



รายงานฉบับสมบูรณ์

กิจกรรมส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม
เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตและเศรษฐกิจชุมชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569
แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (Building Community Enterprise : BCE)

ชื่อโครงการ
การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าและระบบนิเวศการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสู่วิสาหกิจเพื่อสังคมด้วย
แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างยั่งยืน อำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่ (ปีที่ 1)

ห่วงโซ่คุณค่า NO. 07 การใช้ วทน. เพื่อเพิ่มศักยภาพท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สินีนารถ วิกรมประสิทธิ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาศิริ เขตปิยรัตน์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

เสนอต่อ
สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
ตุลาคม 2569

คำนำ

รายงานฉบับสมบูรณ์เล่มนี้จัดทำขึ้นเพื่อรายงานผลการดำเนินงานโครงการ “การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าและระบบนิเวศการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสู่วิสาหกิจเพื่อสังคมด้วยแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างยั่งยืน อำเภอวังซัน จังหวัดแพร่” (ปีที่ 1) ภายใต้กิจกรรมส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตและเศรษฐกิจชุมชน แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (Building Community Enterprise : BCE) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 ซึ่งได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สป.อว.) ผ่านคลินิกเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

โครงการนี้เป็นโครงการต่อเนื่อง 3 ปี (พ.ศ. 2569–2571) โดยปีที่ 1 มุ่งเน้น “การสร้างมาตรฐาน (Standardization)” ให้แก่ผู้ประกอบการชุมชนในเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสามารถจัดทำขึ้นโมเดล 4.0 อำเภอวังซัน จังหวัดแพร่ ผ่านการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน การอบรมมาตรฐานบริการและสุขอนามัย (SHA/GHP/Food Safety) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อยื่นขอรับรองมาตรฐาน และการจัดทำสื่อดิจิทัลเพื่อรองรับการท่องเที่ยวชุมชน อันเป็นรากฐานสำคัญของการขับเคลื่อนโมเดลธุรกิจในปีที่ 2 และการยกระดับสู่วิสาหกิจเพื่อสังคมในปีที่ 3

เนื้อหาของรายงานประกอบด้วย 4 บท ได้แก่ บทที่ 1 บทนำ บทที่ 2 ผลการดำเนินงาน บทที่ 3 สรุปผลการดำเนินงาน และบทที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ พร้อมภาคผนวก คณะผู้รับผิดชอบโครงการหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ชุมชน และผู้สนใจ ในการนำองค์ความรู้และแนวทางการพัฒนาไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืนต่อไป

คณะผู้รับผิดชอบโครงการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ตุลาคม 2569

กิตติกรรมประกาศ

โครงการ “การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าและระบบนิเวศการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสู่วิสาหกิจเพื่อสังคม ด้วยแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างยั่งยืน อำเภอวังชัน จังหวัดแพร่” (ปีที่ 1) สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์และการสนับสนุนจากหลายภาคส่วน คณะผู้รับผิดชอบโครงการขอขอบพระคุณสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สอ.ว.) ที่ให้การสนับสนุนงบประมาณภายใต้แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (BCE) และคลินิกเทคโนโลยี ศูนย์วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ที่ให้คำปรึกษา ประสานงาน และอำนวยความสะดวกตลอดการดำเนินโครงการ

ขอขอบพระคุณ นางธมนภัทร สมภาร ประธานเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสมาร์ทซิตี้วังชันโมเดล 4.0 และสมาชิกเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนอำเภอวังชันทั้ง 50 ราย ที่ให้ความร่วมมือเข้าร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ขอขอบพระคุณ นางกิงกาญจน์ เสนากุล พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ และนายราเชนทร์ จีกัน นักวิชาการสาธารณสุขปฏิบัติการ วิทยาการด้านมาตรฐานสุขอนามัยและความปลอดภัยด้านอาหาร ตลอดจนที่ว่าการอำเภอวังชัน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น สำนักงานสาธารณสุขอำเภอวังชัน สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่ และภาคีเครือข่ายทุกหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนสถานที่ ข้อมูล และการประสานงานในพื้นที่

ขอขอบพระคุณศูนย์วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ที่ให้บริการวิเคราะห์ทดสอบคุณค่าทางโภชนาการและสารสำคัญของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ที่สนับสนุนบุคลากรและทรัพยากรในการดำเนินงาน คุณประโยชน์อันเกิดจากโครงการนี้ คณะผู้รับผิดชอบโครงการขอมอบแด่ชุมชนอำเภอวังชัน จังหวัดแพร่ เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืนสืบไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สินีนารถ วิกรมประสิทธิ์
หัวหน้าโครงการ

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการ “การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าและระบบนิเวศการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสู่วิสาหกิจเพื่อสังคม ด้วยแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างยั่งยืน อำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่” เป็นโครงการภายใต้แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (BCE) ห่วงโซ่คุณค่า NO. 07 การใช้ วทน. เพื่อเพิ่มศักยภาพท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ ดำเนินการโดยคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ กลุ่มเป้าหมายคือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสมารถชีวิตวังชิ้นโมเดล 4.0 ตำบลวังชิ้น อำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่ จำนวน 50 ราย ได้รับงบประมาณสนับสนุนในปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ปีที่ 1) จำนวน 202,800 บาท จากกรอบงบประมาณรวม 3 ปี 702,800 บาท ระยะเวลาดำเนินการ 5 เดือน (24 เมษายน – 30 กันยายน 2569)

ปีที่ 1 มีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์คือ “การสร้างมาตรฐาน (Standardization)” เพื่อวางรากฐาน “ต้นน้ำ” ของห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยดำเนินกิจกรรมหลัก 4 กิจกรรม ได้แก่ (1) การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการการตลาด การบริหารจัดการกลุ่ม การผลิต และการบัญชีรายรับ-รายจ่าย (2) การอบรมมาตรฐานบริการและสุขอนามัย (SHA/GHP/Food Safety) (3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และยื่นขอรับรองมาตรฐาน มผช./อย. และ (4) การจัดทำ QR Code/Digital Content/Digital Storytelling เพื่อรองรับการท่องเที่ยวชุมชน

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ

- ผู้ประกอบการและสมาชิกเครือข่ายได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยี จำนวน 50 ราย ครบตามเป้าหมาย (ร้อยละ 100) ผ่านกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ 2 ครั้ง (20–21 มิถุนายน 2569 และ 30 มิถุนายน – 1 กรกฎาคม 2569) ลงพื้นที่สำรวจเส้นทาง วันที่ 25 สิงหาคม 2569
- ความพึงพอใจของผู้รับบริการหลังการดำเนินโครงการอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.20 (กิจกรรมที่ 1) และร้อยละ 90.40 (กิจกรรมที่ 2) เฉลี่ยร้อยละ 89.30 สูงกว่าค่าเป้าหมายร้อยละ 85
- เกิดองค์ความรู้/เทคโนโลยีที่ถ่ายทอด 4 เรื่อง ได้แก่ การบริหารจัดการธุรกิจชุมชน 4 กลไก (การตลาด การจัดการกลุ่ม การผลิต การบัญชี) มาตรฐาน SHA/GHP/Food Safety การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการขอรับรองมาตรฐาน มผช./อย. และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน (QR Code/Digital Storytelling)
- ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับการพัฒนาต้นแบบ 5 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เนยถั่วช็อกโกแลต กราโนล่าข้าวไทย รสช็อกโกแลต ชาเปลือกโกโก้ ขนมปังข้าวไรซ์เบอร์รี่ธัญพืช และลูกประคบสมุนไพร พร้อมส่งวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการและสารสำคัญ และดำเนินการยื่นขอรับรองมาตรฐาน
- เกิดฐานข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยวศึกษาดูงาน “วังชิ้น เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ “Wang Chin Wellness Trip” 4 รูปแบบ (แช่สุขภาพ ท่องใจ ชิมสุขภาพ คลายกาย) และชุดสื่อดิจิทัล ได้แก่ เพจ/เว็บไซต์ท่องเที่ยวชุมชน 1 ช่องทาง วิดีโอเรื่องเล่า 1 เรื่อง คลิปสั้น 1 คลิป และป้ายแผนที่ชุมชน/จุดเช็คอิน 4 จุด
- มูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ ประมาณการ 300,000 บาทต่อปี (เป้าหมาย 100,000 บาท) และอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (B/C Ratio) เท่ากับ 1.48

ผลการดำเนินงานปีที่ 1 ทำให้ผู้ประกอบการชุมชนวังช้างมีองค์ความรู้ มีมาตรฐานบริการและ
สุขอนามัยตามเกณฑ์ มีผลิตภัณฑ์ที่พร้อมยื่นขอรับรองมาตรฐาน และมีสื่อดิจิทัลพื้นฐาน อันเป็นความพร้อม
สำหรับการขับเคลื่อนโมเดลธุรกิจ (Business Model Implementation) ในปีที่ 2 ซึ่งมุ่งพัฒนา Signature
Tour Packages 3 เส้นทาง Smart Tourism Website/E-commerce Platform การตลาดดิจิทัล และ
เครือข่ายพันธมิตร/ระบบ CRM เพื่อสร้างรายได้จริงให้แก่ชุมชน และเตรียมการยกระดับสู่วิสาหกิจเพื่อสังคม
ในปีที่ 3 ต่อไป

สารบัญ

คำนำ.....	2
กิตติกรรมประกาศ	3
บทสรุปผู้บริหาร.....	4
สารบัญ	6
บทที่ 1 บทนำ.....	8
1.1 ข้อมูลทั่วไปของโครงการ	8
1.2 หลักการและเหตุผล.....	8
1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	10
1.4 กลุ่มเป้าหมายและบริบทของพื้นที่.....	11
1.5 ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain).....	24
1.6 แผนธุรกิจชุมชนหรือโมเดลธุรกิจ	34
1.7 แผนการดำเนินงานตลอดโครงการ (3 ปี).....	36
1.8 แผนการดำเนินงานปีที่ 1 (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569)	39
1.9 ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ	40
1.10 หน่วยงานสนับสนุน.....	40
1.11 งบประมาณขอรับการสนับสนุน	44
บทที่ 2 ผลการดำเนินงาน	61
2.1 แผนการดำเนินงานของโครงการและสถานะการดำเนินงาน	61
2.2 สรุปขั้นตอนการดำเนินงานตามแผนของแต่ละกิจกรรมที่กำหนด.....	62
2.3 การประเมินผลการดำเนินกิจกรรมของโครงการ.....	86
บทที่ 3 สรุปผลการดำเนินงาน	90
3.1 สรุปผลการดำเนินงานตามค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัดของโครงการในภาพรวม (3 ปี).....	90
3.2 สรุปผลการดำเนินงานตามค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัดของโครงการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ปีที่ 1) ...	90
3.3 การประเมินผลกระทบจากการดำเนินโครงการ	91
3.4 สรุปกิจกรรมที่บรรลุเป้าหมายตามแผนการดำเนินงานของโครงการและที่ไม่สามารถดำเนินการได้ตาม แผน	94
3.5 สรุปผลการใช้จ่ายงบประมาณตามรายการกิจกรรมที่ระบุไว้ในข้อเสนอโครงการ	94

บทที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ	95
4.1 ปัญหา/อุปสรรค	95
4.2 ข้อเสนอแนะ/แนวทางการแก้ไข	95
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เข้าร่วมโครงการ.....	99
ภาคผนวก ข การนำผลงานวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์.....	102
ภาคผนวก ค เอกสารองค์ความรู้ที่ถ่ายทอดและภาพกิจกรรม	104
- กิจกรรมที่ 1 การถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการตลาด การบริหารจัดการกลุ่ม การผลิต การบัญชีรายรับ-รายจ่าย.....	104
- กิจกรรมที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและยกระดับมาตรฐานบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (สุขอนามัย/Food Safety).....	106
- ภาพกิจกรรมการดำเนินโครงการ.....	108
- หลักฐานการวิเคราะห์ทดสอบผลิตภัณฑ์และหนังสือสำคัญของกลุ่มเป้าหมาย	111
ภาคผนวก ง ประวัติแบบย่อของคณะทำงาน.....	113

บทที่ 1

บทนำ

แบบฟอร์ม

2 ข้อเสนอโครงการเพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ
5 การส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม
6 เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตและเศรษฐกิจชุมชน

9 แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน
Building Community Enterprise : BCE



แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (Building Community Enterprise : BCE) จัดทำขึ้นเพื่อให้นักวิจัยนำความรู้ด้าน วนน. และการบริหารจัดการ การตลาด ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและวางรากฐานทางเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการชุมชน ทั้งนี้ แพลตฟอร์ม BCE มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้า(Product) และบริการ(Service) ตลอดห่วงโซ่คุณค่า(ต้นทาง กลางทาง ปลายทาง) มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้วยการต่อยอดภูมิปัญญา นำไปสู่การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน(Quality & Standard) มีกระบวนการในการช่วยผู้ประกอบการในการจัดทำโมเดลธุรกิจ(Business model) และแผนธุรกิจ(Business plan) ที่ชัดเจนตอบโจทย์ทั้งตลาดออฟไลน์และออนไลน์ ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับสินค้าและบริการของธุรกิจชุมชนและส่งเสริมวิถีคิดและการดำเนินธุรกิจในรูปแบบของธุรกิจเพื่อชุมชน(Business for Community) หรือธุรกิจเพื่อสังคม(Social Enterprise) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปีที่	ขั้นตอนการพัฒนา/แนวทางเบื้องต้น		
	มาตรฐาน	โมเดลธุรกิจ	ธุรกิจเพื่อสังคม
๑	การให้ความรู้/เทคโนโลยี เพื่อเตรียมความพร้อมในการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เช่น GMP ออย .มผช .	การให้ความรู้/เทคโนโลยี เพื่อนำไปออกแบบโมเดลธุรกิจ	การให้ความรู้/เทคโนโลยี เพื่อเตรียมความพร้อมในการออกแบบโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม
๒	การยื่นขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และได้รับการรับรองมาตรฐานฯ	การนำโมเดลธุรกิจที่ออกแบบไว้แล้ว มาใช้ในการขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์	การออกแบบโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม มาใช้ดำเนินการในชุมชน และปรับปรุงให้เหมาะสมกับธุรกิจ และบริบทของพื้นที่
๓	การนำผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ไปจำหน่ายออกสู่เชิงพาณิชย์	การปรับปรุงโมเดลธุรกิจให้เหมาะสมกับธุรกิจ และนำไปใช้ประโยชน์ ในการขายสินค้าและบริการ	การนำโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม มาใช้ในการส่งเสริมการดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อพัฒนาไปสู่การเป็นธุรกิจเพื่อสังคม และติดตามผลการนำไปใช้

☒ โครงการใหม่

☐ โครงการต่อเนื่องปีที่ 2

☐ โครงการต่อเนื่องปีที่ 3

1. ชื่อหน่วยงาน : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

2. ชื่อโครงการ : การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าและระบบนิเวศการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสู่วิสาหกิจเพื่อสังคมด้วยแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างยั่งยืน อำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่

3. ห่วงโซ่คุณค่า (Value chain): NO. 07 การใช้ วทน. เพื่อเพิ่มศักยภาพท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ

4. รายชื่อผู้รับผิดชอบโครงการและผู้ร่วมโครงการ

รายชื่อผู้ร่วมโครงการ ระบุชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง เบอร์โทร อีเมล	หน้าที่ รับผิดชอบใน โครงการ ¹	องค์ความรู้/เทคโนโลยี/ นวัตกรรมที่รับผิดชอบใน โครงการ	ประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับ โครงการ ²
.1ผู้ช่วยศาสตราจารย์สินีนารถ วิกรมประสิทธิ์ เบอร์โทร7478185-098 . E-mail: sineenat.vik@uru.ac.th	หัวหน้า โครงการ	ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้าน การวางแผนธุรกิจ การ จัดการความรู้ การเพิ่ม มูลค่าของผลิตภัณฑ์ การ พัฒนาผลิตภัณฑ์และ บรรจุภัณฑ์ การบริหาร จัดการ การตลาด การ จัดการ การท่องเที่ยว การบริหารธุรกิจ	1. หัวหน้าโครงการพันธกิจสัมพันธ์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็น อัตลักษณ์วัฒนธรรมในจังหวัดน่าน)OTOP น่าน จำนวน 45 ผลิตภัณฑ์ (ในปี2562-2569 2. หัวหน้าโครงการคู่มือวิทยะเพื่อ โอท็อป ปี 2566-2568 3. หัวหน้าโครงการหมู่บ้าน วิทยาศาสตร์ หมู่บ้านมดหมี่ที่ถ้ำล้านช้าง ตำบลนาชุม อำเภอบ้านโคก จังหวัด อุดรดิตถ์ ตั้งแต่ปี 2556-2558 4. หัวหน้าโครงการกิจกรรมส่งเสริม การนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและ นวัตกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิต และเศรษฐกิจชุมชน งานหมู่บ้านแม่ : ข่ายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ประจำปีงบประมาณ พ .ศ.2559 5. หัวหน้าโครงการการพัฒนา เครื่องสำอางผสมสารสกัดจากใบเม็ด มะม่วงหิมพานต์ ภายใต้โครงการบ่ม เพาะธุรกิจ เทคโนโลยี และนวัตกรรม อุทยานวิทยาศาสตร์ภาคเหนือ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ปี 2562-2564 6. โครงการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าว อินทรีย์ อุทยานวิทยาศาสตร์ ภาคเหนือกระทรวงวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยี 7. การให้คำปรึกษาโครงการพัฒนา คุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัด อุดรดิตถ์และจังหวัดใกล้เคียงสู่การ รับรองมาตรฐาน ของคลินิกเทคโนโลยี กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 8. หัวหน้าโครงการขับเคลื่อน เศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิด ด้วยเศรษฐกิจ BCG)U2T for BCG (

รายชื่อผู้ร่วมโครงการ ระบุชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง เบอร์โทร อีเมล	หน้าที่ รับผิดชอบใน โครงการ ¹	องค์ความรู้/เทคโนโลยี/ นวัตกรรมที่รับผิดชอบใน โครงการ	ประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับ โครงการ ²
			จังหวัดแพร่ 3 ตำบล ประจำปี งบประมาณ พ .ศ.2565 9. หัวหน้าโครงการสื่อสารการตลาด คุณภาพทุเรียนหลงลับแล หลินลับแล- .จังหวัดอุตรดิตถ์2561 10. ผู้ร่วมวิจัยการพัฒนาศักยภาพการ จัดการธุรกิจกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูก ทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ เพื่อลดความเสียหายเปรียบในกลไก ตลาด .สกว .2560. 11. ผู้ร่วมวิจัยการพัฒนาระบบและ กลไกการจัดการมาตรฐานคุณภาพ ทุเรียนหลง หลินลับแล จังหวัด – .สกว.อุตรดิตถ์2560. 12. การจัดการโซ่อุปทานเพื่อเพิ่ม มูลค่าของกลางสาดจังหวัดอุตรดิตถ์. .สกว2561. 13. ระบบการรับรองและการคุ้มครอง ผู้บริโภคบนตลาดออนไลน์ของทุเรียน หลงลับแลจังหวัดอุตรดิตถ์ .สกว. 2562. 14. ผู้ร่วมวิจัยการพัฒนาและยกระดับ ห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์โอท็อปแบบ ครบวงจรของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัด อุตรดิตถ์ แพร่ น่าน บนฐานเศรษฐกิจ ใหม่ ปี 2566 ทุนกองทุนส่งเสริม วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (.ววน) 15. หัวหน้าโครงการการพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ จังหวัดแพร่ น่าน ปี 2567 สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (.วช) 16. ผู้ร่วมวิจัยการพัฒนารูปแบบการ ยกระดับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ที่เหมาะสมสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม ปี 2569 - 2570 ทุนกองทุนส่งเสริม วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (.ววน)

รายชื่อผู้ร่วมโครงการ ระบุชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง เบอร์โทร อีเมล	หน้าที่ รับผิดชอบใน โครงการ ¹	องค์ความรู้/เทคโนโลยี/ นวัตกรรมที่รับผิดชอบใน โครงการ	ประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับ โครงการ ²
			17. ผู้ร่วมวิจัย การท่องเที่ยวเชิง“ วัฒนธรรมสร้างสรรค์เพื่อเทตพระ เกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระ บรมราชชนนี พันปีหลวงด้วยการสืบ สารหัตถกรรมสิ่งทอตามแนว พระราชดำริฯ ในอาณาจักรล้านนา) ”ล้านช้างและขอบบพ(.
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร ภาศิริ. เขตปิยรัตน์ เบอร์โทร .066-1455414 E-mail : uttcom01@gmail.com	ผู้ร่วมโครงการ	การจัดการห่วงโซ่อุปทาน การพัฒนาช่องทาง การตลาด การเขียนแผน ธุรกิจ การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ทาง การตลาด การจัดการ การ บริหารประสบการณ์ลูกค้า และการบัญชี	1. หัวหน้าโครงการพันธกิจสัมพันธ์ เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัด แพร่ (OTOP แพร่ จำนวน 45 ผลิตภัณฑ์) ในปี 2562-2569 2. หัวหน้าโครงการวิจัยการศึกษาช่อง ทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจเกษตร ทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ปี 2559 ทุน สกว. 3. หัวหน้าโครงการวิจัยการสังเคราะห์ พัฒนาระบบและกลไกการตลาด โดยใช้แนวคิดการค้าที่เป็นธรรมเพื่อ ลดความเสียหายในห่วงโซ่อุปทาน ของทุเรียนหลงลับแลจังหวัดอุตรดิตถ์ ปี 2560 ทุน สกว. 4. หัวหน้าโครงการวิจัยการจัดการโซ่ อุปทานเพื่อเพิ่มมูลค่าของยางสด จังหวัดอุตรดิตถ์ ปี 2560 ทุน สกว. 5. หัวหน้าโครงการวิจัยการพัฒนาระบบและกลไกการขับเคลื่อนการ จัดการมาตรฐานคุณภาพทุเรียนหลง- หลินลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ : กรณีศึกษาตำบลบ้านด่านนาขาม ปี 2561 ทุน สกว. 6. หัวหน้าโครงการวิจัยการสังเคราะห์ ชุดโครงการวิจัยการจัดการมาตรฐาน คุณภาพทุเรียนหลงลับแล-หลินลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ปี 2561 ทุน สกว. 7. หัวหน้าโครงการวิจัยระบบการ รับรองและการคุ้มครองผู้บริโภคบน ตลาดออนไลน์ของทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ปี 2562 ทุน สกว. 8. หัวหน้าโครงการวิจัยรูปแบบการ จัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจไก่ไข่พาสี จังหวัดอุตรดิตถ์ เพื่อการอนุรักษ์และ

รายชื่อผู้ร่วมโครงการ ระบุชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง เบอร์โทร อีเมล	หน้าที่ รับผิดชอบใน โครงการ ¹	องค์ความรู้/เทคโนโลยี/ นวัตกรรมที่รับผิดชอบใน โครงการ	ประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับ โครงการ ²
			ใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากฐาน ชีวภาพ ปี 2563 พุน สกว. 9. หัวหน้าโครงการวิจัยการพัฒนา และยกระดับห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ โอท็อปแบบครบวงจรของวิสาหกิจ ชุมชนในจังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่ น่าน บนฐานเศรษฐกิจใหม่ ปี 2566 ทุนกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (ววน.) 10. หัวหน้าโครงการวิจัยปัจจัยเชิง สาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสุขทาง การเงินของนักศึกษามหาวิทยาลัย ราชภัฏอุดรดิตถ์ในยุควิถีชีวิตใหม่ ปี 2567 ทุนมหาวิทยาลัย ราชภัฏกำแพงเพชร 11. หัวหน้าโครงการวิจัย การพัฒนา รูปแบบการยกระดับผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมสำหรับ วิสาหกิจเพื่อสังคม ปี 2569 - 2570 ทุนกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (ววน.)
3. นางธมนภัทร สมภาร ประธานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ ชุมชนสมาร์ตซิตี้วังชิ้นโมเดล 4.0 9798263-063 เบอร์โทร E-mail: thamonphat99@gmail.com	ประธานกลุ่มฯ	ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้าน การวางแผนธุรกิจ การ จัดการความรู้ การเพิ่ม มูลค่าของผลิตภัณฑ์ การ พัฒนาผลิตภัณฑ์และ บรรจุภัณฑ์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ทาง การเกษตร	1.ประธานวิสาหกิจชุมชนวังชิ้น พนาไพร 2561-ปัจจุบัน โดยดำเนินการแปรรูปโกโก้ครบวงจร 2. ประธานเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน สมาร์ตซิตี้วังชิ้นโมเดล 4.0 ปี 2563 -ปัจจุบัน การประสานเครือข่ายด้านการ พัฒนาการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ ชุมชน 3. ผู้ใหญ่บ้านบ้านใหม่หมูที่ 1ตำบล วังชิ้นปี 2566-ปัจจุบัน การนำการพัฒนาชุมชน ประสานแผน ระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด 4. ประธานเครือข่ายโอท็อปอำเภอวัง ชิ้นปี 2567 -ปัจจุบัน 5. รองประธานเครือข่ายโอท็อป จังหวัดแพร่ ปีปัจจุบัน .6คณะกรรมการเมืองไม้ยั่งยืน จังหวัดแพร่

รายชื่อผู้ร่วมโครงการ ระบุชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง เบอร์โทร อีเมล	หน้าที่ รับผิดชอบใน โครงการ ¹	องค์ความรู้/เทคโนโลยี/ นวัตกรรมที่รับผิดชอบใน โครงการ	ประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับ โครงการ ²
			.7กลุ่มแฟรนไชส์ ประสานการทำ แผนงานพัฒนาพื้นที่และบูรณาการ การทำงานร่วม .8เชี่ยวชาญด้านการจัดกระบวนการ กลุ่มและการประสานงาน .9คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว อำเภอวังชิ้น

¹ หน้าที่ความรับผิดชอบ ได้แก่ หัวหน้าโครงการ ผู้ร่วมโครงการ ประธานกลุ่ม เจ้าหน้าที่รัฐ เจ้าหน้าที่ท้องถิ่น อื่น ๆ

² แบบประวัติแบบย่อ (การศึกษา ประสบการณ์ทำงาน งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง) ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบทบาทหน้าที่ในโครงการของผู้เข้าร่วมโครงการทุกคน

5. **ลักษณะโครงการ** : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ใน ☐ ที่ต้องการและกรอกข้อมูลพร้อมหลักฐานตามที่ระบุ

- ☐ 5.1 เป็นโครงการที่กลุ่มเป้าหมายอยู่ในฐานข้อมูลแผนงานการให้บริการคำปรึกษาและข้อมูลเทคโนโลยี (ปีที่ให้คำปรึกษา.....)
- ☐ 5.2 เป็นโครงการที่มีผู้ร่วมโครงการ ด้านผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด และแผนธุรกิจเข้าร่วมวางแผนธุรกิจชุมชน (ปรากฏในชื่อผู้เสนอโครงการและผู้ร่วมโครงการหรือแผนการดำเนินโครงการ)
- ☐ 5.3 เป็นโครงการต่อเนื่องที่เคยได้รับการสนับสนุนจากโครงการคลินิกฯหรือโครงการที่เคยดำเนินการ มาแล้วจากแหล่งทุนอื่น (ปีที่ดำเนินการ.....)
- ☞ *แนบผลการดำเนินงานและผลสำเร็จที่ผ่านมาประกอบด้วย*
- ☒ 5.4 เป็นโครงการใหม่ (ไม่เคยดำเนินการหรือรับงบประมาณจากแหล่งใด) โดยเป็นโครงการที่
- ☒ 1) เป็นความต้องการของชุมชน (เกษตรกร แม่บ้านเป็นรายบุคคลหรือเป็นกลุ่ม หรือวิสาหกิจชุมชน หรือ SMEs โดยได้แนบหลักฐานตามแบบสำรวจความต้องการ (แบบสำรวจข้อมูลความต้องการเทคโนโลยี)
- ☐ 2) มาจากสมาชิกอาสาสมัครวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (โปรดระบุชื่อผู้นำ) โดยได้แนบหนังสือขอความช่วยเหลือทางวิชาการ (แบบหนังสือขอความช่วยเหลือทางวิชาการหรือเทคโนโลยี)
- ☐ 3) กลุ่มเป้าหมายมาจากสมาชิกของกองทุนหมู่บ้าน (โปรดระบุชื่อผู้นำ) โดยได้แนบหนังสือขอความช่วยเหลือทางวิชาการ (แบบหนังสือขอความช่วยเหลือทางวิชาการหรือเทคโนโลยี)
- ☐ 4) เป็นข้อเสนอความต้องการของ ☐ จังหวัด /ท้องถิ่น (ผ่านหน่วยปฏิบัติการเครือข่าย อว.ระดับภาค)
- ☐ 5.5 เป็นผลงานวิจัยและพัฒนาที่มีพร้อมในการนำมาดำเนินการจริงตามแผนธุรกิจชุมชน
- โปรดระบุแหล่งทุน.....ปีที่ได้รับทุน.....
- หมายเลขโทรศัพท์แหล่งทุน.....โดย ☐ ไม่เคยดำเนินการ
- ☐ เคยดำเนินการ ให้ระบุไว้ในข้อ 5.3

6. **หลักการและเหตุผล**

อำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่ เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางทรัพยากร ทั้งด้านวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ทรัพยากรธรรมชาติ และเกษตรกรรม ซึ่งล้วนมีศักยภาพในการพัฒนาเป็น สินทรัพย์ทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นได้ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เช่น วัดพระธาตุมงคลแสงแก้วมณี

ดอยก่อสุบรรพต อำเภอวังซัน จังหวัดแพร่ วัดเก่าแก่ วัฒนธรรมท้องถิ่น อีกมากมาย ในส่วนแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและธรรมชาติ เช่น น้ำตกแม่พุงหลวง ถ้ำผาเขียว น้ำตกปันเจน/น้ำพุร้อนปันเจน ห้วยกบเม่า

นอกจากนี้ยังมีแหล่งเกษตรและสุขภาพ เช่น สวนอินทผลัม วังคำฟาร์มออร์แกนิก ฟาร์มเลี้ยงไก่ครบวงจร สวนสมุนไพร ไร่องุ่น ฯลฯ และแหล่งเรียนรู้และภูมิปัญญาชุมชน เช่น ศูนย์เรียนรู้ผ้าทอกะเหรี่ยง ศูนย์เรียนรู้สมุนไพร ศูนย์เรียนรู้การทำเกษตรยั่งยืน ศูนย์เรียนรู้ทอผ้าและย้อมสีธรรมชาติ อย่างไรก็ตามแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้มีผู้ประกอบการและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก ผู้ประกอบการในพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดเล็กและผู้ประกอบการรายย่อย เช่น กลุ่มมัคคุเทศก์ท้องถิ่น จะเป็นผู้มีความรู้เรื่องเส้นทางประวัติศาสตร์และธรรมชาติ กลุ่มเกษตรกร จะเป็นกลุ่มผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์และสมุนไพรเพื่อสุขภาพ กลุ่มหัตถกรรมเป็นผู้ผลิตผ้าทอ, ของใช้ที่ถักมาจากเถาวัลย์ และผู้ให้บริการที่พัก โฮมสเตย์/รีสอร์ตท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอวังซัน จังหวัดแพร่

จุดเริ่มต้นของการพัฒนาพื้นที่อำเภอวังซัน จังหวัดแพร่ มาจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ได้เข้าไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ภายใต้โครงการพันธกิจสัมพันธ์ตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เพื่อพัฒนาท้องถิ่น ประจำปีงบประมาณ 2565 -2566 เพื่อให้สามารถดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดความมั่นคง จึงออกแบบกระบวนการดำเนินการเรียนรู้จากผลการดำเนินงานในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีความสามารถทางการแข่งขันทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายทอดเทคโนโลยีการปลูกเห็ดและการทอผ้า ผ้าทอกะเหรี่ยง ตำบลบ้านค้ำใจ อำเภอวังซัน จังหวัดแพร่ ส่วนการยกระดับมาตรฐานอาหารให้ได้รับมาตรฐาน ออ./มผช. และการศึกษาอายุการเก็บผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวังซันไพรพนา อำเภอวังซัน จังหวัดแพร่ (ผลิตภัณฑ์จากโกโก้) และวิสาหกิจชุมชนบ้านวังกลาง ตำบลแม่พุง อำเภอวังซัน จังหวัดแพร่ (ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วย) กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพร ตำบลแม่พุง อำเภอวังซัน จังหวัดแพร่ (น้ำหม่อนการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน และศูนย์การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยงครบวงจร ตำบลแม่เก็ง อำเภอวังซัน จังหวัดแพร่ เพื่อยกระดับองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนและการสร้างอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อเป็นต้นแบบองค์ความรู้และภูมิปัญญาที่สามารถพัฒนาเป็นอาชีพได้ เป็นต้น

จากผลการดำเนินงานตามโครงการฯ ดังกล่าว มีผลการดำเนินงานเป็นรูปธรรม สามารถสร้างรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชนในท้องถิ่นได้ **แต่กลับพบว่า** ผลิตภัณฑ์ชุมชน ยังประสบกับปัญหาด้วยข้อจำกัดคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์บริการและผลิตภัณฑ์ยังขาดการรับรองมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับ (ทั้งด้านคุณภาพ, สุขอนามัย และสิ่งแวดล้อม) ซึ่งเป็นอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดระดับที่สูงขึ้น ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขาดช่องทางตลาด โดยการจำหน่ายสินค้าและบริการยังพึ่งพาช่องทางออฟไลน์และตลาดในพื้นที่เป็นหลัก ขาดทักษะและเครื่องมือทาง เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) ในการเข้าถึงตลาดออนไลน์ ขาดโมเดลธุรกิจที่ชัดเจน โดยการทำดำเนินงานส่วนใหญ่เป็นไปตามภูมิปัญญาดั้งเดิม ขาดการออกแบบโมเดลธุรกิจที่สร้างมูลค่าเพิ่มและมีความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ รูปแบบผลิตภัณฑ์ยังขาดความทันสมัย บรรจุภัณฑ์ไม่โดดเด่นไม่สวยงามไม่เหมาะสมตามความต้องการของตลาด รวมถึงผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการ ยังขาดองค์ความรู้ในการบริหารจัดการ เป็นต้น

จากการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลเบื้องต้นของชุมชน สามารถวิเคราะห์ SWOT Analysis เบื้องต้น ได้ดังนี้



และได้กำหนด Value Proposition คือ "มอบประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและวัฒนธรรมที่ได้มาตรฐาน ปลอดภัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล"

Dream It:

