIDN1-65-10 นวัตกรรมการผลิตหัตถปาชุมชนแม่หอพระ	52
SIDN1-65-11 แกนน้อย” กรีนโปรดักส์ผลิตภัณฑ์สินค้าจากกลุ่มชาติพันธุ์	55
ภาคผนวก	63
รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินผลงานนวัตกรรมเพื่อสังคม ประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1	64
รายชื่อที่ปรึกษา คณะทำงาน และผู้ประสานงานประจำพื้นที่ หน่วย SID-N1	65

ผลงานนวัตกรรมเพื่อสังคม  
ประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1 ประจำปี 2565

**“SMART TRAVEL” แพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยว  
แม่ฮ่องสอนผ่านระบบ DARP**  
**Mae Hong Son tourist route planning platform DARP system**

นายบัญชา เสมาเพชร<sup>1</sup>, นายภูติ อักษรดิษฐ<sup>2</sup>, นางสาวพุทธชาติ ยมกิจ<sup>2</sup> และนายณัฐภูมิ วิทา<sup>2</sup>  
<sup>1</sup>หัวหน้าผลงาน/วิสาหกิจชุมชนแม่ฮ่องสอน 81 หมู่ที่ 1 ต.จองคำ อ.เมืองแม่ฮ่องสอน จ.แม่ฮ่องสอน 58000  
<sup>2</sup>อาจารย์ที่เลี้ยง/สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ 58000  
\*โทรศัพท์ : 0-93697-9791 E-mail beemix2004@hotmail.com

**บทคัดย่อ**

“SMART TRAVEL” แพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวแม่ฮ่องสอนผ่านระบบ DARP เป็นการแก้ไขปัญหาที่สำคัญในการวางแผนการจัดเส้นทางท่องเที่ยวที่ตอบสนองนักท่องเที่ยวได้ตรงกับความต้องการและผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนสามารถวางแผนการบริหารจัดการสถานประกอบการได้อย่างเหมาะสม เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการ ส่งผลต่อความประทับใจของนักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสร้างแพลตฟอร์ม “SMART TRAVEL” แพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวแม่ฮ่องสอนผ่านระบบ DARP 2) เพื่อสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวจาก “SMART TRAVEL” แพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวแม่ฮ่องสอนผ่านระบบ DARP และ 3) เพื่อพัฒนาองค์ความรู้แพลตฟอร์ม “SMART TRAVEL” แพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวแม่ฮ่องสอนผ่านระบบ DARP ให้กับเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยตรงกับการท่องเที่ยว วิธีการดำเนินงาน DARP เป็นแพลตฟอร์มที่ทำงานบนระบบอินเทอร์เน็ต ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phone) ผ่านช่องทาง LINE Official Account (Line OA) และเก็บรวบรวมข้อมูลในแพลตฟอร์ม เพื่อประมวลผล โดยระบบจะสร้างและเปลี่ยนจุดหมายปลายทางตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และการกด Active ในส่วนของผู้ประกอบการทำให้เที่ยวได้ขณะที่ผู้ประกอบการ/ชุมชนดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวโดยสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวแท้จริงได้ ที่ช่วยแก้ปัญหาให้กับนักท่องเที่ยว 1. การจัดเส้นทางท่องเที่ยวเองไม่มีประสิทธิภาพหรือจัดเองไม่ได้ 2. ใช้เวลาจัดเส้นทางท่องเที่ยวยาวนาน 3. ใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวไม่เต็มประสิทธิภาพ 4. ขาดข้อมูลจากเจ้าของธุรกิจ หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทันต่อเหตุการณ์ (Realtime) 5. ขาดข้อมูลกิจกรรมทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิม (ของแท้) และแก้ปัญหาเจ้าของธุรกิจหรือผู้ประกอบการกิจกรรมการท่องเที่ยว (Supply side) ส่วนใหญ่ประสบปัญหา 1. ไม่มีช่องทางเสนอกิจกรรมของธุรกิจหรือแหล่งท่องเที่ยวที่ (Realtime) 2. กระบวนการเสนอกิจกรรมมีความยุ่งยาก 3. ไม่สามารถนำเสนอแข่งกับแหล่งท่องเที่ยวกระแสหลักได้ และช่วยแก้ไขปัญหาการจัดสรรการใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างสูงสุดของนักท่องเที่ยว ที่จะส่งผลกระทบต่อความประทับใจและความบอกต่อแหล่งท่องเที่ยว จนนำไปสู่การเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้น

**คำสำคัญ** แพลตฟอร์มวางแผน เส้นทางท่องเที่ยว แม่ฮ่องสอน

## 1. บทนำ

จังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่นในด้านการท่องเที่ยว ทั้งการท่องเที่ยวที่ผสมผสานความหลากหลายทางสภาพภูมิศาสตร์ วัฒนธรรมธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่นบนพื้นที่สูงอย่างลงตัว จังหวัดแม่ฮ่องสอนมีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย ทางด้านสภาพภูมิศาสตร์ที่เกิดจากสภาพธรรมชาติ และนอกจากนี้แม่ฮ่องสอนยังศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเคยประวัติศาสตร์ที่เริ่มจากยุคก่อนประวัติศาสตร์ เนื่องจากเป็นถิ่นที่อยู่ของมนุษย์มาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์จากหลักฐานทางโบราณคดีที่ขุดค้นได้ในถ้ำถ้ำอ่าเภอปางมะผ้า ยุคล้านนาจนถึงปัจจุบันที่ยังคงความเป็นอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ที่โดดเด่นกว่าจังหวัดอื่นรวมถึงความเป็นอยู่ที่อยู่ร่วมกับธรรมชาติในพื้นที่สูงจึงก่อเกิดภูมิปัญญาอย่างมากมายอีกด้วยศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีมากมายส่งผลให้ผู้บริหารจังหวัดกำหนดวิสัยทัศน์ในการเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เปิดประตูสู่ตะวันตก ยกกระดับคุณภาพชีวิต พัฒนาเศรษฐกิจให้ยั่งยืนบนพื้นฐานแห่งความพอเพียง โดยมีแนวทางการพัฒนาประกอบด้วย 1) การสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เพิ่มศักยภาพการพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว 2) พื้นฟู อนุรักษ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต วัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ 3) พัฒนาศักยภาพบุคลากรและยกระดับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว และส่งเสริมการท่องเที่ยวในโครงการตามพระราชดำริ วนเกษตร เกษตรปลอดภัย เกษตรอินทรีย์ และการท่องเที่ยวโดยชุมชน แต่อย่างไรก็ตามแหล่งท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้นอยู่ในพื้นที่ห่างไกลกันและมีสภาพเส้นทางแตกต่างกันทำให้ต้องใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวยาวนาน (สำนักงานจังหวัดแม่ฮ่องสอน, 2565)

จากสภาพปัญหาข้างต้นในการลดระยะเวลาหรือการย้ายแหล่งท่องเที่ยวเพื่อลดระยะเวลาเดินทางท่องเที่ยวขึ้นเป็นแนวทางการแก้ปัญหาที่ยากลำบากเป็นไปได้ยาก แต่อย่างไรก็ดีผู้จัดการท่องเที่ยวควรจัดสรรการใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างสูงสุดซึ่งแนวทางนี้มีความเป็นไปได้มากกว่า การวางแผนการจัดเส้นทางท่องเที่ยวเป็นการกำหนดเส้นทางเข้าเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวและจุดที่น่าสนใจเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วยังได้รับความรู้ และเพลิดเพลินจากการท่องเที่ยว การวางแผนการจัดเส้นทางท่องเที่ยวขึ้นช่วยให้นักท่องเที่ยวที่อาจมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวสั้นท่องเที่ยวจากจุดเริ่มต้นและจุดท่องเที่ยวสุดท้ายไม่ซ้ำเส้นทางกันทำให้นักท่องเที่ยวได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ (วิภาวรรณ, 2551)

ซึ่งแพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวคุณภาพสำหรับนักท่องเที่ยวใช้ง่ายสูงที่เดินทางด้วยรถส่วนตัวด้วยการคิดเชิงออกแบบนี้จะช่วยแก้ไขปัญหาการจัดสรรการใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างสูงสุดของนักท่องเที่ยว ที่จะส่งผลกระทบต่อความประทับใจและการบอกต่อแหล่งท่องเที่ยว จนนำไปสู่การเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้น

โดยแพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวคุณภาพสำหรับนักท่องเที่ยวใช้ง่ายสูงที่เดินทางด้วยรถส่วนตัว ที่ทำงานบนระบบอินเทอร์เน็ต ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phone) โดยมีระบบสร้างและเปลี่ยนจุดหมายปลายทางตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และการกด Active ในส่วนของผู้ประกอบการทำให้เที่ยวได้ขณะที่ผู้ประกอบการ/ชุมชนดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวโดยสามารถส่งเสริมวัฒนธรรมที่แท้จริงได้ ที่ช่วยแก้ปัญหาให้กับนักท่องเที่ยว



1. การจัดเส้นทางท่องเที่ยวเองไม่มีประสิทธิภาพหรือจัดเองไม่ได้ 2. ใช้เวลาจัดเส้นทางท่องเที่ยวยาวนาน 3. ใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวไม่เต็มประสิทธิภาพ 4. ขาดข้อมูลจากเจ้าของธุรกิจ หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทันต่อเหตุการณ์ (Realtime) 5. ขาดข้อมูลกิจกรรมทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิม (ของแท้) และแก้ปัญหาเจ้าของธุรกิจหรือผู้ประกอบการกิจกรรมการท่องเที่ยว (Supply Side) ส่วนใหญ่ประสบปัญหา

1. ไม่มีช่องทางเสนอกิจกรรมของธุรกิจหรือแหล่งท่องเที่ยวที่ (Realtime) 2. กระบวนการเสนอกิจกรรมมีความยุ่งยาก 3. ไม่สามารถนำเสนอแข่งกับแหล่งท่องเที่ยวกระแสหลักได้

ดังนั้นแพลตฟอร์มนี้จะช่วยให้ชุมชนสามารถนำเสนอเอกลักษณ์ของชุมชนที่โดดเด่น รวมถึงเอกลักษณ์หรือกิจกรรมที่มีศักยภาพโดยเพิ่มกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของจังหวัดแม่ฮ่องสอนจนนำไปสู่การกระจายรายได้จากแหล่งท่องเที่ยวหลักสู่แหล่งท่องเที่ยวรองซึ่งเป็นการกระจายรายได้อย่างแท้จริง และแพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวคุณภาพฯ นี้ยังเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ และสื่อสารภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมดั้งเดิมของจังหวัดแม่ฮ่องสอนและยิ่งไปกว่านั้นยังเป็นต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวผ่าน แพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวคุณภาพฯ ให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนและจังหวัดอื่น ๆ ต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์โครงการ

1) เพื่อสร้างแพลตฟอร์ม “SMART TRAVEL” แพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวแม่ฮ่องสอนผ่านระบบ DARP

2) เพื่อสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวจาก “SMART TRAVEL” แพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวแม่ฮ่องสอนผ่านระบบ DARP

3. เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ในการใช้แพลตฟอร์ม “SMART TRAVEL” แพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวแม่ฮ่องสอนผ่านระบบ DARP ให้กับเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว

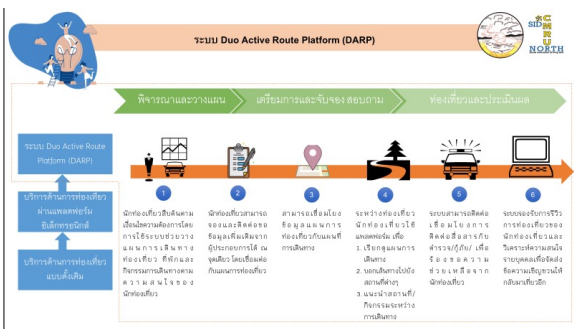
## 3. วิธีการดำเนินงาน

DARP เป็นแพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวคุณภาพสำหรับนักท่องเที่ยวใช้จ่ายสูงที่เดินทางด้วยรถส่วนตัว ที่ทำงานบนระบบอินเทอร์เน็ต ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phone) โดยมีระบบสร้างและเปลี่ยนจุดหมายปลายทางตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และการกด Active ในส่วนของผู้ประกอบการทำให้เที่ยวได้ขณะที่ผู้ประกอบการ/ชุมชนดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวโดยสามารถส่งเสริมวัฒนธรรมที่แท้จริงได้ ที่ช่วยแก้ปัญหาให้กับนักท่องเที่ยว 1. การจัดเส้นทางท่องเที่ยวเองไม่มีประสิทธิภาพหรือจัดเองไม่ได้ 2. ใช้เวลาจัดเส้นทางท่องเที่ยวยาวนาน 3. ใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวไม่เต็มประสิทธิภาพ 4. ขาดข้อมูลจากเจ้าของธุรกิจ หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทันต่อเหตุการณ์ (Realtime) 5. ขาดข้อมูลกิจกรรมทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิม (ของแท้) และแก้ปัญหาเจ้าของธุรกิจหรือผู้ประกอบการกิจกรรมการท่องเที่ยว (Supply side) ส่วนใหญ่ประสบปัญหา 1. ไม่มีช่องทางเสนอกิจกรรมของธุรกิจหรือแหล่งท่องเที่ยวที่ (Realtime) 2. กระบวนการเสนอกิจกรรมมีความยุ่งยาก 3. ไม่สามารถนำเสนอแข่งกับแหล่งท่องเที่ยวกระแสหลักได้

การแก้ไขปัญหาให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการจัดเส้นทางท่องเที่ยวได้เอง สร้างแพลตฟอร์มที่นักท่องเที่ยวสามารถใส่ Keyword ความต้องการของตนเองลงบนแพลตฟอร์มที่สามารถสร้างเส้นทางท่องเที่ยวอัตโนมัติและหากไม่เป็นที่พอใจสามารถออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวตามความต้องการเฉพาะของตนเองเป็นรายกรณีได้ ซึ่งการดำเนินงานของ Platform นั้นจะมี 1. ไอคอนที่สามารถใส่

Key word ความต้องการของนักท่องเที่ยว 2. เส้นทางท่องเที่ยวอัตโนมัติจาก Platform 3. ไอคอนเปลี่ยนแปลงกิจกรรมในเส้นทางท่องเที่ยว 4. โปรโมชันพิเศษต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยวจากเจ้าของกิจกรรม 5. ลิงค์การจัดโปรโมชันเว็บไซต์ 6. ช่องทางการติดต่อกับเจ้าของธุรกิจโดยตรง 7. ใช้ไอคอนหรือปุ่มที่สามารถแบ่งปันเนื้อหา 8. แสดงความคิดเห็นหรือข้อสงสัย

การแก้ไขปัญหาให้เจ้าของธุรกิจหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว (Supply side) โดยสร้างเครือข่ายองค์กรสนับสนุนด้าน Supply side โดยผู้ประกอบการ 1. ไอคอน Active ที่สามารถกดเพื่อให้ระบบแสดง Realtime ของกิจกรรม 2. ไอคอน Activity Matching จับคู่กิจกรรมกับ Key word ความต้องการ (ดำเนินการครั้งเดียวหลังจากนั้นสามารถกด ไอคอน Active 3. ช่องทางการติดต่อกับนักท่องเที่ยว

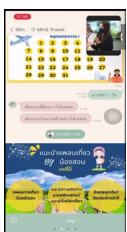


ภาพ ระบบ Duo Active Route Platform

#### 4. ผลการดำเนินงาน

ข้อมูลของผลงาน “SMART TRAVEL” แพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวแม่ฮ่องสอนผ่านระบบ DARP นำเสนอตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. สร้างแพลตฟอร์ม “SMART TRAVEL” แพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวแม่ฮ่องสอนผ่านระบบ DARP



ภาพ ออกแบบ แพลตฟอร์ม



ภาพ สร้าง แพลตฟอร์ม

ออกแบบและพัฒนาแพลตฟอร์ม “SMART TRAVEL” แพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวแม่ฮ่องสอนผ่านระบบ DARP ร่วมกับคณะทำงานจากทุกภาคส่วน

2. สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวจาก “SMART TRAVEL” แพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวแม่ฮ่องสอนผ่านระบบ DARP



ภาพ ผู้ประกอบการร้านตำกะเพราขิง ในพื้นที่อำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน

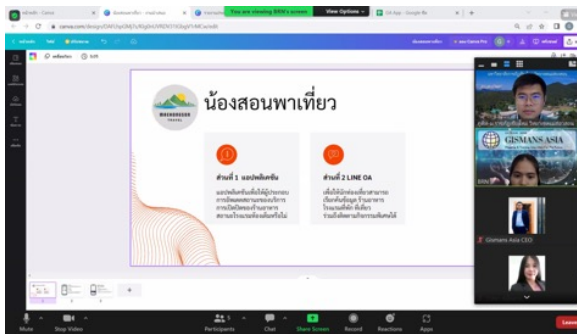


ภาพ ผู้ประกอบการร้านชาคานย่า ในพื้นที่อำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน

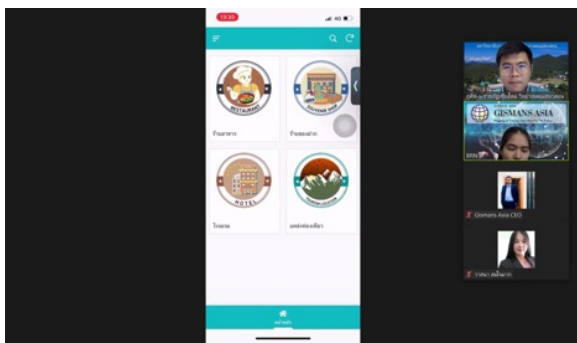
ในระยะเริ่มต้นโครงการนั้นมีตลาดเป้าหมายคือ นักท่องเที่ยววัยทำงานที่เดินทางด้วยรถส่วนตัวที่อาศัยในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ และกรุงเทพฯ ผู้จัดมีแผนส่งผ่านข้อมูลของแพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวคุณภาพผ่าน 3 ช่องทางประกอบด้วย 1. กลุ่มกิจกรรมพิเศษในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ทั้ง กลุ่มผู้ประกอบการและคนรุ่นใหม่ (ผู้ประกอบการท่องเที่ยว บริษัททัวร์ ที่พักแรม ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการร้านอาหาร) กลุ่มวิ่ง และกลุ่มกีฬาอื่น ๆ ที่มีเครือข่ายภายนอกจังหวัดแม่ฮ่องสอน 2. กลุ่ม Social ในแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมทั้ง Line Facebook

และ Instagram ซึ่งกลุ่มตลาดเป้าหมายใช้แพลตฟอร์มเหล่านี้เป็นจำนวนมาก 3. หน่วยงานของรัฐประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนตำบล องค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำจังหวัดแม่ฮ่องสอน กรมการท่องเที่ยวประจำจังหวัดแม่ฮ่องสอน กลุ่มงานยุทธศาสตร์จังหวัดแม่ฮ่องสอน สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน และสำนักงานพาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน

3. พัฒนาองค์ความรู้แพลตฟอร์ม “SMART TRAVEL” แพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวแม่ฮ่องสอนผ่านระบบ DARP ให้กับเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว



ภาพ ถ่ายทอดองค์ความรู้ร่วมกับหน่วยงาน



ภาพ สอนการใช้แพลตฟอร์ม

ได้มีแผนงานการขับเคลื่อนนโยบายการส่งเสริมการขยายฐานแพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวคุณภาพ Duo Active Route Platform (DARP) ผ่านกลุ่มงานยุทธศาสตร์จังหวัดแม่ฮ่องสอน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำจังหวัดแม่ฮ่องสอน และสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน

## 5. สรุปผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของผลงานที่วางไว้ (KPI) เปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นหลังเสร็จสิ้นการดำเนินงาน

ตัวชี้วัด ค่าเป้าหมาย และหน่วยนับ	ผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นหลังเสร็จสิ้นผลงาน
1. ได้แพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวคุณภาพ จำนวน 1 ระบบ	1. ได้แพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวคุณภาพ จำนวน 1 ระบบ
2. สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการให้มีรายได้ จำนวน 20 ราย	2. สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการให้มีรายได้ จำนวน 20 ราย
3. จำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 30	3. จำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 30

## 6. กิตติกรรมประกาศ

ผลงาน เรื่อง “SMART TRAVEL” แพลตฟอร์มวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวแม่ฮ่องสอนผ่านระบบ DARP นี้ได้รับการสนับสนุนทุนผลงานนวัตกรรมเพื่อสังคม ภายใต้หน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคมประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1 รหัสผลงาน SIDN1-65-01 และขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ วิทยาเขตแม่ฮ่องสอน ที่สนับสนุนในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแม่ฮ่องสอน จนทำให้เกิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอน ส่งผลให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตและรายได้ที่มั่นคงให้กับท้องถิ่นอย่างยั่งยืนต่อไป

## “F.I.T” แพลตฟอร์มนำเที่ยวออนไลน์เสมือนจริงผ่านไกด์ส่วนตัว”

นางพิศสมร เกื้อหนู<sup>1</sup>, พันตำรวจโทมกรา ศรีสกุลพิสุทธิ์<sup>2</sup>, และ ดร.ภูตินันท์ สิงห์คำฟู<sup>3</sup>

<sup>1</sup>หัวหน้าผลงาน/ประธานบริษัท อินฟินิตี้ เจ็น จำกัด 42/3 ต.สำโรง อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ 10130

<sup>2</sup>ผู้ร่วมผลงาน/สารวัตรสถานีตำรวจท่องเที่ยวเชียงใหม่ ต.ช้างเผือก อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50300

<sup>3</sup>อาจารย์ที่เลี้ยง/ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 239 ถ.ห้วยแก้ว ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200

โทรศัพท์ 0-84692-2266 E-mail ballinfinity648@gmail.com

### บทคัดย่อ

เนื่องจากผลกระทบจากโควิด-19 ทำให้ไม่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทย ทำให้ผู้ประกอบการมัคคุเทศก์ขาดรายได้ และทำให้แหล่งท่องเที่ยวไม่มีนักท่องเที่ยวจนเป็นเหตุให้ประสบปัญหา ขาดทุนและเลิกกิจการ จึงได้มีแนวคิดในการช่วยเหลือผู้ประกอบการโดยการพัฒนาแพลตฟอร์มเดิมที่เคยมีให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ สามารถเข้ามาในแพลตฟอร์มเพื่อเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน (น่าน่อง) แล้วระบบจะเชื่อมข้อมูลมายังตัวมัคคุเทศก์ ซึ่งตัวมัคคุเทศก์จะมีกล้อง 360 องศา ติดตัวและนำเที่ยว Live สด 360 องศาผ่านระบบออนไลน์ได้ โดยนักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ผ่านการเที่ยวได้จริง สื่อสารกับตัวมัคคุเทศก์ในพื้นที่ได้จริงผ่านอุปกรณ์มือถือ หรือแว่นตาVR ซึ่งแพลตฟอร์มจะมีการคิดรายได้ กลับมาให้ตัวมัคคุเทศก์อีก ทำให้การท่องเที่ยวสามารถขับเคลื่อนได้แม้ตัวนักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางมาได้ และได้ประสบการณ์แบบจริง

**คำสำคัญ** ไกด์ออนไลน์ ระบบจางไกด์ นำเที่ยวออนไลน์ เที่ยวเสมือนจริง ระบบรีวิวสถานที่

## 1. บทนำ

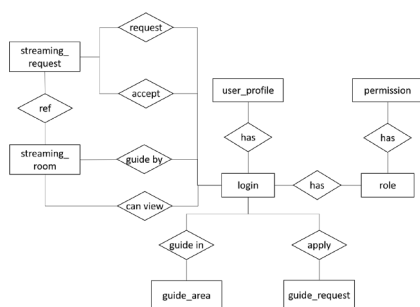
เนื่องจากผลกระทบจากโควิด-19 ทำให้ไม่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทย ทำให้ผู้ประกอบการมัคคุเทศก์ขาดรายได้ และทำให้แหล่งท่องเที่ยวไม่มีนักท่องเที่ยวจนเป็นเหตุให้ประสบปัญหาขาดทุนและเลิกกิจการ จึงได้มีแนวคิดในการช่วยเหลือผู้ประกอบการโดยการคิดพัฒนาแพลตฟอร์มเดิมที่เคยมีให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ สามารถเข้ามาในแพลตฟอร์มเพื่อเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน (นำร่อง) แล้วระบบจะเชื่อมข้อมูลมายังตัวมัคคุเทศก์ ซึ่งตัวมัคคุเทศก์จะมีกล้อง 360 องศา ติดตัวและนำเที่ยว Live สด 360 องศา ผ่านระบบออนไลน์ได้ โดยนักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ผ่านการเที่ยวได้จริง สื่อสารกับตัวมัคคุเทศก์ในพื้นที่ได้จริง ผ่านอุปกรณ์มือถือ หรือแว่นตา VR ซึ่งแพลตฟอร์มจะมีการคิดรายได้กลับมาให้ตัวมัคคุเทศก์ ทำให้การท่องเที่ยวสามารถขับเคลื่อนได้แม้ตัวนักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางมาได้ และได้ประสบการณ์แบบจริง

## 2. วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อสร้างแพลตฟอร์มการท่องเที่ยวออนไลน์ อันส่งผลให้เกิดการสร้างอาชีพใหม่ให้เหมาะสมกับสถานการณ์โควิด-19
- 2) เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับสถานการณ์โควิด-19

## 3. วิธีการดำเนินงาน

ผู้พัฒนาได้ดำเนินการออกแบบฐานข้อมูลเพื่อรองรับการทำงานระบบในปัจจุบัน



ภาพ แสดง Flow Diagram ของระบบ

## การพัฒนาแอปพลิเคชัน

1. การทำงานแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลักๆ ดังต่อไปนี้ (แสดงแผนภาพดังรูปที่ 1)

1) เครื่องแม่ข่าย (Server) เป็นส่วนประมวลผลกลาง แบ่งรูปแบบ server เป็น 4 รูปแบบตามหน้าที่การประมวลผลดังนี้

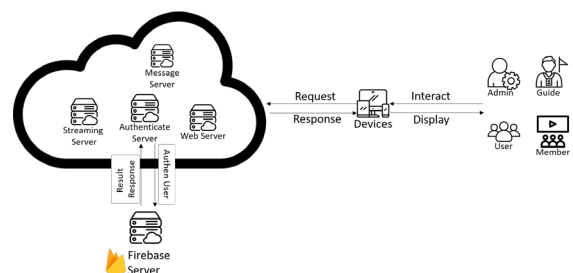
i. Web Server มีหน้าที่รับคำร้องขอข้อมูลจากผู้ใช้งาน และส่งผลลัพธ์ที่ผู้ใช้งานต้องการผ่าน Protocol Http/Https โดยผลลัพธ์ผู้ใช้งานจะแสดงบนเว็บเบราว์เซอร์

ii. Authenticate Server มีหน้าที่เชื่อมต่อข้อมูลผู้ใช้งานกับ Firebase Authenticate Server เพื่อใช้ยืนยันตัวตนผู้ใช้งานผ่านระบบ Login

iii. Message Server มีหน้าที่รับส่งข้อมูลระหว่างผู้ใช้ด้วยกันแบบ Real Time

iv. Streaming Server มีหน้าที่รับข้อมูลภาพ และเสียงจาก Streamer และส่งไปแสดงผลให้ Viewer หรือ Member ได้รับชม

2) เครื่องลูกข่าย (Client) เป็นอุปกรณ์ของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ หรือสมาร์ตโฟนต่าง เครื่องลูกข่ายจะเป็นส่วนต่อประสานกับผู้ใช้งานเพื่อรับคำสั่งของผู้ใช้ และส่งคำร้องขอ (Request) ไปยังเครื่องแม่ข่าย และรับผลการตอบกลับ (Response) จากเครื่องแม่ข่ายมาแสดงผลให้ผู้ใช้งานต่อไป



ภาพ แผนภาพโครงสร้าง และระบบการทำงานภายในแอปพลิเคชัน

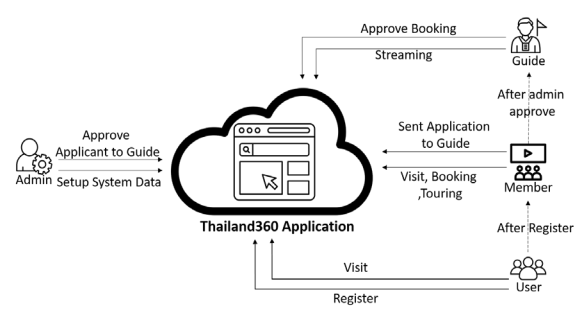
2. ผู้ใช้งาน และสิทธิ์การทำงานหลักในระบบ แบ่งตามประเภทผู้ใช้งานดังต่อไปนี้ (แสดงแผนภาพตามรูปที่ 2)

1) ผู้ใช้ทั่วไป (User) คือผู้ใช้ที่เข้าชมเว็บไซต์โดยไม่ผ่านระบบ Login ผู้ใช้กลุ่มนี้สามารถรับชมข้อมูลทั่วไปที่ระบบอนุญาตไว้แล้วได้เท่านั้น โดยผู้ใช้ประเภทนี้สามารถลงทะเบียนเพื่อสมัครสมาชิก เพื่อรับสิทธิ์ในการใช้ระบบในส่วนที่พิเศษขึ้นได้

2) สมาชิก (Member) คือผู้ใช้งานที่ผ่านสมัครสมาชิก และผ่านการยืนยันตัวตนในการเป็นสมาชิกของระบบแล้ว ผู้ใช้กลุ่มนี้จะถูกเก็บข้อมูลส่วนตัวที่จำเป็นต่อการติดต่อสื่อสารไว้กับระบบ และสามารถใช้งานฟังก์ชันต่างๆ ที่มากกว่าผู้ใช้ทั่วไปได้ เช่น สมัครเป็นผู้นำเที่ยว, ส่งคำขอผู้นำเที่ยว(Booking) และรับชมการนำเที่ยวจากผู้นำเที่ยว

