



มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

U2T for BCG Snapshot





สารบัญ

1. สารความยินดียจาก ศ. (พิเศษ) ดร. เอนก เหล่าธรรมทัศน์	ข
2. คำนำ ศ.ดร.นพ. สิริฤกษ์ ทรงศิวิไล	ง
3. บทสรุปผู้บริหาร	ช
3.1 สรุปผลลัพธ์ ระดับประเทศ	ญ
3.2 สรุปผลลัพธ์ ระดับภูมิภาค	น
3.3 สรุปผลลัพธ์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย	ป
3.4 รายชื่อกรรมการบริหาร	ฝ
3.5 รายชื่อทีมร่วมพัฒนา	พ
3.6 หน่วยงานพันธมิตร	ม
3.7 ภาพรวมกิจกรรม	ส
4. รายงานภาพรวมโครงการ Snapshot U2T for BCG	1-12





ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.เอนก เหล่าธรรมทัศน์
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุดมศึกษา
วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

สารความยินดี

นับตั้งแต่เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลต่อวิถีชีวิตของผู้คนที่เปลี่ยนไป ตลอดจนภาคสังคมและเศรษฐกิจที่ต้องเผชิญกับช่วงเวลาอันยากลำบาก กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม หรือกระทรวง อว. มองเห็นถึงปัญหา ผลกระทบที่เกิดขึ้น โดยได้ให้ความสำคัญต่อการช่วยเหลือประชาชนคนไทยท่ามกลางวิกฤติการณ์ระดับโลกตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ซึ่งสิ่งที่กระทรวง อว. ทำได้ในช่วงเวลานั้นคือ ความพยายามที่จะลดทอนความเสียหายให้ได้มากที่สุด โดยการเสริมสรรพกำลังในการเยียวยาและเร่งฟื้นฟู ให้เศรษฐกิจของประเทศกลับมาเข้มแข็งอีกครั้ง ถือเป็นภารกิจสำคัญที่ได้เป็นโอกาสจะช่วยให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้นเสมอ โดยที่ อว. ได้เรียนรู้ในการนำองค์ความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านงานวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมถ่ายทอดสู่การปฏิบัติ เพื่อสร้างประโยชน์ให้กับประชาชนที่ได้รับผลกระทบ ผ่านการดำเนินโครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ หรือ U2T และถูกนำมาสานต่อเป็นโครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบล U2T for BCG ที่อาศัยแนวทางระบบเศรษฐกิจบีซีจี ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้เกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืน และเมื่อช่วงเวลาที่วิกฤติการณ์ได้ผ่านพ้นไปแล้ว สิ่งที่ อว. ได้มอบไว้ให้กับประชาชนและสังคม นั่นคือความมั่นคงและยั่งยืนในการดำรงชีวิต การเรียนรู้ที่จะช่วยเหลือและพึ่งพาตนเอง และพร้อมที่จะร่วมกันขับเคลื่อนสังคมและประเทศให้เกิดการพัฒนาต่อไป

ผมขอขอบคุณทุกหน่วยงานและทุกสถาบันที่ร่วมกันทำภารกิจอันยิ่งใหญ่นี้ตั้งแต่นั้นจนสำเร็จ และเชื่อว่า หากเกิดวิกฤติการณ์ใดก็ตาม หรือไม่ว่าจะเป็นภัยคุกคามอื่นๆ ที่ จะเข้ามาในอนาคต ชาว อว. จะยังคงยึดมั่นในการอยู่เคียงข้างประชาชน และพร้อมที่จะฝ่าฟันวิกฤติต่างๆ ไปด้วยกัน





ศาสตราจารย์ ดร.นพ.สิริฤกษ์ ทรงศิวิไล
ปลัดกระทรวงอุดมศึกษา
วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

คำนำ

ตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ประเทศไทยประสบกับวิกฤติการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม หรือกระทรวง อว. ได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่ง ในการให้ความช่วยเหลือ เยียวยาผลกระทบจากวิกฤติการณ์นี้ พร้อมทั้งเร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศให้กลับมาเข้มแข็งอีกครั้ง ซึ่งหากจะมองอีกมุมหนึ่ง โควิดที่เกิดขึ้นไม่ได้เพียงแต่จะสร้างผลกระทบเพียงอย่างเดียว แต่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และคิดว่าโควิดอาจจะเป็นตัวเร่งการเปลี่ยนแปลง หรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เร็วขึ้น ซึ่งถือเป็นการพลิกวิกฤติให้เป็นโอกาสที่หน่วยงานต่างๆ จะสร้างเศรษฐกิจฐานรากในระดับชุมชนท้องถิ่นให้เกิดขึ้น นั่นคือ การที่รัฐบาลได้มอบให้ อว. ดำเนินโครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ ซึ่งปัจจุบันเป็นการดำเนินงานระยะที่ 2 (U2T for BCG) โดยให้มหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยได้เข้ามามีส่วนพัฒนาในพื้นที่ทุกตำบลทั่วประเทศ ร่วมกันกับภาคเอกชนและภาคประชาสังคม เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนด้วยองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ไปพร้อมกับการสร้างกลไกที่จะนำพาประเทศไปสู่การพัฒนาและยกระดับไปอีกขั้น โดยอาศัย BCG ที่เป็นเครื่องจักรที่ช่วยให้ประเทศไทยเติบโตได้อย่างรวดเร็วและยั่งยืน ซึ่งผมเห็นว่าการทำงานในลักษณะนี้ได้เกิดขึ้นแล้วในหลายประเทศที่มุ่งเน้นการพัฒนาโดยเริ่มจากการดูแลเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดความเข้มแข็ง และเมื่อใดก็ตามที่ฐานรากมีความเข้มแข็งแล้วจะนำไปสู่การเรียนรู้ที่จะพึ่งพาตนเองของคนในชุมชนท้องถิ่น เพื่อยกระดับเศรษฐกิจในการสร้างงาน สร้างโอกาส สร้างรายได้ และเป็นกลไกที่จะผลักดันไปสู่การพัฒนาในระดับประเทศต่อไป

จากเหตุการณ์ต่างๆ ที่ผ่านมา ผมเห็นถึงความตั้งใจและความร่วมมือของบุคลากรชาว อว. หน่วยงานทุกภาคส่วน ที่ผนึกกำลังในการร่วมกันแก้ไขปัญหา เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนให้กับประชาชน เรียนรู้ที่จะรับมือกับวิกฤติการณ์ต่างๆ ไปด้วยกัน รวมถึงขอขอบคุณทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ที่ทุกท่านมีจิตใจอันแน่วแน่ในการที่จะขับเคลื่อนโครงการ U2T เพื่อให้เป็นโครงการที่ช่วยพัฒนาและฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้เกิดความยั่งยืนตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำอย่างแท้จริง



บทสรุปผู้บริหาร

ตามที่รัฐบาลได้ออกพระราชกำหนดให้กระทรวงการคลังกู้เงินเพื่อแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและสังคมจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เพิ่มเติม พ.ศ. 2564 โดยมีแผนงานในด้านการฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่มุ่งเน้นการรักษาระดับการจ้างงานของผู้ประกอบการ และกระตุ้นการลงทุนและการบริโภคในระบบเศรษฐกิจของประเทศซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์โควิดและยุทธศาสตร์ BCG Economy ของประเทศ สำนักปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สปล.อว.) จึงได้ดำเนินโครงการกระตุ้นการลงทุนและการบริโภคด้วยเศรษฐกิจ BCG ในชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากด้วยเศรษฐกิจ BCG ในพื้นที่ 7,355 ตำบล ครอบคลุม 77 จังหวัด ทั่วประเทศโดยเป็นการนำองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมของสถาบันอุดมศึกษาและหน่วยงานต่างๆ ภายใต้ อว. ไปขับเคลื่อนทั้งในภาคการผลิตและบริการในระดับพื้นที่เพื่อให้เกิดการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและให้บัณฑิตได้ทำภารกิจใช้องค์ความรู้ วิจัย วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เป็นประโยชน์ต่อภาคสังคม ชุมชนและประเทศ

แผนภาพแสดงความเชื่อมโยง 5 เป้าหมายสำคัญ (Achievement)



จากความสำเร็จและความร่วมมือทำให้ Key Achievement U2T for BCG ในปี 2565 นี้ที่สำคัญอันเกิดผลลัพธ์ตรงกลุ่มเป้าหมายของการดำเนินการโดยมีจำนวน 15,042 โครงการมหาวิทยาลัยเข้าร่วม 94 แห่ง และมีจำนวนบัณฑิตเข้าร่วมโครงการกว่า 32,195 คน ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมไม่ต่ำกว่า 31,919 คน และตำบลที่เข้าร่วมโครงการจำนวน 7,355 ตำบล ก่อให้เกิดการจ้างงาน 2,460 ล้านบาท พร้อมทั้งเกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอีก 1,105 ล้านบาท

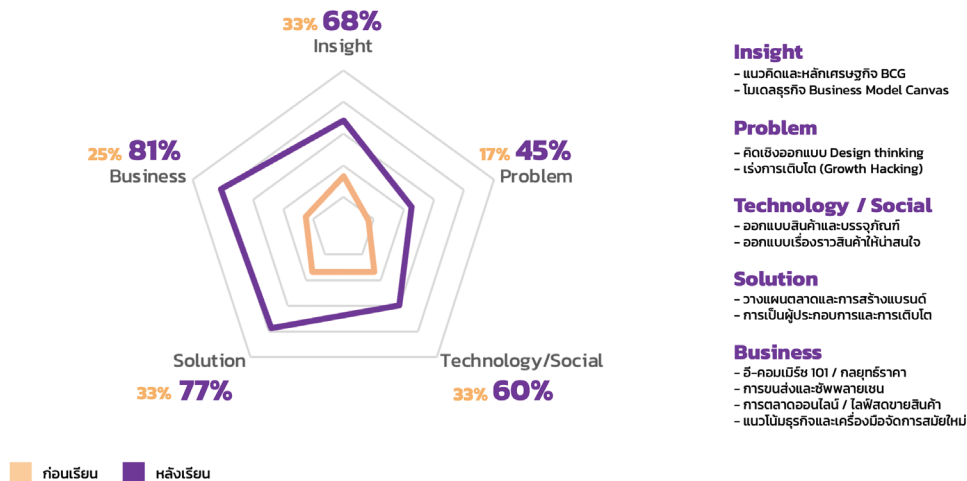
ในส่วนของการส่งเสริมองค์ความรู้ ทักษะและการเพิ่มขีดความสามารถ มีเนื้อหาหลักสูตรจำนวน 12 โมดูล โดยได้รับความร่วมมือและรับการอนุเคราะห์เนื้อหาจากหน่วยงานที่มีประสบการณ์โดยตรง ได้แก่ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) และ สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) พร้อมทั้งภาคเอกชน อาทิ บริษัท ซอปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด และ Maneko แพลตฟอร์มการตลาดส่งเสริมการขาย โดยมีจำนวนผู้เข้าเรียนกว่า 38,301 คน และจำนวนการเข้าร่วมหลักสูตร 324,864 ครั้ง ซึ่งก่อให้เกิดกิจกรรมเรียนรู้เชิงประสบการณ์ที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติจริง 9 กิจกรรม 41,764 ครั้ง ซึ่งมีผลลัพธ์ที่น่าพึงพอใจร้อยละ 94 (64,114 คน) ของผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับการพัฒนาทักษะพื้นฐาน BCG การตลาดการเงิน การถ่ายทอดเทคโนโลยี การวิเคราะห์ประเมินคุณภาพสินค้า การทดสอบสินค้า การสำรวจความพึงพอใจและการจัดการขนส่งการค้าขาย