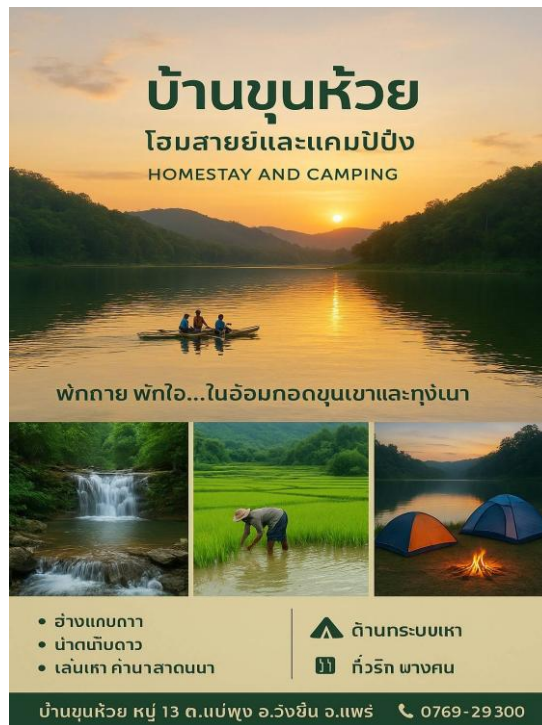
1. สร้างวังชิ้นให้เป็น "ต้นแบบธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise Model)" ด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน กลายเป็น ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสุขภาพ-เกษตร- ที่มีชื่อเสียง
2. ทำชุมชนสามารถพึ่งพาตนเอง ด้วยธุรกิจที่เข้มแข็ง มีรายได้อย่างยั่งยืน
3. มี แพลตฟอร์มดิจิทัลกลาง ที่เชื่อมโยงนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และหน่วยงานสนับสนุน
4. สินค้าและบริการท่องเที่ยวชุมชนได้รับการยอมรับตามมาตรฐานสากล
5. เยาวชนและคนรุ่นใหม่ในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาธุรกิจและสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น

Do It: ดำเนินการตามแผน 3 ปี เพื่อให้บรรลุผลลัพธ์ที่ต้องการ ดังนี้

1. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้วย การอบรม/Workshop ด้านการตลาดดิจิทัล นวัตกรรม และการบริหารจัดการธุรกิจ
2. สร้างแพลตฟอร์ม BCE เป็นฐานข้อมูลกลางและช่องทางประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยว/ออนไลน์
3. พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการท่องเที่ยว ให้ได้มาตรฐาน เช่น โฮมสเตย์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร กิจกรรมเชิงวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
4. ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ระหว่างหน่วยงานรัฐ เอกชน มหาวิทยาลัย และชุมชน
5. จัดทำโมเดลธุรกิจชุมชน (Business Model Canvas) เพื่อสร้างแนวทางพัฒนาอย่างเป็นระบบ

ด้วยเหตุนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ได้เล็งเห็นความสำคัญดังกล่าว จึงมีแนวคิดในการดำเนินการจัดทำโครงการ การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าและระบบนิเวศการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสู่

วิสาหกิจเพื่อสังคมด้วยแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างยั่งยืน "ตลอดจนกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชน สังคมและประเทศต่อไป



ภาพที่ 1.1 แหล่งท่องเที่ยว บ้านขุนห้วย ต.แม่พุง อ.วังชิ้น จ.แพร่



ภาพที่ 1.2 ผลการวิเคราะห์บริบทและศักยภาพของพื้นที่

โครงการใหม่

อำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่ เป็นพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น มีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และยั่งยืน ทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น น้ำตก ถ้ำ ป่าไม้ แหล่งน้ำ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น สวนอินทผลัม ฟาร์มออร์แกนิก ไร่องุ่น และสวนสมุนไพร ตลอดจนมรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น วัดเก่าแก่ ประเพณีพื้นบ้าน และวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยง อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ยังประสบปัญหาหลายด้าน ได้แก่

1. ขาดองค์ความรู้ด้านการวางแผนกลยุทธ์และการบริหารจัดการธุรกิจ
2. ขาดทักษะด้านการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะการตลาดดิจิทัล
3. คุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์/บริการยังไม่สม่ำเสมอ
4. ขาดช่องทางหรือหน่วยงานกลางในการประชาสัมพันธ์และเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ SWOT Analysis พบว่า ชุมชนมีจุดแข็งด้านทรัพยากรและภูมิปัญญา แต่มีข้อจำกัดด้านการจัดการความรู้ และการเข้าถึงตลาด ในขณะเดียวกันแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experience Tourism) และการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Wellness Tourism) กำลังได้รับความนิยม ซึ่งถือเป็นโอกาสสำคัญในการพัฒนาธุรกิจชุมชนให้เข้าสู่ตลาดใหม่ ๆ

ประกอบกับข้อมูลเชิงตัวเลขเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวและกำลังการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน สามารถแยกได้ดังนี้

1. จำนวนนักท่องเที่ยว อำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่ มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย แต่ยังไม่ได้เป็นที่รู้จักในวงกว้างเท่าอำเภอหลัก ๆ ของจังหวัดแพร่ สามารถแยกได้ดังนี้



ภาพที่ 1.3 จำนวนนักท่องเที่ยว อำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่

2. กำลังการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ชุมชนหลัก ๆ ของวังชิ้น ได้แก่ ผ้าทอกระเหรี่ยง ย้อมสีธรรมชาติ สมุนไพร และผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ซึ่งสามารถนำมาคำนวณกำลังการผลิตและมูลค่าได้ดังนี้

กำลังการผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่			
ผลิตภัณฑ์หลัก	หน่วย	จำนวนตัวเลข	ที่มาของตัวเลข
 ผ้าทอกระเหรี่ยง (ผ้าตีนจก/ย้อมธรรมชาติ)	 ผืน/ปี	500 - 1,000	ประเมินจากจำนวนกลุ่มผู้ผลิตรายย่อย เช่น ศูนย์เรียนรู้ผ้าทอกระเหรี่ยงครอบครัว และศักยภาพในการทอด้วยมือและย้อมธรรมชาติ
 มูลค่าเฉลี่ยต่อผืน	 บาท/ผืน	1,500 - 3,000	ขึ้นอยู่กับความละเอียดและวัสดุที่ใช้ (ผ้าทอกระเหรี่ยง/ตีนจกมีราคาสูง)
 กำลังการผลิต/จำหน่าย สมุนไพรและสินค้าเกษตร	 กิโลกรัม/ปี	3,000 - 5,000	ประเมินจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและสุขภาพ (ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์, โกโก้ดำฟาร์ม ออร์แกนิก, จาต๋า) ที่สามารถแปรรูปได้ เช่น ชาสมุนไพร/ผลผลิตทางการเกษตร, ส้มวุ้น ฯลฯ
 รายได้รวมจากผลิตภัณฑ์ชุมชน (ต่อปี)	 บาท/ปี	3,000,000 - 5,000,000	ประเมินจากฐานการผลิตที่มีอยู่ หากมีการโปรโมทและช่องทางจำหน่ายผ่าน Smart Platform จะเพิ่มมูลค่าได้สูงขึ้น
 เป้าหมายเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ต่อปี (ปีที่ 1 ของโครงการ)	 เพิ่มขึ้น	เพิ่มขึ้น .10%	ตั้งเป้าหมายการเติบโตที่สูงกว่าการท่องเที่ยว เนื่องจาก Digital Platform จะช่วยขยายตลาดจากท้องถิ่นไปสู่ระดับประเทศ/สากลได้ทันที
ผลิตภัณฑ์ชุมชนคุณภาพ สร้างรายได้ ส่งเสริมพัฒนาอย่างยั่งยืน			

ภาพที่ 1.4 กำลังการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

ศักยภาพการผลิต ด้านปริมาณและมูลค่าโดยประมาณการต่อปี						
#	ที่	ผลิตภัณฑ์ / บริการ	หน่วย	กำลังการผลิต/เดือน (ปริมาณ)	กำลังการผลิต/ปี (ปริมาณ)	มูลค่าประมาณการ/ปี (บาท)
1		 โกโก้ผง	ขึ้น	500	6,000	900,000
2		 ช็อกโกแลต	ขึ้น	300	3,600	540,000
3		 ซีเรียกล้วนหอมทอง	ขึ้น	1,000	12,000	420,000
4		 สมุนไพรตากแห้ง	กก.	200 - 500	2,400 - 6,000	1,200,000
5		 ส้มเขียวหวาน	ตัน (กก.)	-	30 (30,000 กก.)	450,000
6		 ผักสวนครัว/ตามฤดูกาล	ตัน (กก.)	-	2 (2,000 กก.)	80,000
7		 บริการการศึกษา ดูงาน	ครั้ง	-	12	-
พัฒนาเกษตร แปรรูป เพิ่มมูลค่า สร้างรายได้ให้ชุมชน						

ภาพที่ 1.5 ตารางแสดงศักยภาพการผลิตด้านปริมาณและมูลค่าโดยประมาณการต่อปี

3. ที่พัก Home Stay และการบริการ เป็น Home Stay/บ้านพักโรงแรมรีสอร์ทขนาดเล็ก/



ภาพที่ 1.6 ที่พัก Home Stay และการบริการ

ดังนั้น แนวคิดการแก้ไขและพัฒนาจึงมุ่งเน้นที่การสร้างแพลตฟอร์มกลาง (Platform) “Building Community Enterprise : BCE” เพื่อเชื่อมโยงผู้ประกอบการชุมชนกับตลาดนักท่องเที่ยว ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการจัดการความรู้เพื่อยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มาตรฐานการบริการ และการตลาดออนไลน์ รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าและระบบนิเวศการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสู่วิสาหกิจเพื่อสังคมด้วยแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างยั่งยืน” เพื่อเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาและยกระดับศักยภาพธุรกิจชุมชนอย่างเป็นระบบ โดยมีการพัฒนาชุมชนเป็น 3 ระดับ ดังนี้

ปีที่ 1 การสร้างรากฐาน (Standardization) มุ่งเน้นการสร้างมาตรฐานบริการและผลิตภัณฑ์ (มผช.) รวมถึงการให้ความรู้ด้านการจัดการและการนำเทคโนโลยีเบื้องต้นมาใช้ เพื่อเตรียมพร้อมสู่การรับรองมาตรฐาน

ปีที่ 2 การขับเคลื่อนโมเดลธุรกิจ (Business Model Implementation) มุ่งเน้นการออกแบบโมเดลธุรกิจเชิงประสบการณ์ (Signature Tours) ที่สร้างมูลค่าเพิ่มและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (E-commerce, QR Code) เพื่อเปิดช่องทางขายอย่างเป็นรูปธรรม

ปีที่ 3 ความยั่งยืนและธุรกิจเพื่อสังคม (Sustainable Enterprise) มุ่งเน้นการยกระดับธุรกิจที่มีศักยภาพสู่การเป็นธุรกิจเพื่อสังคม (SE) อย่างเต็มรูปแบบ เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยเกิดจากความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก ดังนี้

หน่วยงานที่ร่วมมือ	บทบาทความร่วมมือในโครงการ
หน่วยงานภาครัฐท้องถิ่น (อำเภอ/ อบต./ เทศบาล)	สนับสนุนนโยบายและอำนวยความสะดวกในการใช้พื้นที่ และเชื่อมโยงโครงการเข้ากับแผนงาน Smart City Wang Chin
สำนักงานพัฒนาชุมชน/พาณิชย์จังหวัด	สนับสนุนองค์ความรู้ในการขอรับรอง มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และการเชื่อมโยงตลาด
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์	สนับสนุนบุคลากรและองค์ความรู้ด้าน เทคโนโลยี, โมเดล ธุรกิจ และการทำ SIA (Social Impact Assessment)
เอกชน/ ภาครีเอกชนภายนอก (โรงแรม, บริษัททัวร์, Platform E-commerce)	สร้าง ช่องทางการตลาด (Online/Offline) และรับซื้อ ผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อเป็นแหล่งรายได้ที่ยั่งยืน

ปัจจุบันผู้ประกอบการชุมชนอำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่

รายละเอียด	สถานะปัจจุบันจากการวิเคราะห์บริบท
1. การประกอบการ	
ประเภทธุรกิจหลัก	โดยแบ่งตามศักยภาพหลักของพื้นที่ ได้แก่ 1. การท่องเที่ยวเชิงบริการ ที่พัก (Home stay, รีสอร์ท เช่น เดอะนันทาวังทอง), ร้านอาหาร (หมอนไม้ไผ่อ่อน, ร้านกางไต้ง) 2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น, กลุ่มผู้ดูแลวัด/โบราณสถาน 3. การเกษตรและสุขภาพ เกษตรอินทรีย์, ผู้ผลิตสมุนไพร, ไร่องุ่น, สวนส้ม 4. หัตถกรรม/ภูมิปัญญา กลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยง, ย้อมสีธรรมชาติ
ขนาดการประกอบการ	ส่วนใหญ่เป็น วิสาหกิจชุมชนขนาดเล็ก (SMEs) และ ธุรกิจฐานราก (Start-up, ผู้ประกอบการรายย่อย) ที่เพิ่งเริ่มต้นหรือดำเนินกิจการในรูปแบบดั้งเดิม
สถานะความพร้อม	อยู่ในระยะ "กึ่งพร้อม" คือ มีสถานที่ (Area), มีผลิตภัณฑ์ (Product) และมีทักษะดั้งเดิม แต่ ขาดการเชื่อมโยงมาตรฐานและเทคโนโลยี
2. การบริหารจัดการกลุ่ม	
รูปแบบองค์กร	มีการรวมกลุ่มในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน (เช่น กลุ่มผ้าทอ, กลุ่มเกษตร) แต่การบริหารจัดการยังขาดการบูรณาการและเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ โดยมี "ศูนย์บริการการท่องเที่ยว สถานประกอบการ และบริการ อำเภอวังชิ้น" เป็นจุดศูนย์กลางในการประสานงานเบื้องต้น
ทักษะการจัดการ	ทักษะบริหารจัดการสมัยใหม่ยังมีจำกัด (เช่น การบริหารการเงิน, การวางแผนธุรกิจ, การตลาด) โดยมีการพัฒนา New Business Model และ Start-up แต่ยังไม่มีความชัดเจนและข้อจำกัดในการนำไปปฏิบัติ

รายละเอียด	สถานะปัจจุบันจากการวิเคราะห์บริบท
การสร้างพันธมิตร	มีการดำเนินงานแบบต่างคนต่างทำในบางส่วน แต่เริ่มมีความพยายามในการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว เช่น เส้นทางตำนานเจ้าพระยาโลก, เส้นทางเจ้าหมื่นดั่ง
3. การจัดการวัตถุดิบ	
แหล่งวัตถุดิบ	พึ่งพาตนเองและชุมชนเป็นหลัก ซึ่งเป็นจุดแข็งด้านความยั่งยืน เช่น เกษตรอินทรีย์ (สวนส้ม, ไร่องุ่น, พืชผัก), สมุนไพร (จากสวนสมุนไพร/หมอเมือง), และมีวัตถุดิบธรรมชาติ สำหรับการย้อมสีผ้าและหัตถกรรมต่างๆ
มาตรฐานวัตถุดิบ	มีการดำเนินงานตามหลักการเกษตรอินทรีย์ (Organic) ในหลายพื้นที่ (เช่น วังคำฟาร์ม, สวนวิทยอินทรีย์) แต่ขาดการรับรองมาตรฐานสากล หรือการตรวจสอบย้อนกลับที่เป็นระบบ
4. กระบวนการผลิต	
เทคนิคการผลิต	ยังคงเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น และงานหัตถกรรมทำมือ เช่น การทอผ้ากะเหรี่ยงครบวงจร, การย้อมผ้าด้วยสีธรรมชาติ และการผลิตสมุนไพรดั้งเดิม
ประสิทธิภาพ	กระบวนการผลิตมีคุณค่าทางวัฒนธรรมสูง แต่ยังมีประสิทธิภาพ และกำลังการผลิตในระดับอุตสาหกรรม และขาดการนำเทคโนโลยีมาช่วยในกระบวนการผลิต
มาตรฐาน	มีการพยายามเน้นเรื่องความสะอาดและสุขอนามัย (Food Skill) โดยเฉพาะในกลุ่มอาหารและบริการ แต่ยังขาดการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (มผช.)

ข้อมูลวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่นำไปใช้แก้ปัญหา

ประเด็นปัญหา	แนวทางแก้ไขปัญหาด้วย วทน. / การบริหารจัดการ
1. ปัญหาด้านมาตรฐานและความน่าเชื่อถือของบริการและผลิตภัณฑ์ (ขาด SHA, มผช., การจัดการสุขอนามัย)	1.1 มาตรฐานเชิงวิทยาศาสตร์ (S) นำหลักการ Food Safety และสุขอนามัย (HACCP/GMP เบื้องต้น) มาใช้ในร้านอาหารและที่พัก (เพื่อขอรับรองมาตรฐานเป็นมาตรฐานความปลอดภัยด้านสาธารณสุขของธุรกิจท่องเที่ยวไทย (SHA)) 1.2 เทคโนโลยีการจัดการ (T) ใช้ระบบ QR Code เพื่อให้ข้อมูลตรวจสอบย้อนกลับของวัตถุดิบเกษตรอินทรีย์/สมุนไพร
2. ปัญหาด้านการตลาดและการเข้าถึงลูกค้า (การขายแบบออฟไลน์, ขาด Brand Storytelling, ไม่สอดคล้องกับ Smart City)	2.1 เทคโนโลยีดิจิทัล (T) พัฒนา E-commerce Platform เฉพาะของวังขึ้น หรือฝึกใช้แพลตฟอร์มตลาดออนไลน์เพื่อขายสินค้าและแพ็คเกจทัวร์ 2.2 นวัตกรรมสื่อสาร (I) ใช้เทคนิค Digital Storytelling (ภาพถ่าย/วิดีโอคุณภาพสูง) เพื่อนำเสนอเรื่องราวของสถานที่ (เช่น เส้นทางเมืองประวัติศาสตร์) และผลิตภัณฑ์ (เช่น ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ) ในรูปแบบดิจิทัล

ประเด็นปัญหา	แนวทางแก้ไขปัญหาด้วย วทน. / การบริหารจัดการ
3. ปัญหาด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา (สินค้าหัตถกรรม, สมุนไพร, การเกษตร)	3.1 นวัตกรรมการออกแบบ (I) ใช้หลักการ Design Thinking ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ของสินค้าชุมชน (ผ้าทอ, สมุนไพร) ให้มีความทันสมัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Product) 3.2 วิทยาศาสตร์ประยุกต์ (S): นำองค์ความรู้ด้านสมุนไพรมาต่อยอดพัฒนา ผลิตภัณฑ์สุขภาพ/ Wellness (Co-Living Home Care) เพื่อสร้างบริการและผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ
4. ปัญหาด้านการบริหารจัดการความยั่งยืน (การจัดการทรัพยากร/ สิ่งแวดล้อม และการยกระดับสู่ Social Enterprise: SE)	4.1 นวัตกรรมจัดการ (I) นำแนวคิด Value Chain Management และ Circular Economy มาใช้ในการจัดการของเสียจากการท่องเที่ยว/เกษตร (เช่น การนำเศษวัสดุมาทำสินค้า Upcycling) 4.2 การบริหารจัดการ (M): ใช้ระบบ Monitoring & Evaluation (M&E) ในการวัดผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม (SROI) การวิเคราะห์คุณค่าของสังคม (Social Value) การวัดดัชนีชี้วัดความสุขมวลรวม GVH ที่ใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับการเป็นธุรกิจเพื่อสังคม (SE)
5. ปัญหาด้านการจัดการข้อมูลและการบริการนักท่องเที่ยว (ข้อมูลกระจาย, ไม่เป็นระบบ)	5.1 เทคโนโลยีสารสนเทศ (T) พัฒนา Application/Website ที่รวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว, บริการ, ที่พัก, และเส้นทาง (Navigation) ในจุดเดียว 5.2 การจัดการข้อมูล (M): ใช้ระบบ Cloud Computing ในการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาวิเคราะห์และปรับปรุงบริการแบบ Real-Time

จากประเด็นปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาด้วย วทน. นี้จะช่วยให้โครงการนี้บรรลุเป้าหมายตามแผนงาน 3 ปี ดังนี้ **ปีที่ 1 มาตรฐาน** โดยใช้ S & T ในการรับรองมาตรฐาน, **ปีที่ 2 โมเดลธุรกิจ** โดยใช้ T & I ในการตลาดและการขายและ **ปีที่ 3 ธุรกิจยั่งยืน** โดยใช้ I & M ในการจัดการความยั่งยืนต่อไป

7. วัตถุประสงค์

7.1 ยกระดับมาตรฐานการบริการและผลิตภัณฑ์ของชุมชนภายในปีที่ 1 (Standardization)
วัตถุประสงค์ เพื่อให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและบริการในอำเภอวังชิ้น ไม่น้อยกว่า 80% ได้รับการรับรองมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวเบื้องต้น และเพื่อผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP/เกษตร/หัตถกรรม) สามารถยื่นขอรับรองหรือปรับปรุงมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (มผช.) ได้สำเร็จ

7.2 สร้างโมเดลธุรกิจเชิงประสบการณ์ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและเพิ่มช่องทางการขายภายในปีที่ 2 (Business Model Implementation)

วัตถุประสงค์ เพื่อออกแบบและนำเสนอ เส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Signature Tour

Packages) ที่สร้างมูลค่าเพิ่มได้ อย่างน้อย 3 เส้นทาง และเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่าน E-commerce Platform ที่สามารถสร้างรายได้จากการขายออนไลน์รวม เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 20% เมื่อเทียบกับฐานเดิม

7.3 พัฒนารัฐกิจชุมชนให้เป็นธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE) และสร้างกลไกความยั่งยืนภายในปีที่ 3 (Sustainable Enterprise)

วัตถุประสงค์ เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพ อย่างน้อย 2 กลุ่ม สามารถปรับโครงสร้างการดำเนินงานและมีความพร้อมในการยื่นขอขึ้นทะเบียนเป็น ธุรกิจเพื่อสังคม (SE) อย่างเป็นทางการ และวัดผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม (SROI) การวิเคราะห์คุณค่าของสังคม (Social Value) การวัดดัชนีชี้วัดความสุขมวลรวม (Gross National Happiness : GVH) ที่เกิดจากรายได้ด้านการท่องเที่ยว

8. กลุ่มเป้าหมาย :

ชื่อกลุ่มเป้าหมาย เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสมารถชีวิตดีวังขึ้นโมเดล 4.0

ที่อยู่ 550 หมู่ 1 ตำบลวังขึ้น อำเภอวังขึ้น จังหวัดแพร่ 54160

ชื่อผู้ประสานงาน นางธมนภัทร สมภาร ประธานกลุ่มฯ เบอร์โทร 063-9798263

พิกัดของกลุ่มเป้าหมาย ละติจูด 17.8926° N

ลองจิจูด 99.6012° E



ภาพที่ 1.7 กลุ่มเป้าหมาย

9. ระยะเวลาดำเนินการ : ปีงบประมาณ 2569-2571

10. ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)



ภาพที่ 1.8 ห่วงโซ่คุณค่า

จากภาพห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในโครงการ “การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าและระบบนิเวศการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสู่สากลเพื่อสังคมด้วยแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างยั่งยืน” สามารถอธิบายให้เห็นภาพที่ชัดเจนได้ ดังนี้

องค์ประกอบ	ปัญหา/ความต้องการ	การดำเนินงานตามห่วงโซ่คุณค่า
ต้นทาง (Input)	1. ขาดมาตรฐาน/สุขอนามัย (SHA) 2. ขาดทักษะดิจิทัลและโมเดลธุรกิจ 3. ผลิตภัณฑ์/บริการยังไม่มีมูลค่าเพิ่มสูง 4. การจัดการความยั่งยืนไม่ชัดเจน	ปีที่ 1 สร้างมาตรฐาน (Standardization) 1. องค์ความรู้ อบรมมาตรฐานผลิตภัณฑ์/บริการ, Food Safety, การเล่าเรื่อง (Storytelling) 2. เทคโนโลยี จัดทำระบบข้อมูลพื้นฐาน, ฝึกใช้ QR Code, การถ่ายภาพสินค้า 3. การจัดการ จัดกิจกรรมประเมินสถานะเบื้องต้นของที่พักโฮมสเตย์และกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) ตามเกณฑ์มาตรฐาน SHA (Safety & Health Administration) และ มผช.

องค์ประกอบ	ปัญหา/ความต้องการ	การดำเนินงานตามห่วงโซ่คุณค่า
กลางทาง (Process)	1. ทรัพยากรธรรมชาติ/วัฒนธรรมสูง (เส้นทางเมืองคอง, ผ้าทอกะเหรี่ยง, สมุนไพร) 2. แนวคิด SMART CITY WANG CHIN 4.0	ปีที่ 2 สร้างโมเดลธุรกิจ (Business Model Implementation) 1. นวัตกรรม ออกแบบ Signature Tour Packages (Health/Culture/Adventure) ที่เป็นสินค้าเชิงประสบการณ์ 2. เทคโนโลยี พัฒนาและเปิดตัว E-commerce Platform ของวังขึ้น เพื่อขายสินค้าและบริการ 3. การจัดการ สร้างเครือข่ายพันธมิตร และใช้โมเดลธุรกิจใหม่ในการดำเนินงาน
ปลายทาง (Output)	ธุรกิจชุมชนยั่งยืน (SE)	ปีที่ 3: สร้างธุรกิจยั่งยืน (Sustainable Enterprise) 1. การบริหารจัดการ ปรับโครงสร้างองค์กรกลุ่มสู่ เกณฑ์ธุรกิจเพื่อสังคม (SE) และวัดผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม (SROI) การวิเคราะห์คุณค่าของสังคม (Social Value) การวัดดัชนีชี้วัดความสุขมวลรวม GVH ที่ใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับการเป็นธุรกิจเพื่อสังคม (SE) 2. วิทยาศาสตร์/นวัตกรรม นำหลักการ Circular Economy มาใช้ในการจัดการสิ่งแวดล้อมและต่อยอดผลิตภัณฑ์ Wellness (Co-Living Home Care) โดยใช้หลักการการจัดการโดยใช้ Value Chain Management ดังนี้ 1. ต้นทาง คัดเลือกวัตถุดิบในพื้นที่ เช่น สมุนไพรและผ้าทอกะเหรี่ยงที่มีคุณภาพ เป็นต้น 2. กลางทาง พัฒนาระบบการแปรรูปที่ได้มาตรฐานและลดการสูญเสีย (Zero Waste Processing) 3. ปลายทาง สร้างช่องทางการตลาดดิจิทัลที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคุณภาพ การใช้ Circular Economy จัดการของเสียจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในด้าน 1. กิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวที่ลดขยะ (Zero Waste Tourism) เช่น การใช้บรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติในชุมชนแพนพลาสติก

องค์ประกอบ	ปัญหา/ความต้องการ	การดำเนินงานตามห่วงโซ่คุณค่า
		2. การจัดการของเสีย นำของเสียจากการเกษตร (เช่น เปลือกโกโก้ หรือเศษสมุนไพรจากการแปรรูป) มาพัฒนาเป็นปุ๋ยอินทรีย์ใช้ในส่วนเกษตรของสมาชิกกลุ่ม หรือนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม (Upcycling) เช่น กระถางต้นไม้จากเศษวัสดุเหลือทิ้ง พวงกุญแจจากเศษผ้า ฯลฯ โดยมีเป้าหมายให้ชุมชนมีระบบการจัดการของเสียจากการท่องเที่ยวและเกษตรกรรมที่สามารถหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ได้ไม่น้อยกว่า 80% เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน 3. ผลผลิตหลัก 2 กลุ่ม ผ่านการประเมินเพื่อเป็น SE, เกิดกลไกทางการเงินเพื่อความยั่งยืน

โดยมีการยกระดับมาตรฐานของชุมชนและเศรษฐกิจหมุนเวียน ดังนี้

มิติการพัฒนา	กระบวนการ (Process)	กระบวนการ/วิธีการ (Methodology)	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง (Output/Outcome)
1. การยกระดับมาตรฐาน (Standardization)	การประเมินและเตรียมความพร้อมสู่มาตรฐาน	- วิเคราะห์ Gap Analysis เทียบกับเกณฑ์มาตรฐาน SHA, มผช.และ อย. - อบรมเชิงปฏิบัติการหลักเกณฑ์ GHP/GMP และสูขอนามัยการท่องเที่ยว - ให้คำปรึกษาเชิงลึก ณ พื้นที่ผลิต (On-site Coaching) เพื่อปรับปรุงผังการผลิตและระบบเอกสาร	- ผู้ประกอบการ $\geq$ 80% ได้รับมาตรฐานบริการเบื้องต้น - ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความพร้อมยื่นขอ มผช./อย. อย่างน้อย 1-2 รายการ
2. ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Management)	การบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าครบวงจร	- ต้นทาง คัดสรรวัตถุดิบอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่มีคุณภาพสูง - กลางทาง ใช้ วทน. แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง และ Signature Tour Packages - ปลายทาง ขยายช่องทางผ่าน E-commerce	- เกิดเส้นทางท่องเที่ยว 3 เส้นทาง - รายได้จากการขายออนไลน์เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 20%

มิติการพัฒนา	กระบวนการ (Process)	กระบวนการ/วิธีการ (Methodology)	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง (Output/Outcome)
		Platform และ Digital Marketing	
3. เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)	การจัดการของเสียและการท่องเที่ยวสีเขียว	1. ออกแบบกิจกรรม Zero Waste Tourism ลดการใช้พลาสติกในแหล่งท่องเที่ยว 2. พัฒนาระบบจัดการวัสดุเหลือทิ้ง (เช่น เปลือกโกโก้/กากสมุนไพรมะพร้าว) มาทำปุ๋ยอินทรีย์หรือสินค้า Upcycling	1. ปริมาณขยะจากการท่องเที่ยวลดลง 2. ลดต้นทุนการผลิตในแปลงเกษตรด้วยการใช้ปุ๋ยจากวัสดุเหลือทิ้ง
4. ความยั่งยืนและผลกระทบ (SE & Impact)	การเปลี่ยนผ่านสู่ธุรกิจเพื่อสังคม (SE)	1. ปรับโครงสร้างธุรกิจ 2. วิสาหกิจชุมชนสู่รูปแบบ SE 3. วัดผลกระทบทางสังคม (Social Value) และคำนวณผลตอบแทนทางสังคม (SROI) 4. ประเมินดัชนีความสุขมวลรวม (GVH) ของชุมชน	1. วิสาหกิจชุมชน 2 กลุ่มมีความพร้อมจดทะเบียนเป็น SE อย่างเป็นทางการ 2. เกิดโมเดลธุรกิจที่สมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม



ภาพที่ 1.9 กระบวนการออกแบบ โดยใช้แนวคิด Value Chain Management และ Circular Economy มาใช้ในการจัดการของเสียจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

กระบวนการออกแบบ 5 ขั้นตอน (Design Thinking Process)

ขั้น	เป้าหมาย	กิจกรรมหลัก	ผลลัพธ์
1. เข้าใจปัญหา (Empathize)	เข้าใจ Pain Points ของชุมชน นักท่องเที่ยว และวิถีชีวิตของวัสดุเหลือทิ้ง	สัมภาษณ์เชิงลึก, Stakeholder Mapping, Waste Audit (สำรวจปริมาณและประเภทของเสีย), Tourist Journey Mapping	Insight Report และ Persona
2. กำหนดโจทย์ (Define)	ระบุโจทย์การจัดการของเสียในแต่ละจุดของห่วงโซ่	วิเคราะห์ Material Flow, จัดลำดับความสำคัญด้วย Pareto Analysis, กำหนด Problem Statement: "ของเสียจุดใด สามารถสร้างมูลค่าได้สูงสุด"	Problem Statement และ HMW Questions
3. ระดมไอเดีย	สร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์ Upcycling และวงจรหมุนเวียน	Co-creation Workshop กับชุมชน, Brainstorming ผลิตภัณฑ์จากเปลือกโกโก้/กากสมุนไพรร, ออกแบบ Closed-loop System	รายการ Prototype ≥ 5 ไอเดีย
4. สร้างต้นแบบ (Prototype)	ทดลองทำต้นแบบและทดสอบความเป็นไปได้	ทำผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง (เช่น ปูจากเปลือกโกโก้, สบู่จากกากสมุนไพรร, กระจกจากเศษวัสดุ), ทดสอบกระบวนการผลิต, คำนวณต้นทุน	ต้นแบบผลิตภัณฑ์ ≥ 3 ชิ้น
5. ทดสอบ (Test)	ทดสอบกับตลาดและปรับปรุง	ทดสอบกับนักท่องเที่ยวและผู้บริโภค, เก็บ Feedback, ประเมิน LCA (Life Cycle Assessment), ปรับปรุงและขยายผล	ผลิตภัณฑ์พร้อมจำหน่าย ≥ 2 ชิ้น



ภาพที่ 1.10 กระบวนการออกแบบ 5 ขั้นตอน

การออกแบบ Closed-Loop System สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การจัดการของเสียจะออกแบบเป็นระบบหมุนเวียนปิด (Closed-loop) โดยแยกตามจุดในห่วงโซ่คุณค่า ดังนี้

จุดในห่วงโซ่คุณค่า	ประเภทของเสีย	วิธีการแปลงเป็นทรัพยากร	มูลค่าที่เพิ่มขึ้น
ต้นทาง (แปลงเกษตร)	เปลือกโกโก้, เศษกล้วย, กิ่งไม้, ใบสมุนไพรมะพร้าวเหลือ	ทำปุ๋ยอินทรีย์, ปุ๋ยหมักชีวภาพ, น้ำหมักจุลินทรีย์ใช้ในแปลงเกษตร	ลดต้นทุนปุ๋ย 30-50%
กลางทาง (แปรรูป)	กากโกโก้, กากสมุนไพรมะพร้าว, เศษผ้าทอ, น้ำเสียจากการย้อม	Upcycling เป็นสบู่ smudge sticks กระถาง พวงกุญแจ, บำบัดน้ำเสียด้วยพืชน้ำ	สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ 3-5 รายการ
ปลายทาง (การท่องเที่ยว)	ขยะอินทรีย์จากที่พัก, บรรจุภัณฑ์อาหาร, ขวดพลาสติก, ขยะจากกิจกรรม	Zero Waste Tourism: ใช้บรรจุภัณฑ์จากใบตอง/กาบกล้วย, จัดจุด Refill, ระบบคืนภาชนะ (Deposit-Return)	ลดต้นทุนขยะ 40% และสร้างจุดขายด้านความยั่งยืน
ย้อนกลับ (Feedback Loop)	ขยะแยกแล้วกลับสู่ระบบ	จัดทำ Material Recovery Center ของชุมชนเพื่อรวบรวมและคัดแยก ส่งคืนต้นทาง	อัตราหมุนเวียนทรัพยากร $\geq 80\%$



