

.

คลินิกเทคโนโลยีเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รายงานฉบับสมบูรณ์

กิจกรรมการส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม

เพื่อเพิ่มศักยภาพและเศรษฐกิจชุมชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน

Business Community Enterprise : BCE

ชื่อโครงการ

โครงการพัฒนาโมเดลธุรกิจศูนย์นวัตกรรมสุขภาพเชิงอาหารและการท่องเที่ยว แบบองค์รวมด้วยแนวคิดเศรษฐกิจชีวภาพ หมุนเวียน และสีเขียว (BCG Model)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เบญจวรรณ เบญจกรณ์ และคณะ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

เสนอต่อ

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้ดำเนินการขอขอบพระคุณกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ในการสนับสนุนทุนในการดำเนินโครงการในครั้งนี้ ขอขอบคุณ คลีนิกเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในการส่งเสริมและสนับสนุนในการดำเนินงานเพื่อยื่นขอรับการสนับสนุนโครงการ ให้คำแนะนำในการดำเนินงานเพื่อให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

ขอขอบคุณสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เวิลด์ โกรว์ ออร์แกนิค ฟาร์ม อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ตัวแทนของนักท่องเที่ยวและผู้ให้ข้อมูลในการสำรวจข้อมูลภายใต้กิจกรรมตามต่างๆ ของโครงการ ที่ได้เสียสละเวลา แรงกาย แรงใจและสติปัญญาในการร่วมกันยกระดับและพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนในจังหวัดเชียงราย เพื่อมุ่งสู่การเป็นต้นแบบศูนย์นวัตกรรมสุขภาพเชิงอาหารและการท่องเที่ยวแบบองค์รวมด้วยแนวคิดเศรษฐกิจชีวภาพ หมุนเวียน และสีเขียว เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานของการทำการเกษตรตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ สร้างความมั่นคงและเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจฐานรากในชุมชน อันจะส่งผลให้เศรษฐกิจในภาพรวมของจังหวัดเชียงรายมีความเข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

ผลลัพธ์จากการดำเนินงานที่เกิดขึ้น หากเป็นประโยชน์ที่จะสร้างความมั่นคงและยั่งยืนให้แก่ภาคการเกษตร ข้าพเจ้าขออุทิศให้ผู้ที่มีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการนี้ ไม่ว่าจะโดยตรงหรือโดยอ้อม ขอทุกคนประสบแต่ความสุข ความเจริญ ความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืนตลอดไป

เบญจวรรณ เบญจกรณ์ และคณะ
กันยายน 2569

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการพัฒนาโมเดลธุรกิจศูนย์นวัตกรรมสุขภาพเชิงอาหารและการท่องเที่ยวแบบองค์รวมด้วยแนวคิดเศรษฐกิจ BCG ผู้ประกอบการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เวิลด์ โกรว์ ออร์แกนิค ฟาร์ม จ.เชียงราย หน่วยงานรับผิดชอบ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

การดำเนินงานในปีที่ 1 มุ่งเน้นวางรากฐานการพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพต้นแบบ และสร้างการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (วทน.) ยกระดับวัตถุดิบเกษตรอินทรีย์ท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต สร้างมาตรฐาน และพัฒนาบริการท่องเที่ยวตามแนวคิดเศรษฐกิจ BCG

ด้านการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้สำรวจพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายวัยทำงาน 30–50 ปี และคัดเลือกวัตถุดิบอินทรีย์ท้องถิ่น ได้แก่ ผงกล้วยน้ำว้าดิบและผงจิงจูฉ่าย นำมาปรับปรุงสูตรทางโภชนบำบัดจนได้ "แผ่นทาโก้สมุนไพรสุขภาพต้นแบบ" ที่ช่วยปรับสมดุลลำไส้และมีสารต้านอนุมูลอิสระสูง พร้อมจัดทำฉลากโภชนาการและตราสินค้าประกอบชุดเมนูอาหารสุขภาพ

ด้านแบรนด์และบรรจุภัณฑ์ ได้กำหนดตำแหน่งแบรนด์เน้นเกษตรอินทรีย์และสุขภาพองค์รวม ออกแบบโลโก้และพัฒนาบรรจุภัณฑ์จากวัสดุชีวภาพย่อยสลายได้ (Bio-based) ตามแนวคิด Circular Design ซึ่งผ่านการทดสอบถนอมคุณภาพและความกรอบของแผ่นทาโก้ ช่วยยืดอายุสินค้าและสะท้อนอัตลักษณ์ความยั่งยืนของจังหวัดเชียงราย

ด้านการทดลองตลาด ได้พัฒนาโมเดลนำร่องศูนย์นวัตกรรมสุขภาพ "World Grow Organic Café & Wellness Experience" จัดกิจกรรม Wellness Tourism Workshop ให้นักท่องเที่ยวทดลองทำอาหาร DIY ทาโก้สุขภาพร่วมกับกิจกรรมผ่อนคลายในพื้นที่ พร้อมเก็บข้อมูลความพึงพอใจเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ จัดทำ Storytelling สื่อสารคุณประโยชน์วัตถุดิบ และเปิดช่องทางออนไลน์สร้างการรับรู้

ผลสรุปปีที่ 1 ช่วยให้ชุมชนได้ผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพต้นแบบ บรรจุภัณฑ์ชีวภาพรักษ์โลก และโมเดลท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนำร่อง สำหรับปีที่ 2 (พ.ศ. 2570) จะยกระดับสู่ "ต้นแบบธุรกิจสุขภาพชุมชนด้วยระบบบริหารจัดการมาตรฐาน" โดยจัดทำคู่มือ SOP ระบบคลังสินค้า แผนธุรกิจ (BMC) คำนวณจุดคุ้มทุน และถ่ายทอดองค์ความรู้ขยายเครือข่ายระดับจังหวัดต่อไป

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ ..... ก
บทสรุปผู้บริหาร ..... ข
สารบัญ ..... ก
บทที่ 1 1
รายละเอียดโครงการ 1
1.1 ความเป็นมาของพื้นที่ 1
1.2 สภาพปัญหาในพื้นที่ 2
1.3 วัตถุประสงค์ 3
1.4 ผลที่คาดว่าจะได้รับ 3
1.5 โมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) 4
บทที่ 2 5
วิธีการดำเนินงาน 5
2.1 ประเด็นการพัฒนา 5
2.2 รายละเอียดการดำเนินงาน 6
2.3 ภาพสรุปความเข้าใจ 7
บทที่ 3 8
ผลการดำเนินงาน 8
3.1 สรุปกิจกรรมการดำเนินงาน 8
3.2 ผลผลิตและผลลัพธ์การดำเนินงาน 17
3.3 ผลกระทบ 18
3.4 สรุปรายการค่าใช้จ่าย 20
บทที่ 4 21
ภาคผนวก 24
ภาคผนวก ก ผลการทดลองและอภิปรายผลการทดลอง 24
ภาคผนวก ข ผลการประเมินจากผู้รับบริการ 31
ภาคผนวก ข แบบฟอร์มการนำผลงานวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์ 32

บทที่ 1
รายละเอียดโครงการ

1.1 ความเป็นมาของพื้นที่

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เวิลด์ โกรว์ ออร์แกนิค ฟาร์ม ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการทำเกษตรอินทรีย์และการผลิตอาหารปลอดภัย ปัจจุบันมีสมาชิกรวม 10 คน ดำเนินธุรกิจหลักในการผลิตและจำหน่ายสมุนไพรอบแห้งและสมุนไพรแปรรูป สามารถสร้างรายได้เฉลี่ยรวมประมาณ 35,000 บาทต่อเดือน (แบ่งเป็นรายได้จากสมุนไพรอบแห้ง 20,000 บาทต่อเดือน และสมุนไพรแปรรูป 15,000 บาทต่อเดือน) ในด้านความพร้อมเชิงปฏิบัติการ ชุมชนมีเครื่องมือและอุปกรณ์พื้นฐานสำหรับการแปรรูป เช่น เตาอบแห้ง เครื่องบดสมุนไพร เครื่องซีลบรรจุภัณฑ์ และอุปกรณ์จัดเก็บ ซึ่งเพียงพอต่อกระบวนการผลิตระดับเบื้องต้น

ประจวบกับปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคหลังสถานการณ์โควิด-19 หันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic Health) รวมถึงการเลือกบริโภคอาหารที่ดีต่อร่างกาย มีแหล่งที่มาชัดเจน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กลุ่มฯ จึงเล็งเห็นโอกาสในการยกระดับพื้นที่ให้เป็น “ศูนย์นวัตกรรมสุขภาพเชิงอาหารและการท่องเที่ยวแบบองค์รวม (World Grow Organic Café & Wellness Experience)” ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) เพื่อเชื่อมโยงวัตถุดิบเกษตรอินทรีย์ในท้องถิ่นเข้ากับนวัตกรรมอาหาร โภชนบำบัด และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

อย่างไรก็ตาม จากการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลเชิงลึกและการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่ม พบว่ายังประสบปัญหาและข้อจำกัดสำคัญ 5 ประการหลัก ได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์และโภชนาการ ปัญหาที่พบได้แก่ สูตรอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพเดิมยังขาดการพัฒนาด้วยองค์ความรู้ทางโภชนบำบัดและเทคโนโลยีอาหารทางวิทยาศาสตร์

2. ด้านบรรจุภัณฑ์ ปัญหาที่พบได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่ยังไม่ตอบโจทย์ความยั่งยืน ไม่ย่อยสลาย และขาดการสื่อสารอัตลักษณ์ท้องถิ่นเชียงราย