Key Achievement U2T for BCG ประจำปี 2565

กลุ่มเป้าหมายความสำเร็จ การดำเนินการ	Learning องค์ความรู้ ทักษะและขีดความสามารถ	สานพลังเครือข่าย ความร่วมมือสร้างเศรษฐกิจ	คัดสรร พัฒนา สร้างคุณค่า ผลงาน/เทคโนโลยี/นวัตกรรม
 94 มหาวิทยาลัย	12 Modules เนื้อหาการเรียนรู้พัฒนาทักษะ 1,772 นาที ผู้เข้าร่วมหลักสูตร 324,864 ครั้ง (คนหลักสูตร) จำนวนผู้เข้าเรียน 38,301 คน	 30 หน่วยงาน	จำนวนสินค้า และบริการ BCG 15,042 รายการ รายได้ 143 ล้านบาท/เดือน
 7,355 ตำบล 3,000 ตำบลเดิม 4,355 ตำบลใหม่	กิจกรรมเรียนรู้เชิงประสบการณ์ สร้างการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง	 หน่วยงาน อว. สนับสนุนและถ่ายทอดเทคโนโลยี	 องค์ความรู้/แหล่งท่องเที่ยว 648 นวัตกรรม/เทคโนโลยี 1,949 ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ออกแบบ 1,492
 64,114 คน บัณฑิต 32,195 คน ประชาชน 31,919 คน	9 กิจกรรม/41,764 ครั้ง ได้รับการพัฒนาทักษะพื้นฐาน BCG/ลงมือปฏิบัติจริง (64,114/68,000 คน)	 หน่วยงาน อว. สนับสนุนความรู้ โดยอยู่ผู้ประกอบการ	 เงินหมุนเวียนกระตุ้นเศรษฐกิจ 1,236 ล้านบาทต่อเดือน
 งบจ้างงาน 2,460 ล้านบาท	 94% 1. การศึกษา เรียนรู้ ดูงานนอกสถานที่ 2,333 2. การจัดการถ่ายทอดเทคโนโลยี 5,031 3. การฝึกอบรม/ประชุมร่วมกับหน่วยงานอื่น 8,003 4. การสำรวจตลาด/คู่แข่ง 4,833 5. การสำรวจและเก็บข้อมูลลูกค้า 4,759 6. การวิเคราะห์/ประเมินคุณภาพสินค้า/บริการ 6,895 7. การทดสอบสินค้า/บริการหลังการพัฒนา 4,090 8. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า 5,370 9. อื่นๆ เช่น การจัดการขนส่ง/การค้าการขาย 450	 ภาครัฐ ภาคเอกชน SA/NGO - ราษฎร์บ้าน - มูลนิธิสิ่งแวดล้อมไทย - เครือข่ายข้อมูลความหลากหลายทางชีวภาพ - เครือข่ายสมุนไพรและการแพทย์ - อพท. - องค์การมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ	 รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น 143 ล้านบาทต่อเดือน (ข้อมูลจากระบบ PBM C01-C06) 1,716 ล้านบาทต่อเดือน
 งบขับเคลื่อนเศรษฐกิจ 1,105 ล้านบาท			

เนื้อหาการเรียนรู้และทักษะ BCG ที่ประกอบด้วย กลุ่มสาระการเรียนรู้ BCG และ Hackathon กลุ่มสาระการเรียนรู้ พัฒนาและสร้างคุณค่า และสุดท้ายกลุ่มการค้าขายสินค้าและบริการ จำนวน 12 โมดูล ผลประเมินความเข้าใจที่มี ปัจจัยที่ 1 การสร้างแนวคิดและหลักเศรษฐกิจ BCG มุมมองธุรกิจและโอกาสทางธุรกิจ มีความเข้าใจเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 68 ปัจจัยที่ 2 การคิดเชิงออกแบบ การวิเคราะห์ปัญหา การแนวทางการเร่งสร้างการเติบโต (Growth Hacking) เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 45 ปัจจัยที่ 3 การใช้เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการออกแบบเรื่องราวสินค้าและแก้ปัญหาเชิงสังคม เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 60 ปัจจัยที่ 4 การวางแผนตลาดและการสร้างแบรนด์ รวมทั้งการเป็นผู้ประกอบการ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 77 สุดท้าย ปัจจัยที่ 5 การก้าวเข้าสู่ตลาด E-Commerce การวางกลยุทธ์ราคา การจัดการขนส่ง การตลาดออนไลน์ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 81 อย่างไรก็ตามจากข้อจำกัดด้านเวลาและความต่อเนื่องทำให้การถ่ายทอดหลักคิดทางการออกแบบการแก้ปัญหาที่มีความจำเป็นยิ่งถือว่าเป็นโอกาสสำคัญที่จะใช้เป็นสารตั้งต้นเพื่อวางแผนการอบรม ให้ความรู้และทักษะในการตั้งคำถามทั้งในเชิงธุรกิจ เชิงสังคมและเชิงสิ่งแวดล้อมที่จะช่วยให้ผู้เรียนมีความเข้าใจบริบทมากขึ้นและมีความ Empathy มากขึ้นจะนำไปสู่การแก้ปัญหาที่ตรงจุดและนำไปสู่การสร้างสินค้าและบริการที่น่าประทับใจต่อไป

สรุปผลประเมินความเข้าใจในเนื้อหาในระดับประเทศ



ในส่วนสานพลังเครือข่ายและความร่วมมือสร้างเศรษฐกิจ สำนักงานภายใต้ อว. และนอก อว. ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคสังคม อาทิ ประชาชนชาวบ้าน มูลนิธิสิ่งแวดล้อมไทย เครือข่ายข้อมูลความหลากหลายทางชีวภาพ องค์กรมมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น จำนวนกว่า 30 หน่วยงาน ที่เข้าร่วมสนับสนุนและถ่ายทอดเทคโนโลยี ให้การสนับสนุนความรู้ ต่อยอดการเป็นผู้ประกอบการ

กระบวนการ U2T for BCG นั้นมีขั้นตอน “คัดสรร พัฒนา สร้างคุณค่า” ได้มีการวิเคราะห์บทเรียนและการรวบรวมผลงานที่สอดคล้องเกี่ยวข้องกับ BCG กว่า 15,042 โครงการ โดยแบ่งเป็นองค์ความรู้/แหล่งท่องเที่ยวจำนวน 648 รายการ นวัตกรรมและเทคโนโลยี จำนวน 1,949 รายการและภูมิปัญญาท้องถิ่นกับงานออกแบบจำนวน 1,492 รายการทั้งนี้ ก่อให้เกิดเงินหมุนเวียนในการกระตุ้นเศรษฐกิจไม่ต่ำกว่า 1,236 ล้านบาท ทั้งนี้ยังก่อให้เกิดสินค้าและบริการที่พร้อมจำหน่ายจำนวน 4,861 โครงการ สินค้าและบริการที่ต้องส่งเสริมพัฒนาต่อยอดเพิ่มมูลค่าจำนวน 8,042 โครงการและสินค้าและบริการของตำบลที่ต้องได้รับการส่งเสริมการเรียนรู้และทักษะเพิ่มจำนวน 2,655 โครงการ

U2T for BCG Hackathon ประจำปี 2565 มีโครงการที่ผ่านเข้ารอบ 40 ทีม โดยผลงานชนะเลิศและในแต่ละกลุ่มดังนี้

กลุ่มเกษตรและอาหาร ได้แก่ โครงการแซบอีรี่

17. แซบอีรี่

ตำบลทิวเสด็จ จังหวัดสระแก้ว
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

เส้นบะหมี่อบแห้งผสมโปรตีนจากดักแด้ไหมอีรี่

ปัญหาที่พยายามแก้ไข :

โครงการต้องการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเลือกเลี้ยงไหมอีรี่ เพื่อลดระยะจากการเลี้ยงไหมอีรี่ให้เป็นศูนย์ โดยนำเอาดักแด้ที่เป็นเศษเหลือทิ้งจากการเลี้ยงไหมอีรี่มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง และใช้เทคโนโลยีไม่ซับซ้อน สร้างผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยไม่เหลือส่วนที่เป็นขยะทิ้งไว้ให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม จากการเลือกเลี้ยงไหมอีรี่ ที่เป็นไหมป่า เลี้ยงง่ายและกินใบไม้บนสำปะหลังเป็นอาหาร ใช้ใบไม้บนสำปะหลังที่เป็นเศษเหลือทิ้งจากการปลูกบนสำปะหลังมาเลี้ยงไหม ผลิตภัณฑ์ไหมขายสร้างรายได้ มูลไหมใช้ทำปุ๋ยอินทรีย์ใช้ในครัวเรือน และดักแด้ไหมอีรี่ แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายสร้างรายได้

กลุ่มท่องเที่ยวและบริการ ได้แก่ โครงการ การท่องเที่ยวสีเขียวเชิงสร้างสรรค์ คลองปากปิด

28. การท่องเที่ยวสีเขียวเชิงสร้างสรรค์คลองปากปิด

ตำบลพงศ์ประศาสน์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

การใช้การท่องเที่ยวอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพัฒนาชุมชน

ปัญหาที่พยายามแก้ไข :

1. ความอยู่รอดของชุมชนจากการประมงตกภัย
2. การฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมจากขยะในระบบนิเวศป่าชายเลน
3. ช่วยลดก๊าซเรือนกระจกตามข้อตกลง COP26

แนวทางการแก้ไขปัญหา :

1. ใช้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมป่าชายเลนและป่าชายหาด
2. ใช้การท่องเที่ยวโดยชุมชนสร้างการมีส่วนร่วมของคนสองวัฒนธรรมไทยพุทธและไทยมุสลิม
3. ใช้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยกระดับเศรษฐกิจของชุมชน
4. ใช้การท่องเที่ยวสีเขียวเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้โลกและสร้างความสุขให้ชุมชนและนักท่องเที่ยว

กลุ่มสุขภาพและการแพทย์ ได้แก่ Fairyland ChoraKhe Yai

26. Fairyland ChoraKheYai

ตำบลจรเข้ใหญ่ จังหวัดสุพรรณบุรี
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

**ผงโปรตีนปรุงรสจาก
ชิ้นส่วนของปลาผสมกบ**

**ผงโปรตีนปรุงรส
ผสม GABA
Fairyland ChoraKheYai**

**"Fast Fish"
"เป็นคุณนะ" จจรเข้ใหญ่**

ผงโปรตีนปรุงรสจากชิ้นส่วนของปลาผสมกบ
สูตรพิเศษ ผสม GABA

ปัญหาที่พยายามแก้ไข :

การลดขยะที่เกิดจากเศษซากปลาที่เหลือในชุมชน
และการเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรในท้องถิ่น

แนวทางการแก้ไขปัญหา :

การนำส่วนประกอบของปลาที่เหลือและ
เป็นขยะในชุมชนมาผลิตอาหารโดยเฉพาะโปรตีน ผสมกับกบที่อยู่ที่
ในข้าวซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจในชุมชน มาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วย
กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ เพื่อให้ได้ผงโปรตีนที่มีคุณค่าทางสาร
อาหาร ซึ่งเป็นการลดของเหลือใช้และเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน

กลุ่มพลังงานและวัสดุ ได้แก่ Chiangkhan Story

11. Chiangkhan story

ตำบลเชียงคาน จังหวัดเลย มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

RECO

ปัญหาที่พยายามแก้ไข :