3) ผู้นำเที่ยว (Guide) คือผู้ใช้งานที่ส่งใบสมัครเป็นผู้นำเที่ยว และได้รับการรับรองการเป็นผู้นำเที่ยวในระบบจากผู้ดูแลระบบแล้ว ผู้ใช้กลุ่มนี้จะใช้งานระบบได้เช่นเดียวกับสมาชิก แต่สามารถใช้ฟังก์ชันได้มากกว่าสมาชิก เช่น ระบบรับคำร้องจากผู้ใช้ (Approve Booking) และเปิดการ Streaming เพื่อนำเที่ยวได้

4) ผู้ดูแลระบบ (Admin) คือผู้ใช้งานที่คอยดูแลระบบทั้งหมด โดยทั่วไปสามารถใช้งานฟังก์ชันต่างๆ ได้เหมือนสมาชิก แต่สามารถยืนยันใบสมัครของผู้นำเที่ยว และปรับปรุงตั้งค่าต่างๆ ในระบบได้



ภาพ แผนภาพแสดงบทบาท สิทธิ และรูปแบบการใช้งานของผู้ใช้ภายในระบบ

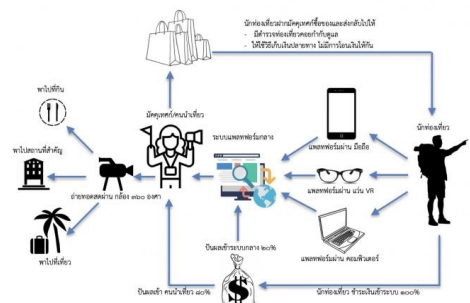
4. ผลการดำเนินงาน

ขึ้นใช้เว็บไซต์ [www.fitguide360.com](http://www.fitguide360.com) เป็นฐานข้อมูลในการใช้งานแพลตฟอร์ม

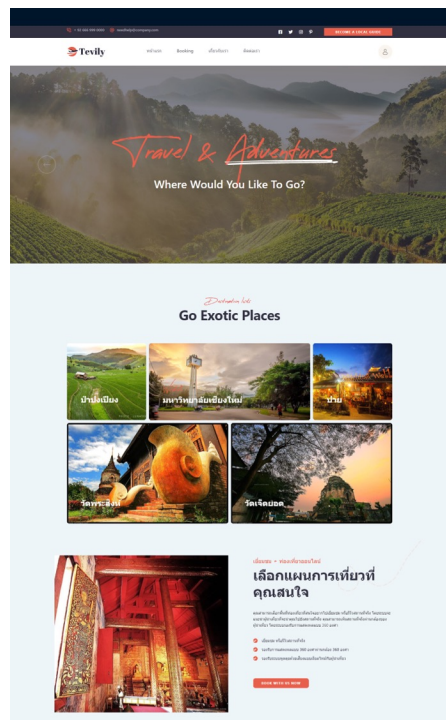
ส่วนที่ 1 backend เป็น Web base app ใช้สำหรับเป็นให้ Admin เป็นผู้บริหารข้อมูล รวมถึงการคิดรายได้ให้กับมัคคุเทศก์

ส่วนที่ 2 Web app สำหรับผู้ใช้งานทั่วไป โดยมีการเชื่อมต่อ ๒ ช่องทาง

ช่องทางแรกคือ เชื่อมกับกล้องที่ตัว มัคคุเทศก์  
 ช่องทางสองคือ เชื่อมกับนักท่องเที่ยวผ่าน แวน VR มือถือ คอมพิวเตอร์ (โดยมีรายละเอียดตามรูปภาพประกอบด้านล่าง)



ภาพ โครงสร้างสถาปัตยกรรมระบบ



ภาพ ตัวอย่างหน้าแรกของแอปพลิเคชัน

5. สรุปผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของผล  
งานที่วางไว้ (KPI) เปรียบเทียบกับผลการดำเนิน  
งานที่เกิดขึ้นหลังเสร็จสิ้นการดำเนินงาน

ตัวชี้วัด ค่าเป้าหมาย และหน่วยนับ	ผลการดำเนินงานที่เกิด ขึ้นหลังเสร็จสิ้นผลงาน
1. แพลตฟอร์ม การนำเที่ยวออนไลน์ 1 แพลตฟอร์ม	ได้แพลตฟอร์มการท่องเที่ยวออนไลน์ 1 แพลตฟอร์ม
2. มีมัคคุเทศก์มาลง ทะเบียนใช้งาน 40 คน	มีมัคคุเทศก์มาลงทะเบียนใช้งาน 40 คน
3. มีจำนวนผู้ใช้ให้ ความสนใจเพิ่มมากขึ้น	มีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจทางออนไลน์เพิ่มขึ้น 10 เปอร์เซ็นต์

6. กิตติกรรมประกาศ

ผลงานนี้ได้รับการสนับสนุนทุนนวัตกรรมเพื่อ  
สังคม ภายใต้หน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคม  
ประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1 รหัสผลงาน SIDN1-  
65-02

## CAMPSHOP แพลตฟอร์มการจัดการข้อมูลท่องเที่ยวสายแคมป์ปิ้ง

พันธมิตรรงค์ ฌภัทรธนพงศ์<sup>1</sup>, ภาวนีย์ ศุภศิริ<sup>2</sup>, สุทธิวรรณ ลัษณะก่อเกียรติ<sup>3</sup>, พลกฤษณ สุรสิทธิ์<sup>3</sup>,  
ธวัชชัย สุภาใจ<sup>3</sup>, อัจฉริยาพร พึ่งภูมิ<sup>3</sup>, เกวลิน ทะสังขา<sup>3</sup>, รัตติยา สุพัฒน์มงคล<sup>3</sup>, ฐิติกุล เทพปินตา<sup>3</sup>

<sup>1</sup>หัวหน้าผลงาน / บจก. ทีม กลยุทธ์ 194/1 ม.6 ถ.โชตนา ต.แม่สา อ.แมริม จ.เชียงใหม่ 50180

<sup>2</sup>อาจารย์ที่ปรึกษา / บจก. ทีม กลยุทธ์ 195 ม.6 ถ.โชตนา ต.แม่สา อ.แมริม จ.เชียงใหม่

<sup>3</sup>ผู้ร่วมผลงาน / Camp Story Chiangmai 194/1 ม.6 ถนนโชตนา ต.แม่สา อ.แมริม จ.เชียงใหม่

\*โทรศัพท์ 0945564098 E-mail campstoryinfo@gmail.com

### บทคัดย่อ

CAMPSHOP เป็นชุมชนออนไลน์สไตล์ท่องเที่ยววิถีใหม่ของนักเดินทางนักกิจกรรมที่หลากหลายและรักในการสร้างประสบการณ์แปลกใหม่อันเป็นอีกทางเลือกของการท่องเที่ยวแบบ “กิจกรรมนำแคมป์” พร้อมผสานเสน่ห์สไตล์แคมป์ปิ้ง โดยเพิ่มการจัดโปรแกรม รวมไปถึงการจัดเลี้ยง จัดฝึกอบรมสัมมนา แข่งขันชิงรางวัล ที่สามารถออกแบบได้โดยอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลในระบบ ทั้งนี้ CAMPSHOP ยังจะรวบรวมผู้สร้างแคมป์ไว้มากมาย เพื่อจัดกิจกรรมให้ตรงตามวัตถุประสงค์ได้ทุกรูปแบบ และทุกพื้นที่ทั่วประเทศ แนวคิดนวัตกรรมของ CAMPSHOP นั้นเปรียบเสมือนเป็น “Camp Social Portal Center” เพื่อเป็นศูนย์กลางในการแบ่งปันเรื่องราว และแนวคิดการสร้างแคมป์และกิจกรรมร่วมกัน ด้วยวิธีบอกต่อประสบการณ์และความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละแคมป์ผ่านโมเดลการ “จับกลุ่มแคมป์” (ผู้สร้างแคมป์ + แคมป์ + กิจกรรม + ผู้ร่วมแคมป์) ก่อให้เกิดกิจกรรมพิเศษที่อยากแชร์ อยากโชว์ หรืออยากช่วย(สังคม) ในแคมป์ ซึ่งในความหมายของคำว่า CAMPSHOP เกิดจากสองคำ “Camp+Shop” แปลว่า ค่ายที่มีกิจกรรมให้ช้อปปิ้ง หรือมีโปรแกรมการจัดกิจกรรมแคมป์ซึ่งออกแบบโดยผู้จัดแคมป์ที่สร้างสรรค์กิจกรรมต่าง ๆ ให้กับผู้เข้าร่วมแคมป์ ลักษณะคล้ายไกด์ทัวร์หรือผู้จัดงานกิจกรรม แต่จะแตกต่างกันตรงที่ผู้จัดแคมป์จะมีการบริหารจัดการเพื่อสร้างประสบการณ์ร่วมกันของผู้เข้าร่วมในสไตล์แคมป์ อาจมีการจัดการที่พักค้างแรมหรือไม่ค้างก็ได้โดยไม่จำกัดรูปแบบที่ผู้จัดแคมป์สามารถออกแบบกิจกรรมได้เองอย่างอิสระ หรือออกแบบค่ายกิจกรรมขึ้นมาโดยเฉพาะให้เหมาะสมกับผู้เข้าร่วมแคมป์มากที่สุด ยกตัวอย่าง Workshop Outing ของกลุ่มพนักงานบริษัท ทำให้เกิดประโยชน์เต็มที่ นอกเหนือไปจากการพักผ่อนหรือท่องเที่ยวในรูปแบบแคมป์ทั่วไป ซึ่งจากการได้เผยแพร่แพลตฟอร์มที่ผ่านมาได้พบปะพูดคุยกับเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวในชุมชนต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่เกือบทุกภาคส่วนเห็นควรไปในทิศทางเดียวกันว่า สามารถนำแพลตฟอร์มนี้ไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน หรือมีความเป็นไปได้ที่วิสาหกิจท่องเที่ยวของชุมชนจะได้นำไปทดลองใช้อย่างมีระบบแบบแผน เพราะสามารถเป็นสื่อกลางและเครื่องมือที่เข้าถึงง่ายและรวดเร็วในการเก็บรวบรวมข้อมูล พร้อมสร้างการรับรู้การสื่อสารเพื่อโปรโมทการท่องเที่ยวในชุมชนได้ดี ตลอดจนในการช่วยเหลือแบ่งปันเทคนิคในการทำการตลาดด้านการท่องเที่ยวเพื่อชุมชนสามารถร่วมกันได้หลายชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ

**คำสำคัญ** เครือข่าย แคมป์ปิ้ง กิจกรรม



## 1. บทนำ

CAMPSHOP นั้นเปรียบเสมือนเป็น “Camp Social Portal Center” เพื่อเป็นศูนย์รวมในการแบ่งปันเรื่องราว และแนวคิดการสร้างแคมป์และกิจกรรมร่วมกัน ด้วยวิธีบอกต่อประสบการณ์และความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละแคมป์ผ่านโมเดลการ “จับกลุ่มแคมป์” (ผู้สร้างแคมป์ + แคมป์ + กิจกรรม + ผู้ร่วมแคมป์) ก่อให้เกิดกิจกรรมพิเศษที่อยากแชร์ อยากโชว์ หรือ อยากช่วย(สังคม) ในแคมป์ ซึ่งในความหมายของคำว่า CAMPSHOP เกิดจากสองคำ “Camp+Shop” แปลว่า ค่ายที่มีกิจกรรมให้ช้อป หรือมีโปรแกรมการจัดกิจกรรมแคมป์ซึ่งออกแบบโดยผู้จัดแคมป์ที่สร้างสรรค์กิจกรรมต่าง ๆ ให้กับผู้เข้าร่วมแคมป์ ลักษณะคล้ายไกด์ทัวร์หรือผู้จัดงานกิจกรรม แต่จะแตกต่างกันตรงที่ผู้จัดแคมป์จะมีการบริหารจัดการเพื่อสร้างประสบการณ์ร่วมกันของผู้เข้าร่วมในสไตล์แคมป์ อาจมีการจัดการที่พักค้างแรมหรือไม่ค้างก็ได้โดยไม่จำกัดรูปแบบที่ผู้จัดแคมป์สามารถออกแบบกิจกรรมได้เองอย่างอิสระ หรือออกแบบค่ายกิจกรรมขึ้นมาโดยเฉพาะให้เหมาะสมกับผู้เข้าร่วมแคมป์มากที่สุด ยกตัวอย่าง Workshop Outing ของกลุ่มพนักงานบริษัท ทำให้เกิดประโยชน์เต็มที่ นอกเหนือไปจากการพักผ่อนหรือท่องเที่ยวในรูปแบบแคมป์ทั่วไป ซึ่งจากการได้เผยแพร่แพลตฟอร์มที่ผ่านมา ได้พบปะพูดคุยกับเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวในชุมชนต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่เกือบทุกภาคส่วนเห็นควรไปในทิศทางเดียวกันว่า

## 2. วัตถุประสงค์

1) เปิดกว้างให้นักท่องเที่ยวแคมป์ค้นพบกัน และค้นหาโปรแกรมได้ง่ายขึ้น สามารถสร้างกิจกรรมใหม่ๆได้หลากหลาย ด้วยการแชร์ความคิดสร้างสรรค์ ข้อมูล และประสบการณ์ร่วมกัน แม้ในเวลาที่ต้องระวังกับสถานการณ์โควิด

2) สามารถร่วมกันท่องเที่ยวแคมป์ได้อย่างปลอดภัย อ้างอิงด้วยความน่าเชื่อถือจากสมาชิกและข้อมูลที่ยืนยันในระบบ รวมถึงการฉีดวัคซีน และการประเมินหลังไปร่วมแคมป์ ทำให้ตรวจสอบได้ง่าย

3) เข้าถึงสิทธิประโยชน์ร่วมกัน เช่น ส่วนลดรางวัล ค่าแนะนำ (Earning Token) หรือข้อตกลงพิเศษ \*เฉพาะนักท่องเที่ยวแคมป์เท่านั้น

## 3. วิธีการดำเนินงาน

**กิจกรรมที่ 1** ออกแบบและพัฒนาแพลตฟอร์ม บน LINE OA / WEB APP

ออกแบบ WEB APP ตามข้อมูลการใช้งาน Social Media ของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึงง่ายมองเห็นได้ทันทีแล้วจึงเลือกเข้าไปดูรายละเอียดเพิ่มเติม ซึ่งได้นำ Mood & Tone ของ Facebook มาเป็นต้นแบบในการออกแบบ และพัฒนาแพลตฟอร์มตลอดจนการออกแบบ UX/UI ของ LINE OA “CAMPSHOP” ที่เชื่อมโยงการใช้งานกับ WEB APP

**กิจกรรมที่ 2** จัดทำข้อเสนอ-ข้อตกลงพิเศษกับพาร์ทเนอร์หรือกลุ่มที่เกี่ยวข้อง (ติดต่อพาร์ทเนอร์)

จัดทำข้อเสนอ-ข้อตกลงพิเศษกับพาร์ทเนอร์หรือกลุ่มที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการแคมป์หน่วยงานราชการ กลุ่มผู้นำชุมชน โดยขอความร่วมมือในการสมัครสมาชิกผ่านเว็บไซต์ [www.campshop.org](http://www.campshop.org) ในเบื้องต้น

**กิจกรรมที่ 3** นำเสนอแพลตฟอร์ม ให้กลุ่มพาร์ทเนอร์ทดลองใช้งาน ก่อนสมาชิกใช้งานจริง

นำเสนอแพลตฟอร์ม ให้กับกลุ่มพาร์ทเนอร์ได้ทดลองใช้งานจริงอย่างน้อย 2 ครั้ง โดยในการทำงานครั้งนี้เป็นครั้งแรก เมื่อ WEB APP เสร็จเรียบร้อยพร้อมใช้งานเมนูต่างๆ เพื่อรับคำแนะนำในการแก้ไขปรับปรุง โดยให้พาร์ทเนอร์ได้ทดลองใช้ WEB APP เพื่อสร้างโปรไฟล์ของตนเองผ่านระบบ และเริ่มสร้างประกาศเพื่อนำเสนอข่าวหรือข้อมูลของตนที่ต้องการแชร์สู่สาธารณะ และทดสอบกระบวนการในการอนุมัติผ่านระบบที่มีผู้ดูแลระบบคอยตรวจสอบและดูแลอยู่ตลอด

#### กิจกรรมที่ 4 ส่งรายงานความก้าวหน้า ครั้งที่ 1

4.1) การประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มสมาชิกใหม่ให้ลงทะเบียนใช้งานจริง และทดสอบแพลตฟอร์มครั้งที่ 2 ได้ทำการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมผ่านทางสื่อและความร่วมมือของพาร์ทเนอร์ในกลุ่มแรก เพื่อเพิ่มสมาชิกใหม่ให้ลงทะเบียนใช้งานจริง

4.2) จัดงานประชาสัมพันธ์กิ่งข่าวแบบ Exclusive) ได้เชิญสำนักข่าวที่มีชื่อเสียงในเชียงใหม่คือ “เชียงใหม่นิวส์” มาทำสื่อกับข่าวพิเศษ “มารู้จัก CAMPSHOP และจุดเริ่มต้นของโครงการ” แบบนั่งพูดคุยสบายๆเกี่ยวกับโครงการ และได้เชิญภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในวงจำกัด เช่น นักจัดกิจกรรมแคมป์ ผู้นำชุมชน ตัวแทนเครือข่ายภาคสังคมและสมาคมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และ NIA SID-N1 ให้ได้มาแลกเปลี่ยนและเสนอแนะความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำโครงการไปต่อยอด ตลอดจนการวางแผนขยายเครือข่าย หรือเพิ่มความร่วมมือเพื่อให้องค์กรต่างๆได้นำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม และได้จัดทำเอกสาร (Flyer) เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ในงานดังกล่าว และเพื่อแชร์ผ่านสื่อต่างๆต่อไป

#### กิจกรรมที่ 5 ทดสอบระบบและทดสอบตลาด โดยสมาชิกสมัครจริงและเข้าทดลองใช้งานจริง

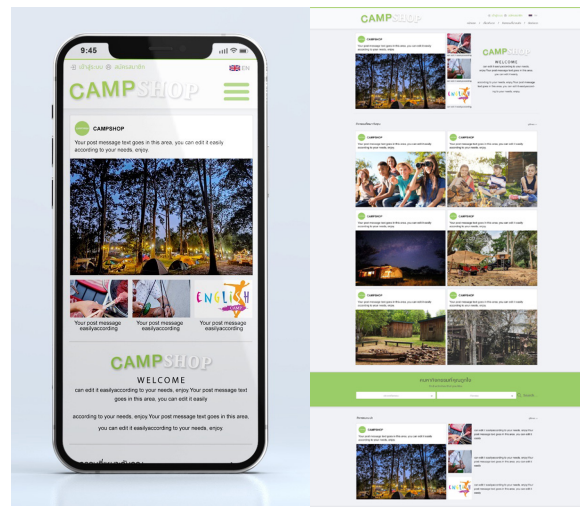
ทดสอบแพลตฟอร์มครั้งที่ 2 หลังได้รับคำแนะนำในการแก้ไขปรับปรุงจากครั้งที่ 1 และได้ทดลองให้พาร์ทเนอร์สร้างแคมป์ของตนเองรวมถึงสมาชิกที่เพิ่มขึ้นจากภายนอกผ่านระบบ เพื่อทดสอบในกระบวนการอนุมัติที่มีระบบ inbox message และ email คอยเตือนเมื่อมีการส่งข้อมูล รวมถึงการทำลิงค์ API ระหว่าง WEB APP กับ LINE OA <https://lin.ee/YdPZtqc> ที่ได้ออกแบบไว้เสร็จสมบูรณ์

5.1) นัดพูดคุยเสนอแนะเพื่อสร้างเครือข่ายกับชุมชนท่องเที่ยว และประเมินด้วยแบบสอบถามเพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับชุมชนท่องเที่ยว และประเมินด้วยแบบสอบถามในการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์ม สอบถามถึงความสนใจและความเป็นไป

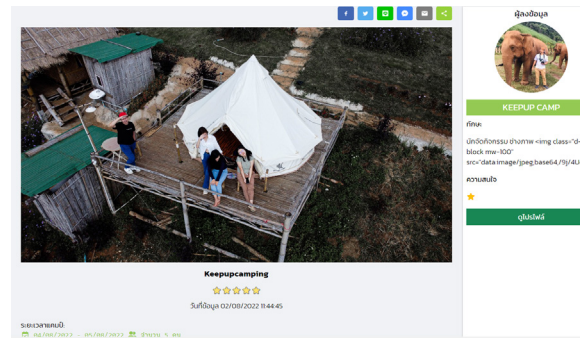
ได้ที่จะร่วมมือ และแนะนำให้ผู้นำชุมชนนำแพลตฟอร์มไปเป็นเครื่องมือทางการตลาดให้กับชุมชนเพื่อสร้างอาชีพและรายได้เพิ่มขึ้น

#### กิจกรรมที่ 6 ส่งรายงานความก้าวหน้า ครั้งที่ 2

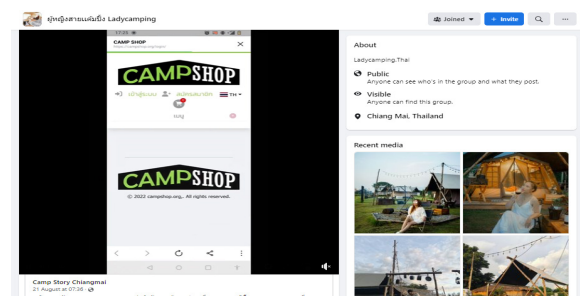
กิจกรรมที่ 7 จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์, จัดทำแบบสรุปเนื้อหาทำโปสเตอร์และจัดทำไฟล์ VDO/VTR สรุปการดำเนินงาน



ภาพ การออกแบบ WEB APP



ภาพ กลุ่มพาร์ทเนอร์ทดลองใช้งาน ก่อนสมาชิกใช้งานจริง



ภาพ การประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มสมาชิกใหม่ให้ลงทะเบียนใช้งานจริง และทดสอบแพลตฟอร์มครั้งที่ 2



CAMP SHOP

Invitation Card

TABLE TALK ABOUT

# CampShop

A SOCIAL STARTUP PLATFORM

Monday 10th October 2022, 17.00-18.30  
at Camp Story Chiangmai

มารู้จักกับ CAMPSHOP แพลตฟอร์มเครือข่ายนักเดินทางท่องเที่ยวและกิจกรรม (Traveling & Activity Networking Platform) ที่รวบรวมเอาสิ่งอำนวยความสะดวก ร้านอาหาร และกิจกรรมสุดพิเศษมาจากสมาชิก มาแนะนำให้คุณพบ โดยไม่มีเงื่อนไข

## AGENDA

17.00 START / INTERVIEW SCOOP  
17.30 TABLE TALK / CHEF-TABLE (S) & MUSIC  
18.00 FIRE PIT / Q&A  
18.30 END / PHOTO

### ผู้ร่วมเสวนา

คุณไต้ (แค้มป์สตอรี่)  
ศาสตราจารย์ สิรยา แพทย์คนพดด้วง เมืองสุพรรณ  
หน่วยบินเคลื่อนที่รถบรรทุกเพื่อสังคม NIA SID-NI)  
คุณแพรว (เชียงใหม่ มอสี)  
ผู้อำนวยการ วิทยาลัยการท่องเที่ยว ภูเก็ต  
CAMP SHOP TEAM- คุณลุง (นักจัดกิจกรรมชุมชน), CHEF แนนท์, นักดนตรี, TRAINEES และแชนันเชิญพิเศษเพิ่มเติม

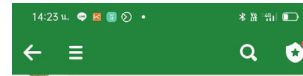
\*\*\*ตารางอาจมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงตามสภาพอากาศ  
สอบถาม / แจ้งปัญหา โทร. 094 556 4098, 065 254 6454  
(พิกัด Camp Story Chiangmai: <https://maps.app.goo.gl/9z4YUuhGe4r8wah6>)



ภาพ จัดงานประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียล.เชียงใหม่ แบบกึ่งสกุ๊ปข่าว (Exclusive) \*มีลิงค์วีดีโอ <https://www.chiangmainews.co.th/eattravelrest/2774666/>



แพลตฟอร์มจัดการข้อมูลท่องเที่ยวสายแคมป์ปิ้ง



Chiang Mai News

คลิกเลย

หนาวแล้ว สายเที่ยวลุลยุ กับเทรนด์ "แคมป์ปิ้ง" กลางเต็นท์ท่ามกลางป่าเขา ใช้ชีวิตติดธรรมชาติ เตรียมพร้อมกันหรือยัง

CAMP SHOP ตัวช่วยให้การท่องเที่ยวกะมพ์ปิ้งสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวกะมพ์ปิ้ง สัมผัสประสบการณ์ท่องเที่ยวกะมพ์ปิ้งใหม่ รวบรวมเอาเส้นทาง สถานที่ ร้านค้า กิจกรรมจากสมาชิก และกิจกรรมสุดพิเศษสไตล์แคมป์ปิ้งมากมาย สามารถสร้างหรือไปโมทกิจกรรมแคมป์ปิ้งของตัวเอง เพื่อแบ่งปันประสบการณ์ให้สมาชิกคนอื่นเข้าถึงกิจกรรมที่สร้างได้อีกด้วย

ติดต่อเราได้ที LINE : @CAMPSHOP หรือ โทร 0945564098

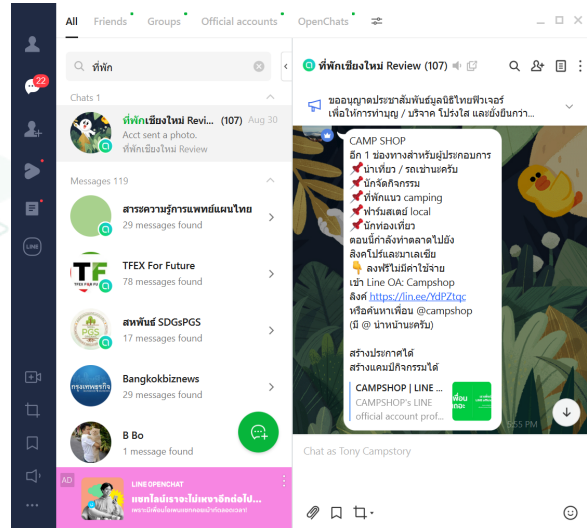
ภาพ ทดสอบระบบและทดสอบตลาด โดยประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกสมัครจริงเข้าทดลองใช้งาน ผ่านการเพิ่มเพื่อนหรือเป็นสมาชิกผ่าน LINE OA "@campshop" มีการสแกนจากสติ๊กเกอร์ QR Code



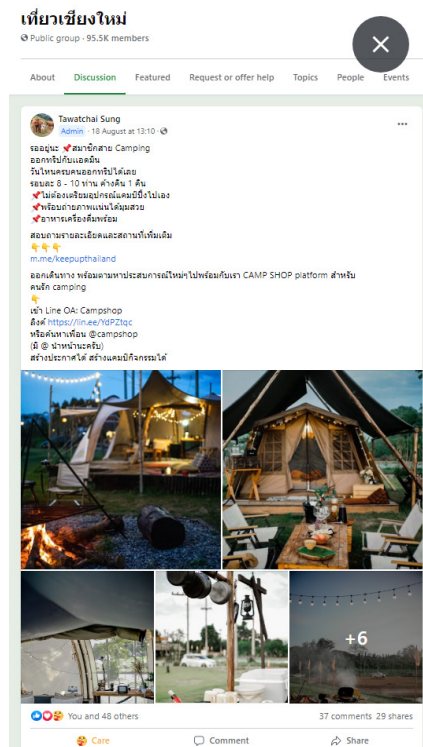
ภาพ นัดพูดคุยเสนอแนะเครื่องมือทางการตลาด  
ท่องเที่ยวสไตล์แคมป์ปิ้ง เพื่อสร้างระบบและเครือ  
ข่ายกับชุมชนท่องเที่ยวบนพื้นที่ดอยสูง ได้เข้าไปนำ  
เสนอแพลตฟอร์มในวาระประชุมโครงการหนึ่งของ  
สภามหาวิทยาลัย (จ.เชียงใหม่) กับชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์  
ม้งดอยสุเทพ-ปุย 4 หมู่บ้าน

#### 4. ผลการดำเนินงาน

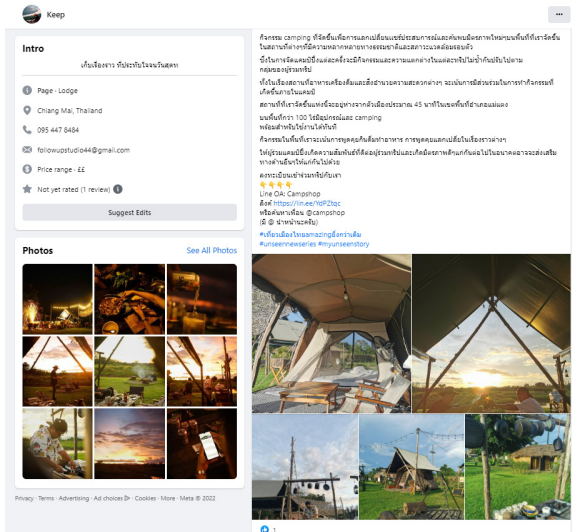
4.1) เป็นจุดเริ่มต้นทำให้เกิดศูนย์รวมนักท่องเที่ยวสายแคมป์ปิ้งและกิจกรรม รวมถึงผู้ประกอบการแคมป์ปิ้งและอุปกรณ์ นักกิจกรรม คู่ค้า หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น โดยเปิดกว้างให้นักท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งได้พบปะและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นโดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งกัน และสามารถสร้างโปรแกรมได้ง่ายขึ้น สามารถสร้างกิจกรรมใหม่ๆ ได้หลากหลาย และปลอดภัยด้วยกระบวนการคัดกรองตามความเหมาะสม