3. ด้านระบบบริหารจัดการ ปัญหาที่พบได้แก่ ขาดระบบมาตรฐานการดำเนินงาน (SOP) ในการควบคุมคุณภาพกระบวนการผลิต การบริหารจัดการวัตถุดิบอินทรีย์ และการจัดการคลังสินค้า ทำให้ยังรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนชุมชนได้อย่างจำกัด

4. ด้านการตลาด ปัญหาที่พบได้แก่ ระบบการตลาดออนไลน์และการสร้างการรับรู้ในระดับภูมิภาคยังไม่เข้มแข็ง ช่องทางการจำหน่ายยังอยู่ในวงจำกัด

5. ด้านการเงินและเครือข่ายธุรกิจ ปัญหาที่พบได้แก่ ยังขาดโครงสร้างโมเดลธุรกิจที่ชัดเจน การวิเคราะห์ต้นทุน-กำไร และกลไกการเชื่อมโยงกับนักลงทุน (VC) หรือเครือข่ายแฟรนไชส์เพื่อการขยายธุรกิจในอนาคต

จากสภาพปัญหาและความต้องการดังกล่าว จึงเป็นเหตุผลสำคัญในการที่คณะผู้ดำเนินการจำเป็นต้องนำองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (วทน.) เข้ามาบูรณาการแก้ไขปัญหาให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งระบบ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ถึงปลายน้ำ เพื่อยกระดับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เวิลด์ โกรว์ ออร์แกนิค ฟาร์ม ให้กลายเป็นต้นแบบธุรกิจสุขภาพชุมชนตามแนวทาง BCG Economy ที่เข้มแข็งและยั่งยืน สร้างห่วงโซ่อุปทานของการทำการเกษตรให้เกิดความมั่นคงและเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจฐานรากในชุมชน อันจะส่งผลให้เศรษฐกิจในภาพรวมของจังหวัดเชียงรายมีความเข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนต่อไป

1.2 สภาพปัญหาในพื้นที่

จากการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลเชิงลึกและการวิเคราะห์สภาพปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เวิลด์ โกรว์ ออร์แกนิค ฟาร์ม ตำบลโป่งผา อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย พบว่าชุมชนมีศักยภาพด้านการทำเกษตรอินทรีย์และการแปรรูปสมุนไพรเบื้องต้น แต่ยังประสบปัญหาและข้อจำกัดสำคัญ 5 ประการหลัก (ตามการวิเคราะห์ Cause–Effect Analysis / Fishbone Diagram) ที่ส่งผลกระทบต่อการเติบโตของธุรกิจ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์และองค์ความรู้ทางโภชนาการ (Man & Method) สูตรอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพของกลุ่มยังขาดการพัฒนาด้วยองค์ความรู้ทางโภชนบำบัด (Nutritherapy) และมาตรฐานทางวิทยาศาสตร์ ผลิตภัณฑ์เดิม (สมุนไพรอบแห้งและสมุนไพรแปรรูป) ยังคงจำหน่ายในวงจำกัดและไม่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในกลุ่มลูกค้าสุขภาพ

2. ด้านเทคโนโลยีการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์ (Machine & Material): กลุ่มยังขาดเทคโนโลยีการแปรรูปขั้นสูง อีกทั้งบรรจุภัณฑ์เดิมยังไม่ตอบโจทย์ความยั่งยืน ขาดการใช้นวัตกรรมวัสดุชีวภาพ (Bio-based Material) และยังไม่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มได้

3. ด้านระบบบริหารจัดการและมาตรฐานการปฏิบัติงาน (Method & System): การบริหารจัดการกลุ่ม การจัดการวัตถุดิบอินทรีย์ และระบบการจัดเก็บสินค้า/คลังสินค้ายังไม่มีมาตรฐานที่ชัดเจน ขาดคู่มือการปฏิบัติงานมาตรฐาน (SOP) ทำให้การควบคุมคุณภาพสินค้า สต็อกสินค้า และการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนชุมชนยังทำได้จำกัด

4. ด้านการตลาดและการสร้างการรับรู้ (Environment & Market): การตลาดและการสร้างการรับรู้ในระดับภูมิภาคยังไม่เข้มแข็ง ระบบการตลาดออนไลน์และการทำ Storytelling สื่อสารจุดเด่นของผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังจำกัด

5. ด้านกลไกทางการเงินและการขยายธุรกิจ (Finance & Network): กลุ่มยังขาดการวางโครงสร้างทางธุรกิจที่ชัดเจน ทั้งการวิเคราะห์ต้นทุน-กำไร การคำนวณจุดคุ้มทุน การวางระบบบัญชีชุมชน ตลอดจนขาดกลไกเชื่อมโยงกับนักลงทุน (VC) หรือเครือข่ายธุรกิจเพื่อการขยายผลในอนาคต

1.3 วัตถุประสงค์

ในการดำเนินงานโครงการในภาพรวม มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อพัฒนาสูตรเมนูอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายวัยทำงาน 30–50 ปี ที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงและใช้วัตถุดิบอินทรีย์จากชุมชน โดยประยุกต์องค์ความรู้ด้านโภชนบำบัดและนวัตกรรมอาหาร

2. เพื่อออกแบบและพัฒนา บรรจุภัณฑ์รักษ์โลก (Eco-friendly Packaging) ที่ย่อยสลายได้ ปลอดภัยต่อผู้บริโภค และสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น

3. เพื่อพัฒนา ระบบบริหารจัดการธุรกิจสุขภาพแบบองค์รวม (SOP และ Business Model) ที่เหมาะสมกับบริบทของกลุ่มและการบริหารวัตถุดิบ–สินค้าคงคลัง รองรับการให้บริการนักท่องเที่ยว ณ พื้นที่ชุมชน และสามารถต่อยอดสู่การขยายรูปแบบการดำเนินงานในอนาคตได้อย่างมีมาตรฐาน

4. เพื่อส่งเสริม การสร้างการรับรู้ การตลาด และภาพลักษณ์ธุรกิจสุขภาพชุมชน ผ่านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและช่องทางสื่อดิจิทัล

5. เพื่อยกระดับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เวิลด์ โกรว์ ออร์แกนิค ฟาร์ม ให้เป็นต้นแบบธุรกิจสุขภาพตามแนวทาง เศรษฐกิจ BCG (Bio–Circular–Green Economy) “ศูนย์นวัตกรรมสุขภาพเชิงอาหารและการท่องเที่ยวแบบองค์รวม” (World Grow Organic Café & Wellness Experience: Holistic Innovation Center for Food, Health, and Sustainable Tourism) ที่สามารถสร้างรายได้ เพิ่มมูลค่าผลผลิตเกษตร และเตรียมความพร้อมสู่การขยายธุรกิจและการร่วมลงทุน (VC) ในอนาคต

1.4 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ในการดำเนินโครงการครั้งนี้ ได้กำหนดผลที่คาดว่าจะได้รับของโครงการในภาพรวมและจำแนกรายปี ดังนี้

ผลผลิต/ผลลัพธ์	หน่วย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
1. จำนวนคนที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้/เทคโนโลยี	คน	20	30	50
2. จำนวนเทคโนโลยีที่ถ่ายทอด (องค์ความรู้/เทคโนโลยี)	เรื่อง	3 เรื่อง	3 เรื่อง	3 เรื่อง
3. จำนวนวิทยากรที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นได้	คน	3	3	5
4. ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ร้อยละ	≥ 80%	≥ 85%	≥ 90%
5. จำนวนผู้นำความรู้/เทคโนโลยีที่ได้รับไปใช้ประโยชน์จริง	คน	10	20	50
6. มูลค่าทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ	บาท	300,000	600,000	1,000,000
7. อื่น ๆ (ตัวอย่าง จำนวนกลุ่มเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชนที่พัฒนาได้)	กลุ่ม	1 กลุ่ม	2 กลุ่ม	3 กลุ่ม

1.5 โมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)

จากข้อมูลคณะผู้ดำเนินงานได้ออกแบบโมเดลธุรกิจ BMC ของกลุ่มได้ดังนี้



ภาพที่ 2 โมเดลธุรกิจ BMC ของโครงการ

ในขณะเดียวกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของแฟลตฟอร์มของโครงการ คณะผู้ดำเนินงานจึงได้ออกแบบแบบฟอร์มโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม เพื่อการขับเคลื่อนการดำเนินงานของกลุ่มสู่การเป็นธุรกิจเพื่อสังคมเมื่อสิ้นสุดโครงการดังนี้



ภาพที่ 3 แบบฟอร์มโมเดลธุรกิจเพื่อสังคมของโครงการ

บทที่ 2
วิธีการดำเนินงาน

2.1 ประเด็นการพัฒนา

ในปีที่ 1 (พ.ศ. 2569) โครงการได้มุ่งเน้นการวางรากฐานการพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพต้นแบบ และการสร้างการรับรู้พื้นที่ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (วทน.) เข้ามาแก้ไขปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เวิลด์ โกรว์ ออร์แกนิค ฟาร์ม ผ่าน 3 ประเด็นการพัฒนาหลัก ดังนี้

1. การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพต้นแบบ (R&D & Functional Food)

ประเด็นการพัฒนา การแก้ไขปัญหาผลิตภัณฑ์สุขภาพเดิมที่ยังขาดการพัฒนาด้วยองค์ความรู้ทางโภชนบำบัดและมาตรฐานทางวิทยาศาสตร์