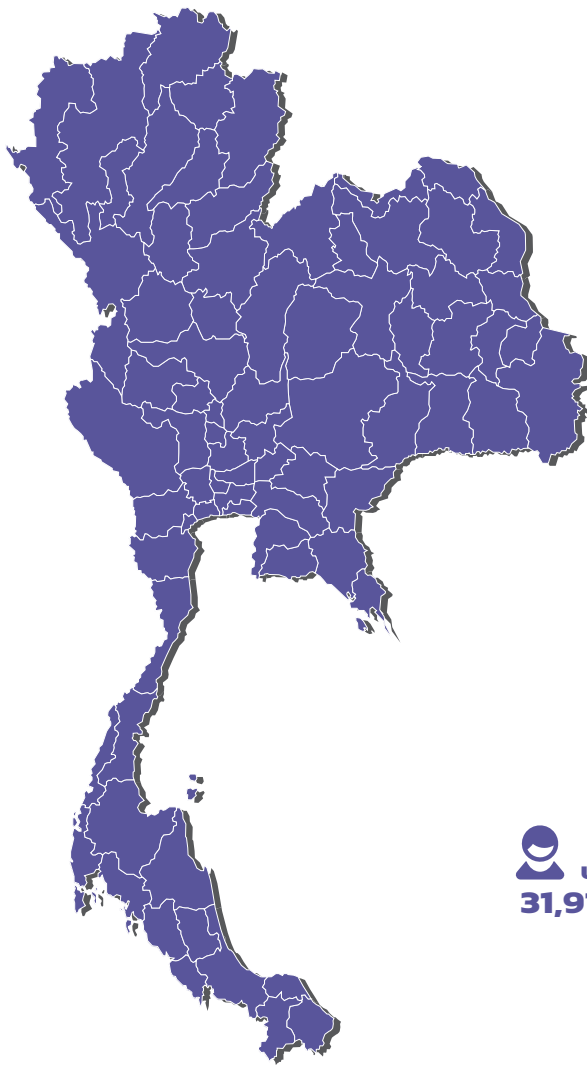
- ลดปริมาณสารแทนนินที่มี
- ผลกระทบทางด้านมีฤทธิ์เป็นกรด
- ช่วยลดภาวะโลกและฟื้นฟูระบบนิเวศภายในชุมชน
- ลดปริมาณขยะจากการผลิตมะพร้าวแก้วในชุมชน

แนวทางการแก้ไขปัญหา :

เนื่องจากที่บ้านน้อย อ.เชียงคาน จ.เลย มีเปลือก
และกะลามะพร้าวที่เหลือจากการผลิตมะพร้าวแก้วจำนวนมาก ทางผู้ปฏิบัติงาน จึงได้เล็งเห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้น
และได้นำเอาเปลือกและกะลามะพร้าวมาแปรรูปให้เป็น
วัสดุเพาะปลูก เพื่อเป็นการลดขยะ รักษาระบบนิเวศและ
สร้างรายได้ให้กับชุมชน

สรุปผลลัพธ์ ระดับประเทศ

รายงานผลลัพธ์ระดับประเทศ มีมหาวิทยาลัยเข้าร่วม 94 มหาวิทยาลัย
ครอบคลุม 7,355 ตำบล มีผู้เข้าร่วมโครงการกว่า 64,114 คน แบ่งเป็น
บัณฑิต 32,195 คน ประชาชน 31,919 คน โดยผลงาน BCG จำนวน
15,042 โครงการ ที่สอดคล้องและตรงตาม 5 เป้าหมายสำคัญ ดังนี้
ด้านเกษตรปลอดภัย 977 โครงการ ด้านอาหารปลอดภัย 5,491 โครงการ
ด้านท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ 818 โครงการ
ด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่ 1,466 โครงการ
และด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น 6,290 โครงการ



จำนวนมหาวิทยาลัย

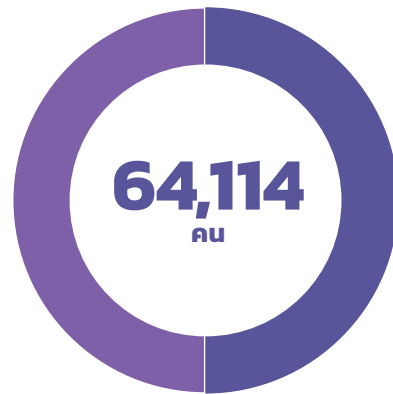


จำนวนตำบล



จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ

 ประชาชน
31,919 คน



 บัณฑิต
32,195 คน



เกษตรปลอดภัย
977 โครงการ



ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อ
สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ
818 โครงการ



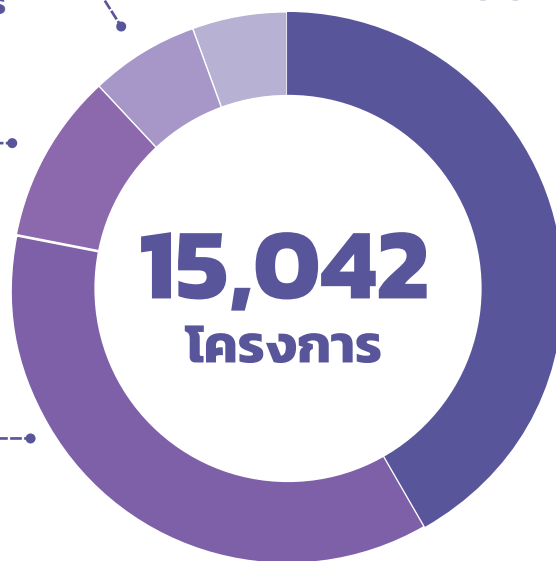
เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้
พลังงานเป็นน้ำกลับมาใช้ใหม่
1,466 โครงการ



เศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก
ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
6,290 โครงการ



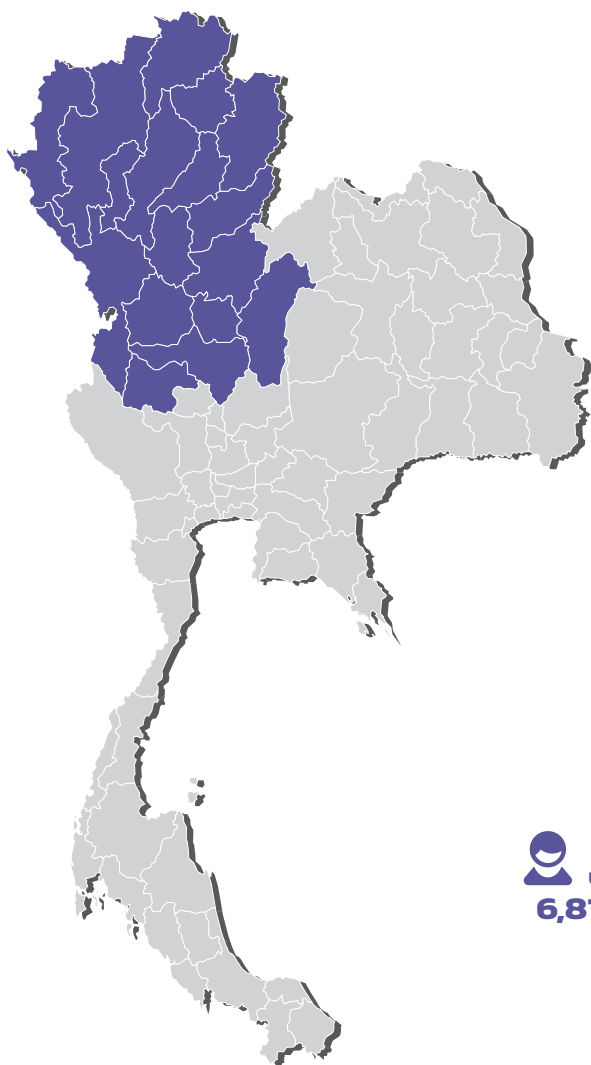
อาหารปลอดภัย
5,491 โครงการ



จำนวนโครงการตามกลุ่มเป้าหมาย

สรุปผลลัพธ์ ภาคเหนือ

รายงานผลลัพธ์ภาคเหนือ มีมหาวิทยาลัยเข้าร่วม 26 มหาวิทยาลัย
ครอบคลุม 1,540 ตำบล มีผู้เข้าร่วมโครงการกว่า 13,638 คน แบ่งเป็น
บัณฑิต 6,821 คน ประชาชน 6,817 คน โดยผลงาน BCG จำนวน
3,177 โครงการ ที่สอดคล้องและตรงตาม 5 เป้าหมายสำคัญ ดังนี้
ด้านเกษตรปลอดภัย 208 โครงการ ด้านอาหารปลอดภัย 1,159 โครงการ
ด้านท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ 161 โครงการ
ด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่ 309 โครงการ
และด้านเศรษฐกิจสร้างเสริมภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น 1,340 โครงการ



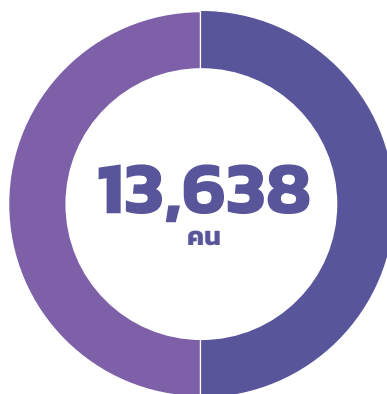
จำนวนมหาวิทยาลัย



จำนวนตำบล



จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ



เกษตรปลอดภัย
208 โครงการ



ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อ
สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ
161 โครงการ



เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้
พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่
309 โครงการ



เศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก
ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
1,340 โครงการ



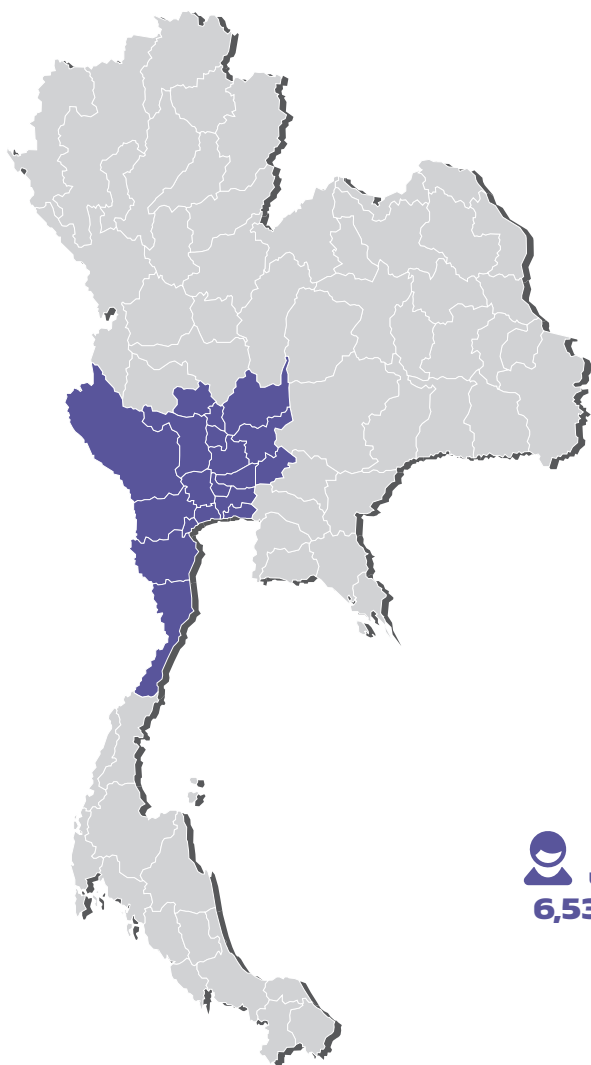
อาหารปลอดภัย
1,159 โครงการ



จำนวนโครงการตามกลุ่มเป้าหมาย

สรุปผลลัพธ์ ภาคกลาง

รายงานผลลัพธ์ภาคกลาง มีมหาวิทยาลัยเข้าร่วม 40 มหาวิทยาลัย
ครอบคลุม 1,610 ตำบล มีผู้เข้าร่วมโครงการกว่า 13,069 คน แบ่งเป็น
บัณฑิต 6,530 คน ประชาชน 6,539 คน โดยผลงาน BCG จำนวน
3,280 โครงการ ที่สอดคล้องและตรงตาม 5 เป้าหมายสำคัญ ดังนี้
ด้านเกษตรปลอดภัย 222 โครงการ ด้านอาหารปลอดภัย 1,187 โครงการ
ด้านท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ 195 โครงการ
ด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่ 433 โครงการ
และด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น 1,243 โครงการ