ภาพ สมาชิกในกลุ่ม “ที่พักเชียงใหม่ Review” ที่มีสมาชิกอยู่ 107 คน และเป็นแหล่งรวมผู้ประกอบการหรือผู้ประกอบการอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจ.เชียงใหม่ รวมถึงแคมป์ปิ้ง ได้แก่ กลุ่มไกด์นำเที่ยวพร้อมรถเช่า, นักจัดกิจกรรม, ที่พักแนวแคมป์ปิ้ง, ฟาร์มสเตย์, นักท่องเที่ยวทั่วไป

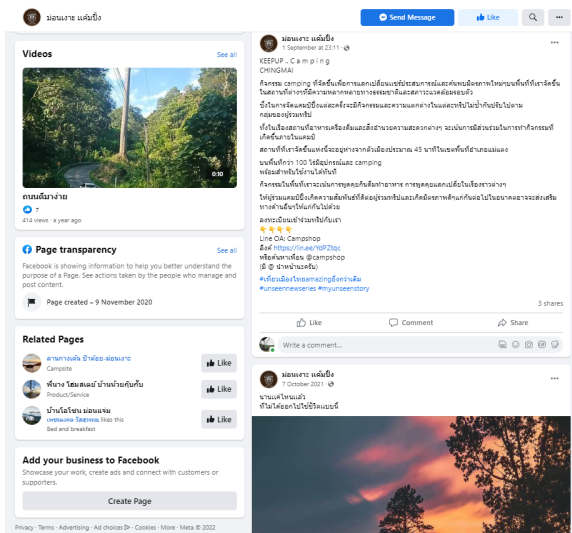


ภาพ กลุ่ม “เที่ยวเชียงใหม่” โปสเตอร์การจัดกิจกรรมแคมป์ปิ้งเชิงชุมชนสมาชิกที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจท่องเที่ยวสไตล์นี้ในเชียงใหม่ ให้มาร่วมแคมป์และแชร์ประสบการณ์ร่วมกัน

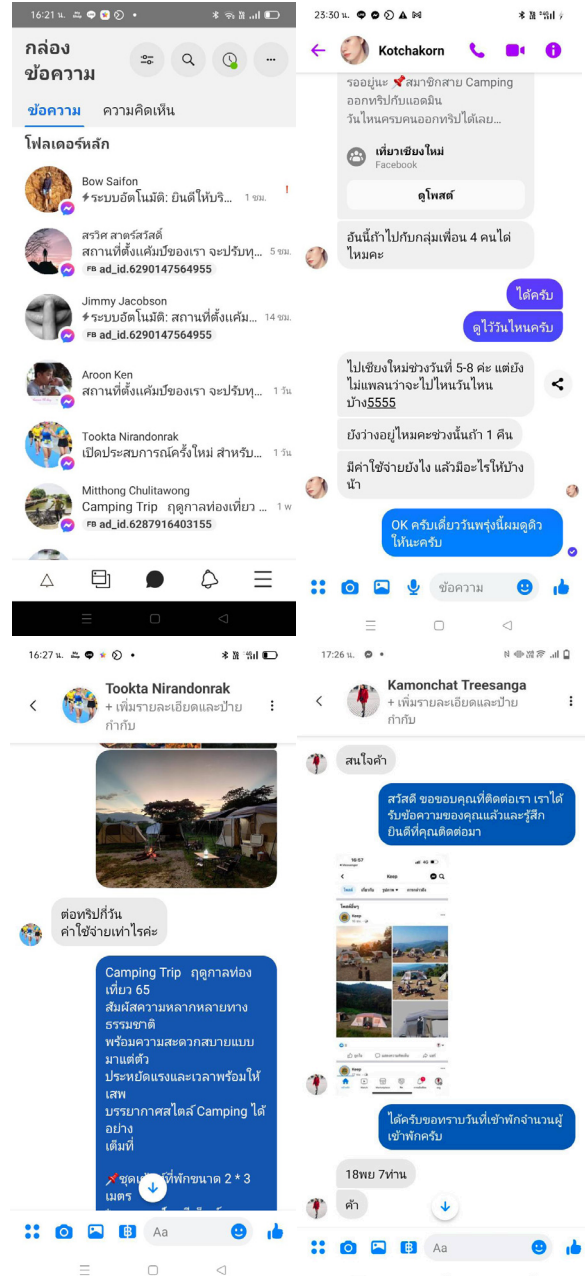


ภาพ กลุ่ม “KEEP” ได้เข้าร่วมเป็นพาร์ทเนอร์กับแพลตฟอร์ม เพื่อจัดกิจกรรมแคมป์ปิ้งแนวใหม่ให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ใหม่เมื่อมาแคมป์ พร้อมไปกับการนำเสนอบริการพรีเมียม เช่น เสมือนมี Chef Table ประจำแคมป์ในช่วงอาหารค่ำ การถ่ายภาพและบันทึกวีดีโอให้กับนักท่องเที่ยวระหว่างแคมป์ การมีนักดนตรีหรือดีเจประจำแคมป์

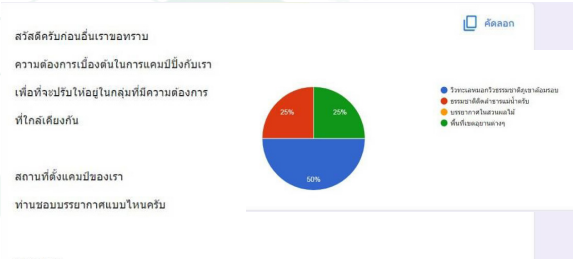
4.2) สามารถร่วมกันท่องเที่ยวแคมป์ได้อย่างปลอดภัย อ้างอิงด้วยความน่าเชื่อถือจากสมาชิกและข้อมูลที่ยืนยันในระบบ



ภาพ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชน “ม่อนเงาะแคมป์ปิ้ง” ได้ร่วมเป็นสมาชิกและโพสต์ประชาสัมพันธ์การจัดทริปแคมป์ปิ้งกับแพลตฟอร์ม สร้างความน่าเชื่อถือมากขึ้นกับพาร์ทเนอร์อื่นๆ และนักท่องเที่ยวของตนเอง

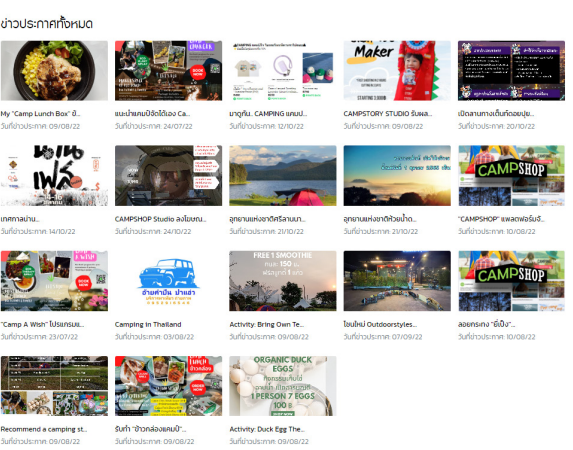


ภาพ ผลตอบรับความสนใจและสอบถามเข้ามาเกี่ยวกับแพลตฟอร์มในช่องทางต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงกับพาร์ทเนอร์ ซึ่งมีแอดมินคอยดูแลและสร้างความมั่นใจในแต่ละแคมป์ ที่มีข้อมูลอยู่ในระบบตรวจสอบได้



ภาพ มีสถิติข้อมูลจากการคัดกรองเบื้องต้นของผู้เ็นใจเข้าร่วมแคมป์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ของแพลตฟอร์ม ตัวอย่าง ผลสำรวจสไตล์แคมป์ปีงในแบบที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบเป็นเปอร์เซ็นต์

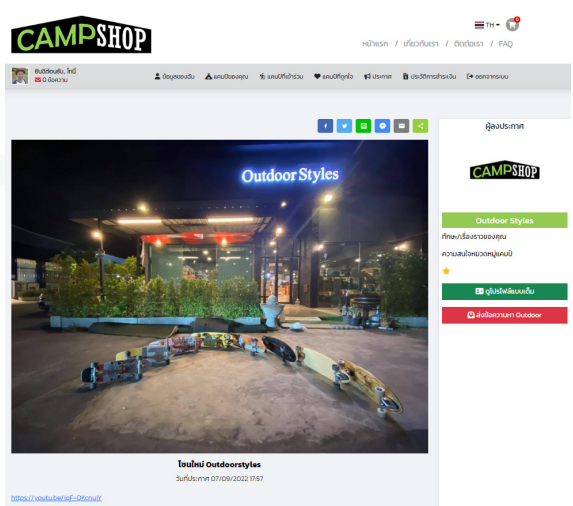
4.3) เข้าถึงสิทธิประโยชน์ร่วมกัน เช่น ส่วนลดรางวัล หรือข้อตกลงพิเศษ สำหรับนักท่องเที่ยวแคมป์บนแพลตฟอร์มหรือในช่องทางต่าง ๆ ของพาร์ทเนอร์และเครือข่าย หรือแม้แต่การมีพื้นที่ประกาศโฆษณาหรือแจ้งข่าวสารของตนเองกระจายให้กับกลุ่มสมาชิกบนแพลตฟอร์ม



ภาพ ข่าวประกาศจากสมาชิกบนแพลตฟอร์มที่สามารถลงได้ฟรีและจัดการได้ด้วยตัวเอง



ภาพ การส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการหรือเครือข่ายแคมป์ปีง สามารถได้ตีลพิเศษในราคาเริ่มต้น เพื่อนำสินค้ามาถ่ายรูปที่สตูดิโอฟรี (โดยไม่คิดค่าช่างภาพ) และเผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆของพันธมิตร CAMPSHOP รวมยอดviewer กว่า 120K



ภาพ การส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการหรือเครือข่ายแคมป์ปีง ให้กับสมาชิกบนแพลตฟอร์ม เช่น การเปิดบริการเป็นพิเศษให้ล่วงหน้าก่อนลูกค้าทั่วไป

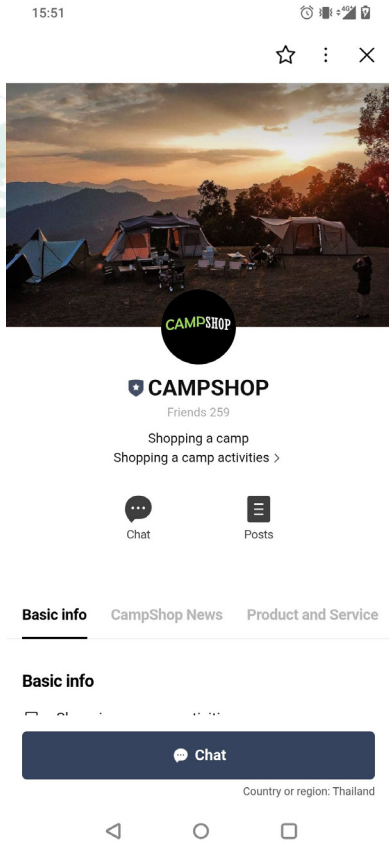


ภาพ การประกาศข้อตกลงพิเศษและแจกของรางวัลจากผู้ประกอบการให้กับเครือข่ายแคมป์ปีงหรือสมาชิกบนแพลตฟอร์ม เพื่อส่งเสริมการเพิ่มของสมาชิก

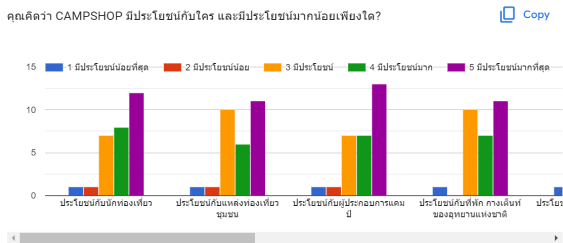
5. สรุปผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของผล  
งานที่วางไว้ (KPI) เปรียบเทียบกับผลการดำเนิน  
งานที่เกิดขึ้นหลังเสร็จสิ้นการดำเนินงาน

ตัวชี้วัด ค่าเป้าหมาย และหน่วยนับ	ผลการดำเนินงานที่ เกิดขึ้นหลังจาก เสร็จสิ้นผลงาน
1. มีผู้ใช้งานทุกกลุ่มที่ เกี่ยวข้องในระบบ จำนวน ไม่ต่ำกว่า 500 คน รวมถึง เครือข่ายในการจัดการกิจ กรรมแคมป์ปิ้ง (ในข้อมูล อ้างอิงมีจำนวน 2,000 คน อ้างอิง <a href="https://www.prachachat.net/marketing/news-801705">https://www.prachachat.net/marketing/news-801705</a> ) ซึ่ง ทำให้นักท่องเที่ยวแคมป์คันทัน พบกัน และค้นหาโปรแกรม ได้ง่ายขึ้น สามารถสร้างกิจ กรรมใหม่ๆ ได้หลากหลาย ด้วยการแชร์ความคิด สร้างสรรค์ ข้อมูล และ ประสบการณ์ร่วมกัน ให้ สะดวกรวดเร็วและ ปลอดภัยขึ้น	มีผู้ใช้งานทุกกลุ่มที่ เกี่ยวข้องในระบบ จำนวน 220 คน (5 พ.ย. 65)

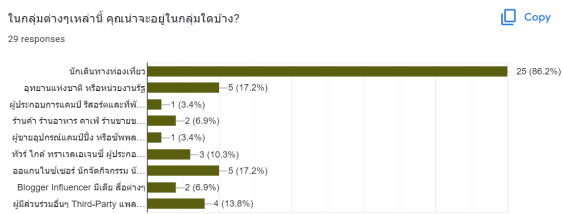
2. เกิดรายได้หมุนเวียนร่วม กันในกลุ่มหรือผู้ประกอบการ ในกลุ่มเพิ่มมากขึ้น 5% หรือจำนวนไม่ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อชุมชน ต่อ ปี *เนื่องจากแต่ละชุมชนมี ศักยภาพรายได้ไม่เท่ากัน ระยะเวลาโครงการสั้นและ งบประมาณจำกัด ทาง โครงการมีแผนดำเนินงาน เข้าเก็บข้อมูลตัวอย่างจริง อย่างน้อย 1 ชุมชน ซึ่งจะ เปรียบเทียบในช่วงระยะ เวลาเดียวกัน Year on year (YOY) (โดยฐาน ข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชน พ.ย. 62 – ม.ค. 63 มีค่า เฉลี่ย 306,430.91 บาท (อ้างอิง <a href="https://www.mots.go.th/download/article/article_20211001101334.pdf">https://www.mots.go.th/download/article/article_20211001101334.pdf</a> หน้า 356	จากการสำรวจความ คิดเห็น ในลักษณะ Focus group และ ให้ทำแบบสอบถาม ร่วมด้วยหลาย ๆ ช่อง ทาง มีความน่าเชื่อ หรือเป็นไปได้ที่จะ เกิดรายได้หมุนเวียน ร่วมกันในกลุ่มหรือ ผู้ประกอบการใน ชุมชนมากขึ้น 5% หรือเพิ่มขึ้นมากกว่า 15,000 บาทต่อ ชุมชน ต่อปี
3. เกิดการเข้าถึง/การ โปรโมตชุมชน คนในชุมชน หรือสินค้า อย่างมี ประสิทธิภาพมากขึ้น จำนวนไม่ต่ำกว่า 1,000 ครั้ง โดยวัดจากการมีส่วน ร่วมในการเข้าถึงสิทธิ ประโยชน์ เช่น ส่วนลด รางวัล ค่าแนะนำ รวมถึง การตอบรับหรือแสดงความ เห็นอื่น ๆ	จากข้อมูลความคิด เห็น ที่ได้ทำ แบบสอบถามร่วม ด้วยหลาย ๆ ช่องทาง มีความน่าเชื่อหรือ เป็นไปได้ที่จะเกิด การเข้าถึง/การ โปรโมตชุมชน คนใน ชุมชน หรือสินค้า อย่างมีประสิทธิภาพ มากขึ้น จำนวนไม่ต่ำ กว่า 1,000 ครั้ง



ภาพ จำนวนผู้ใช้งานในระบบ จำนวน 201 คน (5 พ.ย. 65)

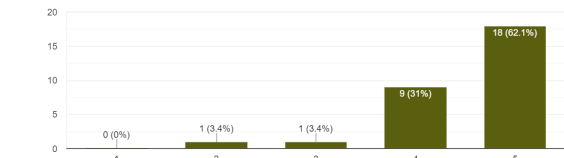


ภาพ แสดงผลสำรวจจากกลุ่ม Focus Group 29 ราย ที่ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่า CAMPSHOP มีประโยชน์กับกลุ่มสังคมแคมป์ที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่ม



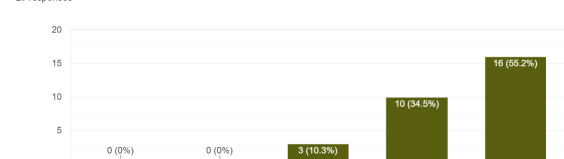
ภาพ แสดงผลสำรวจจากกลุ่ม Focus Group 29 ราย ที่อยู่ในกลุ่มสังคมแคมป์ทุกกลุ่ม แต่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว

คุณเห็นด้วยหรือไม่ว่า CAMPSHOP จะทำให้ "จำนวนนักท่องเที่ยว" จากการจัดกิจกรรมแคมป์ยิ่งให้ กับชุมชนแคมป์ของเรา เพิ่มขึ้น 5-10%



ภาพ แสดงผลสำรวจที่ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่า กิจกรรม CAMPSHOP จะทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

คุณเห็นด้วยหรือไม่ว่า CAMPSHOP จะช่วยสร้างคนสร้างอาชีพ...เช่น เชฟมืออาชีพ นักดนตรี นักรัก สด้า เทรนเนอร์ ผู้มีความสามารถและทักษะอื่นๆ จากการจัดกิจกรรมแคมป์ยิ่งให้กับชุมชนแคมป์ของเราได้

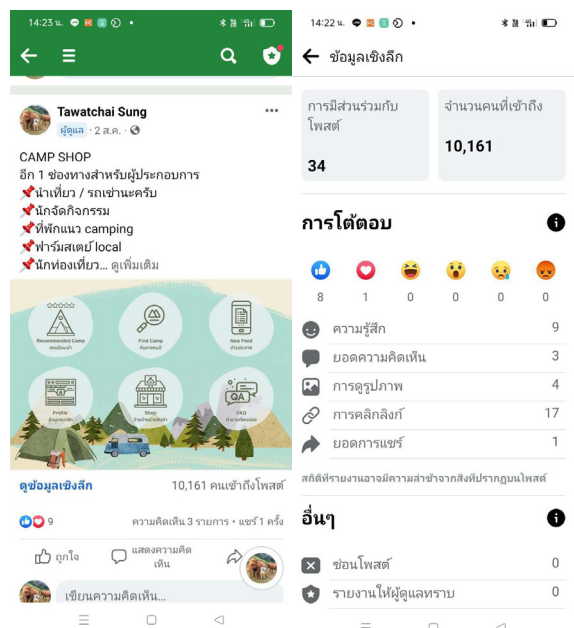


ภาพ แสดงผลสำรวจที่ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่า CAMPSHOP จะช่วยสร้างอาชีพจากการจัดกิจกรรมแคมป์ยิ่งให้กับชุมชน ได้เพิ่มขึ้น

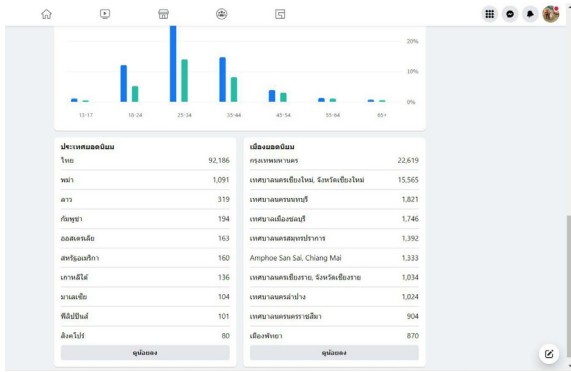
คุณเห็นด้วยหรือไม่ว่า CAMPSHOP จะ "ช่วยสร้างรายได้" ให้เพิ่มขึ้น จากการจัดกิจกรรมแคมป์ยิ่งให้กับชุมชนแคมป์ของเรา 5-10%



ภาพ แสดงผลสำรวจที่ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่า CAMPSHOP จะช่วยสร้างรายได้จากการจัดกิจกรรมแคมป์ยิ่งให้กับชุมชน ได้เพิ่มขึ้น







ภาพ จำนวนผู้เข้าถึงในช่องทางต่าง ๆ ที่เกิดจากการโปรโมตของชุมชน คนในชุมชน หรือสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น จำนวนไม่ต่ำกว่า 1,000 ครั้ง

## 6. กิตติกรรมประกาศ

ผลงาน เรื่อง “CAMPSHOP แพลตฟอร์มการจัดการข้อมูลท่องเที่ยวสายแคมป์ปิ้ง” นี้ได้รับการสนับสนุนทุนผลงานนวัตกรรมเพื่อสังคม ภายใต้หน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคมประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1 รหัสผลงาน SIDN1-65-03 และขอขอบคุณ Camp Story เชียงใหม่ ครอบครัวนักทอ ธนพงศ์ ครอบครัวยุทธศิริ ที่สนับสนุนพื้นที่ต้นแบบของโครงการในการจัดกิจกรรมสาธิต

## 7. เอกสารอ้างอิง (ถ้ามี)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี 2564. (Domestic Tourism Statistics / Classify by region and province 2021). ค้นเมื่อ [30 เมษายน 2565] จาก แหล่งสารสนเทศ.[หรือ <https://mots.go.th/News-link.php?nid=13724>]

กรุงเทพธุรกิจ (2565). มูลค่าตลาดแคมป์ปิ้งทั่วโลกพุ่ง 11.2% อยากจับธุรกิจนี้ต้องเริ่มอย่างไร?. ค้นเมื่อ [30 มีนาคม 2565] จาก แหล่งสารสนเทศ.[หรือ <https://www.bangkokbiznews.com/business/986538>]

The Business Research Company (2565). Camping And Caravanning Global Market Sees Growth Rate Of 11% Through 2022. ค้นเมื่อ [30 มกราคม 2565] จาก แหล่ง

สารสนเทศ.[หรือ <https://www.thebusinessresearchcompany.com/press-release/camping-and-caravanning-market-2022>]

เชียงใหม่นิวส์ (2565). CAMPSHOP แพลตฟอร์มชุมชนออนไลน์ท่องเที่ยววิถีใหม่ของนักเดินทาง. ค้นเมื่อ [30 ตุลาคม 2565] จาก แหล่งสารสนเทศ.[หรือ <https://www.chiangmainews.co.th/eattravelrest/2774666/>]

ประชาชาติธุรกิจ (2564). “แคมป์ปิ้ง” จุดพลุธุรกิจใหม่ ผุดลานทางเดินเท้า 500 แห่ง. ค้นเมื่อ [30 มีนาคม 2565] จาก แหล่งสารสนเทศ.[หรือ <https://www.prachachat.net/marketing/news-801705>]

สำนักงานปลัดกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา (2563). โครงการพัฒนาและจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว (Tourism Satellite Account: TSA). หน้า 356. ค้นเมื่อ [30 มีนาคม 2565] จาก แหล่งสารสนเทศ.[หรือ [https://www.mots.go.th/download/article/article\\_20211001101334.pdf](https://www.mots.go.th/download/article/article_20211001101334.pdf)]

## เที่ยวชุมชน ยลมวยไทย อาหารถูกใจไปลำปาง

สุกัญญา ยินดีชาติ<sup>1</sup>, อภิชาติ เลิศพินิจอมรกุล<sup>2</sup>, รัชดาพร หวลอารมณ<sup>3</sup>

หัวหน้าผลงาน<sup>1</sup>/ บริษัท อัลติเมทมวยไทย จำกัด 139 ซ.1 ถ.นาก่วม ต.สบตุ๋ย อ.เมือง จ.ลำปาง 52000

อาจารย์พี่เลี้ยง<sup>2,3</sup>/ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง 119 ม.9 ต.ชมพู อ.เมือง จ.ลำปาง 52100

\*โทรศัพท์ 092-692-8796 E-mail apichatlert19@gmail.com

### บทคัดย่อ

โครงการเที่ยวชุมชน ยลมวยไทย อาหารถูกใจไปลำปาง มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวของอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง และเพื่อสร้างนวัตกรรมท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง โดยมีกระบวนการและขั้นตอนดำเนินการเริ่มต้นด้วยการสำรวจ รวบรวมข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้รวบรวมมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ และเรียบเรียงออกมา โดยแบ่งเป็นสถานที่ ที่พัก ร้านอาหาร และผลิตภัณฑ์ของชุมชน หลังจากนั้นได้ออกแบบแอปพลิเคชันโดยวางผังขั้นตอนการออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และได้ทำการเก็บภาพ ถ่ายภาพนิ่งและทำคลิปประชาสัมพันธ์ จากนั้นออกแบบสร้างคิวอาร์โค้ด โดยคิวอาร์โค้ดจะเชื่อมต่อไปยังแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวอำเภอเกาะคา

จากนั้นให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอเกาะคา ร่วมประเมินแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว โดยแบ่งประเด็นการประเมินเป็น 2 ประเด็นใหญ่ คือ 1. ประเด็นการออกแบบแอปพลิเคชัน นักท่องเที่ยวได้ประเมินให้หัวข้อการจัดแบ่งข้อมูลเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร และที่พักชัดเจน อยู่ในระดับคุณภาพดี หัวข้อสามารถเข้าใจประวัติศาสตร์สถานที่ท่องเที่ยวได้ลึกซึ้งขึ้น อยู่ในระดับคุณภาพ ดี หัวข้อมีการแนะนำสถานที่พักที่เหมาะสม อยู่ในระดับคุณภาพดี หัวข้อเนื้อหาของข้อมูลเป็นปัจจุบัน อยู่ในระดับคุณภาพ ดีมาก 2. ประเด็น ความคิดเห็นของผู้ใช้แอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวภายในเกาะคา จ.ลำปาง นักท่องเที่ยวได้ประเมินให้หัวข้อ สามารถใช้งานได้ง่าย อยู่ในระดับคุณภาพ มีมาก หัวข้อสีสรรหน้าปกของแอปพลิเคชันดึงดูดน่าสนใจ อยู่ในระดับคุณภาพดี หัวข้อมีภาษาให้เลือกดูหลากหลาย อยู่ในระดับคุณภาพดีมาก เป็นต้น

ซึ่งโครงการเที่ยวชุมชน ยลมวยไทย อาหารถูกใจไปลำปาง นี้ ทำให้อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ได้เป็นที่รู้จักและเป็นการยกระดับการท่องเที่ยวสถานที่สำคัญ ชุมชน รวมถึงเศรษฐกิจในอำเภอเกาะคาได้เป็นที่นิยมมากขึ้น ผ่านการประเมินผลการจัดทำโครงการของนักท่องเที่ยวและผลตอบรับของคนในพื้นที่

**คำสำคัญ** เกาะคา, ลำปาง, ค่ายมวย, ท่องเที่ยวชุมชน

## 1. บทนำ

อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง เป็นอำเภอหนึ่งที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สวยงาม เป็นอีกอำเภอหนึ่งที่ตั้งอยู่ใกล้ตัวอำเภอเมืองจังหวัดลำปางมากที่สุดเป็นที่ตั้งของวัดคูบัวคูเมืองจังหวัดลำปางนั่นก็คือวัดพระธาตุลำปางหลวง มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวสักการบูชาไม่ขาดสายโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเทศกาลวันปีใหม่วันสงกรานต์หรือเทศกาลทางศาสนาต่าง ๆ ก็มีนักท่องเที่ยวเข้ามาสักการบูชาและเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมอันงดงามของวัดพระธาตุลำปางหลวงอย่างต่อเนื่องนอกจากนี้ยังมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางขึ้นมาเที่ยวในภาคเหนือก็นิยมแวะไหว้พระและเข้าชมความสวยงามของสถาปัตยกรรมล้านนาพม่าที่วัดแห่งนี้เช่นกัน

ในความเป็นจริงแล้วอำเภอเกาะคาไม่ได้มีเพียงแต่ความงดงามของวัดพระธาตุลำปางหลวงเท่านั้นแต่อำเภอเกาะคายังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจโดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมทางวัฒนธรรมและสถานที่ทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ตัวอย่างผ้าทอของตำบลไหล่หินอำเภอเกาะคา บ่อน้ำพุร้อนที่สามารถลงไปแช่ได้ เป็นต้นนอกจากนี้ยังมีศูนย์แสดงสินค้าทางเซรามิกที่เป็นผลิตภัณฑ์สำคัญของจังหวัดลำปาง และสถานที่และสถานที่ต่าง ๆ อีกมากมายแต่ยังไม่ได้รับการส่งเสริมหรือประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวให้มากขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาที่อำเภอเกาะคาจะเป็นการเดินทางแบบผ่านไปจังหวัดเชียงรายจังหวัดเชียงใหม่หรือไปทำธุระที่อำเภอเมืองลำปาง เรียกว่าจะเข้าเกาะคา ก็เพียงแค่แวะไปไหว้พระเท่านั้น ซึ่งอำเภอเกาะคาไม่เพียงแต่แวะไปไหว้พระได้เท่านั้นแต่ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์ของชุมชนและความน่าสนใจอยู่ในนั้น ดังนั้นเกาะคาซึ่งเป็นสถานที่ทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ควรส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจได้เที่ยวเพิ่มเติมไม่เพียงแต่เดินทางมาสักการะไหว้พระแล้วก็ผ่านไปเท่านั้นแต่ถ้ายังสามารถแวะไปซื้อของฝากและแวะไปดูกิจกรรมที่น่าสนใจของชุมชน