กิจกรรมที่ดำเนินการ

สำรวจพฤติกรรม สุขภาพ และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (วัยทำงานอายุ 30–50 ปี) ร่วมกับการคัดเลือกวัตถุดิบเกษตรอินทรีย์ท้องถิ่นที่มีสารออกฤทธิ์ทางชีวภาพสูง ได้แก่ ผงกล้วยน้ำว้าดิบ และ ผงจิงจูฉ่าย มาทดลองและปรับปรุงสูตร (Trial & Improvement) จนได้เป็น "แผ่นทาโก้สมุนไพรสุขภาพต้นแบบ" ที่ช่วยปรับสมดุลลำไส้และมีสารต้านอนุมูลอิสระสูง นำไปสู่การวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการและการจัดทำฉลากสินค้า

2. การพัฒนาแบรนด์และบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก (Branding & Eco-friendly Packaging)

ประเด็นการพัฒนา แก้ไขปัญหาบรรจุภัณฑ์เดิมที่ไม่ย่อยสลาย ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และขาดการสื่อสารอัตลักษณ์ท้องถิ่น

กิจกรรมที่ดำเนินการ

กำหนดตำแหน่งแบรนด์ (Brand Positioning) ให้ชัดเจน โดยเน้นเกษตรอินทรีย์ นวัตกรรมอาหาร และสุขภาพองค์รวม ออกแบบตราสินค้า (Logo) ฉลาก และพัฒนาบรรจุภัณฑ์จากวัสดุชีวภาพย่อยสลายได้ (Bio-based Material) ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Design) พร้อมทดสอบประสิทธิภาพการถนอมคุณภาพและความกรอบของแผ่นทาโก้สมุนไพรจนได้บรรจุภัณฑ์ต้นแบบพร้อมใช้งาน

3. การทดลองตลาดนำร่องและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Market Trial & Wellness Tourism)

ประเด็นการพัฒนา แก้ไขปัญหาการช่องทางการตลาดออนไลน์ที่ยังไม่เข้มแข็ง และสินค้ายังจำหน่ายอยู่ในวงจำกัด

กิจกรรมที่ดำเนินการ

พัฒนาศูนย์นวัตกรรมสุขภาพนำร่อง "World Grow Organic Café & Wellness Experience" จัดกิจกรรม Wellness Tourism Workshop โดยให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองทำเมนู DIY ทาโก้สุขภาพจากแผ่นทาโก้สมุนไพรผงกล้วยและผงจิงจูฉ่ายร่วมกับกิจกรรมผ่อนคลายในพื้นที่จริง นำผลิตภัณฑ์/บริการทดลองจำหน่ายเพื่อเก็บข้อมูลความพึงพอใจ และจัดทำเรื่องราวผลิตภัณฑ์ (Storytelling) พร้อมพัฒนาช่องทางสื่อสารการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ในเบื้องต้น

2.2 รายละเอียดการดำเนินงาน

รายละเอียดการดำเนินงานในระยะปีที่ 1 เป็นการลงมือปฏิบัติตามแผนงานเพื่อวางรากฐานการพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพต้นแบบ และสร้างการรับรู้พื้นที่ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยจำแนกตามกิจกรรมหลักและกระบวนการทำงานจริง ดังนี้

2.2.1 กิจกรรมการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพต้นแบบ

การสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย ออกแบบและลงพื้นที่เก็บข้อมูลความต้องการ พฤติกรรมการบริโภคอาหารสุขภาพ และข้อมูลทางสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายหลัก (กลุ่มวัยทำงาน อายุ 30–50 ปี)

การคัดเลือกวัตถุดิบและการทดลองพัฒนาสูตร คัดเลือกวัตถุดิบเกษตรอินทรีย์โดดเด่นในท้องถิ่นของชุมชน ได้แก่ กล้วยน้ำว้าดิบ (แปรรูปเป็นผงกล้วย) และ จิงจูฉ่าย (แปรรูปเป็นผงจิงจูฉ่าย) นำวัตถุดิบมาทดลองและปรับปรุงสูตรแป้งแปรรูปเป็น "แผ่นทาโก้สมุนไพรสุขภาพ" โดยใช้องค์ความรู้ทางโภชนบำบัด เพื่อให้ได้เนื้อสัมผัส รสชาติ และคุณประโยชน์ทางอาหารสูง (ปรับสมดุลลำไส้และมีสารต้านอนุมูลอิสระสูง)

2.2.2 กิจกรรมการพัฒนาแบรนด์และบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก การวางตำแหน่งแบรนด์และการออกแบบตราสินค้า

กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ มุ่งเน้นภาพลักษณ์เกษตรอินทรีย์ นวัตกรรมอาหาร และสุขภาพองค์รวม ออกแบบตราสินค้า และฉลากบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนเชียงรายและสื่อถึงความเป็นธรรมชาติ

การพัฒนาและทดสอบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบย่อยสลายได้ เลือกใช้วัสดุชีวภาพย่อยสลายได้ ตามหลักการออกแบบหมุนเวียน สำหรับบรรจุแผ่นทาโก้สมุนไพร นำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบมาทดสอบการถนอมคุณภาพ ความกรอบ และการป้องกันความชื้น พร้อมปรับปรุงรูปแบบให้เหมาะสมกับการใช้งานและขนส่ง

2.2.3 กิจกรรมการทดลองตลาดและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การพัฒนาพื้นที่ศูนย์นวัตกรรมสุขภาพนำร่อง พัฒนาโมเดลบริการนำร่องภายใต้ชื่อ "World Grow Organic Café & Wellness Experience" เพื่อใช้เป็นพื้นที่สาธิตและให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ณ พื้นที่ของชุมชน

การจัดกิจกรรม Workshop และทดลองตลาด จัดกิจกรรม Wellness Tourism Workshop นำแผ่นทาโก้สมุนไพรผงกล้วยและผงจิงจูฉ่ายมาจัดเมนู DIY ทาโก้สุขภาพร่วมกับกิจกรรมผ่อนคลายสุขภาพในพื้นที่ นำผลิตภัณฑ์ต้นแบบเปิดทดลองจำหน่ายแก่ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว เพื่อแจกแบบประเมินและเก็บข้อมูลความพึงพอใจนำมาใช้ปรับปรุงผลิตภัณฑ์/บริการ

การสร้าง Storytelling และการตลาดดิจิทัล เรียบเรียงเรื่องราว ถ่ายทอดคุณประโยชน์ของกล้วยน้ำว้าดิบและจิงจูฉ่ายตามแนวคิด BCG Economy พัฒนาและเปิดใช้งานช่องทางสื่อสารออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวสุขภาพเบื้องต้น

2.3 ภาพสรุปความเข้าใจ (Infographic)

จากวัตถุประสงค์ กิจกรรม และเป้าหมายในการดำเนินโครงการในปีที่ 1 คณะผู้วิจัยสามารถเขียนเป็นภาพสรุปความเข้าใจในกิจกรรมโครงการปีที่ 1 ดังภาพด้านล่างนี้



ภาพที่ 2 ภาพสรุปความเข้าใจการดำเนินงานโครงการปีที่ 2

บทที่ 3
ผลการดำเนินงาน

3.1 สรุปกิจกรรมการดำเนินงาน

การดำเนินงานโครงการ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 สามารถสรุปการดำเนินงานตามกิจกรรมต่างๆ ที่กำหนดไว้ ดังมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 สรุปกิจกรรมการดำเนินงานในปี 2569

ลำดับที่	วันที่	กิจกรรม	รายชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม
1	เม.ย. 2569	การสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย	คณะผู้ดำเนินงาน
2	มิ.ย. 2569	การคัดเลือกวัตถุดิบ	คณะผู้ดำเนินงาน และตัวแทนคณะกรรมการจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
3	ก.ค.- ส.ค. 2569	การทดลองพัฒนาสูตร	คณะผู้ดำเนินงานและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนและเกษตรกร
4	ก.ค. – ส.ค. 2569	กิจกรรมการพัฒนาแบรนด์และบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก	คณะผู้ดำเนินงาน และตัวแทนคณะกรรมการจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
5	ส.ค. – ก.ย. 2569	กิจกรรมการทดลองตลาดและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	คณะผู้ดำเนินงาน สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และประชาชนทั่วไปที่เป็นตัวแทนของนักท่องเที่ยว

ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ

ในการดำเนินงานโครงการในปีที่ 1 ผลสำเร็จของโครงการ ทำให้เกดผลผลิตและผลลัพธ์การดำเนินงานของโครงการ มีรายละเอียดเปรียบเทียบกับเป้าหมายในการดำเนินงานแสดงไว้ดังรายตารางด้านล่าง

ผลผลิต/ผลลัพธ์	หน่วย	ปีที่ 1	ผลผลิต
1. จำนวนคนที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้/เทคโนโลยี	คน	20	26
2. จำนวนเทคโนโลยีที่ถ่ายทอด (องค์ความรู้/เทคโนโลยี)	เรื่อง	3 เรื่อง	3 เรื่อง
3. จำนวนวิทยากรที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นได้	คน	3	3
4. ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ร้อยละ	≥ 80%	87.50
5. จำนวนผู้นำความรู้/เทคโนโลยีที่ได้รับไปใช้ประโยชน์จริง	คน	10	10
6. มูลค่าทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ	บาท	300,000	300,000
7. อื่น ๆ (ตัวอย่าง จำนวนกลุ่มเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชนที่พัฒนาได้)	กลุ่ม	1 กลุ่ม	1 กลุ่ม