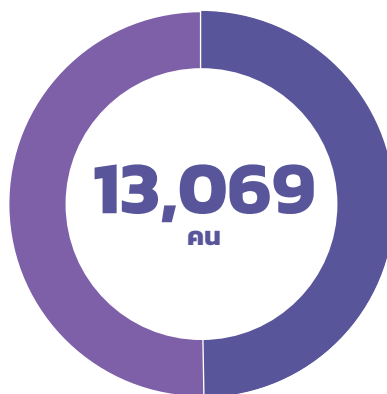
จำนวนมหาวิทยาลัย



จำนวนตำบล



จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ



เกษตรปลอดภัย
222 โครงการ



ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อ
สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ
195 โครงการ



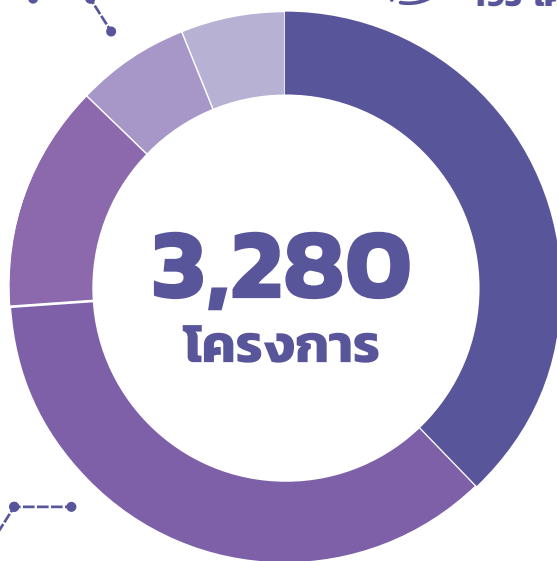
เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้
พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่
433 โครงการ



เศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก
ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
1,243 โครงการ



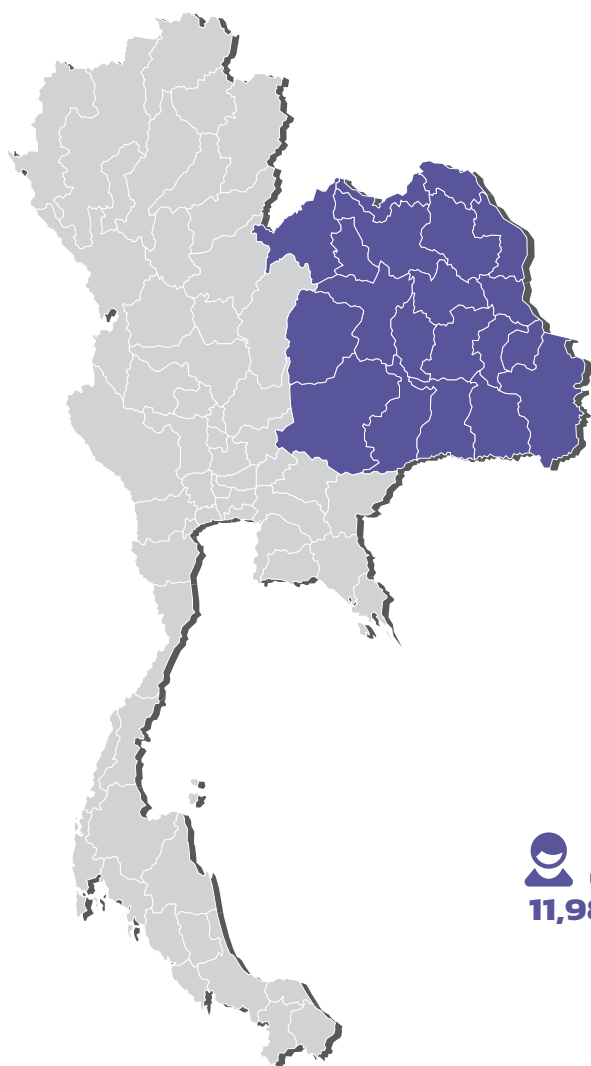
อาหารปลอดภัย
1,187 โครงการ



จำนวนโครงการตามกลุ่มเป้าหมาย

สรุปผลลัพธ์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

รายงานผลลัพธ์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีมหาวิทยาลัยเข้าร่วม 33 มหาวิทยาลัย
ครอบคลุม 2,650 ตำบล มีผู้เข้าร่วมโครงการกว่า 23,963 คน แบ่งเป็น
บัณฑิต 11,980 คน ประชาชน 11,983 คน โดยผลงาน BCG จำนวน
5,421 โครงการ ที่สอดคล้องและตรงตาม 5 เป้าหมายสำคัญ ดังนี้
ด้านเกษตรปลอดภัย 355 โครงการ ด้านอาหารปลอดภัย 1,898 โครงการ
ด้านท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ 174 โครงการ
ด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่ 441 โครงการ
และด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น 2,553 โครงการ



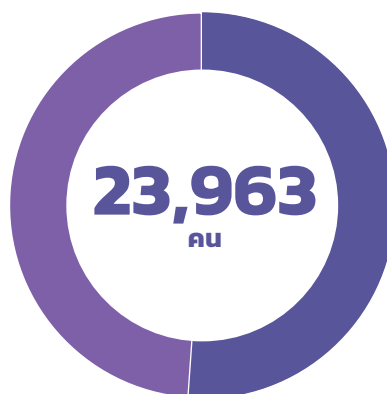
จำนวนมหาวิทยาลัย



จำนวนตำบล



จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ



เกษตรปลอดภัย
355 โครงการ



ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อ
สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ
174 โครงการ



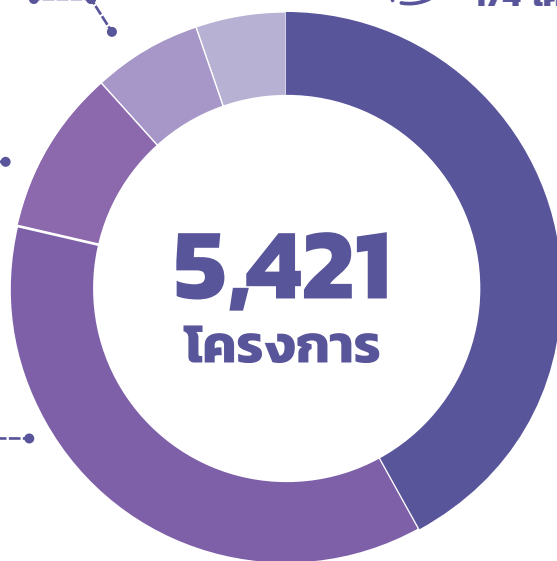
เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้
พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่
441 โครงการ



เศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก
ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
2,553 โครงการ



อาหารปลอดภัย
1,898 โครงการ



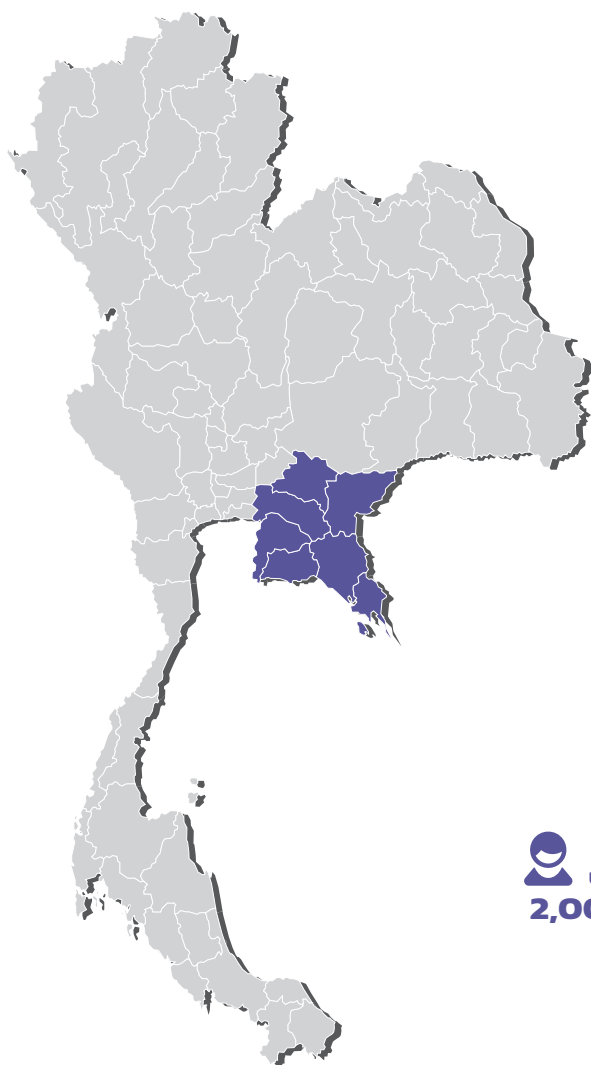
จำนวนโครงการตามกลุ่มเป้าหมาย

สรุปผลลัพธ์ ภาคตะวันออก

“

รายงานผลลัพธ์ภาคตะวันออก มีมหาวิทยาลัยเข้าร่วม 13 มหาวิทยาลัย
ครอบคลุม 480 ตำบล มีผู้เข้าร่วมโครงการกว่า 4,067 คน แบ่งเป็น
บัณฑิต 2,062 คน ประชาชน 2,005 คน โดยผลงาน BCG จำนวน
982 โครงการ ที่สอดคล้องและตรงตาม 5 เป้าหมายสำคัญ ดังนี้
ด้านเกษตรปลอดภัย 72 โครงการ ด้านอาหารปลอดภัย 336 โครงการ
ด้านท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ 106 โครงการ
ด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่ 79 โครงการ
และด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น 389 โครงการ

”



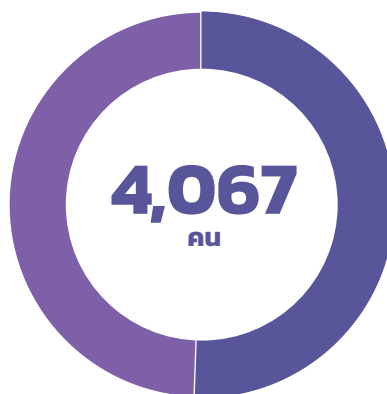
จำนวนมหาวิทยาลัย



จำนวนตำบล



จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ



เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้
พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่
79 โครงการ