รวมถึงเข้าพักอาศัย ที่สำคัญปัจจุบันนี้ในอำเภอเกาะคาเป็นที่ตั้งของโรงเรียนสอนมวยไทยเบิกฤกษ์ยิม ที่เปิดดำเนินการสอนมวยไทยให้แก่คนในชุมชน รวมถึงชาวต่างชาติที่เข้ามาศึกษาและเรียนมวยไทยที่โรงเรียนมวยไทยเบิกฤกษ์ยิมลักษณะของโรงเรียนให้การบริการทางที่พักการสอนเป็นคอร์สและการพาเที่ยวในชุมชนซึ่งที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวเข้ามาเก็บตัวฝึกซ้อมมวยไทยและเข้ามาเรียนมวยไทยอยู่หลายกลุ่มแล้ว โดยมาจากประเทศแคนาดา ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเยอรมัน เป็นต้น นอกจากนี้โรงเรียนมวยไทยยังเผยแพร่สูตรผิดไทยที่เป็นที่ชื่นชอบของชาวต่างชาติโดยมีการจัดตั้งโรงแสดงเข้าไปในหลักสูตรของการเรียนในไทยอีกด้วย ยังพัฒนาสูตรผิดไทยที่ได้รับการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์จากโครงการ U2T ให้สามารถซื้อน้ำซอสมวยไทยกลับไปรับประทานเองที่บ้านได้อีกด้วย

ดังนั้น เพื่อให้การท่องเที่ยวอำเภอเกาะคาเป็นที่รู้จักและพัฒนาให้มากขึ้น โรงเรียนมวยไทยจึงมีความสนใจที่จะนำความรู้ทางมวยไทย การทำอาหาร การท่องเที่ยวการให้บริการที่พัก กิจกรรมต่าง ๆ มาจัดทำเป็นแหล่งข้อมูลทางการท่องเที่ยว เพื่อเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในอำเภอเกาะคาได้ใช้งานได้ง่าย เพียงแค่มือถือมีโทรศัพท์มือถือก็สามารถที่จะใช้นวัตกรรมทางการท่องเที่ยวนี้ได้ง่ายอีกทั้งยังเป็นส่งเสริมให้ทางโรงเรียนมวยไทยได้มีนักเรียนหรือผู้ที่สนใจเข้ามาเรียนและเข้ามาท่องเที่ยวและทำกิจกรรมต่าง ๆ มากขึ้นและยังเป็นการเอื้อประโยชน์ให้กับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในชุมชน สร้างรายได้ในชุมชนให้มากขึ้นอีกด้วย

## 2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวของอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง
2. เพื่อสร้างนวัตกรรมทางการท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

### 3. วิธีการดำเนินงาน



### 4. ผลการดำเนินงาน

4.1) เพื่อออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวของอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

ในกระบวนการออกแบบเส้นทาง ผู้ดำเนินงานได้ทำการสำรวจพื้นที่และข้อมูลต่าง ๆ ตามขั้นตอนที่ได้วางแผนไว้ ใบบทที่ 2 และศึกษาข้อมูลกิจกรรม ศูนย์การเรียนรู้ต่าง ๆ รวมไปถึงการนำข้อมูลเดิมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมาทบทวน ตรวจสอบ และปรับปรุงให้เป็นข้อมูลปัจจุบันที่สุด บางแห่งปิดดำเนินการไประหว่างโรคระบาดโควิด19 และยังไม่เปิดให้บริการ จึงต้องปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัย จึงเกิดผลการดำเนินงานออกมาเป็น 2 ส่วนคือ แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวของอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง และโปรแกรมนำเสนอการท่องเที่ยวของอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง



ภาพ แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวของอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง (ภาษาไทย)



ภาพ แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวของอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง (ภาษาจีน)



ภาพ แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวของอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง (ภาษาอังกฤษ)



**旅游线路 1**

1. Wat Phra That Lamphang Luang 庙
2. Ban Lai Hin 西边, Ki-kratook 织布团
3. Koh Kha 温泉
4. Wat Santi Nikhom Pa Sak 庙
5. Lamphang Luang 雨伞店/饭店
6. 陶器和鸡牌碗 (Keng Ceramic)
7. 陶瓷展览中心, Ban Sala Meng 乡村, OTOPI 旅游村, “陶瓷旅游村”
8. 陶瓷草药按摩球
9. BurkLerk 泰拳学校



**旅游线路 2**

1. Wat Phra That Lamphang Luang 庙
2. Jamthewi 女王水池
3. Ban Lai Hin 西边, Ki-kratook 织布团
4. Wat Lai Hin Luang 庙
5. Koh Kha 温泉
6. Wat Santi Nikhom San Pa Sak 庙
7. Ban Suan 厨房 (Kaeu Kaeo)
8. 陶瓷草药按摩球
9. 南邦府古生物化石、地质和自然科学博物馆
10. Hug You 养羊场
11. BurkLerk 泰拳学校



**旅游线路 3**

1. Wat Sala Meng 庙
2. 陶器和鸡牌碗 (Keng Ceramic)
3. 陶瓷展览中心, Ban Sala Meng 乡村, OTOPI 旅游村, “陶瓷旅游村”
4. 陶瓷草药按摩球
5. Wat Phra That Lamphang Luang 庙
6. Lamphang Luang 雨伞店
7. Nanirara 西瓜汁米饼团体
8. Wat Phra That Chom Ping 庙
9. Tham Pha Bong 洞, Khao Song Krachok 山
10. Hug You 养羊场
11. BurkLerk 泰拳学校

ภาพ แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวที่ 1 2 และ 3 ของ อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง (ภาษาจีน)



**เส้นทางท่องเที่ยวที่ 3**

1. วัดศาลาเม็ง
2. เเคอโป๋ปิ่นเตงเกอเซวามัด
3. ศูนย์แสดงสินค้าเซรามิคชุมชนบ้านศาลาเม็ง
4. ศูนย์แสดงสินค้าเซรามิคชุมชนบ้านศาลาเม็ง
5. วัดพระธาตุลำปางหลวง
6. บ้านร่มฉัตรลำปางหลวง
7. กลุ่มผลิตภัณฑ์เซรามิค กระเบื้องจากใบป๋อ
8. วัดพระธาตุอุโมงค์
9. อีฮยาป๋อ เจ้าสัวอภรรยา
10. ฟาร์มแพะฮักยู
11. ค่ายมวยเป็กฤกษ์ชัย

ภาพ แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวที่ 1 2 และ 3 ของ อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง (ภาษาไทย)



ภาพ แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวที่ 1 2 และ 3 ของอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง (ภาษาอังกฤษ)

4.2) เพื่อสร้างนวัตกรรมทางการท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง



ภาพ แอปพลิเคชันสถานที่ท่องเที่ยวเกาะคา จ.ลำปาง

5. สรุปผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของผลงานที่วางไว้ (KPI) เปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นหลังเสร็จสิ้นการดำเนินงาน

ตัวชี้วัด ค่าเป้าหมาย และหน่วยนับ	ผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นหลังเสร็จสิ้นผลงาน
1. แผนที่ท่องเที่ยวชุมชน 1 แผ่น	มีแผนที่ท่องเที่ยว อ.เกาะคา จ.ลำปาง ที่ปรับปรุงข้อมูลล่าสุดเพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้ประโยชน์ในชุมชน
2. แอปพลิเคชัน 1 แอป	มีนวัตกรรม แอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว อ.เกาะคา จ.ลำปาง เป็นแอปเพื่อการท่องเที่ยว อ.เกาะคา แอปแรกที่ใช้ประโยชน์ได้หลากหลายและให้ข้อมูลครบถ้วน
3. ป้ายคิวอาร์โค้ด 1 ชุด	มีป้ายคิวอาร์โค้ดในสถานที่ต่าง ๆ ทั้ง อ.เกาะคา จ.ลำปาง เพื่อให้นักท่องเที่ยว แสวงหาข้อมูลได้อย่างสะดวก รวดเร็ว อย่างน้อย 40 ป้าย
4. คลิปประชาสัมพันธ์ 1 คลิป	มีสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวใน อ.เกาะคา จ.ลำปาง ที่หน่วยงานของจังหวัด และระดับอื่น ๆ สามารถนำไปเป็นสื่อเผยแพร่เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวได้

## 6. กิตติกรรมประกาศ

ผลงาน เรื่อง “เที่ยวชุมชน ยลมวยไทย อาหาร  
ถูกใจไปลำปาง” นี้ได้รับการสนับสนุนทุนผลงาน  
นวัตกรรมเพื่อสังคม ภายใต้หน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรม  
เพื่อสังคมประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1 รหัสผลงาน  
SIDN1-65-04 และขอขอบคุณ อาจารย์อภิชาติ เลิศ  
พินิจอมรกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัชดาพร หวลอารมณ์  
ที่ให้คำปรึกษาและร่วมดำเนินโครงการนี้ให้สำเร็จลุล่วง  
ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เหนือขวัญ บัวเฟื่อน  
ที่ช่วยประสานงานและให้คำแนะนำในการดำเนินงาน  
ต่าง ๆ ทำயที่สุด ขอขอบพระคุณทุก ๆ ท่าน ที่มีส่วน  
ช่วยให้โครงการนี้ เกิดขึ้นและช่วงส่งเสริมชุมชน  
อ.เกาะคา จ.ลำปาง อย่างแท้จริง

# E-Book ท่องเที่ยวอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ปกากะญอ ชุมชนบ้านห้วยบง

พระปลัดสุชาติ สุวทณโก<sup>1</sup>, นางธัญญลักษณ์ ดวงแก้ว พนาไพร<sup>2</sup>, นางอมรรัตน์ ภูมิรุ่งโรจน์<sup>2</sup>

อรสิริพิมพ์ บริหารธนโชติ<sup>2</sup>, นายสัพพัญญู วงศ์ชัย<sup>2</sup>, รองศาสตราจารย์ ดร.ชรินทร์ มั่งคั่ง<sup>3</sup>

รองศาสตราจารย์ ดร.สัญญา สะสอง<sup>3</sup>และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินันต์ สะสอง<sup>3</sup>

<sup>1</sup>หัวหน้าผลงาน/วิสาหกิจชุมชน ชนบ้านห้วยบง 41 หมู่ 4 ต.บ้านจันทร์ อ.กัลยาณิวัฒนา จ.เชียงใหม่ 58130

<sup>2</sup>ผู้ร่วมผลงาน/วิสาหกิจชุมชน ชนบ้านห้วยบง 41 หมู่ 4 ต.บ้านจันทร์ อ.กัลยาณิวัฒนา จ.เชียงใหม่ 58130

<sup>3</sup>อาจารย์พี่เลี้ยง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่และ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ 58000

\*โทรศัพท์ 086-1906287 E-mail -

## บทคัดย่อ

ชุมชนบ้านห้วยบง อำเภอกัลยาณิวัฒนา จังหวัดเชียงใหม่เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางอัตลักษณ์ ชาติพันธุ์ และ ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมอย่างมหาศาล หน่วยจัดการนวัตกรรม จึงต้องการที่จะพัฒนา เศรษฐกิจฐานวิสาหกิจชุมชนให้สามารถตอบสนองตลาดและพัฒนาตนเองได้ในกระแส เศรษฐกิจดิจิทัลและการเพิ่มมูลค่าสินค้า จึงได้ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์แกงข้าวเบ๊อะสำเร็จรูปเพื่อที่จะสามารถทำ ให้อาหารที่เป็นตัวแทนจิตวิญญาณของท้องถิ่นสามารถ เข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุด และง่ายที่สุดเท่าที่จะทำ ได้ ในขณะเดียวกันก็ได้สร้างช่องทางประชาสัมพันธ์ผ่านรูปแบบภาพยนตร์ สารคดีและรายการวิทยุพ็อดแคสต์ และพัฒนาต่อยอดหนังสือปัญหาปกากะญอกัลยาณิวัฒนาเชียงใหม่ จากต้นฉบับ ภาษาไทยไปสู่ภาษาอังกฤษ และภาษากะเหรี่ยง เพื่อให้เกิดองค์ความรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิต คุณค่า และจิตวิญญาณของ ชาติพันธุ์ปกากะญอ ที่จะสามารถทำให้เกิดแรงดึงดูดในภาคการท่องเที่ยวและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เน้นคุณค่า

**คำสำคัญ** ปกากะญอ วิสาหกิจชุมชน ข้าวเบ๊อะ บ้านห้วยบง กัลยาณิวัฒนา



## 1. บทนำ

ชุมชนบ้านห้วยบง อำเภอภักดีพัฒนา จังหวัดเชียงใหม่ ที่เป็นชุมชนปลูกอะโวคาโดเก่าแก่ และยังคงประเพณี ธรรมเนียมปฏิบัติจากบรรพบุรุษ ไม่ว่าจะเป็น พิธีกรรม ภาษาพูดและเขียน การแต่งกาย และค่านิยมในชุมชนปลูกอะโวคาโดดั้งเดิม ให้สามารถสอดคล้องกันได้กับวิถีชีวิตร่วมสมัย ชุมชนบ้านห้วยบงมีทุนทางสังคม (Social Capital) ที่มีมูลฐานสำคัญจาก บริบทพื้นที่ สองประการ ได้แก่ วัฒนธรรมอาหาร โดยเฉพาะภูมิปัญญาด้านการทำเกษตรไร่มนเวียนของชาวปลูกอะโวคาโด จึงเกิดอาหารที่สอดคล้องกับลักษณะของการเพาะปลูกแบบไร่มนเวียน ได้แก่ ข้าวเบือ (ตำพอ เพาะ) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ปลูกอะโวคาโด ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติกลายเป็นรากฐานสำคัญของธุรกิจชุมชนทั้งในด้าน การผลิตปฐมภูมิทางการเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความยั่งยืนของพื้นที่ ด้วยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นฐาน (Nature-based Tourism) และส่งเสริมให้มีรากฐานอันสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

แต่กระนั้น แม้ว่าอำเภอภักดีพัฒนาจะมีทุนทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่น่าสนใจ แต่ก็ยังเป็นเขตพื้นที่ห่างไกล มี ประชากรเบาบาง และภาคเศรษฐกิจเติบโตอย่างจำกัด ดังนั้น การพัฒนายกระดับสินค้าทางการเกษตรจะเป็นส่วนช่วยให้ ชุมชนสามารถใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของตน ที่ตอบโจทย์การพัฒนาในเชิงธุรกิจในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างอาชีพและให้เกิดการเติบโตภาคเศรษฐกิจในภักดีพัฒนา นอกจากนี้แล้วผลผลิตในชุมชนยังเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตดั้งเดิม การขายและ การโฆษณาจึงต้องผูกโยงอยู่กับภูมิปัญญาและวัฒนธรรมชุมชน ซึ่งเป็นตัวช่วยให้เกิดการหนุนเสริมการท่องเที่ยวภายในเชิง วัฒนธรรมของพื้นที่

กล่าวโดยสรุปคือ ต้องการที่จะผลิตสินค้าและบริการใหม่ในชุมชนชาติพันธุ์ปลูกอะโวคาโดผลิตภัณฑ์ใหม่ได้แก่ ข้าว เบือสำเร็จรูป อันเป็นสินค้า

ที่สะท้อนวัฒนธรรมอาหารที่เป็นจุดเด่นของชาวปลูกอะโวคาโด นอกจากนี้ยังสามารถสร้างมูลค่า ทางเศรษฐกิจให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพิ่มช่องทางการสร้างอาชีพและขยายตลาดสินค้าเพื่อสุขภาพที่มีชุมชนเป็นผู้ผลิตอีก ด้วย อีกทั้งยังต้องการที่จะให้สินค้าในข้างต้นกลายเป็นสิ่งหนุนเสริมให้พื้นที่บ้านห้วยบงเป็นแหล่งท่องเที่ยวภายใต้กรอบการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผ่านระบบสารสนเทศสมัยใหม่ในระบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ที่จะสามารถทำให้เกิดความเข้าใจวิถี ชีวิตและวัฒนธรรมชาวปลูกอะโวคาโดในอำเภอภักดีพัฒนา60% (ได้ข้าวเต็มเมล็ดเพียง 300 kg จาก 500 kg) ถือเป็นมูลค่าที่เสียหายไปมากกว่า 10,000 บาท โดยปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้เกิดการแตกหักคือ เวลา และอุณหภูมิ ที่ทำให้ความชื้นในข้าวเปลือกลดลง ดังนั้น การศึกษาความสัมพันธ์ของเวลา และอุณหภูมิในการอบแห้งข้าวเปลือกจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อให้ได้มาซึ่งความชื้นในข้าวเปลือกที่เหมาะสมต่อการสี ดังนั้น การพัฒนากระบวนการลดความชื้นข้าวเปลือกโดยใช้โรงอบแห้งพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อใช้ได้ข้าวเปลือกที่มีความชื้นที่เหมาะสมกับเครื่องสีข้าวจะสามารถลดปริมาณข้าวหักในกระบวนการสีข้าวลดการสูญเสียผลผลิตของเกษตรกร

## 2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อต่อยอด E-book 3 ภาษา สำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวอัตลักษณ์ปลูกอะโวคาโดในพื้นที่อำเภอภักดีพัฒนา จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นอ่อมะเบือ (ข้าวเบือ) กึ่งสำเร็จรูป ที่หนุนเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่ม วิสาหกิจบ้านห้วยบงและกลุ่มแม่บ้านห้วยบง อำเภอภักดีพัฒนา จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์โดยการใช้เทคนิค Story telling ผ่านหลากหลาย ช่องทางด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

### 3. วิธีการดำเนินงาน

#### 1). การพัฒนาต่อยอดหนังสือ อิเล็กทรอนิกส์

1.1 กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อผลิตหนังสือฉบับภาษาไทยคณะผู้จัดทำได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการใช้ภาพวาดฝาผนัง เป็น แกนเรื่องหลัก ในการนำเสนอ ภูมิปัญญา ความรู้ วิถีชีวิต และความเชื่อดั้งเดิมของชาวปกากะญอ

1.2 กระบวนการแปลหนังสือจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษและภาษากะเหรี่ยง การแปลภาษาเป็นภาษาอังกฤษได้ทำการแปลโดยผู้ที่มีประสบการณ์ในการแปลเอกสารและหนังสือที่มีความเป็น วิชาการ และเป็นผู้ที่มีความเข้าใจเนื้อหาอย่างชัดเจนในฉบับภาษาไทย โดยมีการติดต่อ สื่อสารแก้ไขเนื้อหาระหว่างผู้แปลและ บรรณาธิการแปลอย่างต่อเนื่อง และมีการจัดส่งเนื้อหาแยกเป็นบทเพื่อให้เกิดความง่ายในการตรวจทานและแก้ไข

ขณะที่ การแปลเป็นเป็นภาษากะเหรี่ยงนั้นเป็นการแปลโดยผู้ที่มีความรู้ทางภาษาชนเผ่าและเป็นชาติพันธุ์ปกากะญอ ได้แก่ คุณแอม่หนู โดยทำการแปลด้วยรูปแบบกลางเช่นเดียวกับที่ใช้ในภาษาอังกฤษในการพิมพ์เป็นภาษากะเหรี่ยง ใช้ฟอนต์ KAKNU และ KAREN

#### 2). การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์แกงข้าวเบ๊อะกิ่งสำเร็จรูป

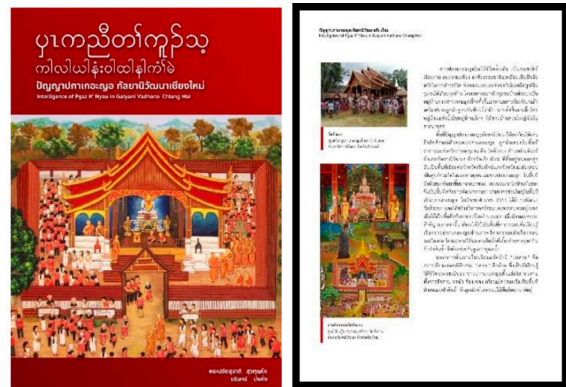
การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์อาหารแกงข้าวเบ๊อะกิ่งสำเร็จรูป คณะผู้จัดทำร่วมกับตัวแทนวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยบง จึงได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ร่วมกับ ศูนย์นวัตกรรมอาหารและบรรจุภัณฑ์ (Food Innovation and Packaging Center, FIN) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และได้เริ่มดำเนินการร่วมกันที่จะ (1) ศึกษาพัฒนาสูตรและกระบวนการผลิต แกงข้าวเบ๊อะกิ่งสำเร็จรูป (2) ตรวจสอบวิเคราะห์คุณภาพของผลิตภัณฑ์แกงข้าวเบ๊อะกิ่งสำเร็จรูป (3) การเลือกบรรจุภัณฑ์ และ (4) การสาธิตกระบวนการผลิต

#### 3). การสร้างช่องทางประชาสัมพันธ์ เล่าเรื่องราวผ่านสื่อสังคมออนไลน์

หน่วยขับเคลื่อนเริ่มต้นกระบวนการด้วยการปรึกษาหารือระหว่างที่ปรึกษาโครงการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยบง และศูนย์ศึกษาปกากะญอ ร่วมกันกับคณะจัดทำสื่อจากบริษัท M&M Studio เพื่อที่จะดำเนินการลงพื้นที่สำรวจและ ออกแบบการเล่าเรื่อง (Storyboard) สำหรับการถ่ายทำเรื่องราวเกี่ยวกับวิถีชีวิตและความเชื่อในวิถีของชาวปกากะญอ โดย มีความตั้งใจที่จะทำให้เด็กและเยาวชนในชุมชน

### 4. ผลการดำเนินงาน

4.1 นำข้อมูลผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้น โดยอาจจะเรียงหัวข้อตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้ เช่น E-book 3 ภาษาสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวอัตลักษณ์ปกากะญอในพื้นที่อำเภอภักดีพัฒนา จังหวัดเชียงใหม่

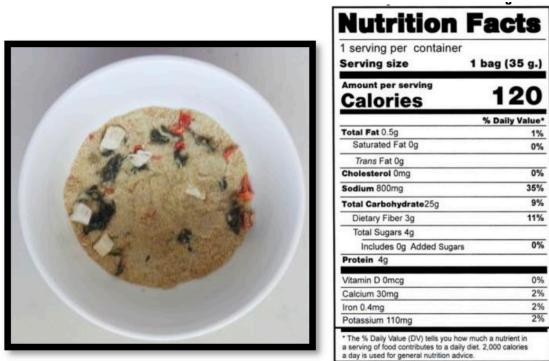


ภาพ ฉบับภาษาไทย



ภาพ ฉบับภาษาอังกฤษ ภาพ ฉบับภาษากระเหรี่ยง

4.2 ต้นแบบผลิตภัณฑ์พื้นถิ่น ออเมะเบ๊อะ (ข้าวเบ๊อะ) กึ่งสำเร็จรูป



ภาพ ต้นแบบผลิตภัณฑ์แกงข้าวเบ๊อะกึ่งสำเร็จรูป และ ข้อมูลโภชนาการ

4.3 กระบวนการ 5S Model กระบวนการทำงานในชีวิตจริงจากวิสาหกิจชุมชนที่ผันตัวกลายเป็นแหล่งเรียนรู้ภายในชุมชนด้วย ดังนั้น คณะผู้จัดทำจึงเกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมและได้พัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ข้ามศาสตร์ เพื่อที่จะสามารถเป็นต้นแบบในการ พัฒนาการศึกษาและวิสาหกิจชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่อื่นๆ ในอนาคต

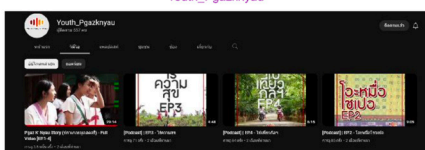


ภาพ 5S Development Cycle Model

4.4 ช่องทางประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์โดยการใช้เทคนิค Story telling



Youth\_Pgazknyau



ภาพ ช่องทางประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์ม YouTube



ภาพ หน้าปกรายการวิทยุพ็อดแคสต์ Youth Pgzaz K' Nyau

5. สรุปผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของผลงานที่วางไว้ (KPI) เปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นหลังเสร็จสิ้นการดำเนินงาน

ตัวชี้วัด ค่าเป้าหมาย และหน่วยนับ	ผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นหลังเสร็จสิ้นผลงาน
1. สร้างแบรนด์จากสินค้าท้องถิ่น “ข้าวเบ๊อะกึ่ง สำเร็จรูป” จำนวน 1 แบนด์	1. เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ 1 ผลิตภัณฑ์ 2. รูปแบบธุรกิจฐานวิสาหกิจชุมชนแบบใหม่ ที่เป็นรูปแบบมหาวร (5S Development Cycle Model)
2. ผลผลิตข้าวอินทรีย์เต็มเมล็ด หลังการใช้นวัตกรรม	2. ได้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 3 เล่ม 3 ภาษา
3. เกษตรกรเข้ามาใช้บริการโรงอบแห้งพลังงานแสงอาทิตย์อัจฉริยะ	3. ได้ช่องทาง และสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุ podcast, และ ภาพยนตร์สารคดี นำเสนอเผยแพร่ผ่านช่อง YouTube

4. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 1 แหล่ง	4. ได้เส้นทางการท่องเที่ยว(Travelroute)ที่เป็นเส้นทาง ครอบคลุมทั่วทั้งชุมชน
--	---

## 6. กิตติกรรมประกาศ

ผลงาน เรื่อง “E-Book ท่องเที่ยวอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ปกากะญอ ชุมชนบ้านห้วยบง” นี้ได้รับการ สนับสนุนทุนผลงานนวัตกรรมเพื่อสังคม ภายใต้หน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคมประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1 รหัส ผลงาน SIDN1-63-05 ขอขอบคุณ รศ.ดร.ชรินทร์ มั่งคั่ง รศ.ดร.สัญญา สะสอง และ ผศ.ดร.ชูติมันต์ สะสอง ที่ปรึกษาโครงการ ทั้ง 3 ท่านที่ช่วยให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ ร่วมทำงานกับวิสาหกิจตั้งแต่ เริ่มต้นโครงการจนสิ้นสุดโครงการ

ขอขอบคุณ พระปลัดสุชาติ สุวฑฒโก และวัดห้วยบง ที่เมตตาในการให้ข้อมูลและเป็นจุดเริ่มต้นของแรงบันดาลใจในการจัดทำ โครงการในครั้งนี้ อีกทั้งยังอำนวยความสะดวกในด้านสถานที่ให้เป็นศูนย์กลางในการประสานงาน ประชุมโครงการ ขอขอบคุณ หน่วยนวัตกรรมศูนย์นวัตกรรมอาหารและบรรจุภัณฑ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบของวิสาหกิจ

ขอขอบคุณผู้บริหาร คณะครู และนักเรียน โรงเรียนมัธยมกัลยาณิวัฒนา ที่ร่วมเป็นภาคีเครือข่ายกับวิสาหกิจและคณะทำงาน ทั้งในด้านการอำนวยความสะดวกสถานที่ ร่วมประชุมขับเคลื่อนโครงการจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

และสุดท้ายนี้ขอขอบคุณหน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคมประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1 เจ้าหน้าที่ และผู้มี ส่วนมีส่วนในโครงการที่สนับสนุนทุน และอำนวยความสะดวกให้ “E-Book ท่องเที่ยวอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ปกากะญอ ชุมชนบ้านห้วยบง” สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

# โครงการนวัตกรรมการจัดการบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยชุมชนหลังวิกฤตโควิด-19 – บ่อแช่ออนเซ็นต้นแบบ

นายอภิชาติ สุรศักดิ์ศิลป์<sup>1</sup>, นายฐานันต์ แก้วดิษฐ์<sup>2</sup>

รต.เอี่ยม กันทาน้อย (ก้านเอี่ยม)<sup>3</sup>, นางสาวลลิตา รัตนศรีทัย<sup>3</sup>

<sup>1</sup>หัวหน้าผลงาน, <sup>2</sup>ที่ปรึกษาโครงการ/วิสาหกิจชุมชนสวนคนปายไฮโดรโปนิกส์

ต.เวียงใต้ อ.เมือง จ.แม่ฮ่องสอน 58130

<sup>3</sup>ผู้ร่วมผลงาน / 161 หมู่ 6 ห้วยปู้ ต.เวียงใต้ อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน

## บทคัดย่อ

ตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างชัดเจนและมีกำลังซื้อในระดับปานกลางถึงสูง ขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวมีความต้องการมากขึ้นเรื่องความปลอดภัยด้านสุขภาพ ความสะอาด และบริการที่ยืดหยุ่นได้หลังการแพร่ระบาดของ โควิด-19

ในอำเภอปายมีบ่อน้ำพุร้อนตามธรรมชาติในพื้นที่หลายแห่ง แต่ส่วนใหญ่อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานรัฐ จึงมี ข้อจำกัดหลายประการทำให้ไม่สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็ว ในขณะที่ชุมชนโดยรอบนั้น มีน้ำแร่จากบ่อน้ำร้อนใช้ตามบ้านเรือนกันมานานแล้ว ซึ่งนับว่าเป็นต้นทุนที่ดีต่อบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แต่สิ่งที่คนใน ชุมชนขาดไปคือองค์ความรู้เพื่อต่อยอดสิ่งที่มีเพื่อก่อให้เกิดรายได้

วิสาหกิจชุมชนสวนคนปายไฮโดรโปนิกส์จึงได้ริเริ่มโครงการบ่อแช่ออนเซ็นต้นแบบขึ้นในชุมชน เพื่อเป็นแหล่งรวม องค์ความรู้เรื่องการใช้ประโยชน์จากน้ำพุร้อนเพื่อสร้างรายได้ องค์ความรู้เรื่องบริการด้านสุขภาพ องค์ความรู้เรื่องการเล่าเรื่อง การทำตลาด และการสร้างการจดจำในรูปแบบที่เข้าใจได้ง่ายผ่านการลงมือทำ โดยสร้าง โมเดล ASS บูรณาการเครื่องมือ 3 ด้านไว้ด้วยกัน คือ เครื่องมือทางสถาปัตยกรรม (Architecture) ใช้ในการออกแบบ สถานที่ให้เป็นบ่อแช่ในร่มที่มีความสวยงาม มีความเป็นท้องถิ่น เครื่องมือทางการบริการ (Service) เพื่อสร้างบริการ ที่เป็นเลิศ และเครื่องมือทางการเล่าเรื่อง (Story Telling) เพื่อสร้างเสน่ห์ สร้างภาพลักษณ์ สร้างการจดจำในฐานะ การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยสมบูรณ์