รายชื่อเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการในกิจกรรมทั้งหมด

1. สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ที่	ชื่อ-สกุล	ที่	ชื่อ-สกุล
1.	นายธันฐกรณ์ บดินทร์นิติภิญโญ	14	นางสาวอิษฎ์นันทน์ สายเรือนแก้ว
2.	นางสาวพิชชาภัทร์ วันชัย	15	นายนนทวัชร์ ไกรปิยไพศาล
3.	นางสาวสุจิตตรี ปินชัยเขียว	16	นางสาวนัฐฐินันท์ พลายสุวรรณ
4.	นางสาวรุ่งทิวา กาวีวัง	17	นางสาวน้ำผึ้ง ปันทะวงค์
5.	นางกัญจนา ผดุงวงค์	18	นางสาวสุรดา โคตรวงษา
6.	นางสาวณัฐกาญจน์ ยุทธนา	19	นางสาววรัญญา จ๋อมคำ
7.	นายณัฐพล เผ่าวัฒนา	20	นางสาวนารีรัตน์ อินต๊ะณี
8.	นางสาวอารียา เตปินใจ	21	นางสาววรรณวรา บุญนาค
9.	นางนาน กู่	22	นายธนวัต แสงไว

ที่	ชื่อ-สกุล	ที่	ชื่อ-สกุล
10.	นางนาน ยูง	23	นางสาวภัทรวดี แสงแก้ว
11	นายทิวากร แสงสว่าง	24	นายอภิภูมิ สมณะ
12.	นางสาวน้องนา คำนวล	25	นางสาวภัชราพร ใบแก้ว
13.	นางสาวสุดา เมอโป	26	นายชินพัฒน์ เขื่อนสุวรรณ

3.2 รายละเอียดกิจกรรมการดำเนินงาน

ในการดำเนินงานตามกิจกรรมของโครงการ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.2.1 กิจกรรมการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพต้นแบบ

การสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย ออกแบบและลงพื้นที่เก็บข้อมูลความต้องการพฤติกรรมการบริโภคอาหารสุขภาพ และข้อมูลทางสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายหลัก (กลุ่มวัยทำงาน อายุ 30–50 ปี)





ภาพ 3.1 แบบสำรวจข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคออกไลน์



ภาพที่ 3.2 ผลการสังเคราะห์ข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

การคัดเลือกวัตถุดิบและการทดลองพัฒนาสูตร คัดเลือกวัตถุดิบเกษตรอินทรีย์โดดเด่นในท้องถิ่นของชุมชน ได้แก่ กล้วยน้ำว้าดิบ (แปรรูปเป็นผงกล้วย) และ จิงจูฉ่าย (แปรรูปเป็นผงจิงจูฉ่าย) นำวัตถุดิบมาทดลองและปรับปรุงสูตรแป้งแปรรูปเป็น "แผ่นทาโก้สมุนไพรสุขภาพ" โดยใช้องค์ความรู้ทางโภชนบำบัด เพื่อให้ได้เนื้อสัมผัส รสชาติ และคุณประโยชน์ทางอาหารสูง (ปรับสมดุลลำไส้และมีสารต้านอนุมูลอิสระสูง)







ภาพที่ 3.3 การคัดเลือกวัตถุดิบ และแปลงวัตถุดิบในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน








ภาพที่ 3.4 การทดลองพัฒนาสูตร

2.2.2 กิจกรรมการพัฒนาแบรนด์และบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก การวางตำแหน่งแบรนด์และการออกแบบตราสินค้า

จากการดำเนินงานด้านการพัฒนาแบรนด์และบรรจุภัณฑ์ สามารถยกระดับแผ่นทาโก้สมุนไพรสุขภาพต้นแบบให้มีความพร้อมในการนำเสนอเชิงพาณิชย์มากขึ้น โดยได้กำหนดตำแหน่งของแบรนด์ ให้สะท้อนจุดเด่นด้านการใช้วัตถุดิบเกษตรอินทรีย์ท้องถิ่น นวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพ และแนวคิดสุขภาพองค์รวม ทำให้ผลิตภัณฑ์มีอัตลักษณ์และสามารถสื่อสารคุณค่าไปยังกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มวัยทำงานและกลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ด้านการออกแบบ ได้พัฒนาตราสินค้า (Logo) รูปแบบฉลาก และองค์ประกอบการสื่อสารบนบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สุขภาพ พร้อมทั้งนำข้อมูลสำคัญของผลิตภัณฑ์มาใช้ในการสื่อสารกับผู้บริโภค เช่น ส่วนประกอบ คุณค่าของวัตถุดิบ วิธีการบริโภค การเก็บรักษา และข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำเป็น เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น



ภาพที่ 3.5 ตราสินค้าที่ออกแบบให้แก่วิสาหกิจชุมชน

นอกจากนี้ ได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบโดยให้ความสำคัญกับการเลือกใช้วัสดุชีวภาพที่สามารถย่อยสลายได้ เพื่อลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบเพื่อเศรษฐกิจหมุนเวียน ควบคู่กับการคำนึงถึงคุณสมบัติในการปกป้องผลิตภัณฑ์จากความชื้นและรักษาคุณภาพของแผ่นทาโก้สมุนไพร

ผลจากการพัฒนาทำให้ได้ ต้นแบบแบรนด์ ฉลาก และบรรจุภัณฑ์รักษ์โลกสำหรับแผ่นทาโก้สมุนไพรสุขภาพที่มีความสอดคล้องกันทั้งด้านอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ การสื่อสารคุณค่าด้านสุขภาพ ความสะดวกในการใช้งาน และแนวคิดความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบเกษตรอินทรีย์ในท้องถิ่น และเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปสู่การทดสอบตลาดและการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ในระยะต่อไป



ภาพที่ 3.6 บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบเป็นตัวอย่างให้แก่วิสาหกิจชุมชน



ภาพที่ 3.7 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้เพื่อเป็นต้นแบบให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

2.2.3 กิจกรรมการทดลองตลาดและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การพัฒนาพื้นที่ศูนย์นวัตกรรมสุขภาพนำร่อง พัฒนาโมเดลบริการนำร่องภายใต้ชื่อ "World Grow Organic Café & Wellness Experience" เพื่อใช้เป็นพื้นที่สาธิตและให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ณ พื้นที่ของชุมชน

การจัดกิจกรรม Workshop และทดลองตลาด จัดกิจกรรม Wellness Tourism Workshop นำแผ่นทาโก้สมุนไพรผงกล้วยและผงจิงจูฉ่ายมาจัดเมนู DIY ทาโก้สุขภาพร่วมกับกิจกรรมผ่อนคลายสุขภาพในพื้นที่ นำผลิตภัณฑ์ต้นแบบเปิดทดลองจำหน่ายแก่ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว เพื่อแจกแบบประเมินและเก็บข้อมูลความพึงพอใจนำมาใช้ปรับปรุงผลิตภัณฑ์/บริการ

การสร้าง Storytelling และการตลาดดิจิทัล เรียบเรียงเรื่องราว ถ่ายทอดคุณประโยชน์ของกล้วยน้ำว้าดิบและจิงจูฉ่ายตามแนวคิด BCG Economy พัฒนาและเปิดใช้งานช่องทางสื่อสารออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวสุขภาพเบื้องต้น



ภาพที่ 3.8 กิจกรรมการทดลองตลาดและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

3.2 ผลผลิตและผลลัพธ์การดำเนินงาน

ในการดำเนินงานโครงการในปีที่ 2 ผลสำเร็จของโครงการ ทำให้เกดผลผลิตและผลลัพธ์การดำเนินงานของโครงการ มีรายละเอียดเปรียบเทียบกับเป้าหมายในการดำเนินงานแสดงไว้ดังรายตารางด้านล่าง

ผลผลิต/ผลลัพธ์	หน่วย	ปีที่ 1	ผลการดำเนินงาน
1. จำนวนคนที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้/เทคโนโลยี	คน	20	20
2. จำนวนเทคโนโลยีที่ถ่ายทอด (องค์ความรู้/เทคโนโลยี)	เรื่อง	3 เรื่อง	3
3. จำนวนวิทยากรที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นได้	คน	3	3
4. ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ร้อยละ	≥ 80%	87.50
5. จำนวนผู้นำความรู้/เทคโนโลยีที่ได้รับไปใช้ประโยชน์จริง	คน	10	10
6. มูลค่าทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ	บาท	300,000	300,000
7. อื่น ๆ (ตัวอย่าง จำนวนกลุ่มเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชนที่พัฒนาได้)	กลุ่ม	1 กลุ่ม	1 กลุ่ม

ผลลัพธ์การดำเนินการ

ผลลัพธ์การดำเนินการที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต

1. เป้าหมายมูลค่าทางเศรษฐกิจรายปีของโครงการ (ตามแผนงาน)

จากการกำหนดตัวชี้วัดเป้าหมายมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการรายปี

ปีที่ 1 (ปีปัจจุบัน - พ.ศ. 2569): 300,000 บาท

ปีที่ 2 (พ.ศ. 2570): 600,000 บาท

ปีที่ 3 (พ.ศ. 2571): 1,000,000 บาท

2. รายได้ฐานเดิมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (Baseline Income)

รายได้เดิมเฉลี่ย 35,000 บาท/เดือน (420,000 บาท/ปี)

รายได้จากสมุนไพรอบแห้ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 20,000ค่าเฉลี่ยเท่ากับ บาท/เดือน

รายได้จากสมุนไพรแปรรูป ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 15,000ค่าเฉลี่ยเท่ากับ บาท/เดือน