เกษตรปลอดภัย
72 โครงการ



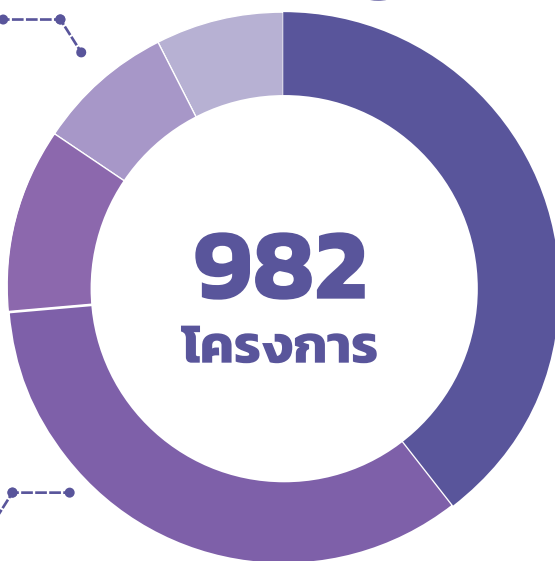
ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อ
สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ
106 โครงการ



เศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก
ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
389 โครงการ



อาหารปลอดภัย
336 โครงการ



จำนวนโครงการตามกลุ่มเป้าหมาย

สรุปผลลัพธ์ ภาคใต้

รายงานผลลัพธ์ภาคใต้ มีมหาวิทยาลัยเข้าร่วม 21 มหาวิทยาลัย
ครอบคลุม 1,075 ตำบล มีผู้เข้าร่วมโครงการกว่า 9,377 คน แบ่งเป็น
บัณฑิต 4,802 คน ประชาชน 4,575 คน โดยผลงาน BCG จำนวน
2,182 โครงการ ที่สอดคล้องและตรงตาม 5 เป้าหมายสำคัญ ดังนี้
ด้านเกษตรปลอดภัย 120 โครงการ ด้านอาหารปลอดภัย 911 โครงการ
ด้านท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ 182 โครงการ
ด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่ 204 โครงการ
และด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น 765 โครงการ



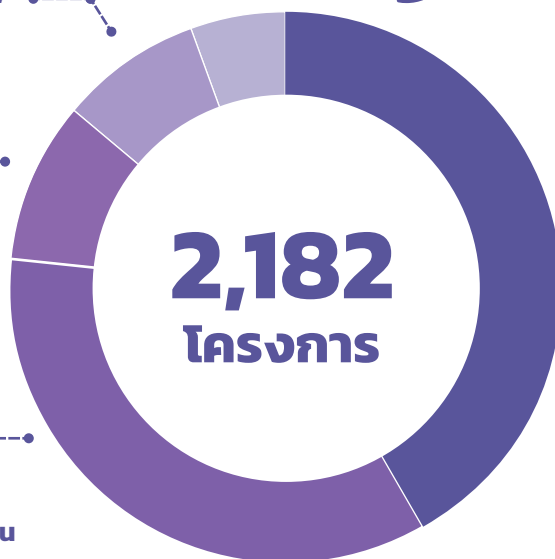
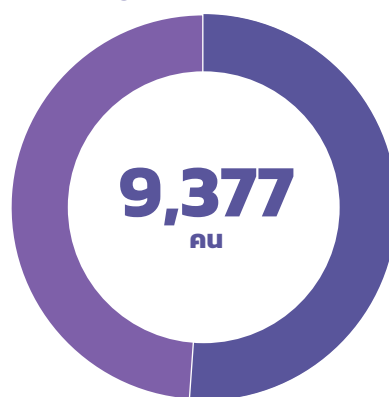
จำนวนมหาวิทยาลัย



จำนวนตำบล



จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ



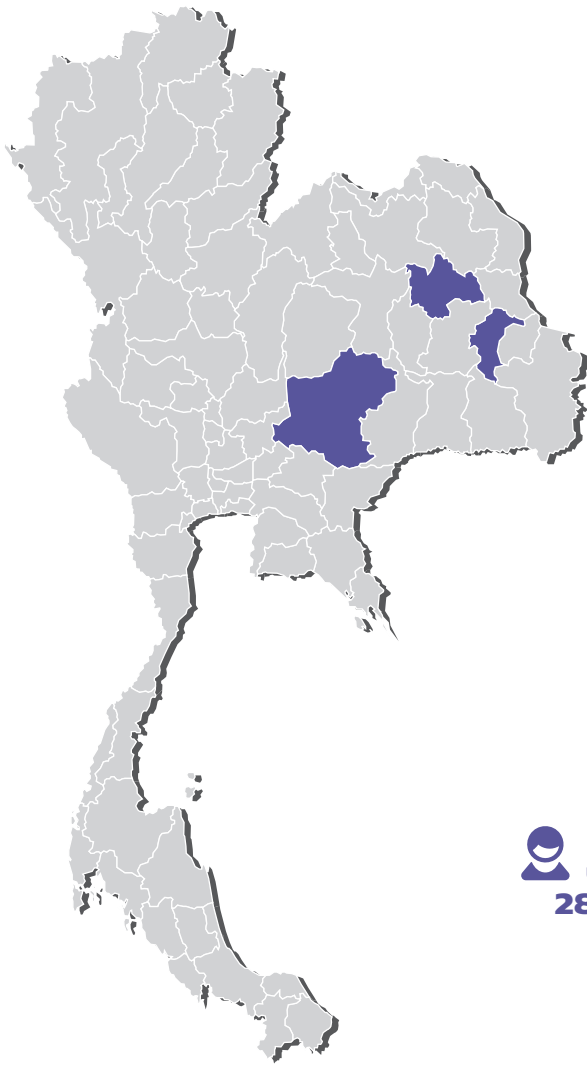
จำนวนโครงการตามกลุ่มเป้าหมาย

สรุปผลลัพธ์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏ ราชวิทยาลัย

“

รายงานผลลัพธ์มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย มีพื้นที่ดูแลครอบคลุม 6 ตำบล มีผู้เข้าร่วมโครงการกว่า 58 คน แบ่งเป็น บัณฑิต 30 คน ประชาชน 28 คน โดยผลงาน BCG จำนวน 12 โครงการ ที่สอดคล้องและตรงตาม 5 เป้าหมายสำคัญ ดังนี้ด้านเกษตรปลอดภัย 2 โครงการ ด้านอาหารปลอดภัย 3 โครงการ ด้านท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ 0 โครงการ ด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่ 3 โครงการ และด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น 4 โครงการ

”



จำนวนมหาวิทยาลัย

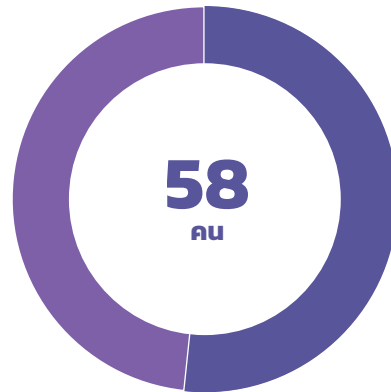


จำนวนตำบล



จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ

 ประชาชน
28 คน



 บัณฑิต
30 คน



เกษตรปลอดภัย
2 โครงการ



เศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก
ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
4 โครงการ



เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้
พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่
3 โครงการ



อาหารปลอดภัย
3 โครงการ



จำนวนโครงการตามกลุ่มเป้าหมาย



รายชื่อกรรมการบริหาร



ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพจน์ ทรายแก้ว
กรรมการ



นายกิตติ สัจจาวัฒนา
กรรมการ



รองศาสตราจารย์ยัชนิษฐา นันทบุตร
กรรมการ



นางสาวดวงพร เสงบุญพันธ์
กรรมการ



นายนา ยันตรโกวิท
กรรมการ



นางสาวนิสกร จังเจริญธรรม
กรรมการ



นางสาวภัทรพร เล้าวงศ์
กรรมการ



นางวนิดา บุญนาคคำ
กรรมการ



นางสาววิภารัตน์ ดีอ่อง
กรรมการ



นายศรัณย์ สัมฤทธิ์เดชขจร
กรรมการ



นางสาววรรณิ คำมัน
กรรมการ



นายเอกนัฏ พร้อมพันธุ์
กรรมการและเลขานุการ



ศาสตราจารย์ศุภชัย ปทุมนากุล
กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ



นางสาวกิริติ แก้วสัมฤทธิ์
กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ



นายพันธุ์เพิ่มศักดิ์ อารุณี
กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ



นายดนูช ตันเทอดกิตย
เลขานุการรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการอุดมศึกษา
วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

A top-down view of a collaborative workspace. Several people are sitting on the floor, working together. One person is using a laptop, another is using a tablet, and others are looking at design documents or tablets. The documents feature a cat logo and the word 'company'. There are also some coffee cups and a pen on the floor. The entire image has a blue tint.