**คำสำคัญ** บ่อน้ำร้อน ออนเซ็น ปาย wellness ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

## 1. บทนำ

แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลกกำลังเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว อีกทั้งประเทศไทยยังติด 1 ใน 10 ประเทศที่มี มูลค่าตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สูงที่สุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (ลำดับที่ 9) คือมี มูลค่าตลาดรวมราว 29,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ข้อมูลจากGlobalWellnessInstitute) ขณะเดียวกัน หลังการแพร่ระบาดของโรคCovid-19 นักท่องเที่ยวมีความต้องการเปลี่ยนแปลงไปมาก โดยเฉพาะเรื่อง ความสะอาดและบริการที่ยืดหยุ่นได้ และส่วนใหญ่มัก เดินทางด้วยตัวเอง หรือมาด้วยรถยนต์ส่วนตัวสูงของ ต้นสตอร์เบอรี่ อาจส่งผลให้ประสิทธิภาพการใช้สาร ชีวภัณฑ์สูงขึ้น เนื่องจากเป็นการในสารชีวภัณฑ์สู่ ปากใบโดยตรง

ในขณะที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนมีจำนวนน้ำพุร้อนถึง 12 แห่ง มากเป็นลำดับที่ 2 ของประเทศ ซึ่งเป็นต้นทุนทางธรรมชาติที่ ดีสำหรับการท่องเที่ยวเชิง

สุขภาพ โดยเฉพาะในชุมชนบ้านท่าปาย และส่วนหนึ่งของชุมชนบ้านทรายขาว ตำบลแม่ฮี้ อำเภอ ปาย ที่มีน้ำแร่ร้อนใช้อุปโภคในครัวเรือนมานานแล้ว แต่กลับไม่สามารถสร้างประโยชน์จากสิ่งที่มีได้เลย เพราะชาวบ้านขาดสิ่ง ที่เรียกว่า องค์ความรู้

วิสาหกิจชุมชนสวนคนปายไฮโดรโปนิกส์จึงได้ริเริ่มโครงการบ่อแช่ออนเซ็นต้นแบบขึ้น เพื่อเป็นแหล่งรวมองค์ความรู้ เรื่องการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรน้ำแร่ร้อนเพื่อก่อให้เกิดรายได้กับชุมชน องค์ความรู้เรื่องบริการด้านสุขภาพ เรื่องการ เล่าเรื่อง การทำตลาด และการสร้างการจดจำในรูปแบบที่เข้าใจได้ง่ายผ่านการลงมือทำ โดยใช้เครื่องมือทาง สถาปัตยกรรม (Architecture) เครื่องมือทางการบริการ (Service) และเครื่องมือทางการเล่าเรื่อง (Story Telling) ประกอบกันแล้วสร้างเป็น โมเดล ASS เพื่อพัฒนา บ่อแช่ออนเซ็นต้นแบบให้ เป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับขยาย เป็นชุมชนออนเซ็นต่อไปในอนาคต

**Table 1: Wellness Economy Size and Rankings Time Series (2017, 2019, 2020)**

	Wellness Economy Size and Rankings Time Series					
	2017*		2019		2020	
	US\$ billions	Rank	US\$ billions	Rank	US\$ billions	Rank
United States	\$1,198.1	1	\$1,409.7	1	\$1,215.7	1
China	\$583.2	2	\$700.2	2	\$682.7	2
Japan	\$288.6	3	\$323.0	3	\$303.6	3
Germany	\$224.4	4	\$244.4	4	\$223.9	4
United Kingdom	\$149.6	5	\$167.8	5	\$158.4	5
France	\$136.9	6	\$150.5	6	\$133.1	6
Canada	\$90.0	10	\$104.2	9	\$95.1	7
South Korea	\$90.0	9	\$101.8	10	\$94.1	8
Italy	\$100.9	8	\$107.5	8	\$91.8	9
Australia	\$81.3	11	\$91.0	11	\$84.4	10
Brazil	\$122.9	7	\$112.6	7	\$82.6	11
India	\$69.9	13	\$87.3	12	\$77.6	12
Russia	\$78.6	12	\$86.8	13	\$71.4	13
Spain	\$69.9	14	\$74.9	14	\$62.6	14
Mexico	\$52.9	15	\$60.4	15	\$46.5	15
Netherlands	\$36.4	20	\$40.3	20	\$41.0	16
Taiwan	\$36.8	19	\$39.1	22	\$38.4	17
Switzerland	\$39.6	16	\$44.6	16	\$38.2	18
Indonesia	\$34.9	21	\$40.6	18	\$36.4	19
Turkey	\$39.4	17	\$39.9	21	\$34.6	20
Philippines	\$29.2	25	\$35.5	23	\$33.0	21
Austria	\$36.9	18	\$40.6	19	\$32.2	22
Poland	\$30.9	24	\$35.3	24	\$31.9	23
<b>Thailand</b>	<b>\$33.4</b>	<b>23</b>	<b>\$43.0</b>	<b>17</b>	<b>\$29.0</b>	<b>24</b>
Sweden	\$26.1	26	\$26.9	27	\$25.6	25

ข้อมูลจาก The Global Wellness Economy : Country Ranking ซึ่งจัดทำโดย Global Wellness Instituteเผยแพร่ใน

เดือนกุมภาพันธ์ 2565 โดยสามารถดาวน์โหลดได้ที่ <https://globalwellnessinstitute.org/>

## 2. วัตถุประสงค์

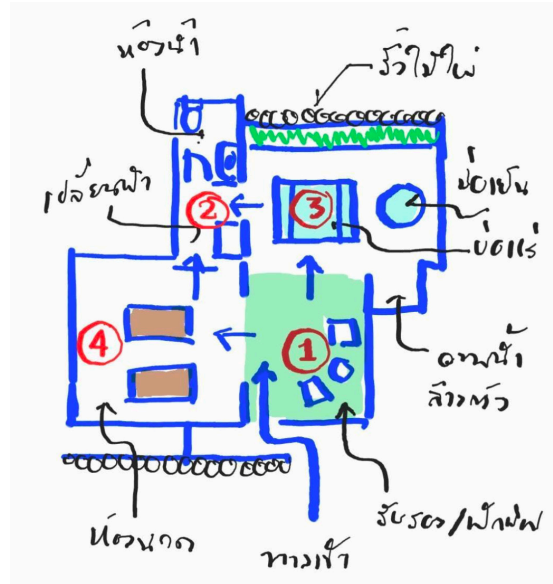
1. สร้างบ่อแช่ออนเซ็นต้นแบบเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ให้สามารถขยายบริการต่อไปเป็นชุมชนออนเซ็นในอนาคต
2. สร้างการรับรู้บ่อแช่ออนเซ็นต้นแบบของชุมชนในตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
3. พัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของชุมชนให้มีคุณภาพตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคหลังโควิด-19
4. สร้างรายได้เพิ่มสู่ชุมชนเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตคนในชุมชน

## 3. วิธีการดำเนินงาน

1. คณะทำงานได้เริ่มเข้าสำรวจพื้นที่ และชี้แจง ให้คนในชุมชนรู้ว่าโครงการดำเนินงานเกี่ยวกับอะไร จากนั้นจึงขอความ ยินยอมในการเข้าไปปรับปรุงพื้นที่เพื่อใช้เป็นบ่อแช่ออนเซ็นต้นแบบของชุมชน
2. หลังจากได้รับความยินยอมจากเจ้าของสถานที่ในชุมชนเพื่อเข้าไปปรับปรุงพื้นที่แล้ว คณะทำงานจึงได้วิจัยถึงความเหมาะสมและความต้องการทั้งของคนในชุมชนและของนักท่องเที่ยวเพื่อออกแบบและสร้างบ่อแช่ออนเซ็นต้นแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของทั้งสองฝ่าย
3. ดำเนินการค้นหาผู้รับเหมาเพื่อว่าจ้างมารับงานรื้อถอนและก่อสร้าง
4. ผู้รับเหมาเข้าพื้นที่เพื่อดำเนินการรื้อถอน



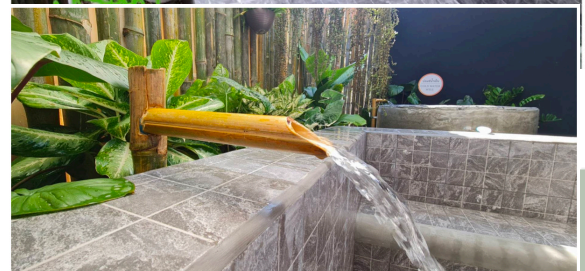
ภาพ ช่วงดำเนินการรื้อถอนสิ่งก่อสร้างเดิม และปรับพื้นที่



5. ผู้รับเหมาดำเนินการก่อสร้างสถานที่ตามแบบที่วางไว้



ภาพ ผู้ออกแบบร่างแบบการตกแต่งภายในและระบุขนาดโคมไฟที่เหมาะสม

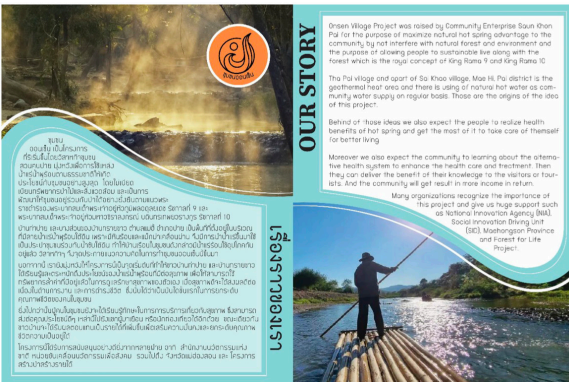


ภาพ บ่อแช่น้ำร้อนหลังการตกแต่งตามแบบร่างที่ออกแบบไว้



ภาพ ประตูทางเข้าหลังการตกแต่งตามแบบร่างที่ออกแบบไว้

6. คณะทำงานออกแบบเรื่องเล่าเพื่อสร้างความรู้สึกร่วมให้กับผู้มาใช้บริการรวมทั้งจัดทำสินค้าและออกแบบเอกสาร ประกอบต่างๆ



ภาพ สื่อสำหรับบอกเล่าเรื่องราวโดยสังเขป เพื่อติดตั้งในสถานที่



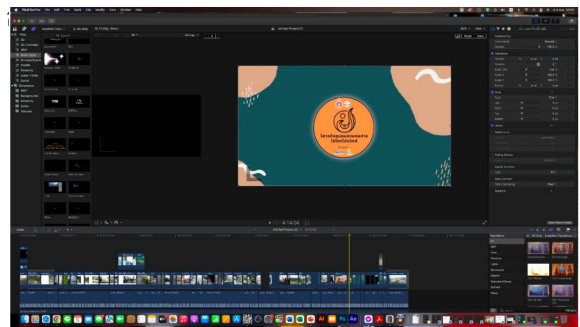
ภาพ การ์ดต่างๆ ที่ใช้ประกอบการให้บริการ

7. จัดทำแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ



ภาพ แบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้บริการ

8. ถ่ายทำวิดีโอทัศน์ประกอบการทำรายงาน



ภาพ หน้าจออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ขณะทำการตัดต่อวิดีโอทัศน์เพื่อประกอบการทำรายงานสรุป

9. ประชุมสรุปงานและจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

4. ผลการดำเนินงาน

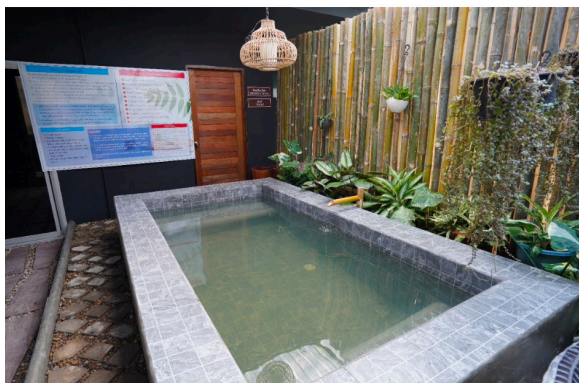
4.1 สร้างนวัตกรรมด้านการบริการจากการต่อยอดทรัพยากรที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่น



ปรับปรุงสถานที่เดิมของครัวเรือนในชุมชนมาเป็นบ่อแช่ร้อนเช่นต้นแบบ โดยนำนวัตกรรมด้านการบริการมาผนวก รวม และใช้โมเดล ASS ในการสร้างสรรค์บริการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพให้กับชุมชน



4.2 พัฒนาบ่อแช่ออนเซ็นต้นแบบสำหรับเป็นแหล่งรวมองค์ความรู้และเป็นแหล่งเรียนรู้ของคนในชุมชน



ทดสอบระบบน้ำร้อนและทดลองเปิดน้ำเข้าสู่บ่อแช่ให้กับเจ้าของสถานที่เพื่อเรียนรู้การทำงานของระบบน้ำและการให้บริการ รวมถึงการดูแลความสะอาดในพื้นที่เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้มาใช้บริการ

#### 4.3 สร้างรายได้สู่ชุมชน



เริ่มมีผู้มาใช้บริการหลัง เปิดให้บริการ 1 สัปดาห์ เกิดการสร้างรายได้ให้กับบ่อแช่ออนเซ็นต้นแบบ และเกิดการจ้างงานหมอ นวดไทยแผนโบราณในพื้นที่ เป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน

### 5. สรุปผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของผลงานที่วางไว้ (KPI) เปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นหลังเสร็จสิ้นการดำเนินงาน

ตัวชี้วัด ค่าเป้าหมาย และหน่วยนับ	ผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นหลังเสร็จสิ้นผลงาน
1. เกิดบ่อแช่ออนเซ็นต้นแบบ 1 แห่ง	1. เกิดบ่อแช่ออนเซ็นต้นแบบ 1 แห่ง และมีคนในชุมชนสนใจเข้ามา ศึกษาดูงานแล้ว 1 ราย
2. จำนวนผู้ใช้บริการต่อ 1 ปี ไม่ต่ำกว่า 30 คน	2. มีผู้มาใช้บริการบ่อแช่ออนเซ็นสร้างรายได้ให้กับบ่อแช่ออนเซ็นต้นแบบแล้ว 5 ราย หลังเปิดทดลองให้บริการ 2 สัปดาห์
3. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมากกว่าร้อยละ 80%	3. ผู้ใช้บริการให้คะแนนความพึงพอใจหลังใช้บริการมากกว่า 80%

### 6. กิตติกรรมประกาศ

ผลงานนี้ได้รับการสนับสนุนทุนนวัตกรรมเพื่อสังคมภายใต้หน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคมประจำพื้นที่ ภาคเหนือตอนบน 1 รหัสผลงาน SIDN1-65-06 และขอขอบคุณชาวบ้านในชุมชนบ้านท่าปาย และเจ้าของสถานที่ที่ใช้ในการก่อสร้างบ่อแช่ออนเซ็นต้นแบบที่สนับสนุนการดำเนินงานของโครงการฯ

## 7. เอกสารอ้างอิง

Global Wellness Institute (February 2022),  
The Global Wellness Economy : Country  
Ranking, หน้า 2, 6 และ 25

Destination Spa Management, ASIA HOTSPRING  
INDUSTRY OVERVIEW, 2-4

สำนักงานจังหวัดแม่ฮ่องสอน. (2565). แผน  
ปฏิบัติราชการประจำปีของจังหวัดประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2566, 44-48

# การจัดการท่องเที่ยวสำหรับเยาวชนสร้างสรรค์มรดกชุมชนดงป่าจั่ว โดย วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเย็บผ้าบ้านดงป่าจั่ว

นางผ่องพรรณ ใจน้อย<sup>1</sup>, นายประยูทธิ์ ชัยประสิทธิ์<sup>2</sup>, นางกาญจนา มลุดง<sup>2</sup>, นางสาวรุจาโรจน์ ไชยาลักษณ์<sup>2</sup>  
นางสุปราณี ยันต์<sup>2</sup>, นางยุพิน ชัยประสิทธิ์<sup>2</sup>, นายเจียมพดล ไชยาลักษณ์<sup>2</sup>  
ผศ.ดร.ไพลิน ภูจินาพันธุ์<sup>3</sup>, อ.ดร.ชัย ณรงค์ จารุพงศ์พัฒนา<sup>3</sup>

<sup>1</sup>หัวหน้าผลงาน, <sup>2</sup>ผู้ร่วมผลงาน/วิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเย็บผ้า บ้านดงป่าจั่ว

58/1 ม.7 ต.มะขามหวาน อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่

<sup>3</sup>อาจารย์พี่เลี้ยง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 50200

\*วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเย็บผ้า บ้านดงป่าจั่ว โทรศัพท์ 087-190-0941

## บทคัดย่อ

ผลงานการจัดการท่องเที่ยวสำหรับเยาวชนสร้างสรรค์มรดกชุมชนดงป่าจั่วภายใต้การสนับสนุนโดย หน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคมประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1 (SID-N1) โดยการสนับสนุนของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มีวัตถุประสงค์ของผลงานคือ 1. เพื่อออกแบบแหล่งท่องเที่ยวชุมชนดงป่าจั่วเพื่อการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน และ 2. เพื่อยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นไปสู่ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของหลักสูตรอบรมออนไลน์ โดยมีกระบวนการในการดำเนินการที่สำคัญคือ การออกแบบแหล่งท่องเที่ยวบนพื้นฐานของความร่วมมือการมีส่วนร่วมและการผลิตนวัตกรรมร่วมกันของวิสาหกิจชุมชนผู้นำชุมชน สมาชิกชุมชน สถาบันการศึกษาทั้งระดับโรงเรียนและมหาวิทยาลัย โดยผลจากการดำเนินงานนำมาสู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ดงป่าจั่วเพื่อการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชนทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งความแตกต่างที่สำคัญที่เกิดขึ้นคือ การเผยแพร่ส่งต่อภูมิปัญญาวิถีวัฒนธรรมชุมชนผ่านกระบวนการเรียนรู้ทั้งในเชิงปฏิบัติการและหลักสูตรอบรมออนไลน์ ที่สามารถ สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนควบคู่ไปกับการสร้างความยั่งยืนทางวัฒนธรรม โดยกระบวนการออกแบบแหล่งเรียนรู้จัดทำเป็นฐาน ปฏิบัติการ 5 ฐาน ได้แก่ ขนมครกโบราณ ลาบไก่ดงป่าจั่ว หัตถกรรมเครื่องเงิน การเย็บผ้าพื้นเมือง การทำดอกมะลิกระดาดขี้ชู้ และแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มเติมความรู้ด้านสถาปัตยกรรมบ้านปทุม มาการขยายผลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเย็บผ้าบ้านดงป่าจั่วได้ อาศัยแนวคิดการมีส่วนร่วมและความมั่นคงยั่งยืนเพื่อฟื้นฟูชุมชนหลัง วิกฤติเศรษฐกิจเป็นพื้นฐานในการผลิตผลงาน นำมาสู่ กระบวนการสร้างเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวร่วมกันทั้งภายในและภายนอกชุมชน ซึ่งประโยชน์ที่ได้รับคือ ความร่วมมือใน กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันผ่านการดำเนินโครงการ และการยกระดับจากสินค้าสู่ผลิตภัณฑ์ และไปสู่นวัตกรรม

**คำสำคัญ** วิสาหกิจชุมชนดงป่าจั่ว มรดกชุมชน การจัดการการท่องเที่ยว เยาวชนสร้างสรรค์

## 1. บทนำ

อำเภอสันป่าตองเป็นอำเภอที่มีลักษณะสังคมแบบพหุวัฒนธรรมมีความหลากหลายของทางวิถีชีวิตและภูมิปัญญาจนเกิดเป็นเอกลักษณ์ที่สะท้อนออกมาในรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติเชิงวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ของชุมชนต่าง ๆ ชุมชนดงป่าจั่วเป็นชุมชนหนึ่งในอำเภอสันป่าตองตั้งอยู่ ต.มะขุนหวาน อ.สันป่าตองลักษณะชุมชนที่มีประวัติความเป็นมาในการตั้งถิ่นฐานอยู่ในอำเภอสันป่าตองเป็นเวลายาวนานซึ่งชาวบ้านในชุมชนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์องเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่มีชื่อเสียง เป็นสถานที่ในการถ่ายทำภาพยนตร์ ละคร หลายเรื่อง อีกทั้งยังมีต้นทุนทางวัฒนธรรม เช่น ภูมิปัญญาด้านสถาปัตยกรรม ภูมิปัญญาด้านสมุนไพรภูมิปัญญาด้านหัตถกรรม และภูมิปัญญาด้านอาหารซึ่งอยู่กับปราชญ์ชาวบ้าน ผู้สูงอายุในชุมชนจนเกิดการรวมกลุ่มตั้งวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีแม่บ้านและชมรมผู้สูงอายุจนทำให้ชุมชนเปรียบเสมือนคลังภูมิปัญญาท้องถิ่นของอำเภอสันป่าตองที่รวบรวมเรื่องราวภูมิปัญญาท้องถิ่นแล้วถูกนำมาใช้ในการผลิตการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ OTOP อีกทั้งยังส่งผลต่อการดำรงรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมให้คงอยู่ในชุมชนก่อให้เกิดความภาคภูมิใจและหวงแหนภูมิปัญญาของท้องถิ่นตนเองและเป็นการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นแก่คนรุ่นหลังรวมถึงเป็นการเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักทำให้ชุมชนเข้าร่วมโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เชียงใหม่ เพื่ออนุรักษ์ สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นและเสริมสร้างประสบการณ์ในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาทรัพยากรของชุมชนให้มีคุณค่าสร้างงานสร้างรายได้แก่ชุมชนสามารถภูมิใจให้บุคคลทั่วไปได้เข้ามาศึกษาเรียนรู้และท่องเที่ยวในหมู่บ้าน

อย่างไรก็ตามผลกระทบจากสถานการณ์โควิดที่ทำให้การท่องเที่ยวของชุมชนและผลิตภัณฑ์ชุมชน

ได้รับผลกระทบอย่างมากอีกทั้งปัญหาด้านคลังความรู้ภูมิปัญญาของชุมชนจำเป็นต้องมีการส่งต่อทำให้ชุมชนจำเป็นต้องปรับตัวโดยใช้ทุนเดิมที่มีโดยปรับกระบวนการและกลุ่มเป้าหมายโดยจุดเริ่มต้นโครงการเกิดจากเด็กและเยาวชนได้นำภูมิปัญญาด้านการทำเครื่องเงินของชุมชนต่อยอดและนำเสนอในเวทีนานาชาติ หรือ UNESCO ว่าด้วยมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (CRIHAP) ในการริเริ่มพร้อมเยาวชนในหัวข้อ “มรดกชุมชนเพื่อความยั่งยืน” อีกทั้งกลุ่มเด็กและเยาวชนยังจัดทำเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ภูมิปัญญาของชุมชนจึงเป็นจุดเริ่มต้นที่จะสร้างความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยวโดยมีกลุ่มเป้าหมายคือเด็กและเยาวชนโรงเรียนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้นทั้งในมิติเศรษฐกิจชุมชน เกิดงานเกิดรายได้จากการทำแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเพื่อการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชนสถาบันการศึกษามีทิศทางสังคมเกิดความยั่งยืนมีการส่งต่อองค์ความรู้จากการที่เด็กและเยาวชนได้มาสัมผัสและฝึกปฏิบัติจริงนำไปมาสู่แนวความคิดจัดทำฐานกิจกรรมท่องเที่ยวเยาวชนสร้างสรรค์มรดกชุมชนดงป่าจั่วเพื่อความยั่งยืนเป็นการวางรากฐานสร้างชุมชนสันป่าตองให้เป็น Learning City และเกิดการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยแนวคิดใหม่ๆของเยาวชนคนรุ่นใหม่ได้หลากหลายผลิตภัณฑ์เกิดการสืบสานพัฒนาจนเกิดเป็นนวัตกรรมประกอบกับการต่อยอดนวัตกรรมองค์ความรู้ยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นในรูปแบบคอร์สเรียนออนไลน์ต่อเด็กและเยาวชนและประชาชนที่สนใจ

## 2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อออกแบบแหล่งท่องเที่ยวชุมชนดงป่าจั่วเพื่อการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน
2. เพื่อยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นไปสู่ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของหลักสูตรอบรมออนไลน์

### 3. วิธีการดำเนินงาน

จากการออกแบบกระบวนการทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ได้มีการประชุมคณะกรรมการโครงการและยังได้ ยึดหลักการมีส่วนร่วมกับชุมชนอย่างหลากหลาย เช่น มหาวิทยาลัย โรงเรียนผู้นำชุมชนมาร่วมกันออกแบบแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการและวิเคราะห์ต้นทุนทางสังคมของชุมชนการออกแบบแหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดขั้นตอนดังนี้ 1.) การสำรวจชุมชน 2.) จัดทำแผนที่แหล่งเรียนรู้ 3.) จัดเตรียมวัสดุและเตรียมบุคลากร 4.) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ 5.) จัดกิจกรรม สำหรับเด็กและเยาวชน และ 6.) ประเมินผลกิจกรรม

การออกแบบกระบวนการทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 เพื่อยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นไปสู่ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของหลักสูตรอบรมออนไลน์ ได้มีการประชุมคณะกรรมการ สมาชิกในชุมชนโดยวิเคราะห์ต้นทุนความรู้ ภูมิปัญญา ทรัพยากรมนุษย์ในชุมชนและร่วมกันการออกแบบคอร์สเรียนทั้งในรูปแบบ onsite และ online ประกอบด้วย 6 ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสามารถพัฒนาต่อยอดได้ ประกอบด้วย ภูมิปัญญาด้านอาหาร ได้แก่ ลาบไก่ ขนมครกโบราณ ภูมิปัญญาด้านหัตถกรรม ได้แก่ การเย็บผ้าพื้นเมืองพวงมาลัยมะลิเครื่องเงินและภูมิปัญญาด้านสถาปัตยกรรม ได้แก่ บำโบราณเพื่อยกระดับภูมิปัญญา ท้องถิ่นไปสู่ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของหลักสูตรอบรมออนไลน์มีขั้นตอนกระบวนการดังนี้

#### 3.1 การออกแบบ platform ทั้งในรูปแบบ onsite และ online

โดยการถอดความรู้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมชุมชนจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเย็บผ้าฯ กลุ่มสตรีแม่บ้านฯ ผู้สูงอายุและ ประชาชนท้องถิ่น มาสู่การออกแบบแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกับประสบการณ์การการท่องเที่ยวในพื้นที่ทั้งการท่องเที่ยวในชุมชนและหลักสูตรอบรมออนไลน์ซึ่งกิจกรรมการเรียนรู้เป็นการลงมือปฏิบัติร่วมทำกิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน จากทรัพยากรและ

ผลิตภัณฑ์ ดังนี้ ลาบไก่ ผ้าพื้นเมือง ขนมครกโบราณ พวงมาลัย และเครื่องเงินสถาปัตยกรรมบ้านโบราณ

#### 3.2 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โครงการและการส่งเสริมการตลาด

หลังจากที่ได้ออกแบบแหล่งท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของโครงการ จึงได้มีการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์โครงการ จัดการท่องเที่ยวสำหรับเยาวชนสร้างสรรค์มรดกชุมชนชุมชนดงป่าจั่วเพื่อความยั่งยืน ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเย็บผ้าบ้านดงป่าจั่ว โดยมี รูปแบบกระบวนการดำเนินงาน ดังนี้

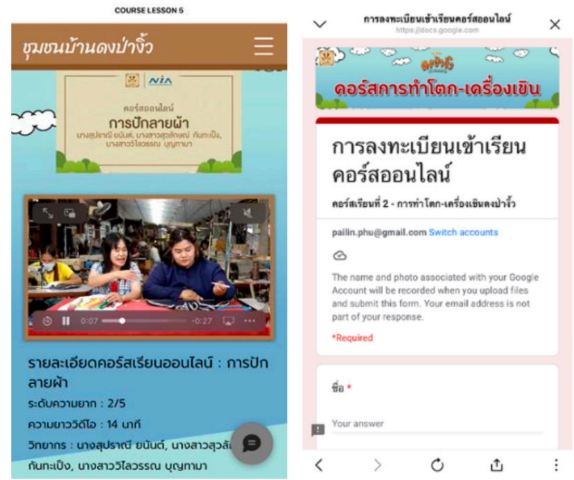
การออกแบบการประชาสัมพันธ์โครงการและการส่งเสริมการตลาดให้บรรลุวัตถุประสงค์โครงการ ได้มีการแบ่งการ ประชาสัมพันธ์ไว้ 3 ช่วง ประกอบด้วย ช่วงก่อนการจัดกิจกรรม ได้มีการจัดทำโปสเตอร์ แผ่นพับประชาสัมพันธ์โครงการ และ กิจกรรมทั้ง 2 กิจกรรมในช่วงการจัดกิจกรรมได้มีการบันทึกภาพและสื่อวีดิทัศน์ตลอดจนแผ่นพับฐานการเรียนรู้ชุมชนและ ช่วง หลังการจัดกิจกรรมได้มีการเผยแพร่ภาพและคลิปวีดิโอกิจกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละครั้งโดยทั้ง 3 ช่วงของการประชาสัมพันธ์ใช้สื่อ โซเชียลมีเดียผ่าน YouTube channel , Facebook และ Website ของชุมชน

### 4. ผลการดำเนินงาน

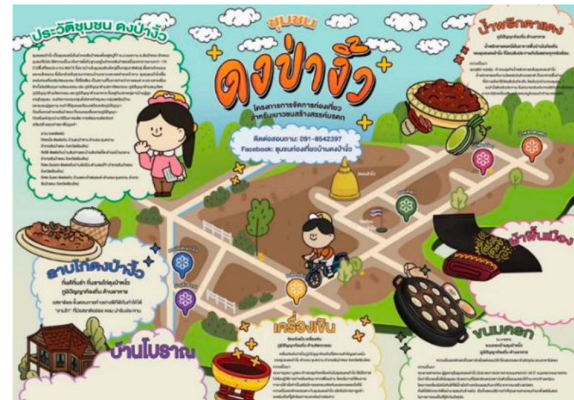
นวัตกรรมของชุมชนดงป่าจั่ว นอกจากการออกแบบแหล่งท่องเที่ยวเรียนรู้ในชุมชนแล้วยังมีการสร้างสื่อออนไลน์ผ่านทาง ช่องทางหลัก 3 ช่องทางคือ Facebook, Youtube และ Website ซึ่งช่องทางสื่อทั้ง 3 ช่องทางใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์และสื่อการเรียนรู้ของหลักสูตรอบรมออนไลน์