3. การคำนวณมูลค่าทางเศรษฐกิจคาดการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (WTP Analysis)

จากการประมวลผลความยินดีจ่ายคำนวณมูลค่าเฉลี่ยที่ผู้บริโภคยินดีจ่ายต่อกิจกรรมได้ดังนี้

ค่าธรรมเนียมเข้าชมเส้นทางสมุนไพร เฉลี่ย 142.86 บาท / คน

ค่าชุดกิจกรรม Workshop DIY เฉลี่ย 190.18 บาท / คน

ค่าแพ็กเกจท่องเที่ยวรวม (เข้าชม + Workshop + อาหาร 1 มื้อ) เฉลี่ย 406.25 บาท / คน

ประมาณการรายได้ใหม่ที่จะเกิดขึ้นเพิ่มขึ้น (Economic Value Scenarios):

หากศูนย์นวัตกรรมสุขภาพฯ "World Grow Organic Café & Wellness Experience" ต้อนรับนักท่องเที่ยวตามประมาณการ

กรณีฐาน (Base Case - นักท่องเที่ยว 50 คน/เดือน หรือ 600 คน/ปี)

รายได้จากแพ็กเกจรวม = 600 คน * 406.25 บาท = 243,750 บาท/ปี

เมื่อรวมกับรายได้เดิมจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จะส่งผลให้มูลค่าทางเศรษฐกิจรวมในภาพรวมปีที่ 2 บรรลุตามเป้าหมาย 600,000 บาท ได้อย่างสมบูรณ์

กรณีเติบโต (Growth Case - นักท่องเที่ยว 100 คน/เดือน หรือ 1,200 คน/ปี)

รายได้จากแพ็กเกจรวม = 1,200 * 406.25 บาท = 487,500 บาท/ปี

เมื่อรวมรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ทาโก้สมุนไพรต้นแบบและของฝาก จะขับเคลื่อนมูลค่าทางเศรษฐกิจรวมเข้าสู่เป้าหมายปีที่ 3 ที่ 1,000,000 บาท ได้ตามแผน

3.2 ผลกระทบ

การดำเนินโครงการก่อให้เกิดผลกระทบที่เชื่อมโยงกับการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านการเพิ่มมูลค่าทรัพยากร การพัฒนาศักยภาพของสมาชิก และการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม โดยสามารถจำแนกผลกระทบออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

3.2.1 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ

โครงการช่วยสร้างโอกาสในการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลผลิตทางการเกษตร โดยนำกล้วยน้ำว้าดิบและจิงจูฉ่ายมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์แผ่นทาโก้สมุนไพรสุขภาพ ทำให้วัตถุดิบในพื้นที่มีรูปแบบการใช้ประโยชน์ที่หลากหลายและมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์มากขึ้น นอกจากนี้ การพัฒนาแบรนด์ บรรจุภัณฑ์ และการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ยังช่วยขยายโอกาสทางการตลาดและสร้างแนวทางการสร้างรายได้จากทั้งผลิตภัณฑ์และบริการ อันเป็นพื้นฐานสำคัญในการยกระดับศักยภาพทางเศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

3.2.2 ผลกระทบด้านสังคม

โครงการส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ่านการมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ การทดลองผลิต การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ไปจนถึงการทดลองตลาด ส่งผลให้สมาชิกมีความรู้และมุมมองในการดำเนินธุรกิจที่ครอบคลุมมากขึ้น ขณะเดียวกัน การเชื่อมโยงระหว่างชุมชน ผู้บริโภค นักท่องเที่ยว และคณะผู้ดำเนินโครงการ ก่อให้เกิด

กระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ตลอดจนส่งเสริมความตระหนักเกี่ยวกับการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพและคุณค่าของทรัพยากรในชุมชน




3.2.3 ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

โครงการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบจากเกษตรอินทรีย์และทรัพยากรในพื้นที่ให้เกิดประโยชน์และมูลค่าเพิ่ม ควบคู่กับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่คำนึงถึงการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แนวทางดังกล่าวช่วยสร้างความตระหนักในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ในระยะต่อไปควรส่งเสริมการลดของเสียจากกระบวนการผลิต การนำวัสดุเหลือใช้กลับมาใช้ประโยชน์ และการลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก เพื่อให้การดำเนินงานตามแนวคิด BCG มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

โครงการก่อให้เกิดผลกระทบที่เชื่อมโยงกันทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ การเพิ่มมูลค่าทรัพยากรและผลิตภัณฑ์ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ การมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาช่วยเสริมสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ขณะที่การใช้วัตถุดิบเกษตรอินทรีย์และการคำนึงถึงบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมช่วยวางรากฐานของการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการพัฒนาธุรกิจสุขภาพชุมชนให้สามารถเติบโตได้อย่างสมดุลและยั่งยืน

3.4 สรุปรายการค่าใช้จ่าย

กิจกรรม	รายการค่าใช้จ่าย	รวมเงิน (บาท)
1. การพัฒนาสูตรเมนูอาหารสุขภาพและเครื่องดื่มสมุนไพรฟังก์ชัน (Healthy Meal Set & Herbal Drink)	ค่าอาหารกลางวัน	4,800.00
	ค่าเครื่องดื่มและอาหารว่าง	4,800.00
	ค่าตอบแทนวิทยากร	14,400.00
	ค่ายานพาหนะเหมาจ่าย	5,000.00
	ค่าวัสดุในการดำเนินกิจกรรม	4,000.00
	ค่าจ้างเหมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ	32,000.00
2. ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก (Eco Packaging Design)	ค่าอาหารกลางวัน	4,800.00
	ค่าเครื่องดื่มและอาหารว่าง	4,800.00
	ค่าตอบแทนวิทยากร	14,400.00
	ค่ายานพาหนะเหมาจ่าย	5,000.00
	ค่าวัสดุในการดำเนินกิจกรรม	4,000.00
	ค่าจ้างเหมาออกแบบบรรจุภัณฑ์ / ฉลาก / ตราสินค้า	10,000.00
3. จัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ (Wellness Tourism Workshop)	ค่าอาหารกลางวัน	4,800.00
	ค่าเครื่องดื่มและอาหารว่าง	4,800.00
	ค่าตอบแทนวิทยากร / ผู้เชี่ยวชาญกิจกรรมสุขภาพ	14,400.00
	ค่ายานพาหนะเหมาจ่าย	5,000.00
	ค่าวัสดุอุปกรณ์กิจกรรม	6,000.00
	ค่าจ้างเหมาจัดกิจกรรมและสื่อประชาสัมพันธ์ในพื้นที่	5,000.00
4. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และช่องทางการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing & Awareness)	ค่าจ้างเหมาผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	16,000.00
	ค่าจ้างเหมาพัฒนาและดูแลเพจ / เว็บไซต์ / ระบบโฆษณาออนไลน์	8,000.00
	ค่าเดินทางและถ่ายทำในพื้นที่	5,000.00
	ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	11,100.00

บทที่ 4
ปัญหาและอุปสรรค

การดำเนินโครงการพัฒนาโมเดลธุรกิจศูนย์นวัตกรรมสุขภาพเชิงอาหารและการท่องเที่ยวแบบองค์รวมด้วยแนวคิดเศรษฐกิจ BCG ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เวิลด์ โกรว์ ออร์แกนิค ฟาร์ม ในระยะปีที่ 1 (พ.ศ. 2569) แม้จะประสบผลสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพต้นแบบ (แผ่นทาโก้สมุนไพรผงกล้วยน้ำว้าดิบและผงจิงจูฉ่าย) การออกแบบแบรนด์ บรรจุภัณฑ์ชีวภาพ และการทดลองนำร่องกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แต่จากการติดตามและประเมินผลยังพบปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดเชิงปฏิบัติการ ซึ่งสามารถนำมาสังเคราะห์เป็นข้อสรุปและข้อเสนอแนะสำหรับการยกระดับโครงการในระยะต่อไป ดังนี้

4.1 ปัญหาและอุปสรรค

จากการลงพื้นที่และวิเคราะห์กระบวนการทำงานร่วมกับวิสาหกิจชุมชน สามารถสรุปปัญหาและอุปสรรคแบ่งออกเป็น 5 ด้านหลัก ได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์และการมาตรฐานเชิงพาณิชย์

ข้อจำกัดด้านการทดลองและอายุการเก็บรักษา ผลิตภัณฑ์แผ่นทาโก้สมุนไพรสุขภาพยังอยู่ในช่วงการพัฒนาสูตรต้นแบบและการทดลองตลาด ยังขาดการศึกษาความสม่ำเสมอของเนื้อสัมผัสและรสชาติในระดับการผลิตจำนวนมาก รวมถึงจำเป็นต้องทดสอบอายุการเก็บรักษา และการประเมินมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหารเพิ่มเติมก่อนวางจำหน่ายเชิงพาณิชย์อย่างเต็มรูปแบบ

2. ด้านบรรจุภัณฑ์และต้นทุนทางการเงิน

ต้นทุนบรรจุภัณฑ์ชีวภาพสูง บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ แม้จะตอบโจทย์แนวคิดเศรษฐกิจ BCG และรักษ์โลก แต่ยังมีต้นทุนการสั่งผลิตต่อหน่วยสูงเมื่อสั่งในปริมาณน้อย อีกทั้งต้องใช้วิธีการจัดเก็บที่เหมาะสมเพื่อป้องกันความชื้นและคงความกรอบของแผ่นทาโก้