รายชื่อทีมร่วมพัฒนา

ทีมพัฒนาระบบบริหารโครงการและนวัตกรรม



นายพันรพงศ์ ตั้งธีระสุนันท์



นางกัลยาณี กัฟหชัยบุรณ์



นายวิศิษฐ์ สุนทร



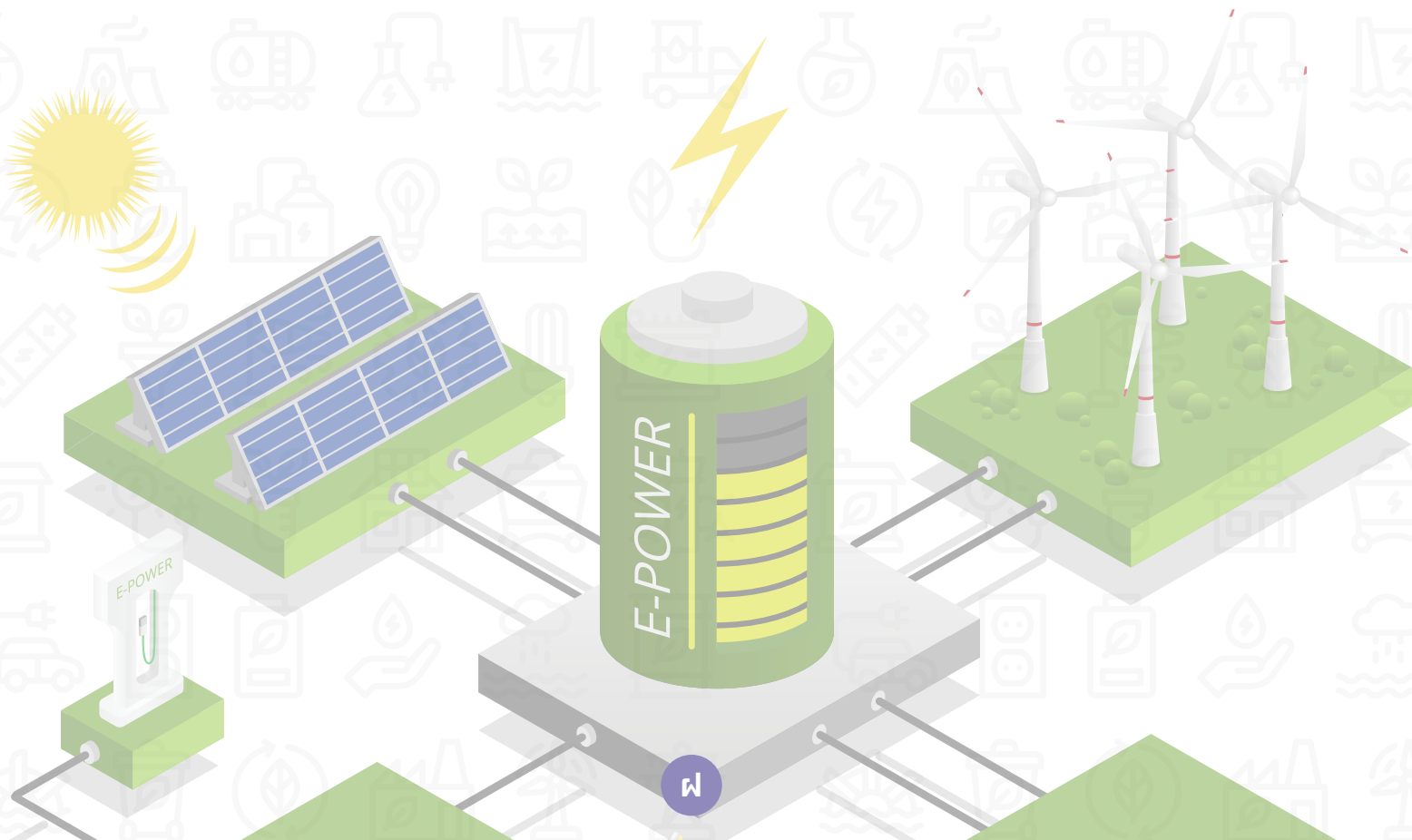
นายวิศร เฬ่วนิช



นางสาวชยานันท์ ไชยวัฒนพงศ์



นายรณภัทร สิ้นธุรวารณ





หน่วยงานพันธมิตร

หน่วยงาน อว. สนับสนุนและถ่ายทอดเทคโนโลยี



หน่วยงาน อว. สนับสนุนความรู้ ต่อยอดผู้ประกอบการ



ภาครัฐ หน่วยงานในพื้นที่/ท้องถิ่น



ภาคเอกชน สนับสนุนและถ่ายทอดเทคโนโลยี



ภาพรวมกิจกรรม



ภาพรวมกิจกรรม





U2T for BCG Snapshot

1.	จังหวัด กาฬสินธุ์	1
2.	จังหวัด นครราชสีมา	5
3.	จังหวัด ยโสธร	9





มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย



ต.กาฬสินธุ์ อ.เมืองกาฬสินธุ์ จ.กาฬสินธุ์



บัญชี

6 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

8 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ฝัเสื้อประดิษฐ์จากผ้าไหมและผ้าพื้นเมือง

รายละเอียด : มีหลายไซส์หลายขนาดขนาด 7×8 ซม.ตัวละ 35บาทขนาด12×13 ซม.ตัวละ 150 บาทขนาด25×25 ซม.ตัวละ 250บาท

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่

Reuse (การใช้ซ้ำ)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ
การขนส่งและกระจายสินค้า

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์
เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์โดยเพิ่มลวดลายหรือสีสันให้มากขึ้น
ใช้ช่องทางการออนไลน์ในการโปรโมทสินค้าให้มากขึ้นและง่ายต่อการค้นหา

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

ฝัเสื้อและดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าไหมและผ้าพื้นเมืองจะมีกลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และอาศัยอยู่ในชุมชน ไม่จำกัดเพศและไม่จำกัดอายุ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ฝัเสื้อประดิษฐ์จากผ้าไหมและผ้าพื้นเมืองสามารถนำไปเป็นของฝากได้ทุกเทศกาลทุกวัย มีการติดตามผลการใช้งานกับลูกค้าที่ซื้อไว้ระยะเวลาของผลิตภัณฑ์ที่มีอายุการใช้งานระยะเวลายาวนาน ส่วนใหญ่อยู่การใช้งานจะขึ้นอยู่กับชนิดของผ้าพื้นนั้นๆ มีจัดจำหน่ายผ่านทาง Facebook ชื่อเพจ Thai Handiwork หัตถสิน ศูนย์OTOPจังหวัดกาฬสินธุ์ และทางแอปพลิเคชัน

คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับคือของที่ระลึกไว้สำหรับไหว้และสามารถนำมาเป็นเครื่องประดับได้ช่วยเพิ่มความสวยงามเสริมภาพลักษณ์ให้ดูดี น่ารัก และโชว์ความเป็นเอกลักษณ์ของผ้าพื้นเมือง

ในกระบวนการผลิต เริ่มจากวัสดุที่นำมาประดิษฐ์จะนำมาจากเครื่องประดับผ้าหรือขนาดมาตามออเดอร์ที่ได้รับมาจากลูกค้าไปสู่การผลิตและบรรจุภัณฑ์

ทรัพยากรในการผลิตประกอบไปด้วย แรงงานที่ใช้ในการผลิตซึ่งเป็นแรงงานของสมาชิกในชุมชน

ในส่วนของผู้เกี่ยวข้องให้การสนับสนุนและผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจ จะมี สมาชิกในชุมชนและมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาลัยศาสนศาสตร์เฉลิมพระเกียรติกาฬสินธุ์

ต้นทุนจะประกอบไปด้วย ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าการตลาด และค่า

06 : ผลิตภัณฑ์/บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ลดขยะ/การนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]

อนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : หัตถสินธุ์

ออนไลน์ : Thai Handiwork หัตถสินธุ์

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย



ต.ภาพสินธุ์ อ.เมืองกาฬสินธุ์ จ.กาฬสินธุ์



บัญชี

6 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

8 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ต้นกัญชาพันธุ์หางเสือ

รายละเอียด : เป็นต้นกัญชาพันธุ์หางเสือปลูกโดยวิธีออร์แกนิก ปลอดภัยไร้สารพิษ ปลูกโดยใช้ดินมูลไส้เดือนผสมพืชมอส ให้สาร THC สูง มีกลิ่นเฉพาะตัวหอม คล้ายเปลือกส้ม และมีกลิ่นฉุนเล็กน้อย สามารถนำไปใช้ในการแพทย์ และอุปโภค และบริโภคในครัวเรือนได้

02 : เป้าหมาย

เกษตรปลอดภัย

เทคโนโลยีการปลูกพืชไร้ดินไฮโดรโปนิกส์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ
ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

นำสินค้ามาสร้าง Content เพื่อนำไปจำหน่ายผ่าน Platform Online
เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ โดยชูเรื่องวิธีการปลูกกัญชา โดยการปลูกใช้วิธีแบบออร์แกนิก และปลอดภัย
ปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมเพื่อการจัดจำหน่าย

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

Customer Segments

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพศชาย เป็นกลุ่มคนที่ต้องการนำสินค้าไปเพาะพันธุ์ขายต่อ ซื้อมาขายไป นำมาไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อใช้ในเชิงการค้า หรือนำไปอุปโภค และบริโภคในครัวเรือน

Customer Relationships

มีการติดตามผลของสินค้าว่ามีสภาพที่สมบูรณ์หรือไม่ภายหลังการจัดส่ง การมอบส่วนลดให้ลูกค้าเมื่อซื้อสินค้าถึงยอดที่กำหนด การมอบราคายกส่งให้เมื่อซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก หรือการทำให้แบบสอบถามความต้องการสายพันธุ์เพื่อนำสายพันธุ์ที่กลุ่มลูกค้าต้องการมาเพาะปลูก

Channels

จัดจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์ม Facebook วิชาหกิจชุมชนกลุ่มพัฒนาอาชีพชุมชนดอนสวรรค์ และจำหน่ายที่แปลงเพาะปลูกในชุมชนดอนสวรรค์

Value Propositions

คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับคือการได้รับสินค้าคือต้นกัญชาตามสายพันธุ์ที่ต้องการเพื่อนำไปใช้

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 13,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : วิชาหกิจชุมชนกลุ่มพัฒนาอาชีพชุมชนดอนสวรรค์

ออนไลน์ : วิชาหกิจชุมชนกลุ่มพัฒนาอาชีพชุมชนดอนสวรรค์

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
ต.ขมิ้น อ.เมืองกาฬสินธุ์ จ.กาฬสินธุ์

บัญชี 5 คน ประชาชน 4 คน อาจารย์ 8 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ผ้าคลุมไหล่ลายเกล็ดเต่า

รายละเอียด : ผ้าคลุมไหล่ลายเกล็ดเต่า เป็นลายทอผ้าโบราณมีลักษณะเด่นที่การทอสลัช่อง เป็นลวดลายเกล็ดเต่า เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น เนื้อผ้าใส่สบายทอด้วยวัสดุจากด้ายฝ้าย 100% ด้ายฝ้ายใช้สีจากธรรมชาติ ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่

Reclamation (การเรียกคืนเพื่อนำมาใช้ซ้ำหรือ Recycle)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

พัฒนาตกแต่งลวดลาย สีเส้นให้มีความหลากหลาย

ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านสื่อ เพจ Facebook

ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางสื่อออนไลน์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



ผ้าคลุมไหล่ลายเกล็ดเต่า ราคา 250 บาท

05 : แผนธุรกิจ

Customer Segment – กลุ่มลูกค้าในกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในภาคอีสาน ซึ่งอาศัยอยู่ในตัวเมืองและชุมชน ไม่จำกัดเพศ โดยมีอายุ 20 ปีขึ้นไป

Customer Relationships – จำหน่ายในราคาที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ และมีการติดตามผลการใช้งาน เช่น ตัวลูกค้าแพ้เนื้อผ้าหรือไม่ สีเนื้อผ้าเป็นอย่างไรเมื่อใช้ไปในระยะยาว แล้วนำผลที่ได้มาพัฒนาสินค้าต่อไป

Channels – จัดจำหน่ายผ่าน 3 ช่องทางดังนี้

1. เพจ Facebook U2T ต.ขมิ้น
2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ต.ขมิ้น
3. ศูนย์สินค้า OTOP

Value Propositions – สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย เช่น ใส่คลุมกันแดดกันลม หรือใช้ใส่ประดับเพื่อความสวยงาม ปลอดภัยต่อสุขภาพเพราะผลิตจากด้ายฝ้ายธรรมชาติ และใส่สีจากธรรมชาติ 100%

Key Activities – ขยายช่องทางการโปรโมทและจำหน่ายสินค้า พัฒนาสินค้าและจัดอบรมให้แก่กลุ่มทอผ้าบ้านโนนนคร ตำบลขมิ้น จังหวัดกาฬสินธุ์

Key Resources – สิ่งที่มีความจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ วัตถุดิบ (ฝ้าย) แรงงานเครื่องทอผ้า กระบวนการขั้นตอนในการทำ และฝีมือ

Key Partners – คู่ค้าหรือพันธมิตรหลักที่มีส่วนช่วยในการดำเนินธุรกิจ คือ พ่อค้าคนกลาง

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 10,500

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในหมู่บ้าน ศูนย์สินค้าโอท็อปจังหวัดกาฬสินธุ์

ออนไลน์ : ผ้าคลุมไหล่ลายเกล็ดเต่า บ้านโนนนคร

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
ต.ขมบ้น อ.เมืองกาฬสินธุ์ จ.กาฬสินธุ์

บัญชี 5 คน
ประชาชน 4 คน
อาจารย์ 8 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : หมวกกกบ้านนาโก

รายละเอียด : หมวกจิตรลดาจากต้นกก เป็นผลิตภัณฑ์จิตรลดาจากต้นกกที่หาได้ตามธรรมชาติในท้องถิ่น โดยนำมาตากแห้งแล้วถักทอด้วยมือ ด้วยความประณีต สีสันสวยงาม สามารถสวมใส่กันแดดได้

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่
Refurbish (การปรับปรุงใหม่)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ
ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