ภาพ การแนะนำเว็บไซต์แอปพลิเคชัน



ภาพ เว็บไซต์แอปพลิเคชัน และการลงทะเบียน



ภาพ แนะนำข้อมูลของชุมชน ดงป่าจิว



ภาพ QR code เข้าสู่เว็บไซต์แอปพลิเคชัน

## 5. สรุปผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของผลงานที่วางไว้ (KPI) เปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นหลังเสร็จสิ้นการดำเนินงาน

ตัวชี้วัด ค่าเป้าหมาย และหน่วยนับ	ผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นหลังเสร็จสิ้นผลงาน
1. มีโรงเรียนเข้าร่วมโครงการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนดงป่า จั่วเพื่อการเรียนรู้ 3 โรงเรียน จำนวน 300-500 คน	1. มีโรงเรียนเข้าร่วมโครงการ จำนวน 5 โรงเรียน จำนวน 200 คน 2. มีนักศึกษาเข้าร่วมโครงการ จำนวน 53 คน 3. มีนักศึกษาต่างชาติเข้าร่วมโครงการ จำนวน 35 คน
2. เกิดคอร์สออนไลน์แก้ปัญหาท้องถิ่นจำนวน 3-5คอร์ส	1. คอร์สออนไลน์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นจำนวน 3 คอร์ส 2. ได้คลิปสอนภูมิปัญญา 5 คลิป 3. ได้แพลตฟอร์มคอร์สออนไลน์ภูมิปัญญาท้องถิ่น 1 แพลตฟอร์ม
3. ช่องทางประชาสัมพันธ์3ช่องทาง ได้แก่Website YouTube Facebook	3. ได้ช่องทางและสื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านWebsite, YouTube, Facebook

## 6. กิตติกรรมประกาศ

ผลงานเรื่อง “การจัดการท่องเที่ยวสำหรับเยาวชนสร้างสรรค์มรดกชุมชนดงป่าจั่วเพื่อความยั่งยืน” นี้ได้รับการ สนับสนุนทุนผลงานนวัตกรรมเพื่อสังคมภายใต้หน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคมประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1 รหัสผลงาน SIDN1-65-07 และขอขอบคุณหน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคมประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน1(SID-N1) ภายใต้การ สนับสนุนของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ(องค์การมหาชน)ที่สนับสนุนทุนและงบประมาณ

เพื่อการต่อยอดนวัตกรรมชุมชน ทำให้ชุมชนได้มีโอกาส นำคุณค่าของชุมชนมาเผยแพร่และมีมิตรและประสบการณ์ใหม่ ๆ ในช่วงเวลาไม่กี่เดือนที่ผ่านมา

ผู้จัดขอขอบคุณทีมงานและเครือข่ายความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในพื้นที่ ได้แก่กลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเย็บผ้า บ้านดงป่าจั่ว ผู้นำชุมชนและคณะทำงานทุกคน ตลอดจนสมาชิก ในชุมชนที่คอยสนับสนุนการดำเนินโครงการเพื่อให้ชุมชนฟื้นฟูกลับมาเข้มแข็งอีกครั้งภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และการเปลี่ยนแปลงของบริบททางเศรษฐกิจ สังคมหลายประการ ความร่วมมือและส่งเสริมกันและกันของสมาชิกในชุมชนคือกุญแจสำคัญที่นำมาสู่ความสำเร็จในการดำเนินโครงการโดยเฉพาะพลังเสริมของชุมชนคือการสนับสนุนช่วยเหลือเชิงวิชาการคือที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่และ เครือข่ายเด็กและเยาวชนรวมทั้งครูของโรงเรียนสันป่าตองวิทยาคมซึ่งอาจไม่สามารถ กล่าวรายชื่อได้ทุกคนในที่นี่แต่การเรียนรู้ที่สำคัญจากการดำเนินการภายใต้โครงการคือ การทำงานเครือข่ายคือหัวใจสำคัญของความสำเร็จสมบูรณ์และยั่งยืน

คณะทำงานหวังเป็นอย่างยิ่งว่าชุมชนดงป่าจั่วจะเป็นต้นแบบของกระบวนการฟื้นฟูหลังวิกฤตที่นำเอาภูมิปัญญา มรดก ทางวัฒนธรรมมาสร้างทั้งมูลค่าและคุณค่าเพื่อส่งเสริมชุมชนและสมาชิกชุมชนให้เติบโตควบคู่ไปพร้อมๆกับการถ่ายทอดสืบสานองค์ความรู้ให้แก่เยาวชนผ่านรูปแบบนวัตกรรมและวิธีการต่าง ๆ ที่ได้พัฒนาขึ้นและเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความมั่นคง ยั่งยืนให้แก่ชุมชนดงป่าจั่วต่อไป

## Craft Therapy Studio การท่องเที่ยวเชิงหัตถศิลป์บำบัด

นางสาวสุกัญญา พุ่มทอง<sup>1</sup>, นายกิริติ ศรียงค์<sup>2</sup>, และนายมานิช คุ้มพนาลัยสถิต<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>หัวหน้าผลงาน/สวนเป็นศรี 577 หมู่ 2 บ้านบุญเกิด ต.พระบาท อ.เมืองลำปาง จ.ลำปาง 52000

<sup>1</sup>ผู้ร่วมผลงาน/577 หมู่ 2 บ้านบุญเกิด ต.พระบาท อ.เมืองลำปาง จ.ลำปาง 52000

<sup>2</sup>ที่ปรึกษาโครงการ/ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ลำปาง ต.พิชัย อ.เมือง จ.ลำปาง 52000

\*โทรศัพท์ 089-8350812 E-mail: manoch1989@rmutl.ac.th

### บทคัดย่อ

สวนเป็นศรีเป็นกลุ่มศิลปินหัตถศิลป์ในจังหวัดลำปาง ที่มีการรวมตัวกันเพื่อประกอบธุรกิจเกี่ยวกับหัตถศิลป์จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มสำหรับนักท่องเที่ยว กิจกรรมของสวนเป็นศรี ประกอบด้วย 1) การผลิตผ้ามัดย้อม 2) การผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิก และ 3) การเผาเซรามิกแบบรากู ซึ่งการดำเนินกิจการของสวนเป็นศรีเริ่มเป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้าทั้งชาวไทยและต่างประเทศ แต่ในระยะเวลา 3 ปี ที่ผ่านมาได้เกิดการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาทำให้ไม่มีนักท่องเที่ยวเหมือนก่อนการระบาดฯ ทีมงานสวนเป็นศรีจึงต้องการปรับกิจกรรมหลังการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา โดยนำกิจกรรมที่เคยทำมาปรับให้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบใหม่ ที่เรียกว่า Craft Therapy Studio การท่องเที่ยวเชิงหัตถศิลป์บำบัด มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1) พัฒนากิจกรรมงานหัตถศิลป์บำบัด โดยการนำงานหัตถศิลป์ของสวนเป็นศรี ได้แก่ ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ การปั้นดิน การเผาเซรามิกแบบทั่วไป และการเผาเซรามิกแบบรากู มาออกแบบกิจกรรมหัตถศิลป์บำบัดร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา

2) ส่งเสริมการใช้หัตถศิลป์บำบัดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในสวนเป็นศรี อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จากการดำเนินโครงการที่ผ่านทีมงานได้พัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงหัตถศิลป์บำบัดร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา และได้ประชาสัมพันธ์ผ่านเพจเฟซบุ๊ก และทำการเปิดให้บริการรวมทั้งการประเมินรายได้ พบว่า มีนักท่องเที่ยวมีเที่ยวและเข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 61 คน ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการสวนเป็นศรีมีรายได้รวมจากการดำเนินกิจการทั้งสิ้น 48,500 บาท โดยแบ่งเป็นรายได้จากกิจกรรมการเผารากู จำนวนเงิน 35,000 บาท รายได้จากกิจกรรมการมัดย้อม 6,000 บาท รายได้จากการมาทานอาหารกลางวัน 7,500 บาท ซึ่งช่วงเดือนที่ทำการทดสอบเปิดให้บริการเป็นฤดูฝนโดยปกติจะเป็นช่วงที่มีนักท่องเที่ยวน้อย ดังนั้นหากทดสอบในฤดูหนาวคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นและส่งผลทำให้มีรายได้ที่มากขึ้น

**คำสำคัญ** หัตถศิลป์ การท่องเที่ยวบำบัด หัตถกรรมบำบัด



## 1. บทนำ

สวนเป็นศรีซึ่งเป็นการรวมตัวกันของกลุ่มศิลปินหัตถศิลป์ในจังหวัดลำปาง ประมาณ 12 คน เพื่อประกอบธุรกิจเกี่ยวกับหัตถศิลป์ จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มสำหรับนักท่องเที่ยว กิจกรรมของสวนเป็นศรี ประกอบด้วย 1) การผลิตผ้ามัดย้อม 2) การผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิก และ 3) การเผาเซรามิกแบบบรากุ ซึ่งการดำเนินกิจการของสวนเป็นศรีเริ่มเป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้าทั้งชาวไทยและต่างประเทศ แต่ในระยะเวลา 3 ปี ที่ผ่านมาได้เกิดการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาทำให้ไม่มีนักท่องเที่ยวเหมือนก่อนการระบาดฯ ทีมงานสวนเป็นศรีจึงต้องการปรับกิจกรรมหลังการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา โดยนำกิจกรรมที่เคยมีมาปรับให้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เรียกว่า Craft Therapy Studio การท่องเที่ยวเชิงหัตถศิลป์บำบัด ซึ่งเป็นนวัตกรรมใหม่ที่พัฒนาขึ้นมาจากการนำงานหัตถศิลป์มาใช้เพื่อเป็นการบำบัดความเครียดในสภาวะต่าง ๆ ดังนั้น โครงการนี้จึงมุ่งเน้นการพัฒนา กิจกรรมงานหัตถศิลป์บำบัด โดยทีมงานศิลปินงานหัตถศิลป์สกุลช่างลำปางจะทำการร่างโปรแกรมสำหรับการทำกิจกรรมหัตถศิลป์บำบัดแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาช่วยตรวจเพื่อยืนยันว่าโปรแกรมดังกล่าวสามารถบำบัดความเครียดได้ นอกจากนี้ ยังเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางด้านธุรกิจและเป็นตัวเลือกอันดับต้น ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวที่มีรสนิยมการท่องเที่ยวศิลปะ วัฒนธรรมและสุขภาพ และบุคคลทั่วไปที่สนใจต่อไป

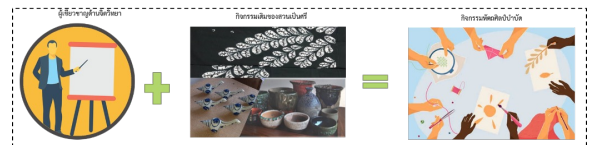
## 2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อพัฒนากิจกรรมงานหัตถศิลป์บำบัด โดยการนำงานหัตถศิลป์ของสวนเป็นศรี ได้แก่ ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ การปั้นดิน การเผาเซรามิกแบบทั่วไป และการเผาเซรามิกแบบบรากุ มาออกแบบกิจกรรมหัตถศิลป์บำบัดร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา

2.2 เพื่อส่งเสริมการใช้หัตถศิลป์บำบัดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในสวนเป็นศรี อำเภอเมืองจังหวัดลำปาง

## 3. วิธีการดำเนินงาน

การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงหัตถศิลป์บำบัดโดยผู้ประกอบการสวนได้ทำการร่างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงหัตถศิลป์บำบัดและได้รับการตรวจสอบรูปแบบ เนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา เพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงหัตถศิลป์บำบัดสามารถช่วยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมผ่อนคลายจากการทำงาน จากนั้นทำการประชาสัมพันธ์และทดลองเปิดให้บริการรวมทั้งการประเมินผลตอบรับและรายได้ที่เกิดขึ้น



ภาพ กรอบแนวคิดการดำเนินงาน

## 4. ผลการดำเนินงาน

### กิจกรรมที่ 1 การออกแบบกิจกรรมหัตถศิลป์บำบัด

เวลาที่ใช้	กิจกรรม	ผลทางด้านสุขภาพจิต
30 นาที	<p>ชมสวน และฟังแนวคิดในการออกแบบของสวนเป็นศรี</p> <p><b>วัตถุประสงค์ :</b> เพื่อเตรียมความพร้อมของร่างกาย และจิตใจก่อนการทำกิจกรรม “หัตถศิลป์บำบัด” ของสวนเป็นศรี</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สีเขียวของสนามหญ้า ใบไม้ ต้นไม้ ทำให้รู้สึกได้สัมผัสกับธรรมชาติ ช่วยทำให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย สงบ ว่างเปล่า ก่อให้เกิดความสมดุลภายในจิตใจ</li> <li>- การออกแบบ และการตัดแต่งต้นไม้ ของสวนเป็นศรีที่ใช้ความโค้งมนเป็นหลัก ทำให้เกิดความรู้สึกที่อบอุ่น นุ่มนวล เป็นมิตร</li> <li>- รสชาติ และกลิ่นของน้ำสมุนไพร จาก welcome drink จะช่วยให้เกิดสมาธิ มีความสนใจจดจ่ออยู่กับปัจจุบันขณะ จิตใจเกิดความตั้งมั่นมากขึ้น และเกิดความรู้สึกผ่อนคลายในขณะเดียวกัน</li> <li>- การเดิน ทำให้เกิดการเคลื่อนไหวร่างกาย ช่วยให้กระดูกแข็งแรง และยังช่วยให้ได้หายใจได้ลึก และยาว เพื่อนำเอาอากาศบริสุทธิ์จากสวนเข้าสู่ร่างกาย เป็นการกระตุ้นให้ร่างกายได้รับออกซิเจนอย่างเต็มที่</li> <li>- การรับฟังแนวคิดในการออกแบบของสวนเป็นศรี นอกจากจะช่วยให้เกิดความรู้สึกเพลิดเพลินจากการรับฟังแล้ว ยังช่วยทำให้เกิดความรู้สึกคุ้นเคยกับสถานที่ เกิดการเชื่อมโยงระหว่างผู้เยี่ยมชมด้วยกันเอง และผู้บรรยายอีกด้วย ส่งผลให้เกิดความรู้สึกปลอดภัย ไร้กังวล เกิดความร่วมมือ และการกล้าแสดงออก</li> </ul>
2 ชั่วโมง	<p>กิจกรรมมัดย้อม (ออกแบบลาย และการย้อมผ้า)</p> <p><b>วัตถุประสงค์</b></p> <p>1. เพื่อลดความเครียด ความกังวล ลดความรู้สึกโกรธ ความรู้สึกคับข้องใจที่เก็บไว้ภายในใจ ทั้งในระดับตัว และไม่รู้ตัว</p> <p>2. เพื่อเพิ่มความรู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การรับฟัง และรับรู้ถึงขั้นตอนการทำกิจกรรมมัดย้อม ช่วยให้ผู้ร่วมกิจกรรมเกิดความรู้สึกมั่นคง ปลอดภัย คาดเดาได้ว่าเกิดอะไรขึ้นก่อนหลัง</li> <li>- การทำมัดย้อม เป็นการทำกิจกรรมศิลปะที่ต้องลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง ซึ่งต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์วาดลวดลายลงบนผืนผ้า มีการเลือกใช้สีซึ่งทำให้เกิดพลังทางอารมณ์จากการผสมผสานของของผ้าและสี พลังส่วนนี้สามารถบรรเทาและฟื้นฟูจิตใจ รวมทั้งความรู้สึกจากการสัมผัสทั้งหมด ในการทำงานกับผ้านั้นตรงกับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ คือ การสัมผัส และความภาคภูมิใจในตนเอง เหมาะสำหรับผู้ที่มีปัญหาทางความเครียด ความกังวล อารมณ์เบื่อหน่าย อารมณ์เศร้าหมอง และมีปัญหาการนอนหลับ</li> <li>- การสับเปลือกไม้ การมัด การแกะผ้า ช่วยระบายความรู้สึกกดดันที่ถูกเก็บกดเอาไว้ภายในใจ ดังนั้นการทำมัดย้อมเหมาะสำหรับผู้ที่มีความโกรธ ก้าวร้าว ความคับข้องใจที่ไม่มีช่องทางในการระบายออก นอกจากนี้การเลือกสีก็มีผลต่ออารมณ์ความรู้สึกด้วยเช่นกัน</li> <li>- การเลือกสีสำหรับใช้ทำลายผ้า มีความสำคัญมาก แต่ละสีมีลักษณะเฉพาะและมีคุณลักษณะด้านพลังงานของเฉดสี ซึ่งแต่ละเฉดสีส่งผลต่อความสุขทางร่างกายและจิตใจแตกต่างกัน</li> </ul> <p><b>สีแดง :</b> ใช้เพื่อทำให้กระดูกแข็งแรง หรือเติมพลังให้กับคนที่อาจจะรู้สึกเหนื่อย/ท้อแท้ แต่สีแดงอาจกระตุ้นผู้ที่อาจมีความตึงเครียดอยู่แล้ว ดังนั้นจึงต้องระวังในการใช้สีแดง</p>
		<p><b>สีน้ำเงิน :</b> ใช้เพื่อช่วยลดภาวะอารมณ์เศร้าหมอง</p> <p><b>สีเขียว :</b> สีของธรรมชาติ สามารถช่วยคลายความเครียดและทำให้รู้สึกผ่อนคลายได้</p> <p><b>สีเหลือง :</b> สีเหลืองสามารถใช้ในการปรับอารมณ์ ทำให้มีความสุขและมองโลกในแง่ดี</p> <p><b>สีส้ม :</b> เช่นเดียวกับสีเหลือง สามารถใช้เพื่อกระตุ้นอารมณ์ที่มีความสุขสีส้มเป็นสีโทนร้อนที่สว่างสดใส ยังช่วยกระตุ้นความอยากอาหารได้อีกด้วย</p>

(ต่อ./

เวลาที่ใช้	กิจกรรม	ผลทางด้านสุขภาพจิต
		<p>- ในช่วงฤดูกาลที่มีอากาศหนาวเย็น ไม่ค่อยมีแสงแดด ส่วนใหญ่ต้องใช้เวลาในบ้านนานขึ้น ไม่ค่อยได้ทำกิจกรรมนอกบ้าน บางคนอาจมีอาการเศร้าหมอง โทมน้ำตาซึม เช่น สีเหลือง และสีส้ม สามารถช่วยบรรเทาความรู้สึกเศร้าหมองนี้ได้</p> <p>- สีต่าง ๆ เช่น สีแดงและสีเหลืองช่วยเพิ่มพลังงานและทำให้ผู้คนมีแรงบันดาลใจมากขึ้น</p>
3 ชั่วโมง	<p>กิจกรรมเคลือบ และเผาภาควัตถุประสงค์</p> <p>1. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความมั่นคงในใจ และภูมิใจในตนเอง</p> <p>2. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดแนวคิดเรื่องการยอมรับความไม่แน่นอน และการลดความคาดหวังจากตนเอง และสิ่งรอบข้าง เพื่อให้เกิดความผ่อนคลายจากภายในใจ</p>	<p>- สีส้มของเปลวไฟ และความอบอุ่นจากเตาเผาเซรามิก ช่วยกระตุ้นให้เกิดความสุข สดชื่น สว่าง สดใส และกระตุ้นการอยากอาหาร</p> <p>- การชุบเคลือบ เป็นขั้นตอนที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้มีส่วนร่วมในการควบคุมกระบวนการของการสร้างสรรค์ผลงาน สร้างความรู้สึกของความเป็นเจ้าของ เกิดความรู้สึกของการได้เป็นส่วนหนึ่งของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งสามารถเอื้อให้เกิดความมั่นคงภายในใจ และเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง</p> <p>- หลังจากการเผาเสร็จสิ้นลง ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะได้รับผลงานที่ตนเองได้ลงมือชุบเคลือบ การนำเข้าเตาเผา รมควัน ด้วยตนเองในขั้นตอนที่ผ่านมา ซึ่งแต่ละชิ้นงานจะไม่เหมือนกัน คาดเดาไม่ได้ว่าผลของชิ้นงานของตนจะออกมาเป็นแบบใด แม้จะอยู่ในเตาเผาอันเดียวกัน เพราะขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ปัจจัยต่างๆที่ทำให้ชิ้นงานเกิดความแตกต่างกัน เช่น อุณหภูมิภายในเตาเผา สิ่งแวดล้อมที่อยู่ภายนอก และภายในเตา รวมทั้งวัสดุใบไม้ที่นำมาใช้ในการรมควัน ดังนั้นสามารถนำปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากการรังสรรค์ชิ้นงานของกิจกรรมเคลือบและเผาภาควัตถุ มาเทียบเคียงกับความเป็นจริงของชีวิตที่ คนเราไม่สามารถคาดหวังสิ่งใดให้ได้ดังใจหวังทุกอย่าง ทุกสิ่งทุกอย่างย่อมเกิดตามเหตุปัจจัย เมื่อคาดหวังก็มักจะผิดหวังอยู่ร่ำไป ซึ่งเป็นบ่อเกิดแห่งความคับข้องใจ เกิดเป็นความทุกข์ที่กัดกินใจ การยอมรับสิ่งที่เกิดขึ้นไปแล้ว ย่อมทำให้จิตใจสงบ</p> <p>- กิจกรรมนี้เหมาะกับบุคคลที่มีอารมณ์เศร้าหมอง มีความเครียด ความกังวลใจ</p>
3 – 5 ชั่วโมง	<p>การปั้นดิน หรือ การขึ้นรูปเซรามิกด้วยมือ และปั้นหมุน</p> <p>วัตถุประสงค์</p> <p>1. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มการมีสมาธิ เกิดการตระหนักรู้ในตนเอง จิตใจสงบ ผ่อนคลาย ลดความเครียด ความกังวล</p> <p>2. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความภูมิใจในตนเอง และเพิ่มการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น</p>	<p>- การปั้นดินทำให้เกิดการกระตุ้นระบบประสาทที่เกี่ยวกับการสัมผัส และการเห็น ช่วยให้ เกิดการกระตุ้นการสื่อสารกันระหว่างสมองซีกซ้าย และซีกขวา รวมทั้งกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ และจินตนาการอีกด้วย</p> <p>- การปั้นดิน ทำให้ได้เคลื่อนไหวมือ และได้สัมผัสกับเนื้อดิน จะเอื้อให้เกิดสมาธิจดจ่อ เกิดการตระหนักรู้ในตนเอง ทำให้จิตใจสงบ รู้สึกเป็นอิสระ ผ่อนคลาย ลดพลังทางลบ เพิ่มพลังทางบวกในตนเอง กระตุ้นความทรงจำ และทำให้เกิดความรู้สึกมีความสุขขึ้น</p> <p>- การทำกิจกรรมปั้นดิน เป็นรูปต่างๆ เมื่อผ่านการเผาออกมาเป็นผลผลิตที่สร้างสรรค์ด้วยความคิด และด้วยมือของตนเอง จะส่งเสริมให้เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง มีความสุขมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการควบคุมตนเองได้ดีขึ้น</p> <p>- การปั้นดิน เพื่อนำไปเผาเป็นเซรามิก เป็นกิจกรรมที่ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย และเมื่อทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่น จะเป็นการกระตุ้นการเข้าสังคม คลายความกังวลในการสนทนากับผู้อื่น ก่อให้เกิดความเชื่อมโยง และเพิ่มการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น</p> <p>- การปั้นดินโดยใช้แป้นหมุน มีส่วนช่วยในการฝึกความแข็งแรงของมือ ข้อมือ และแขน และยังเป็นการทำให้งานระหว่างกล้ามเนื้อประสานกับสายตาแข็งแรงขึ้นอีกด้วย</p>

## 5. สรุปผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของผลงานที่วางไว้ (KPI) เปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นหลังเสร็จสิ้นการดำเนินงาน

ตัวชี้วัด ค่าเป้าหมาย และหน่วยนับ	ผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นหลังเสร็จสิ้นผลงาน
1. การออกแบบ กิจกรรมหัตถศิลป์บำบัด 1 หลักสูตร	1. กิจกรรมหัตถศิลป์บำบัด 1 หลักสูตร
2. จำนวนนักท่องเที่ยว ต่อปี 480 คน	2. จำนวนนักท่องเที่ยว ในช่วงดำเนินโครงการ 61 คน
3. รายได้เพิ่มร้อยละ 50	3. รายได้เพิ่มขึ้นจากเดิม 100% เมื่อเทียบกับช่วงที่มีการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 เนื่องช่วงที่มีการระบาดของไวรัสฯ ผู้ประกอบการสวนเป็นศรีไม่มีรายได้จากการดำเนินกิจการ
4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เฉลี่ย 4.5	4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เฉลี่ย 4.8

## 6. กิตติกรรมประกาศ

ผลงาน เรื่อง “Craft Therapy Studio การท่องเที่ยวเชิงหัตถศิลป์บำบัด” นี้ได้รับการสนับสนุนทุนผลงานนวัตกรรมเพื่อสังคม ภายใต้หน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคมประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1 รหัสผลงาน SIDN1-65-08 และขอขอบคุณ .คุณสุพรรณิ ศิริอาภา วิวัฒน์ ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา ที่ช่วยในการออกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงหัตถศิลป์บำบัด และคุณมานิช คุ่มพนาลัยสถิต ที่ปรึกษาที่ให้คำปรึกษาภาพรวมของโครงการ ตลอดจนการควบคุม กำกับ ดูแลการดำเนินโครงการ และการตรวจสอบรายงานผลการดำเนินงาน

เครื่องเคลือบช็อกโกแลตขนาดเล็กโดยใช้แหล่งกำเนิดความร้อน  
และความเย็นจากแผ่นเพลเทียร์  
Small scale chocolate coating machine using peltier plates as heating  
and cooling system

จอชัว ก๊องเม่งย่าง เทเลอร์<sup>1</sup>, แคลร์เอ็ยแยง เทเลอร์<sup>2</sup>, ศรีสุตา เทเลอร์<sup>2</sup>, นรากรณ์ สังกิติโรจน์<sup>3\*</sup>,  
วันวิเศษ อภิชาติ<sup>3\*</sup> และ พันธุ์ลพ ลินธญา<sup>4\*</sup>

<sup>1</sup>หัวหน้าผลงาน/ห้างหุ้นส่วนจำกัด ชาตอยอินทนนท์ 85 ม.12 ต.แม่วิน อ.แม่วาง จ.เชียงใหม่ 50360

<sup>2</sup>ผู้ร่วมผลงาน/ห้างหุ้นส่วนจำกัด ชาตอยอินทนนท์ 85 ม.12 ต.แม่วิน อ.แม่วาง จ.เชียงใหม่ 50360

<sup>3</sup>พี่เลี้ยง วิทยาลัยพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยีชุมชนแห่งเอเชีย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ 50300

<sup>4</sup>อาจารย์พี่เลี้ยง/คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ 50300

\*โทรศัพท์ 065-4429624 E-mail panlop\_sin@g.cmru.ac.th

### บทคัดย่อ

เครื่องเคลือบช็อกโกแลตขนาดเล็กโดยใช้แหล่งกำเนิดความร้อนและความเย็นจากแผ่นเพลเทียร์เป็นการประยุกต์ใช้แผ่นเพลเทียร์ที่สามารถกำเนิดความร้อนและความเย็นมาทดแทนขดลวดความร้อนที่อยู่ในเครื่องเคลือบช็อกโกแลตโดยทั่วไป วัตถุประสงค์เพื่อใช้ความร้อนในการละลายช็อกโกแลตและใช้ความเย็นในการช่วยให้ช็อกโกแลตแข็งตัวหลังกระบวนการเคลือบเพื่อลดระยะเวลาในการผลิต รวมถึงการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพ โดยนวัตกรรมนี้มีส่วนช่วยในการผลิตเลมอนเคลือบช็อกโกแลตของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ชาตอยอินทนนท์ ซึ่งสามารถลดปริมาณการใช้ช็อกโกแลตลง 16 เปอร์เซ็นต์ และลดระยะเวลาการผลิตเลมอนเคลือบช็อกโกแลตได้ถึง 61 เปอร์เซ็นต์ ลดปัญหาภาวะเลมอนสดล้นตลาด สร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดเด่นของชุมชน สร้างรายได้และทำให้เกิดการจ้างงานที่เพิ่มขึ้นของคนในชุมชนต่อไปในอนาคต

**คำสำคัญ** เครื่องเคลือบช็อกโกแลต, เลมอน, แผ่นเพลเทียร์

## 1. บทนำ

ไร่ชาดอยอินทนนท์มีพื้นที่ทำการเกษตรเพื่อผลิตสินค้าเกษตรแบบอินทรีย์ด้วยตัวเอง ตั้งอยู่ที่ อ.แม่วาง จ.เชียงใหม่ บนดอยอินทนนท์ ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ ไร่ชาดอยอินทนนท์มีผลิตภัณฑ์หลักได้แก่ ชาและเลมอน นอกจากนี้ยังมีการนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มพร้อมบริโภค ได้แก่ ขนม เลมอนบาร์ เลมอนอบแห้งรสชาติต่าง ๆ เลมอนเคลือบช็อกโกแลตรสชาติต่าง ๆ เลมอนดองน้ำผึ้ง น้ำเลมอน และชาอบแห้ง โดยเน้นช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าปลีกออนไลน์เป็นหลัก และเปิดหน้าร้านในเชียงใหม่เฉพาะช่วงหน้าท่องเที่ยว และยังมีการขายสินค้าในราคาส่งเพื่อให้ผู้อื่นนำไปขายต่อทั้งในแบรนด์ “ไร่ชาดอยอินทนนท์” เนื่องจากนี้การรับจ้างทำสินค้าภายใต้แบรนด์ของลูกค้ารายใหญ่