ความพร้อมด้านโครงสร้างต้นทุน กลุ่มวิสาหกิจยังขาดการคำนวณต้นทุนการผลิตเชิงลึกที่ครอบคลุม ทั้งค่าวัตถุดิบ แรงงาน บรรจุภัณฑ์ และค่าขนส่ง ทำให้การกำหนดราคาขายและการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ยังไม่สะท้อนความสามารถในการทำกำไรที่แท้จริง

3. ด้านระบบบริหารจัดการและกระบวนการปฏิบัติงาน

ขาดคู่มือปฏิบัติงานมาตรฐาน (SOP) กระบวนการแปรรูป คุมคลังสินค้า และการจัดการวัตถุดิบ อินทรีย์ยังพึ่งพาทักษะส่วนบุคคล ขาดคู่มือขั้นตอนการปฏิบัติงานมาตรฐาน ทำให้การคุมคุณภาพสินค้าและปริมาณวัตถุดิบสำรองยังทำได้จำกัด และรองรับรอบการผลิตหรือรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ได้ยาก

4. ด้านการตลาดและการทดลองกลุ่มเป้าหมาย

ขอบเขตการทดลองตลาดจำกัด แม้จะได้รับผลตอบรับที่ดีจากการจัดกิจกรรมทดลองนำร่อง แต่กลุ่มผู้ทดสอบยังจำกัดอยู่ในวงแคบ ยังขาดข้อมูลเชิงสถิติเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ ความเต็มใจจ่าย และอัตราการซื้อซ้ำจากกลุ่มผู้บริโภคหลากหลายระดับ

ช่องทางออนไลน์ยังไม่เข้มแข็ง การสื่อสารเรื่องราวผลิตภัณฑ์ (Storytelling) และการทำตลาดดิจิทัลเพิ่งเริ่มต้นขึ้น ทำให้การรับรู้ของแบรนด์ในระดับภูมิภาคยังจำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มที่เดินทางมายังพื้นที่

5. ด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการบริการ

รูปแบบโปรแกรมบริการยังไม่ชัดเจน การจัดกิจกรรม Wellness Tourism Workshop ยังอยู่ในรูปแบบสาธิตนำร่อง ขาดรายละเอียดโครงสร้างราคาที่ชัดเจน มาตรฐานขั้นตอนการให้บริการ และโปรแกรมท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับเครือข่ายท่องเที่ยวภายนอกอย่างเป็นระบบ

4.2 ข้อสรุปและข้อเสนอแนะ

เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและยั่งยืนในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เวิลด์ โกรว์ ออร์แกนิค ฟาร์ม สู่การเป็น "ต้นแบบธุรกิจสุขภาพชุมชนตามแนวทาง BCG" คณะผู้ดำเนินงานมีข้อเสนอแนะในการดำเนินงานสำหรับระยะถัดไป (ปีที่ 2 - พ.ศ. 2570) ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และมาตรฐาน

เร่งวิจัยและรับรองมาตรฐาน ควรดำเนินการทดสอบหาอายุการเก็บรักษา (Shelf-life Testing) ตรวจวิเคราะห์สารโภชนาการ และยื่นขอรับรองมาตรฐานสถานที่ผลิตและผลิตภัณฑ์ (เช่น อย., มผช., หรือ OTOP) เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและยกระดับสินค้าสู่ช่องทางจำหน่ายระดับพรีเมียม พัฒนาสูตรและควบคุมคุณภาพ: จัดทำสูตรมาตรฐานการผสมแป้งและสมุนไพรเพื่อลดความผันแปรของรสชาติและเนื้อสัมผัสในแต่ละรอบการผลิต

2. ข้อเสนอแนะด้านระบบบริหารจัดการและโมเดลธุรกิจ (BMC)

จัดทำคู่มือ SOP และระบบคลังสินค้า พัฒนาคู่มือการปฏิบัติงานมาตรฐาน (SOP) ในกระบวนการผลิต การจัดซื้อวัตถุดิบอินทรีย์ และการจัดการสต็อกสินค้า เพื่อให้สมาชิกทุกคนทำงานแทนกันได้และคุมคุณภาพสินค้าได้เท่ากัน

3. วิเคราะห์โครงสร้างทางการเงินอย่างเป็นระบบ

ดำเนินการวิเคราะห์ต้นทุน-กำไร (Cost-Benefit Analysis) คำนวณจุดคุ้มทุน และจัดทำแผนธุรกิจ (Business Model Canvas: BMC) ที่สัดส่วนรายได้มีความชัดเจน เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การร่วมลงทุน (VC) หรือขยายรูปแบบแฟรนไชส์สุขภาพในอนาคต

3. ข้อเสนอแนะด้านการตลาดและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ขยายผลการทดลองตลาดเชิงลึก พัฒนาเครื่องมือประเมินพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับความเต็มใจจ่ายและการซื้อซ้ำ รวมถึงการขยายช่องทางการวางจำหน่ายไปยังร้านค้าสุขภาพ คาเฟ่ และแพลตฟอร์ม E-Commerce

ยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Route) จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีรายละเอียดเนื้อหา ระยะเวลา และราคาแพ็กเกจที่ชัดเจน พร้อมทั้งสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้ประกอบการท่องเที่ยว โรงแรม และกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดเชียงราย เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวสุขภาพแบบองค์รวม

4. ข้อเสนอแนะด้านการประเมินผลกระทบ BCG และความยั่งยืน

กำหนดตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อมเชิงปริมาณ: ควรจัดทำตัวชี้วัดที่เป็นรูปธรรม เช่น ปริมาณการลดขยะพลาสติก ปริมาณการนำของเสียจากกระบวนการแปรรูปกลับมาใช้ประโยชน์ (Zero Waste) และการเพิ่มพื้นที่ปลูกเกษตรอินทรีย์ของชุมชน เพื่อสะท้อนความสำเร็จตามกรอบแนวคิดเศรษฐกิจ BCG ได้อย่างชัดเจน

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก ผลการทดลองและอภิปรายผลการทดลอง

1. ผลการทดลอง (Results)

การประเมินความพึงพอใจและการรับรู้คุณภาพการบริการของเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โครงการพัฒนาโมเดลธุรกิจศูนย์นวัตกรรมสุขภาพเชิงอาหารและการท่องเที่ยวแบบองค์รวมด้วยแนวคิดเศรษฐกิจ BCG ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการจำนวนทั้งสิ้น 43 ราย โดยสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ผลการประเมินคุณภาพการบริการ 6 ด้าน และผลการวิเคราะห์ความเต็มใจจ่าย (Willingness to Pay)

1.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 43 ราย พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง 64.29% รองลงมาคือ เพศชาย 32.14% และ LGBTQ+ 1 3.57% อาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา 60.71% ประกอบอาชีพส่วนตัว 17.86% ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 14.29% และลูกจ้างเอกชน 7.14%

สำหรับวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่าอันดับ 1 คือ เพื่อเรียนรู้นวัตกรรมและสมุนไพร 78.57% รองลงมาคือ เพื่อร่วมกิจกรรม Workshop/สมาธิบำบัด 14.29% และเพื่อพักผ่อนและส่งเสริมสุขภาพ 7.14%

1.2 ผลการประเมินความพึงพอใจและการรับรู้คุณภาพการบริการ 6 ด้าน

การประเมินระดับความพึงพอใจใช้เกณฑ์ประมาณค่า 5 ระดับ (5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด) โดยกำหนดช่วงระดับคะแนนเฉลี่ยในการแปลความหมาย ดังนี้:

4.21 – 5.00 หมายถึง ความพึงพอใจระดับ มากที่สุด

3.41 – 4.20 หมายถึง ความพึงพอใจระดับ มาก

2.61 – 3.40 หมายถึง ความพึงพอใจระดับ ปานกลาง

1.81 – 2.60 หมายถึง ความพึงพอใจระดับ น้อย

1.00 – 1.80 หมายถึง ความพึงพอใจระดับ น้อยที่สุด

ตารางแสดงสรุปผลการประเมินความพึงพอใจในภาพรวมจำแนกตามรายด้าน

ด้านการประเมินคุณภาพการบริการ	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ	อันดับ
ด้านที่ 1 การต้อนรับ การบริหารจัดการและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.14	0.69	มาก	6
ด้านที่ 2 องค์ความรู้และการสื่อความหมายสวนสมุนไพร	4.29	0.63	มากที่สุด	2
ด้านที่ 3 นวัตกรรมและผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ	4.20	0.58	มาก	5
ด้านที่ 4 กิจกรรมท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วม	4.34	0.54	มากที่สุด	1
ด้านที่ 5 บรรยากาศ การผ่อนคลาย และการส่งเสริมสุขภาพ	4.29	0.58	มากที่สุด	2
ด้านที่ 6 อาหาร เครื่องดื่มสุขภาพ และภาพรวมความประทับใจ	4.26	0.61	มากที่สุด	4
ภาพรวมทุกด้าน (Overall 30 รายการ)	4.25	0.54	มากที่สุด	–

จากภาพรวมการประเมินทั้ง 6 ด้าน ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.25, S.D. = 0.54) โดยด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านที่ 4 กิจกรรมท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วม (ค่าเฉลี่ย = 4.34, S.D. = 0.54) รองลงมาคือ ด้านที่ 2 องค์ความรู้และการสื่อความหมายสวนสมุนไพร (ค่าเฉลี่ย = 4.29, S.D. = 0.63) และ ด้านที่ 5 บรรยากาศ การผ่อนคลาย และการส่งเสริมสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.29, S.D. = 0.58)

รายละเอียดการประเมินรายข้อจำแนกตามรายด้าน

ด้านที่ 1: การต้อนรับ การบริหารจัดการ และสิ่งอำนวยความสะดวก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ = 4.14, S.D. = 0.69 — ระดับมาก)

1.1 การต้อนรับและให้ข้อมูลเบื้องต้นของเจ้าหน้าที่มีความเป็นกันเองและเป็นมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย = 4.46, S.D. = 0.69 (มากที่สุด)

1.2 แผนที่เส้นทางท่องเที่ยว (Route Map) และป้ายบอกทางมีความชัดเจน เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย= 4.18, S.D. = 0.72 (มาก)

1.3 ความสะอาดและความสะดวกของห้องน้ำและจุดบริการพักผ่อน (ค่าเฉลี่ย = 4.21, S.D. = 0.83 (มากที่สุด)

1.4 มีมาตรการรักษาความปลอดภัยและป้ายเตือนความปลอดภัยในจุดต่างๆ ชัดเจน ค่าเฉลี่ย = 3.93, S.D. = 0.81 (มาก)

1.5 ความสะดวกในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุหรือผู้ต้องการดูแลพิเศษ: ค่าเฉลี่ย = 3.93, S.D. = 0.86 (มาก)

ด้านที่ 2 องค์ความรู้และการสื่อความหมายสวนสมุนไพร (ค่าเฉลี่ย = 4.29, S.D. = 0.63 — ระดับมากที่สุด)

2.1 สวนสมุนไพรมีความหลากหลาย น่าสนใจ และได้รับการดูแลอย่างเป็นระเบียบ ค่าเฉลี่ย = 4.43, S.D. = 0.69 (มากที่สุด)

2.2 ป้ายความรู้และข้อมูลสมุนไพร (เช่น ขมิ้น กะเพรา ฟ้าทะลายโจร) มีความชัดเจนและได้ประโยชน์ ค่าเฉลี่ย = 3.89, S.D. = 0.88 (มาก)

2.3 วิทยากร/ผู้นำชมมีความเชี่ยวชาญ และสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาไทยได้ดี ค่าเฉลี่ย = 4.61, S.D. = 0.63 (มากที่สุด

2.4 ได้รับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ย = 4.39, S.D. = 0.74 (มากที่สุด)

2.5 ป้ายและสื่อความหมายในสวนสมุนไพรอ่านเข้าใจง่ายและชวนให้ติดตาม ค่าเฉลี่ย = 4.07, S.D. = 0.87 (มาก)

ด้านที่ 3 นวัตกรรมและผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20, S.D. = 0.58 — ระดับมาก)

3.1 การนำเสนอขั้นตอนและเทคโนโลยีการแปรรูปสมุนไพรมีความน่าสนใจ ค่าเฉลี่ย = 4.11, S.D. = 0.79 (มาก)

3.2 ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีมาตรฐาน คุณภาพดี และน่าเชื่อถือ (ISO/GMP) ค่าเฉลี่ย = 4.36, S.D. = 0.62 (มากที่สุด)

3.3 ผลิตภัณฑ์มีการเพิ่มมูลค่าและสร้างอัตลักษณ์ความโดดเด่นอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย = 4.11, S.D. = 0.79 (มาก)

3.4 ความหลากหลายและความพร้อมของสินค้า/ของฝากสมุนไพรที่นำมาจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย = 4.14, S.D. = 0.76 (มาก)

3.5 ราคาสินค้าและผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย = 4.29, S.D. = 0.66 (มากที่สุด)

ด้านที่ 4 กิจกรรมท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วม (ค่าเฉลี่ย = 4.34, S.D. = 0.54 — ระดับมากที่สุด)

4.1 ความน่าสนใจและความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวตลอดเส้นทาง ค่าเฉลี่ย = 4.25, S.D. = 0.65 (มากที่สุด)

4.2 กิจกรรมเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติจริง (Hands-on Experience) ค่าเฉลี่ย = 4.50, S.D. = 0.64 (มากที่สุด)

4.3 กิจกรรมสาธิตและการเรียนรู้ภูมิปัญญาไทยมีความต่อเนื่องและเข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ย = 4.36, S.D. = 0.78 (มากที่สุด)

4.4 ระยะเวลาที่ใช้ในแต่ละฐานกิจกรรมมีความเหมาะสม ไม่เร่งรีบจนเกินไป ค่าเฉลี่ย = 4.29, S.D. = 0.66 (มากที่สุด)

4.5 กิจกรรมสร้างความเพลิดเพลินและกระตุ้นการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย = 4.32, S.D. = 0.72 (มากที่สุด)

ด้านที่ 5 บรรยากาศ การผ่อนคลาย และการส่งเสริมสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.29, S.D. = 0.58 — ระดับมากที่สุด)

5.1 บรรยากาศโดยรอบมีความเงียบสงบ ร่มรื่น และเอื้อต่อการผ่อนคลายจิตใจ ค่าเฉลี่ย = 4.39, S.D. = 0.69 (มากที่สุด)

5.2 กิจกรรมปรับสมดุลสุขภาพ (เช่น สมาธิบำบัด/โยคะกลางแจ้ง) ช่วยให้ผ่อนคลายได้จริง ค่าเฉลี่ย = 4.11, S.D. = 0.74 (มาก)

5.3 การจัดวางพื้นที่เชื่อมโยงระหว่างธรรมชาติและการส่งเสริมสุขภาพอย่างลงตัว ค่าเฉลี่ย = 4.21, S.D. = 0.69 (มากที่สุด)

5.4 ความสะอาดและภูมิทัศน์ของบริเวณสระน้ำและสวนธรรมชาติ ค่าเฉลี่ย = 4.36, S.D. = 0.62 (มากที่สุด)

5.5 ท่านรู้สึกได้รับพลังกายและพลังใจกลับไปจากการทำกิจกรรมในส่วนนี้ ค่าเฉลี่ย = 4.36, S.D. = 0.68 (มากที่สุด)

ด้านที่ 6 อาหาร เครื่องดื่มสุขภาพ และภาพรวมความประทับใจ (ค่าเฉลี่ย = 4.26, S.D. = 0.61 — ระดับมากที่สุด)

6.1 รสชาติและความสดใหม่ของอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพ ค่าเฉลี่ย = 4.11, S.D. = 0.83 (มาก)

6.2 การนำสมุนไพรและวัตถุดิบท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในเมนูอาหารได้อย่างน่าสนใจ ค่าเฉลี่ย = 4.25, S.D. = 0.65 (มากที่สุด)

6.3 บรรยากาศและความเป็นระเบียบของพื้นที่รับประทานอาหาร ค่าเฉลี่ย = 4.36, S.D. = 0.73 (มากที่สุด)

6.4 ท่านจะแนะนำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้ให้กับเพื่อนหรือคนรู้จัก ค่าเฉลี่ย = 4.21, S.D. = 0.74 (มากที่สุด)

6.5 ความพึงพอใจในภาพรวมต่อการเข้าใช้บริการเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้ ค่าเฉลี่ย = 4.36, S.D. = 0.68 (มากที่สุด)

1.3 ผลการวิเคราะห์ความเต็มใจจ่าย (Willingness to Pay)

การสำรวจความเห็นต่ออัตราค่าบริการและราคาแพ็กเกจกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สรุปผลได้ดังนี้:

รายการค่าบริการ / แพ็กเกจ	ช่วงราคาที่ยึดถือว่าเหมาะสม	จำนวนผู้ตอบ (ราย)	ร้อยละ (%)
1. อัตราค่าธรรมเนียมเข้าชม/ร่วมกิจกรรม (ต่อคน)	ไม่เกิน 100 บาท	18	42.86
	101 – 200 บาท	18	42.86
	201 – 300 บาท	6	14.28
2. ค่าชุดกิจกรรม Workshop ทำผลิตภัณฑ์ DIY (ต่อกิจกรรม)	151 – 300 บาท	23	53.57
	ไม่เกิน 150 บาท	20	46.43
3. ราคาแพ็กเกจท่องเที่ยวรวม (เข้าชม + กิจกรรม + อาหาร/เครื่องดื่ม 1 มื้อ)	ไม่เกิน 350 บาท	20	46.43
	351 – 500 บาท	20	46.43
	501 – 800 บาท	3	7.14

2. อภิปรายผลการทดลอง (Discussion)

ผลการประเมินคุณภาพการบริการและการทดลองนำร่องเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ วิสาหกิจชุมชน เวิลด์ โกรว์ ออร์แกนิค ฟาร์ม สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จในการยกระดับพื้นที่และผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยแนวคิด BCG Economy โดยสามารถอภิปรายประเด็นสำคัญได้ดังนี้:

2.1 จุดแข็งและความสำเร็จของโครงการ (Core Strengths)

ทรัพยากรบุคคลและกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ข้อรายการประเมินที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดในภาพรวม ได้แก่ วิทยากร/ผู้นำชมมีความเชี่ยวชาญ และสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาไทยได้ดี (ค่าเฉลี่ย = 4.61) สอดคล้องกับคะแนนในข้อ กิจกรรมเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติจริง (Hands-on Experience) (ค่าเฉลี่ย = 4.50) แสดงให้เห็นว่าจุดแข็งสำคัญของชุมชนคือการถ่ายทอดองค์ความรู้ผ่านประสบการณ์ตรง (Experiential Tourism) โดยใช้บุคลากรในท้องถิ่นที่มีความเชี่ยวชาญจริงในการสื่อสารเรื่องราว (Storytelling)

การถ่ายทอดคุณค่าบรรยากาศและสุขภาวะองค์รวม ด้านกิจกรรมและบรรยากาศผ่อนคลาย (ค่าเฉลี่ย = 4.29) สามารถสร้างการรับรู้เชิงบวกได้อย่างชัดเจน นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลายและได้รับพลังกายพลังใจกลับไป (ค่าเฉลี่ย = 4.36) ซึ่งยืนยันความพร้อมของพื้นที่ในการวางตำแหน่งแบรนด์เป็น "World Grow Organic Café & Wellness Experience"

คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์นวัตกรรม นักท่องเที่ยวให้ความไว้วางใจในมาตรฐานและคุณภาพของผลิตภัณฑ์สมุนไพร (ค่าเฉลี่ย = 4.36) และเห็นว่าราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.29) ซึ่งเป็นผลมาจากการนำนวัตกรรมอาหารและมาตรฐานแปรรูปอินทรีย์มาประยุกต์ใช้กับวัตถุดิบกล้วยน้ำว้าดิบและจิงจูฉ่าย

2.2 ประเด็นที่ต้องได้รับการพัฒนาต่อยอด (Key Opportunities for Improvement)

การปรับปรุงสื่อและป้ายความรู้สมุนไพร (Signage & Interpretation) ผลการประเมินพบว่ารายการ ป้ายความรู้และข้อมูลสมุนไพร (ค่าเฉลี่ย = 3.89) และ ป้ายและสื่อความหมายอ่านเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.07) มีคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่าข้ออื่นๆ ในด้านองค์ความรู้ สะท้อนว่าโครงสร้างป้ายความรู้เดิมในพื้นที่ยังขาดความน่าสนใจ ภาษาเข้าใจยาก หรือวางในตำแหน่งที่ไม่สะดวกต่อการอ่าน จึงควรพัฒนาป้ายสื่อความหมายรูปแบบใหม่ (เช่น การใช้ QR Code เชื่อมโยงวิดีโอ หรือ Infographic สรุปสรรพคุณทางโภชนาการ)

โครงสร้างพื้นฐาน อารยสถาปัตย์ และความปลอดภัย ข้อรายการ มาตรการรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย = 3.93) และ ความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ/ผู้ต้องการดูแลพิเศษ (ค่าเฉลี่ย = 3.93) อยู่ในระดับปรับปรุงเพิ่มได้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกลุ่มครอบครัวและผู้สูงอายุต้องการเส้นทางสัญจรที่ราบเรียบ ราวจับ และป้ายเตือนความปลอดภัยที่ชัดเจนตลอดเส้นทาง

การนำเสนอเทคโนโลยีการแปรรูปและการเพิ่มอัตลักษณ์: ข้อรายการ เทคโนโลยีการแปรรูปสมุนไพร (ค่าเฉลี่ย = 4.11) และ การสร้างอัตลักษณ์โดดเด่น (ค่าเฉลี่ย = 4.11) สามารถพัฒนาการจัดแสดง (Exhibition Zone) ให้เห็นขั้นตอนทางวิทยาศาสตร์ เช่น การสกัด หรือกระบวนการผลิตแป้งกล้วย เพื่อเพิ่มมูลค่าการรับรู้เชิงนวัตกรรม (Perceived Value) ของผู้บริโภค

2.3 **ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์การตั้งราคาเชิงพาณิชย์ (Pricing Strategy)**

จากผลวิเคราะห์ความเต็มใจจ่าย (Willingness to Pay) พบว่าสัดส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม (85.72%) ยินดีจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชมในระดับ ไม่เกิน 200 บาท/คน และผู้ตอบ 53.57% ยินดีจ่ายค่ากิจกรรม Workshop DIY ที่ช่วง 151 – 300 บาท/กิจกรรม นอกจากนี้ สำหรับแพ็กเกจท่องเที่ยวรวม (เข้าชม + กิจกรรม + อาหาร) กลุ่มตัวอย่าง 92.86% กระจายตัวอยู่ในช่วง ไม่เกิน 500 บาท (ไม่เกิน 350 บาท = 46.43% และ 351–500 บาท = 46.43%)

ข้อมูลดังกล่าวสามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์โครงสร้างราคาเชิงพาณิชย์ของศูนย์นวัตกรรมสุขภาพฯ ได้ 2 รูปแบบหลัก

2.3.1 Standard Package (ราคา 350 บาท/คน): ครอบคลุมค่าเข้าชม สวนสมุนไพร + เครื่องดื่มสุขภาพ 1 แก้ว + กิจกรรม DIY ทาโก้สมุนไพรเบื้องต้น เพื่อดึงดูดกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และนักท่องเที่ยวทั่วไป

2.3.2 Premium Wellness Package (ราคา 490 – 500 บาท/คน): ครอบคลุมค่าเข้าชม + วิทยากรนำชม + กิจกรรม Workshop DIY ผลิตภัณฑ์สุขภาพ + ชุดอาหารสุขภาพเต็มรูปแบบ (Healthy Meal Set) เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกลุ่มครอบครัวที่มีกำลังซื้อสูงขึ้น

ภาคผนวก ข ผลการประเมินจากผู้รับบริการ

การดำเนินโครงการในครั้ง ได้มีการประเมินผลจากเกษตรกรผู้เข้าร่วมโครงการ สามารถสรุปผลการประเมินได้ดังนี้

ด้านการฝึกอบรม	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1. เนื้อหาในการฝึกอบรมตรงกับวัตถุประสงค์	4.41	ดีมาก
2. ความเหมาะสมระยะเวลาในการฝึกอบรม	4.35	ดีมาก
3. ความเหมาะสมของรูปแบบและวิธีการฝึกอบรม	4.58	ดีมาก
4. คุณภาพของเอกสารประกอบการฝึกอบรม	4.65	ดีมาก
5. หลักสูตรเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้และพัฒนาทักษะเกษตรกร	4.76	ดีมาก
6. การนำความรู้จากโครงการไปใช้ทางการเกษตร	4.69	ดีมาก
ด้านวิทยากร	-	
1. ความสามารถในการถ่ายทอด/สื่อสาร/ความเข้าใจ	4.57	ดีมาก
2. การเรียงลำดับบรรยายเนื้อหาได้ครบถ้วน	4.67	ดีมาก
3. การเปิดโอกาสให้ซักถามและแสดงความคิดเห็น	4.45	ดีมาก
4. การตอบคำถามได้ตรงประเด็นและชัดเจน	4.69	ดีมาก
5. ใช้เวลาเหมาะสมมาก/น้อย เพียงใด	4.76	ดีมาก
ด้านความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากการฝึกอบรม	-	
1. ความรู้ก่อนฝึกอบรม	4.35	ดีมาก
2. ความรู้หลังการฝึกอบรม	4.80	ดีมาก
รวมเฉลี่ย	**4.59**	**ดีมาก**
ร้อยละของความพึงพอใจ	**91.18**	

การแปลความหมายค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	ดีมาก	3.41 – 4.20	ดี
2.61 – 3.40	ปานกลาง	1.81 – 2.60	พอใช้
1.00 – 1.80	ต้องปรับปรุง		

ภาคผนวก ค แบบฟอร์มการนำผลงานวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์

แบบฟอร์มการนำผลงานวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์

ชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เวิลด์ โกรว์ ออร์แกนิค ฟาร์ม
ที่อยู่ 60 หมู่ 7 ตำบลศรีเมืองชุม
อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

วันที่ 30 เดือนกันยายน พ.ศ2568

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 นางสาวพิชชาภัทร์ วันชัย ชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เวิลด์ โกรว์ ออร์แกนิค ฟาร์ม และสมาชิกกลุ่ม/ชุมชน จำนวน...10.....คนได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี องค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ดังนี้(ระบุได้มากกว่า ๑ เรื่อง/เทคโนโลยี/องค์ความรู้)

เทคโนโลยี/องค์ความรู้	ผลของการใช้องค์ความรู้/เทคโนโลยี (เพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย มาตรฐาน อื่น ๆ)
ใช้องค์ความรู้ด้านโภชนบำบัดและเทคโนโลยีอาหารเพื่อพัฒนาสูตรอาหารสูตรภาพใหม่	เพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบอินทรีย์ในท้องถิ่น และสร้างเอกลักษณ์ด้าน "อาหารสูตรภาพชุมชน" ที่แตกต่างจากตลาดทั่วไป
พัฒนา SOP และระบบแฟรนไชส์ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล	เพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการในทุกสาขา รองรับการขยายรูปแบบแฟรนไชส์ได้อย่างยั่งยืนและตรวจสอบได้
ใช้วัสดุชีวภาพย่อยสลายได้ (Bio-based Packaging)	เพิ่มภาพลักษณ์เชิงสิ่งแวดล้อม (Green Image) ให้กับผลิตภัณฑ์
ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและทำการตลาดออนไลน์	เพิ่มยอดขายและขยายฐานลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์
ใช้แพลตฟอร์ม BCG Network เชื่อมเกษตรกร ผู้แปรรูป และนักท่องเที่ยวสุขภาพ	ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) และสร้างมูลค่าเพิ่มจากกิจกรรมการเรียนรู้ในพื้นที่

ซึ่งกลุ่มได้นำความรู้ดังกล่าวไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพ การพัฒนาชุมชน พัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถเพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย และพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.เบญจวรรณ เบญจกรณ์)
ผู้รับผิดชอบโครงการ

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวพิชชาภัทร์ วันชัย)
ประธานกลุ่ม / ตัวแทนกลุ่ม