พัฒนาตกแต่งลวดลาย สีสันให้มีความหลากหลาย
ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านสื่อ เหว Facebook
ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางสื่อออนไลน์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

1. Key Partners (พันธมิตร) เป็นผู้ที่คอยป้อนวัตถุดิบสำหรับจิตรลดา ได้แก่ ผู้จัดงานแสดงสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่ คือหน่วยงานราชการ
2. Key Activities (กิจกรรมหลัก) คือ พัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูงขึ้น และมีการจัดอบรมแผนธุรกิจให้แก่สมาชิกกลุ่มและประชาชนทั่วไปของ ตำบลขมบ้น จังหวัดกาฬสินธุ์
3. Key Resource (ทรัพยากร) คือ สิ่งที่มีอยู่นำมาสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจ ได้แก่ ต้นกกธรรมชาติและวัตถุดิบจากธรรมชาติที่ให้สีสำหรับการย้อมกก สามารถนำมาพัฒนาตกแต่งลวดลายผลิตภัณฑ์ให้มีสีสันหลากหลาย
4. Value Propositions (ต้องรู้ว่าจะจุดแข็งของสินค้า/บริการ) คือ จิตรลดา แปรรูปได้หลากหลายสวยงาม มีสีที่แปลกใหม่ สวยงาม ใส่สบายเพราะเราใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติปลอดสารเคมี
5. Channels (ช่องทางการจำหน่าย) คือการหาช่องทางที่เราจะใช้สื่อสารประชาสัมพันธ์สินค้า ได้แก่ศูนย์OTOP จังหวัดกาฬสินธุ์ เหว Facebook และ ออกงาน Event จำหน่ายตามงานแสดงสินค้าต่างๆ
6. Customer Segment (กลุ่มลูกค้า) คือ ทุกเพศ คนในพื้นที่ ตำบลขมบ้น จังหวัดกาฬสินธุ์ และร้านขายของฝากต่างๆ
7. Customer Relationships (ความสัมพันธ์กับลูกค้า) คือ จำหน่ายในราคาที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในหมู่บ้าน ศูนย์สินค้าโอท็อปจังหวัดกาฬสินธุ์
ออนไลน์ : หมวกกก บ้านนาโก
ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

ต.สระตะเคียน อ.เสิงสาง จ.นครราชสีมา

บัญชี 5 คน ประชาชน 6 คน อาจารย์ 5 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : Crispy Daily

รายละเอียด : ข้าวโพดคั่ว เป็นของว่างหรือขนมขบเคี้ยวที่ได้รับความนิยมอย่างมาก สามารถรับประทานได้ทุกช่วงเวลา ซึ่งสารอาหารถือว่ามีความประโยชน์อย่างมาก สามารถนำไปผสมกับรสชาติต่างๆ เพื่อให้ได้รสชาติใหม่ๆของข้าวโพดคั่ว เช่น รสชาติทุเรียน

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การแปรรูปอาหาร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

ตู้อบคอร์น
เครื่องซิลฟาคะปุก
เตาทอดไฟฟ้า

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน

05 : แผนธุรกิจ

Customer Segment – กลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มคน ไม่จำกัดเพศและวัย
Customer Relationships – มีการติดตามความพึงพอใจจากลูกค้าถึงรสชาติและความทันสมัยของสินค้า ว่าหลังจากได้เห็นและรับประทานแล้วรู้สึกเป็นอย่างไร มีความพึงพอใจในระดับใด และต้องการให้เพิ่มเติมหรือเปลี่ยนแปลงในส่วนใดของสินค้าหรือไม่
Channels – จัดจำหน่ายผ่าน Facebook U2T ตำบลสระตะเคียน อำเภอเสิงสาง จังหวัดนครราชสีมา, ตลาดนัดในพื้นที่ TikTok: U2T ตำบลสระตะเคียน, IG: U2T ตำบลสระตะเคียน
Value Propositions – คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ คือรสชาติใหม่ที่ทุกเพศทุกวัยสามารถทานได้ และมีแพคเกจจิ้งที่ดึงดูดความสนใจ
Key Activities – กระบวนการผลิต เริ่มจากการคัดสรรวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน สู่อการผลิตที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย
Key Resources – ทรัพยากรในการผลิตประกอบไปด้วย สูตรเฉพาะ วัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน แรงงานที่ใช้ในการผลิตซึ่งเป็นแรงงานและสมาชิกในชุมชน การตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้า
Key Partners – ในส่วนของผู้เกี่ยวข้องให้การสนับสนุนและผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจ จะมี เกษตรอำเภอเสิงสาง พัฒนาชุมชนอำเภอเสิงสาง มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย สำนักงานการศึกษา นอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอเสิงสาง
Cost Structure – ต้นทุนจะประกอบไปด้วย ค่าวัตถุดิบ ต้นทุนด้านเทคโนโลยีการผลิต ค่า

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
สร้างงานสร้างอาชีพ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,600

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ :

ออนไลน์ :

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

ต.สระตะเคียน อ.เสิงสาง จ.นครราชสีมา

บัญชี 5 คน ประชาชน 6 คน อาจารย์ 8 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : แพนเค้กอร่อยเด็ด

รายละเอียด : ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเห็ดที่บริโภคได้ เช่น เห็ดนางฟ้า เห็ดนางรม เห็ดหอม เห็ดเป่าฮือ เห็ดหูหนูดำ นำมาล้างและตัดแต่งตามต้องการ เติมน้ำตาล ข้าวสุก กระเทียม ผสมให้เข้ากัน อาจเติมน้ำตาล หั่นหมูต้มสุก พริกสด หรือพริกไทย ห่อเป็นมัด หรือบรรจุในภาชนะบรรจุที่เหมาะสม

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การแปรรูปอาหาร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เครื่องแลบถุง

เครื่องปั่น

หม้อต้มไฟฟ้า

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน

05 : แผนธุรกิจ

Customer Segment – กลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มคน ไม่จำกัดเพศและวัย
Customer Relationships – มีการติดตามความพึงพอใจจากลูกค้าถึงรสชาติและความทันสมัยของสินค้า ว่าหลังจากได้เห็นและรับประทานแล้วรู้สึกเป็นอย่างไร มีความพึงพอใจในระดับใด และต้องการให้เพิ่มเติมหรือเปลี่ยนแปลงในส่วนใดของสินค้าหรือไม่
Channels – จัดจำหน่ายผ่าน Facebook U2T ตำบลสระตะเคียน อำเภอเสิงสาง จังหวัดนครราชสีมา, ตลาดนัดในพื้นที่ TikTok: U2T ตำบลสระตะเคียน, IG: U2T ตำบลสระตะเคียน
Value Propositions – คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ คือรสชาติใหม่ที่ทุกเพศทุกวัยสามารถทานได้ และมีแพ็คเกจจิ้งที่ดึงดูดความสนใจ
Key Activities – กระบวนการผลิต เริ่มจากการคัดสรรวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน สู่อการผลิตที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย
Key Resources – ทรัพยากรในการผลิตประกอบไปด้วย สูตรเฉพาะ วัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน แรงงานที่ใช้ในการผลิตซึ่งเป็นแรงงานและสมาชิกในชุมชน การตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้า
Key Partners – ในส่วนของผู้เกี่ยวข้องให้การสนับสนุนและผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจ จะมี เกษตรอำเภอเสิงสาง พัฒนาชุมชนอำเภอเสิงสาง มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย สำนักงานการศึกษา นอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอเสิงสาง
Cost Structure – ต้นทุนจะประกอบไปด้วย ค่าวัตถุดิบ ต้นทุนด้านเทคโนโลยีการผลิต ค่า

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ :

ออนไลน์ :

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

ต.หนองหัวแรด อ.หนองบุญมาก จ.นครราชสีมา

บัญชี 6 คน ประชาชน 6 คน อาจารย์ 4 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : กล้วยฉาบ

รายละเอียด : พัฒนากล้วยฉาบให้มีหลากหลายรสชาติ พัฒนา Packaging ให้มีความโดดเด่นและใช้ประโยชน์ของฝา

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การแปรรูปอาหาร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เตาแก๊ส (ใช้แทนเตาถ่าน)

เครื่องซีลปากถุง

เครื่องสไลด์กล้วย

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน

05 : แผนธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์เดิม กล้วยฉาบแปรรูปอาหารแปรรูป ที่รวมกลุ่มจัดทำกิจกรรมในหมู่บ้าน แปรรูปรสชาติดั้งเดิมและมีบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ดึงดูดต่อการซื้อสินค้า ผลิตภัณฑ์ใหม่ พัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมให้มีรสชาติเพิ่มขึ้นโดยการซื้อวัตถุดิบเพิ่มเติม เพื่อปรับเปลี่ยนรสชาติให้มีความหลากหลาย เช่น รสปลาปึก รสเค็ม รสหวาน รสหมัก และออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยใจโดยการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์เดิมให้เป็นแบบถุงฟอยด์ซิปล็อคเพื่อให้มีการถนอมอาหารมากขึ้น และเพิ่มโลโก้ของผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่ามากยิ่งขึ้น

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

คิดค้นกระบวนการทำงานที่ง่ายขึ้น

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

มีสุขภาพดีขึ้น ลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 25,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ :

ออนไลน์ :

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 3 เดือนขึ้นไป

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

ต.หนองหัวแรต อ.หนองบุญมาก จ.นครราชสีมา

บัญชี 6 คน ประชาชน 6 คน อาจารย์ 8 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : สลัดโรล

รายละเอียด : ยกระดับสินค้าให้มีความหลากหลาย พร้อมทั้งพัฒนา Packaging ให้มีความโดดเด่น

02 : เป้าหมาย

เกษตรปลอดภัย

การติดตามกระบวนการทางการเกษตร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เครื่องปั่นผักให้แห้ง

ระบบ smart farmเป็นการทำงานระบบอัตโนมัติหรือสั่งการด้วยมือ

เครื่องซีลปากถุง

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน

05 : แผนธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์เดิม ผักออร์แกนิกเป็นผักที่คนในชุมชนเพาะปลูกในพื้นที่ของตนเองเป็นการปลูกหรือเลี้ยงในดิน น้ำ และอากาศ ที่ปลอดภัยโดยไม่มีสารเคมีมาปนเปื้อน
ผลิตภัณฑ์ใหม่ –นำผลิตภัณฑ์เดิมไปแปรรูปต่อยอดโดยการทำแซนวิช สลัดผัก และสลัดโรลบรรจุภัณฑ์ใส่กล่องพร้อมกับน้ำจิ้มรสเด็ดให้มีมูลค่ามากยิ่งขึ้น
-วางแผนออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ ดึงดูด สวยงาม และมีระดับ
-ประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

คิดค้นกระบวนการทำงานที่ง่ายขึ้น

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

มีสุขภาพดีขึ้น ลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 30,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ :

ออนไลน์ :

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 3 เดือนขึ้นไป

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

ต.สิงห์ อ.เมืองยโสธร จ.ยโสธร

บัญชี 5 คน ประชาชน 6 คน อาจารย์ 2 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ผ้าพันคอ/ผ้าคลุม/ผ้าเบี่ยง

รายละเอียด : ทอผ้าฝ้ายดิบเป็นผืนขนาด 2.5 เมตร มีทั้งสีพื้นที่มีความสวยงามเรียบง่าย และผ้าปักลายยกดอก โดยใช้สีที่ดูทันสมัยน่าสนใจ และโดดเด่น สามารถนำผ้าทอมามากุมไหล่ หรือนำมาเป็นผ้าพันคอได้เช่นเดียวกัน