ภาพ ผลิตภัณฑ์เลมอนเคลือบช็อกโกแลตในรูปแบบต่างๆ

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่ คือ เลมอนเคลือบช็อกโกแลต ซึ่งในช่วงฤดูการท่องเที่ยวมีกำลังการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการ เนื่องจากใช้การผลิตด้วยแรงคนทั้งหมด ตั้งแต่

กระบวนการละลายช็อกโกแลต การชุป รวมถึงการทำให้เย็น จึงทำให้ผลิตได้น้อย ไม่สามารถเพิ่มกำลังการผลิตได้ จึงมีแนวคิดในการพัฒนากระบวนการเคลือบช็อกโกแลตโดยการใช้เครื่องเคลือบช็อกโกแลตแบบอุตสาหกรรม แต่เครื่องเคลือบช็อกโกแลตส่วนใหญ่ไม่มีระบบช่วยในผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการเคลือบช็อกโกแลตเซตตัวในระยะเวลาอันรวดเร็ว หากต้องการเพิ่มระบบทำความเย็นผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องลงทุนเพิ่มเติม เพื่อเป็นการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่าผ่านการประยุกต์ใช้แผ่นเพลเทียร์ในการให้ความร้อนและความเย็น เพื่อสนับสนุนการอนุรักษ์พลังงาน โดยนำความร้อนที่เกิดขึ้นจากแผ่นเพลเทียร์เป็นแหล่งกำเนิดความร้อนในการละลายช็อกโกแลตและการใช้ความเย็นจากแผ่นเพลเทียร์ในการช่วยลดระยะเวลาการเซตตัวของช็อกโกแลต ทำให้ผลิตภัณฑ์หลังการเคลือบสามารถบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ได้ทันที ลดระยะเวลาโดยรวมในขั้นตอนการเคลือบช็อกโกแลตลง จึงทำให้สามารถผลิตเพิ่มได้มากขึ้น เนื่องจากระยะเวลาที่สูญเสียไปในขั้นตอนการเคลือบช็อกโกแลตส่วนใหญ่ คือ ช่วงระยะเวลาการเซตตัวของผิวช็อกโกแลตหลังการเคลือบซึ่งปกติใช้เวลานาน อีกทั้งเมื่อช็อกโกแลตเซตตัวไว้นั้นจะทำให้ความหนาของช็อกโกแลตที่เคลือบผิวมีความหนาที่ใกล้เคียงกัน ทำให้เกิดความสม่ำเสมอของผลิตภัณฑ์มากขึ้น

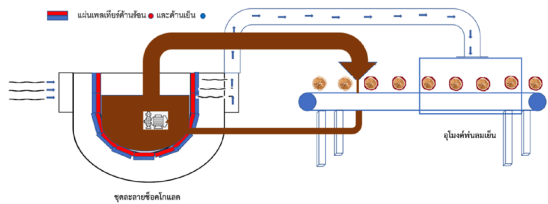
## 2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างพัฒนาเครื่องเคลือบช็อกโกแลตที่ใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า
2. เพื่อควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์การเคลือบช็อกโกแลตให้มีความสม่ำเสมอ
3. เพื่อลดระยะเวลาและลดต้นทุนในการผลิตควบคุมการทำงานของเครื่อง

### 3. วิธีการดำเนินงาน

3.1 ศึกษารูปแบบการทำความร้อนเดิมที่ใช้ การทำความร้อนแบบขดลวด และอุณหภูมิที่เหมาะสมในการทำละลายช็อกโกแลต

เพื่อใช้ในการประเมินการใช้แผ่นเพลเทียร์เพื่อ กำเนิดความร้อน โดยติดตั้งแผ่นเพลเทียร์ด้านใต้ของ อ่างละลายช็อกโกแลต ดังภาพที่ 2



ภาพ แสดงตำแหน่งในการติดตั้งแผ่นเพลเทียร์เพื่อใช้ ในการให้ความร้อนในการละลายช็อกโกแลต

3.2 ออกแบบการติดตั้งแผ่นเพลเทียร์ ทดแทนขดลวดความร้อน

เพื่อให้สามารถนำความร้อนและความเย็น ของแผ่นเพลเทียร์ออกมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพจึง จำเป็นต้องทำให้ Heatsink และพัดลมขนาดเล็กช่วย ในการกระจายความร้อนและความเย็น

3.3. ออกแบบช่องลมบังคับทิศทางลมเย็น จากแผ่นเพลเทียร์เพื่อช่วยในการแข็งตัวของช็อกโก แลต

ใช้ 3D print เพื่อขึ้นรูปพลาสติก สำหรับ บังคับทิศทางลมเย็น ออกแบบชิ้นงานและสั่งงานการ ขึ้นรูปโดยใช้โปรแกรม AutoCAD เพื่อใช้อากาศเย็น สามารถสวนทางกับผลิตภัณฑ์เกิดการแลกเปลี่ยน ความร้อนได้ดี

3.4. ออกแบบการควบคุมความเร็วของ มอเตอร์พัดลมดูดอากาศ

ใช้มอเตอร์ไฟฟ้าชนิด Brushless motor ชนิด 12 โวลต์ 4.1 A ในการขับเคลื่อนลมเย็น ควบคุม ความเร็วรอบของมอเตอร์โดยใช้ดีมเมอร์

3.5 ทดสอบการเคลือบผิวช็อกโกแลตด้วย เครื่องเคลือบช็อกโกแลตขนาดเล็กโดยใช้แหล่งกำเนิด ความร้อนและเย็นจากแผ่นเพลเทียร์

ดำเนินการทดสอบการเคลือบช็อกโกแลต โดยใช้ช็อกโกแลตจำนวน 3 กิโลกรัม เคลือบเลมอน แห่ง 1 กิโลกรัม เปรียบเทียบกับการเคลือบด้วยมือ แบบดั้งเดิม

### 4. ผลการดำเนินงาน

4.1 ศึกษารูปแบบการทำความร้อนเดิมที่ใช้ การทำความร้อนแบบขดลวด และอุณหภูมิที่เหมาะสมในการทำละลายช็อกโกแลต

พบว่าเครื่องเคลือบช็อกโกแลตเดิมติดตั้งขด ลวดความร้อนแบบไม่สัมผัสกับผิวของหม้อต้ม เนื่องจากเป็นขดลวดที่ให้ความร้อนสูงถึง 600 องศา เซลเซียส จึงอาจทำให้ช็อกโกแลตที่อยู่ใกล้ขดลวดไหม้ ได้ จึงทำการติดตั้งขดลวดห่างจากกันหม้อต้ม 1 นิ้ว ดังภาพที่ 3 เพื่อให้การถ่ายเทความร้อนจากขดลวดไป ยังหม้อต้มในรูปแบบของการพาความร้อนเท่านั้น ซึ่ง การติดตั้งแบบนี้ทำให้ความร้อนสูญเสียในอากาศ มากกว่าจะไปยังหม้อต้ม แต่ให้ผลที่ดีในด้านการกระจายความร้อนที่สม่ำเสมอ อุณหภูมิที่มีทำได้อยู่ในช่วง 40 – 80 องศาเซลเซียส ซึ่งเป็นอุณหภูมิที่เหมาะสมใน การละลายของช็อกโกแลต



ภาพ แสดงรูปแบบการติดตั้งขดลวดความร้อน

## 4.2 ออกแบบการติดตั้งแผ่นเพลทเทอร์โมคอนดักทีฟ

เพื่อให้การใช้ความร้อนและความเย็นที่เกิดขึ้นจากแผ่นเพลทเทอร์โมคอนดักทีฟมีประสิทธิภาพสูงสุดการติดตั้งเพลทเทอร์โมคอนดักทีฟจึงต้องติด Heatsink และพัดลมขนาดเล็กในการกระจายอุณหภูมิ โดยการประกอบแผ่นเพลทเทอร์โมคอนดักทีฟก่อนนำไปติดตั้ง และต้องการกระจายตัวของความร้อนที่ดี จึงจำเป็นต้องติดเพลทเทอร์โมคอนดักทีฟให้ได้อย่างเหมาะสม



ภาพ การประกอบเพลทเทอร์โมคอนดักทีฟ heatsink พัดลมและตำแหน่งการติดตั้ง

## 4.3 ออกแบบช่องลมบังคับทิศทางลมเย็นจากแผ่นเพลทเทอร์โมคอนดักทีฟเพื่อช่วยในการแข็งตัวของช็อคโกแลต

ทำการขึ้นรูปพลาสติก เพื่อใช้ในการบังคับทิศทางลมเย็นถึงความสะอาดในการติดตั้งพัดลม รวมถึงทำอุโมงค์เพื่อบังคับอากาศให้ไหลสวนทางกับผลิตภัณฑ์โดยขึ้นรูปอุโมงค์จากอะคริลิกใสเพื่อสะดวกในการมองเห็นชิ้นงาน



ภาพ การขึ้นรูปพลาสติกด้วย 3D printing

## 4.4 ออกแบบการควบคุมความเร็วของมอเตอร์พัดลมดูดอากาศ

ใช้มอเตอร์ไฟฟ้าชนิด Brushless motor ชนิด 12 โวลต์ 4.1 A ในการขับเคลื่อนลมเย็น ควบคุมความเร็วรอบของมอเตอร์โดยใช้ดิมเมอร์ ดังภาพที่ 9 โดยให้พัดลมต่อกับท่ออ่อนอลูมิเนียมขนาด 6 นิ้ว ด้านปลายสุดต่อเข้ากับช่องใต้อ่างหม้อต้มช็อคโกแลตซึ่งเป็นด้านที่เย็นของเพลทเทอร์โมคอนดักทีฟ



ภาพ การติดตั้งพัดลมและการต่อท่อสำหรับอุโมงค์ทำความเย็น

## 4.5 ทดสอบการเคลือบผิวช็อคโกแลตด้วยเครื่องเคลือบช็อคโกแลตขนาดเล็กโดยใช้แหล่งกำเนิดความร้อนและเย็นจากแผ่นเพลทเทอร์โมคอนดักทีฟ

การละลายช็อคโกแลตและเคลือบผิวช็อคโกแลตด้วยเครื่องเคลือบช็อคโกแลตขนาดเล็กโดยใช้แหล่งกำเนิดความร้อนและเย็นจากแผ่นเพลทเทอร์โมคอนดักทีฟโดยใช้เลมอนอบแห้ง จำนวน 1 กิโลกรัม



ภาพ การเคลือบช็อคโกแลตโดยใช้เครื่องเคลือบช็อคโกแลตขนาดเล็กโดยใช้แหล่งกำเนิดความร้อนและเย็นจากแผ่นเพลทเทอร์โมคอนดักทีฟ



และเมื่อทำการทดสอบการเคลือบช็อคโกแลตกับเลมอนอบแห้ง น.น. 1 กิโลกรัม เปรียบเทียบการผลิตแบบเดิมได้ผลการทดลองดัง ตารางที่ 1

รายการ	วิธีดั้งเดิม	วิธีใหม่
ปริมาณการใช้เลมอน	1 กิโลกรัม	1 กิโลกรัม
ปริมาณการใช้ช็อคโกแลต	3.0 กิโลกรัม	2.5 กิโลกรัม
ระยะเวลาในการเคลือบ	1.5 ชั่วโมง	35 นาที
ระยะเวลาในเซตตัว	3 นาที	12 วินาที
ลดปริมาณการใช้ช็อคโกแลต		16 เปอร์เซ็นต์
ลดระยะเวลาในการผลิต		61 เปอร์เซ็นต์

จากการทดลองเปรียบเทียบการผลิตเลมอนเคลือบช็อคโกแลตด้วยวิธีดั้งเดิมและเคลือบช็อคโกแลตโดยใช้เคลือบช็อคโกแลตขนาดเล็กโดยใช้แหล่งกำเนิดความร้อนและเย็นจากแผ่นเพลเทียร์ พบว่าการใช้เครื่องเคลือบช็อคโกแลตโดยใช้เคลือบช็อคโกแลตขนาดเล็กโดยใช้แหล่งกำเนิดความร้อนและเย็นจากแผ่นเพลเทียร์ สามารถลดระยะเวลาการเคลือบช็อคโกแลต 61 เปอร์เซ็นต์ และ ลดปริมาณการใช้ช็อคโกแลต ลง 16 เปอร์เซ็นต์

### 5. สรุปผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของผลงานที่วางไว้ (KPI) เปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นหลังเสร็จสิ้นการดำเนินงาน

ตัวชี้วัด ค่าเป้าหมาย และหน่วยนับ	ผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นหลังเสร็จสิ้นผลงาน
1. เกิดกระบวนการผลิตใหม่ 1 กระบวนการ	1. เกิดกระบวนการผลิตใหม่ 1 กระบวนการ
2. เพิ่มกำลังการผลิตจากวิธีการชุบช็อคโกแลตด้วยมือ มากกว่า 50%	2. เพิ่มกำลังการผลิตจากเดิม 61%
3. ลดปริมาณการใช้ช็อคโกแลต มากกว่า 10%	3. ลดปริมาณการใช้ช็อคโกแลต 16%

### 6. กิตติกรรมประกาศ

ผลงาน เรื่อง “เครื่องเคลือบช็อคโกแลตขนาดเล็กโดยใช้แหล่งกำเนิดความร้อนและความเย็นจากแผ่นเพลเทียร์” นี้ได้รับการสนับสนุนทุนผลงานนวัตกรรมเพื่อสังคม ภายใต้หน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคมประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1 รหัสผลงาน SIDN1-65-09 ขอขอบคุณสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ(องค์การมหาชน) และมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ที่มีสร้างโครงการดีๆ เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนนวัตกรรมที่นำไปใช้ได้จริง ขอขอบคุณคณะเทคโนโลยีการเกษตรและวิทยาลัยพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยีชุมชนแห่งเอเชีย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ที่ร่วมดำเนินโครงการในฐานะที่ปรึกษา ทำให้โครงการสำเร็จไปได้ด้วยดี

## นวัตกรรมการผลิตเห็ดป่าชุมชนแม่หอพระ

นายพิจิตร มังคะโชติ<sup>1</sup>, นาย สิริพล เพ็งโฉม<sup>2</sup>, น.ส. สุจิตรา อุปาลี<sup>2</sup>,  
น.ส. นัฐวรรณ คงใหญ่<sup>3</sup> และนาย อิศรพงษ์ พงษ์ศิริ<sup>3</sup>

<sup>1</sup>หัวหน้าผลงาน/วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต.แม่หอพระ อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่ 50150

<sup>2</sup>ผู้ร่วมผลงาน/วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านแม่ตาด ต.ห้วยทราย อ.สันกำแพง

จังหวัดเชียงใหม่ 50130 และวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต.แม่หอพระ

อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่ 50150

<sup>3</sup>อาจารย์พี่เลี้ยง/สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ 58000

\*โทรศัพท์ 0899886308 E-mail pijitm27@gmail.com

### บทคัดย่อ

ตำบลแม่หอพระ อำเภอแม่แตง อยู่ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ราว 46 กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง ตำบลแม่หอพระมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญคือ วนอุทยานน้ำตกบัวตอง-น้ำพุเจ็ดสี มีผลผลิตด้านเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ พืชผัก ไม้ผลประเภทลำไย มะม่วง โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีเห็ดป่าที่เป็นสินค้าหลัก ได้แก่ เห็ดตับเต่าและเห็ดโคน ซึ่งเป็นเห็ดที่มีมูลค่าสูง แต่ด้วยค่านิยมที่ว่า “ต้องเผาป่า เห็ดป่าจึงจะออกดี หาง่าย” ซึ่งเป็นปัญหาของการก่อกมลภาวะ ในจังหวัดเชียงใหม่ ส่งผลกระทบยาวต่อสุขภาพของคนในพื้นที่ และยังส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ทำให้ขาดรายได้ ผลงานนวัตกรรมการผลิตเห็ดป่าชุมชนแม่หอพระ จึงเป็นโครงการเน้นการเพิ่มศักยภาพใน 3 ส่วนที่เกี่ยวพันกัน ได้แก่ 1) การเพิ่มศักยภาพการผลิตเห็ดป่าจากสวนป่าของเกษตรกรในชุมชน ลดการเผาทำลายผืนป่าและการจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพผ่านการประชุมอบรม และคู่มือการผลิตเห็ดป่าและการใช้งานระบบ 2) การแปรรูปเห็ดป่าโดยเทคโนโลยีการอบแห้ง เพิ่มมูลค่าและยืดอายุให้มีผลิตภัณฑ์เห็ดป่าขายตลอดทั้งปี อย่างน้อย 2 ชนิดสินค้า 3) การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และการเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวส่งเสริมให้ เห็ดป่าและผลิตภัณฑ์เห็ดป่าเป็นของฝากประจำตำบลแม่หอพระ อำเภอแม่แตง ซึ่งหลังจบโครงการจะทำให้พื้นที่ตำบลแม่หอพระ อำเภอแม่แตงเป็นที่รู้จักมากขึ้น ผ่านแปลงต้นแบบการผลิตเห็ดป่าคุณภาพ ผ่านการจัดการน้ำด้วยระบบการให้น้ำอัจฉริยะ (IOT) ขนาดพื้นที่ 2 ไร่จำนวน 2 แปลง เพื่อส่งเสริมเป็นแหล่งศึกษาดูงานและพื้นที่ท่องเที่ยวแหล่งใหม่ในตำบลแม่หอพระ และผลผลิตเห็ดป่าและผลิตภัณฑ์เห็ดป่า สามารถสร้างรายได้ให้สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและคนชุมชนไม่น้อยกว่า 10 ราย เพิ่มมากกว่าร้อยละ 50 ลดพื้นที่การเผาเศษกิ่งไม้และลดการใช้สารเคมี ราว 100 ไร่

**คำสำคัญ** ระบบน้ำอัจฉริยะ เทคโนโลยีการผลิตเห็ดป่า เทคโนโลยีการแปรรูปเห็ดป่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

## 1. บทนำ

ตำบลแม่หอพระ อำเภอแม่แตง อยู่ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ราว 46 กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง ตำบลแม่หอพระมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญคือวนอุทยานน้ำตกบัวตอง-น้ำพุเจ็ดสี มีผลผลิตด้านเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ พืชผัก ไม้ผลประเภทลำไย มะม่วง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเห็ดป่าที่เป็นสินค้าหลัก ได้แก่ เห็ดตับเต่า และเห็ดโคน ซึ่งเป็นเห็ดที่มีมูลค่าสูง โดยปัจจุบันคนในชุมชนยังมีความเชื่อเรื่องการเผาป่า ทำให้เกิดปัญหามลภาวะทางอากาศเกิดผลกระทบต่อในพื้นที่และลามทั่วทั้งจังหวัดเชียงใหม่ และยังส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทำให้สูญเสียทั้งสิ่งแวดล้อม สุขภาพ และรายได้

ดังนั้นด้วยองค์ความรู้ด้านการเพาะขยายเห็ดป่าเศรษฐกิจในแปลงผลไม้และสวนป่า ผสานกับการออกแบบบริหารจัดการน้ำโดยใช้ระบบการให้น้ำอัจฉริยะ (IOT) ซึ่งมีความโดดเด่นจากเห็ดป่าที่ชุมชนเข้าไปหาจากในป่า ที่สามารถควบคุม สายพันธุ์ ปริมาณ และคุณภาพได้ดีและง่ายกว่า เพราะสามารถกำหนดเองได้ ยิ่งทำให้มีมูลค่าสูงกว่าเห็ดป่าทั่วไป แต่ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ขณะเดียวกัน การแปรรูปเห็ด ยังช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งด้านอุปสงค์อุปทานได้ดี ในกรณีที่ผลผลิตเห็ดสด มีจำนวนมาก จนอาจทำให้ราคาตลาดต่ำลง กลุ่มวิสาหกิจ สามารถใช้กลไกการแปรรูปเพื่อทำให้กลไกราคามีความมั่นคงได้

นอกจากนี้ ยังช่วยให้สามารถกระจายสินค้าไปได้ไกลมากขึ้น ลดอุปสรรคด้านการเนาหรือเสื่อมคุณภาพของเห็ดได้เป็นอย่างดี อีกทั้งสนับสนุนให้นักท่องเที่ยว สามารถซื้อกลับไปใช้หรือฝากได้โดยสะดวก

## 2. วัตถุประสงค์

1. เพิ่มศักยภาพการผลิตเห็ดป่า สร้างพื้นที่ศึกษาเรียนรู้การใช้นวัตกรรมการให้น้ำด้วยระบบอัจฉริยะ (IOT) เพื่อผลิตเห็ดตับเต่าและเห็ดโคนป่าในพื้นที่สวนผลไม้ และสวนป่า

2. ส่งเสริมการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์สำหรับเห็ดตับเต่าและเห็ดโคนป่า

3. สร้างการรับรู้แหล่งท่องเที่ยว และสินค้าใหม่ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

## 3. วิธีการดำเนินงาน

1. งานด้านการสร้าง พัฒนาและวางระบบการให้น้ำอัจฉริยะ (IOT) ในสวนป่าและสวนผลไม้ ทำการสำรวจพื้นที่สำหรับติดตั้งอุปกรณ์และระบบการให้น้ำ โดยใช้เทคโนโลยี IOT จำนวน 2 แปลงในตำบลแม่หอพระจำนวน 4 ไร่

2. งานด้านการผลิตสินค้าต้นแบบและการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับเห็ดป่า ทำการผลิตสินค้าต้นแบบได้แก่เห็ดตับเต่าอบแห้ง และเห็ดโคนอบแห้ง พร้อมทั้งออกแบบและสั่งทำบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าทั้ง 2 ชนิด

3. งานด้านการประชาสัมพันธ์ รมรงค์และการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลแม่หอพระ อำเภอแม่แตง ทำการจ้างเหมาทีมงานสารคดีเพื่อเก็บรวบรวมและตัดต่อเป็นวิดีโอคลิปความยาว 3-5 นาที เพื่อประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรู้จักตำบลแม่หอพระ แหล่งท่องเที่ยว และสินค้าประจำถิ่น



ภาพ แสดงการประชุมและถ่ายทอดองค์ความรู้ให้คนในชุมชน

#### 4. ผลการดำเนินงาน

4.1 การเพิ่มศักยภาพการผลิตเห็ดป่า สร้างพื้นที่ศึกษาเรียนรู้การใช้นวัตกรรมการให้น้ำด้วยระบบอัจฉริยะ (IOT) เพื่อผลิตเห็ดตับเต่าและเห็ดโคนป่าในพื้นที่สวนผลไม้ และสวนป่า



ภาพ แสดงการใช้งานระบบให้น้ำอัจฉริยะและ คู่มือการใช้งาน

4.2 การส่งเสริมการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์สำหรับเห็ดตับเต่าและเห็ดโคนป่า



ภาพ แสดงการสินค้าใหม่ 2 ชนิดเห็ดตับเต่าอบแห้ง และเห็ดตับเต่าดองเกลือ

4.3 การสร้างการรับรู้แหล่งท่องเที่ยวและสินค้าใหม่ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผ่านทางคลิปวิดีโอจำนวน 1 คลิป

#### 5. สรุปผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของผลงานที่วางไว้ (KPI) เปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นหลังเสร็จสิ้นการดำเนินงาน

ตัวชี้วัด ค่าเป้าหมาย และหน่วยนับ	ผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นหลังเสร็จสิ้นผลงาน
1. นวัตกรรมจัดการระบบน้ำสำหรับเห็ดป่าในสวนป่าและสวนผลไม้ 1 ระบบ	1. นวัตกรรมจัดการระบบน้ำสำหรับเห็ดป่าในสวนป่าและสวนผลไม้ 2 ระบบ
2. คู่มือการใช้งานระบบน้ำอัจฉริยะ (IOT) และการแปรรูปเห็ดป่า 1 เล่ม	2. คู่มือการใช้งานระบบน้ำอัจฉริยะ (IOT) และการแปรรูปเห็ดป่า 1 เล่ม
3. ผลิตภัณฑ์สินค้าแปรรูปเห็ดป่า 2 ผลิตภัณฑ์	3. ผลิตภัณฑ์สินค้าแปรรูปเห็ดป่า 2 ผลิตภัณฑ์
4. คลิปสื่อสารประชาสัมพันธ์สินค้าและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ตำบลแม่หอพระ อำเภอแม่แตง 1 คลิป	4. คลิปสื่อสารประชาสัมพันธ์สินค้าและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ตำบลแม่หอพระ อำเภอแม่แตง 1 คลิป

#### 6. กิตติกรรมประกาศ

ผลงานนี้ได้รับการสนับสนุนทุนนวัตกรรมเพื่อสังคม ภายใต้หน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคม ประจำปีที่ภาคเหนือตอนบน 1 รหัสผลงาน SIDN1-63-10 และขอขอบคุณ ทีมดำเนินงาน อาจารย์ที่ปรึกษา ที่สนับสนุนการดำเนินงานวิชาการต่าง ๆ ตลอดกิจกรรม

# แก่น้อย” กรีนโปรดักส์ผลิตภัณฑ์สินค้าจากกลุ่มชาติพันธุ์

## “Kae Noi” Green Products, Products from Ethnic Groups

กมลทิพย์ คำใจ<sup>1</sup>, วิภาวี ศรี<sup>2</sup>, วิไลพร ไชโย<sup>2</sup>, วลัยลักษณ์ พันธุ์<sup>3</sup>

ศิกาญจน์มณี ไชเออร์ส<sup>4</sup>, อมรรรัตน์ ท้วมรุ่งโรจน์<sup>5</sup>, และชจรอรรรถพน พงศ์วิริทธิ์<sup>6</sup>

<sup>1</sup>หัวหน้าผลงาน/ศูนย์ถ่ายทอดองค์ความรู้ นวัตกรรมเทคโนโลยี ภูมิปัญญาท้องถิ่น (กิจการเพื่อสังคม)

<sup>2</sup>ผู้ร่วมผลงาน/คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, <sup>3</sup>ผู้ร่วมผลงาน/คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

<sup>4</sup>ผู้ร่วมผลงาน/คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

<sup>5</sup>ผู้ร่วมผลงาน/วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล

<sup>6</sup>อาจารย์พี่เลี้ยง/ศูนย์ถ่ายทอดองค์ความรู้ นวัตกรรมเทคโนโลยี ภูมิปัญญาท้องถิ่น (กิจการเพื่อสังคม)

\*โทรศัพท์ 08-9636-2339 E-mail tok2029@gmail.com

### บทคัดย่อ

แก่น้อย” กรีนโปรดักส์ผลิตภัณฑ์สินค้าจากกลุ่มชาติพันธุ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าให้มีคุณภาพและคุณค่า/มูลค่ามากขึ้น (Premium) ผลไม้ ผักจากกลุ่มชาติพันธุ์ เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยสร้างอาชีพให้กับประชาชนให้มีรายได้ เพื่อการลดปัญหาด้านหนี้สินครัวเรือนและการจัดจำหน่ายผ่านระบบการตลาดออนไลน์ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นเกษตรกรบ้านแก่น้อย จำนวน 30 ราย ซึ่งทำการคัดเลือกโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็นใช้เทคนิคสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มโดยใช้ความสะกด การเลือกแบบเจาะจงและสมัครใจในการให้ข้อมูล ผลดำเนินโครงการฯ พบว่า แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปเคพกู๊ดเบอร์รี่เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรซึ่งได้ทักษะอาชีพ(หลักสูตร) จำนวน 5 หลักสูตร ได้แก่ ไวน์, น้ำอัดลมผสมไวน์ผลไม้ 4 สูตร, ขนมปังอบกรอบหน้าเคพกู๊ดเบอร์รี่ (รสหวาน), เคพกู๊ดเบอร์รี่อบแห้ง, แยมเคพกู๊ดเบอร์รี่, เจลลี่เคพกู๊ดเบอร์รี่ ส่วนการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ โดยประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศสถาบันการเงินชุมชนนั้น เป็นการบริหารช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ [www.smepil.com/ku](http://www.smepil.com/ku) ซึ่งระบบสารสนเทศฯ ได้นำเสนอการขายสินค้าทั้งหน้าร้านและออนไลน์และความสำเร็จในการนำไปใช้จริง โดยความพึงพอใจของระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการในการสร้างแพลตฟอร์มของการบริการในระดับที่มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.72, S.D.= 0.83) การยอมรับผลิตภัณฑ์แปรรูปเคพกู๊ดเบอร์รี่ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยคุณลักษณะด้านสี กลิ่น รสชาติ และความนุ่มเนื้อสัมผัส มีผลต่างเท่ากับ (-0.04) 0.42 0.26 0.60 และ 0.31 ตามลำดับ การบริหารต้นทุนการผลิตและการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์แปรรูปแก่น้อย” กรีนโปรดักส์ผลิตภัณฑ์สินค้าจากกลุ่มชาติพันธุ์ ปริมาณการผลิตสินค้าแปรรูปในแต่ละผลิตภัณฑ์ไวน์เคพกู๊ดเบอร์รี่และเท่ากับ 30 ขวด (250 ml.) ต้นทุน 135.51 บาทต่อขวด ราคาขาย 199 บาทต่อขวด เครื่องดื่มอัดลมไวน์เคพกู๊ดเบอร์รี่ เท่ากับ 36 ขวด (75 ml.) ต้นทุน 55.84 บาทต่อขวด ราคาขาย 80.00 บาทต่อขวด ซึ่งการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการดำเนินงานสำหรับแก่น้อย” กรีนโปรดักส์ผลิตภัณฑ์สินค้าจากกลุ่มชาติพันธุ์ของผลงานนวัตกรรมเพื่อสังคมนี้ได้รับการสนับสนุนโดยหน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคมประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1 (SID-N1) มีมูลค่ารวมปัจจุบันทั้งหมด จำนวน 1,155,000.00 บาท กับมูลค่าการลงทุนที่ใช้ไปรวม จำนวน 1,045,000.00 บาท มูลค่าการลงทุนตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวม 2,388,913.04 บาท มูลค่าผลลัพธ์ตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและมีมิติตัวชี้วัด รวม 2,2565,869.57 บาท มูลค่าผลลัพธ์สุทธิเท่ากับ 176,956.53 บาท แสดงให้เห็นถึงอัตราผลตอบแทนทางสังคมได้ว่า ทุก 1 บาท ที่ลงทุนในโครงการฯสามารถสร้างประโยชน์ทางสังคมด้วยมูลค่า 1.07 บาท

**คำสำคัญ** ผลิตภัณฑ์แปรรูปเคพกู๊ดเบอร์รี่, การยอมรับผลิตภัณฑ์แปรรูป, การบริหารต้นทุนการผลิต, ผลตอบแทนทางสังคม

## 1. บทนำ

ในสถานการณ์ในปี 2564-2565 สมาชิกและเกษตรกรได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมด้านสังคมและคุณภาพชีวิตจากระบบเศรษฐกิจที่หดตัวลง เนื่องจากการปฏิบัติตามมาตรการต่าง ๆ เพื่อหน่วงการระบาดของโควิด-19 ได้นำไปสู่ปัญหาการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่ต้องชะลอตัวรวมทั้งปริมาณความต้องการของผู้บริโภคลดน้อยถอยลง ส่งผลให้สินค้าเกษตรส่วนเกินในระบบอาหารก่อให้เกิดปัญหาด้านรายได้ของครัวเรือนลดลงและหากสถานการณ์ยืดเยื้อจะทำให้ครัวเรือนขาดสภาพคล่องโดยเฉพาะครัวเรือนขนาดเล็กที่มีระดับเงินออมต่ำและ/หรือมีรายได้รายวัน เนื่องจากความต้องการของตลาดลดน้อยลง เนื่องจากมาตรการด้านสาธารณสุข ทั้งการเว้นระยะห่างและการกักตัวแบบต่าง ๆ (Committee on Agriculture and Cooperatives, 2021) “ชุมชนบ้านแกน้อย” ตั้งอยู่ที่หมู่ 2 ตำบลเมืองนะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ เป็นพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยพืชผักพืชผลและพืชไร่ คนในพื้นที่ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพชาวสวน ซึ่งจะปลูกพืชผัก 50% ไม้ผล 40% และ พืชไร่ 10% มีความหลากหลายด้านชาติพันธุ์ ไม่ว่าจะเป็นชาวจีนญานานไทยใหญ่ ลahu ล่า และลาหู่แดง แต่ทุกคนก็เป็นเพื่อนบ้านที่ดีช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ในอดีต ชุมชนบ้านแกน้อย ชาวบ้านจะนิยมปลูกผักร่วมกัน แต่หลังจากมี “โครงการหลวง” เข้ามาดูแล ช่วยเหลือและแนะนำในการประกอบอาชีพ โดยการนำ พันธุ์แคพซูลเบอร์รี่ หรือ โทงเทงฝรั่ง มาให้ลองปลูก พืชชนิดนี้เหมาะกับพื้นที่และเติบโตได้ดี ชาวบ้านเริ่มมีรายได้มากขึ้น จึงทำให้หลายครัวเรือนหันมาปลูก และเริ่มมีชื่อเสียงมากขึ้น และทำให้ชุมชนบ้านแกน้อยกลายเป็นชุมชนที่ปลูก “แคพซูลเบอร์รี่” ที่มากที่สุดในประเทศไทย ด้านสภาพ

พื้นที่ในการทำการเกษตร มีสหกรณ์การเกษตรโครงการหลวงแกน้อยจำกัด ตำบลเมืองนะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ เป็นสถาบันการเงินขนาดเล็กของชุมชนในเขตพื้นที่ ซึ่งมีความสนใจที่จะร่วมโครงการฯ ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าจากเศษซาก สินค้าที่ผลิตเกิน Oversupply และการถนอมอาหาร เป็นการประยุกต์ใช้ทรัพยากรวัตถุดิบ ให้มีคุณภาพ มีคุณค่าหรือมูลค่ามากขึ้น (Premium) การตลาดแบบใหม่ การบรรจุภัณฑ์ การเพิ่มมูลค่าสินค้าและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน สังคม นวัตกรรมกระบวนการและให้บริการแบบใหม่ โดยสินค้าต้องมุ่งเน้นเรื่องคุณภาพและความปลอดภัยด้านอาหาร สินค้าต้องเข้าถึงไลฟ์สไตล์หลากหลายและสินค้าต้องมีราคาที่ยั่งยืนได้ มุ่งเน้นการช่วยเหลือชุมชนและการดำเนินการเพื่อกิจการเพื่อสังคมและการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่กลุ่มอาชีพต้นน้ำ (Kae Noi Royal Project Cooperative, 2020) และกระบวนการผ่านระบบสารสนเทศเพื่อนำส่งสินค้าและบริการผ่านไปยังกลุ่มปลายน้ำ (ลูกค้า) เพื่อให้ได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการ ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่าง ความเป็นอยู่ของชาติพันธุ์ สร้างรายได้เพิ่มให้กับหน่วยจุลภาค และการเพิ่มกระบวนการ นวัตกรรมในการถนอมอาหาร และทำบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย โดยผ่านแพลตฟอร์มของคณะทำงานโครงการฯ เพื่อช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาของการผลิตเกิน Oversupply กลไกในการผลิตและระบบตลาด เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างสูงสุด โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์และระบบสารสนเทศที่ได้ทำการพัฒนาและศึกษาผลิตภัณฑ์ในเบื้องต้นที่ยึดกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

## 2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าให้มีคุณภาพและคุณค่า/มูลค่ามากขึ้น (Premium) ผลไม้ ผักจากกลุ่มชาติพันธุ์
2. เพื่อพัฒนาการสร้างตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ มาตรฐานและระบบตลาดดิจิทัลผลิตภัณฑ์แปรรูปผักผลไม้จากกลุ่มชาติพันธุ์
3. เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการในการสร้างแพลตฟอร์มของการบริการ
4. การยอมรับผลิตภัณฑ์แปรรูปเคพกู๊ดเบอร์รี่ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่
5. เพื่อทราบถึงการบริหารต้นทุนการผลิตและการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์แปรรูปแกนน้อย” กรีนโปรดักส์ผลิตภัณฑ์สินค้าจากกลุ่มชาติพันธุ์
6. เพื่อทราบถึงการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการดำเนินงานสำหรับแกนน้อย” กรีนโปรดักส์ผลิตภัณฑ์สินค้าจากกลุ่มชาติพันธุ์ของผลงานนวัตกรรมเพื่อสังคมนี้ได้รับการสนับสนุนโดยหน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคมประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1 (SID-N1)

## 3. วิธีการดำเนินงาน

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi- structured Interview) และการใช้แบบสอบถาม โดยเครื่องมือในดำเนินโครงการฯ โดยข้อคำถามที่ใช้วัดตัวแปรและเนื้อหาต่าง ๆ ในแบบสอบถามจะครอบคลุมแนวคิดต่าง ๆ ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมเพื่อให้ตรงประเด็นและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในการวัดตัวแปร คณะผู้ดำเนินโครงการได้ทบทวนวรรณกรรมเพื่อกำหนดหัวข้อหรือประเด็นไว้กว้าง ๆ ล่วงหน้า ผ่านผู้เชี่ยวชาญด้านบริหารจัดการ บัญชีและเทคโนโลยีการแปรรูปอาหาร ซึ่งได้ลักษณะคำถามปลายเปิดในการสัมภาษณ์ที่สามารถที่จะปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความชัดเจนของคำตอบได้ โดยครอบคลุมประเด็นการวิเคราะห์ที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์โครงการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกพืชผัก ผลไม้ ที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์การเกษตรโครงการหลวงแกนน้อย จำนวน 30 ราย โดยเริ่มต้นด้วยเทคนิคการกำหนดระบบโควตา เป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งทำการคัดเลือกโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็นใช้เทคนิคสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มโดยใช้ความสะดวก การสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจงและต้องให้ความสนใจในการให้ข้อมูลที่ ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการในการส่งเสริมสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือผู้หรือพัฒนา เพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการประกอบอาชีพตามความถนัดและมีศักยภาพที่จะพึ่งพาตนเองในการดำรงชีวิตได้

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างและแบบสอบถาม ซึ่งศึกษาจากการเก็บข้อมูลมาคำนวณค่า ดังแสดงในตารางที่ได้นำเสนอในลำดับต่อไป คณะดำเนินโครงการได้ใช้ข้อมูลที่ ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกแล้ว นำมาตรวจสอบความครบถ้วนของเนื้อหาว่า ครอบคลุมทุกวัตถุประสงค์หรือไม่ ก่อนนำมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยนำข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบมีส่วนร่วมมาตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ ก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูล (Content Analysis) โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ประเด็นการศึกษาสังเคราะห์เพื่อให้ได้ภาพรวมภายใต้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง สรุปผลการศึกษาและนำเสนอผลการศึกษาโดยการพรรณนาความ (Descriptive)

#### 4. ผลการดำเนินงาน

1. รูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าให้มีคุณภาพและคุณค่า/มูลค่ามากขึ้น (Premium) ผลไม้ผักจากกลุ่มชาติพันธุ์ เกิดผลิตภัณฑ์แปรรูป บรรจุภัณฑ์ "แกน้อย" กรีนโปรดักส์ผลิตภัณฑ์สินค้าจากกลุ่มชาติพันธุ์ จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ 1. เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ 6 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1.1 ขนมปังอบกรอบหน้าเซเลอรี่ (รสเค็ม) และ หน้าเคพกูกุสเบอร์รี่ (รสหวาน) 1.2 เคพกูกุสเบอร์รี่อบแห้ง (ผัก ผลไม้ชนิดอื่น) 1.3 แยมเคพกูกุสเบอร์รี่ 1.4 น้ำผลไม้เคพกูกุสเบอร์รี่ 1.5 ไวน์เคพกูกุสเบอร์รี่ 1.6 เครื่องดื่มอัดลมผสมไวน์เคพกูกุสเบอร์รี่

2. ชุดทักษะองค์ความรู้การแปรรูปจำนวน 5 ชุด ทักษะความรู้ชุดทักษะองค์ความรู้การแปรรูปจำนวน 4 ชุด ทักษะความรู้ ได้แก่ทักษะอาชีพชุดความรู้ 5 ชุด ความรู้ ได้แก่ 1). ชุดความรู้โทงเทงอบแห้ง 2). ชุดความรู้ปังกรอบเซเลอรี่ 3). ชุดความรู้แยมโทงเทง 4). ชุดความรู้การทำไวน์เคพกูกุสเบอร์รี่ 5). ชุดความรู้สูตรการทำเครื่องดื่มไวน์เคพกูกุสเบอร์รี่

3. ระบบการตลาดออนไลน์ จำนวน 1 ระบบ ได้แก่ ระบบการตลาดออนไลน์ โดยประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการสถาบันการเงินชุมชน เข้าถึงได้จาก <http://www.smepil.com/ku>

**โทงเทง**  
ส่วนผสม: โทงเทงสุก 200 กรัม, น้ำตาลทรายขาว 60 กรัม, เกลือสินเธาว์ 1/8 ช้อน, ขุนเชียงหนาม 1 หัว หรือ อนุช 1 ช้อน, น้ำตาลทรายขาวผง 1 ช้อน

**ปังกรอบเซเลอรี่**  
ส่วนผสม: แป้งเค้ก 100 กรัม, น้ำมันพืช 50 กรัม, น้ำตาลทรายขาว 140 กรัม, ไข่ไก่ 5 ฟอง, เกลือสินเธาว์ 5 กรัม, ฟูโรน 1 ช้อนชา, ฟูโรน 1 ช้อนชา, ฟูโรน 1 ช้อนชา

**แยมโทงเทง**  
ส่วนผสม: โทงเทงสุก 2 หรือ 4, น้ำตาลทรายขาว 130 กรัม, เกลือ 4 กรัม, 80% หรือ 80% 2 กรัม, น้ำผลไม้ หรืออื่น ๆ 100 กรัม

**ไวน์โทงเทง**  
ส่วนผสม: น้ำโทงเทงเข้มข้น 6 ลิตร, น้ำตาลทรายขาว 1 กิโลกรัม, ยีสต์ 1 ช้อนชา, น้ำส้มสายชู 1 ช้อนชา, น้ำผลไม้ หรืออื่น ๆ 100 กรัม

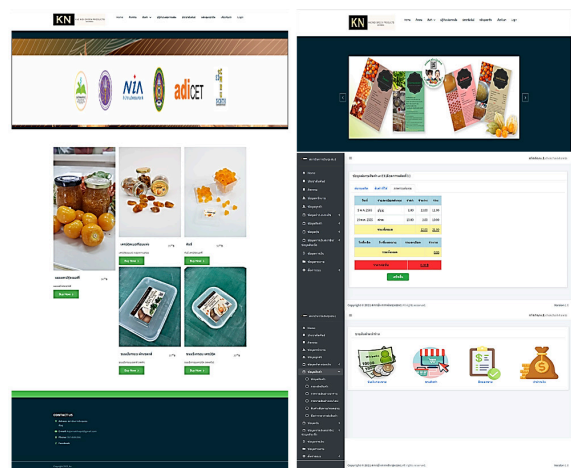
สูตรผสมไวน์โทงเทงอัดแก๊สแตงรสผลไม้ ปริมาณ 1,000 มิลลิลิตร

สูตร	ไวน์โทงเทง (มล.)	ไซรัป 32% (มล.)	ไซรัป 8% (มล.)	โซดา-น้ำ 60% (มล.)	ความหวาน (กรัม/ลิตร)	แอลกอฮอล์ (ดีกรี)	
พ					6	16	
ส	ไวน์โทงเทง ผลิต เดือนมกราคม 2565				0	0	
		โซดาไลท์:					
1	320	1. ไซรัปสตรอว์เบอร์รี่ (ดีกรี) 35 มล., 2. ไซรัปส้มประด (ดีกรี) 30 มล., 3. ไซรัปมะนาว (ดีกรี) 15 มล.	รวม 80 มล.	600	10	12	
2	320	1. ไซรัปแคนคาปู (ดีกรี) 35 มล., 2. ไซรัปลิ้นจี่ (ดีกรี) 30 มล., 3. ไซรัปมะนาว (ดีกรี) 15 มล.	รวม 80 มล.	600	10	12	
3	320	1. ไซรัปบลูเบอร์รี่ (ดีกรี) 50 มล., 2. ไซรัปมะนาว (ดีกรี) 30 มล.	รวม 80 มล.	600	10	12	
4	320	1. ไซรัปมะม่วง (ดีกรี) 20 มล., 2. ไซรัปแตงโม (ดีกรี) 15 มล., 3. ไซรัปมะนาว (ดีกรี) 45 มล.	รวม 80 มล.	600	10	12	

ภาพ ชุดทักษะองค์ความรู้การแปรรูป "แกน้อย" กรีนโปรดักส์ผลิตภัณฑ์สินค้าจากกลุ่มชาติพันธุ์



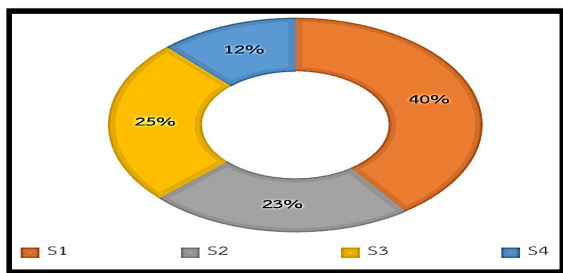
ภาพ นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์แปรรูป บรรจุภัณฑ์ แกน้อย" กรีนโปรดักส์ผลิตภัณฑ์สินค้าจากกลุ่มชาติพันธุ์



ภาพ ระบบการตลาดออนไลน์ "แกน้อย" กรีนโปรดักส์ผลิตภัณฑ์สินค้าจากกลุ่มชาติพันธุ์



4. การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการดำเนินงานสำหรับแก่น้อย” กรีนโปรดักส์ผลิตภัณฑ์สินค้าจากกลุ่มชาติพันธุ์ของผลงานนวัตกรรมเพื่อสังคมนี้ได้รับการสนับสนุนโดยหน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคมประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1 (SID-N1) มีมูลค่ารวมปัจจุบันทั้งหมด จำนวน 1,155,000.00 บาท กับมูลค่าการลงทุนที่ใช้ไปรวมจำนวน 1,045,000.00 บาท มูลค่าการลงทุนตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวม 2,388,913.04 บาท มูลค่าผลลัพธ์สุทธิเท่ากับ 176,956.53 บาท แสดงให้เห็นถึงอัตราผลตอบแทนทางสังคมได้ว่า ทุก 1 บาท ที่ลงทุนในโครงการฯสามารถสร้างประโยชน์ทางสังคมด้วยมูลค่า 1.07 บาท



SROI = 1.07 times  
 Net Impact = 176,956.53 Baht  
 Investment Value by Stakeholder Group = 2,388,913.04 Baht

5.สรุปผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของผลงานที่วางไว้ (KPI) เปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นหลังเสร็จสิ้นการดำเนินงาน

ตัวชี้วัด ค่าเป้าหมาย และหน่วยนับ	ผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นหลังเสร็จสิ้นผลงาน
<p>1. รูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าให้มีคุณภาพและคุณค่า/มูลค่ามากขึ้น (Premium) ผลไม้ ผักจากกลุ่มชาติพันธุ์ เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์</p>	<p>1. เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ 6 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่</p> <p>1.1 ขนมปังอบกรอบหน้าเซลาตี (รสเค็ม) และ หน้าเคพกูสเบอร์รี่ (รสหวาน)</p> <p>1.2 เคพกูสเบอร์รี่อบแห้ง (ผัก ผลไม้ชนิดอื่น)</p> <p>1.3 แยมเคพกูสเบอร์รี่</p> <p>1.4 น้ำผลไม้เคพกูสเบอร์รี่</p> <p>1.5 ไวน์เคพกูสเบอร์รี่</p> <p>1.6 เครื่องดื่มอัดลมผสมไวน์เคพกูสเบอร์รี่ (ตั้งเอกสารภาคผนวก “รูปภาพผลงาน/ชิ้นงาน/ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการดำเนินโครงการ ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการดำเนินโครงการทั้งสิ้น”)</p>
<p>2. บรรจุผลิตภัณฑ์ (Premium) ผลไม้ ผักจากกลุ่มชาติพันธุ์ จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์</p>	<p>ตราสินค้าที่ได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ 5 บรรจุผลิตภัณฑ์ (Premium) ได้แก่</p> <p>1.1 บรรจุผลิตภัณฑ์ ขนมปังอบกรอบหน้าเซลาตี (รสเค็ม) และ หน้าเคพกูสเบอร์รี่ (รสหวาน)</p> <p>1.2 บรรจุผลิตภัณฑ์ เคพกูสเบอร์รี่อบแห้ง (ผัก ผลไม้ชนิดอื่น)</p> <p>1.3 บรรจุผลิตภัณฑ์ แยมเคพกูสเบอร์รี่</p> <p>1.4 บรรจุผลิตภัณฑ์ ไวน์เคพกูสเบอร์รี่</p> <p>1.5 บรรจุผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่มอัดลมผสมไวน์เคพกูสเบอร์รี่</p>
<p>3. ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ มาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปผัก ผลไม้จากกลุ่มชาติพันธุ์ จำนวน 4 ตราสินค้า/ชิ้น/แบบ</p>	<p>ตราสินค้าที่ได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ตราสินค้าที่ได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ 5 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่</p> <p>1.1 ตราสินค้าขนมปังอบกรอบหน้าเซลาตี (รสเค็ม) และ หน้าเคพกูสเบอร์รี่ (รสหวาน)</p> <p>1.2 ตราสินค้าเคพกูสเบอร์รี่อบแห้ง (ผัก ผลไม้ชนิดอื่น)</p> <p>1.3 ตราสินค้าแยมเคพกูสเบอร์รี่</p> <p>1.4 ตราสินค้าไวน์เคพกูสเบอร์รี่</p> <p>1.5 ตราสินค้าเครื่องดื่มอัดลมผสมไวน์เคพกูสเบอร์รี่</p>

ตัวชี้วัด ค่าเป้าหมาย และหน่วยนับ	ผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นหลังเสร็จสิ้นผลงาน
4. สร้างอาชีพให้กับประชาชนให้มีรายได้ จำนวน 20 คน	สมาชิกชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายสินค้าครอบครัวละ 1,000 บาทต่อรอบการลงทุนการเกษตร เป็นรายได้นอกภาคการเกษตร และมีการจัดกลุ่มอาชีพสตรีเก๋น้อยอย่างน้อย 1 กลุ่มที่มีความประสงค์ในการจัดตั้งกลุ่มเพื่อรวมกลุ่มกันทำอาชีพนอกภาคการเกษตรลดรายจ่ายครัวเรือน
5. การลดปัญหาด้านหนี้สินครัวเรือนและบริหารหนี้สินให้ลดลงร้อยละ 5 จำนวน 20 คน	การแปรรูปเพื่อให้เพื่อลดค่าใช้จ่ายในครัวเรือนและแปรรูปจากเศษซากผลผลิต เพื่อนำไปทำดินหมักพร้อมปลูกแทนการใช้ปุ๋ยเคมี และสามารถลดต้นทุนการลงทุนทางการเกษตรได้ร้อยละ 5 ของเกษตรกรที่นำไปปฏิบัติ และนำเงินกำไรจากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรไปชำระหนี้ได้จำนวน 25 คน
6. ระบบการตลาดออนไลน์ จำนวน 1 ระบบ	ระบบการตลาดออนไลน์ โดยประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการสถาบันการเงินชุมชน เข้าถึงได้จาก <a href="http://www.smepil.com/ku">http://www.smepil.com/ku</a>
7. ชุดทักษะองค์ความรู้การแปรรูปจำนวน 5 ชุดทักษะความรู้	ชุดทักษะองค์ความรู้การแปรรูปจำนวน 4 ชุดทักษะความรู้ได้แก่ ทักษะอาชีพชุดความรู้ 5 ชุดความรู้ ได้แก่ 1. ชุดความรู้โทงเทงอบแห้ง 2. ชุดความรู้ปิ้งกรอบเซเลอร์ 3. ชุดความรู้แยมโทงเทง 4. ชุดความรู้การทำไวน์เคพกูสเบอร์รี่ 5. ชุดความรู้สูตรการทำเครื่องอัดลมไวน์เคพกูสเบอร์รี่
8. สื่อการเรียนรู้ชุดทักษะองค์ความรู้การแปรรูปจำนวน 5 ชุดทักษะความรู้	สื่อการเรียนรู้ชุดทักษะองค์ความรู้การแปรรูป <a href="http://www.smepil.com/ku/index.php?page=knowledge">http://www.smepil.com/ku/index.php?page=knowledge</a>

## 6. กิตติกรรมประกาศ

ผลงานเรื่อง “แก๊นน้อย” กรีนโพรดักส์ ผลิตภัณฑ์สินค้าจากกลุ่มชาติพันธุ์” โดยศูนย์ถ่ายทอดองค์ความรู้ นวัตกรรมเทคโนโลยี ภูมิปัญญาท้องถิ่น (กิจการเพื่อสังคม) นี้ได้รับการสนับสนุนทุนผลงาน นวัตกรรมเพื่อสังคม ภายใต้หน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรม เพื่อสังคมประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1 รหัสผลงาน SIDN1-65-11 ขอขอบคุณ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล คณะบริหารธุรกิจและ เทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี บริษัท บีเอสดับเบิ้ลยู จำกัด สหกรณ์การเกษตรโครงการหลวงแก๊นน้อยและกลุ่มเกษตรกร ชาติพันธุ์บ้านแก๊นน้อย ตำบลเมืองนะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการให้องค์ความรู้ ถ่ายทอดองค์ความรู้ การพัฒนานวัตกรรมและ กลุ่มเป้าหมายในการดำเนินงานกิจกรรมของโครงการ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ สุดท้ายนี้ขอขอบคุณสำนักงาน นวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ที่ได้ให้การ สนับสนุนเงินงบประมาณทุนในการดำเนินงาน เพื่อให้ เกิดการแก้ปัญหาสังคมสามารถต่อยอดแนวความคิด พัฒนาสู่การเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจที่มี ส่วนช่วยในการพัฒนาสังคมและชุมชนที่นำนวัตกรรม ไปแก้ปัญหาด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ผ่านการการบ่มเพาะ พัฒนานวัตกรรมเพื่อสังคมเพื่อ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในอนาคตของชาติ


## 7. เอกสารอ้างอิง

Center for Continuing Pharmaceutical Education. (2018). Cape Gooseberry...The Royal Project Fruit. Retrieved February 20, 2022, from [https://ccpe.pharmacycouncil.org/index.php?option=article\\_detail&subpage=article\\_detail&id=236](https://ccpe.pharmacycouncil.org/index.php?option=article_detail&subpage=article_detail&id=236). [in Thai].

Kae Noi Royal Project Cooperative. (2020). Annual Report Year 2020. Chiang Mai: Kae Noi Royal Project Cooperative. [in Thai].

## ภาคผนวก





## รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินผลงานนวัตกรรมเพื่อสังคม ประจำปีที่ภาคเหนือตอนบน 1

1. ดร.ถนัด บุญชัย  
(รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่) ประธาน
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นครินทร์ พริบไหว  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่) รองประธาน
3. นายแสงชัย ธีรกุลวานิช  
(ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก) กรรมการ
4. นายคุณาวุฒิ บุญญานพคุณ  
(ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก) กรรมการ
5. ดร.อำพล อภาธนากร  
(ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก) กรรมการ
6. นายฐนาทัศน์ โสภณอนันต์ชัย  
(ผู้แทนภาคเอกชน) กรรมการ
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรจิตต์ เศรษฐพรรค  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่) กรรมการและเลขานุการ
8. นายสกลวัฒน์ เสวตรัตนกุล  
(ผู้ช่วยนักวิจัย วิทยาลัยพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยีชุมชนแห่งเอเชีย) ผู้ช่วยเลขานุการ

## รายชื่อที่ปรึกษา คณะทำงาน และผู้ประสานงานประจำพื้นที่ หน่วย SID-N1

### ที่ปรึกษา SID-N1 สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

1. คุณคุณาวุฒิ บุญญานพคุณ ผู้อำนวยการฝ่ายนวัตกรรมเพื่อสังคม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA)
2. ดร.อำพล อภาธนากร ผู้จัดการพัฒนานวัตกรรมฝ่ายนวัตกรรมเพื่อสังคม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA)
3. คุณวรรณิภา พงษ์ไทยสงค์ นักพัฒนานวัตกรรม ฝ่ายนวัตกรรมเพื่อสังคม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA)
4. คุณวรรณิตา ทองพัด นักพัฒนานวัตกรรม ฝ่ายนวัตกรรมเพื่อสังคม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA)

### คณะทำงาน SID-N1 หน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคม ประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หทัยทิพย์ สินธูยา หัวหน้าหน่วย SID-N1 (คณบดี วิทยาลัยพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยีชุมชนแห่งเอเชีย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่)
2. คุณรุ่งนภา จุลศักดิ์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารโครงการ SID-N1 (นักวิจัย วิทยาลัยพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยีชุมชนแห่งเอเชีย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่)
3. คุณพงษ์นัฐณ์ เมืองสุวรรณ เจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ SID-N1 (นักวิชาการคอมพิวเตอร์ วิทยาลัยพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยีชุมชนแห่งเอเชีย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่)
4. คุณสกลวัฒน์ เสวตรัตนกุล เจ้าหน้าที่ฝ่ายงานวิชาการ SID-N1 (ผู้ช่วยนักวิจัย วิทยาลัยพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยีชุมชนแห่งเอเชีย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่)

### ผู้ประสานงาน SID-N1 ประจำพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน

1. ผศ.ดร.นครินทร์ พรธิไพฑูริย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

### ผู้ประสานงาน SID-N1 ประจำพื้นที่จังหวัดตาก

1. ผศ.ดร.ธีรศิลป์ กันทา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร วิทยาเขตแม่สอด

### ผู้ประสานงาน SID-N1 ประจำพื้นที่จังหวัดลำปาง

1. ดร.เหนือขวัญ บัวเฟื่อน อาจารย์ ประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
2. ผศ.ดร.อัมฤตา สารธิวงศ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

หนังสือ

ผลงานนวัตกรรมเพื่อสังคม ประจำปีที่ภาคเหนือตอนบน 1  
ประจำปี 2565

พิมพ์ครั้งที่ 1 (ธันวาคม 2565)

จำนวน 100 เล่ม

ผู้แต่ง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หทัยทิพย์ สิ้นธูยา

ผู้รับผิดชอบจัดการพิมพ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่  
โดย วิทยาลัยพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยีชุมชนแห่งเอเชีย  
180 หมู่ 7 ต.ชี้เหล็ก อ.แม่ออน จ.เชียงใหม่ 50180

พิมพ์ที่

หจก.พงษ์สวัสดิ์ การพิมพ์  
117/11 ถ.ริมคลองชลประทาน ต.สุเทพ อ.เมือง เชียงใหม่ 50200

#### ข้อมูลทางบรรณานุกรม

หทัยทิพย์ สิ้นธูยา

ผลงานนวัตกรรมเพื่อสังคม ประจำปีที่ภาคเหนือตอนบน 1 ประจำปี 2565

66 หน้า

Keyword; 1. นวัตกรรมเพื่อสังคม

ISBN 978-616-7669-97-7

#### คณะผู้จัดทำ

บรรณาธิการเล่ม

สกลวัฒน์

เสวตรรัตนกุล

ผู้ช่วยบรรณาธิการ พิสูจน์อักษร

รุ่งนภา

จุลศักดิ์

ออกแบบปกและรูปเล่ม

พงศ์นุวัฒน์

เมืองสุวรรณ

#### ที่ปรึกษา

คุณคุณาวุฒิ

บุญญานพคุณ

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ดร.อำพล

อาภาธนากร

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

คุณวรรณิภา

พงษ์ไทยสงค์

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

คุณวรรณิตา

ทองพัต

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)







[www.adicet.cmru.ac.th/SID](http://www.adicet.cmru.ac.th/SID)



Line: @SIDCMRU

หน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสังคม (Social Innovation Driving Unit)  
ประจำพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่  
<https://www.facebook.com/SIDCMRU>  
<https://www.adicet.cmru.ac.th/SID>  
Line@: @sidcmru  
โทร: 065-016-1100  
ISBN 978-616-7669-97-7