ภาพที่ 1.11 การจัดการของเสียเป็นระบบหมุนเวียนปิด

ตัวชี้วัดของระบบ Circular Economy

1. อัตราการใช้ประโยชน์จากของเสีย (Waste Utilization Rate) $\geq 80\%$
2. ปริมาณการลดขยะที่ส่งไปยังหลุมฝังกลบ (Landfill Diversion) $\geq 60\%$
3. จำนวนผลิตภัณฑ์ Upcycling ใหม่ที่สร้างได้ ≥ 5 รายการ
4. รายได้จากผลิตภัณฑ์ Circular ต่อปี $\geq 100,000$ บาท
5. การลดต้นทุนการผลิตจากการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ $\geq 30\%$

การเชื่อมโยงเครือข่ายและภาคีในพื้นที่

วังขึ้นเป็นอำเภอที่ตั้งอยู่ระหว่างจังหวัดแพร่กับจังหวัดใกล้เคียง (อุตรดิตถ์ ลำปาง น่าน) จึงมีศักยภาพในการเชื่อมโยงเครือข่ายภาคีและเส้นทางท่องเที่ยว ข้ามอำเภอและข้ามจังหวัด 3 ระดับ ดังนี้

1. ภาคีเครือข่าย 4 ภาคส่วน

ภาคส่วน	ภาคีในพื้นที่และบทบาท	ผลที่คาดว่าจะเกิด
1. ภาครัฐ	อบต./เทศบาล อำเภอวังขึ้น, ที่ว่าการอำเภอ, สำนักงานพัฒนาชุมชน, สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดแพร่, ททท. สำนักงานแพร่, สำนักงานเกษตร อำเภอ, สาธารณสุขอำเภอ	การสนับสนุนเชิงนโยบายและการประสานทรัพยากรในพื้นที่
2. ภาคเอกชน	หอการค้าจังหวัดแพร่, สมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จังหวัดแพร่, สมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยว, บริษัททัวร์ท้องถิ่น, ผู้ประกอบการ SE ในภูมิภาค	ช่องทางการตลาดและทุนหมุนเวียน
3. สถาบันการศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ในด้านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม การถ่ายทอดเทคโนโลยี และการประเมินผล	องค์ความรู้ทางวิชาการและงานวิจัยที่ใช้ประโยชน์ได้จริง
4. ภาคประชาชน	เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสมาร์ตฮิตตัววังขึ้น, สภาเด็กและเยาวชน, OTOP จังหวัดแพร่, กลุ่มแพรมูฟ, เครือข่ายเมืองไม้ยั่งยืน, ปราชญ์ชาวบ้าน, กลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยง	พลังการขับเคลื่อนจากชุมชนและการมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืน

2. การเชื่อมโยงกับจุดหลักของการท่องเที่ยว 2 ระดับ

ระดับที่ 1 ภายในจังหวัดแพร่ (Intra-provincial)

เชื่อมโยงเส้นทางจากวังขึ้นไปยังแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดแพร่ ได้แก่ คุ้มเจ้าหลวงเมืองแพร่, วัดพระธาตุช่อแฮ (พระธาตุประจำปีชกาล), บ้านประทับใจ (บ้านเสาร้อยต้น), ตลาดประตูชัย, แพะเมืองผี, อุทยานแห่งชาติเวียงโกศัย และเส้นทางผ้าหม้อห้อม โดยจัดทำ One Day Trip Packages และ Two Day Tour ที่ผูกร้อยวังขึ้นเข้ากับเส้นทางหลัก

ระดับที่ 2 เชื่อมโยงจังหวัดใกล้เคียง (Inter-provincial)

พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยง 4 จังหวัด (แพร่-อุตรดิตถ์-น่าน-ลำปาง) ดังนี้

- เส้นทาง "เมืองเก่าล้านนาตะวันออก" (แพร่-น่าน) เน้นมรดกวัฒนธรรมและวิถีชีวิต
- เส้นทาง "Wellness Trail" (วังชิ้น-ลับแล-ลำปาง) เน้นสมุนไพรและสปาธรรมชาติ
- เส้นทาง "Cocoa Valley to Coffee Trail" (วังชิ้น-น่าน) เน้นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- เส้นทาง "ผ้าทอชาติพันธุ์" (วังชิ้น-ลับแล-น่าน) เน้นหัตถกรรมและการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม

การบริหารความเสี่ยง (Risk Management Plan)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการพัฒนาที่พักโฮมสเตย์ในพื้นที่ภูเขามีความเสี่ยงหลายมิติ ทั้งความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ภัยพิบัติทางธรรมชาติ การเงิน การตลาด และการบริหารจัดการ เป็นระบบ

1. ตารางวิเคราะห์ความเสี่ยงและแผนรับมือ (Risk Register)

ด้าน	ความเสี่ยง	โอกาสเกิด	ผลกระทบ	แนวทางการบริหารจัดการ
1. ที่พัก/ โฮมสเตย์	อุบัติเหตุภายในที่พัก, ไฟไหม้, น้ำท่วม, ดินถล่ม, ขาดมาตรฐานสุขอนามัย	ปานกลาง	สูง	ติดตั้งอุปกรณ์ดับเพลิง, ทำประกันภัยที่ที่พัก, อบรมการปฐมพยาบาลเบื้องต้น, ตรวจสอบสภาพอาคารตามมาตรฐาน, มีแผนอพยพฉุกเฉิน
2. อาหาร และบริการ	อาหารเป็นพิษ, การปนเปื้อนสารเคมี, แพ้อาหาร, ขาดมาตรฐาน GHP/GMP, การจัดเก็บไม่ถูกสุขลักษณะ	ปานกลาง	สูงมาก	อบรม Food Safety, ขอรับรองอย./SHA, จัดทำ HACCP, ระบบสอบถามอาการแพ้, มีคู่มือสุขอนามัย, ตรวจสอบสภาพผู้ปรุงประจำปี
3. สถาปัตย- กรรมในพื้นที่	การก่อสร้างที่ทำลายอัตลักษณ์ท้องถิ่น, ใช้วัสดุไม่เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศ, ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม, ไม่ปลอดภัยตามมาตรฐานวิศวกรรม	ปานกลาง	ปานกลาง	จัดทำคู่มือออกแบบ "Wang Chin Architectural Guideline" โดยเน้นล้านนา-กะเหรี่ยง, ใช้วัสดุท้องถิ่น, ปรึกษาสถาปนิก/วิศวกรในการก่อสร้าง, ขอใบอนุญาตถูกต้อง
4. การเงิน และการตลาด	รายได้ไม่เป็นไปตามคาด, การแข่งขันรุนแรง, นักท่องเที่ยวลดลงตามฤดูกาล, สภาพคล่องไม่พอ	สูง	สูง	จัดทำ Cash Flow Plan, สร้างแหล่งรายได้หลายช่องทาง, จัดตั้งกองทุนสำรอง 10%, ทำการตลาดเชิงรุกในช่วง Low Season, ติดตามตัวชี้วัดรายเดือน

ด้าน	ความเสี่ยง	โอกาสเกิด	ผลกระทบ	แนวทางการบริหารจัดการ
5. ภัยพิบัติทางธรรมชาติ	น้ำป่าไหลหลาก, ดินโคลนถล่ม, ภัยแล้ง, ไฟป่า, แผ่นดินไหว (พื้นที่เสี่ยง)	ปานกลาง	สูงมาก	จัดทำแผนเผชิญเหตุ (BCP), ระบบเตือนภัยล่วงหน้า, ฝึกซ้อมอพยพปีละ 1 ครั้ง, ทำประกันภัยพิบัติ, MOU กับ ปก. และ อบต.
6. การบริหารและบุคลากร	ความขัดแย้งภายในกลุ่ม, ขาดผู้สืบทอด, การลาออกของบุคลากร, การทุจริต/ความไม่โปร่งใส, ขาดทักษะดิจิทัล	ปานกลาง	ปานกลาง	จัดทำธรรมนูญและระเบียบกลุ่ม, ระบบบัญชีแบบเปิดเผย (Open Book), อบรมผู้นำรุ่นใหม่, สร้างทีมสำรอง, จัดทำ Knowledge Management

ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้น

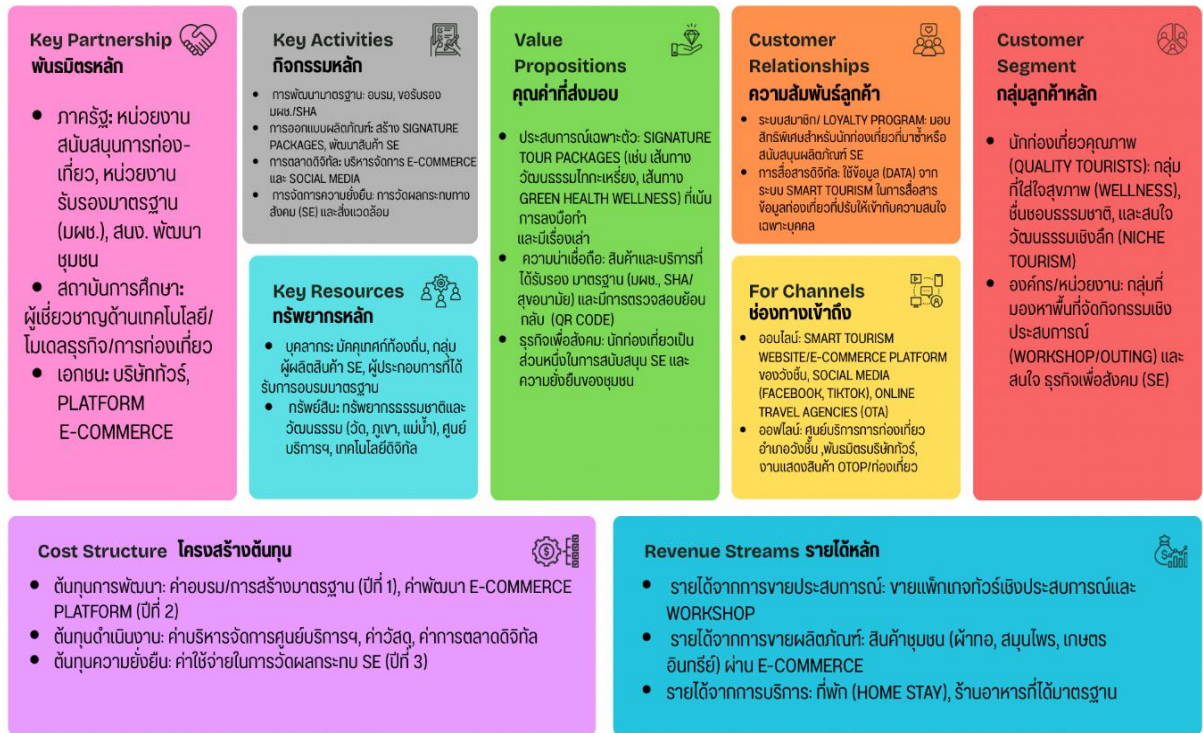
การวัดผล	ตัวชี้วัดที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (Measurable Results)
ผลผลิต (Output)	1. คู่มือ/หลักสูตรมาตรฐาน การบริการและการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวที่ชุมชนใช้เป็นเกณฑ์ 2. E-commerce Platform และ Website ข้อมูลการท่องเที่ยวของวังชิ้นถูกสร้างและเปิดใช้งาน 3. Signature Tour Packages ถูกพัฒนาและพร้อมจำหน่าย 4. อย่างน้อย 2 กลุ่ม ธุรกิจชุมชนมีความพร้อมในการเป็น SE และมีการจัดตั้งกองทุนเพื่อความยั่งยืน
ผลลัพธ์ (Outcome)	1. มาตรฐานสูงขึ้น ผู้ประกอบการ 80% ได้รับการรับรองมาตรฐานบริการ และผลิตภัณฑ์ 50% ได้รับการรับรอง มผช. หรือเทียบเท่า 2. รายได้เพิ่มขึ้น ยอดขายรวมจากการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านช่องทางดิจิทัล เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 20% 3. คุณภาพชีวิตดีขึ้น เกิดการจ้างงาน/กระจายรายได้ที่เป็นธรรมภายในชุมชน มากขึ้น
ผลกระทบ (Impact)	1. ด้านเศรษฐกิจ (Economic Impact) ผลกระทบหลักคือการสร้างความมั่นคงและกระจายรายได้สู่ฐานรากอย่างเป็นธรรม ผ่านการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน 1.1 เพิ่มรายได้และมูลค่าเพิ่ม เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชนอย่างชัดเจน โดยเฉพาะการขาย "ประสบการณ์" และสินค้าที่ได้รับมาตรฐาน (มผช.) ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวรวมเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ 1.2 การกระจายรายได้ที่เป็นธรรม เกิดการจัดสรรผลตอบแทนอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส (ตามหลักการ SE) โดยรายได้จะหมุนเวียนและกระจายไปสู่สมาชิกกลุ่ม

การวัดผล	ตัวชี้วัดที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (Measurable Results)
	วิสาหกิจและผู้ประกอบการท้องถิ่นมากขึ้น 1.3 การเข้าถึงตลาดคุณภาพสูง การได้รับรองมาตรฐาน (SHA/มผข.) และการใช้ช่องทางดิจิทัล ทำให้ธุรกิจชุมชนสามารถเข้าถึง ตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality Tourists) ซึ่งมีกำลังซื้อสูงและเน้นความยั่งยืนได้มากขึ้น 1.4 สร้างธุรกิจใหม่ในพื้นที่ เกิดการต่อยอดและสร้าง Start-up หรือธุรกิจใหม่ ๆ ที่เชื่อมโยงกับศักยภาพของพื้นที่ เช่น ธุรกิจ Co-Living Home Care หรือบริการ Wellness Tourism 2. ด้านสังคม (Social Impact) ผลกระทบต่อสังคมคือการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน การอนุรักษ์อัตลักษณ์ และการพัฒนาคุณภาพชีวิต 2.1 ความเข้มแข็งของชุมชนและการจัดการตนเอง การรวมกลุ่มและยกระดับเป็น ธุรกิจเพื่อสังคม (SE) ทำให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการทรัพยากรและโครงการพัฒนาต่าง ๆ ได้ด้วยตนเองอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน 2.2 การอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญา การนำเอาวัฒนธรรมและภูมิปัญญา (เช่น ผ้าทอกระเหรี่ยง, ประวัติศาสตร์เจ้าหมื่นดั่ง) มาออกแบบเป็นสินค้าเชิงประสบการณ์ (Signature Tours) ทำให้เกิดกลไกในการอนุรักษ์และถ่ายทอดสู่คนรุ่นต่อไป 2.3 การพัฒนาคุณภาพชีวิตและทักษะ ผู้ประกอบการและคนในชุมชนได้รับ ทักษะใหม่ ทั้งด้านดิจิทัล ภาษา และการบริการมาตรฐานสากล ซึ่งช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพที่มั่นคงในพื้นที่ 2.4 ความภาคภูมิใจในท้องถิ่น การที่วังขึ้นเป็น "ต้นแบบธุรกิจเพื่อสังคม" ด้านการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในระดับภูมิภาค จะสร้างความภาคภูมิใจและอัตลักษณ์ที่ชัดเจนให้แก่คนในชุมชน 3. ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact) ผลกระทบที่สำคัญคือการส่งเสริมการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืนและการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 3.1 การส่งเสริม Green Tourism การมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สุขภาพ และการได้รับรองมาตรฐาน Green Tourism ทำให้ชุมชนมีพันธกิจในการดูแลรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ (ป่า, น้ำตก, พื้นที่เกษตร) อย่างต่อเนื่อง 3.2 การจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การนำแนวคิด Circular Economy มาประยุกต์ใช้ในการจัดการของเสียจากการท่องเที่ยวและการผลิต (เช่น การนำเศษวัสดุมาสร้างสินค้า Upcycling) จะช่วยลดปริมาณขยะและมลภาวะในพื้นที่ 3.3 การใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการหันมาใช้ บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการใช้สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคและต่อระบบนิเวศในพื้นที่มากขึ้น

11. แผนธุรกิจชุมชนหรือโมเดลธุรกิจ:

ภาพที่ 1.5 โมเดลธุรกิจ

BUSINESS MODEL CANVAS โมเดลธุรกิจ



ภาพที่ 1.12 แผนธุรกิจชุมชน

จากแผนภาพ Business Model Canvas มีรายละเอียดดังนี้

องค์ประกอบ	รายละเอียด
1. กลุ่มลูกค้าหลัก (Customer Segments)	1.1 นักท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality Tourists) กลุ่มที่ใส่ใจสุขภาพ (Wellness), ชื่นชอบธรรมชาติ, และสนใจวัฒนธรรมเชิง 1.2 องค์กร/หน่วยงาน: กลุ่มที่มองหาพื้นที่จัดกิจกรรมเชิงประสบการณ์ (Workshop/Outing) และสนใจ ธุรกิจเพื่อสังคม (SE)
2. คุณค่าที่ส่งมอบ (Value Propositions)	2.1 ประสบการณ์เฉพาะตัว Signature Tour Packages (เช่น เส้นทางวัฒนธรรมไทยกะเหรี่ยง, เส้นทาง Green Health Wellness) ที่เน้นการลงมือทำและมีเรื่องเล่า 2.2 ความน่าเชื่อถือ สินค้าและบริการที่ได้รับรอง มาตรฐาน (มผช., SHA/สุขอนามัย) และมีการตรวจสอบย้อนกลับ (QR Code) 2.3 ธุรกิจเพื่อสังคม นักท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุน SE และความยั่งยืนของชุมชน
3. ช่องทางเข้าถึง (Channels)	3.1 ออนไลน์ Smart Tourism Website/E-commerce Platform ของวังขึ้น, Social Media (Facebook, TikTok), Online Travel Agencies (OTA)

องค์ประกอบ	รายละเอียด
	3.2 ออฟไลน์ ศูนย์บริการการท่องเที่ยว อำเภอวังชิ้น, พันธมิตรบริษัททัวร์, งานแสดงสินค้า OTOP/ท่องเที่ยว
4. ความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationships)	4.1 ระบบสมาชิก/ Loyalty Program มอบสิทธิพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาซ้ำหรือสนับสนุนผลิตภัณฑ์ SE 4.2 การสื่อสารดิจิทัล ใช้ข้อมูล (Data) จากระบบ Smart Tourism ในการสื่อสารข้อมูลท่องเที่ยวที่ปรับให้เข้ากับความสนใจเฉพาะบุคคล
5. รายได้หลัก (Revenue Streams)	5.1 รายได้จากการขายประสบการณ์ ขายแพ็คเกจทัวร์เชิงประสบการณ์ และ Workshop 5.2 รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ สินค้าชุมชน (ผ้าทอ, สมุนไพร, เกษตรอินทรีย์) ผ่าน E-commerce 5.3 รายได้จากการบริการ ที่พัก (Home stay), ร้านอาหารที่ได้มาตรฐาน
6. ทรัพยากรหลัก (Key Resources)	6.1 บุคลากร ภาครัฐท้องถิ่น, กลุ่มผู้ผลิตสินค้า SE, ผู้ประกอบการที่ได้รับการอบรมมาตรฐาน 6.2 ทรัพย์สิน ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม (วัด, ภูเขา, แม่น้ำ), ศูนย์บริการเทคโนโลยีดิจิทัล
7. กิจกรรมหลัก (Key Activities)	7.1 การพัฒนามาตรฐาน อบรม, ขอรับรอง มผช./SHA 7.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์ สร้าง Signature Packages, พัฒนาสินค้า SE 7.3 การตลาดดิจิทัล: บริหารจัดการ E-commerce และ Social Media 7.4 การจัดการความยั่งยืน การวัดผลกระทบทางสังคม (SE) และสิ่งแวดล้อม
8. พันธมิตรหลัก (Key Partners)	8.1 ภาครัฐ หน่วยงานสนับสนุนการท่องเที่ยว, หน่วยงานรับรองมาตรฐาน (มผช.), สนง. พัฒนาชุมชน 8.2 สถาบันการศึกษา ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี/โมเดลธุรกิจ/การท่องเที่ยว 8.3 เอกชน บริษัททัวร์, OTA, Platform E-commerce
9. โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)	9.1 ต้นทุนการพัฒนา ค่าอบรม/การสร้างมาตรฐาน (ปีที่ 1), ค่าพัฒนา E-commerce Platform (ปีที่ 2) 9.2 ต้นทุนดำเนินงาน ค่าบริหารจัดการศูนย์บริการฯ, ค่าวัสดุ, ค่าการตลาดดิจิทัล 9.3 ต้นทุนความยั่งยืน ค่าใช้จ่ายในการวัดผลกระทบ SE (ปีที่ 3)

แผนกลยุทธ์ 3 ปี

ปีที่	กลยุทธ์	(Outcome)	(Key Activities)
1	สร้างมาตรฐานและรากฐานเทคโนโลยี	ผู้ประกอบการ 80% ได้รับการอบรมมาตรฐานและผลิตภัณฑ์ 50% ยื่นขอรับรอง มผช.	1. อบรมมาตรฐานบริการ (SHA/สุขอนามัย) และการให้ความรู้ 2. พัฒนาและยื่นขอ มผช. สำหรับสินค้าหลัก 3. ฝึกใช้ QR Code และการถ่ายภาพสินค้าเพื่อเตรียมเข้าสู่ระบบดิจิทัล
2	ขับเคลื่อนโมเดลธุรกิจและการตลาดดิจิทัล	เกิด 3 Signature Tour Packages และยอดขายออนไลน์เพิ่มขึ้น 20%	1. ออกแบบโมเดลธุรกิจและการตั้งราคาขาย 2. พัฒนาและบริหารจัดการ E-commerce Platform 3. สร้างเครือข่ายพันธมิตรและผลักดันการขายผ่านช่องทางออนไลน์/ออฟไลน์
3	พัฒนาสู่ธุรกิจเพื่อสังคมและความยั่งยืน	ธุรกิจชุมชน 2 กลุ่ม ขึ้นทะเบียนเป็น SE และมีการจัดตั้งกองทุนเพื่อความยั่งยืน	1. ปรับโครงสร้างสู่หลักการ SE และวัดผลกระทบทางสังคม/สิ่งแวดล้อม 2. สร้างนวัตกรรมเพื่อสังคม เช่น Circular Economy) และต่อยอด Wellness Tourism 3. จัดตั้งกองทุนความยั่งยืน จากรายได้การท่องเที่ยว

12. แผนการดำเนินงาน (Gantt Chart) :

12.1 แผนการดำเนินงานรายปี (สอดคล้องกับเป้าหมายของแพลตฟอร์ม)

เทคโนโลยี/องค์ความรู้/กิจกรรม	ปีที่ 1				ปีที่ 2				ปีที่ 3				ค่าใช้จ่าย (บาท)	ผู้รับผิดชอบ ⁴	วิธีการดำเนินการ ⁵
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4			
ปีที่ 1 การสร้างมาตรฐาน 1. การถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการตลาด การบริหารจัดการกลุ่ม การผลิต การบัญชีรายรับรายจ่าย ในการพัฒนาศักยภาพของชุมชนให้มีความเข้มแข็งเป็นระบบและยั่งยืน													40,000	ผศ.สินีนาด ผศ.ดร.ภาศิริ ประธานกลุ่ม	จัดประชุม บรรยายและลงมือปฏิบัติ
2. อบรมมาตรฐานบริการ (สุขอนามัย/ Food Safety)													40,000	ผศ.สินีนาด ผศ.ดร.ภาศิริ ประธานกลุ่ม	อบรมแบบเข้มข้นและลงมือปฏิบัติ การให้คำปรึกษา

เทคโนโลยี/องค์ ความรู้/กิจกรรม	ปีที่ 1				ปีที่ 2				ปีที่ 3				ค่าใช้จ่าย (บาท)	ผู้รับผิดชอบ ⁴	วิธีการ ดำเนินการ ⁵
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4			
3. การพัฒนา ผลิตภัณฑ์และยื่นขอ มพข.และมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์													93,000	ผศ.สินีนารถ ผศ.ดร.ภาศิริ ประธานกลุ่ม	บรรยายและ ลงมือปฏิบัติ การให้ คำปรึกษา การปรับปรุง กระบวนการ ผลิตและ บรรจุภัณฑ์
4. การทำ QR Code/Digital Content/Digital Storytelling เพื่อ รองรับการท่องเที่ยว ชุมชน													66,400	ผศ.สินีนารถ ผศ.ดร.ภาศิริ ประธานกลุ่ม	บรรยายและ Workshop โดยใช้มือถือ การใช้ แพลตฟอร์ม ในการสร้าง QR Code และ Social Media การให้ คำปรึกษา
ปีที่ 2 การขับเคลื่อน โมเดลธุรกิจ 5. การออกแบบและ การพัฒนา Signature Tour Packages 3 เส้นทาง													70,000	ผศ.สินีนารถ ผศ.ดร.ภาศิริ ประธานกลุ่ม	บรรยายและ ลงมือปฏิบัติ โดยการจัด กิจกรรม ระดมสมอง และทดลอง เส้นทาง การท่องเที่ยว การให้ คำปรึกษา
6. การพัฒนา Smart Tourism Website/E- commerce (Basic)													80,000	ผศ.สินีนารถ ผศ.ดร.ภาศิริ ประธานกลุ่ม	ใช้เครื่องมือ ในการ สร้างเว็บ ไซด์และลง มือปฏิบัติ การให้ คำปรึกษา
7. การขับเคลื่อน การตลาดดิจิทัลและ การขาย (Content Marketing)													60,000	ผศ.สินีนารถ ผศ.ดร.ภาศิริ ประธานกลุ่ม	บรรยายและ ลงมือปฏิบัติ ในการทำ ตลาด ออนไลน์ การทำ Content การให้ คำปรึกษา

เทคโนโลยี/องค์ ความรู้/กิจกรรม	ปีที่ 1				ปีที่ 2				ปีที่ 3				ค่าใช้จ่าย (บาท)	ผู้รับผิดชอบ ⁴	วิธีการ ดำเนินการ ⁵
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4			
8. การสร้างเครือข่าย และระบบการบริหาร จัดการลูกค้าร่วม (CRM)													40,000	ผศ.สินีนารถ ผศ.ดร.ภาศิริ ประธานกลุ่ม	บรรยายและ ลงมือปฏิบัติ การทำ ระบบ CRM การให้ คำปรึกษา
ปีที่ 3 การสร้างธุรกิจ ยั่งยืน 9. การให้ความรู้ เกี่ยวกับการสร้าง ธุรกิจแบบยั่งยืนและ การปรับโครงสร้างสู่ SE และการวัดผล กระทบทางสังคม (SROI)													30,000	ผศ.สินีนารถ ผศ.ดร.ภาศิริ ประธานกลุ่ม	บรรยายและ ลงมือปฏิบัติ การให้ คำปรึกษา
10. การวิเคราะห์ คุณค่าของสังคม (Social Value) การ วัดดัชนีชี้วัดความ สุขมวลรวม (GVH)													30,000	ผศ.สินีนารถ ผศ.ดร.ภาศิริ ประธานกลุ่ม	บรรยายและ ลงมือปฏิบัติ การให้ คำปรึกษา
10. การสร้าง นวัตกรรมเพื่อสังคม Circular Economy และ Wellness Product ผลิตภัณฑ์ที่ ช่วยส่งเสริมการมี สุขภาพ													70,000	ผศ.สินีนารถ ผศ.ดร.ภาศิริ ประธานกลุ่ม	ลงมือปฏิบัติ ในการ พัฒนา ผลิตภัณฑ์ ท่องเที่ยว สุขภาพ การใช้วัสดุ ท้องถิ่น การให้ คำปรึกษา
11. ออกแบบกลไก จัดเก็บรายได้จาก กิจกรรมท่องเที่ยว (เช่น 5% ของรายได้ แพ็คเกจ) และ จัดทำรายงานผลลัพธ์ ทางสังคมเพื่อสื่อสาร ต่อสาธารณะ													40,000	ผศ.สินีนารถ ผศ.ดร.ภาศิริ ประธานกลุ่ม	ลงมือปฏิบัติ การให้ คำปรึกษา
12. การส่งเสริม การตลาดและการ ประชาสัมพันธ์การ ยกระดับห่วงโซ่มูลค่า และระบบนิเวศการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สู่วิสาหกิจเพื่อสังคม ด้วยแนวคิดเศรษฐกิจ หมุนเวียนอย่างยั่งยืน"													60,000	ผศ.สินีนารถ ผศ.ดร.ภาศิริ ประธานกลุ่ม	ลงมือ ปฏิบัติการ จัดทำแผนที่ และเส้นทาง การ ท่องเที่ยว การให้ คำปรึกษา
13. การรวบรวมองค์ ความรู้ (KM) ให้เป็น													20,000	ผศ.สินีนารถ ผศ.ดร.ภาศิริ	บรรยายและ ลงมือปฏิบัติ

เทคโนโลยี/องค์ความรู้/กิจกรรม	ปีที่ 1				ปีที่ 2				ปีที่ 3				ค่าใช้จ่าย (บาท)	ผู้รับผิดชอบ ⁴	วิธีการดำเนินการ ⁵
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4			
ชุมชนท่องเที่ยว Smart Wang Chin Tourism และการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับชุมชน														ประธานกลุ่ม	การให้คำปรึกษา
สรุปงบประมาณ	240,000				250,000				250,000				740,000		

⁴ผู้รับผิดชอบต้องมีชื่อปรากฏตามข้อ 4

⁵วิธีการดำเนินงาน เช่น การบรรยายและลงมือปฏิบัติ การให้คำปรึกษา บรรยายออนไลน์ ประชุมออนไลน์ ฯลฯ

12.2 แผนการดำเนินงานของปีที่ขอรับการสนับสนุนงบประมาณ (สอดคล้องกับเป้าหมายของแพลตฟอร์ม)

เทคโนโลยี/องค์ความรู้/กิจกรรม	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ค่าใช้จ่าย (บาท)	ผู้รับผิดชอบ	วิธีการดำเนินการ
ปีที่ 1 การสร้างมาตรฐาน 1. การถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการตลาด การบริหารจัดการกลุ่ม การผลิต การบัญชี รายรับรายจ่าย ในการพัฒนา ศักยภาพของชุมชนให้มีความเข้มแข็งเป็นระบบและยั่งยืน													40,000	ผศ.สินีนารถ ผศ.ดร. ภาศิริ ประธานกลุ่ม	จัดประชุม บรรยายและลงมือปฏิบัติ
2. อบรมมาตรฐานบริการ (สุขอนามัย/ Food Safety)													40,000	ผศ.สินีนารถ ผศ.ดร. ภาศิริ ประธานกลุ่ม	อบรมแบบเข้มข้นและลงมือปฏิบัติ การให้คำปรึกษา
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และยื่นขอ มผช./อย. และมาตรฐานผลิตภัณฑ์													56,400	ผศ.สินีนารถ ผศ.ดร. ภาศิริ ประธานกลุ่ม	บรรยายและลงมือปฏิบัติ การให้คำปรึกษา การปรับปรุงกระบวนการผลิตและบรรจุภัณฑ์
4. การทำ QR Code/Digital Content/Digital Storytelling เพื่อรองรับการท่องเที่ยวชุมชน													66,400	ผศ.สินีนารถ ผศ.ดร. ภาศิริ ประธานกลุ่ม	บรรยายและ Workshop โดยใช้มือถือในการใช้แพลตฟอร์มในการสร้าง

เทคโนโลยี/องค์ความรู้/กิจกรรม	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ค่าใช้จ่าย (บาท)	ผู้รับผิดชอบ	วิธีการดำเนินการ
															QR Code แล Social Media การให้คำปรึกษา
สรุปงบประมาณ													202,800		

13. ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ :

ผลผลิต/ผลลัพธ์	หน่วย	ค่าเป้าหมายในแต่ละปี		
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
1. จำนวนคนที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้/เทคโนโลยี	คน	50	50	50
2. จำนวนเทคโนโลยีที่ถ่ายทอด (ระบุรายละเอียดองค์ความรู้เทคโนโลยี)	เรื่อง	3	3	3
3. จำนวนวิทยากรที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นได้	คน	5	5	5
4. ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ร้อยละ	85	90	90
5. จำนวนผู้นำความรู้/เทคโนโลยีที่ได้รับไปใช้ประโยชน์	คน	50	50	50
6. มูลค่าทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ	บาท	100,000	150,000	200,000
7. จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา	ผลิตภัณฑ์	5	5	5
8. ผลิตภัณฑ์ที่ได้ผ่านการรับรองมาตรฐาน	ผลิตภัณฑ์	3	3	3

14. หน่วยงานสนับสนุน

ชื่อหน่วยงานสนับสนุน	รูปแบบการสนับสนุน
1. องค์การบริหารส่วนจังหวัดแพร่/ ที่ทำการปกครองอำเภอวังชิ้น	งบประมาณ/นโยบาย สนับสนุนงบประมาณท้องถิ่นบางส่วน และอำนวยความสะดวกในการใช้พื้นที่ชุมชน การประสานงาน เชื่อมโยงโครงการเข้ากับแผนพัฒนาอำเภอ/จังหวัด (เช่น แผน Smart City)
2. สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่	องค์ความรู้/มาตรฐาน สนับสนุนการอบรม มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และการให้คำปรึกษาด้านการบริหาร จัดการวิสาหกิจชุมชน ช่องทางตลาด สนับสนุนการนำสินค้าชุมชนเข้าร่วมงานแสดงสินค้า OTOP
3. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	เทคโนโลยี/นวัตกรรม สนับสนุนองค์ความรู้/บุคลากรในการ พัฒนา Smart Tourism Website/E-commerce Platform และการฝึกอบรม Digital Marketing (สอดคล้องกับแนวคิด Smart City)

ชื่อหน่วยงานสนับสนุน	รูปแบบการสนับสนุน
4. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด/อำเภอ (สสจ.)	มาตรฐาน/สุขอนามัย สนับสนุนวิทยากรในการอบรมด้าน Food Safety และ สุขอนามัย เพื่อเตรียมผู้ประกอบการขอรับรองมาตรฐาน (เช่น SHA/มาตรฐานบริการ)
5. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) หรือ ธนาคารออมสิน	การเงิน/สินเชื่อ สนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำสำหรับวิสาหกิจชุมชนที่ต้องการลงทุนในการปรับปรุงมาตรฐาน/บรรจุภัณฑ์ และเป็นที่ปรึกษาด้าน การจัดตั้งกองทุนเพื่อความยั่งยืน ของชุมชน
6. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานแพร่ หรือ ภาคีเครือข่ายบริษัททัวร์	การตลาด/ช่องทางขาย ช่วยเหลือในการประชาสัมพันธ์ Signature Tour Packages ของวังชิ้น และเชื่อมโยงธุรกิจชุมชนกับบริษัททัวร์ขนาดใหญ่ (Offline Channels)
7. อุตสาหกรรมจังหวัด	องค์ความรู้/มาตรฐาน สนับสนุนการอบรม มาตรฐาน ออย.และการให้คำปรึกษาด้านการทำโรงเรือน/การพัฒนาด้านอาหาร

15. ผลกระทบ : ที่เกิดกับผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

15.1 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ (Economic Impact)

ตัวชี้วัดเหล่านี้เน้นการเติบโตของรายได้และการลดต้นทุนของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ

ตัวชี้วัด (KPI)	เป้าหมายภายในสิ้นสุดปีที่ 3	การวัดผลจากกิจกรรม
เพิ่มรายได้รวมจากกิจกรรมการท่องเที่ยว	เพิ่มขึ้นสะสม 10 % จากฐานรายได้ก่อนเริ่มโครงการ (สำหรับผู้ประกอบการหลัก 50 ราย)	วัดจากรายได้จากช่องทางดิจิทัล (Digital Revenue Streams): มีรายได้จากการขาย Signature Tour Packages และบริการที่พัก/อาหาร/Workshop (เทคโนโลยี: Digital Marketing)
เพิ่มรายได้จากช่องทางดิจิทัล	ยอดขายผ่าน E-commerce Platform/ช่องทางออนไลน์ คิดเป็น 10% ของยอดขายรวมทั้งหมด	วัดจากรายงานการขายของ Platform และ Social Media ที่โครงการสนับสนุน (เทคโนโลยี: E-commerce Platform)
อัตราผู้ประกอบการที่ได้รับมาตรฐาน (มผช./สุขอนามัย)	50% ของผลิตภัณฑ์ชุมชนหลักได้รับการปรับปรุงและยื่นขอรับรอง มผช. หรือมาตรฐานความสะอาด/สุขอนามัยเทียบเท่า	1. วัดจากการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้า (Product Value Creation): ผู้ประกอบการสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (เช่น ผ้าทอกะเหรี่ยง, สมุนไพร) ในราคาสูงขึ้น 10-20% เนื่องจากได้รับรอง มาตรฐาน (มผช.) และมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 2. เข้าถึงตลาดคุณภาพสูง ได้รับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพที่ยินดีจ่ายเพื่อบริการที่ได้มาตรฐาน

ตัวชี้วัด (KPI)	เป้าหมายภายในสิ้นสุดปีที่ 3	การวัดผลจากกิจกรรม
		SHA/สุขอนามัย (องค์ความรู้: Standard/Design Thinking)
การจัดการประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience Management : CEM)	รายได้เพิ่ม 10% จากลูกค้าที่มาซื้อซ้ำ	วัดจากรายได้จากบริการเชิงประสบการณ์ (Experience Economy) มัคคุเทศก์ท้องถิ่นและกลุ่มชุมชนสามารถขาย Workshop (เช่น ย้อมผ้าธรรมชาติ, ทำอาหารพื้นเมือง) ซึ่งมีกำไรสูงกว่าการขายสินค้าเพียงอย่างเดียว (องค์ความรู้: Storytelling/Business Model Design)
ลดต้นทุนการตลาด/ ประชาสัมพันธ์	ลดลง 15% โดยเฉลี่ย เมื่อเทียบกับวิธีดั้งเดิม (เช่น การพิมพ์สื่อ, ค่าใช้จ่ายเดินทางไปออกบูธ)	1. ลดต้นทุนการตลาด (Marketing Cost Reduction) การใช้ Digital Content (รูป/วิดีโอ) และ E-commerce Platform ของชุมชนเอง ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการพึ่งพาตัวกลาง (Agency) หรือการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าขนาดใหญ่ที่ไม่จำเป็น (เทคโนโลยี: Digital Marketing) 2. ลดของเสีย (Waste Reduction) การนำหลักการ Circular Economy มาใช้ในกระบวนการผลิต (เช่น นำเศษผ้า, วัสดุเกษตรมาทำสินค้า Upcycling) ช่วยลดต้นทุนการกำจัดขยะและสร้างรายได้กลับคืนมา (องค์ความรู้: Circular Economy/นวัตกรรมเพื่อสังคม) 3. ลดต้นทุนการสื่อสาร การใช้ QR Code และ Smart Tourism Website ช่วยลดการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ (Brochures/แผนที่) (เทคโนโลยี: QR Code/Web Platform)

15.2 ผลกระทบด้านสังคม (Social Impact)

ตัวชี้วัดเหล่านี้เน้นความเข้มแข็งของชุมชนและการพัฒนาคุณภาพชีวิต

ตัวชี้วัด (KPI)	เป้าหมายภายในสิ้นสุดปีที่ 3	การวัดผลจากกิจกรรม
การจ้างงาน/การมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่	เกิดการจ้างงานใหม่ หรือการมีส่วนร่วมในการให้บริการ (มัคคุเทศก์, จัด Workshop) อย่างน้อย 10 ตำแหน่ง/คน	1. วัดจากจำนวนผู้ที่เข้ารับการอบรมมัคคุเทศก์ และผู้ที่มีรายได้จากการเป็นผู้ให้บริการในเส้นทางท่องเที่ยว Signature 2. วัดจากการเติบโตของธุรกิจบริการและ

ตัวชี้วัด (KPI)	เป้าหมายภายในสิ้นสุดปีที่ 3	การวัดผลจากกิจกรรม
		หัตถกรรมที่ได้มาตรฐาน ทำให้เกิดการจ้างงาน ลูกหลานในชุมชนให้เป็น มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ผู้ดูแลที่พัก และผู้ผลิตสินค้า SE ลดการย้ายถิ่น ฐานไปทำงานในเมือง
ความพร้อมในการเป็น ธุรกิจเพื่อสังคม (SE)	อย่างน้อย 2 กลุ่มวิสาหกิจหลัก สามารถปรับโครงสร้างและยื่นขอ ขึ้นทะเบียนเป็น ธุรกิจเพื่อสังคม	วัดจากรายงานการยื่นขอขึ้นทะเบียน SE ต่อ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (องค์ความรู้: SE Management)
การมีส่วนร่วมของเยาวชน ในการสืบสานวัฒนธรรม และอนุรักษ์และสืบสาน ภูมิปัญญา	เยาวชน/คนรุ่นใหม่ 20% ของ กลุ่มเป้าหมาย มีส่วนร่วมใน กิจกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญา (เช่น การทอผ้า, การเล่าเรื่อง ประวัติศาสตร์)	1. วัดจากจำนวนเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรม Workshop หรือการเป็นอาสาสมัคร/ผู้ช่วย มัคคุเทศก์ 2. การนำตำนาน/วัฒนธรรม (เช่น ผ้าทอ, สมุนไพร, ประวัติศาสตร์) มาเป็นจุดขาย หลัก (Storytelling) กระตุ้นให้เยาวชนเห็น คุณค่าและเข้าร่วมในการสืบทอดภูมิปัญญา ท้องถิ่นมากขึ้น
ครอบครัวอบอุ่นและ เป็นสุข	สมาชิกในครอบครัวอยู่ใกล้ชิดกัน มากขึ้น 20%	การมีอาชีพและรายได้ที่มั่นคงในชุมชนทำให้ สมาชิกในครอบครัวอยู่ใกล้ชิดกันมากขึ้น และ สามารถดูแลผู้สูงอายุ (สอดคล้องกับแนวคิด Co-Living Home Care)
เสริมสร้างความเข้มแข็ง ของกลุ่ม	ชุมชนเกิดความร่วมมือและ เข้มแข็งเพิ่มมากขึ้น	การปรับโครงสร้างสู่ ธุรกิจเพื่อสังคม (SE) ทำให้ เกิดความร่วมมือที่แข็งแกร่ง มีการบริหาร จัดการโปร่งใส และสร้าง กองทุนเพื่อความ ยั่งยืน ซึ่งเป็นทุนทางสังคมของชุมชนเอง

15.3 ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact)

ตัวชี้วัดเหล่านี้เน้นการจัดการทรัพยากรและความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม

ตัวชี้วัด (KPI)	เป้าหมายภายในสิ้นสุดปีที่ 3	การวัดผลจากกิจกรรม
การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ผู้ประกอบการ 60% หันมาใช้ บรรจุภัณฑ์ที่ลดพลาสติกหรือย่อย สลายได้สำหรับผลิตภัณฑ์หลัก	วัดจากการสำรวจปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ เข้าร่วมโครงการ
ผลิตภัณฑ์ที่มาจากการ จัดการของเสีย (Upcycling)	เกิดผลิตภัณฑ์ Upcycling ใหม่ 3- 5 รายการ จากการนำของเหลือใช้	วัดจากจำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ถูกพัฒนาและ จำหน่ายโดยใช้หลักการ Circular Economy และนวัตกรรมเพื่อสังคม ทำให้

ตัวชี้วัด (KPI)	เป้าหมายภายในสิ้นสุดปีที่ 3	การวัดผลจากกิจกรรม
	ทางการเกษตร/หัตถกรรมมาสร้างมูลค่า	ชุมชนมีความตระหนักในการจัดการขยะอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะการลดขยะพลาสติก และการนำวัสดุเหลือใช้มาสร้างมูลค่า (Upcycling) (นวัตกรรม)
ความตระหนักรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	ผู้ประกอบการ 70% มีความรู้ความเข้าใจและปฏิบัติตามหลักการ Green Tourism ขึ้นพื้นฐาน	1. วัดจากแบบประเมินความรู้และความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมก่อนและหลังการอบรม 2. การมุ่งเน้น Green Tourism และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (เช่น เส้นทางธรรมชาติ, สวนเกษตรอินทรีย์) สร้างความห่วงใยและแรงจูงใจทางเศรษฐกิจให้ชุมชนร่วมกันอนุรักษ์แหล่งน้ำและป่าไม้ (น้ำตกแม่พุงหลวง, ม่อนเขา)
ส่งเสริมเกษตรปลอดภัย	ผู้ประกอบการ 50% ได้รับการสนับสนุนเกษตรอินทรีย์และการรับรองมาตรฐานวัตถุดิบ (สมุนไพร/อาหาร)	ช่วยลดการใช้สารเคมีที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของคนในชุมชน

16. งบประมาณขอรับการสนับสนุน :

จำนวนทั้งสิ้น	702,800	บาท
ปีที่ 1 พ.ศ. 2569 จำนวน	202,800	บาท
ปีที่ 2 พ.ศ. 2570 จำนวน	250,000	บาท
ปีที่ 3 พ.ศ. 2571 จำนวน	250,000	บาท

รายการงบประมาณ ดังนี้

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 ขอรับการสนับสนุนงบประมาณ จำนวน 202,800 บาท ประกอบด้วย

กิจกรรม	รายการค่าใช้จ่าย	ปริมาณ	ราคาต่อหน่วย	รวมเงิน
1. การถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการตลาด การบริหารจัดการกลุ่ม การผลิต การบัญชีรายรับรายจ่าย	ค่าสมนาคุณวิทยากร	6 ชั่วโมง * 2 วัน	600	7,200
	ค่าเบี้ยเลี้ยง	2 คน * 2 วัน	240	960
	ค่าที่พัก (เหมาจ่าย)	2 คน * 2 วัน	600	2,400
	ค่ายานพาหนะเหมาจ่าย	2 วัน	3,500	7,000
	ค่าอาหาร	50 คน*1 มื้อ*2 วัน	100	10,000
	ค่าอาหารว่าง	50คน* 2 มื้อ*2 วัน	35	7,000

กิจกรรม	รายการค่าใช้จ่าย	ปริมาณ	ราคาต่อหน่วย	รวมเงิน
ในการพัฒนาศักยภาพของชุมชนให้มีความเข้มแข็งเป็นระบบและยั่งยืน	ค่าเอกสาร	50 ชุด	40	2,000
	ค่าเช่าสถานที่	2 วัน	1,000	2,000
	ค่าวัสดุ			1,440
	รวม			40,000
2. อบรมมาตรฐานบริการ (สุขอนามัย/ Food Safety	ค่าสมนาคุณวิทยากร	6 ชั่วโมง * 2 วัน	600	7,200
	ค่าเบี้ยเลี้ยง	2 คน * 2 วัน	240	960
	ค่าที่พัก (เหมาจ่าย)	2 คน * 2 วัน	600	2,400
	ค่ายานพาหนะเหมาจ่าย	2 วัน	3,500	7,000
	ค่าอาหาร	50 คน*1 มื้อ*2 วัน	100	10,000
	ค่าอาหารว่าง	50คน* 2 มื้อ*2 วัน	35	7,000
	ค่าเอกสาร	50 ชุด	40	2,000
	ค่าเช่าสถานที่	2 วัน	1,000	2,000
	ค่าวัสดุ			1,440
	รวม			40,000
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และยื่นขอ อย./มผช. และมาตรฐานผลิตภัณฑ์	ค่าสมนาคุณวิทยากร (ค่าที่ปรึกษาเฉพาะด้าน)	6 ชั่วโมง	600	3,600
	ค่าออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบ	5 ผลิตภัณฑ์	2,200	11,000
	ค่าทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อขอ อย./มผช.	5 ผลิตภัณฑ์	2,200	11,000
	ค่าตรวจวิเคราะห์คุณภาพ ผลิตภัณฑ์ (อย.)	5 ผลิตภัณฑ์	2,200	11,000
	การตรวจอายุการเก็บรักษา (Shelf life)	5 ผลิตภัณฑ์	2,200	11,000
	ค่าธรรมเนียมการขอมาตรฐาน	5 ผลิตภัณฑ์	1,760	8,800
	รวม			56,400
4. การทำ QR Code/ Digital Content/ Digital Storytelling เพื่อรองรับการท่องเที่ยวชุมชน	จัดทำเพจ/เว็บไซต์ท่องเที่ยวชุมชน	1 เพจ	15,000	15,000
	วิดีโอแนะนำชุมชน/เรื่องเล่า (Storytelling)	1 เรื่อง	15,000	15,000
	วิดีโอสั้น (Short Clip/ Reel / TikTok)	1 คลิป	10,000	10,000
	ป้ายแผนที่ชุมชน/จุดเช็คอิน/ จุดถ่ายรูป	4 จุด	6,600	26,400
	รวม			66,400

หมายเหตุ

- ขอความร่วมมือเครือข่ายคลินิกเทคโนโลยีไม่คิดค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าธรรมเนียมหักเข้าหน่วยงาน
- ค่าที่พัก ค่าเดินทาง ค่าเบี้ยเลี้ยง เบิกตามระเบียบและอัตราที่ทางราชการกำหนด
- ค่าจ้างออกแบบงานกับบุคคลภายนอก ให้ยึดความประหยัดงบประมาณเป็นหลักและแสดงหลักฐานการจ้างงานชัดเจน
- ค่าจ้างเหมาทดสอบทางวิทยาศาสตร์ ให้แนบรายละเอียดอัตราค่าบริการ
- ค่าวัสดุ/อุปกรณ์ ค่าวัสดุสำนักงานที่ใช้ในการจัดกิจกรรม ต้องให้รายละเอียดว่ามีวัสดุและอุปกรณ์อะไรที่จำเป็นต้องใช้ในการดำเนินโครงการ บางอย่างผู้ประกอบการสามารถรวมออกค่าใช้จ่ายได้หรือไม่
- ค่าวัสดุการเกษตรค่าวัสดุวิทยาศาสตร์และสารเคมี ให้แจกแจงรายละเอียดว่าคืออะไร

17. การรายงานความก้าวหน้าติดตามและประเมินผล : ผู้รับผิดชอบโครงการต้องดำเนินการ ดังนี้

- (1) รายงานความก้าวหน้าโครงการผ่านระบบคลินิกเทคโนโลยีออนไลน์ (CMO) รายไตรมาส
- (2) ผู้รับผิดชอบโครงการต้องให้ผู้รับบริการตอบแบบสำรวจวัดความพึงพอใจผู้รับบริการในขณะจัดกิจกรรม และผู้รับผิดชอบโครงการต้องให้ผู้รับบริการตอบแบบติดตามผลการนำไปใช้ประโยชน์หลังสิ้นสุดการดำเนินงานของโครงการ ก่อนจัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์
- (3) ผู้รับผิดชอบโครงการต้องคำนวณมูลค่าทางเศรษฐกิจ และ B/C ratio ของโครงการ (ระบุที่มาของตัวเลขและแสดงวิธีการคำนวณให้ชัดเจน)
- (4) จัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์เป็นอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์พร้อมหนังสือนำเสนอจากหน่วยงาน ภายใน 15 วัน หลังสิ้นสุดปีงบประมาณ (ภายในวันที่ 15 ตุลาคม) หรือนับจากวันสิ้นสุดระยะเวลาดำเนินโครงการ (กรณีขอขยายเวลา) ยกเว้นมีเหตุจำเป็น หรือสุดวิสัย โดยต้องแจ้งให้ สป.อว. ทราบล่วงหน้าและต้องระบุเหตุผลไว้ในหนังสือจัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ถึง สป.อว. ให้ชัดเจน
- (5) การขอขยายเวลา หากคาดว่าโครงการจะไม่สามารถจัดกิจกรรมตามแผนที่วางไว้และมีความจำเป็นต้องขอขยายเวลา ผู้รับผิดชอบโครงการต้องจัดทำหนังสือขอขยายเวลาโดยผู้บริหารหน่วยงานเป็นผู้ลงนาม ในหนังสือถึง ปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม แจ้งให้ สป.อว. ทราบ ก่อนสิ้นสุดระยะเวลาดำเนินโครงการ ไม่เกิน 15 วัน เพื่อดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป

18. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ :

การจัดกิจกรรมหรือการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการในรูปแบบต่างๆ เช่น แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ จดหมายข่าว วารสาร และสื่ออื่นใด **ต้องมีข้อความและสัญลักษณ์ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม** ซึ่งเป็นผู้ให้การสนับสนุนงบประมาณปรากฏทุกครั้ง และโครงการยินดีให้ความร่วมมือเข้าร่วมจัดแสดงผลงานในกิจกรรมต่างๆ ตามที่ สป.อว. ร้องขอ พร้อมทั้งทำตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ระบุในคู่มือการดำเนินงานฯ ทุกประการ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สินินาถ วิกรมประสิทธิ์)

ผู้เสนอโครงการ

ตำแหน่ง คณบดีคณะวิทยาการจัดการ



**แบบสำรวจข้อมูลความต้องการผู้ประกอบการ
แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (BCE) ประจำปีงบประมาณ 2569**

เรื่อง ขอเข้าร่วมแพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (BCE)
เรียน ปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
สิ่งที่ส่งมาด้วย รายชื่อสมาชิกของสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ

ด้วย นางธมนภัทร สมภาร มีความประสงค์ที่จะนำความรู้และงานวิจัยด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมและความรู้ในการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการ ไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจชุมชน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ประกอบการ

ชื่อสถานประกอบการ เครื่องขยายวิสาหกิจชุมชนสมาร์ทชิตตังวังขึ้นโมเดล 4.0 ที่ตั้งสถาน
ประกอบการ 550 หมู่ 1 ตำบล วังขึ้น อำเภอวังขึ้น จังหวัดแพร่ 54160
พิกัดละติจูด : 17.8926° N ลองจิจูด : 99.6012° E
ชื่อประธาน นางธมนภัทร สมภาร เบอร์โทร 063-9798263

ชื่อผู้ประสานงาน นางสาวนันท์ จิรกุลธนิโนโชติ เบอร์โทร 096-2899196

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการประกอบการ

รูปแบบธุรกิจ ☐ ผู้ประกอบการรายเดียว ☐ หุ้นส่วน/ห้างหุ้นส่วน จำกัด ☐ บริษัทจำกัด
☐ ผู้ประกอบการ OTOP ☒ วิสาหกิจชุมชน ☐ สหกรณ์ ☐ กลุ่มอาชีพ ☐ กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่ยังไม่จดทะเบียน

☐ ผู้ประกอบการรายเดียว

จำนวนสมาชิก 7 คน ปีที่ก่อตั้ง 2563 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปี ทุนจดทะเบียน 100,000 บาท

ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่ายอยู่

ชื่อผลิตภัณฑ์ โกโก้เมล็ดแห้ง ยอดขายต่อเดือน 300 กิโลกรัม รายได้ต่อเดือน 60,000 บาท

ชื่อผลิตภัณฑ์ ส้มเขียวหวาน ยอดขายต่อเดือน 3,000 กิโลกรัม รายได้ต่อเดือน 45,000 บาท

กลุ่มลูกค้า ผู้ประกอบการแปรรูปโกโก้ และร้านค้าที่ขายเครื่องดื่มโกโก้ ข้าราชการ วิทยาลัย
กลุ่มคนรักสุขภาพ

แหล่งจำหน่ายสินค้า บูธที่ส่วนราชการจัด ร้านของฝาก ในอำเภอมือง เพจวังคำฟาร์ม และกลุ่มไลน์

ส่วนที่ 3 ประเด็นความต้องการพัฒนาสินค้าและบริการ

ปัญหาที่เกิดขึ้น	ความต้องการด้าน วทน.
ด้านคุณภาพและมาตรฐาน 1. ขาดการรับรองมาตรฐานบริการ SHA/สุขอนามัย ทำให้ขาดความน่าเชื่อถือในการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ 2. ผลิตภัณฑ์ (อาหาร/หัตถกรรม/สมุนไพร) ยังไม่มีมาตรฐาน มพข. หรือบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูด/เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	1. เทคโนโลยีการจัดการมาตรฐาน ต้องการระบบ/คู่มือ/ผู้เชี่ยวชาญในการติดตั้งระบบ Food Safety และสุขอนามัย (HACCP/GMP เบื้องต้น) 2. นวัตกรรมการออกแบบ ต้องการผู้เชี่ยวชาญด้าน Design Thinking เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและยั่งยืน (Green Packaging)
ด้านการตลาดและการเข้าถึงลูกค้า 1. การขายพื้ทางช่องทางออนไลน์เป็นหลักขาดช่องทางขายออนไลน์ ที่เป็นระบบ 2. ขาดทักษะดิจิทัล ในการสร้างคอนเทนต์, ถ่ายภาพ, และบริหารจัดการลูกค้าออนไลน์ 3. ไม่มีระบบข้อมูลนักท่องเที่ยว และเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกัน (ไม่เป็น Smart Tourism)	1. เทคโนโลยี E-commerce ต้องการ E-commerce Platform กลางของวังชิ้น หรือการฝึกใช้แพลตฟอร์มตลาดออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ 2. องค์ความรู้ Digital Marketing ต้องการการอบรมเชิงลึกด้าน Digital Storytelling และการใช้เครื่องมือ Social Media ในการโฆษณา 3. ระบบสารสนเทศการท่องเที่ยว ต้องการความช่วยเหลือในการจัดทำ Smart Tourism Website หรือ Application (ตามแนวคิด Smart City) และการใช้ QR Code ในการให้ข้อมูล
ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มและธุรกิจ 1. ไม่สามารถต่อยอดภูมิปัญญา (เช่น สมุนไพร, ผ้าทอ กะเหรี่ยง) ให้เป็นผลิตภัณฑ์/บริการที่มีมูลค่าสูงได้ 2. ขาดโมเดลธุรกิจที่ชัดเจนในการสร้างธุรกิจเพื่อสังคม (SE) และขาดกลไกการวัดผลกระทบ	1. วิทยาศาสตร์ประยุกต์ ต้องการองค์ความรู้ในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ Wellness (เช่น การแปรรูปสมุนไพร/เกษตรอินทรีย์) ให้ได้มาตรฐาน 2. นวัตกรรมการจัดการ ต้องการผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบ Business Model ที่เน้นประสบการณ์ (Experience Design) และการวางแผน SE Management
ด้านความยั่งยืนและการจัดการทรัพยากร 1. มีปัญหาในการจัดการขยะ/ของเสีย จากการท่องเที่ยวและเกษตรกรรม 2. ขาดความรู้ในการนำหลักการรักษาสีงแวดล้อม (Green Industry) มาประยุกต์ใช้	1. นวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม ต้องการเทคนิค/เครื่องมือในการจัดการของเสียและสร้างผลิตภัณฑ์ Upcycling (ตามแนวคิด Circular Economy) 2. องค์ความรู้ Green Tourism ต้องการการอบรมเรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อมและการประหยัดพลังงานในธุรกิจบริการ
ลงชื่อ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สินีนาฏ วิกรมประสิทธิ์. (ตัวบรรจง) หมายเลขโทรศัพท์ 098-7478185 ผู้สำรวจข้อมูล วันที่ 16 กันยายน 2569	ลงชื่อ.....นางธมนภัทร สมภาร.....(ตัวบรรจง) หมายเลขโทรศัพท์ 063-9798263 ผู้ให้ข้อมูล วันที่ 16 กันยายน 2569

หมายเหตุ

๑. กรุณาแนบรายชื่อผู้เข้าร่วมโครงการทุกคน
๒. ต้องแสดงแบบสำรวจข้อมูลความต้องการผู้ประกอบการ(BCE) ทุกปีที่เสนอโครงการ

รายชื่อผู้เข้าร่วมโครงการ

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ที่อยู่	อาชีพ	รายได้ปัจจุบัน ต่อปี
1	นางธมนภัทร สมภาร	319/2 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	220,000
2	นางสิวนันท์ จิรกุลธนินโชติ	186 ม.16 ต.แม่พุง อ.วังชัน จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	200,000
3	นายภัทรพงษ์ ใจเอี้ยง	98/1 ม.9 ต.แม่พุง อ.วังชัน จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	200,000
4	นางภัทชา ตนะทิพย์	124 ม.16 ต.แม่พุง อ.วังชัน จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	200,000
5	นายสินชัย พุกจินดา	170 ม.6 ต.สรอย อ.วังชัน จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	300,000
6	นายเสถียร ถาบุญ	153 ม.3 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	150,000
7	นางลภัสนันท์ อินต๊ะยศ	281/6 ม.8 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	150,000
8	นางปพนพัชร์ สมภาร	550 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	150,000
9	นายพิชิตพงษ์ บริสิน	551 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	200,000
10	นายศักดิ์ดา ต้นตื้อ	351 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	150,000
11	นางพนารัตน์ พงษ์สุรัตน์	331/1 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	400,000
12	นายเชียร คำหลู่	313 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	100,000
13	น.ส.ปวีศา สัจจะธีรกุล	557 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	ค้าขาย	150,000
14	นายอนงค์ ตาดดา	115 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	ค้าขาย	200,000
15	นางบุญยก ลังกาพิมพ์	253/3 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	100,000
16	นายนิล รินตัน	308 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	90,000
17	นายจักรดูล โนคำ	540 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	ธุรกิจ ส่วนตัว	300,000
18	นายศักดิ์ดา แถมใจ	287/1 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	200,000
19	นายสมยศ อินต๊ะยศ	281/6 ม.8 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	ค้าขาย	200,000
20	นางสมศรี ปาเต็ม	134/1 ม.10 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	90,000
21	นางจันทร์เพ็ญ สุรินทร์	120/2 ม.10 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	90,000
22	นายยศพนธ์ สุราช	480/1 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	รับจ้าง	100,000
23	นายล้วน จริยรัตน์กุล	290/1 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	ค้าขาย	100,000
24	นายทาน ไชยมงคล	283/2 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	100,000
25	นายมานพ บริสิน	98 ม.13 ต.แม่พุง อ.วังชัน จ.แพร่	รับจ้าง	100,000
26	นางแอนนา ภู่อี่ยม	196 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	200,000
27	นางกฤตยา เดชมงคลวัฒนา	552 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	150,000
28	นายพันธ์ ถาบุญ	544 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	150,000
29	นางสมชาย เขยฟู	287 ม. 1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	150,000
30	นายปัน กันทะวงศ์	284 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	90,000
31	นายมังกร นันตีสาร	345 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	150,000
32	นายประยุทธ ทะนันชัย	348/1 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	150,000
33	นายปัญญา กระหวาย	352/1 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	รับจ้าง	100,000
34	นายอภิชัย จิรกุลพร	437 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	ค้าขาย	100,000
35	นายสามารถ ชันคำ	285/1 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	ค้าขาย	100,000
36	นายสุวิจิตร ราชสิกข์	66/6 ม.2 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	ธุรกิจ ส่วนตัว	150,000
37	น.ส.คำมูล เพี้ยง่า	550 ม. ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	แม่บ้าน	50,000
38	นางจันทา คำหลู่	313 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	50,000
39	นางหมั่น อินต๊ะหา	253/2 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	60,000

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ที่อยู่	อาชีพ	รายได้ปัจจุบัน ต่อปี
40	นายนิยม เขียวดี	170/2 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	120,000
41	นายวงศ์เนตร วิใจยา	53/3 ม.8 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	150,000
42	นางพรลภัส แสงสร้อย	581 ม.5 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	150,000
43	นางสายรุ้ง หนองบัว	18/2 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	90,000
44	นายสมชาย ไชยเขียว	108/2 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	150,000
45	นางมะลิ ตาแก้ว	331 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	150,000
46	นายพุทธ กันทะวงศ์	487/2 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	60,000
47	นายธณเกียรติ คำน้อย	86 ม.15 ต.แม่พุง อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	150,000
48	นางอุ๊ต ตาตา	115 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	100,000
49	พ.ต.ท.ธนนันเศรษฐ์ อาจโพธิ์	155 ม.10 ต.นาพูน อ.วังชัน จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	200,000
50	นางพรทิพย์ ต้นต้อ	351 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	60,000



แบบฟอร์มการนำผลงานวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์

ชื่อกลุ่ม_เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสมรรถทิดดี วังขึ้น

โมเดล 4.0

ที่อยู่...550 หมู่ 1 ตำบล วังขึ้น อำเภอวังขึ้น

จังหวัดแพร่ 54160

วันที่ 16 เดือน กันยายน พ.ศ. 2569

เรื่อง การนำผลงานวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์

เรียน ปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

ตามที่ สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ร่วมกับ คลินิกเทคโนโลยีเครือข่าย ได้ดำเนินโครงการส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตและเศรษฐกิจชุมชน เพื่อนำผลงานวิจัยและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ไปถ่ายทอด บ่มเพาะ เพิ่มศักยภาพให้แก่ชุมชน วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ กลุ่มเกษตรกร นั้น

ข้าพเจ้า นายธนภัทร สมภาร ชื่อกลุ่ม_เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสมรรถทิดดีวังขึ้นโมเดล 4.0 และสมาชิกกลุ่ม/ชุมชน จำนวน....50....คนได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี องค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ดังนี้ (ระบุได้มากกว่า 1 เรื่อง/เทคโนโลยี/องค์ความรู้)

เทคโนโลยี/องค์ความรู้	ผลของการใช้องค์ความรู้/เทคโนโลยี (เพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย มาตรฐาน อื่น ๆ)
1. องค์ความรู้การจัดการมาตรฐานบริการ (Standardization Knowledge)	1. มาตรฐาน ผู้ประกอบการบริการ (ที่พัก, ร้านอาหาร, มัคคุเทศก์) มี มาตรฐาน SHA/สุขอนามัย และการให้ความรู้ (มัคคุเทศก์ท้องถิ่น) 2. เพิ่มรายได้ สร้างความน่าเชื่อถือ ดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพที่ต้องการความปลอดภัยและยินดีจ่ายค่าบริการที่สูงขึ้น
2. เทคโนโลยี E-commerce Platform/Smart Tourism Website	1. เพิ่มรายได้ ขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและ Signature Tour Packages ไปสู่ตลาดออนไลน์ทั่วประเทศและต่างประเทศโดยตรง 2. ลดรายจ่าย : ลดการพึ่งพาตัวกลาง (Agency) และลดต้นทุนการตลาดแบบดั้งเดิม 3. มาตรฐาน ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและบริการถูกจัดเก็บและนำเสนออย่างเป็นระบบ (Smart Tourism)
3. องค์ความรู้ Digital Storytelling & Content Creation	1. เพิ่มรายได้ เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการด้วย "เรื่องเล่า" (อัตลักษณ์ วังขึ้น, ภูมิปัญญาผ้าทอ) ที่ดึงดูดความสนใจและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง 2. มาตรฐาน การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นมืออาชีพและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Brand Identity)

4. นวัตกรรมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Green Packaging) และ มผช.	1. เพิ่มรายได้ สินค้าชุมชน (สมุนไพร, ผ้าทอกระเหรี่ยง) มี มูลค่าเพิ่ม และสามารถวางจำหน่ายในตลาดระดับพรีเมียมได้มากขึ้น 2. มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพตามเกณฑ์ มผช. และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (สอดคล้องกับ Green Industry) 3. ลดรายจ่าย ลดความเสี่ยงในการถูกตีกลับสินค้าเนื่องจากไม่ได้มาตรฐาน
5. องค์ความรู้การปรับโครงสร้างเป็นธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE)	1. เพิ่มรายได้ เข้าถึงแหล่งเงินทุนและโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ที่สนับสนุน SE 2. มาตรฐาน การบริหารจัดการมีความโปร่งใสและสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมอย่างวัดผลได้ (SIA) 3. ยกระดับคุณค่าทางสังคม สร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนในระยะยาว
6. นวัตกรรม Circular Economy (Upcycling) และ Green Tourism	1. ลดรายจ่าย เปลี่ยน ของเสีย/วัสดุเหลือใช้ (เช่น เศษผ้า, วัสดุเกษตร) ให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ (Upcycling) ลดต้นทุนการกำจัดขยะ 2. มาตรฐาน ธุรกิจบริการมีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี ได้รับการยอมรับในฐานะ Green Business

ซึ่งกลุ่มได้นำความรู้ดังกล่าวไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพ การพัฒนาชุมชน พัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถเพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย และพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

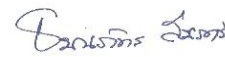
จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สินีนารถ ภิรมประสิทธิ์)
ผู้รับผิดชอบโครงการ

ขอแสดงความนับถือ



(นางธมนภัทร สมภาร)
ประธานกลุ่มฯ

ภาคผนวก

ประวัติแบบย่อของคณะทำงาน

1.. ประวัตินักวิจัย

1.1 ชื่อ-นามสกุล(ภาษาไทย) นางสินีนารถ วิกรมประสิทธิ์

(ภาษาอังกฤษ)

Mrs. Sineenat Vikromprasit

เพศหญิง

วันเดือนปีเกิด 28 กรกฎาคม 2515

ตำแหน่งปัจจุบัน (อาจารย์, ผศ., รศ., ศ., ตำแหน่งทางราชการ) ผู้ช่วยศาสตราจารย์

สถานที่ติดต่อ (ที่ทำงาน) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่

โทรศัพท์/โทรสาร

055-416623 ต่อ 1500

E-mail – address :

bell_punya@hotmail.com

ที่อยู่ (ที่บ้าน)

40/3 หมู่ 2 ต.ป่าเมต อ.เมือง จ.แพร่ 54000

โทรศัพท์/โทรสาร

098-7478185

ประวัติการศึกษา (ปริญญาตรี- เอก ; สาขา และสถาบัน)

คุณวุฒิ	ปี พ.ศ. ที่จบ	ชื่อสถานศึกษา/ประเทศ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต(บริหารธุรกิจ)	2545	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ศิลปศาสตรบัณฑิต (การจัดการทั่วไป)	2538	สถาบันราชภัฏลำปาง

ประวัติการทำงาน

ปีที่ปฏิบัติงาน	หน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงาน
31มีนาคม 2564 - ปัจจุบัน	คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
10 เมษายน 2558 – 30 มีนาคม 2564	รองคณบดีฝ่ายบริหาร
20 มิถุนายน 2556 - 10 เมษายน 2558	หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ
30 ธันวาคม 2548 - 20 มิถุนายน 2556	ผู้ประสานงานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (2 ปีต่อเนื่อง) คณะวิทยาการจัดการ

การวิจัยและผลงานวิชาการ

ก. ผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติและนานาชาติ

1. สีนินาถ วิกรมประสิทธิ์. (2552). **การจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการของนักศึกษาวิชาการบริหารการตลาดที่เอื้อต่อวิสาหกิจชุมชน อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์**. การประชุมวิชาการงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นที่สนองยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่ภาคเหนือ ครั้งที่ 5. 1-2 สิงหาคม 2552. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.
2. PermsakPantaeng, SineenatVikromprasit, SukunyaSujakom and SirikrandaHamkrong. (2011). **Value Added of Woven Cloth Product Building for Developing Distribution Channel of Namrid Village Cloth Weaving Women's Group, Moo 1Namrid Sub-district, MuangDestrict, Uttaradit Province**. International Conference The Inter-University Cooperation Program "Regional Stability through Economic, Social and Environmental Development in the Greater Mekong Sub-region ang Asia-Pacific" Venue :Kelaniya University, Colombo, Republic of Sri Lanka. ChiangraiRajabhat University Thailand, The Institute of International Education, Kelaniya University, Republic of Sri Lanka. 7- 12 August, 2011.
3. Watchraporn Areerattanasak, SineenatVikromprasit, ThanyaJantrong, ParsiriKhetpiyarat, and UsaneeMarkprayoon. (2012). **Guideline for Tourism Executive Management at Poo-Soi-Down National Park, Uttaradit**. International Conference The Inter-University Cooperation Program "ASEAN Knowledge Networks for the Economy, Society, Culture, and Environmental Stability" Venue : Kyung Hee University, Seoul, Republic of Korea ChiangriaRajabhat University Thailand, The Institute of International Education, Kyung Hee University, Republic of Korea. 8-13 กรกฎาคม 2555.
4. สีนินาถ วิกรมประสิทธิ์. (2556). **การประเมินผลชุดการเรียนรู้“เรื่อง การทำเห็ดนางฟ้าและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เห็ดนางฟ้า**. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์. ปีที่ 8 ฉบับที่ 2. กรกฎาคม-ธันวาคม 2556.
5. สีนินาถ วิกรมประสิทธิ์และคณะ. (2557). **การศึกษาและพัฒนาระบบการจัดการธุรกิจเกษตร : การจัดการแผนธุรกิจชาวอินทรีย์ ตำบลวังดิน อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์**. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์. ปีที่ 9 ฉบับที่ 2. กรกฎาคม-ธันวาคม พ.ศ. 2557.
6. อีราวัฒน์ ชมระกา, สีนินาถ วิกรมประสิทธิ์และจิตารัตน์ เหมือนเดชา. (2557). **การศึกษาพัฒนาระบบการจัดการธุรกิจเกษตร:การจัดการแผนธุรกิจชาวอินทรีย์**. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมทางวิชาการระดับชาติ ด้านธุรกิจและเศรษฐกิจ ครั้งที่ 7. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
7. ศรีไพร สกุลพันธุ์, สีนินาถ วิกรมประสิทธิ์และกุลยา อุปพงษ์. **รูปแบบการตลาดเพื่อสังคม : กรณีศึกษาระบบธุรกิจชาวอินทรีย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์**. ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2559.
8. ภาศิริ เขตปิยรัตน์, สีนินาถ วิกรมประสิทธิ์และคณะ. (2560). **การศึกษาช่องทางการจัดหน่ายของธุรกิจเกษตรทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์**. การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติด้านบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้" The 5th National & International Conference Business

Administration 2017. “Digital Economy Thailand 4.0” วันที่ 9-10 มีนาคม 2560. ณ โรงแรมดิเอ็มเพรส เชียงใหม่.

9. ศรีไพร สกุลพันธุ์, เจษฎา มิ่งฉาย, สินีนาถ วิกรมประสิทธิ์ และวริศรา ดวงตาน้อย. **รูปแบบห่วงโซ่อุปทานธุรกิจเกษตรอินทรีย์ : กรณีศึกษากิจการเพื่อสังคมบุญดำรงกรีนฟาร์ม จังหวัดอุดรดิตถ์.** การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 “วิทยาการจัดการวิชาการ 2017: การวิจัยยุคประเทศไทย 4.0” มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

10. วิสุทธิ สุขบำรุง, สินีนาถ วิกรมประสิทธิ์, อิดารัตน์ เหมือนเดชาและสุกัญญา สุจาคำ. **ศักยภาพการจัดการธุรกิจของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์.** รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏอุดรดิตถ์วิจัย 2561 วันที่ 2-3 สิงหาคม 2561. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์. 469-483.

11. ภาศิริ เขตปิยรัตน์, สินีนาถ วิกรมประสิทธิ์, วิสุทธิ สุขบำรุง, สุกัญญา สุจาคำ, อิดารัตน์ เหมือนเดชา, เพิ่มศักดิ์ พันธุ์แดง, นันทมนัส หอมเพ็ญและกรรมนิการ์ ธรรมสรวง. **การพัฒนาแผนธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานของทุเรียนหลงลับแลจังหวัดอุดรดิตถ์.** รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ TheTH Engagement Thailand Annual Conference 2019 พันธกิจสัมพันธ์ตามศาสตร์พระราชา เพื่อสร้างคุณค่าและพัฒนาชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน วันที่ 3-5 กรกฎาคม 2562. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์. 53-61.

12. วริศรา ดวงตาน้อย, สุพรรณ จิตต์มั่น, วรพรรณ รัตนทรงธรรม, ตุลพร จันทร์กวิกรรมนิการ์ ธรรมสรวง, สินีนาถ วิกรมประสิทธิ์, ศรีไพร สกุลพันธุ์และวิสุทธิ สุขบำรุง. **ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมในกลุ่มผู้สูงอายุ : กรณีศึกษารณาคารขยะชุมชนคนปางต้นผึ้ง ตำบลบ้านดำนานาขาม อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์.** รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ The^{6TH} Engagement Thailand Annual Conference 2019 พันธกิจสัมพันธ์ตามศาสตร์พระราชา เพื่อสร้างคุณค่าและพัฒนาชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน วันที่ 3-5 กรกฎาคม 2562. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์. 73-80.

13. สินีนาถ วิกรมประสิทธิ์, อิดารัตน์ เหมือนเดชา, ภาศิริ เขตปิยรัตน์, สุกัญญา สุจาคำและเพิ่มศักดิ์ พันธุ์แดง. (2563). **การสื่อสารการตลาดคุณภาพทุเรียนหลงลับแล-หลินลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์.** วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม 2563.

14. เพิ่มศักดิ์ พันธุ์แดง, สุกัญญา สุจาคำ, สินีนาถ วิกรมประสิทธิ์ และภาศิริ เขตปิยรัตน์. **รูปแบบการสร้างผู้ประกอบการดำเนินกิจการเพื่อสังคม สำหรับหนุนเสริมระบบบริหารจัดการขยะและชุมชนแบบมีส่วนร่วมองค์การบริหารส่วนตำบลป่าคา.** รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติวิทยาการจัดการวิชาการ 2020 : ศาสตร์พระราชากับการพัฒนางานวิจัยภายใต้การเปลี่ยนแปลง. วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2563. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.

15. ภาศิริ เขตปิยรัตน์ ธนกร สิริสุคันธา สินีนาถ วิกรมประสิทธิ์ สุกัญญา สุจาคำ วิสุทธิ สุขบำรุง กมลวรรณ มั่งคั่ง และ ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์. **การพัฒนาระบบและกลไกการขับเคลื่อนการจัดการมาตรฐานคุณภาพทุเรียนหลง-หลินลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์ : กรณีศึกษาตำบลบ้านดำนานาขาม.** วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564. หน้า 76-88.

16. ศรีไพร สกุลพันธุ์, สินีนาถ วิกรมประสิทธิ์, วริศรา ดวงตาน้อย, สุพรรณ จิตต์มั่น. (2564). **การตลาดออนไลน์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดน่าน.** รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 10 และครั้งที่ 3 : วิทยาการจัดการวิชาการ 2021 ภายใต้หัวข้อ “นวัตกรรมวิจัยสู่การยกระดับเศรษฐกิจฐานราก” วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2564 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.

17. ภาศิริ เขตปิยรัตน์, วัชรภรณ์ อารีรัตนศักดิ์, สีนินาถ วิกกรมประสิทธิและอาภา ไสยสมบัติ. แรงจูงใจและกลยุทธ์การตลาดบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชัน สั่งอาหารของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม – มีนาคม 2567. หน้า 59-72.

18. ศรีไพร สกุลพันธ์, สีนินาถ วิกกรมประสิทธิ และปิยวรรณ ปาลาศ. (2568). รูปแบบธุรกิจพฤติกรรม ผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมบำรุงผิวหน้าจากสารสกัดจากชาเขียว. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. 5(1). 16-30.

19. Vikromprasit, S. and Khetpiyarat, P. (2025). The causal relationship of factors affecting the professional entrepreneurship of the cultural tourism and creative economy business in Phrae and Nan provinces. Journal of Business, Innovation and Sustainability (JBIS). 20(4) pp. 56-71. (October-December 2025)

20. สุพรรณ จิตต์มั่น, วัชรดา ดวงตาน้อย, สีนินาถ วิกกรมประสิทธิ, วิไลวรรณ ศรีหาตา และวิสุทธิ สุขบำรุง. วิเคราะห์ต้นทุนและการกำหนดราคาขายในผลิตภัณฑ์ใหม่ คลัสเตอร์เกษตรแปรรูป น่าน ออโรกายใต้แบรนด์ OriginaN จังหวัดน่าน. วารสารปราชญ์ประชาคม. ปีที่ 3 ฉบับที่ 6 พฤศจิกายน-ธันวาคม 2568. หน้า 195-216.

ข. ผลงานอื่นๆ

1. หัวหน้าโครงการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมในจังหวัดน่าน เช่น วิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านนาปางพัฒนาต.บ่อสวก อ. เมืองจ.น่าน, วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวงต.บ่อสวก อ.เมืองน่านจ.น่าน, กลุ่มแปรรูปลูกชิด บ้านพีเหนือ ต.บ้านพี อ.บ้านหลวง จ.น่าน, กลุ่มมะขาม ปี 2562 – 2566

2. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์จากทรัพยากรพื้นถิ่น เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก จังหวัดน่าน กรณีศึกษา วิสาหกิจน่านอะโกร (คลัสเตอร์ OriginaN) ปี 2567 – 2569

3. โครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG (U2T for BCG) ตำบลแม่ยางฮ่อ อำเภอร่องวาง จังหวัดแพร่ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

4. โครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG (U2T for BCG) ตำบลห้วยไร่ อำเภอเด่นชัย จังหวัดแพร่ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

5. โครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG (U2T for BCG) ตำบลแม่ยางร้อง อำเภอร่องวาง จังหวัดแพร่ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

1.2. ชื่อ-นามสกุล(ภาษาไทย) นางสาวภาศิริ เขตปิยรัตน์

(ภาษาอังกฤษ) Miss Pasiri Khetpiyarat
 เพศหญิง วันเดือนปีเกิด 28 มกราคม 2518
 ตำแหน่งปัจจุบัน (อาจารย์, ผศ., รศ., ศ., ตำแหน่งทางราชการ) ผู้ช่วยศาสตราจารย์
 สถานที่ติดต่อ (ที่ทำงาน) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ
 โทรศัพท์/โทรสาร 055-411096 ต่อ 1500
 E-mail – address : uttcom01@gmail.com
 ที่อยู่ (ที่บ้าน) 64/2 ถนนร่องซ้อ ต. ในเวียง อ. เมือง จ. แพร่ 54000
 โทรศัพท์/โทรสาร 065-0054745

ประวัติการศึกษา (ปริญญาตรี- เอก ; สาขา และสถาบัน)

คุณวุฒิ	ปี พ.ศ. ที่สำเร็จการศึกษา	ชื่อสถานศึกษา/ประเทศ
บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต (การบริหารธุรกิจ)	2556	มหาวิทยาลัยนเรศวร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การบริหารธุรกิจ)	2545	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
บัญชีบัณฑิต (การบัญชี)	2541	มหาวิทยาลัยพายัพ

ประวัติการทำงาน

ปีที่ปฏิบัติงาน	หน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงาน
2557 - ปัจจุบัน	ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
2556 –2557	เลขานุการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
2541 - 2546	อาจารย์ วิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่

การวิจัยและผลงานวิชาการ

ก. ผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติและนานาชาติ

1. Watchraporn Areerattanasak, Sineenat Vikromprasit, Thanya Jantrong, Parsiri Khetpiyarat, and Usanee Markprayoon. (2012). **Guideline for Tourism Executive Management at Poo-Soi-Down National Park,Uttaradit**. International Conference The Inter-University Cooperation Program "ASEAN Knowledge Networks for the Economy, Society, Culture, and Environmental Stability" Venue : Kyung Hee University, Seoul, Republic of Korea Chiangrai Rajabhat University Thailand, The Institute of International Education, Kyung Hee University, Republic of Korea. 8 - 13 July 2012.

2. Pasiri Khetpiyarat . (2014). **Organizational Performance through Transformational Leadership and Organizational Learning of Exporting Gems and Jewelry Business in Thailand.** The 7th Asia-Pacific Business Research Conference. Singapore 25 – 26 August 2014..

3. ภาศิริ เขตปิยรัตน์. (2557). **ปัจจัยการจัดการด้านการผลิตที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และเครื่องเรือน อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่.** การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ "พันธกิจสัมพันธ์มหาวิทยาลัยกับสังคม" (Engagement University Initiative). วันที่ 3-4 ธันวาคม 2557.

4. ภาศิริ เขตปิยรัตน์. (2559). **ค่านิยมต่อการใช้ผ้าหม้อห้อมที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่.** การประชุมวิชาการระดับชาติ "วิทยาการจัดการวิชาการ 2016 : การบูรณาการสู่สังคมอาเซียนและสากล. วันที่ 11 มีนาคม 2559.

5. ภาศิริ เขตปิยรัตน์. (2560). **ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของค่านิยมด้านการผลิตการมุ่งด้านการตลาดและการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และเครื่องเรือน อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่.** วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม- เมษายน 2560 (ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์).

6. ภาศิริ เขตปิยรัตน์และคณะ. (2560). **การศึกษาช่องทางการจัดหน่ายของธุรกิจเกษตรทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์.** การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติด้านบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้" The 5th National & International Conference Business Administration 2017. "Digital Economy Thailand 4.0" วันที่ 9 - 10 มีนาคม 2560. ณ โรงแรมดิเอ็มเพรส เชียงใหม่.

7. ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์ และคณะ. (2561). **กระบวนการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดอุดรดิตถ์.** วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ ปีที่ 14 ฉบับที่ 1. ประจำเดือน มกราคม - มิถุนายน 2561.

8. อีราวัฒน์ ชมระกา และคณะ. (2561). **ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของวัฒนธรรมคุณธรรมในองค์กร คุณธรรมการทำงานที่ส่งผลต่อความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์.** การประชุมวิชาการระดับชาติพื้นถิ่น โขง ชี มูล ราชภัฏอุดรธานี ครั้งที่ 3. วันที่ 25 ตุลาคม 2561.

9. กมลวรรณ มั่งคั่ง, ภาศิริ เขตปิยรัตน์, พิชญาพร ฬิรพันธุ์, วิสุทธิ์ สุขบำรุง, นิยดา รักรวงษ์ และสมเกียรติ จิระวงศ์เสถียร. **การพัฒนาตราสินค้าเพื่อสร้างการรับรู้คุณค่าทุเรียนหลงลับแลของชมรมคนรักทุเรียนบ้านด่านนาขาม อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์.** วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

10. ภาศิริ เขตปิยรัตน์, สินีนาถ วิกรมประสิทธิ์, วิสุทธิ์ สุขบำรุง, สุกัญญา สุจาคำ, ธิรัตน์ เหมือนเดชา, เพิ่มศักดิ์ พันธุ์แดง, นันทมนัส หอมเพียงและกรรมนิการ์ ธรรมสร่างกูร. **การพัฒนาแผนธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานของทุเรียนหลงลับแลจังหวัดอุดรดิตถ์.** รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ TheTH Engagement Thailand Annual Conference 2019 พันธกิจสัมพันธ์ตามศาสตร์พระราชา เพื่อสร้างคุณค่าและพัฒนาชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน วันที่ 3-5 กรกฎาคม 2562. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์. 53-61.

11. อีราวัฒน์ ชมระกา และคณะ. (2562). **ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความพร้อมรับผิด วัฒนธรรมคุณธรรมในองค์กร คุณธรรมการทำงานในหน่วยงานที่ส่งผลต่อความปลอดจากการทุจริตและความโปร่งใสขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดอุดรดิตถ์**. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญบุรี. ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 เดือน กรกฎาคม - ธันวาคม 2562. หน้า 268 – 281.
12. สีนินาถ วิกรมประสิทธิ์ ธิตารัตน์ เหมือนเดชา ภาศิริ เขตปิยรัตน์ สุกัญญา สุจาคำและเพิ่มศักดิ์ พันธุ์แดง. (2563). **การสื่อสารการตลาดคุณภาพทุเรียนหลงลับแล-หลินลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์**. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม 2563.
13. ภาศิริ เขตปิยรัตน์ ธนกร สิริสุคันธา สีนินาถ วิกรมประสิทธิ์ สุกัญญา สุจาคำ วิสุทธิ สุขบำรุง กมลวรรณ มั่งคั่ง และ ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์. **การพัฒนาระบบและกลไกการขับเคลื่อนการจัดการมาตรฐานคุณภาพทุเรียนหลง-หลินลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์ : กรณีศึกษาตำบลบ้านดำนนาขาม**. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2564. หน้า 76-88.
14. เพิ่มศักดิ์ พันธุ์แดง ภาศิริ เขตปิยรัตน์ กมลวรรณ มั่งคั่ง สุกัญญา สุจาคำ ชัชวาล ภานุสุภณินันต์ ฐิติวรดา แสงสว่าง นันทมนัส หอมเพียร และกรรณิการ์ ธรรมสรางกูร. **แนวทางการพัฒนาเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดแพร่**. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 10 และ นานาชาติ ครั้งที่ 3 วิทยาการจัดการวิชาการ 2021 นวัตกรรมการวิจัยสู่การยกระดับเศรษฐกิจฐานราก. วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2564 ณ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
15. ภาศิริ เขตปิยรัตน์ เพิ่มศักดิ์ พันธุ์แดง นันทมนัส หอมเพียร กมลวรรณ มั่งคั่ง และสุกัญญา สุจาคำ. **การพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากธัญพืชจังหวัดแพร่สู่การแข่งขันเชิงพาณิชย์**. การประชุมวิชาการระดับชาติ Engagement Thailand ครั้งที่ 7. วันที่ 2 – 3 กันยายน 2564
16. อีราวัฒน์ชมระกา. ชัชชัย สุจริต. ภาศิริ เขตปิยรัตน์. ศิริกานดา แหยมคง และเบญจวรรณ สุจริต. (2565). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายแฟชั่นผ่านช่องทางการตลาดแบบออนไลน์ของประชาชนในจังหวัดอุดรดิตถ์**. วารสารลวศรีมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี. (มกราคม-มิถุนายน), 6(1), 106 – 125.
17. ภาศิริ เขตปิยรัตน์, อีราวัฒน์ ชมระกา และชัชชัย สุจริต. (2565). **การตลาดเชิงประสบการณ์และส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสถาบันเท่งในเขตภาคเหนือ**. วารสารวิชาการและการวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 12(3), 117-134.
18. Khetpiyarat, P. and Wongjinda, C. **Exploratory Factor Analysis of Community Enterprise Success in Uttaradit, Phrae, and Nan Provinces on New Economic Foundations** Journal of Business, Innovation and Sustainability (JBIS). 19(1) (January-March 2024)
19. ภาศิริ เขตปิยรัตน์ วัชรภรณ์ อารีรัตนศักดิ์ สีนินาถ วิกรมประสิทธิ์ และอาภา ไลอยสมบัติ. (2567). **แรงจูงใจ และกลยุทธ์การตลาดบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันสั่งอาหารของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์**. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. 4(1) มกราคม – มีนาคม.

20. ภาศิริ เขตปิยรัตน์ อมรรัตน์ ศรีวิโรจน์ สุภัญชลี อันไชยะ พิษณุพร พืระพันธ์. (2567). คุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. 4(2). เมษายน – มิถุนายน.

21. ภาศิริ เขตปิยรัตน์ และชัชฎา ช่างเรียน. (2568). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสุขทางการเงินของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในยุควิถีชีวิตใหม่. วารสารการบริหารจัดการและการพัฒนาที่ยั่งยืน. 3(3) กรกฎาคม - กันยายน.

22. Vikromprasit, S. and Khetpiyarat, P. (2025). The causal relationship of factors affecting the professional entrepreneurship of the cultural tourism and creative economy business in Phrae and Nan provinces. Journal of Business, Innovation and Sustainability (JBIS). 20(4) pp. 56-71. (October-December 2025)

ข. งานวิจัยที่รับผิดชอบ

1. การศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจเกษตรทุเรียนหลงลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์. สกว.2559.(เล่มสมบูรณ์)

2. การสร้างตราสินค้าที่เป็นมาตรฐานสำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนหลงลับแล ตำบลบ้านด่านนาขาม จังหวัดอุตรดิตถ์ (สกว.) 2559. (เล่มสมบูรณ์)

3. การพัฒนาระบบและกลไกการขับเคลื่อนการจัดการมาตรฐานคุณภาพทุเรียนหลง – หลินลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ : กรณีศึกษาตำบลบ้านด่านนาขาม (สกว.) 2560. (เล่มสมบูรณ์)

4. การสื่อสารการตลาดคุณภาพทุเรียนหลงลับแล-หลินลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์. สกว. 2560. (เล่มสมบูรณ์)

5. ระบบการรับรองและการคุ้มครองผู้บริโภคบนตลาดออนไลน์ของทุเรียนหลงลับแลจังหวัดอุตรดิตถ์ (สกว.) 2562. (เล่มสมบูรณ์)

6. การจัดการโซ่อุปทานธุรกิจไก่เขี้ยวพาลี จังหวัดอุตรดิตถ์ เพื่อการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (สกว.) 2563. (เล่มสมบูรณ์)

7. การพัฒนาและยกระดับห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์โอท็อปแบบครบวงจรของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดอุตรดิตถ์ แพร่ น่าน บนฐานเศรษฐกิจใหม่ (กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.)) 2566. (เล่มสมบูรณ์)

8. ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสุขทางการเงินของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในยุควิถีชีวิตใหม่ (มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร) 2567. (เล่มสมบูรณ์)

ค. ผลงานอื่นๆ

1. หัวหน้าโครงการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมในจังหวัดแพร่ เช่น วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอดผ้าไตรบ้านถิ่น ต.บ้านถิ่น อ.เมือง จ.แพร่, กลุ่มวิสาหกิจฝ้ายกลายย้อมคราม บ้านต้นห้า ต.ป่าแม่ต อ.เมือง จ.แพร่, กลุ่มผ้าต้นมือบ้านบุญแจ่ม ต.น้ำเลา อ.ร้องกวาง จ.แพร่, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตสมุนไพรหนองสวรรค์ ต.บ้านกลาง อ.สอง จ.แพร่และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากธัญพืช ต.วังหลวง อ.หนองม่วงไข่ จ.แพร่ ระหว่างปี 2562 -2569

2. ดำรงเฉลิมพระเกียรติ ยุทธวิธีการประกอบธุรกิจอย่างมีอาชีพ

3. เอกสารประกอบการสอน ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ

บทที่ 2

ผลการดำเนินงาน

การรายงานผลการดำเนินงานโครงการปีที่ 1 ประกอบด้วยแผนการดำเนินงานและสถานะการดำเนินงาน สรุปขั้นตอนการดำเนินงานตามแผนของแต่ละกิจกรรม และการประเมินผลการดำเนินกิจกรรมของโครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 แผนการดำเนินงานของโครงการและสถานะการดำเนินงาน

ตารางที่ 2.1 แผนการดำเนินงานและสถานะการดำเนินงานของแต่ละกิจกรรม

กิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินการ	เสร็จแล้ว	ขอขยายเวลา
1. การถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการตลาด การบริหารจัดการกลุ่ม การผลิต การบัญชีรายรับ-รายจ่าย	24 เม.ย. – 30 มิ.ย. 2569 (จัดอบรม 20–21 มิ.ย. 2569)	✓	-
2. การอบรมมาตรฐานบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (สุขอนามัย/Food Safety)	1 มิ.ย. – 31 ก.ค. 2569 (จัดอบรม 30 มิ.ย. – 1 ก.ค. 2569)	✓	-
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และยื่นขอ มพช./อย.	1 ก.ค. – 30 ก.ย. 2569	✓	-
4. การจัดทำ QR Code/Digital Content/Digital Storytelling เพื่อรองรับการท่องเที่ยวชุมชน	1 ก.ค. – 30 ก.ย. 2569	✓	-
แผนเงิน ตามไตรมาส	ไตรมาส 3 (เม.ย.–มิ.ย.) 80,000 บาท ไตรมาส 4 (ก.ค.–ก.ย.) 122,800 บาท	✓	-

การดำเนินงานเป็นไปตามแผนการดำเนินงานในระยะปีที่ 1 “การสร้างรากฐาน (Standardization)” ของแผนยุทธศาสตร์ 3 ปี ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างมาตรฐานบริการและผลิตภัณฑ์ การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการ และการเตรียมความพร้อมด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเบื้องต้น สอดคล้องกับ Theory of Change และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ต้นทางของโครงการ ดังรายละเอียดในตาราง Mapping Matrix ต่อไปนี้

ตารางที่ 2.2 Mapping Matrix ความเชื่อมโยงกิจกรรมกับห่วงโซ่คุณค่าและตัวชี้วัด

กิจกรรม	ช่วงเวลาดำเนินการ	ผู้รับบริการ/กลุ่มเป้าหมาย	ตำแหน่งในห่วงโซ่คุณค่า	ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง (KPI)
กิจกรรมที่ 1 ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด กลุ่ม การผลิต และบัญชี	20–21 มิถุนายน 2569	เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสมารถชีวิตยั่งยืน โมเดล 4.0 และผู้ประกอบการในพื้นที่ 50 คน	ต้นทาง (Input): สร้างองค์ความรู้พื้นฐานด้านการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน	ผู้รับการถ่ายทอด 50 คน ความพึงพอใจร้อยละ 88.20
กิจกรรมที่ 2 อบรมมาตรฐานบริการ (สุขอนามัย/Food Safety)	30 มิ.ย. – 1 ก.ค. 2569 และ ก.ค. – ก.ย. 2569	ผู้ประกอบการที่พัก ร้านอาหาร และกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน 10 กลุ่ม	ต้นทาง–กลางทาง (Input–Process): พัฒนามาตรฐานสู่	ผู้ประกอบการ 10 กลุ่ม ได้รับมาตรฐานเบื้องต้น ผลิตภัณฑ์พัฒนา 5

กิจกรรม	ช่วงเวลา ดำเนินการ	ผู้รับบริการ/ กลุ่มเป้าหมาย	ตำแหน่งในห่วงโซ่ คุณค่า	ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง (KPI)
และกิจกรรมที่ 3 พัฒนา ผลิตภัณฑ์			SHA/GHP และ ผลิตภัณฑ์สู่ มผช./อย.	ผลิตภัณฑ์ ความพึง พอใจร้อยละ 90.40
กิจกรรมที่ 4 QR Code/Digital Content/Digital Storytelling	กรกฎาคม – กันยายน 2569	ผู้ประกอบการ มีคฤหบดีท้องถิ่น และ เครือข่ายวิสาหกิจ ชุมชน	ต้นทาง-ปลายทาง (Input-Output): ฐานข้อมูลดิจิทัลและสื่อ ประชาสัมพันธ์	เพจ/เว็บไซต์ 1 ช่องทาง วิดีโอ Storytelling 1 เรื่อง Short Clip 1 คลิป ป้ายแผนที่ 4 จุด

2.2 สรุปขั้นตอนการดำเนินงานตามแผนของแต่ละกิจกรรมที่กำหนด

กิจกรรมที่ 1 การถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการตลาด การบริหารจัดการกลุ่ม การผลิต การบัญชีรายรับ-รายจ่าย ในการพัฒนาศักยภาพของชุมชนให้มีความเข้มแข็งเป็นระบบและยั่งยืน

(1) **ชื่อกิจกรรม** การถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการตลาด การบริหารจัดการกลุ่ม การผลิต การบัญชีรายรับ-รายจ่าย ในการพัฒนาศักยภาพของชุมชนให้มีความเข้มแข็งเป็นระบบและยั่งยืน อำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่

(2) **รายละเอียดกิจกรรม** ดำเนินการระหว่างวันที่ 20-21 มิถุนายน พ.ศ. 2569 ณ ห้องประชุมที่ว่าการอำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่ งบประมาณ 40,000 บาท ผู้รับบริการ 50 คน ประกอบด้วยสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสมารถคิดตั้งขึ้นโมเดล 4.0 ผู้ประกอบการกลุ่มท่องเที่ยวเชิงบริการ (โฮมสเตย์ ร้านอาหาร) กลุ่มเกษตรอินทรีย์ และกลุ่มหัตถกรรมผ้าทอกระเหรี่ยง โดยคณะผู้รับผิดชอบโครงการดำเนินการถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงปฏิบัติการ (Workshop) ในประเด็น (ก) การบริหารจัดการด้านการตลาดเบื้องต้นและการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (ข) การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตามหลักธรรมาภิบาลและโครงสร้างวิสาหกิจเพื่อสังคม (ค) การจัดกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพและการยกระดับมาตรฐานการผลิต และ (ง) การจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายแบบครัวเรือนและแบบกลุ่ม เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของกิจกรรมการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ เนื้อหาการถ่ายทอดมีความเชื่อมโยงกับผลการวิเคราะห์บริบทและศักยภาพของพื้นที่ (Theory of Change) และแนวคิด SMART CITY WANG CHIN 4.0 (Bio economy Plan) โดยบูรณาการการบริหารจัดการกลุ่มเข้ากับฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาสินค้าและบริการ และเครือข่ายผู้ประกอบการหลักในพื้นที่

ขั้นตอนการดำเนินงาน (1) ประชุมวางแผนร่วมกับประธานกลุ่มและผู้ประสานงานเพื่อกำหนดวันสถานที่ และคัดเลือกผู้เข้าร่วม (2) จัดเตรียมเอกสารองค์ความรู้และสื่อประกอบการอบรมในรูปแบบอินโฟกราฟิกที่เข้าใจง่าย (3) ดำเนินการอบรมเชิงปฏิบัติการ 2 วัน ประกอบด้วยการบรรยาย การระดมสมอง การฝึกทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย และการวิเคราะห์เส้นทางท่องเที่ยวร่วมกัน (4) ประเมินความพึงพอใจก่อนและหลังการอบรม และ (5) สรุปบทเรียนและจัดทำแผนที่เครือข่ายผู้ประกอบการ

(3) **ผลการดำเนินงาน** ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรมได้รับความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนเพิ่มขึ้น สามารถนำหลักการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจการของตนเองและของกลุ่มได้ เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการในเครือข่าย และนำไปสู่การจัดทำแผนที่เครือข่ายผู้ประกอบการ “เส้นทางท่องเที่ยวศึกษาตุงงานวังชิ้นโมเดล” ซึ่งเป็นฐานข้อมูลสำคัญสำหรับ

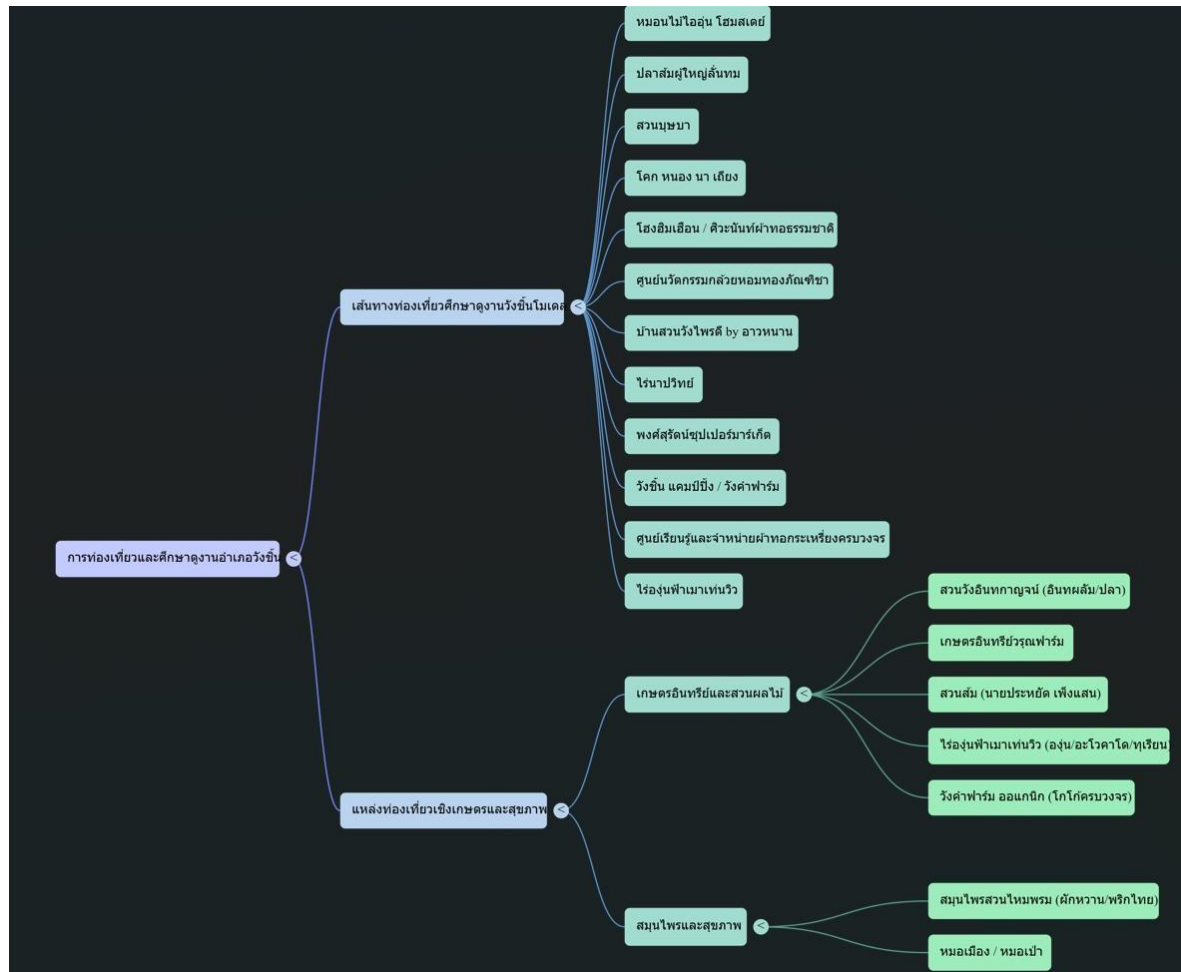
การพัฒนา Signature Tour Packages ในปีที่ 2 โดยที่ประชุมได้ร่วมกันวิเคราะห์ระบบนิเวศธุรกิจ (Business Ecosystem) ของอำเภอวังชิ้น ซึ่งมีจุดขายที่เป็นเอกลักษณ์ 3 กลุ่ม ได้แก่

- The Commercial & Gateway Hubs กำหนดให้ “หมอนไม้ไผ่อ่อน โฮมสเตย์” เป็นประตูสู่การท่องเที่ยว และ “พงศ์สุรัตน์ซูเปอร์มาร์เก็ต” เป็นศูนย์กลางกระจายสินค้าชุมชน
- Production Powerhouses & R&D ศูนย์นวัตกรรมกล้วยหอมทองรักษา และวังคำฟาร์ม ออแกนิก (บ้านวังชิ้น ม.2) เป็น Lead Innovator ในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ
- Wisdom & Wellness Nodes ศูนย์เรียนรู้ผ้าทอกระเหรี่ยง (บ้านค้ำปิ่นใจ) สร้าง Product Differentiation ที่ยากต่อการเลียนแบบ

นอกจากนี้ ที่ประชุมได้วิเคราะห์ขีดความสามารถรายหน่วยธุรกิจด้านเกษตรอินทรีย์และผลไม้เศรษฐกิจ ได้แก่ สวนส้มคุณประหยัด เพ็งแสน (บ้านหาดไร่ ม.6 พื้นที่ 50 ไร่) สวนวังสีทาภานุจน์ (บ้านวังแพน ม.5 พื้นที่ 17 ไร่ Creative Agri-Business) และวรุณฟาร์ม (บ้านวังกวางเหนือ ม.16 ต.แม่พุง พื้นที่ 20 ไร่) ซึ่งเมื่อรวมกลุ่มจะสร้าง Place Branding ให้อำเภอวังชิ้นในฐานะ “ครัวอินทรีย์แห่งจังหวัดแพร่” และเสนอกลยุทธ์ต่อยอด ได้แก่ Product Synergy (สินค้า Signature เช่น ปลาสามผู้ใหญ่ล้นทม ผลิตภัณฑ์โกโก้) Information Infrastructure (QR Code ทุกจุดเรียนรู้เพื่อ Traceability) รวมถึงโอกาสทางธุรกิจ Corporate Study Tours (B2B/ESG) Wellness Retreats และ Value-Added Agri-Products

ตารางที่ 2.3 ปัจจัยขับเคลื่อนความสำเร็จ (Success Drivers) ของหน่วยธุรกิจหลักในพื้นที่

ศูนย์เรียนรู้/หน่วยธุรกิจ	ฐานทรัพยากร (Resource Base)	ปัจจัยหลักที่ขับเคลื่อนความสำเร็จ	ศักยภาพการขยายตัว
นวัตกรรมกล้วยหอมทอง รักษา	องค์ความรู้ R&D และ เครือข่ายเกษตรกร	ภาวะผู้นำทางนวัตกรรมและการสร้างมาตรฐานสินค้า	สูงมาก (โมเดลการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการส่งออก)
วังคำฟาร์ม ออแกนิก	พื้นที่ 30 ไร่ ต้นโกโก้ 200 ต้น	ความครบวงจร (ปลูก-แปรรูป-ท่องเที่ยว)	สูง (แบรนด์ Craft Chocolate ประจำถิ่น)



ภาพที่ 2.1 แผนผังความคิด (Mind Map) การวิเคราะห์เส้นทางท่องเที่ยวในอำเภอวังขึ้น

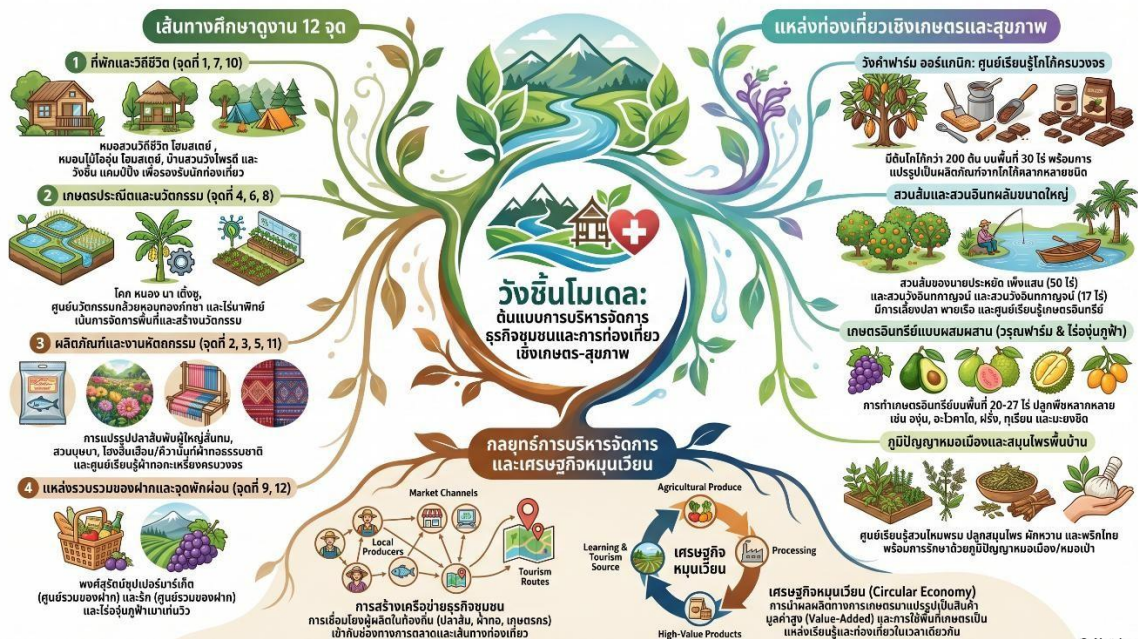
เส้นทางท่องเที่ยวศึกษาดูงาน “วังขึ้นโมเดล” : 12 จุดเช็คอินวิถีชุมชนและเกษตรสร้างสรรค์



ภาพที่ 2.2 แผนที่เครือข่ายเส้นทางท่องเที่ยวศึกษาดูงาน “วังขึ้นโมเดล” 12 จุดเช็คอินวิถีชุมชนและเกษตรสร้างสรรค์



ภาพที่ 2.3 แผนที่เส้นทางท่องเที่ยว 2 วัน 1 คืน “วังขึ้นโมเดล” สัมผัสวิถีชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น



ภาพที่ 2.4 แผนผังการวิเคราะห์เส้นทางท่องเที่ยว และกลยุทธ์การบริหารจัดการเศรษฐกิจหมุนเวียน อำเภอวังขึ้น

เที่ยวตามรอย “วังขึ้นโมเดล”: เส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรและแหล่งเรียนรู้ชุมชน

เรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชน



สัมผัสวิถีชีวิตและที่พักโฮมสเตย์



จุดพักรถและของฝากคุณภาพ



© NotebookLM

ภาพที่ 2.5 แผนผังสรุปองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนและการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียน
อำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่





ภาพที่ 2.6 ภาพกิจกรรมที่ 1 การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน
วันที่ 20-21 มิถุนายน 2569 ณ อำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่

กิจกรรมที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและยกมาตรฐานบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (สุขอนามัย/Food Safety)

(1) **ชื่อกิจกรรม** การอบรมมาตรฐานบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (สุขอนามัย/Food Safety) และการเตรียมความพร้อมยื่นขอรับรองมาตรฐาน SHA และ มผช. อำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่

(2) **รายละเอียดกิจกรรม** ดำเนินการระหว่างวันที่ 30 มิถุนายน – 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2569 ณ อำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่ งบประมาณ 40,000 บาท ผู้รับบริการ 50 คน ประกอบด้วยผู้ประกอบการที่พัก (Home Stay/รีสอร์ทขนาดเล็ก) ร้านอาหาร และกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน (โกโก้ สมุนไพร ผ้าทอกะเหรี่ยง เกษตรอินทรีย์) โดยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการด้านมาตรฐานความปลอดภัยด้านสาธารณสุขของธุรกิจท่องเที่ยวไทย (Safety and Health Administration : SHA) และหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร (Good Hygiene Practice/GMP/Food Safety) แก่ผู้ประกอบการที่พักและร้านอาหาร ควบคู่กับการให้คำปรึกษาเชิงลึกด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเตรียมความพร้อมยื่นขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) แก่กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหลัก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากโกโก้ของวิสาหกิจชุมชนวังชิ้นไพรพนา ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของกลุ่มแปรรูปสมุนไพรตำบลแม่พุง และผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยงของศูนย์การเรียนรู้ผ้าทอกะเหรี่ยงครบวงจรตำบลแม่เก็ก วิทยากร 2 ท่าน ได้แก่ นางกิงกาญจน์ เสนากุล พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ และนายราเชนทร์ จีกัน นักวิชาการสาธารณสุขปฏิบัติการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน ใช้แนวทางการวิเคราะห์ช่องว่างมาตรฐาน (Gap Analysis) เทียบกับเกณฑ์ SHA และ มผช. ร่วมกับการให้คำปรึกษา ณ พื้นที่ผลิต (On-site Coaching) เพื่อปรับปรุงวิธีการผลิตและระบบเอกสารให้สอดคล้องตามเกณฑ์ เนื้อหาการอบรมครอบคลุมโครงสร้างสถานที่ผลิตตามมาตรฐาน (Zoning/พื้นที่สะอาด/ระบบปิด) สุขลักษณะส่วนบุคคลและการล้างมือ 7 ขั้นตอน ระบบเอกสารและบัญชีต้นทุนเพื่อการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) การจัดทำฉลากที่ถูกต้องตามกฎหมาย ขั้นตอน 6 ขั้นสู่การเป็นผู้ผลิตที่ได้มาตรฐาน และค่าธรรมเนียม/หน่วยงานสนับสนุนในการขอรับรอง โดยเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและสุขภาพในพื้นที่ อาทิ วังคำฟาร์มออร์แกนิก เกษตรอินทรีย์วรุณฟาร์ม และศูนย์การเรียนรู้ผ้าย้อมสีธรรมชาติ

(3) **ผลการดำเนินงาน** ผู้ประกอบการ 10 กลุ่ม ได้รับการวิเคราะห์ช่องว่างและคำแนะนำในการปรับปรุงสถานที่ผลิตและกระบวนการบริการตามเกณฑ์ SHA/GHP เบื้องต้น และมีความเข้าใจในการเตรียมเอกสารเพื่อยื่นขอรับรอง มผช./อย. นอกจากนี้ ที่ประชุมได้ข้อสรุปเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญ 3 ประเด็น ได้แก่

ประเด็นที่ 1 การวางแผนและการวิเคราะห์พื้นที่ท่องเที่ยว ที่ประชุมเห็นพ้องถึงความจำเป็นในการวิเคราะห์เหตุผลความจำเป็นของแต่ละพื้นที่ โดยกำหนดจุดท่องเที่ยวและกิจกรรมให้ชัดเจน ให้ชุมชนเป็นผู้กำหนดจุดเด่นและคณะทำงานสนับสนุน และการเลือกพื้นที่ท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับร่วมกันมากที่สุด เช่น การจัดเส้นทางแบบ One Day Trip ควรเลือกสถานที่โดดเด่นจำนวนไม่มากเกินไปเพื่อไม่ให้กลายเป็น “ทัวร์ชะโงก”

ประเด็นที่ 2 โครงสร้างและการดำเนินงานในกลุ่มเครือข่าย ในปีแรกมุ่งเน้นการเซตระบบบริหารจัดการภายในกลุ่มด้านการตลาด ทรัพยากรมนุษย์ และการเงินบัญชี ควบคู่กับการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่น และสามารถขายได้จริงทั้งตลาดออนไลน์และออฟไลน์ โดยมีทีมงานสนับสนุนด้านสื่อดิจิทัลและการประชาสัมพันธ์ เพื่อเปลี่ยนผ่านจากการท่องเที่ยวแบบเดิมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ประเด็นที่ 3 การขับเคลื่อนวิสาหกิจเพื่อสังคม (SE) ที่ประชุมถอดบทเรียนจากโมเดลความสำเร็จของจังหวัดน่านและอุดรดิตถ์ พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีกำลังซื้อสูง (อายุ 30-85 ปี) ต้องการกิจกรรม Workshop ของฝากที่มีเอกลักษณ์ และการลิ้มลองผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น จึงกำหนดแนวทางพัฒนา “ศูนย์กลาง” กระจายสินค้าและระบบหลังบ้าน (Fulfillment) พร้อมระบบควบคุมคุณภาพ (QC) และการกำหนดส่วนต่างราคาที่เหมาะสม (ประมาณร้อยละ 35-40 สำหรับแพลตฟอร์มออนไลน์) เพื่อให้ผู้ประกอบการชุมชนสามารถอยู่รอดได้

สรุปมติและแนวทางการดำเนินงานต่อไป (ก) มอบหมายทีมงานจัดทำแผนที่ (Mapping) เส้นทางท่องเที่ยวในรัศมีประมาณ 10 กิโลเมตรรอบ “ดอยก่อ” เชื่อมโยงศูนย์เรียนรู้โกโก้ สวนถั่ว สวนส้ม ผักกะเหรี่ยง พระธาตุพระพิมพ์ และน้ำบ่อฤๅษี (ข) มุ่งเน้นการพัฒนาและคัดเลือกผลิตภัณฑ์เด่น 5 ผลิตภัณฑ์แรกเพื่อเข้าสู่ระบบการตลาดออนไลน์และออฟไลน์ และ (ค) ผลักดันพื้นที่ “ดอยก่อ” ให้เป็นจุดเช็กอินหลักที่มีทัศนียภาพ 360 องศา โดยประสานงานร่วมกับ อบต. และ สปก. ในเรื่องเอกสารสิทธิ์และการใช้พื้นที่ ทำให้เกิดการบูรณาการระหว่างฐานวัตถุดิบ (ต้นทาง) กับมาตรฐานการให้บริการ (กลางทาง) ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในระยะถัดไป



ภาพที่ 2.7 แผนผังความคิด “พลิกโฉมวังชิ้น” เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และสุขภาพ และระบบขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน (Business & SE Model)

ตัวอย่างการจัดทริปท่องเที่ยว 1 วัน (One Day Trip) สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (ช่วงอายุ 30-85 ปี) เน้นความผ่อนคลาย กิจกรรม Workshop การดูแลสุขภาพ และการซื้อของฝากที่สะดวกสบายในรัศมี 10 กิโลเมตร ดังนี้

เวลา	กิจกรรม
09.00 น.	เสริมสิริมงคลที่พระธาตุพระพิมพ์ และชมน้ำป่อฤๅษี เริ่มต้นทริปแบบสบาย ๆ ด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และธรรมชาติ
10.30 น.	จุดเช็คอินหลัก “ดอยก่อ” ชมทัศนียภาพมุมกว้าง 360 องศา และสูดอากาศบริสุทธิ์
11.30 น.	กิจกรรม Workshop เชิงเกษตร ณ ศูนย์เรียนรู้วิถีโกโก้ สวนถั่ว หรือสวนส้ม เรียนรู้และลิ้มลองผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสดใหม่
12.30 น.	รับประทานอาหารกลางวันเพื่อสุขภาพ (Wellness) ที่เชื่อมโยงกับวัตถุดิบของชุมชน
14.00 น.	ชมงานฝีมือที่แหล่งผลิตผ้ากะเหรี่ยง เลือกซื้อผ้าทอ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร หรือโกโก้ที่ได้รับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และมาตรฐานแล้ว
15.00 น.	ซื้อของฝาก ณ ศูนย์กระจายสินค้าพร้อมบริการจัดส่ง (Fulfillment) ถึงบ้าน



ภาพที่ 2.9 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรและสุขภาพ อำเภอวังขึ้น จังหวัดแพร่ (ปรับปรุง)



ภาพที่ 2.10 ภาพกิจกรรมที่ 2 การอบรมมาตรฐานบริการ สุขอนามัย/Food Safety และการให้คำปรึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ วันที่ 30 มิถุนายน – 1 กรกฎาคม 2569

กิจกรรมที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและยื่นขอรับรองมาตรฐาน มผช./อย.

(1) ชื่อกิจกรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการยื่นขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)/อย. และมาตรฐานผลิตภัณฑ์

(2) รายละเอียดกิจกรรม ดำเนินการระหว่างเดือนกรกฎาคม – กันยายน พ.ศ. 2569 งบประมาณ 56,400 บาท เริ่มต้นจากการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่มีศักยภาพโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมและการวิเคราะห์เชิงพื้นที่ (จากกิจกรรมที่ 1 และ 2) จากนั้นดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์และแบรนด์ พัฒนาสูตรและกระบวนการผลิต พัฒนาบรรจุภัณฑ์และฉลากให้ถูกต้องตามกฎหมาย ส่งตัวอย่างผลิตภัณฑ์วิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการและสารสำคัญ ณ ศูนย์วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ (ใบเสนอราคาเลขที่ SCURU69-130 ลงวันที่ 26 สิงหาคม 2569 รวม 5 รายการทดสอบ ได้แก่ สาร Antioxidant ในเมล็ดโกโก้ และคุณค่าทางโภชนาการในถั่วลายเสือ ข้าวเม่าเคลือบช็อกโกแลต เนยถั่วช็อกโกแลต และผงโกโก้ทรีอินวัน ระยะเวลาทดสอบ 30 วันทำการ) และเตรียมเอกสารประกอบการยื่นขอรับรองมาตรฐาน มผช./อย. ให้แก่กลุ่มผู้ผลิต

(3) ผลการดำเนินงาน ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับการพัฒนา จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็นกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มแปรรูปเพื่อสุขภาพ 4 ผลิตภัณฑ์ และกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ 1 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งล้วนเป็นการนำวัตถุดิบและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอดเพิ่มมูลค่าและพัฒนาให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนี้

ตารางที่ 2.5 ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาในปีที่ 1

ลำดับ	ผลิตภัณฑ์	กลุ่มผู้ผลิต/วัตถุดิบหลัก	ลักษณะการพัฒนา	สถานะมาตรฐาน
1	เนยถั่วช็อกโกแลต	วิสาหกิจชุมชนวังขึ้นไพรพนา / โกโก้และถั่วลายเสือในพื้นที่	พัฒนาสูตร บรรจุภัณฑ์ ฉลาก และทดสอบคุณค่าทางโภชนาการ	ยื่นขอรับรองมาตรฐาน มผช./อย.
2	ชาเปลือกโกโก้	วิสาหกิจชุมชนวังขึ้นไพรพนา / โกโก้วังคำฟาร์ม	พัฒนาสูตร บรรจุภัณฑ์ ฉลาก และทดสอบคุณค่าทางโภชนาการ/สาร Antioxidant	ยื่นขอรับรองมาตรฐาน อย.
3	กราโนล่าข้าวไทยรสช็อกโกแลต	ศูนย์นวัตกรรมกล้วยหอมทองรักษา / กล้วยหอมทองและโกโก้	พัฒนาสูตร บรรจุภัณฑ์ ฉลาก และทดสอบคุณค่าทางโภชนาการ	ยื่นขอรับรองมาตรฐาน มผช./อย.
4	ขนมปังข้าวไรซ์เบอรี่ธัญพืชธัญพืช	วิสาหกิจชุมชนวังขึ้นไพรพนา / โกโก้วังคำฟาร์ม	พัฒนาสูตร บรรจุภัณฑ์ และฉลากสำหรับกลุ่ม Wellness	ยื่นขอรับรองมาตรฐาน มผช.
5	ลูกประคบสมุนไพร	กลุ่มแปรรูปสมุนไพรตำบลแม่พุง / สมุนไพรพื้นบ้าน	พัฒนาสูตร บรรจุภัณฑ์ และฉลากสำหรับบริการนวด/สปาชุมชน	ยื่นขอรับรองมาตรฐาน มผช.



ภาพที่ 2.11 เนยถั่วช็อกโกแลต



ก่อนพัฒนา



หลังพัฒนา

ภาพที่ 2.12 ชาเปลือกโกโก้



ภาพที่ 2.13 กราโนล่าข้าวไทยรสช็อกโกแลต



ภาพที่ 2.14 ขนมปังข้าวไรซ์เบอร์รี่ธัญพืชธัญพืช

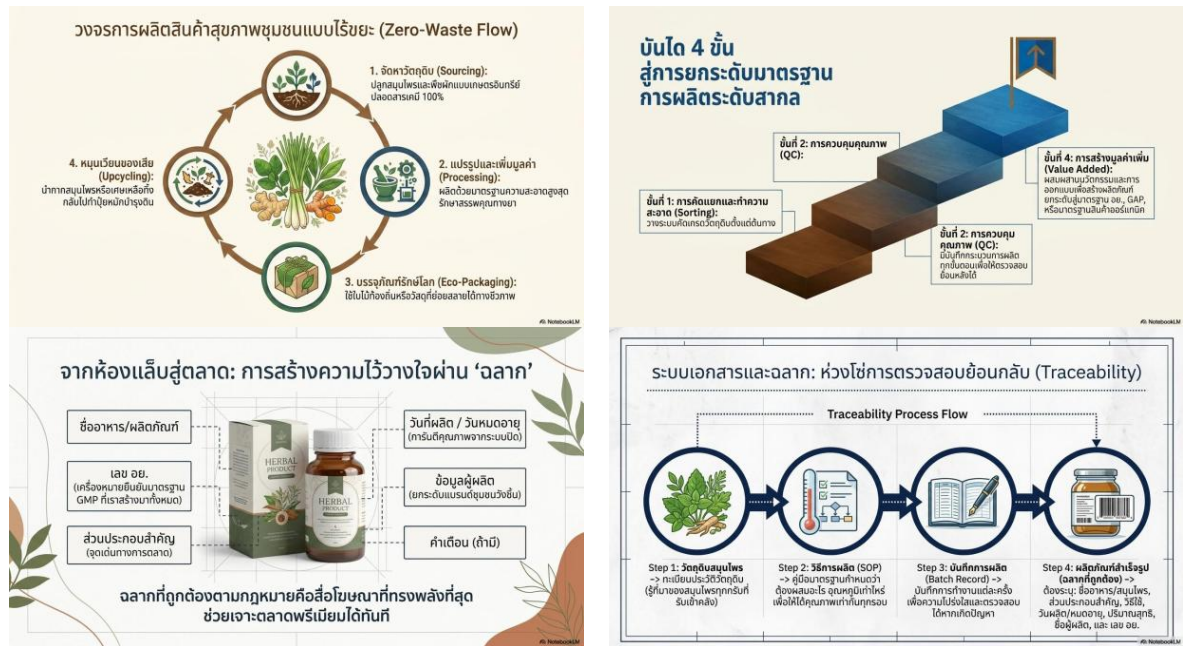


ภาพที่ 2.15 ลูกประคบสมุนไพร

ผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 รายการได้รับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และฉลากให้พร้อมสำหรับการทดลองตลาด (Test Market) กับนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคกลุ่มสุขภาพ และจะนำไปบรรจุในชุดสินค้าชุมชนสำหรับจำหน่ายออนไลน์และในแพ็คเกจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในปีที่ 2 ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ทดสอบและใบรับรองมาตรฐานที่ออกโดยหน่วยงานรับรองจะได้จัดเก็บไว้ในภาคผนวกของรายงานเมื่อได้รับผลอย่างเป็นทางการ



ภาพที่ 2.16 เอกสารองค์ความรู้ “พิมพ์เขียวแห่งความยั่งยืน” คู่มือการออกแบบและยกระดับสถานที่ผลิตอาหารและสมุนไพร (อย./GMP) สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน



ภาพที่ 2.17 สื่อองค์ความรู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ วงจรการผลิตแบบไร้ขยะ บันได 4 ขั้นสู่มาตรฐานสากล การสร้างความไว้วางใจผ่านฉลาก และระบบตรวจสอบย้อนกลับ

กิจกรรมที่ 4 การจัดทำ QR Code/Digital Content/Digital Storytelling เพื่อรองรับการท่องเที่ยวชุมชน

(1) ชื่อกิจกรรม การจัดทำ QR Code/Digital Content/Digital Storytelling เพื่อรองรับการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่

(2) รายละเอียดกิจกรรม ดำเนินการระหว่างเดือนกรกฎาคม – กันยายน พ.ศ. 2569 งบประมาณ 66,400 บาท โดยคณะผู้รับผิดชอบโครงการดำเนินการจัดทำเพจ/เว็บไซต์ท่องเที่ยวชุมชน วิดีโอแนะนำชุมชน/เรื่องเล่า (Digital Storytelling) วิดีโอสั้น (Short Clip/Reel/TikTok) และป้ายแผนที่ชุมชน/จุดเช็คอิน/จุดถ่ายรูป จำนวน 4 จุด โดยการพูดคุยกับผู้นำชุมชนได้แก่เส้นทางท่องเที่ยวศึกษาอุทยานวังชิ้นโมเดล (Wang Chin Model) ซึ่งครอบคลุมจุดเรียนรู้ 4 จุด ได้แก่ จุดที่ 1 “แช่สุข” แม่จอกน้ำพุร้อน (Natural Hot Spring) จุดที่ 2 “ทอใจ” ผ้ากะเหรี่ยงจันทร์เพ็ญ บ้านคำใจ (Local Craft) จุดที่ 3 “ชิมสุข” ผู้ใหญ่หน้อย Wellness Store/วังคำฟาร์ม (Healthy Local Products) และจุดที่ 4 “คลายกาย” ป่าภักษา (Thai Wellness) เป็นกรอบในการออกแบบเนื้อหาดิจิทัลและจุดเช็คอินนำร่อง

ขั้นตอนการดำเนินงาน (1) รวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และผจญภัย (น้ำตกแม่พุงหลวง น้ำพุร้อนแม่จอก) และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและสุขภาพ เพื่อจัดทำโครงสร้างเนื้อหา (2) เก็บข้อมูลภาคสนามและสัมภาษณ์ปราชญ์ชุมชน/ผู้นำกลุ่มเพื่อผลิตสื่อ Digital Storytelling สะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงและภูมิปัญญาท้องถิ่น (3) ออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ “Wang Chin Wellness Trip” และผลิตชุดสื่ออินโฟกราฟิก (4) ถ่ายทำและตัดต่อวิดีโอเรื่องเล่าและคลิปสั้นเพื่อประชาสัมพันธ์ (5) จัดทำ QR Code เชื่อมโยงข้อมูลแต่ละจุดเรียนรู้ และคัดเลือกตำแหน่งติดตั้งป้ายแผนที่/จุดเช็คอินร่วมกับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน



ภาพที่ 2.18 สัมภาษณ์ปราชญ์ชุมชน/ผู้นำกลุ่ม



ภาพที่ 2.19 พูดคุยกับนายประวิทย์ ใจคำ หัวหน้าอุทยานแห่งชาติเวียงโกศัย อ.วังชิ้น จ.แพร่



ภาพที่ 2.20 ลงพื้นที่สำรวจพื้นที่เส้นทางการท่องเที่ยว

(3) ผลการดำเนินงาน เกิดชุดสื่อดิจิทัลพื้นฐานของชุมชน ได้แก่ เพจ/เว็บไซต์ท่องเที่ยวชุมชน 1 ช่องทาง วิดีโอแนะนำชุมชน/เรื่องเล่า 1 เรื่อง วิดีโอสั้น 6 คลิป และป้ายแผนที่ชุมชน/จุดเช็คอินพร้อม QR Code 4 จุด ดังนี้

1. เพจ/เว็บไซต์ท่องเที่ยวชุมชน

<https://www.facebook.com/profile.php?id=61594760936329>



2. วิดีโอแนะนำ/เรื่องเล่าชุมชนท่องเที่ยววังขึ้น

https://drive.google.com/file/d/1G0lXGrNuZmxijT7Dgf_gmOQHsSJ0l8/view?usp=sharing



3. วิดีโอสั้น 6 จุด เช็กอิน

1. คลิปภาพรวมแหล่งท่องเที่ยว 6 จุด <https://drive.google.com/file/d/1xi29CL7w1PK-zV-b2y38dL1WSzupyBGv/view?usp=sharing>



2. คลิปบ่อน้ำพุร้อน <https://drive.google.com/file/d/1V0u9LFVlhek-MZUc5BMZm5PmpEud-0lq/view?usp=sharing>



3. ผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านคางใจ
<https://drive.google.com/file/d/1qw5PFI5aJf9zw8GIZ9ngPFUSOhRRBF9a/view?usp=sharing>



4. รัชชากลัยหอมทอง

<https://drive.google.com/file/d/1tAMu2kR1ZoZnm0zGdhFKhS1Cjs8O1AIO/view?usp=sharing>



5. วังคำฟาร์ม <https://drive.google.com/file/d/1jH12RhBWjar-W8VjpHp3ddnWzJyF9914/view?usp=sharing>



6. หมอนไม้ไผ่

<https://drive.google.com/file/d/1dZYtQN30HnDVBGT4BobM2FW9J2Bshi9d/view?usp=sharing>



- 2 รูปแบบเส้นทาง ได้แก่ ONE DAY TRIP “เที่ยววังขึ้น ดีต่อกาย ดีต่อใจ” (08.00–17.00 น.) และ 2 DAYS 1 NIGHT “เที่ยววังขึ้น พักกาย พักใจ” เดินทางจากอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง หรือจากอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง สู่อำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่ ตามทางหลวงหมายเลข 1124 ระยะทางประมาณ 70 กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง 30 นาที หรือจากอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ สู่อำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่ 60 กิโลเมตร หรือ เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง 30 นาที ถึง 2 ชั่วโมงโดยประมาณ



ภาพที่ 2.21 เส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมต่อ วังชิ้น แพร่ ลำปาง



ภาพที่ 2.22 เส้นทางท่องเที่ยว ลำปาง - วังชิ้น - แพร่



ภาพที่ 2.23 เส้นทางท่องเที่ยววังชิ้น - เถิน



ภาพที่ 2.24 เส้นทางท่องเที่ยวเถิน - วังชิ้น - แพร่

- 4 จุดหลักท่องเที่ยว ได้แก่ จุดที่ 1 “แช่สุข” แม่จอกน้ำพุร้อน (Natural Hot Spring) จุดที่ 2 “ทอใจ” ผ้าทอหัตถ์ของชุมชนบ้านคางใจ (Local Craft) จุดที่ 3 “ชิมสุข” ผู้ใหญ่หน้อย Wellness Store/วังคำฟาร์ม (Healthy Local Products) และจุดที่ 4 “คลายกาย” ป่าภักขา (Thai Wellness)

— WANG CHIN WELLNESS TRIP —
เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่

จุดที่ ๑ แช่สุข
แม่จอกน้ำพุร้อน
เริ่มต้นการเดินทางด้วยการพักผ่อน ท่ามกลางพลังของธรรมชาติ

ภาพรวมประสบการณ์
สัมผัสการผ่อนคลายจากน้ำพุร้อนธรรมชาติ เรียนรู้คุณสมบัติของน้ำแร่ แช่น้ำแร่ ท่ามกลางบรรยากาศธรรมชาติ พร้อมเช็คอินจุดถ่ายภาพประจำเส้นทาง

กิจกรรมเด่น

- ต้อนรับคณะ และลงทะเบียน
- แนะนำแหล่งน้ำพุร้อน และคุณสมบัติของน้ำแร่
- กิจกรรมแช่น้ำ เพื่อผ่อนคลาย
- จุดถ่ายภาพ เช็คอินประจำเส้นทาง
- เลือกซื้ออุปกรณ์สมุนไพร และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

ลำดับกิจกรรม

1. ต้อนรับคณะ และลงทะเบียน และเช็คอินก่อนเดินทาง
2. เรียนรู้ แนะนำแหล่งน้ำพุร้อน และคุณสมบัติของน้ำแร่
3. ผ่อนคลาย แช่น้ำ กิจกรรมแช่น้ำ
4. เช็คอิน ถ่ายภาพประจำเส้นทาง
5. ของดีวังชิ้น เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ไฮไลต์ที่ไม่ควรพลาด

- Natural Hot Spring น้ำพุร้อนธรรมชาติ
- Foot Soaking แช่น้ำ ผ่อนคลาย
- Check-in Point เก็บภาพความประทับใจ

คุณจะได้จากจุดนี้

- ผ่อนคลายร่างกาย
- สัมผัสธรรมชาติ
- เรียนรู้น้ำแร่
- เริ่มต้นทริปอย่างสดใส

สิ่งเล็กๆ ที่ยิ่งใหญ่
คือการได้ใกล้ชิดธรรมชาติ

หนึ่งใน ๔ ประสบการณ์
แช่สุข • ทอใจ • ชิมสุข • คลายกาย

วังชิ้น...
มากกว่าการเดินทาง
คือการดูแลตัวเอง

ภาพที่ 2.25 จุดที่ 1 “แช่สุข” แม่จอกน้ำพุร้อน

— WANG CHIN WELLNESS TRIP —
เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่

จุดที่ ๒ ทอใจ
ผ้ากะเหรี่ยงจันทร์เพ็ญ / บ้านคำใจ
เรียนรู้จากเส้นด้าย สัมผัสเรื่องราวของผู้คนและวิถีชุมชน

ภาพรวมประสบการณ์
เรียนรู้ภูมิปัญญาผ้าทอ ชมกระบวนการทอผ้าและทดลองทอด้วยตนเอง สัมผัสวิถีชุมชนอย่างใกล้ชิด พร้อมพักผ่อนด้วยกาแฟและอาหารว่าง

กิจกรรมเด่น

- ต้อนรับคณะ และแนะนำชุมชน
- ชมภูมิปัญญาและกระบวนการทอผ้า
- ทดลองทอผ้าด้วยตนเอง
- เดินชมวิถีชุมชน โดยรอบ
- บริการกาแฟ และอาหารว่าง
- เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอและของที่ระลึก

เสน่ห์ของทอใจ

- เรียนรู้ภูมิปัญญา
- ลงมือทำจริง
- พบปะผู้คน
- สนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน

ลำดับกิจกรรม

1. ต้อนรับ แนะนำชุมชนและภูมิปัญญาผ้าทอ
2. เรียนรู้ ชมกระบวนการทอผ้า
3. ลงมือทำ ทดลองทอผ้าด้วยตนเอง
4. สัมผัสชุมชน เดินชมวิถีชุมชน
5. พักผ่อน กาแฟและอาหารว่าง
6. ของที่ระลึก เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอ

ไฮไลต์ที่ไม่ควรพลาด

- Local Craft ภูมิปัญญาผ้าทอ
- Hands-on Weaving ทดลองทอด้วยตนเอง
- Community Experience ใกล้ชิดวิถีชุมชน

หนึ่งใน ๔ ประสบการณ์
แช่สุข • ทอใจ • ชิมสุข • คลายกาย

ภาพที่ 2.26 จุดที่ 2 “ทอใจ” ผ้ากะเหรี่ยงจันทร์เพ็ญ บ้านคำใจ

WANG CHIN WELLNESS TRIP
เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อำเภอวังจันทน์ จังหวัดแพร่

จุดที่ ๓ ชิมสุข

ผู้ใหญ่หน่อย Wellness Store / วังคำฟาร์ม

ชิมของดีจากชุมชน
สุขได้จากสิ่งใกล้ตัว

ภาพรวมประสบการณ์
ชิมและเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะโกโก้และผลิตภัณฑ์แปรรูป ชุมชนจัดแสดงสินค้าของโครงการ และเลือกซื้อของฝากจากชุมชน

กิจกรรมเด่น
แนะนำผลิตภัณฑ์ชุมชน และแนวคิดผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
ชิมผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเฉพาะโกโก้และผลิตภัณฑ์แปรรูป
ชมศูนย์แสดงสินค้าของโครงการ
เลือกซื้อของฝาก

ลำดับกิจกรรม
๑ รู้จักของดี
๒ ชิมสุข
๓ ชมสินค้า
๔ เลือกของฝาก

PRODUCT STORY
จากชุมชน → สู่ผลิตภัณฑ์ → สู่ประสบการณ์ท่องเที่ยว
วัตถุดิบจากชุมชน → แปรรูปด้วยภูมิปัญญาของชุมชน → ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ → สร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว
เรื่องราวเล็กๆ จากชุมชน สร้างความสุขได้เสมอ

ไฮไลต์ความสุขที่คุณจะได้สัมผัส
Healthy Local Products ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสุขภาพ
Cocoa Experience ชิมโกโก้และผลิตภัณฑ์แปรรูป
Local Souvenirs ของดีจากชุมชน ของฝากจากชุมชน

ชิมสุขแล้วได้อะไร
✓ รู้จักผลิตภัณฑ์ชุมชน
✓ ชิมรสชาติท้องถิ่น
✓ สนับสนุนผู้ประกอบการชุมชน
✓ เลือกซื้อของฝากกลับบ้าน
ของดีจากชุมชน คือความสุขที่ส่งต่อได้

หนึ่งใน ๔ ประสบการณ์
แช่สุข • ทอใจ • ชิมสุข • คลายกาย

เที่ยววังจันทน์ เดินเพลินใจชีวิต

ชุมชนดี ใจดี ธรรมชาติดี ชีวิตมีความสุข

ภาพที่ 2.24 จุดที่ 3 “ชิมสุข” ผู้ใหญ่หน่อย Wellness Store/วังคำฟาร์ม

WANG CHIN WELLNESS TRIP
เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อำเภอวังจันทน์ จังหวัดแพร่

จุดที่ ๔ คลายกาย

ป่าภักทชา

พักกายให้เบา
เติมความสบายก่อนเดินทางกลับ

ภาพรวมประสบการณ์
ผ่อนคลายร่างกายด้วยบริการนวด และการประคบสมุนไพร เรียนรู้สมุนไพรที่ใช้ในการดูแลสุขภาพ พร้อมดื่มสมุนไพรในบรรยากาศเป็นกันเอง

กิจกรรมเด่น
แนะนำบริการนวด และสมุนไพรที่ใช่
บริการนวดผ่อนคลาย
บริการประคบสมุนไพร
บริการนวดสมุนไพรเพื่อสุขภาพ
สรุปประสบการณ์ และส่งคณะเดินทางกลับ

ลำดับกิจกรรม
๑ ทำความรู้จัก
๒ คลายกาย
๓ สมุนไพร
๔ เติมความสดชื่น
๕ ปิดท้ายทริป

แนะนำบริการและสมุนไพร
นวดผ่อนคลาย
นวดผ่อนคลาย
ประคบสมุนไพร
น้ำสมุนไพรเพื่อสุขภาพ
น้ำสมุนไพร
สรุปประสบการณ์และเดินทางกลับ

HERBAL WELLNESS
Thai Massage นวดผ่อนคลาย
Herbal Compress ประคบสมุนไพร
Herbal Drink น้ำสมุนไพรเพื่อสุขภาพ

HIGHLIGHTS
Thai Wellness ศาสตร์การผ่อนคลายแบบไทย
Herbal Relaxation สมุนไพรเพื่อการพักผ่อน
Mind & Body Rest พักกาย เติมใจ

ปิดท้ายการเดินทางอย่างผ่อนคลาย
ลดความเหนื่อยล้าจากการเดินทาง
สัมผัสภูมิปัญญาสมุนไพร
พักกายก่อนเดินทางกลับ
เติมประสบการณ์ Wellness ให้สมบูรณ์

หนึ่งใน ๔ ประสบการณ์
แช่สุข • ทอใจ • ชิมสุข • คลายกาย

สนุกกว่าที่เคย เมื่อได้ใช้เวลาว่าง กับตัวเอง

ภาพที่ 2.25 จุดที่ 4 “คลายกาย” ป่าภักทชา

2.3 การประเมินผลการดำเนินกิจกรรมของโครงการ

คณะผู้รับผิดชอบโครงการได้ประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการในขณะจัดกิจกรรม โดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจก่อนและหลังการเข้าร่วมโครงการ มาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ (5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด) เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย 4.51–5.00 = มากที่สุด 3.51–4.50 = มาก 2.51–3.50 = ปานกลาง 1.51–2.50 = น้อย และ 1.00–1.50 = น้อยที่สุด เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมละ 50 ฉบับ ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

2.3.1 ผลการประเมินความพึงพอใจกิจกรรมที่ 1 การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกิจกรรมที่ 1 จำแนกตามเพศ สถานภาพ และอายุ

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ หญิง	45	90.0
ชาย	5	10.0
สถานภาพ เกษตรกร	21	42.0
ผู้ประกอบการ	27	54.0
อื่น ๆ	2	4.0
อายุ ต่ำกว่า 40 ปี	2	4.0
41–50 ปี	16	32.0
51–60 ปี	20	40.0
61 ปีขึ้นไป	12	24.0
รวม	50	100.0

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 45 คน (ร้อยละ 90.0) เป็นผู้ประกอบการ จำนวน 27 คน (ร้อยละ 54.0) รองลงมาคือเกษตรกร จำนวน 21 คน (ร้อยละ 42.0) และส่วนใหญ่อายุระหว่าง 51–60 ปี จำนวน 20 คน (ร้อยละ 40.0) รองลงมาคืออายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 12 คน (ร้อยละ 24.0)

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมโครงการ

ตารางที่ 2.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรมที่ 1

รายการ	ก่อน ดำเนิน โครงการ $\bar{X}$	S.D.	แปลผล	หลัง ดำเนิน โครงการ $\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การประชาสัมพันธ์	3.90	.30	มาก	4.25	.52	มาก
2. ระยะเวลาการจัดโครงการมีความเหมาะสม	3.18	.41	ปานกลาง	4.37	.44	มาก
3. ขั้นตอนการลงทะเบียน	3.82	.44	มาก	4.44	.47	มาก
4. ขั้นตอนการจัดโครงการ	3.80	.48	มาก	4.54	.53	มากที่สุด
5. เอกสารประกอบการอบรม	3.28	.40	ปานกลาง	4.53	.54	มากที่สุด
6. สถานที่สะอาดและมีความเหมาะสม	3.85	.51	มาก	4.47	.50	มาก
7. อาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม	3.27	.39	มาก	4.26	.44	มาก
8. ความพร้อมของอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์	3.72	.46	มาก	4.15	.45	มาก
9. การถ่ายทอดความรู้หรือทักษะการปฏิบัติจริง	3.54	.52	มาก	4.50	.52	มาก
10. สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพ	3.63	.50	มาก	4.54	.54	มากที่สุด
11. ความพึงพอใจในภาพรวม	3.55	.54	มาก	4.42	.52	มาก
รวม	3.60	.45	มาก	4.41	.50	มาก
ร้อยละของความพึงพอใจหลังดำเนินโครงการ				88.20		

จากตาราง พบว่า หลังดำเนินโครงการผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมโครงการอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.41 คิดเป็นร้อยละ 88.20 โดยด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพและด้านขั้นตอนการจัดโครงการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.54 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือเอกสารประกอบการอบรม ค่าเฉลี่ย 4.53 และการถ่ายทอดความรู้หรือทักษะการปฏิบัติจริง ค่าเฉลี่ย 4.50 ตามลำดับ ในขณะที่ก่อนดำเนินโครงการมีความพึงพอใจเฉลี่ย 3.60 แสดงให้เห็นว่าการดำเนินกิจกรรมส่งผลให้ระดับความพึงพอใจเพิ่มขึ้น 0.81 คะแนน

2.3.2 ผลการประเมินความพึงพอใจกิจกรรมที่ 2 การอบรมมาตรฐานบริการ (สุขอนามัย/Food Safety)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกิจกรรมที่ 2 จำแนกตามเพศ สถานภาพ และอายุ

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ หญิง	47	94.0
ชาย	3	6.0
สถานภาพ เกษตรกร	28	56.0
ผู้ประกอบการ	22	44.0
อายุ 41-50 ปี	23	46.0

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
51-60 ปี	19	38.0
61 ปีขึ้นไป	8	16.0
รวม	50	100.0

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 47 คน (ร้อยละ 94.0) เป็นเกษตรกร จำนวน 28 คน (ร้อยละ 56.0) รองลงมาคือผู้ประกอบการ จำนวน 22 คน (ร้อยละ 44.0) และส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 23 คน (ร้อยละ 46.0) รองลงมาคืออายุ 51-60 ปี จำนวน 19 คน (ร้อยละ 38.0)

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมโครงการ

ตารางที่ 2.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรมที่ 2

รายการ	ก่อน ดำเนิน โครงการ $\bar{X}$	S.D.	แปลผล	หลัง ดำเนิน โครงการ $\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การประชาสัมพันธ์	3.27	.46	ปานกลาง	4.36	.60	มาก
2. ระยะเวลาการจัดโครงการมีความเหมาะสม	3.45	.52	มาก	4.36	.67	มาก
3. ขั้นตอนการลงทะเบียน	3.27	.46	ปานกลาง	4.27	.70	มาก
4. ขั้นตอนการจัดโครงการ	3.36	.51	ปานกลาง	4.54	.68	มากที่สุด
5. เอกสารประกอบการอบรม	3.18	.41	ปานกลาง	4.50	.62	มาก
6. สถานที่สะอาดและมีความเหมาะสม	3.36	.50	มาก	4.53	.50	มากที่สุด
7. อาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม	3.27	.47	ปานกลาง	4.63	.50	มากที่สุด
8. ความพร้อมของอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์	3.36	.51	มาก	4.45	.50	มาก
9. การถ่ายทอดความรู้หรือทักษะการปฏิบัติจริง	3.47	.46	มาก	4.67	.46	มากที่สุด
10. สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพ	3.67	.50	มาก	4.78	.40	มากที่สุด
11. ความพึงพอใจในภาพรวม	3.27	.47	ปานกลาง	4.55	.52	มากที่สุด
รวม	3.36	.48	มาก	4.52	.56	มากที่สุด
ร้อยละของความพึงพอใจหลังดำเนินโครงการ				90.40		

จากตาราง พบว่า หลังดำเนินโครงการผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมโครงการอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.52 คิดเป็นร้อยละ 90.40 โดยด้านการนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.78 รองลงมาคือ การถ่ายทอดความรู้หรือทักษะการปฏิบัติจริง ค่าเฉลี่ย 4.67 และอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.63 ตามลำดับ ในขณะที่ก่อนดำเนินโครงการมีความพึงพอใจเฉลี่ย 3.36 แสดงให้เห็นว่าระดับความพึงพอใจเพิ่มขึ้น 1.16 คะแนน

2.3.3 สรุปผลการประเมินในภาพรวม

ตารางที่ 2.8 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการในภาพรวม

กิจกรรม	จำนวนผู้ ประเมิน (คน)	ค่าเฉลี่ย ก่อน	ค่าเฉลี่ย หลัง	ร้อยละหลัง ดำเนิน โครงการ	แปลผล
กิจกรรมที่ 1 การถ่ายทอดองค์ความรู้การบริหารจัดการธุรกิจชุมชน	50	3.60	4.41	88.20	มาก
กิจกรรมที่ 2 การอบรมมาตรฐานบริการสุขอนามัย/Food Safety	50	3.36	4.52	90.40	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม		3.48	4.47	89.30	มาก

ผลการประเมินในภาพรวมพบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจหลังการดำเนินโครงการเฉลี่ยร้อยละ 89.30 สูงกว่าค่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ร้อยละ 85 โดยประเด็นที่ได้รับคะแนนสูงสุดในทั้งสองกิจกรรมคือ “การนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพ” สะท้อนว่าเนื้อหาและรูปแบบการถ่ายทอดเชิงปฏิบัติการตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการชุมชนได้อย่างแท้จริง ทั้งนี้ คณะผู้รับผิดชอบโครงการได้จัดเก็บแบบติดตามผลการนำไปใช้ประโยชน์หลังสิ้นสุดการดำเนินงานตามแบบฟอร์มการนำผลงานวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์ (ภาคผนวก ข)

บทที่ 3

สรุปผลการดำเนินงาน

โครงการดำเนินงานครบถ้วนตามแผนการดำเนินงานปีที่ 1 โดยไม่มีการปรับแผนหรือขอขยายเวลา สรุปผลการดำเนินงานตามค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด ผลกระทบจากการดำเนินโครงการ และผลการใช้จ่ายงบประมาณ ดังนี้

3.1 สรุปผลการดำเนินงานตามค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัดของโครงการในภาพรวม (3 ปี)

ตารางที่ 3.1 ค่าเป้าหมายและผลการดำเนินงานของผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการในแต่ละปี (3 ปี)

ผลผลิต/ผลลัพธ์	หน่วย	ปีที่ 1 แผน	ปีที่ 1 ผล	ปีที่ 2 แผน	ปีที่ 2 ผล	ปีที่ 3 แผน	ปีที่ 3 ผล
1. จำนวนคนที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้/เทคโนโลยี	คน	50	50	50	-	50	-
2. จำนวนเทคโนโลยี/องค์ความรู้ที่ถ่ายทอด	เรื่อง	3	4	3	-	3	-
3. จำนวนวิทยากรที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นได้	คน	5	5	5	-	5	-
4. ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ร้อยละ	85	89.30	90	-	90	-
5. จำนวนผู้นำความรู้/เทคโนโลยีที่ได้รับไปใช้ประโยชน์	คน	50	50	50	-	50	-
6. มูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ	บาท	100,000	300,000	150,000	-	200,000	-
7. จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา	ผลิตภัณฑ์	5	5	5	-	5	-
8. ผลิตภัณฑ์ที่ได้ผ่านการรับรองมาตรฐาน	ผลิตภัณฑ์	3	5*	3	-	3	-

หมายเหตุ: กรณีเป็นปีที่ 1 ระบุผลเฉพาะปีที่ 1 / * ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาและดำเนินการยื่นขอรับรองมาตรฐาน (มผช./อย.) ครบทั้ง 5 ผลิตภัณฑ์ โดยจะปรับปรุงสถานะเป็น “ได้รับการรับรอง” เมื่อได้รับหนังสือรับรองจากหน่วยงานรับรองอย่างเป็นทางการ

3.2 สรุปผลการดำเนินงานตามค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัดของโครงการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ปีที่ 1)

ตารางที่ 3.2 ผลการดำเนินงานตามค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

ผลผลิต/ผลลัพธ์	หน่วย	แผน	ผล	ผลการดำเนินงาน/หลักฐาน
1. จำนวนคนที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้/เทคโนโลยี	คน	50	50	ผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ 1 และ 2 กิจกรรมละ 50 คน (รายชื่อภาคผนวก ก)
2. จำนวนเทคโนโลยี/องค์ความรู้ที่ถ่ายทอด	เรื่อง	3	4	(1) การบริหารจัดการธุรกิจชุมชน 4 กลไก (2) มาตรฐาน SHA/GHP/Food Safety (3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการขอรับรอง มผช./อย. (4) เทคโนโลยีดิจิทัล QR Code/Digital Storytelling

ผลผลิต/ผลลัพธ์	หน่วย	แผน	ผล	ผลการดำเนินงาน/หลักฐาน
3. จำนวนวิทยากรที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นได้	คน	5	5	ประธานกลุ่ม ผู้ประสานงาน และผู้นำหน่วยธุรกิจหลัก (วงศ์คำฟาร์ม ศูนย์นวัตกรรมกล้วยหอมทองภักขา ศูนย์เรียนรู้ผ้าทอกะเหรี่ยง)
4. ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ร้อยละ	85	89.30	กิจกรรมที่ 1 ร้อยละ 88.20 กิจกรรมที่ 2 ร้อยละ 90.40
5. จำนวนผู้นำความรู้/เทคโนโลยีที่ได้รับไปใช้ประโยชน์	คน	50	50	แบบฟอร์มการนำผลงานวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์ (ภาคผนวก ข)
6. มูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ	บาท	100,000	300,000	ประมาณการรายได้ที่กระจายสู่สมาชิกเครือข่ายจากกิจกรรมท่องเที่ยวศึกษาดูงานและผลิตภัณฑ์ที่พัฒนา (ดูข้อ 3.3)
7. จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา	ผลิตภัณฑ์	5	5	เนยถั่วช็อกโกแลต โกโก้ทรีอินวัน ข้าวเม่ากล้วยหอมทอง ช็อกโกแลต ลูกประคบสมุนไพร มาร์คตาสมุนไพร
8. ผลิตภัณฑ์ที่ได้ผ่านการรับรองมาตรฐาน	ผลิตภัณฑ์	3	5*	ยื่นขอรับรอง มผช./อย. ครบ 5 ผลิตภัณฑ์ พร้อมผลวิเคราะห์ทดสอบจากศูนย์วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มรภ.อุตรดิตถ์
9. สื่อดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน	รายการ	7	7	เพจ/เว็บไซต์ 1 วิดีโอ Storytelling 1 คลิปสั้น 1 ป้ายแผนที่/จุดเช็คอิน 4 จุด (และชุดอินโฟกราฟิก Wang Chin Wellness Trip 7 ชิ้น)

3.3 การประเมินผลกระทบจากการดำเนินโครงการ

(1) ผลกระทบทางเศรษฐกิจ

ก่อนดำเนินโครงการ ผู้เข้าร่วมโครงการ 50 ราย มีรายได้รวมประมาณ 7,270,000 บาทต่อปี (เฉลี่ย 145,400 บาทต่อรายต่อปี ที่มา: แบบสำรวจข้อมูลผู้เข้าร่วมโครงการ ภาคผนวก ก) โดยผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่ม ได้แก่ โกโก้เมล็ดแห้ง ยอดขาย 300 กิโลกรัมต่อเดือน รายได้ 60,000 บาทต่อเดือน และส้มเขียวหวาน ยอดขาย 3,000 กิโลกรัมต่อเดือน รายได้ 45,000 บาทต่อเดือน ซึ่งเป็นการจำหน่ายวัตถุดิบและสินค้าเกษตรขั้นต้นที่มีมูลค่าเพิ่มต่ำ พึ่งพาช่องทางออฟไลน์ และยังไม่มีผลิตภัณฑ์แปรรูปหรือบริการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน

หลังดำเนินโครงการปีที่ 1 เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการดำเนินโครงการประมาณ 300,000 บาทต่อปี (ที่มา: การประมาณการร่วมกับประธานกลุ่มและสมาชิกเครือข่าย จากฐานข้อมูลยอดขาย ต้นทุน และจำนวนคณะศึกษาดูงาน ตามที่ระบุในข้อเสนอโครงการต่อเนื่องปีที่ 2) ซึ่งกระจายสู่สมาชิกเครือข่ายผ่าน 3 ช่องทาง ดังตาราง

ตารางที่ 3.3 การเปรียบเทียบมูลค่าทางเศรษฐกิจก่อน-หลังดำเนินโครงการ (ปีที่ 1)

แหล่งที่มาของมูลค่าทางเศรษฐกิจ	ก่อนโครงการ (บาท/ปี)	หลังโครงการ (บาท/ปี)	เพิ่มขึ้น (บาท/ปี)	วิธีการคำนวณ
1. รายได้จากการต้อนรับคณะศึกษาดูงาน/ท่องเที่ยวชุมชนตามเส้นทางวังชิ้นโมเดล	-	150,000	150,000	คณะศึกษาดูงานประมาณ 10 คณะ $\times$ 30 คน $\times$ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 500 บาท/คน (อาหาร กิจกรรม Workshop ของฝาก)

แหล่งที่มาของมูลค่าทางเศรษฐกิจ	ก่อนโครงการ (บาท/ปี)	หลังโครงการ (บาท/ปี)	เพิ่มขึ้น (บาท/ปี)	วิธีการคำนวณ
2. รายได้เพิ่มจากผลิตภัณฑ์แปรรูปที่พัฒนาใหม่ 5 ผลิตภัณฑ์ (มูลค่าเพิ่มจากวัตถุดิบขั้นต้น)	-	100,000	100,000	ยอดจำหน่ายทดลองตลาดเฉลี่ย 5 ผลิตภัณฑ์ × 200 ชิ้น × ราคาเฉลี่ย 100 บาท
3. ต้นทุนที่ลดลงจากการทำบัญชีต้นทุน การจัดการกลุ่ม และการใช้สื่อดิจิทัลแทนสื่อสิ่งพิมพ์/ค่าตัวกลาง	-	50,000	50,000	ประมาณร้อยละ 10 ของค่าใช้จ่ายด้านการตลาดและการจัดการเดิมของกลุ่ม
รวมมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น		300,000	300,000	

การคำนวณอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (Benefit/Cost Ratio : B/C Ratio) ปีที่ 1

ตารางที่ 3.4 การคำนวณอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (B/C Ratio) ปีที่ 1

รายการ	วิธีคำนวณ	จำนวน (บาท)
(1) ผลประโยชน์สุทธิส่วนเพิ่มที่เกิดจากโครงการ	รายได้เพิ่ม (150,000 + 100,000) + ต้นทุนที่ลดลง (50,000)	300,000
(2) งบประมาณโครงการปีที่ 1	งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนจาก สป.อว.	202,800
(3) ตัวชี้วัดความคุ้มค่าในการลงทุน (B/C Ratio)	(1) ÷ (2) = 300,000 ÷ 202,800	1.48

ผลการคำนวณ B/C Ratio เท่ากับ 1.48 (มากกว่า 1.00) แสดงว่าการดำเนินโครงการปีที่ 1 มีความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจตามเกณฑ์ที่กำหนด ทั้งนี้ เมื่อรวมผลประโยชน์สะสมตลอด 3 ปีตามแผน (ปีที่ 2 และ 3 ประมาณการผลประโยชน์สุทธิเพิ่มขึ้น 250,000 บาทต่อปี จากการขาย Signature Tour Packages ผลิตภัณฑ์ผ่าน E-commerce ที่พัก/ร้านอาหาร และ Workshop) จะได้ผลประโยชน์สะสม 300,000 + 250,000 + 250,000 = 800,000 บาท เทียบกับงบประมาณรวม 702,800 บาท คิดเป็น B/C Ratio ตลอดโครงการเท่ากับ 1.14 ตัวเลขทั้งหมดเป็นการประมาณการจากฐานข้อมูลของกลุ่ม โดยโครงการจะเก็บข้อมูลจริงด้านยอดขาย ต้นทุน จำนวนลูกค้า และจำนวนผู้เข้าพักในปี 2 เพื่อยืนยันตัวเลข

(2) ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 3.5 ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมก่อน-หลังดำเนินโครงการ

ประเด็น	ก่อนดำเนินโครงการ	หลังดำเนินโครงการ (ปีที่ 1)	กระบวนการดำเนินการ
การจัดการของเสียจากการเกษตรและการท่องเที่ยว	เปลือกโกโก้ กากสมุนไพร และเศษผ้าทอ ถูกทิ้งหรือเผา ไม่มีการจัดการอย่างเป็นระบบ (ที่มา: แบบสำรวจความต้องการผู้ประกอบการ)	ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจแนวคิด Circular Economy และวงจรการผลิตแบบไร้ขยะ (Zero-Waste Flow) 4 ขั้นตอน (Sourcing–Processing–Eco-Packaging–Upcycling) และเริ่มคัดแยกของเสียเพื่อทำปุ๋ยหมัก/วัตถุดิบ Upcycling	ถ่ายทอดองค์ความรู้ในกิจกรรมที่ 1–2 และออกแบบกระบวนการจัดการของเสียด้วย Design Thinking 5 ขั้นตอน (ภาพที่แสดงในบทที่ 2)
บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกทั่วไป ไม่มีฉลากมาตรฐาน	ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 5 รายการ ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยคำนึงถึงการ	กิจกรรมที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ประเด็น	ก่อนดำเนินโครงการ	หลังดำเนินโครงการ (ปีที่ 1)	กระบวนการดำเนินการ
		ลดพลาสติกและวัสดุย่อยสลายได้ (Green Packaging) พร้อมฉลาก ถูกต้องตามกฎหมาย	
การใช้สื่อสิ่งพิมพ์	ประชาสัมพันธ์ด้วยแผ่นพับ/โบรชัวร์และการออกบูธ	ใช้ QR Code เพจ/เว็บไซต์ และป้ายแผนที่ดิจิทัล 4 จุดแทนสื่อสิ่งพิมพ์ ลดการใช้กระดาษและค่าเดินทาง	กิจกรรมที่ 4
ความตระหนักรู้ด้าน Green Tourism	ยังไม่มีแนวปฏิบัติร่วมกันของเครือข่าย	เครือข่ายกำหนดแนวทางเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เชื่อมโยงกับการอนุรักษ์แหล่งน้ำและป่าไม้ (น้ำตกแม่พุงหลวง น้ำพุร้อนแม่จอก ดอยก่อ) และเกษตรปลอดภัย	การออกแบบเส้นทาง Wang Chin Wellness Trip

ทั้งนี้ โครงการได้กำหนดตัวชี้วัดของระบบ Circular Economy สำหรับพื้นที่อำเภอยางชุมน้อยในปีถัดไป ได้แก่ อัตราการใช้ประโยชน์ของเสีย (Waste Utilization Rate) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ปริมาณขยะที่ลดลงจากการฝังกลบไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ผลิตภัณฑ์ Upcycling ใหม่ไม่น้อยกว่า 3-5 รายการ และผู้ประกอบการไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 หันมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่ลดพลาสติกหรือย่อยสลายได้

(3) ผลกระทบด้านสังคม

การดำเนินโครงการปีที่ 1 ก่อให้เกิดผลกระทบด้านสังคมที่สำคัญ ดังนี้

1) **การสร้างความร่วมมือและความเข้มแข็งของเครือข่าย** สมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสามารถขีดตัวขึ้นโมเดล 4.0 จำนวน 50 ราย จากหลายตำบล (วังหิน แม่พุง สร้อย นาพูน) และหลายกลุ่มอาชีพ ได้ร่วมกันวิเคราะห์ระบบนิเวศธุรกิจ กำหนดจุดขายของพื้นที่ และวางโครงสร้างการบริหารจัดการกลุ่มด้านการตลาด ทรัพยากรมนุษย์ และการเงินบัญชี โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วม (ประชุมระดมสมอง Workshop และการถอดบทเรียนจากพื้นที่อื่น) ทำให้เกิดข้อตกลงร่วมเรื่องคุณภาพสินค้า มาตรฐาน และการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม

2) **การยกระดับทักษะและคุณภาพชีวิต** ผู้ประกอบการมีทักษะใหม่ด้านการทำบัญชีต้นทุน สุขอนามัย Food Safety การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการใช้สื่อดิจิทัล ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพได้จริง (ความพึงพอใจด้านการนำไปใช้ประโยชน์ค่าเฉลี่ย 4.54-4.78 ระดับมากที่สุด) และกลุ่มผู้สูงอายุ/แม่บ้าน ซึ่งเป็นผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่ (อายุ 51 ปีขึ้นไป ร้อยละ 54-64) มีโอกาสสร้างรายได้เสริมจากการเป็นวิทยากรถ่ายทอดภูมิปัญญาและผลิตสินค้าชุมชน

3) **การอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น** การนำผ้าทอกะเหรี่ยง สมุนไพรพื้นบ้าน ภูมิปัญญาหมอมือ และประวัติศาสตร์ท้องถิ่น (ตำนานเจ้าหมื่นดั่ง เมืองตรอกสลอบ) มาออกแบบเป็นเนื้อหา Digital Storytelling และจุดประสบการณ์ในเส้นทาง Wang Chin Wellness Trip ทำให้เกิดกลไกการอนุรักษ์และถ่ายทอดสู่คนรุ่นต่อไป และสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของชุมชน

4) **การมีส่วนร่วมของหน่วยงานในพื้นที่** เกิดความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ที่ว่าการอำเภอยางชุมน้อย สำนักงานสาธารณสุขอำเภอยางชุมน้อย องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ในการสนับสนุนวิทยากร สถานที่ และการประสานงานเรื่องการใช้พื้นที่ดอยก่อเป็นจุดเช็คอินหลัก ซึ่งเป็นรากฐานของกลไกภาคีเครือข่าย 4 ภาคส่วน (ภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา ภาคประชาชน) ในปีต่อไป

3.4 สรุปกิจกรรมที่บรรลุเป้าหมายตามแผนการดำเนินงานของโครงการและที่ไม่สามารถดำเนินการได้ตามแผน

ปีที่ 1 (พ.ศ. 2569) ดำเนินกิจกรรมครบทั้ง 4 กิจกรรมตามแผน และบรรลุค่าเป้าหมายตัวชี้วัดทุกรายการ ได้แก่ การถ่ายทอดองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการ 50 ราย (ร้อยละ 100 ของกลุ่มเป้าหมาย) การอบรมมาตรฐานบริการและสุขอนามัย 50 ราย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 5 ผลิตภัณฑ์พร้อมยื่นขอรับรองมาตรฐาน และการจัดทำสื่อดิจิทัลครบตามแผน (เพจ/เว็บไซต์ 1 ช่องทาง วิดีโอเรื่องเล่า 1 เรื่อง คลิปสั้น 1 คลิป ป้ายแผนที่/จุดเช็คอิน 4 จุด) ความพึงพอใจเฉลี่ยร้อยละ 89.30 มูลค่าทางเศรษฐกิจประมาณ 300,000 บาท กิจกรรมที่ยังต้องติดตามต่อเนื่องคือ ผลการพิจารณารับรองมาตรฐาน มผช./อย. ของผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 รายการ ซึ่งขึ้นอยู่กับรอบการตรวจประเมินของหน่วยงานรับรอง โดยคณะผู้รับผิดชอบโครงการจะติดตามและรายงานผลในระบบ CMO และในรายงานปีที่ 2

ปีที่ 2 (พ.ศ. 2570) อยู่ระหว่างเสนอขอรับการสนับสนุนงบประมาณ 250,000 บาท เพื่อขับเคลื่อนโมเดลธุรกิจ (Business Model Implementation) ประกอบด้วย การออกแบบและพัฒนา Signature Tour Packages 3 เส้นทาง (Wellness Trail วังขึ้น / Cocoa & Organic Valley / ผ้าทอชาติพันธุ์กะเหรี่ยง) การพัฒนา Smart Tourism Website และ E-commerce Platform ของชุมชน การขับเคลื่อนการตลาดดิจิทัลและการขาย และการสร้างเครือข่ายพันธมิตรและระบบ CRM โดยตั้งเป้ารายได้จากช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20

ปีที่ 3 (พ.ศ. 2571) วางแผนขอรับการสนับสนุนงบประมาณ 250,000 บาท เพื่อสร้างธุรกิจยั่งยืน (Sustainable Enterprise) ปรับโครงสร้างวิสาหกิจชุมชนอย่างน้อย 2 กลุ่มวิสาหกิจเพื่อสังคม วัดผลกระทบทางสังคม (SROI/Social Value) พัฒนาวัดกรรม Circular Economy และ Wellness Product และจัดตั้งกองทุนเพื่อความยั่งยืนจากรายได้การท่องเที่ยว

3.5 สรุปผลการใช้จ่ายงบประมาณตามรายการกิจกรรมที่ระบุไว้ในข้อเสนอโครงการ

ตารางที่ 3.6 สรุปผลการใช้จ่ายงบประมาณ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

ปีงบประมาณ (พ.ศ.)	กิจกรรม	งบประมาณที่ได้รับ การสนับสนุน (บาท)	งบประมาณที่ใช้จ่าย (บาท)	งบประมาณคงเหลือ (บาท)	หมายเหตุ
2569	1. ถ่ายทอดองค์ความรู้การบริหารจัดการการตลาด กลุ่ม การผลิต และบัญชี	40,000	40,000	0	20-21 มิ.ย. 2569
2569	2. อบรมมาตรฐานบริการ (สุขอนามัย/Food Safety)	40,000	40,000	0	30 มิ.ย. – 1 ก.ค. 2569
2569	3. พัฒนาผลิตภัณฑ์และยื่นขอ มผช./อย.	56,400	56,400	0	รวมค่าวิเคราะห์ทดสอบ 13,500 บาท (SCURU69-130)
2569	4. QR Code/Digital Content/Digital Storytelling	66,400	66,400	0	ก.ค. – ก.ย. 2569
รวม		202,800	202,800	0	

บทที่ 4

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

4.1 ปัญหา/อุปสรรค

4.1.1 **ระยะเวลาดำเนินโครงการจำกัด** โครงการได้รับการอนุมัติและเริ่มดำเนินการวันที่ 24 เมษายน 2569 ทำให้มีระยะเวลาดำเนินงานเพียง 5 เดือน ในขณะที่กิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการยื่นขอรับรองมาตรฐาน มผช./อย. ต้องอาศัยระยะเวลาในการวิเคราะห์ทดสอบผลิตภัณฑ์ (30 วันทำการต่อรอบ) การปรับปรุงสถานที่ผลิต และรอบการตรวจประเมินของหน่วยงานรับรอง จึงทำให้ผลการรับรองมาตรฐานอย่างเป็นทางการอาจล่วงเลยปีงบประมาณ

4.1.2 **ช่วงเวลาดำเนินกิจกรรมตรงกับฤดูฝนและฤดูกาลเกษตร** ผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อย (เกษตรกรร้อยละ 42-56) ซึ่งมีภาระงานในสวนส้ม สวนโกโก้ และแปลงเกษตรในช่วงเดือนมิถุนายน-กันยายน ประกอบกับสภาพอากาศฝนตกหนัก ทำให้การนัดหมายลงพื้นที่ให้คำปรึกษา ณ สถานที่ผลิต (On-site Coaching) และการถ่ายทำสื่อวิดีโอกลางแจ้งต้องปรับเปลี่ยนหลายครั้ง

4.1.3 **ข้อจำกัดด้านทักษะดิจิทัลของผู้ประกอบการ** ผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 54-64) ยังไม่คุ้นเคยกับการใช้เครื่องมือดิจิทัล การถ่ายภาพสินค้า และการบริหารจัดการช่องทางออนไลน์ ทำให้การถ่ายทอดเทคโนโลยี QR Code และ Digital Content ต้องใช้เวลาฝึกปฏิบัติซ้ำและต้องมีทีมสนับสนุนด้านสื่อจากมหาวิทยาลัย

4.1.4 **ความพร้อมของสถานที่ผลิตตามเกณฑ์มาตรฐาน** ผู้ประกอบการหลายรายยังผลิตในครัวเรือนแบบเปิด ไม่มีการแยกพื้นที่ผลิต (Zoning) ตามเกณฑ์ GHP/อย. การปรับปรุงสถานที่ผลิตต้องใช้เงินลงทุนของผู้ประกอบการเองซึ่งเกินกรอบงบประมาณของโครงการ ทำให้บางกลุ่มต้องใช้แนวทางผลิตร่วมกันในสถานที่ผลิตกลางที่ได้มาตรฐาน

4.1.5 **การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวและการใช้พื้นที่สาธารณะ** จุดเช็คอินหลัก “ดอยก่อ” และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติบางแห่งอยู่ในเขตพื้นที่ที่ต้องประสานงานเรื่องเอกสารสิทธิ์และการขออนุญาตใช้พื้นที่กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและ สปก. ซึ่งต้องใช้เวลาในการดำเนินการ

4.1.6 **ข้อมูลรายได้และต้นทุนของกลุ่มยังไม่เป็นระบบ** ก่อนเข้าร่วมโครงการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีการจดบันทึกบัญชีรายรับ-รายจ่ายอย่างต่อเนื่อง ทำให้การประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจและ B/C Ratio ในปีที่ 1 ต้องอาศัยการประมาณการร่วมกับกลุ่ม

4.2 ข้อเสนอแนะ/แนวทางการแก้ไข

4.2.1 **ด้านการบริหารโครงการ** ควรเริ่มดำเนินกิจกรรมที่ต้องใช้ระยะเวลานาน (การวิเคราะห์ทดสอบการปรับปรุงสถานที่ผลิต และการยื่นขอรับรองมาตรฐาน) ตั้งแต่ไตรมาสแรกของปีงบประมาณ และจัดทำแผนติดตามผลการรับรองมาตรฐานต่อเนื่องในปีที่ 2 พร้อมรายงานความก้าวหน้าผ่านระบบ CMO รายไตรมาส

4.2.2 **ด้านการจัดกิจกรรมในพื้นที่** ควรกำหนดปฏิทินกิจกรรมร่วมกับประธานกลุ่มโดยหลีกเลี่ยงช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวและฤดูฝน จัดกิจกรรมภาคปฏิบัติแบบกระจายเป็นกลุ่มย่อยตามหน่วยธุรกิจ (โกโก้ สมุนไพร ผัก/ร้านอาหาร) และใช้ช่องทางออนไลน์ (Line Group/ประชุมออนไลน์) ในการติดตามให้คำปรึกษาระหว่างการลงพื้นที่

4.2.3 **ด้านการพัฒนาทักษะดิจิทัล** ควรพัฒนา “ทีมสื่อชุมชน” จากคนรุ่นใหม่และเยาวชนในพื้นที่ (เป้าหมายไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของกลุ่มเป้าหมาย) ให้เป็นผู้ผลิตคอนเทนต์และดูแลช่องทางออนไลน์ของ

เครือข่าย ควบคู่กับการอบรมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในระดับพื้นฐาน เพื่อให้ Smart Tourism Website/E-commerce ในปีที่ 2 ดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องโดยชุมชนเอง

4.2.4 ด้านมาตรฐานสถานที่ผลิต ควรส่งเสริมรูปแบบ “สถานที่ผลิตกลาง (Shared Facility)” ของเครือข่ายที่ได้มาตรฐาน GHP/อย. เพื่อให้ผู้ประกอบการรายย่อยใช้ร่วมกัน และประสานแหล่งทุนสนับสนุน เช่น ธ.ก.ส. ธนาคารออมสิน สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด และงบประมาณท้องถิ่น ในการปรับปรุงสถานที่ผลิตและบรรจุภัณฑ์

4.2.5 ด้านเครือข่ายและพื้นที่ ควรจัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่ว่าการอำเภอ และมหาวิทยาลัย ในการบริหารจัดการจุดท่องเที่ยวสาธารณะ (ดอยก่อ น้ำพุร้อนแม่จอก น้ำตกแม่พุงหลวง) และเชื่อมโยงเข้ากับแผน Smart City Wang Chin และเส้นทางท่องเที่ยวหลักของจังหวัดแพร่และจังหวัดใกล้เคียง (แพร่-อุตรดิตถ์-น่าน-ลำปาง)

4.2.6 ด้านระบบข้อมูล ควรกำหนดให้กลุ่มจัดเก็บข้อมูลยอดขาย ต้นทุน จำนวนนักท่องเที่ยว/คณะศึกษาดูงาน และจำนวนผู้เข้าพักอย่างเป็นระบบตั้งแต่ปีที่ 2 (แบบบันทึกรายเดือน) เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการคำนวณมูลค่าทางเศรษฐกิจ B/C Ratio และ SROI ในปีที่ 3 ได้อย่างแม่นยำ

4.2.7 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย สป.อว. และคลินิกเทคโนโลยีควรพิจารณาสนับสนุนกลไกการรับรองมาตรฐานแบบเร่งด่วน (Fast Track) สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้แพลตฟอร์ม BCE ร่วมกับหน่วยงานรับรอง (สสจ./พช./สมอ.) และสนับสนุนงบประมาณต่อเนื่องในปีที่ 2 และ 3 ตามแผน เพื่อให้ผลผลิตด้านมาตรฐานที่สร้างไว้ในปีที่ 1 ถูกแปลงเป็นรายได้และความยั่งยืนของชุมชนอย่างแท้จริง

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
รายชื่อผู้เข้าร่วมโครงการ

ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เข้าร่วมโครงการ

กลุ่มเป้าหมาย: เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสมาร์ตซิตี้วังชิ้นโมเดล 4.0 อำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่ จำนวน 50 ราย

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ที่อยู่	อาชีพ	รายได้ปัจจุบันต่อปี (บาท)
1	นางธมนภัทร สมภาร	319/2 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	220,000
2	นางสิวันท์ จิรกุลธนโชติ	186 ม.16 ต.แม่พุง อ.วังชิ้น จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	200,000
3	นายภัทรพงษ์ ใจเอ๋ย	98/1 ม.9 ต.แม่พุง อ.วังชิ้น จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	200,000
4	นางภัทชา ดนະทิพย์	124 ม.16 ต.แม่พุง อ.วังชิ้น จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	200,000
5	นายสินชัย พุกจินดา	170 ม.6 ต.สรอย อ.วังชิ้น จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	300,000
6	นายเสถียร ถาบุญ	153 ม.3 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	150,000
7	นางลภัสนันท์ อินตะยศ	281/6 ม.8 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	150,000
8	นางปนพพัชญ์ สมภาร	550 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	150,000
9	นายพิชิตพงษ์ บริสิน	551 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	200,000
10	นายศักดิ์ดา ต้นตื้อ	351 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	150,000
11	นางพนารัตน์ พงษ์สุรัตน์	331/1 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	400,000
12	นายเชียร คำหลู่	313 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	เกษตรกรรม	100,000
13	น.ส.ปวีรวิศา สัจจะธีรกุล	557 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	ค้าขาย	150,000
14	นายอนงค์ ตาตา	115 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	ค้าขาย	200,000
15	นางบุญยก ลังกาพิมพ์	253/3 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	เกษตรกรรม	100,000
16	นายนิล รินตัน	308 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	เกษตรกรรม	90,000
17	นายจักรดูล โนคำ	540 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	300,000
18	นายศักดิ์ดา แถมใจ	287/1 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	เกษตรกรรม	200,000
19	นายสมยศ อินตะยศ	281/6 ม.8 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	ค้าขาย	200,000
20	นางสมศรี ปาเต็ม	134/1 ม.10 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	เกษตรกรรม	90,000
21	นางจันทร์เพ็ญ สุรินทร์	120/2 ม.10 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	เกษตรกรรม	90,000
22	นายยศพนธ์ สุราช	480/1 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	รับจ้าง	100,000
23	นายล้วน จิรยารัตนกุล	290/1 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	ค้าขาย	100,000
24	นายทาน ไชยมงคล	283/2 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	เกษตรกรรม	100,000
25	นายมานพ บริสิน	98 ม.13 ต.แม่พุง อ.วังชิ้น จ.แพร่	รับจ้าง	100,000
26	นางแอนนา ภูเอี่ยม	196 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	200,000
27	นางกฤตยา เดชมงคลวัฒนา	552 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	เกษตรกรรม	150,000
28	นายพันธ์ ถาบุญ	544 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	เกษตรกรรม	150,000
29	นางสมชาย เขยฟู	287 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	เกษตรกรรม	150,000
30	นายปั่น กันทะวงศ์	284 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	เกษตรกรรม	90,000
31	นายมังกร นันตีสาร	345 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	เกษตรกรรม	150,000
32	นายประยุทธ ทะนันชัย	348/1 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	เกษตรกรรม	150,000
33	นายปัญญา กระหวาย	352/1 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	รับจ้าง	100,000
34	นายอภิชัย จิรกุลพล	437 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	ค้าขาย	100,000
35	นายสามารถ ชันคำ	285/1 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	ค้าขาย	100,000
36	นายสุวิจิตร ราชสิกข์	66/6 ม.2 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	150,000
37	น.ส.คำมูล เพ็ญเก่า	550 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	แม่บ้าน	50,000
38	นางจันทา คำหลู่	313 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	เกษตรกรรม	50,000
39	นางหมั่น อินตะหา	253/2 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	เกษตรกรรม	60,000
40	นายนิยม เขียวต๊ิบ	170/2 ม.1 ต.วังชิ้น อ.วังชิ้น จ.แพร่	เกษตรกรรม	120,000

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ที่อยู่	อาชีพ	รายได้ปัจจุบันต่อปี (บาท)
41	นายวงศ์เนตร วิไจยา	53/3 ม.8 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	150,000
42	นางพรลภัส แสงสร้อย	581 ม.5 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	150,000
43	นางสายรุ้ง หนองบัว	18/2 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	90,000
44	นายสมชาย ไชยเขียว	108/2 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	150,000
45	นางมะลิ ตาแก้ว	331 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	150,000
46	นายพุทธ กันทะวงศ์	487/2 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	60,000
47	นายรณเกียรติ คำน้อย	86 ม.15 ต.แม่พุง อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	150,000
48	นางอุ๊ต ตาตา	115 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	100,000
49	พ.ต.ท.ธนันเศรษฐ์ อาจโพธิ์	155 ม.10 ต.นาพูน อ.วังชัน จ.แพร่	ธุรกิจส่วนตัว	200,000
50	นางพรทิพย์ ต้นตื้อ	351 ม.1 ต.วังชัน อ.วังชัน จ.แพร่	เกษตรกร	60,000

ภาคผนวก ข
การนำผลงานวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์

ภาคผนวก ข การนำผลงานวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์

สรุปจากแบบฟอร์มการนำผลงานวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์ ซึ่ง นางธมนภัทร สมภาร ประธานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสมาร์ตซิตี้วังชิ้นโมเดล 4.0 และสมาชิกกลุ่ม/ชุมชน จำนวน 50 คน ได้รับรองว่าได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี องค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม และนำไปใช้ประโยชน์ดังนี้

ตารางที่ 26 สรุปการนำองค์ความรู้/เทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ของกลุ่มเป้าหมาย

เทคโนโลยี/องค์ความรู้	ผลของการใช้องค์ความรู้/เทคโนโลยี (เพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย มาตรฐาน อื่น ๆ)
1. องค์ความรู้การจัดการมาตรฐานบริการ (Standardization Knowledge)	มาตรฐาน: ผู้ประกอบการบริการ (ที่พัก ร้านอาหาร มัคคุเทศก์) มีมาตรฐาน SHA/สุขอนามัย และการให้ความรู้มัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพิ่มรายได้: สร้างความน่าเชื่อถือ ดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพที่ยินดีจ่ายค่าบริการที่สูงขึ้น
2. เทคโนโลยี E-commerce Platform/Smart Tourism Website	เพิ่มรายได้: ขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและ Signature Tour Packages สู่ตลาดออนไลน์ ลดรายจ่าย: ลดการพึ่งพาตัวกลาง (Agency) และต้นทุนการตลาดแบบดั้งเดิม มาตรฐาน: ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและบริการถูกจัดเก็บและนำเสนออย่างเป็นระบบ (Smart Tourism)
3. องค์ความรู้ Digital Storytelling & Content Creation	เพิ่มรายได้: เพิ่มมูลค่าให้สินค้าและบริการด้วย “เรื่องเล่า” (อัตลักษณ์วังชิ้น ภูมิปัญญาผ้าทอ) มาตรฐาน: การนำเสนอผลิตภัณฑ์มีความเป็นมืออาชีพและมีเอกลักษณ์ (Brand Identity)
4. นวัตกรรมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Green Packaging) และ มผช.	เพิ่มรายได้: สินค้าชุมชน (สมุนไพร ผ้าทอกะเหรี่ยง โกโก้) มีมูลค่าเพิ่มและวางจำหน่ายในตลาดพรีเมียมได้ มาตรฐาน: ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพตามเกณฑ์ มผช. และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดรายจ่าย: ลดความเสี่ยงการถูกตีกลับสินค้าเนื่องจากไม่ได้มาตรฐาน
5. องค์ความรู้การปรับโครงสร้างเป็นธุรกิจเพื่อสังคม (SE)	เพิ่มรายได้: เข้าถึงแหล่งเงินทุนและโอกาสทางธุรกิจใหม่ที่สนับสนุน SE มาตรฐาน: การบริหารจัดการมีความโปร่งใสและสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมอย่างวัดผลได้ (SIA) อื่น ๆ: ยกระดับคุณค่าทางสังคมและความยั่งยืนของชุมชนในระยะยาว
6. นวัตกรรม Circular Economy (Upcycling) และ Green Tourism	ลดรายจ่าย: เปลี่ยนของเสีย/วัสดุเหลือใช้ (เศษผ้า วัสดุเกษตร) ให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ลดต้นทุนการกำจัดขยะ มาตรฐาน: ธุรกิจบริการมีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี ได้รับการยอมรับในฐานะ Green Business

กลุ่มเป้าหมายรับรองว่าได้นำความรู้ดังกล่าวไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพ การพัฒนาชุมชน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถเพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย และพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น (ลงนามรับรองโดยประธานกลุ่มและหัวหน้าโครงการ ตามแบบฟอร์มการนำผลงานวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์ที่จัดส่งพร้อมรายงานฉบับนี้)

ภาคผนวก ค
เอกสารองค์ความรู้ที่ถ่ายทอดและภาพกิจกรรม

เอกสารองค์ความรู้ที่ถ่ายทอดและภาพกิจกรรม

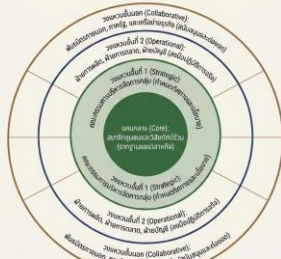
1 เอกสารองค์ความรู้ กิจกรรมที่ 1 การถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการตลาด การบริหารจัดการกลุ่ม การผลิต การบัญชีรายรับ-รายจ่าย



ทำความเข้าใจกับผู้มาเยือน:
ใครคือนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของเรา?

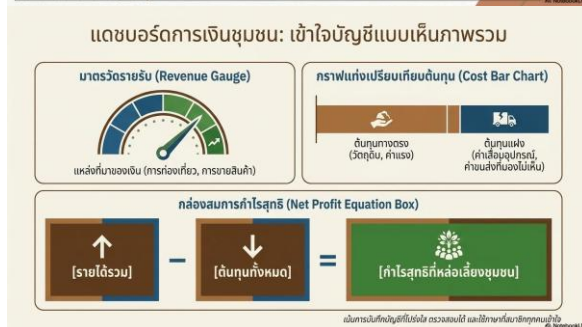


โครงสร้างวิสาหกิจเพื่อสังคม: ศูนย์คือศูนย์กลางของการขับเคลื่อน



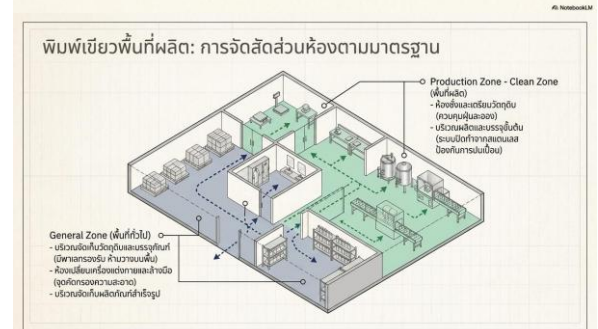
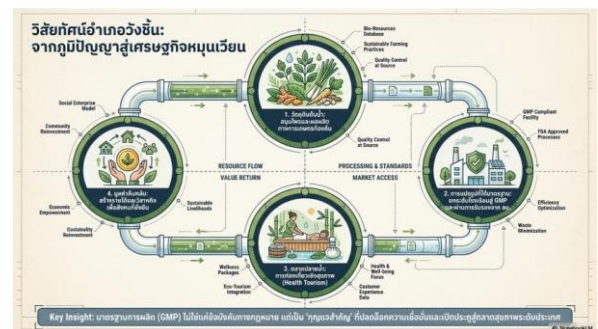
	ธุรกิจทั่วไป	วิสาหกิจเพื่อสังคมแบบหมุนเวียน
เป้าหมายหลัก:	กำไรสูงสุดของผู้ถือหุ้น	การแก้ปัญหาชุมชนและสิ่งแวดล้อมควบคู่กับผลกำไร
การตัดสินใจ:	รวมศูนย์ที่ผู้นำหรือนายก	การมีส่วนร่วมและตัดสินใจบนพื้นฐานความโปร่งใส
การจัดสรรรายได้:	ปันผลให้เจ้าของ	ปันผลสมาชิก, พัฒนาองค์กร, และคืนสู่ชุมชน
มุมมองทรัพยากร:	ใช้แล้วทิ้งเพื่อลดต้นทุน	หมุนเวียนทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุด







2 เอกสารองค์ความรู้ กิจกรรมที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและยกมาตรฐานบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (สุขอนามัย/Food Safety)



เจาะลึกโซนสะอาด: ทำไมต้องใช้ "ระบบปิด" ในการบรรจุ?

ปัญหา (Risk):
อันตรายจากภายนอกของห้อง หรือของปนเปื้อนในภาชนะบรรจุ อาจปนเปื้อนเข้าสู่ผลิตภัณฑ์ได้

ทางแก้ (The Closed System):
การบรรจุในภาชนะปิด (Enclosure) หรือ ห้องปลอดเชื้อ เพื่อป้องกันสิ่งปนเปื้อนจากภายนอกเข้าสู่ผลิตภัณฑ์

ผลลัพธ์ (Result):
ผลิตภัณฑ์ที่สะอาด ปลอดภัย และปราศจากสิ่งปนเปื้อนจากภายนอก

เจาะลึกโซนสะอาด: ทำไม 'ห้องบรรจุ' ต้องเป็นระบบปิด?

ภัยคุกคาม:
ฝุ่นละออง, สัตว์, แมลง

ผลลัพธ์จากการลด:
ผลิตภัณฑ์ที่สะอาด ปลอดภัย และปราศจากสิ่งปนเปื้อนจากภายนอก

กลไกป้องกัน: ห้องบรรจุเป็น "พื้นที่ปิด" (Closed System) ระบบอากาศผ่านระบบกรองอากาศให้สะอาดก่อนปล่อย

กายวิภาคของโครงสร้างมาตรฐาน

A. เพดานและไฟ: ฝ้าเพดานเรียบ ติดตั้งหลอดไฟแบบไม่แผ่รังสี (LED) เพื่อป้องกันแสงที่รบกวนการทำงานของเครื่องจักร

B. ผนังและพื้น: วัสดุที่ทำความสะอาดง่าย ผนังและพื้นต้องเป็นวัสดุที่ทนทาน ไม่เป็นแหล่งสะสมฝุ่น

C. เครื่องจักร: ใช้และเครื่องจักร สิ่งปนเปื้อนจากเครื่องจักรต้องเป็นแหล่งปนเปื้อนที่ไม่สามารถกำจัดได้

D. การระบายน้ำ: ต้องมีการระบายน้ำและสิ่งปนเปื้อนจากเครื่องจักร

ด้านคัดกรองความสะอาด (Hygiene Protocol)

Worker Gear

สิ่งของที่ต้องเตรียม: เสื้อคลุม (เต็มตัว), หน้ากากอนามัย, เสื้อคลุมแขนยาว, ถุงมือ, รองเท้า, อุปกรณ์ทำความสะอาด

The 7-Step Handwash

7 ขั้นตอนการล้างมือ: 1. ล้างฝ่ามือ, 2. ล้างหลังมือ, 3. ขัดฝ่ามือ, 4. ขัดหลังมือ, 5. ขัดนิ้วโป้ง, 6. ขัดนิ้วชี้, 7. ล้างมือ

Strategic Sink Placement

2.5m ระยะห่างจากตัวเครื่องจักร

คุณสมบัติ "ผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ" ประจำสถานที่ผลิต

สถาน: การดูแลสุขภาพ: พนักงานทุกคนต้องไม่มีโรคติดต่อร้ายแรงหรือโรคผิวหนังที่อาจเป็นอันตราย และต้องได้รับการตรวจสุขภาพประจำปี

ผู้ควบคุมการผลิต (สำหรับผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุนเพื่อสุขภาพ - ใช้นอก)	สิทธิการควบคุม
ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมไทย / เกษตรกรไทย (พ.ว / พ.ก.)	✓
ผู้ประกอบวิชาชีพแพทย์แผนไทยประยุกต์ (พ.ป.)	✓
ผู้ประกอบโรคศิลปะสาขาแพทย์แผนจีน (พ.จ.)	✓
เภสัชกร (ก.)	✓

ระบบเอกสารและฉลาก: ห่วงโซ่การตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability)

Traceability Process Flow

Step 1: วัตถุดิบสมุนไพร -> Step 2: วิธีการผลิต (SOP) -> Step 3: บันทึกการผลิต (Batch Record) -> Step 4: ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป (Finished Product)

แผนที่เส้นทาง: 6 ขั้นตอนสู่การเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน

Step 1: รับใบอนุญาตนานาชาติ (ต้องได้รับใบอนุญาตนานาชาติจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง)

Step 2: ผลิต (ต้องปฏิบัติตามมาตรฐานการผลิตตามแบบ สผ. 1)

Step 3: ควบคุมคุณภาพ (ต้องปฏิบัติตามมาตรฐานการผลิตตามแบบ สผ. 1)

Step 4: บันทึกการผลิต (ต้องปฏิบัติตามมาตรฐานการผลิตตามแบบ สผ. 1)

Step 5: ตรวจสอบ (ต้องปฏิบัติตามมาตรฐานการผลิตตามแบบ สผ. 1)

Step 6: อนุมัติ (ต้องปฏิบัติตามมาตรฐานการผลิตตามแบบ สผ. 1)

บัญชีการลงทุน vs ความเสี่ยงทางธุรกิจ

ฝั่งการลงทุน (ค่าธรรมเนียมตามกฎหมาย)

- โรงงานที่ใช้เครื่องจักรไม่ถึง 5 แรงม้า และขนาดไม่เกิน 7 คน: 3,000 บาท
- 5-10 แรงม้า (คนงาน < 20 คน): 5,000 บาท
- (โครงการพระราชดำริ หรือสหกรณ์ชุมชนที่เข้าเงื่อนไข อาจได้รับการยกเว้นหรือลดหย่อน)

ฝั่งความเสี่ยง (แหล่งกฎหมายมาตรา 91)

- การผลิตโดยไม่ได้รับอนุญาต หรือไม่ปฏิบัติตามมาตรฐาน: โทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือปรับไม่เกิน 300,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

Takeaway: การจัดตั้งสถานที่ผลิตไม่ใช่การต่อสู้กับกฎระเบียบ แต่คือการสร้าง "พิมพ์เขียวแห่งความปลอดภัย" ที่ทำให้ลูกค้ามั่นใจในแบรนด์ของคุณ

ภาครัฐพร้อมสนับสนุนและเป็นพี่เลี้ยงให้ผู้ประกอบการชุมชน

The Next Step: ทำความเข้าใจกับมาตรฐานและข้อกำหนดของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ "ก่อนลงมือก่อสร้างจริง"

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดแพร่ (ศูนย์งานในโครงการบูรณาการ)

- โทร: 054-511145 ต่อ 109
- Line ID: @phs44749
- Website: https://herbal.mda.moph.go.th/

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดน่าน

- โทร: 05458 9103
- เวลาทำการ: จันทร์ - ศุกร์ 08.30 - 16.30 น.

3 ภาพกิจกรรมการดำเนินโครงการ







4 หลักฐานการวิเคราะห์ทดสอบผลิตภัณฑ์และหนังสือสำคัญของกลุ่มเป้าหมาย



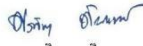
Sci-center Uttaradit Rajabhat University
27 Injaimee Rd. Muang Uttaradit 53000
Tel. 0-5541-1096 #1679,1789
<http://sci-center.uru.ac.th>

ใบเสนอราคา

เรียน : วิทยาลัยชุมชนวังชิ้นพนาไพร
หน่วยงาน : 550 หมู่ที่ 1 ตำบลวังชิ้น
อำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่
โทรศัพท์ : 063-9798263
E-mail : -

เลขที่ : SCURU69 - 130
วันที่ : 26/08/69
ผู้เสนอราคา : นารีนารถ ภารังกุล
โทรศัพท์ : 055411096 ต่อ 1679, 1789
E-mail : Lab_sciuru@hotmail.com

ศูนย์วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ขอเสนอราคาค่าบริการตรวจวิเคราะห์คุณภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์โกโก้ จำนวน 5 ตัวอย่าง ดังรายการต่อไปนี้

ลำดับ ที่	รายการทดสอบ	จำนวนตัวอย่าง	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ราคาสุทธิ (บาท)
1	สาร Antioxidant ในตัวอย่างชาเบสโกโก้	1	3,500	3,500
2	คุณค่าทางโภชนาการ ในตัวอย่างคาเคาผง	1	2,500	2,500
3	คุณค่าทางโภชนาการ ในตัวอย่างกราโนล่าข้าวไทย รสคาราเมลช็อกโกแลต	1	2,500	2,500
4	คุณค่าทางโภชนาการ ในตัวอย่างเนยรสคาราเมลช็อกโกแลต	1	2,500	2,500
5	คุณค่าทางโภชนาการ ในตัวอย่างผงโกโก้ คาร์ร็อกโกแลต	1	2,500	2,500
หมายเหตุ : 1. ระยะเวลาทดสอบ 30 วันทำการ 2. ราคาค่าค่าของส่งสินค้าสำหรับลูกค้าที่ระบุในใบเสนอราคาฉบับนี้เท่านั้น (ยื่นชำระราคา 30 วัน) การชำระเงิน : เงินสด/เช็ค/โอนเงิน 1. ส่งจ่ายเช็คในนาม "มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์" 2. ชำระโดยเงินเข้าบัญชี ธนาคารกรุงไทย ชื่อบัญชี : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ (เงินรับฝาก) เลขที่ : 661-0-17818-6 เลขประจำตัวผู้เสียภาษี : 0994000481152			รวมเป็นเงินทั้งสิ้น	13,500
ผู้เสนอราคา  (นางสาวนารีนารถ ภารังกุล) นักวิทยาศาสตร์		ผู้ตรวจสอบ  (ผศ.ดร. พรทิพา พิญาพงษ์) ผู้อำนวยการศูนย์วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี		อนุมัติตามรายการที่เสนอ (.....) ผู้มีอำนาจลงชื่อลงนามและส่งกลับเพื่อยืนยัน การรับทราบข้อตกลงที่ E-mail : Lab_sciuru@hotmail.com

ภาคผนวก ง
ประวัติแบบย่อของคณะทำงาน

ภาคผนวก ง ประวัติแบบย่อของคณะทำงาน

1. หัวหน้าโครงการ

รายการ	รายละเอียด
ชื่อ-นามสกุล	ผู้ช่วยศาสตราจารย์สินีนารถ วิกรมประสิทธิ์ (Asst. Prof. Sineenat Vikromprasit)
ตำแหน่งปัจจุบัน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ / คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ (31 มีนาคม 2564 – ปัจจุบัน)
สถานที่ติดต่อ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ โทร. 055-416623 ต่อ 1500 / 098-7478185 E-mail: sineenat.vik@uru.ac.th
ประวัติการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ. 2545 ศิลปศาสตรบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) สถาบันราชภัฏลำปาง พ.ศ. 2538
ประวัติการทำงาน	รองคณบดีฝ่ายบริหาร (2558–2564) หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจ (2556–2558) ผู้ประสานงานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (2548–2556)
องค์ความรู้ที่รับผิดชอบในโครงการ	การวางแผนธุรกิจ การจัดการความรู้ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การบริหารจัดการ การตลาด และการจัดการการท่องเที่ยว
ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง	หัวหน้าโครงการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอัตลักษณ์วัฒนธรรมจังหวัดน่าน (OTOP น่าน 45 ผลิตภัณฑ์ 2562–2569) หัวหน้าโครงการคู่มือวิทย์เพื่อโอท็อป (2566–2568) หัวหน้าโครงการหมู่บ้านวิทยาศาสตร์ หมู่บ้านมดหมี่กึ่งล้านช้าง (2556–2558) หัวหน้าโครงการ U2T for BCG จังหวัดแพร่ 3 ตำบล (2565) หัวหน้าโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จังหวัดแพร่ น่าน (วช. 2567) ผู้ร่วมวิจัยการพัฒนารูปแบบการยกระดับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม (ววน. 2569–2570) และการให้คำปรึกษาโครงการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การรับรองมาตรฐานของคลินิกเทคโนโลยี

2. ผู้ร่วมโครงการ

รายการ	รายละเอียด
ชื่อ-นามสกุล	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาศิริ เขตปิยรัตน์ (Asst. Prof. Dr. Pasiri Khetpiyarat)
ตำแหน่งปัจจุบัน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ / ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ (2557 – ปัจจุบัน)
สถานที่ติดต่อ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ โทร. 055-411096 ต่อ 1500 / 066-1455414 E-mail: uttcom01@gmail.com
ประวัติการศึกษา	บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต (การบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยนเรศวร พ.ศ. 2556 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ. 2545 บัญชีบัณฑิต (การบัญชี) มหาวิทยาลัยพายัพ พ.ศ. 2541
องค์ความรู้ที่รับผิดชอบในโครงการ	การจัดการห่วงโซ่อุปทาน การพัฒนาช่องทางการตลาด การเขียนแผนธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ทางการตลาด การบริหารประสบการณ์ลูกค้า และการบัญชี
ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง	หัวหน้าโครงการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดแพร่ (OTOP แพร่ 45 ผลิตภัณฑ์ 2562–2569) หัวหน้าโครงการวิจัยชุดทุเรียนหลงลับแล-หลินลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์ (สกว. 2559–2562) หัวหน้าโครงการวิจัยการจัดการห่วงโซ่อุปทานยางสด (สกว. 2560) หัวหน้าโครงการวิจัยการพัฒนาและยกระดับห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์โอท็อปแบบครบวงจรของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่ น่าน (ววน. 2566) และหัวหน้าโครงการวิจัยการพัฒนารูปแบบการยกระดับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม (ววน. 2569–2570)

3. ประธานกลุ่มเป้าหมาย

รายการ	รายละเอียด
ชื่อ-นามสกุล	นางธมนภัทร สมภาร
ตำแหน่ง	ประธานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสมาร์ตดีไวซ์ขึ้นโมเดล 4.0 โทร. 063-9798263 E-mail: thamonphat99@gmail.com
บทบาทในโครงการ	ประธานกลุ่ม ประธานสมาชิกเครือข่าย ร่วมถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการวางแผนธุรกิจ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และการบริหารธุรกิจชุมชน
ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง	ประธานวิสาหกิจชุมชนวังขึ้นพนาไพร (2561-ปัจจุบัน แปรรูปโกโก้ครบวงจร) ประธานเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสมาร์ตดีไวซ์ขึ้นโมเดล 4.0 (2563-ปัจจุบัน) ผู้ใหญ่บ้านบ้านใหม่ หมู่ที่ 1 ตำบลวังขึ้น (2566-ปัจจุบัน) ประธานเครือข่ายโอท็อปอำเภอวังขึ้น (2567-ปัจจุบัน) รองประธานเครือข่ายโอท็อปจังหวัดแพร่ คณะกรรมการเมืองมายังยืนจังหวัดแพร่ กลุ่มแพรรูฟ และคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอวังขึ้น