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

- การส่งเสริมการขายและการตลาด
- การส่งเสริมการขายและการตลาด
- การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
- การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
- การขนส่งและกระจายสินค้า
- การขนส่งและกระจายสินค้า

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

นำสินค้าไปจำหน่ายผ่าน Platform Online Facebook
ปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมเพื่อการจำหน่าย
พัฒนาลายผ้าให้มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ คือ ลายยกดอก

05 : แผนธุรกิจ

Customer Segment – กลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในภาคอีสาน และอาศัยอยู่ในชุมชน ไม่จำกัดเพศ โดยมีอายุ 16 ปีขึ้นไป
Costomer Relationships – มีการติดตามผลการใช้งานกับลูกค้าที่ซื้อไป ว่านำไปใช้งานด้านใด มีความสวยงาม น่าสนใจอย่างไร และนำผลการใช้มาช่วยในการ review สินค้าด้วย และมีโปรแกรมขึ้นชื่อผ้าพันคอ/ผ้าคลุมไหล่ 2 ผืน แถมกระเป๋าใส่แก้วน้ำแบบพกพา 1 ใบ และเมื่อซื้อ 2 ชิ้นขึ้นไปส่งฟรีสำหรับผู้สั่งซื้อสินค้าออนไลน์
Channels – จัดจำหน่ายผ่าน Facebook จำหน่ายที่บ้านซึ่งเป็นบ้านของหัวหน้ากลุ่มสัมมาชีพ ตลาดนัดชุมชน ร้านกาแฟ และตลาดนัดสีเขียวตลาดกลางยโสธร
Value Propositions – คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ คือเป็นเครื่องประดับ ใช้คลุมป้องกันแสงแดด ใช้ห่มเพื่อคลายหนาวในฤดูหนาว และที่สำคัญได้รับความอบอุ่นจากภูมิปัญญาชาวบ้านที่ตั้งใจใส่ใจในทุกๆ รายละเอียดการทอผ้าแต่ละผืน และยังมีความสวยงาม สามารถนำไปใช้เองหรือเป็นของขวัญ ของฝากได้
Key Activities – กระบวนการผลิต เริ่มจากการนำผ้าฝ้ายดิบมาก่อเป็นผืนโดยใช้สีเดียวเป็นสีพื้นหลัก และยังมีผ้าเบี่ยงทอลายยกดอก ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มผ้าบ้านจันทร์เกษม ไปสู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งระหว่างกระบวนการเหล่านี้จะทำการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาสร้าง Content ในการโปรโมทและจัดจำหน่ายสินค้า
Key Resources – ทรัพยากรในการผลิตประกอบไปด้วย ผ้าฝ้ายดิบหลากหลายสี ทำมาทอด้วย

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

- เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
- สร้างงานสร้างอาชีพ
- สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
- สร้างรายได้ให้ชุมชน
- อนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,580

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : Singh COL By กลุ่มทอผ้าบ้านจันทร์เกษม
ออนไลน์ : Singh COL By กลุ่มทอผ้าบ้านจันทร์เกษม
ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

ต.สิงห์ อ.เมืองยโสธร จ.ยโสธร

บัญชี 5 คน ประชาชน 6 คน อาจารย์ 2 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : กระเป๋าใส่แก้วน้ำ/ขวดน้ำ

รายละเอียด : - นำผ้าฝ้ายดิบที่ทอเป็นผืนมาตัดเย็บเป็นกระเป๋าขนาด 10×22×10 ซม. โดยใช้สีที่มีความสวยงาม กันสลายในการผลิต สามารถนำกระเป๋าไปใช้แทนถุงพลาสติกตามร้านค้าเพื่อบรรจุแก้วน้ำ หรือขวดน้ำได้และยังเป็นการช่วยลดขยะในชุมชนได้อีกด้วย

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

- การส่งเสริมการขายและการตลาด
- การส่งเสริมการขายและการตลาด
- การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
- การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
- การขนส่งและกระจายสินค้า
- การขนส่งและกระจายสินค้า

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

นำสินค้าไปจำหน่ายผ่าน Platform Online Facebook
ปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมเพื่อการจำหน่าย
ออกแบบทรงกระเป๋าให้เหมาะสมกับทรงของแก้วน้ำหรือขวดน้ำ โดยใช้การทอผ้าด้วยด้าย
เป็นลายผ้าขาวม้า นำมาตัดเย็บตามรูปแบบกระเป๋าที่ได้ออกแบบไว้

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

Customer Segment - กลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในภาคอีสาน และอาศัยอยู่ในชุมชนไม่จำกัดเพศ โดยมีอายุ 16 ปีขึ้นไป
Costomer Relationships - มีการติดตามผลการใช้งานกับลูกค้าที่ซื้อไป ว่านำไปใช้งานด้านใด มีความสวยงาม น่าสนใจอย่างไร และนำผลการเข้ามาช่วยในการ review สินค้าด้วย และมีโปรแกรมเมื่อซื้อ 2 ชิ้นขึ้นไปส่งฟรีสำหรับผู้สั่งซื้อสินค้าออนไลน์
Channels - จัดจำหน่ายผ่าน Facebook จำหน่ายที่บ้านซึ่งเป็นบ้านของหัวหน้ากลุ่มสัมมาชีพตลาดนัดชุมชน ร้านกาแฟ และตลาดนัดสีเขียวกลางกลางยโสธร
Value Propositions - คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ คือกระเป๋าใส่แก้วน้ำ/ขวดน้ำ สามารถใช้แทนถุงพลาสติก ช่วยลดภาวะโลกร้อน ลดขยะในชุมชน และพกพาไปไหนได้สะดวกยิ่งขึ้น
Key Activities - กระบวนการผลิต เริ่มจากการนำผ้าฝ้ายดิบมาก่อเป็นผืนโดยทอเป็นลายผ้าขาวม้า ให้ความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านจันทร์เกษม ไปสู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งระหว่างกระบวนการเหล่านี้จะทำการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาสร้าง Content ในทางโปรโมทและจัดจำหน่ายสินค้า
Key Resources - ทรัพยากรในการผลิตประกอบไปด้วย ผ้าฝ้ายดิบนำมาทอเป็นลายผ้าขาวม้า ด้วยเครื่องทอมือ จากนั้นตัดเย็บด้วยเครื่องจักรเย็บผ้าตามรูปแบบของกระเป๋า และแรงงานที่ใช้ในการผลิตเป็นแรงงานและสมาชิกในชุมชนของกลุ่มทอผ้าบ้านจันทร์เกษม การตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้า

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

- เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
- สร้างงานสร้างอาชีพ
- สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
- สร้างรายได้ให้ชุมชน
- อนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 980

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : Singh COL By กลุ่มทอผ้าบ้านจันทร์เกษม

ออนไลน์ : Singh COL By กลุ่มทอผ้าบ้านจันทร์เกษม

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

ต.หนองเรือ อ.เมืองยโสธร จ.ยโสธร

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 2 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ผ้าพันคอ

รายละเอียด : วัสดุจากเส้นฝ้าย และด้ายสีทอง เป็นงานทอมือ เนื้อผ้าระบายอากาศได้ดี ใช้งานได้นาน แปรรูปเป็นชุดแต่งกายหรือเป็นของขวัญของฝากแก่ญาติบ้าน สำนักงานได้ และไม่เป็นภัยต่อสิ่งแวดล้อม

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมด้านมานุษยวิทยา

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด
การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ
การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การนำประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชนมาเป็นแนวคิดในการคิดค้นลายผ้าใหม่ๆ
การคิดค้นลวดลายใหม่ๆและเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน
การนำวัสดุจากธรรมชาติมาเป็นสีในการย้อมเส้นด้าย ให้มีสีที่หลากหลาย

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



05 : แผนธุรกิจ

1.ประชุมวางแผนการปฏิบัติตามหน้าที่ ฝ่ายออกแบบ ฝ่ายผลิต ฝ่ายการตลาด ฝ่ายติดต่อประสานงานกับหน่วยงานองค์กรต่าง
2.สำรวจกลุ่มเป้าหมายลูกค้า ว่าเป็นคนกลุ่มใด ช่วงอายุใด และมีความต้องการสินค้ารูปแบบชนิดใดพร้อมทั้งกำหนดว่าใน 1 เดือนควรผลิตสินค้าให้ได้จำนวนเท่าไร
3.ทำการผลิตสินค้าให้ได้ตามกลุ่มเป้าหมายและผลิตเพิ่มขึ้นให้เพียงพอถ้ามีลูกค้าต้องการเพิ่ม และออกแบบสินค้าให้มีลวดลาย สี สัน รูปแบบใหม่ๆ
4.ทำการตลาดทั้งออฟไลน์ ออนไลน์ จัดตารางไลฟ์สด และจัดโปรโมชั่นให้ลูกค้า
5.ติดตามลูกค้าหลังการขายทุกครั้งเมื่อปิดการขายไปแล้ว

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
สร้างงานสร้างอาชีพ
สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 30,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : NONG RUEA ผ้าทอมือ

ออนไลน์ : กลุ่มสตรีผ้าทอบ้านหนองเรือ

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน



มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย



ต.หนองเรือ อ.เมืองยโสธร จ.ยโสธร



บัญชี

5 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

2 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ผ้าขาวม้า

รายละเอียด : วัสดุจากเส้นฝ้าย 100% เป็นงานทอมือ เนื้อผ้าระบายอากาศได้ดี ใช้งานได้นาน แปรรูปเป็นชุดแต่งกายหรือเป็นของใช้ของตกแต่งบ้าน สำนักงานได้ และไม่เป็นภัยต่อสิ่งแวดล้อม

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมด้านมานุษยวิทยา

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด
การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ
การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การนำประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชนมาเป็นแนวคิดในการคิดค้นลายผ้าใหม่ๆ
การคิดค้นลวดลายใหม่ๆและเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน
การนำวัสดุจากธรรมชาติมาเป็นสีในการย้อมเส้นด้าย ให้มีสีที่หลากหลาย

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

1.ประชุมวางแผนการปฏิบัติตามหน้าที่ ฝ่ายออกแบบ ฝ่ายผลิต ฝ่ายการตลาด ฝ่ายติดต่อประสานงานกับหน่วยงานองค์กรต่าง
2.สำรวจกลุ่มเป้าหมายลูกค้า ว่าเป็นคนกลุ่มใด ช่วงอายุใด และมีความต้องการสินค้ารูปแบบชนิดใดพร้อมทั้งกำหนดว่าใน 1 เดือนควรผลิตสินค้าให้ได้จำนวนเท่าไร
3.ทำการผลิตสินค้าให้ได้ตามกลุ่มเป้าหมายและผลิตเพิ่มขึ้นให้เพียงพอถ้ามีลูกค้าต้องการเพิ่ม และออกแบบสินค้าให้มีลวดลาย สี สัน รูปแบบใหม่ๆ
4.ทำการตลาดทั้งออฟไลน์ ออนไลน์ จัดตารางไลฟ์สด และจัดโปรโมชั่นให้ลูกค้า
5.ติดตามลูกค้าหลังการขายทุกครั้งเมื่อปิดการขายไปแล้ว

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 30,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : NONG RUEA ผ้าทอมือ

ออนไลน์ : กลุ่มสตรีผ้าทอบ้านหนองเรือ

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปหลัง





โครงการพัฒนาระบบการบริหารและจัดการเครือข่ายข้อมูลเกี่ยวกับทักษะการเรียนรู้
เพื่อส่งเสริมการดำเนินโครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG